

Бизнес-план

Проект создания Центра профессионального  
превосходства EDuSKILLS

июнь-июль 2016 г.

АО «Карачевский завод «Электродеталь»

## **Меморандум о конфиденциальности**

---

Данное исследование предоставляется на рассмотрение на конфиденциальной основе и не может быть использовано для каких-либо других целей, а также передаваться третьим лицам.

Информация, изложенная ниже, является конфиденциальной, частной, и представляет собой объект интеллектуальной собственности. Конфиденциальная информация включает, но не ограничена, расчеты объема рынка, составление маркетингового плана, плана продаж, инвестиционного плана, организаторского плана, финансового плана.

Принимая к рассмотрению данное исследование, получатель берет на себя ответственность и гарантирует сохранить в секрете конфиденциальную информацию и вернуть данную копию, если он не намерен инвестировать капитал в данный проект.

Все сведения, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные по данному исследованию, основываются на согласованных мнениях участников проекта, полученных при планировании работ по данному заданию.

## Оглавление

Меморандум о конфиденциальности.....	2
Резюме проекта.....	4
Описание проекта.....	9
Маркетинговый анализ рынка.....	16
Маркетинговый план.....	33
Организационный план.....	68
Инвестиционные затраты.....	78
Финансовый план.....	80
Анализ рисков проекта.....	86

## **Резюме проекта**

---

Данный документ представляет собой анализ и обоснование экономической эффективности проекта создания Центра профессионального превосходства EDuSKILLS в г. Карачев Брянской области. В рамках проекта планируется оказание широкого спектра образовательных услуг технической направленности, в том числе обучение школьников, абитуриентов, студентов, прохождение профессиональной переподготовки технических специалистов с целью удовлетворения кадровых потребностей АО «Карачевского завода «Электродеталь», а также получения прибыли от оказания услуг сторонним организациям - промышленным предприятиям, техническим ВУЗам и их партнерам (опорные ВУЗы, колледжи, школы, лицеи и т.д.), кадровым агентствам, Департаментам федеральной государственной службы занятости населения субъектов России, в том числе г. Брянск.

Кроме того, планируется реализовывать ведомственную целевую программу "Развитие интегрированной системы обеспечения высококвалифицированными кадрами организаций оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации в 2016-2020 годах" (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. N 170), программу «Развития Образования 2013-2020 гг» подпрограммы № 1 «Развитие профессионального образования», подпрограммы № 2 «Развитие дошкольного, общего и дополнительного образования детей», подпрограмму № 3 «Развитие системы оценки качества образования и информационной прозрачности системы образования и подпрограмму № 4 «Вовлечение молодежи в социальную практику» и совместно с инжиниринговым центром при БГТУ подпрограмму «Развитие инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна» государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328).

## **Миссия Центра профессионального превосходства EDuSKILLS**

Удовлетворение потребностей АО «Карачевского завода «Электродеталь» в высококачественном техническом образовании. Создание условий для развития подготовки высококвалифицированных кадров, реализация инновационных программ, воспитание молодого поколения, путем развития интереса к техническим профессиям, так называемым «профессиям будущего».

## **Ценности Центра профессионального превосходства EDuSKILLS**

Система ценностей центра базируется на системе ценностей АО «Карачевского завода «Электродеталь»:

1. статус ведущего завода в Брянской области;
2. ориентация деятельности центра на решение ключевых задач завода;
3. взаимодействие центра (завода) со стратегическими партнерами (БГТУ и Карачевского филиала ОГУ им. И.С. Тургенева);
4. поиск талантливых и активных студентов, владеющих необходимыми навыками, знаниями и компетенциями, в соответствии с требованиями завода;
5. активная социальная политика, формирование патриотической позиции и воспитание молодого поколения;
6. развитая инфраструктура и материально-техническая база, финансовая устойчивость;
7. проектные технологии управления центром, широкое внедрение системы менеджмента качества;
8. корпоративная культура, положительный имидж и профессиональное признание.

## **Объект исследования**

Рынок образовательных услуг, оказывающий профессиональное техническое обучение на всех этапах профессиональной подготовки, инжиниринговые центры при ВУЗах и предприятиях, технические ВУЗы страны, работа кадровых центров России.

## **Предмет исследования**

Основные рыночные показатели, основные участники рынка, основные характеристики спроса.

## **География исследования**

Россия.

## **Период исследования**

Июнь-август 2016 г.

## **Источники информации**

Данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы по финансовым рынкам, Министерство Труда и Социальной Защиты РФ, данные Министерства Образования РФ и других ведомств. Базовый информационный массив по России сформирован на основе данных, полученных из Единого Государственного Реестра Предприятий и Организаций (ЕГРПО) Росстата, а также тематических сайтов. Руководства, нормативно-правовая база (федеральные законы, подзаконные акты, стратегические и программные документы, ГОСТы, классификаторы, формы федерального статистического наблюдения и др.), аналитические доклады, интервью с представителями компаний схожей тематики.

Также использовались данные сайтов компаний, профильных объединений ассоциаций и сообществ, отраслевых и специализированных изданий, выложенные в общий доступ. Для сбора достоверной информации проводился опрос участников рынка в форме телефонных опросов (центры профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров) и прохождения аттестации в виде тестирования по специальности «Шлифовщик по металлу» одного из исследуемого центра профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров.

## **Сроки и этапы реализации проекта**

Реализация проекта пройдет в 2017-2020 годах, в 2017 г. будет осуществлена регистрация центра, осуществлены инвестиционные затраты, будет произведено лицензирование центра.

Начиная со второго полугодия 2017 г. будет осуществляться заключение договоров на оказание услуг с промышленными предприятиями, техническими ВУЗами и их партнерами (опорные ВУЗы, колледжи, школы, лицеи и т.д.), кадровыми агентствами и с центрами по переподготовки кадрового персонала.

**Финансовые ресурсы, необходимые для реализации проекта**

<b>№</b>	<b>Наименование</b>	<b>Сумма, руб.</b>
1.	Регистрация центра, включая госпошлину за регистрацию организации в размере 4.000 рублей	40.000
2.	Лицензирование деятельности центра, включая госпошлину за выдачу лицензии 6.000 рублей	61.000
3.	Прочие расходы за организационную деятельность центра	50.000
4.	Открытие Центра профессионального превосходства EDuSKILLS	2.382.983
4.1.	Аренда помещения	1.200.000
4.2.	Мебель	622.890
4.3.	Вычислительная техника, оргтехника и ИТ оборудование (включая программы для компьютеров и базы данных)	710.093
4.4.	Прочее	600.000
5.	Проведение рекламной кампании	28.691.835
6.	Фонд заработной платы сотрудников, с учетом привлеченных преподавателей	17.108.000
7.	Непредвиденные расходы	1.200.00
<b>Итого:</b>		<b>52.666.801</b>

### Оценка экономической эффективности проекта

Показатель	Величина измерения	Значения
Дисконтированный период окупаемости (DPP)	месяцев	28,2
Проектный период (PP)	месяцев	48
Чистая текущая стоимость Проекта (NPV)	тыс.рублей	27.820
Внутренняя ставка дохода (IRR)	%	16,73
Индекс прибыльности вложений (PI)	ед.	3
Рентабельность продаж (ROS)	%	10,7
Рентабельность инвестиций (ROI)	%	322



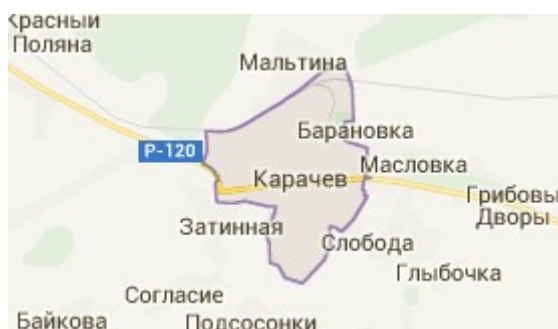
## Описание проекта

### Местонахождение проекта

Реализация проекта пройдет в г. Карачев Брянской области.

г.Карачев — административный центр Карачевского района Брянской области.

Расположен в 44 км от Брянска. Население города составляет 18.175 человек. Карачев — седьмой город по величине в Брянской области.



В границах Брянской области располагаются 22 ВУЗа, из них в Брянске -18, Дятьково -1, Карачев — 1, Новозыбков — 1, Унеча — 1.

Брянск - крупный промышленный город в России. Основные отрасли промышленности Брянска — машиностроение и металлообработка. Также развиты химическая, лесная деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная отрасли, приборостроение.

### Машиностроительные предприятия и заводы Брянска:

- ОАО «Брянский машиностроительный завод» (БМЗ) - крупнейшее предприятие транспортного машиностроения России, входит в состав группы «Трансмашхолдинг»;
- ОАО «Брянский завод колесных тягачей» (БЗКТ)— крупный производитель большегрузных колесных шасси для нефтегазового комплекса России;
- ОАО «Брянский Арсенал»- крупнейший производитель дорожно-строительной техники в России, входит в группу «ГАЗ»;
- ООО «Холдинговая компания «Строительные Машины и Механизмы» производство и продажа дорожно-строительной техники.

### Металлургические предприятия Брянска:

- ООО «Бежицкий сталелитейный завод»— производство стального литья для изготовления и ремонта железнодорожного транспорта.

### **Целлюлозно-бумажная отрасль промышленности Брянска:**

- ООО «Брянская бумажная фабрика»- один из крупнейших производителей гофроупаковки в Брянской области;
- ООО «Брянский картон»- крупный производитель гофрокартона Брянской области.

### **Электротехническая промышленность Брянска:**

- ОАО «Брянский экспериментальный завод по ремонту дизельных машин»- предприятие, специализирующееся на капитальном ремонте узлов и агрегатов отечественной техники, производстве запасных частей;
- ЗАО «Группа - Кремний» - производитель интегральных схем и полупроводниковых приборов;
- ФГУП «Брянский электромеханический завод» - крупное предприятие приборостроения, производитель радиоэлектронных деталей и компонентов.

Кроме того, на территории Брянской области функционируют 65 кадровых агентства, работающих во всех областях кадровой политики и на территории все России и обучающих центров — 28, из них только 5, специализирующихся на рабочих специальностях.

### **Описание проекта создания Центра профессионального превосходства EDuSKILLS**

Цель проекта — открытие центра по оказанию профессиональных услуг в сфере образования по подготовке квалифицированных кадров и переподготовке высококвалифицированных специалистов как для АО «Карачевского завода «Электродеталь», так и для сторонних промышленных организациях, с их дальнейшим трудоустройством.

### **Стратегические цели и задачи Центра профессионального превосходства EDuSKILLS**

Стратегические цели и задачи центра определяются его миссией и системой ценностей, с учётом реальных возможностей:

#### Цели развития образовательной среды Центра профессионального превосходства EDuSKILLS:

1. создание инновационной образовательной среды на основе проектного метода обучения, интеграции учебного процесса и научных исследований, способных решать задачи завода;
2. вхождение в число лидеров подготовки высококвалифицированных кадров для реального производства, возможно не только АО «Карачевского завода «Электродеталь»;
3. создание центра технического образования федерального уровня.

Задачи развития образовательной среды Центра профессионального превосходства EDuSKILLS:

1. модернизация образовательных процессов путем повышения качества профессиональной подготовки, интеграции учебного процесса и исследовательских работ, в соответствие с профильностью направления;
2. внедрение проектного метода обучения студентов с учетом жизненного цикла сложных инженерных объектов «идея – проект - изготовление – эксплуатация - утилизация» на основе взаимодействия и в интересах завода;
3. разработка и реализация совместно с высокотехнологичными предприятиями и организациями, инновационных образовательных технологий для развития многоуровневой подготовки: довузовское обучение, дополнительная профессиональная подготовка и переподготовка квалифицированных кадров завода;
4. развитие и внедрение инноваций в образовательном процессе, повышение значения самостоятельного обучения сотрудников завода;
5. разработка и внедрение дистанционного обучения путем использования ресурсов центра и завода дистанционных образовательных технологий и научно- технической библиотеки;
6. профессионально-общественная аккредитация и, возможно, международная сертификация образовательных программ и технологий.

Центр профессионального превосходства EDuSKILLS планирует внедрить программы контроля и качества оказываемых услуг, а также систем обучения и повышения квалификации сотрудников центра.

Кроме того, центром будут осуществляться следующие проекты - ведомственная целевая программа "Развитие интегрированной системы обеспечения высококвалифицированными кадрами организаций оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации в 2016-2020 годах" (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. N 170), программа «Развития Образования 2013-2020 гг» подпрограмме № 1 «Развитие профессионального образования», подпрограмме № 2 «Развитие дошкольного, общего и дополнительного образования детей», подпрограмме № 3 «Развитие системы оценки качества образования и информационной прозрачности системы образования и подпрограмме № 4 «Вовлечение молодежи в социальную практику» и, совместно с инжиниринговым центром при БГТУ подпрограмму «Развитие инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна» государственной программы Российской Федерации «Развитие

промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328).

### **Характеристика продуктов**

Обучение - целенаправленный педагогический процесс организации и стимулирования активной учебно-познавательной деятельности учащихся по овладению знаниями, умениями и навыками, развитию творческих способностей и нравственных этических взглядов.

Обучение — вид учебной деятельности, в которой количество и качество элементов знаний и умений ученика доводятся учителем (преподавателем) до должного уровня, составляющего цель обучения.

Деятельность обучения считается завершённой, а цель её достигнутой, если количество и качество учебного материала в повторно изготовленном продукте ученика будут соответствовать цели обучения или составлять должный уровень, представленный в цели обучения. Это достигается в процессе взаимодействия учителя и ученика, и требует от обеих сторон процесса обучения приложения усилий и действий, способствующих успешному достижению поставленных целей. Необходимо также совпадение поставленных целей, а в случае их несовпадения, приведение целей во взаимное соответствие всеми участниками процесса обучения к процессу общения. Учитель должен прилагать усилия и организовывать учебный материал по форме и содержанию для улучшения понимания учеником знаний, которые он воспринимает в процессе обучения. Уровень понимания учеником воспринятой информации зависит от затрачиваемых учеником усилий по овладению материала, а также от уже имеющегося уровня знаний, который был воспринят и понят учеником ранее.

Учебный центр - это общее название специализированных образовательных услуг, создаваемых при организациях, предприятиях и их объединениях в целях повышения квалификации или переподготовки персонала, а также для обучения новых работников и других лиц, нуждающихся в образовательных услугах данного профиля, также может использоваться для системы дистанционного обучения.

В правовом отношении центр представляет собой обособленную структуру любой общественно-правовой формы, предусмотренной законодательством РФ, осуществляющую на ее территории образовательную деятельность.

Предметом основной деятельности Центра профессионального превосходства EDuSKILLS не может быть производственная, банковская, торгово-посредническая сферы. Центру свойственна экономическая обособленность от государственной экономической системы, что выражается в полной самостоятельности ее ресурсов и оборотных средств. С

другими центрами, промышленными предприятиями, ВУЗами и кадровыми центрами, центр строит свои отношения на основе развития стратегического партнерства.

Государственное регулирование является необходимым элементом. Цель государственного регулирования - обеспечение формирования и развития эффективного функционирующего рынка образовательных услуг.

В систему мер государственного регулирования входит следующее:

1. Лицензирование — регистрация образовательного учреждения и выдача им лицензии на оказания образовательных услуг. Лицензирование образовательной деятельности регламентировано следующими документами:

- Законом РФ Об образовании;
- Федеральным законом от 22 августа 1996 г. N 125-ФЗ О высшем и послевузовском профессиональном образовании;
- Положением о лицензировании образовательной деятельности, которое утверждено постановлением Правительства РФ от 18 октября 2000 г. N 796. Эти условия определяют:
  - форму лицензии и ее реквизиты;
  - требования к владельцу лицензии (факт регистрации в качестве юр. лица, факт оплаты уставного капитала и требования к его размеру в зависимости от вида услуг);
- перечень документов, прилагаемых к заявлению на получение лицензии:
  - Документ, удостоверяющий личность заявителя (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность) – оригинал;
  - Копия устава – нотариально заверенная копия устава;
  - Копия свидетельства о внесении записи о юридическом лице в Единый государственный реестр юридических лиц – нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
  - Копии сведений о регистрации филиала по фактическому адресу, копии решения о создании филиала и утвержденного в установленном порядке Положения о филиале - нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
  - Копия утвержденного в установленном порядке Положения о структурном подразделении (для организаций, имеющих образовательное подразделение,

ведущее профессиональную подготовку) - нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;

- Копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе - нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
- Документы, подтверждающие наличие у соискателя лицензии в собственности или на ином законном основании оснащенных зданий, строений, сооружений, помещений и территорий – нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
- Справка о материально-техническом обеспечении образовательной деятельности по заявленным к лицензированию образовательным программам – по форме, утверждённой приказом Минобрнауки РФ от 11 декабря 2012 г. №1032 "Об утверждении форм заявлений о предоставлении лицензии на осуществление образовательной деятельности, о переоформлении лицензии на осуществление образовательной деятельности и справки о материально-техническом обеспечении образовательной деятельности по заявленным для лицензирования образовательным программам";
- Копия заключения Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека о соответствии (несоответствии) санитарным правилам используемых образовательными учреждениями (организациями) зданий и помещений для осуществления образовательного процесса- нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
- Копия заключения Государственной противопожарной службы о пригодности используемых зданий и помещений для осуществления образовательного процесса - нотариально заверенная копия или оригинал для сличения;
- Документ, подтверждающий уплату государственной пошлины за рассмотрение заявления о предоставлении лицензии – платежное поручение с отметкой банка о его исполнении;
- Опись документов, представленных для получения лицензии.
- порядок рассмотрения документов и выдача лицензии.

За выдачу лицензии взимается плата в установленном порядке, которая поступает в федеральный бюджет. При выявлении нарушений в деятельности центра государственный орган по надзору и качеству в образовательной деятельности вправе приостановить или

ограничить действие лицензии, либо принять решение о ее отзыве. Отказ в выдаче лицензии, ее отзыв, приостановка и ограничения действий можно оспорить в суде.

2. Финансовая устойчивость центра:

- достаточный собственный капитал;
- портфель рисков, сформированный с учетом стратегического партнерства;
- тарифная политика;
- размер обязательств (включая технические резервы).

3. Разработка форм и порядка для статистической отчетности, контроль своевременного представления финансовой отчетности инвестору.

4. Налогообложение партнеров и обучающихся лиц.

5. Другие меры государственного урегулирования, согласно организации образовательной деятельности с учетом Закона РФ (Федеральный закон от 04.05.2011 № 99 — ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»\_\_с учетом особенностей, установленных статьей 91 Федерального закона от 29.12.2012 № 273 — ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Положение о лицензировании образовательной деятельности, утвержденное Правительством РФ от 28.10.2013 № 966).

В целях обеспечения финансовой устойчивости, законодательно устанавливается требование к минимальному размеру уставного капитала (« Гражданский кодекс РФ (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ ред. От 23.05.2016 п. 1 статьи 66.2).

## Маркетинговый анализ рынка

### Динамика рынка образовательных услуг

В данном разделе, мы проанализируем технические ВУЗы страны, промышленные предприятия, работу инжиниринговых центров, востребованность технических направлений и профессий, географическое расположение ВУЗов и предприятий, для того, чтоб выбрать стратегию продвижения, рассчитаем объем рынка образовательных услуг и объем рынка по специальности «Шлифовщика по металлу», в качестве примера, в стоимостном выражении и др.

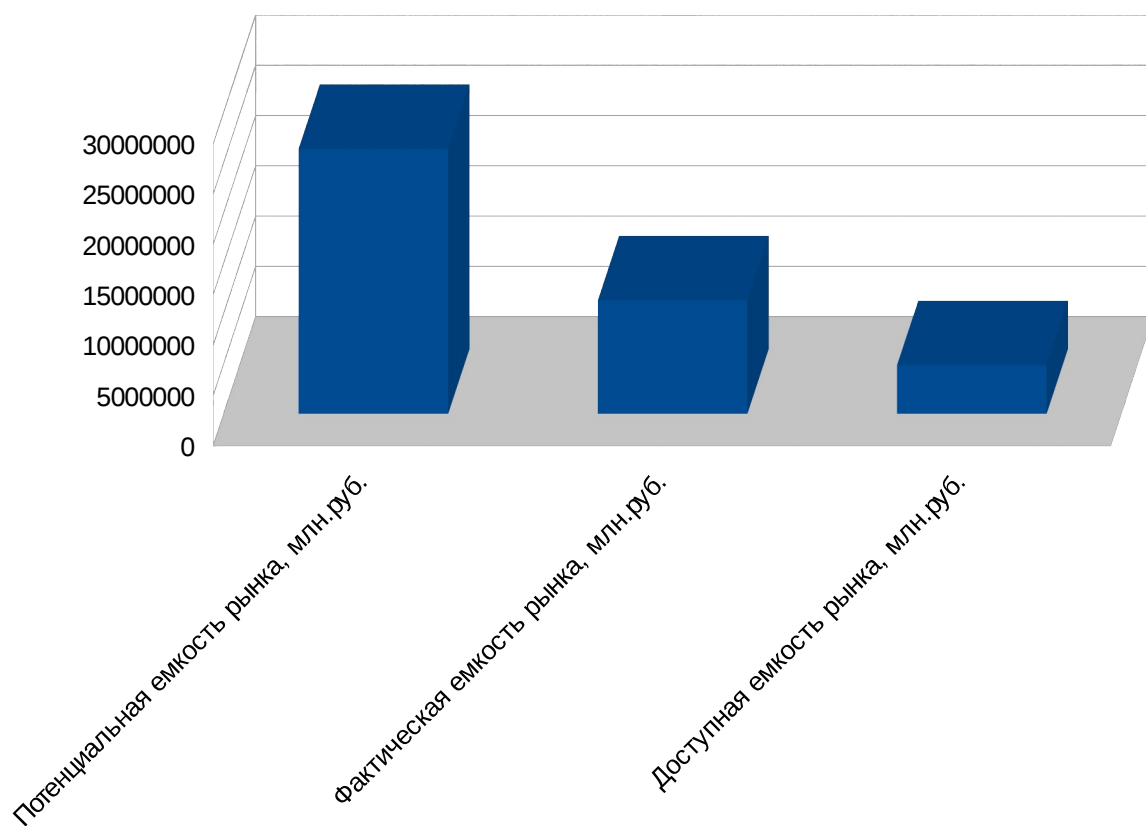
Общий объем проданных образовательных услуг по техническим направлениям в Российской Федерации в 2015 г. упал на 32% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. Доступная емкость рынка на 2016 г. составляет — 4.821.933,6 млн. рублей.

Для расчета объема рынка в стоимостном выражении, определяем следующие параметры:

Данные	Комментарии
Размер аудитории, в тыс.чел.	Количество фактических, потенциальных и доступных пользователей. Информация получена с помощью ресурсов государственной статистики.
Частота оказания услуг, шт.	Частота оказания услуг аудитории за расчетный период. Информация получена на основе опроса сотрудников Центра компетенции при АО «Карачевском заводе «Электродеталь» и телефонных опросов компаний, оказывающих услуги в области технического образования.
Средняя стоимость обучения, руб.	Информация получена на основе опроса компаний, оказывающих услуги в области технического образования.
Средняя продолжительность обучения за указанный период	Информация получена на основе опроса компаний, оказывающих услуги в области технического образования.
Расчетный период	С апреля 2015 по апрель 2016 г. (1 год)
Охват рынка	Россия
Критерий расчета	Возможный уровень потребления услуги по специальности «Шлифовщик по металлу»
Аудитория	Мужчины от 20 до 55 лет, со средним специальным и высшим образованием
Товарные группы	Вид услуги (он-лайн, офлайн), тестирование перед оказанием услуги, качество обучения, возможность прохождения практики, аттестация после обучения, вид выдаваемого документа.

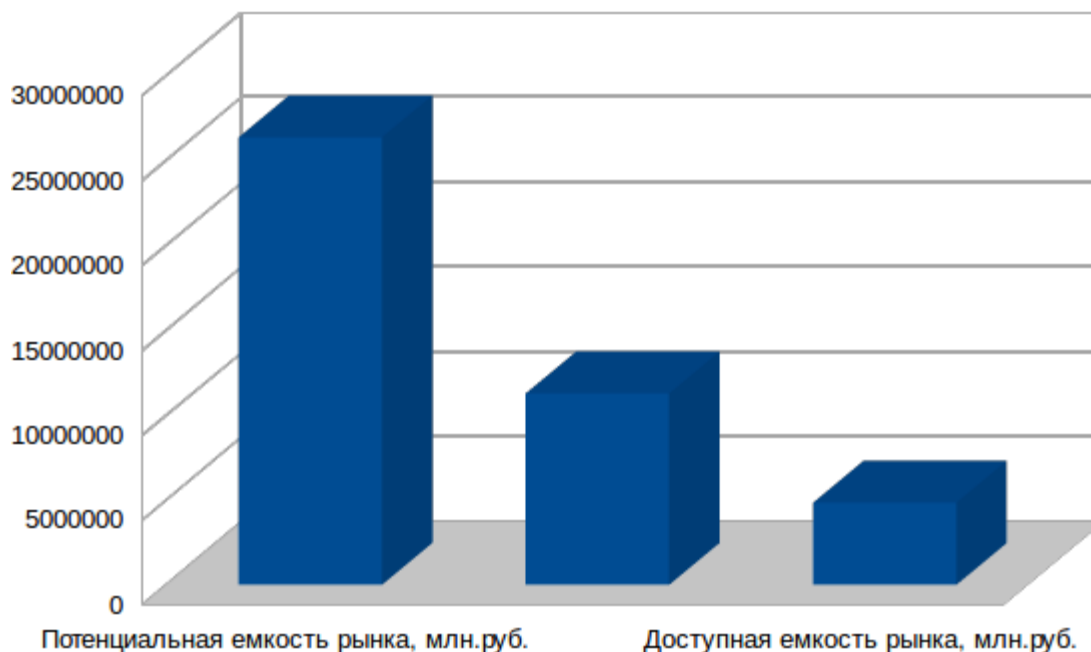


### Емкость рынка всех технических специальностей в России



Источник: Данные Росстата и научная работа А.Л.Арефьева, расчеты

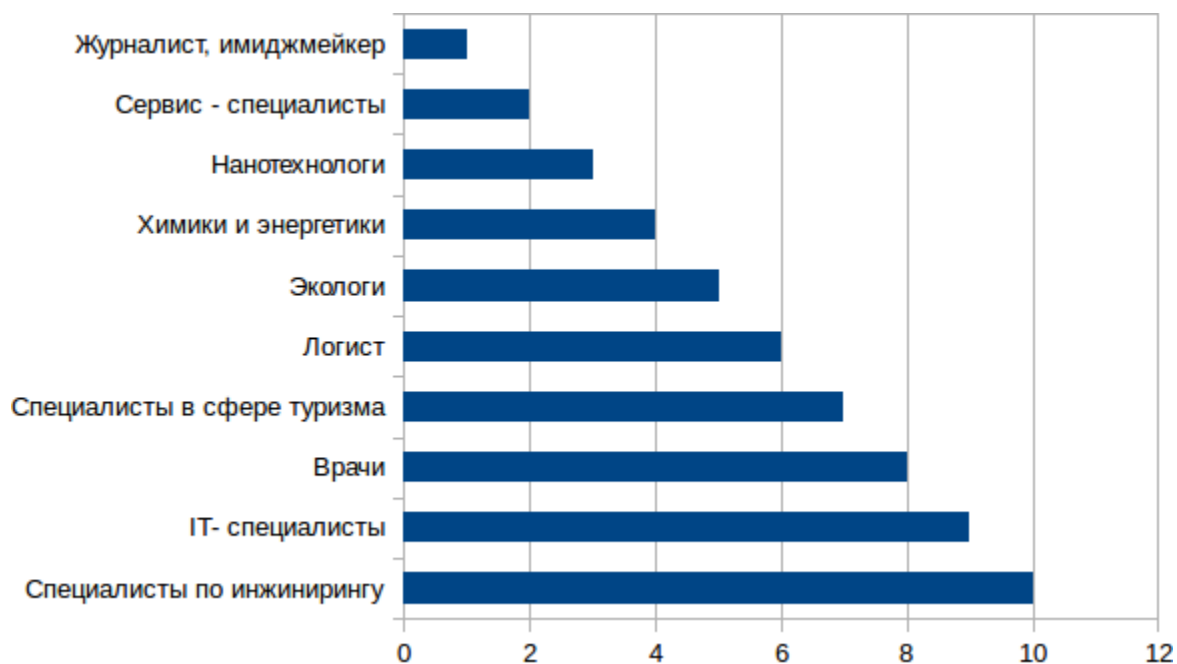
### Емкость рынка профессии «Шлифовщик по металлу» по России



Источник: Данные Росстата и н данные trud.com, расчеты

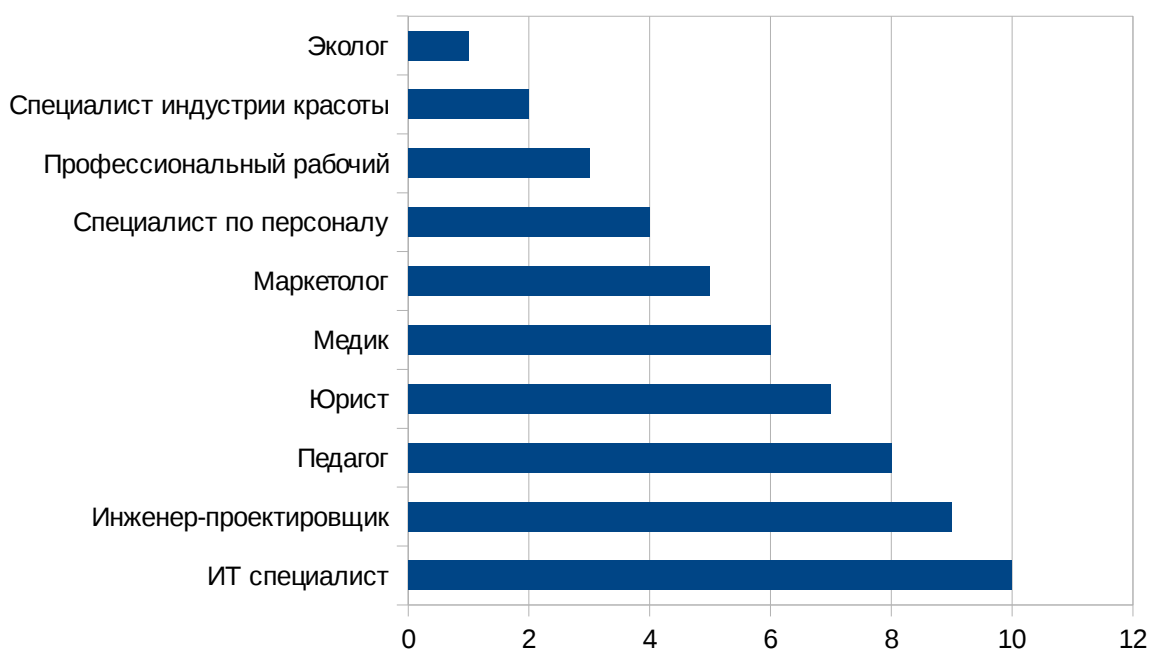
Из графиков видно, что рынок обладает большим потенциалом роста и профессия «Шлифовщик по металлу» имеет возможность занять хорошие позиции в списке востребованных профессий. Для Центра профессионального превосходства EDuSKILLS необходимо проведение образовательных кампаний и рекламной активности по привлечению аудитории и формированию положительного имиджа компании в целом для того, чтобы занять достойные позиции в данном сегменте.

### Рейтинг востребованных профессий в мире



Источник: <http://edunews.ru/professii/rating/vostrebovannie-v-mire.html>

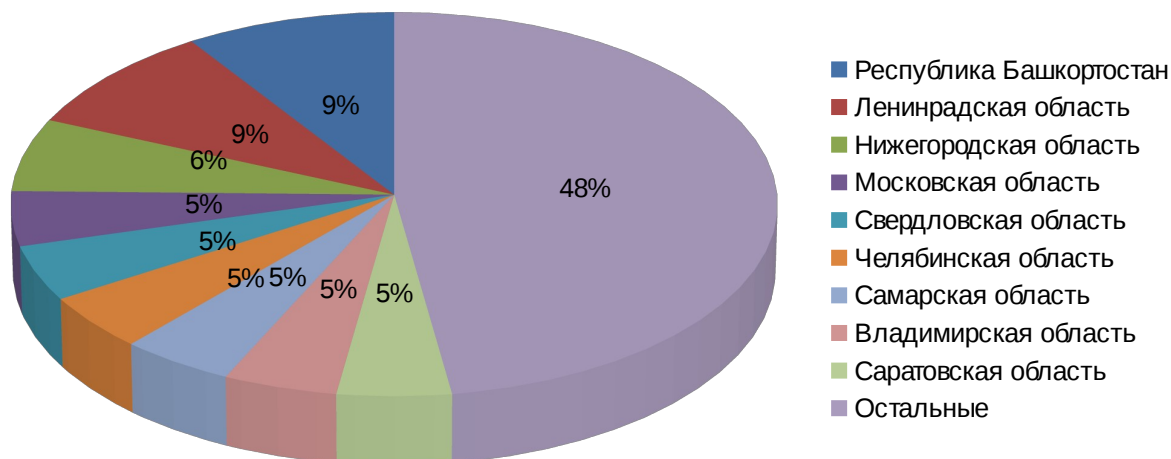
### Рейтинг востребованных профессий в России 2016 г.



Источник: <http://edunews.ru/professii/rating/vostrebovannie-Russia.htm>

Из представленного графика видно увеличение рейтинга востребованности таких профессий, как «инженер-проектировщик» и «профессиональный рабочий», в связи с этим появляется необходимость развития данных направлений для получения доли на рынке.

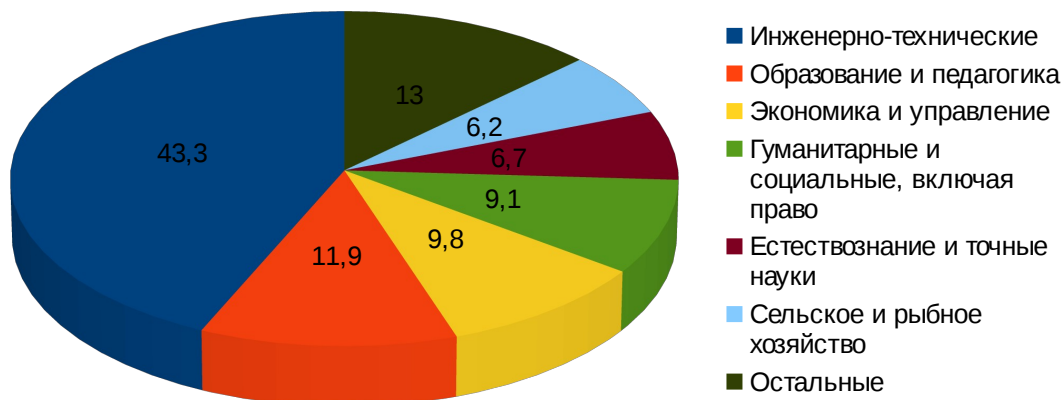
Далее рассмотрим структурную картину по потребностям промышленных предприятий специалистов по специальности «Шлифовщик по металлу» (как пример) по областям и республикам России.



Источники: Данные Министерства Труда и Социальной Защиты, открытые источники и расчеты

Из графика видно, что потребности промышленных предприятий России распределяются в примерно одинаковых процентных соотношениях.

### Распределение востребованных направлений обучения при поступлении в ВУЗы по России (2015-2016 гг)



Источник: данные Росстат и научная работа А.П. Арефьева и М.А. Арефьева «Социология образования»

В Российской Федерации 1.296 технических ВУЗов. ВУЗы, в которых готовят специалистов по направлению «Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств» всего 181, из них 10 находятся в Москве, 5 — в Санкт-Петербурге, остальные разбросаны по всей Российской Федерации. В основном ВУЗы работают напрямую с промышленными предприятиями, готовя специалистов для них.

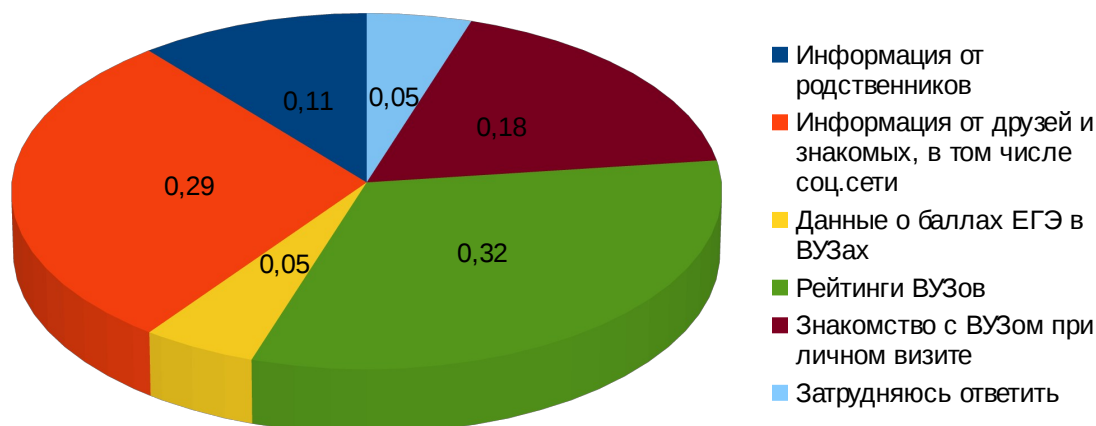
Ниже приведена карта России с распределением промышленных предприятий по территории Российской Федерации.

### 250 крупнейших промышленных центров городов России [TOP-250]



Источник: материалы открытых источников, расчет ИТП «Урбаника»

Как ни странно, рейтинги ВУЗов – главный фактор при выборе ВУЗа абитуриентами. «Эксперт» РА был проведен опрос участников IV Международного форума ВУЗов «Конкурентоспособность ВУЗов и глобализация: вызовы, ресурсы, опыт», вариант «рейтинги ВУЗов» – это самый популярный ответ на вопрос о том, что в реальности влияет на выбор выпускников школ (32%). Примечателен и тот факт, что будущим студентам информация от друзей и знакомых важнее мнения родственников, в том числе родителей (соответствующие варианты отметили 29% и 11% респондентов соответственно), эту информацию необходимо будет учесть при дальнейшем стратегическом планировании и планировании маркетинговой активности. Диаграмма с результатами опроса приведена ниже.



Источник: Эксперт РА

### Рейтинги ВУЗов по направлениям (2015 год)

Топ -50 ВУЗов в сфере «Технические, естественно-научные направления и точные науки»

№	Название ВУЗа
1	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
2	МГТУ им. Н.Э. Баумана - Национальный исследовательский университет техники и технологий
3	Московский физико-технический институт (государственный университет)
4	Санкт-Петербургский государственный университет
5	Новосибирский государственный университет
6	Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ"
7	Национальный исследовательский Томский политехнический университет
8	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
9	Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
10	Национальный исследовательский Томский государственный университет
11	Новосибирский государственный технический университет
12	Национальный исследовательский университет "МЭИ"
13	Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»
14	Российский государственный университет нефти и газа им. Губкина
15	Сибирский федеральный университет
16	Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР)
17	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

№	Название ВУЗа
18	Тюменский государственный нефтегазовый университет
19	Казанский (Приволжский) федеральный университет
20	Московский государственный строительный университет (НИУ)
21	Московский авиационный институт (НИУ)
22	Самарский государственный технический университет
23	Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»
24	Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С.П. Королева (НИУ)
25	Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"
26	Южно-Уральский государственный университет (НИУ)
27	Уральский государственный горный университет
28	Уфимский государственный нефтяной технический университет
29	Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)
30	Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева
31	Казанский национальный исследовательский технологический университет
32	Южный федеральный университет
33	Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (НИУ)
34	Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева
35	Московский государственный технологический университет «Станкин»
36	Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)
37	Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет
38	Российский химико-технологический университет им. Менделеева
39	Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова
40	Московский государственный технический университет радиотехники, электроники и автоматики
41	Сибирский государственный аэрокосмический университет им. ак. М.Ф. Решетнева
42	Дальневосточный федеральный университет
43	Воронежский государственный университет
44	Самарский государственный университет
45	Российский университет дружбы народов
46	Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)
47	Тюменский государственный университет
48	Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина
49	Пермский национальный исследовательский политехнический университет
50	Южно-Российский государственный технический университет (Новочеркасский



политехнический институт)

### Топ — 10 ВУЗов в сфере «Технические науки, инжиниринг и технологии»

№	Название ВУЗа
1	МГТУ им. Н.Э. Баумана - Национальный исследовательский университет техники и технологий
2	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
3	Национальный исследовательский Томский политехнический университет
4	Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ"
5	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
6	Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина
7	Московский физико-технический институт (государственный университет)
8	Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»
9	Новосибирский государственный технический университет
10	Национальный исследовательский университет "МЭИ"

Источник: RAEX ("Эксперт РА"). При подготовке рейтинга репутации использовались данные опросов, проведенных RAEX ("Эксперт РА") в 2012, 2013, 2014 и 2015 годах.

### Критерии рейтингов репутации ВУЗов по направлениям

Название критерия  * «да» или «нет» обозначено, применяется или нет критерий в зависимости от оцениваемой сферы.	Применимость критерия в зависимости от сферы		
	Технические науки, инжиниринг и технологии	Математика и естественные науки	Информационные технологии
<b>УСЛОВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ</b>			
Оценка представителями академических кругов уровня преподавания в университетах	да	да	да
Оценка представителями академических кругов уровня международной интеграции университетов	да	да	да
Оценка представителями академических кругов уровня ресурсного обеспечения образовательного процесса	да	да	да
Оценка студентами и выпускниками качества прикладных знаний и навыков выпускников	да	да	да

УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ВЫПУСКНИКОВ РАБОТОДАТЕЛЯМИ			
Оценка студентами и выпускниками способности выпускников университета приобретать новые знания и навыки	да	да	да
Оценка работодателями качества прикладных знаний и навыков выпускников	да	да	да
Оценка работодателями способности выпускников университета эффективно работать на управленческих и административных позициях	нет	нет	нет
Оценка работодателями возможностей выпускников вуза для карьерного роста	да	да	да
Оценка студентами и выпускниками уровня предпочтений выпускников университета на рынке труда	да	да	да
Оценка работодателями интенсивности сотрудничества вуза с работодателями	да	да	да
УРОВЕНЬ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			
Оценка студентами и выпускниками потенциала научного творчества учащихся	да	да	да
Оценка академическим и научным сообществом общего уровня научно-исследовательской активности вузов	да	да	да
Оценка представителями академического и научного сообщества популярности научных публикаций сотрудников университета	да	да	да
Оценка представителями академического и научного сообщества успешности	да	да	да

коммерциализации разработок университетов			
Оценка представителями научного сообщества инфраструктуры для научных исследований	да	да	да

Из представленных графиков и таблиц, видно, что рынок образовательных услуг в техническом направлении востребован, растет интерес к инженерно-техническим направлениям, условия для получения качественного образования, уровень научно-исследовательской деятельности и востребованности выпускников в работе есть, но необходима корректировка с учетом развития технологий.

Еще одним интересным и привлекательным направлением является продвижение инжинирингового центра при БГТУ.

В целях исполнения поручения Правительства Российской Федерации от 23 мая 2013 г. № ОДМ-П8-3464 и в рамках реализации Плана мероприятий («дорожной карты») в области инжиниринга и промышленного дизайна, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 23 июля 2013 г. № 1300-р (пункт 12) в сентябре 2013 г., Минобрнауки объявил о начале реализации совместного с Минпромторгом пилотного проекта по созданию и развитию инжиниринговых центров на базе ведущих технических ВУЗов страны. В декабре 2013 г. была разработана подпрограмма «Развитие инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна» государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», сформирован Совет по инжинирингу и промышленному дизайну при Минпромторге России.

Подпрограмма «Развитие инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна» среди прочего, направлена на формирование при ВУЗах центров, которые оказывают инжиниринговые услуги для производственных компаний, а также ведут подготовку инженеров и продвигают инновационные разработки на рынок. В ходе ее реализации Минобрнауки совместно с Минпромторгом формирует рабочую группу по отбору ВУЗов и развитию инжиниринговых центров.

Для участия в ней ВУЗы готовят и направляют в адрес Минобрнауки стратегическую программу развития центра на срок до 5 лет и информацию о производственных, образовательных, организационных ресурсах ВУЗа в области инжиниринга и промышленного дизайна.

В настоящее время уже созданы и успешно функционируют 25 инжиниринговых центров при ВУЗах. По итогам отбора проектов в рамках третьей очереди открытого конкурса в этом году были отобраны еще 11 центров, которым будет предоставлена государственная поддержка.

**Инжиниринговые центры, созданные на базе образовательных организаций высшего образования и получившие субсидии на реализацию пилотных проектов**

№	Наименование	Название/тема центра	Суть проекта/рынок	Стоимость проекта, млн руб.
1	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»	Центр инжиниринга МИСИС	технология изготовления высокоточных, сложнофасунных, литых деталей для машиностроения	60
		Центр инжиниринга промышленных технологий	горно-химическая схема развития технологии получения ядерных энергоресурсов	
2	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	Центр инжиниринга при НИЯУ МИФИ	микропроцессорные системы	60
		Центр инжиниринга промышленных технологий	горно-химическая схема развития технологии получения ядерных энергоресурсов	
3	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский физико-технический институт (государственный университет)»	Инжиниринговый центр МФТИ по трудноизвлекаемым полезным ископаемым	создание инжинирингового центра по компетенции специалистов, техническому оснащению, сложности и качеству решаемых задач, занимающих заметную долю российского рынка с выходом на мировой	60
4	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального	Лазерные и аддитивные технологии	- ликвидация отставания РФ в использовании и применение лазерных и аддитивных технологий;	50

	образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»		- создание единой отечественной научно-исследовательской, образовательной и производственной базы для использования и развития аддитивных технологий, включая трансфер в промышленное производство; создание и развитие высокотехнологичных производств, производящих продукцию мирового уровня.	
5	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный технический университет имени Н.Э.Баумана»	Инжиниринговый центр композиционных материалов на базе МГТУ им. Н.Э. Баумана	Развитие инжиниринговых услуг в области разработки композиционных материалов и изделий из них, широкое внедрение композиционных материалов в отрасли экономики	50
6	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет»	Центр в области «Chemical Engineering» при КНИТУ	Предоставление конкурентоспособных на мировом уровне инжиниринговых услуги в области «Chemical engineering» для бизнеса на базе развития инновационной инфраструктуры ВУЗа	45
7	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский	Инжиниринговый центр «КАИ-композит»	Использование композиционных материалов в различных отраслях техники и строительства	45

	национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»			
8	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Иркутский государственный технический университет»	Инжиниринговый центр при Национальном исследовательском иркутском государственном техническом университете	инжиниринговые услуги в области создания особо опасных, технически сложных и уникальных объектов капитального строительства	40
9	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет»	Центр компьютерного инжиниринга	разработка и применение мультидисциплинарных компьютерных технологий исследования актуальных проблем новых материалов, физико-механических и технологических процессов; компьютерное проектирование в инжиниринге конкурентоспособных машин, конструкций, приборов и сооружений новых поколений.	40
10	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»	Владимирский инжиниринговый центр в области лазерного машиностроения при ВлГУ	Технологии на основе волоконных лазеров для конкретных материалов, деталей и под индивидуальные технические требования к изделию	40
11	Федеральное государственное бюджетное образовательное	Инжиниринговый центр МГТУ	Информационно-аналитическое обеспечение	10

учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»	«СТАНКИН»	технологического перевооружения машиностроения Разработка и реализация программ и проектов технологического перевооружения машиностроительных предприятий с преимущественным применением отечественных средств машиностроительного производства Разработка (НИОКР) и организация серийного производства наукоемкого импортозамещающего механообрабатывающего оборудования	
<b>Итого</b>			<b>500 млн.рублей</b>

Выгоды от реализации данного направления следующие:

- повышение эффективности деятельности за счет внедрения передовых разработок;
- рост предложения на рынке инжиниринга;
- использование инфраструктуры ВУЗов и научных организаций для проведения исследований и создания прикладных разработок.

Государственная поддержка в сфере инжиниринга и промышленного дизайна осуществляется путем реализации мероприятий «Дорожной карты в области инжиниринга и промышленного дизайна» (утверждена распоряжением Правительства РФ от 23 июля 2013г. №1300-р) и программы Минпромторга «Развитие инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна», государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (утверждена Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 года №328).

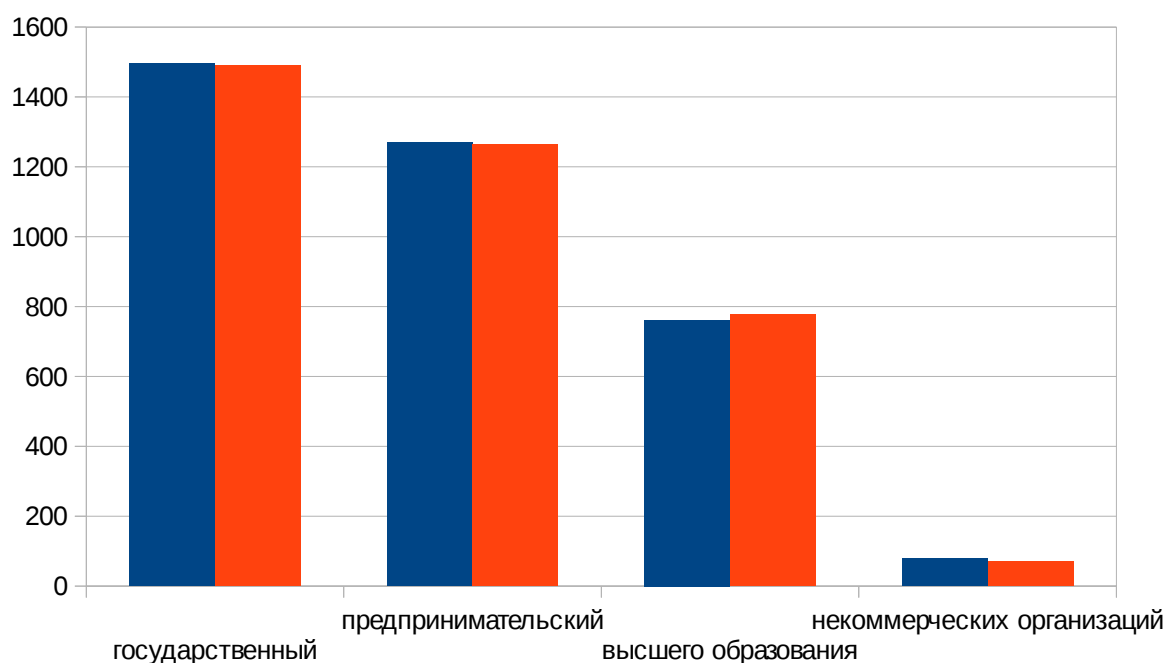
Поддержка включает организационные и финансовые меры.

Финансовая поддержка предоставляется:

- Организациям-заказчикам инжиниринговых услуг (в данной роли, может выступать Центр Профессионального превосходства EDuSKILLS, который будет являться стратегическим партнером АО «Карачевского завода «Электродеталь» и инжинирингового центра при БГТУ);
- Организациям, реализующим инновационные проекты в области инжиниринга и промышленного дизайна (в данной роли может выступать АО «Карачевский завод «Электродеталь»);
- Инжиниринговым центрам, созданным на базе ведущих российских вузов и научных организаций, находящихся в сфере введения федеральных органов исполнительной власти (может быть инжиниринговый центр при БГТУ);
- Субъектам Российской Федерации.

С 2015 г. в России с экономическо-финансовой стороны, замечен темп снижения образовательных услуг на всей территории Российской Федерации, но благодаря поддержке государства и развитию целевых программ в науке и инновациях, рынок востребован и в дальнейшем будет только расти.

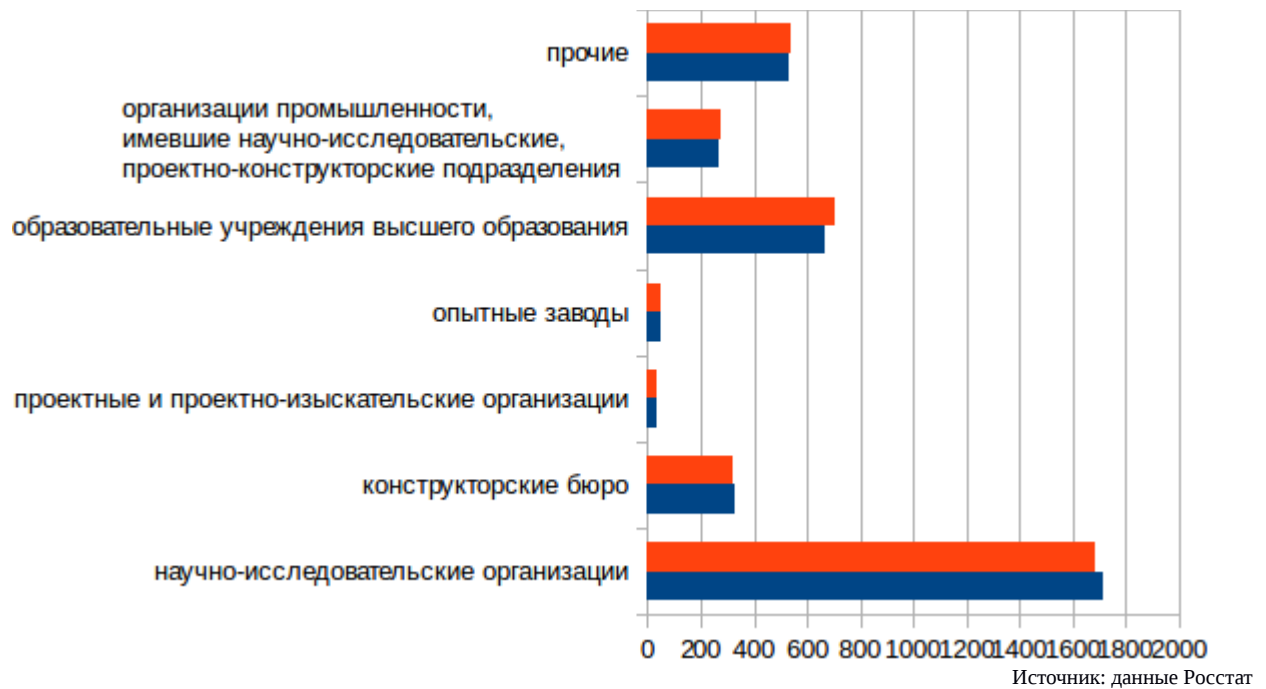
**Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки, по секторам организаций по Российской Федерации в 2014 и 2015 гг.**



Источник: данные Росстат



**Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации**



## **Маркетинговый план**

---

### **Выбор стратегии**

**Выявление проблем во внешней и внутренней среде, на решение которых будет направлена программа развития Центра профессионального превосходства EDuSKILLS.**

Центр профессионального превосходства EDuSKILLS, с помощью инжинирингового центра БГТУ и Карачевского филиала ОГУ им. И.С.Тургенева реализует политику развития, направленную на укрепление позиций и повышение конкурентоспособности в системе профессиональной переподготовки и повышения квалификации сотрудников АО «Карачевского завода «Электродеталь».

Проведенный мониторинг образовательной и научной инфраструктуры, показал возможность развития различных направлений сотрудничества с промышленными, научными и образовательными партнерами.

Разработанные Центром профессионального превосходства EDuSKILLS программы, во многом носят междисциплинарный характер и их решение будет способствовать развитию центра. Это отражено в стратегических целях и ключевых задачах бизнес планирования.

Важными преградами, в развитии центра являются геополитическая обстановка, кризисная обстановка в экономике Российской Федерации и начавшийся новый этап технологического развития глобальной экономики. Поэтому, в число основных целей и задач Программы развития входит достижение высоких стандартов качества образования и научных исследований, а также реализация эффективной молодежной политики, основанной на воспитании и развитии интереса к техническим профессиям, так называемым «профессиям будущего». Одной из преград, является заметный рост конкуренции на рынке, создание при университетах и промышленных предприятиях центров профессионального роста и превосходства.

В связи с этим необходимо проводить постоянную работу по повышению конкурентоспособности. Программа развития является одним из инструментов в развитии Центра профессионального превосходства EDuSKILLS и определяет основные направления взаимодействия центра со всеми стратегическими партнерами – промышленными предприятиями, ВУЗами, научными организациями, студентами, абитуриентами, школьниками, работниками АО «Карачевского завода «Электродеталь» и общественностью.

**Сильные внутренние стороны Центра профессионального превосходства (совместно с инжиниринговым центром БГТУ и его филиалом ОГУ им. И.С. Тургенева):**

1. Центр профессионального превосходства EDuSKILLS специализируется преимущественно на техническом образовании, а технические специальности на сегодняшний день поощряются правительством России.
2. Хорошая научная база: библиотека, помещения для обучения, лабораторные (кабинеты с использованием тестовой аппаратуры), большое количество компьютеров, используются современные программные средства.
3. Используется уникальная технология проверки знаний студентов, сотрудников завода, разработанная своими силами. Разработаны тесты для разных направлений деятельности сотрудников, в том числе на предмет ознакомления со Стандартами Организации. Система дистанционного обучения "Электродеталь".
4. Команда высококвалифицированных специалистов.
5. Постоянное взаимодействие со школьниками, абитуриентами, студентами (развитие интереса к техническим специальностям, обучение, практика, предоставление места работы и постоянная возможность совершенствоваться в своем деле).
6. Поиск сотрудниками интересных и нужных материалов, составление программ обучения с учетом развития рынка.
7. Работа с квалифицированными специалистами в профильных областях, перенимание опыта партнеров и желание развиваться.
8. Развитие программ социальной ответственности.
9. Партнерство с Брянским Государственным Техническим Университетом и Карачевским филиалом ОГУ им. И.С. Тургенева.
10. Брянский Государственный Технический Университет имеет опорные ВУЗы, тем самым повышая рост количества учащихся в Центре профессионального превосходства EDuSKILLS.
11. АО «Карачевский завод «Электродеталь» известен не только в Брянской области, но так же в Орловской, Калужской (по данным мониторинга, Калужская место занимает 3 место по России по росту дохода населения за первый квартал 2016 г.) и Смоленской областях среди специалистов всех технических профессий. Он востребован студентами ВУЗов в качестве места работы после окончания ВУЗа. Завод сотрудничает с БГТУ, который известен тем, что в нем работает большое количество

докторов и кандидатов наук, заслуженных ученых России, тем самым напрямую готовя профессионалов в своей области - квалифицированных сотрудников завода.

12. Мониторинг востребованных профессий, показывает, что техническое направление, как выбор будущего, популярно среди абитуриентов и это повышает их интерес к самому заводу. Продвижение Центра профессионального превосходства EDuSKILLS необходимо для увеличения интереса будущего поколения к заводу.
13. Широкое вовлечение школьников, абитуриентов, студентов в научно-исследовательскую деятельность, способствующее росту их патриотического воспитания и обеспечивающее высокую конкурентоспособность на рынке труда.
14. Рост корпоративной культуры, создание площадок для объединения сотрудников, обучающихся, через проведение конференций и форумов, культурных и спортивных мероприятий.

#### **Слабые внутренние стороны:**

1. Отсутствует маркетинговая служба.
2. Отсутствует мотивация к профессиональному росту у некоторых сотрудников и преподавателей.
3. Недостаточная информационная грамотность кадрового состава, может привести к неквалифицированному обучению персонала.
4. Нет разработанных методик и технологий мониторинга ряда направлений деятельности, сертифицированных на международном уровне, это может замедлить рост развития кадров.
5. Недостаточность нормативной базы регламентирующей процессы управления в целом.
6. На момент проведения исследования у центра нет своего сайта - на сайте завода имеется только общая информация, что усложняет поиск специалистов/преподавателей/возможных учеников.
7. На данный момент нет надежного и долговременного стратегического партнерства с бизнес-структурами различного уровня, промышленными предприятиями, научными и образовательными организациями.

**Внешняя среда (угрозы),** которые могут оказать негативное воздействие на деятельность Центра профессионального превосходства.

1. Нет выраженной системы взаимодействия с социальными контактами и стратегическими партнерами.

2. Нет активности в продвижении инновационных, консультативных и образовательных услуг на российском рынке.
3. Наличие у абитуриентов с высокими балами ЕГЭ возможности поступить в престижные ВУЗы Москвы, Санкт-Петербурга и других городов миллионников, где вероятность трудоустройства выше, чем в маленьких городах, может привести к снижению интереса к Центру профессионального превосходства EDuSKILLS.
4. В связи с экономической ситуацией в стране, зафиксировано заметное снижение доходов населения и сокращения рабочих мест, тем самым заметно снижение количества абитуриентов.
5. Переход на бакалавриат и магистратуру вызвал необходимость подготовки новых рабочих программ, в связи с этим, необходимо подстраиваться под новые возможности и разрабатывать собственные учебные материалы с учетом развития технологий. Нужны специалисты (партнеры) для разработки учебных материалов, с учетом развивающихся технологий.
6. Зарботная плата преподавателя не должна быть ниже средней зарботной платы региона, ибо преподаватели, работающие в дотационных регионах с низкой средней зарботной платой населения, будут получать низкую зарплату, а это может привести к тому, что квалифицированные сотрудники начнут искать другое место работы с более высоким доходом.
7. Снижение рождаемости может также привести к снижению количества абитуриентов, тем самым, вызвав большую конкуренцию между крупными и региональными городами в кадровом соотношении.
8. Человеческий фактор: проблема подбора высококвалифицированных преподавателей и сбор группы для обучения.
9. Нет статуса юридического лица.

**Далее рассмотрим имеющиеся у Центра профессионального превосходства EDuSKILLS возможности:**

1. Руководство страны поощряет получение технического образования, Центр профессионального превосходства, совместно со стратегическими партнерами может рассчитывать на дополнительные поступления из бюджета.
2. Получение дополнительных источников финансирования.

3. Создание временных творческих коллективов для решения задач в области качества образования.
4. Внедрение системы морального, экономического, организационного стимулирования преподавателей к высокому качеству учебного процесса, а школьников, студентов и абитуриентов к выбору будущего.
5. Разработка автоматизированной административно-управленческой системы.
6. Создание системы повышения квалификации в области профильного образования.
7. Разработка системы поддержки воспроизводства собственного потенциала.
8. Реализация программ профессионального образования, обеспечение оперативного реагирования системы подготовки кадров на запросы завода.

### **Сопоставление сильных, слабых сторон, возможностей и угроз в SWOT-анализе Центра профессионального превосходства EDuSKILLS.**

Таким образом, не смотря на наличие слабых сторон у Центра профессионального превосходства EDuSKILLS и наличие угроз во внешней среде, деятельность центра можно рассматривать как достаточно эффективную.

Существует угроза снижения количества специалистов в будущем, но благодаря сложившемуся позитивному имиджу завода, его известности в регионе, можно рассчитывать на сохранение необходимого количества заинтересованных лиц.

Руководство центра, благодаря поощрению технических специальностей руководством страны, может рассчитывать в будущем на дополнительные источники финансирования, что даст возможность для дальнейшего продвижения образовательных услуг центра.

В центре собрана хорошая техническая и научная база, имеется большое количество методических материалов, большое количество компьютерных программ, работа в стенах завода, становится престижной. Это позволит поддержать репутацию центра на высоком уровне, а так же быть эффективным проектом, т.е. гарантирует благоприятный сценарий его развития в будущем.

Исходя из данного SWOT - анализа Центра профессионального превосходства SDuSKILLS, можно сделать вывод, что центр функционирует в достаточно благоприятной среде. Имеющиеся недостатки можно устранить. Угрозы, существующие во внешней среде, могут негативно сказаться на деятельности центра в будущем, поэтому нужно уже сегодня улучшать позиции и искать стратегических партнеров. Важно продолжать развивать методическую базу, тем более это особенно актуально при переходе на новую систему бакалавриата и магистратуры, соответственно, сказывается на уровне переподготовки кадров

и повышение их квалификации. В центре должно быть все необходимое для получения знаний не только студентам, школьникам и абитуриентам, но и преподавательскому составу. У завода есть возможность в получении перспективных специалистов в инженерно-технических кадрах.

### Первичный SWOT-анализ

	Сильные стороны	
	Возможности	
	«О» - OPPORTUNITIES	
Внешняя среда	Угрозы	
	«Т»-THREATS	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Руководство страны поощряет получение технического образования, Центр профессионального превосходства, совместно со стратегическими партнерами может рассчитывать на дополнительные поступления из бюджета.</li> <li>2. Возможность получения дополнительных источников финансирования.</li> <li>3. Создание временных творческих коллективов для решения задач в области качества образования.</li> <li>4. Внедрение системы морального, экономического, организационного стимулирования преподавателей к высокому качеству учебного процесса, а школьников, студентов и абитуриентов к выбору будущего.</li> <li>5. Разработка автоматизированной административно-управленческой системы.</li> <li>6. Создание системы повышения квалификации в области профильного образования.</li> <li>7. Разработка системы поддержки воспроизводства собственного потенциала.</li> <li>8. Реализация программ профессионального образования, обеспечение оперативного реагирования системы подготовки кадров на запросы завода.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нет выраженной системы взаимодействия с социальными контактами и стратегическими партнерами.</li> <li>Нет активности в продвижении инновационных, консультативных и образовательных услуг на российском рынке.</li> <li>2. Наличие у абитуриентов с высокими балами ЕГЭ возможности поступить в престижные ВУЗы Москвы, Санкт-Петербурга и других городов миллионников, где вероятность трудоустройства выше, чем в маленьких городах, может привести к снижению интереса к Центру профессионального превосходства.</li> <li>3. В связи с экономической ситуацией в стране, зафиксировано заметное снижение доходов населения и сокращения рабочих мест, тем самым заметно снижение количества абитуриентов.</li> <li>4. Переход на бакалавриат и магистратуру вызвал необходимость подготовки новых рабочих программ, в связи с этим, необходимо подстраиваться под новые возможности и разрабатывать собственные учебные материалы с учетом развития технологий. Нужны специалисты (партнеры) для разработки учебных материалов, с учетом развивающихся технологий.</li> <li>5. Зарботная плата в образовании не должна быть ниже средней зарботной платы региона, это означает, что преподаватели, работающие в дотационных регионах с низкой средней зарботной платой населения, будут получать низкую зарплату, это может привести к тому, что квалифицированные сотрудники начнут увольняться с работы, поскольку будут вынуждены искать другие пути заработка.</li> <li>6. Снижение рождаемости может также привести к снижению количества абитуриентов, тем самым, вызвав большую конкуренцию между крупными и региональными городами.</li> <li>7. Человеческий фактор: проблема подбора высококвалифицированных преподавателей и сбор группы для обучения.</li> </ol>

Внутренняя среда		8. Нет статуса юридического лица.
	Преимущества «S»-STRENGTH	Недостатки «W»-WEAKNESS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Центр профессионального превосходства (инжиниринговый центр БГТУ и Карачевский филиал ОГУ им. И.С. Тургенева) специализируется преимущественно на техническом образовании, а технические специальности на сегодняшний день поощряются правительством России.</li> <li>2. Имеется хорошая научная база: библиотека, помещения для обучения, лабораторные (кабинеты с использованием тестовой аппаратуры), большое количество компьютеров, используются современные программные средства.</li> <li>3. Используется уникальная технология проверки знаний студентов, сотрудников завода, разработанная своими силами. Разработаны тесты для разных направлений деятельности сотрудников, в том числе на предмет ознакомления со Стандартами Организации. Система дистанционного обучения "Электродеталь".</li> <li>4. Команда высококвалифицированных специалистов.</li> <li>5. Постоянное взаимодействие со школьниками, абитуриентами, студентами (развитие интереса к техническим специальностям, обучение, практика, предоставление места работы и постоянная возможность совершенствоваться в своем деле).</li> <li>6. Поиск сотрудниками интересных и нужных материалов, составление программ обучения с учетом развития рынка.</li> <li>7. Работа с квалифицированными специалистами в профильных областях, перенимание опыта партнеров и желание развиваться.</li> <li>8. Развитие программ социальной ответственности.</li> <li>9. Партнерство с лидирующими специалистами ВУЗа.</li> <li>10. АО «Карачевский завод «Электродеталь» известен не только в Брянской области, но так же в Орловской, Калужской и Смоленской областях среди специалистов всех технических профессий, соответственно, востребован</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствует маркетинговая служба.</li> <li>2. Отсутствует мотивация к профессиональному росту некоторых сотрудников и преподавателей</li> <li>3. Недостаточная информационная грамотность кадрового состава, может привести к неквалифицированному обучению персонала.</li> <li>4. Нет разработанных методик и технологий мониторинга некоторых направлений деятельности, сертифицированных на международном уровне.</li> <li>5. Недостаточность нормативной базы регламентирующей процессы управления в целом.</li> <li>6. На момент проведения исследования нет своего сайта, имеет общую информацию на сайте завода, чем усложняет поиск специалистов.</li> </ol>



	<p>студентами ВУЗов в качестве места работы после окончания ВУЗа. Завод сотрудничает с БГТУ, который известен тем, что в нем работает большое количество докторов и кандидатов наук, заслуженных ученых России, тем самым напрямую готовя профессионалов в своей области - квалифицированных сотрудников завода</p> <p>11. Мониторинг востребованных профессий, показывает, что техническое направление, как выбор будущего, популярно среди абитуриентов и это повышает их интерес к самому заводу. Продвижение Центра профессионального превосходства EDuSKILLS необходимо для увеличения интереса будущего поколения к заводу.</p>	
--	---	--

### Поэлементарный SWOT-анализ

Строим матрицу для выделения возможных частных стратегий и их последующего анализа.

Основные, интересующие нас направления:

Конкурентные активы. Использование преимуществ центра профессионального превосходства (сильных сторон) для освоения рыночных возможностей (S-O).

Конкурентные пассивы. Преодоление недостатков компании (слабых сторон) для нивелирования угроз (W-T).

Узкие места. Преодоление недостатков компании (слабых сторон) для освоения возможностей (W-O)

Безопасность и защита. Использование преимуществ компании (сильных сторон) для нивелирования угроз (S-T).

	S- преимущества	W-недостатки
О	Конкурентные активы (S-O) Максимизация использования сильных сторон и благоприятных возможностей	Узкие места (W-O) Минимизация влияния слабых сторон и максимизация использования благоприятных возможностей
<b>Возможности</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стратегия быстрого роста (O6,O7,O2,O3,O4, S1,S2,S3,S4,S7,S11)</li> <li>Стратегия диверсификации по отраслям (O2,O5,S4,S6,S7,S9)</li> <li>Стратегия развития по средствам потребностей завода (O8,O1,O3,O4,O7, S2,S3,S4,S5,S6,S10,S11)</li> <li>Стратегия повышения уровня доверия к центру и заводу в целом (S7,S9,S10,S11,O1,O6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стратегия быстрого роста (O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7,W1,W2,W3, W4,W5,W6)</li> <li>Стратегия диверсификации по отраслям (O2,O3,O6,O7,O8,W3,W4,W5,W6)</li> <li>Стратегия развития по средствам потребностей завода (O1,O2,O3,O4,O6,O7,O8,W3,W4,W5, W6)</li> <li>Стратегия повышения уровня доверия центра и завода в целом</li> </ul>

		<p>(O3,O4,O6,O8,W6)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегия наступательной маркетинговой политики (O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7,O8,W1,W2,W3,E4,W5,W6)</li> <li>• Стратегия диверсификации по географии (O3,O6,O8,W5,W6)</li> <li>• Стратегия функционального лидерства (O1,O2,O3,O4,O5,O6,O7,O8,W1,W2,W3,W4,W5,W6)</li> </ul>
<b>Т</b>	<b>Безопасность и защита (S-T)</b> Максимизация использования сильных сторон и минимизация возможных угроз	<b>Конкурентные пассивы (W-T)</b> Минимизация влияния слабых сторон и минимизация возможных угроз
<b>Угрозы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегия наступательной маркетинговой политики (S1,S2,S3,S4,S6,S7,S10,S11,T1,T3)</li> <li>• Стратегия быстрого роста (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S10,S11,T4,T5,T6,T7,T8)</li> <li>• Стратегия диверсификации по отраслям (S2,S3,S5,S6,S7,S9,T1,T2,T3,T4,T6,T8)</li> <li>• Стратегия диверсификации по географии (S5,S6,S9,S10,T1,T2,T3,T4,T6,T8)</li> <li>• Стратегия укрепления социальной среды (S5,S8,S9,S10,T5,T6,T8)</li> <li>• Стратегия функционального лидерства (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S9,T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8)</li> <li>• Стратегия развития по средствам потребности завода (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S10,S9,S11,T1,T2,T7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегия быстрого роста (T1,T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,W1,W2,W3,W4,W5,W6)</li> <li>• Стратегия диверсификации по отраслям (T1,T2,T3,T4,T6,T7,W1,W2,W3,W4,W6)</li> <li>• Стратегия диверсификации по географии (T1,T2,T3,T4,T6,W1,W2,W3,W4,W6)</li> <li>• Стратегия развития по средствам потребности завода (T2,T3,T4,T5,T6,T7,T8,W1,W2,W3,W4,W5,W6)</li> <li>• Стратегия наступательной маркетинговой политики (T1,T5,W1,W2,W3,W4,W5,W6)</li> <li>• Стратегия функционального лидерства (T1,T2,T3,T4,T6,T7,T8,W1,W2,W3,W4,W5,W6)</li> <li>• Стратегия повышения уровня доверия к центру и заводу в целом (T1,T8,W2,W3,W4,W6)</li> </ul>

На основе выше перечисленных факторов можно выделить частные стратегии, которые позволят реализовать возможности и избежать угроз, используя сильные стороны компании и инвестируя слабые стороны.

Стратегические альтернативы отсортированы по важности, начиная с наиболее востребованной стратегии в текущей ситуации.

Стратегия функционального лидерства.

Возможно, но требует значительных инвестиций в НИОКР.

#### Стратегия быстрого роста.

Возможен, в краткосрочной перспективе по регионам и городам с интересующей нас тематикой университетов и промышленных предприятий, например как Ижевск, Н.Новгород и Самара (Тольятти).

#### Стратегия наступательной маркетинговой политики.

Большой потенциал, учитывая отсутствие систематизированных усилий по организации образовательных центров при промышленных предприятиях и возросшую конкуренцию. Внешняя среда благоприятна, позволяет привлекать новых партнеров из других регионов и возможно конкурентов, как в сфере образования, так и в потребностях кадровой сфере. Главная задача в таких условиях – закрепиться на рынке.

#### Стратегия диверсификации по отраслям: образовательные, промышленные, научные отрасли (партнерство).

Применяется с БГТУ и Карачевского филиала ОГУ им. И.С. Тургенева. Необходимо продолжить эту стратегию, так как есть потенциал в получение прибыльности от центра и получении новых квалифицированных кадров.

#### Стратегия диверсификации по географическому расширению (партнерство).

Большой потенциал, учитывая наработанный опыт, компетенции и высокую квалификацию сотрудников центра.

#### Стратегия развития по средствам потребностей завода.

Данная стратегия привлекательна тем, что заводу не нужно больших финансовых вложений на развитие центра. При выборе данной стратегии Центр профессиональной превосходства EDuSKILLS не сможет приносить финансовую прибыль АО «Карачевскому заводу «Электродеталь», однако, существуют большие предпосылки к функционированию центра в качестве отдельного юридического лица, оказывающего платные образовательные услуги и получению помощи.

#### Стратегия повышения уровня доверия к центру и заводу в целом.

Большой потенциал, уровень доверия к заводу и так высокий, так как известен как надежный, развивающийся завод – «Завод будущего».

#### Стратегия по укреплению социальной среды.

Возможен, большой потенциал.

#### Вывод: выбор стратегии

Наиболее эффективными в сложившейся ситуации представляются 3 стратегии, две из которых можно объединить (стратегия диверсификации по отраслям и географии):

Стратегия расширения на рынке партнерства: географическая и отраслевая политика.

Исходя из благоприятной ситуации, необходимо развивать свое присутствие и налаживать партнерство с ВУЗами и промышленными предприятиями страны.

- развивать работу с абитуриентами, студентами, школьниками, формировать патриотические позиции и воспитание молодого поколения к техническим специальностям.
- расширять партнерство с ВУЗами,
- развивать партнерские отношения с промышленными предприятиями страны, готовя для них квалифицированные кадры.

Стратегия развития по средствам потребностей завода.

Данная стратегия привлекательна тем, что заводу не нужно больших финансовых вложений на развитие центра. При выборе данной стратегии Центр профессионального превосходства EDuSKILLS не сможет приносить финансовую прибыль АО «Карачевскому заводу «Электродеталь», а предпосылки к функционированию центра как отдельному образовательному юридическому лицу и оказанию платных образовательных услуг, так и получению помощи государства есть и очень большой.

**Выбор стратегии развития программы Центра профессионального превосходства EDuSKILLS.**

Учитывая результаты SWOT-анализа, мнения и пожелания квалифицированных сотрудников Центра профессионального превосходства EDuSKILLS, а также мнения квалифицированных сотрудников завода, стратегию развития программы строим по средствам потребностей завода, но с учетом расширения на рынке партнерства, то есть, объединяя более сильные стороны и направления в единую стратегию.

**Развитие образовательной среды**

**Цели Центра профессионального превосходства EDuSKILLS по основным направлениям деятельности**

- создание на заводе единой инновационной образовательной среды на основе проектного метода обучения и интеграция учебного процесса, научных исследований для опережающей подготовки конкурентоспособных специалистов АО «Карачевский

завод «Электродеталь», способных решать задачи по технологическому развитию экономики страны и импортозамещению;

- создание центра технического образования федерального уровня, путем наработки и усовершенствования образовательной базы;
- увеличение количества обучающихся в центре и снижение непрофессионализма среди сотрудников завода.

**Задачи Центра профессионального превосходства EDuSKILLS по основным направлениям деятельности**

- внедрение результатов научных исследований в программы подготовки и переподготовки студентов и квалифицированных сотрудников;
- внедрение проектного метода обучения студентов с учетом жизненного цикла сложных инженерных объектов «идея-проект-изготовление - эксплуатация-утилизация» на основе взаимодействия и в интересах АО «Карачевского завода «Электродеталь»;
- разработка и реализация совместно с высокотехнологичными предприятиями и организациями, инновационных образовательных технологий;
- развитие и внедрение инноваций в образовательном процессе, повышение уровня самостоятельной работы студентов, абитуриентов и сотрудников завода;
- разработка и внедрение дистанционного обучения путем использования ресурсов центра;
- использование потенциала созданных по наработанной схеме центров компетенции для развития сети учебно-научных комплексов как центров опережающей подготовки специалистов всех уровней;
- расширение взаимодействия с крупными техническими университетами России, разработка комплексных программ сотрудничества. Заключение партнерских договоров, предусматривающих обмен студентами, аспирантами, преподавателями и технологий, продвигая идею «Завода будущего» и реального трудоустройства.

## Мероприятия по развитию образовательной среды Центра профессионального превосходства EDuSKILLS.

Группа мероприятий	Мероприятия	Основные ожидаемые результаты
Формирование информационно-образовательной среды центра	Разработка электронного контента.	Учебно-методические материалы образовательной программы для всех видов образования (позволит развить дистанционное обучение).
	Разработка системы интерактивного обучения и системы оценки знаний.	Внедрение системы обучения для всех уровней профессионального образования.
	Создание интерактивной системы оценочных средств для аттестации обучающихся.	Данное мероприятие позволит создавать электронные портфолио обучающихся. Обеспечение доступа потенциальных работодателей к портфолио обучающихся для отбора и последующего трудоустройства сотрудников (для развития стратегического партнерства).
	Создание электронной базы учебно-методических и информационных ресурсов, доступной всем участникам образовательного процесса.	Постоянный высокоскоростной доступ всех участников образовательного процесса к информационным системам и к ресурсам партнерской сети (для развития стратегического партнерства).
	Разработка и развитие системы дистанционного обучения и контроля знаний обучающихся с возможностью консультирования преподавательским составом в режиме онлайн.	Внедрение системы электронного обучения на всех уровнях профессионального образования. Повышение роли самостоятельной работы обучающегося за счет использования дистанционных технологий активного взаимодействия с преподавателем и интерактивных обучающих систем. Использование

		<p>интерактивного тестирования обучающегося для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Повышение качества образовательных услуг.</p> <p>Сокращение издержек на реализацию образовательного процесса. Увеличение аудитории и развитие стратегического партнерства.</p>
Формирование системы по работе с государственными программами	Разработка образовательных программ в партнерстве с промышленными предприятиями и техническими ВУЗами страны.	<p>Инновационные образовательные программы, направленные на получение эффекта опережающего обучения для максимального удовлетворения потребностей предприятий в кадрах с учетом развития производства.</p>
	Заклучение договоров о сетевом взаимодействии с промышленными предприятиями и техническими ВУЗами страны.	<p>Объединив усилия с партнерами, мы сможем повысить качество подготовки кадров, используя лучшие практики и достижения партнеров.</p>
	Взаимодействуя с предприятиями-партнерами, кадровыми агентствами и органами государственной власти и местного самоуправления, можно будет прогнозировать потребности высокотехнологичных предприятий и организаций в специалистах.	<p>Методики определения и прогнозирования потребности в кадрах. Участие центра в процессах создания новых производств и новых рабочих мест.</p>
	Активное использование результатов научных исследований в учебном процессе.	<p>С помощью инжинирингового центра при БГТУ, можно приблизить учебный процесс к реальной научной и производственной практике.</p>
Обеспечение профессионально-	Создание на базе Карачевского	Проведение профессионально-

общественного признания образовательных программ, реализуемых в центре	филиала ОГУ совместно с общественными объединениями работодателей Центра подготовки и переподготовки специалистов, т.е. Центра профессионального превосходства EduSKILLS. Изучение и обобщение лучших практик, ведущих российских и зарубежных вузов в обеспечении признания в профессиональном сообществе и среди широкой общественности.	общественной аккредитаций реализуемых в центре образовательных программ по приоритетным направлениям подготовки специалистов.  Применение результатов в деятельности центра.
--	---	--

### **Развитие научной и инновационной деятельности**

Основная цель мероприятий по развитию научной и инновационной деятельности центра: продолжить формирование современного научно- исследовательского направления на основе науки и образования для обеспечения интересов заинтересованных лиц через потребности по приоритетным направлениям завода (техническим).

Задачи по направлениям развития научной и инновационной деятельности центра:

1. совершенствование и расширение системы взаимодействия университета с ведущими научными и промышленными предприятиями страны, ВУЗами России;
2. усиление конкурсной активности преподавателей и научных сотрудников центра
3. увеличение доли научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, выполняемых в рамках государственного оборонного заказа;
4. рост вовлеченности в научно-исследовательскую работу студентов, аспирантов и молодых ученых.



## Мероприятия по развитию научной и инновационной программы Центра профессионального превосходства EDuSKILLS.

Группа мероприятий	Мероприятия	Ожидаемые результаты
Создание базы для проведения научных исследований	Создание научной базы центра путем повышения эффективности использования имеющегося оборудования на заводе, закупки и модернизации необходимого экспериментального, измерительного, лабораторного оборудования.	Сертификация и лицензирование направлений исследований, развитие инжинирингового центра.
	Формирование ресурсов для научной деятельности по перспективным направлениям развития науки и техники в соответствии с перечнем приоритетных направлений развития науки, технологий и техники Российской Федерации, а также перечнем критических технологий Российской Федерации, с учетом приоритетов в модернизации экономики, технологического развития и необходимости решения задач по импортозамещению.	Расширение возможностей для участия в конкурсах на ресурсное обеспечение исследований. Инжиниринговые центры при БГТУ по направлениям. Сокращение издержек на проведение исследований.
	Использование конкурентных преимуществ центра, в виде наличия наработанной партнерской базы	Расширение возможностей для участия в конкурсах. Привлечение к совместным научным исследованиям партнеров из научных организаций, университетов, промышленных предприятий.
	Создание научной базы центра путем повышения эффективности использования имеющегося при заводе оборудования и закупки необходимого экспериментального, измерительного, лабораторного оборудования.	Сертификация и лицензирование направлений исследований, продвижение инжинирингового центра.

Результативность научно-исследовательской деятельности	Повышение результативности участия в конкурсных процедурах по конкурсам, проводимым государственными научными фондами, в рамках федеральных целевых программ, постановлений Правительства РФ за счет партнерства с ВУЗами и научно-исследовательскими организациями и повышения качества подаваемых заявок	Дополнительное финансирование на проведение научных исследований, используемое для повышения заработной платы сотрудникам, привлечения молодежи, развития инфраструктуры. Повышение показателей научно-инновационной деятельности центра.
	Активные маркетинговые стратегии в части взаимодействия с потенциальными заказчиками НИОКТР и партнерами, широкое участие в научно - технических выставках и рекламных мероприятиях	Новые заказчики и партнеры для проведения совместных научных исследований. Дополнительное финансирование на проведение научных исследований. Повышение показателей центра и формирование положительного имиджа.
	Создание системы материального стимулирования сотрудников центра Увеличение числа предприятий и организаций, выступающих в качестве заказчика на выполнение НИОКТР по прямым договорам	Повышение конкурентоспособности центра. Повышение финансовой устойчивости центра. Выход на новые рынки научных исследований, в первую очередь, связанных с реализацией федеральных целевых программ.
Создание кадрового исследовательского потенциала	Поддержка и развитие существующих студенческих и молодежных исследовательских центров	Создание в центре бюро, по примеру студенческого конструкторского бюро «Формула студент». Повышение показателей центра в части привлечения студентов и молодежи для проведения научных исследований. Повышение публикационной активности студентов и молодых исследователей для создания имиджа центру.
	Создание условий для развития кадрового состава через усиление роли	Эффективная система подготовки кадров для собственных нужд.

	магистратуры и аспирантуры через Карачевский филиал ОГУ и БГТУ	Повышение показателей деятельности не только центра, но и ВУЗа в части подготовки кадров высшей квалификации.
	Осуществление постоянного мониторинга малых инновационных предприятий, созданных в рамках ФЗ-217, принятие мер по увеличению эффективности их деятельности	Повышение объемов финансирования. Повышение финансовой устойчивости центра.

Сформулированные задачи будут решаться, прежде всего, применительно к приоритетным направлениям АО «Карачевского завода «Электродеталь».

Деятельность Центра профессионального превосходства EDuSKILLS по выходу на рынок можно разбить на три этапа:

#### 1. Этап внедрения на рынке.

На данном этапе планируется расширить стратегическое партнерство с техническими ВУЗами страны, промышленными предприятиями, кадровыми агентствами и возможно с центрами по профессиональной подготовке кадров, а также увеличить количество физических заказчиков.

На данном этапе развития будут решаться следующие задачи:

- Увеличение и доработка образовательной базы;
- Увеличение преподавательского состава;
- Создание клиентской базы (юр.лица и физ.лица);
- Увеличение предоставляемых реальных мест по трудоустройству.

Наработка собственной базы клиентов, за счет развития стратегического партнерства обеспечит приток новых клиентов благодаря рекомендациям.

На этом этапе решается ряд задач организационно-технического характера, обеспечивающих выход на рынок и подготовку реализации стратегии «глубокого проникновения», которая является вторым этапом.

#### 2. Этап глубоко проникновения.

Этап глубоко проникновения предусматривает реализацию мероприятий по развитию образовательной деятельности и наработку связей по развитию научной и исследовательской деятельности, представленных выше в таблице.

#### 3. Этап развития научной и исследовательской деятельности.

Учитывая проведенный анализ состояния и тенденций развития внутренней среды, в основу маркетинговой стратегии положена концепция развития стратегического партнерства на первом этапе, с устранением потребностей кадровой политики АО «Карачевский завод «Электродеталь» и переходом в укрепление научно-образовательной базы, а так же исследовательских проектов, с помощью развития Инжинирингового центра при БГТУ.

Данная стратегия ориентирована на увеличение количества обучающихся в центре и маркетинговых мероприятиях, которые будут соответствовать программам обучения.

Подготовку маркетинговой стратегии необходимо провести за 1-2 месяца до планируемой даты выхода на рынок центра с начала деятельности перейти на активную рекламную деятельность.

### **Каналы продаж образовательных услуг**

Каналы продаж Центра профессионального превосходства EDuSKILLS можно разделить на две группы: прямые и партнерские.

#### **1. Прямые продажи:**

- Персональные;
- Электронные;
- Телекоммуникационные;
- Почтовая рассылка;
- По потребностям АО «Карачевского завода «Электродеталь».

#### **2.Партнерские:**

- Клиенты, пришедшие из кадровых агентств, промышленных предприятий, ВУЗов, центров профессиональной переподготовки.

#### **Виды каналов продаж:**

1. Интернет;
2. Брендирование партнеров;
3. Почта;
4. СМИ;
5. Листовки, брошюры и т.п.
6. Телемаркетинг и др.

С помощью активных продаж по телефону, можно реализовать целый комплекс образовательных услуг технических специальностей, а также проанализировать востребованность иных направлений в образовательной среде.

## Способы продвижения услуг

Стратегический план по продвижению образовательных услуг заключается в проведении рекламной кампании, целью которой является формирование положительного имиджа центра и привлечение внимания потенциальных потребителей, и, в конечном итоге, к увеличению объемов продаж услуг. Он будет включать следующие основные рекламные инструменты:

- брендинг и нейминг образовательного центра;
- продвижение образовательных услуг в сети Интернет;
- реклама в СМИ;
- наружная реклама (билборды, транспорт и т.д.) - только для привлечения физических лиц.
- визитные карточки, каталоги, буклеты;
- написание заказных статей, интервью с лидерами мнений и размещение их в печатных и он-лайн изданиях;
- нетворкинг (подготовка блиц-презентаций центра, проведение презентаций для потенциальных партнеров, участие в конференциях, регистрация в тематических сообществах, участие в тематических и специализированных выставках, разработка новых научных программ, развитие дистанционного обучения);
- размещение информации в каталогах и справочниках;
- создание базы потенциальных клиентов, рассылка печатной рекламной продукции, e-mail рассылки.

Первый шаг в разработки рекламной активности - постановка рекламных целей.

Рекламная цель — определенная коммуникационная задача, которая будет выполнена в отношении определенной целевой аудитории в течение определенного периода времени.

Цель разрабатываемой рекламы — создать знание о центре и услугах на целевом рынке.

Определив цели рекламы, необходимо установить рекламный бюджет. При составлении бюджета должны учитываться следующие факторы:

- Стадия жизненного цикла услуги. Обычно новые товары или услуги нуждаются в больших вложениях на рекламную активность. Услуги, которые уже реализуются другими компаниями, считаются зрелыми и на них, расходуется гораздо меньше средств бюджета;
- Рыночная доля услуги. Для услуг с большими рыночными долями, требуется большие

расходы на рекламный бюджет. Чтобы завоевать рынок или его большую долю, необходимо проанализировать работу по размещению рекламной активности конкурентов;

- Частота рекламирования. Определяется рекламным бюджетом. Чем больше повторений об образовательной услуге или центре в целом, тем больше частота рекламирования;
- Дифференциация услуг. Для услуг весьма схожих с другими в своей группе, реклама должна помогать обособить их, показать преимущество над конкурентами и различие услуг центра от услуг конкурентов.

Для расчета общего бюджета на рекламу, существует четыре метода:

1. Исходя из возможностей компании. Такой метод определения бюджета, полностью игнорирует влияние средств рекламы и продвижения на объемы продаж. Хотя такой метод и приводит к перерасходу рекламного бюджета, но чаще он приводит к недостатку финансирования;
2. Как процент от продаж. Устанавливается рекламный бюджет в процентной зависимости от цены продаж услуг. Руководство центром может соотнести между собой расходы на продвижение, цену услуги и прибыль на единицу затрат. Таким методом можно создать конкурентную стабильность, потому что обычно конкуренты тратят примерно такой же процент с продаж на рекламную активность;
3. Исходя из уровня затрат конкурентов. Можно понаблюдать за рекламой конкурентов или получить сведения из открытых источников, а затем скорректировать свой рекламный бюджет;
4. Исходя из целей и задач, рекламируемой услуги. Специалисту по планированию бюджета необходимо выбрать наиболее интересные направления для размещения, для достижения целей и задач.

Предлагаемый вариант — ориентация на размещение рекламы в Интернете и печатные СМИ, также печать и рассылка/раздача POSM-материалов. Такой выбор объясняется тем, что в связи с выходом на рынок центра, необходимо привлечь новых клиентов по всей территории РФ, а для этих целей подходят как нельзя лучше эти рекламные инструменты.

Рекламные POSM-материалы являются одним из средств убеждения потенциальных клиентов в выборе той или иной услуги центра.

Преимущества рекламы в Интернете:

1. информацию можно получать круглосуточно, находясь при этом в комфортных домашних условиях или в удобном офисе, везде, где есть подключение к сети Интернет;
2. потребители, рассматривая предложения с различных источников, могут выбрать себе интересующие и подходящие по цене товары и услуги;
3. с помощью современных способов доставки и оплаты покупатель может найти и приобрести интересующую его услугу практически в любой точке земного шара. Соответственно и рекламодатель может реализовать свою услугу покупателю из любого региона;
4. позволяет во многих случаях потенциальному клиенту вступить в общение с рекламодателем в реальном времени и получить ответы на интересующие его вопросы;
5. при продаже дистанционного обучения (через Интернет) центр экономит свои денежные средства, благодаря уменьшению накладных расходов по реализации услуги;
6. благодаря глобальности охвата аудитории сетью Интернет рекламодатель может расширить свой рынок от местного, так и до международного;
7. требует меньше средств, чем традиционные носители рекламы (печать, телевидение, радио);
8. не навязчивая (не хочешь - не заходи). Она не настолько раздражает людей, как реклама на телевидении и радио, которую нельзя не посмотреть или не прослушать;
9. при удачном размещении на тематических сайтах, которые посещают потенциальные клиенты, быстрее достигает своей целевой аудитории;
10. позволяет получить точную информацию об эффективности проведения рекламной кампании в виде отчетов (статистики) по количеству просмотров, посещений, мест с которых они осуществлялись и т.д. Можно провести анализ и, в случае необходимости, корректировку направленности размещения.

#### Реклама в печатных СМИ.

Достаточно эффективный способ продвижения образовательных услуг, поскольку печатные СМИ при относительной дешевизне имеют большую целевую аудиторию.

Для улучшения продвижения образовательных услуг, предлагается стимулировать потенциальных клиентов, партнеров и собственный персонал. Собственному персоналу — премирование по результатам личных продаж услуг.

Образовательные услуги представляют собой достаточно специфический продукт. Каждый клиент центра еще до заключения сделки должен представлять тот пакет услуг, который центр может ему предложить. Донести до клиента все выгоды и преимущества должны менеджеры по продажам центра. При этом сделать надо это ненавязчиво, но настолько аргументировано и убедительно, чтобы побудить клиента приобрести данную услугу.

В этой связи, основными задачами по работе с клиентами являются:

1. предложение услуг, соответствующих рыночным условиям и потребностям клиента;
2. до приобретения услуги объективно и подробно рассказать клиенту, что он получит на «выходе»;
3. достижение стабильно высокого качества предлагаемых услуг.

Эффективными инструментами маркетингового продвижения являются интернет-ресурсы (создание сайта, продвижение сайта и т.д.).

К настоящему моменту многие конкуренты центра имеют интернет-сайт. Сайт должен включать профессиональную поисковую оптимизацию, чтобы максимально обеспечить приход новых клиентов через Интернет.

Эффективным каналом продаж и продвижением сегодня является свой сайт, размещение онлайн рекламы на основных поисковиках в сети Интернет, таких как Yandex, Google, а также интернет-каталогах и печатных каталогах.

Среди возможных вариантов продвижения образовательных услуг через Интернет наиболее популярными являются:

4. Продвижение через поисковую систему (SEO) — это внутренняя оптимизация html-кода сайта, его текста и структуры, а также внешние работы, направленные на повышение цитируемости сайта другими сайтами с целью поднятие его в выдаче поисковых систем.
5. Контекстная реклама. В контекстной рекламе в отличие от других видов рекламы, оплата происходит именно за клик (переход на сайт), а не за то, что идет показ объявления. Данный вид рекламы позволяет запустить быстро рекламную кампанию и получить большой отклик от целевой аудитории, т.е. повысить продажи услуг. Разновидностью контекстной рекламой, является контекстно-медийное размещение, при котором элемент (баннер) демонстрируется на сайтах компании — участников в контекстно-медийной сети.



6. Размещение новостей и пресс релизов в сети. Для большего доверия и поднятия имиджа центра, рекомендуется размещать новости и пресс-релизы не менее 1-2 раза в месяц.
7. Размещение рекламных статей в интернет-изданиях посвященных образовательным услугам. Для рекламных акций рекомендуется использовать наружные средства рекламы. При этом акцент необходимо делать на уникальность качества услуг, так как именно этот фактор будет наиболее значимым для формирования позитивного имиджа центра в глазах пользователей. Наружная реклама считается эффективной рекламой, которая направлена на целевую аудиторию с доходом выше среднего, но на момент старта, предлагаю использовать он-лайн размещение, где можно оттаргетировать нужную целевую аудиторию и не переплачивать.
8. Продвижение через социальные сети. В качестве улучшения коммуникации с потенциальным клиентом, рекомендуется зарегистрировать сообщества или группу в социальных сетях. В дальнейшем их можно будет использовать как дополнительный источник дохода, размещая и продавая дистанционное обучение и т.д.
9. Работа агентов влияния. Это искусственно созданные персонажи, которые внедряются в интересующую клиента целевую аудиторию на тематических интернет-ресурсах и под видом обычных людей незаметно управляют мнением данной аудитории, направляя положительное внимание людей на рекламируемый товар. Современный потребитель имеет возможность перед покупкой услуги навести о ней справку на самой большой неконтролируемой рекламной площадке - в социальных сетях. Обсуждения качества того или иного продукта распространены в Интернете, хорошо индексируются поисковиками и доступны каждому. Всего один раздраженный комментарий от недовольного потребителя (возможно, даже несправедливый) может породить целую волну негатива, которая способна оттолкнуть потенциальных клиентов от покупки услуги. Здесь на помощь приходит скрытый маркетинг. Преимущество такого маркетинга заключается в том, что от агентов влияния не воспринимается потребителями, как обычная реклама - с долей сомнения. Такая реклама выглядит как обсуждение услуги реальными людьми, “сарафанное радио”, которому нет причин не доверять.

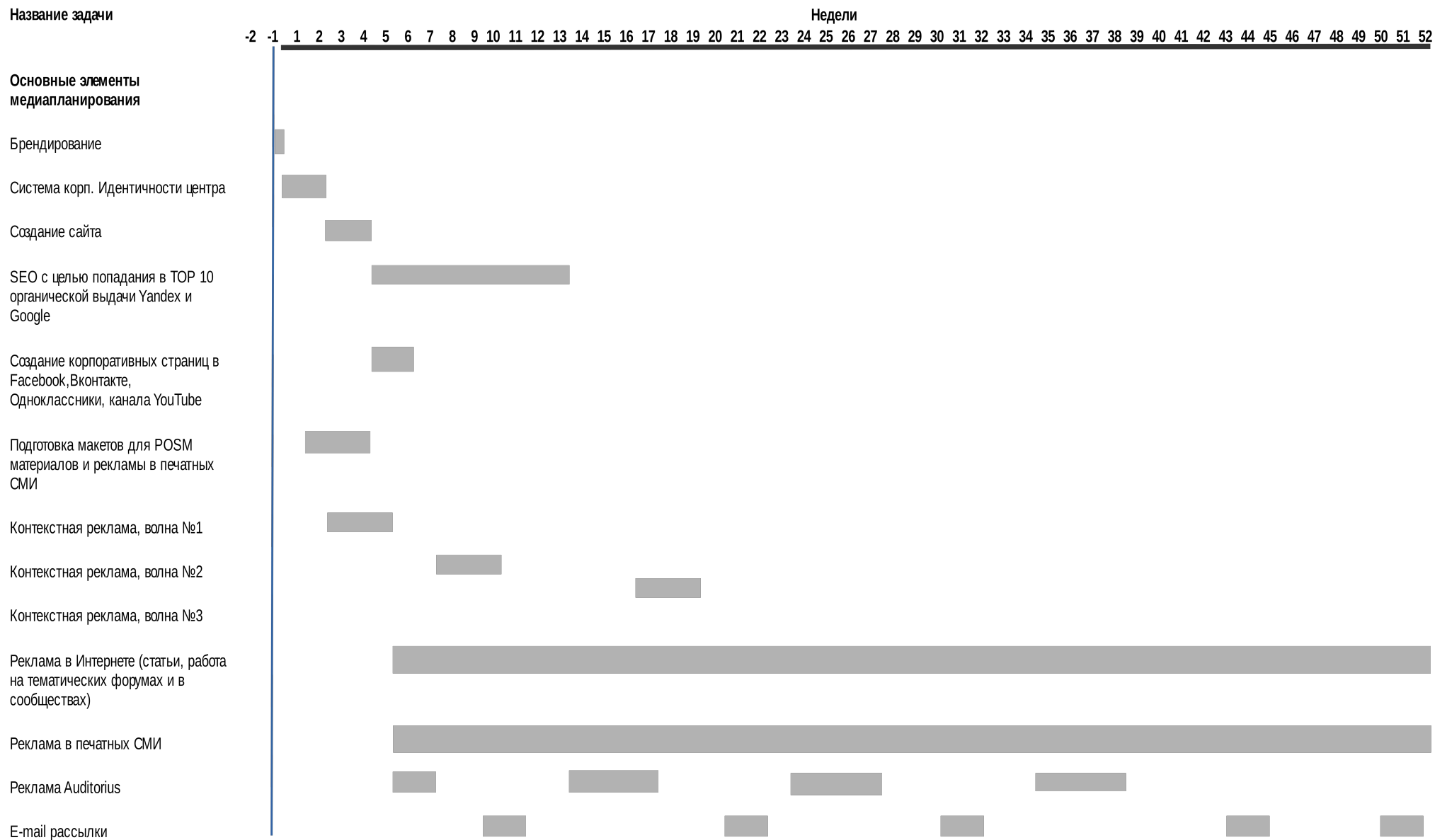
Необходимо обеспечить печать POSM-материалов.

- Рекламные листовки для распространения в местах скопления потенциальных клиентов (ВУЗы, кадровые агентства и т.д.).

- Брошюры с описанием программ обучения для распространения через каналы продвижения.
- Плакаты и календари для использования в качестве наружной рекламы в местах скопления потенциальных клиентов.
- Основные требования к печатным материалам — это высокое качество подготовки рекламных материалов к печати, а так же самого процесса печати.
- По мнению лидеров рынка, самым эффективным инструментом продаж является пропаганда. К пропаганде относятся следующие мероприятия:
  1. Распространение в средствах СМИ пресс-релизов относительно всевозможных информационных поводов связанных с центром, фотоматериалов и информационных справок.
  2. Контакты со всевозможными ассоциациями, партнерами, тематическими объединениями и распространение через них информационных материалов.
  3. Проведение интервью с руководителями промышленных предприятий, ВУЗов, предоставление экспертных оценок тематическим изданиям:
  4. Подготовка различных аналитических мероприятий и размещение их в СМИ.
  5. Ведение экспертных разделов в СМИ, экспертные советы потенциальным клиентам.

Данные меры не требуют затрат, но требуют значительно большого количества времени и тщательно подготовленных информационных поводов, которые могли бы заинтересовать клиентов центра и партнеров. Данной информацией должен заниматься отдел маркетинга, подготовив информацию по интересам партнеров и клиентов. Периодичность подачи информации — 1 раз в месяц.

## Медиаплан рекламной активности на год



## План продаж

На основании анализа рынка образовательных услуг в России, был сформирован план продаж, который базируется на уровне востребованных профессии 2015-2016 г, рейтинге абитуриентов в востребованных направлениях деятельности за 2015-2016 г., нехватку рабочего персонала на промышленных предприятиях. Также в расчете учтено, что центр за 3 года планирует получить поддержку от государства в развитии исследовательских и научных разработках инжинирингового направления и промышленного дизайна.

## Бюджет на рекламу

Уровень затрат на маркетинг определяется как процент от продаж и среди маркетологов выделяется как наиболее эффективный метод планирования рекламного бюджета. Таким образом, при расчете затрат на маркетинг с учетом рынка, в котором будет работать центр, они принимались на уровне 5% от объема проданных услуг.

### Детализация рекламного бюджета - первый год

	Первоначальные затраты (руб.)	В месяц (руб.)	В первый год (руб.)
Разработка и наполнение сайта	300.000	10.000	420.000
Продвижение сайта	150.000	100.000	1.350.000
Разработка макетов печатной продукции, интернете, POSM-материалов	15.000	15.000	175.000
Реклама в печатных СМИ	23.000	45.000	540.000
размещение статей	23.000	45.000	540.000
Реклама в Интернете	347.655	195.731	5.476.835
создание социальных страниц, ведение страниц и прямая реклама в социальных сетях	20.000	119.965	1.200.000
работа агентов влияния на тематических форумах и в сообществах	23.000	28.766	345.200
работа с блогерами	10.800	10.800	129.600
баннерное размещение	257.655	257.655	3.091.985
E-mail рассылки	36.200	36.200	435.200
PR-статьи	15.000	23.000	274.850
<b>Итого</b>			<b>7.961.835</b>

Таким образом, рекламный бюджет в первый год будет составлять — 7.961.835 рублей.

**Примерный маркетинговый план по выводу центра на рынок образовательных услуг**

Наименование	Примечание	Стоимость за 1 шт. рекламного сообщения, руб.
<b>Разработка и поддержка сайта</b>		
Создание сайта	Привлечение дизайнера, контенщика, программиста для создания сайта	300.000
Регистрация домена	Домен.ru	600
Поддержка сайта	Наполнение сайта информацией: добавление текстов, фотографий, картинок (не более 20 позиций). Мониторинг работы сайта. Поиск в интернете и добавление тематических новостей (не более 3 новостей в месяц). При необходимости - создание баннеров, в том числе flash баннеров, размещение баннеров на сайте (не более 2 баннеров в месяц). Редактирование статей на сайте и добавление новых статей (5 статей в месяц по тематике сайта). Регистрация в каталогах. Обмен ссылками (не более 3 проверенных ссылок в месяц). Заполнение мета тегов (title, description, keywords).	
Проведение поисковой оптимизации сайта	Комплексное продвижение и сопровождение контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Google AdWords)	От 45.000
Раскрутка сайта	Сопровождение рекламной кампании объемом до 30 объявлений	3 000
	В поисковых системах по ключевым словам	От 50 р за 1 ключевое слово
<b>Разработка макетов печатной продукции</b>		
Разработка логотипа		20.000

Наименование	Примечание	Стоимость за 1 шт. рекламного сообщения, руб.
Разработка фирменного стиля: стандартный пакет (макет визитной карточки (персональная, корпоративная), поправками (доработками) к нему		10.000
Разработка рекламного рекламных брошюр, листовок, каталогов		35.000
<b>Реклама в печатных СМИ</b>		
Высшее образование в России	Размещение статьи об услугах центра по выбору редактора. Размещение статей происходит бесплатно, по требованию реакции.	0
Вопросы образования	Размещение статьи об услугах центра по выбору редактора. Размещение статей происходит бесплатно, по требованию реакции.	0
Вестник образования России	Журнал выходит два раза в месяц тиражом более 40 000 экземпляров и распространяется по подписке. Журнал «ВЕСТНИК ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ» одно из самых массовых справочно-информационных изданий, публикующее указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, документы Государственной Думы и Совета Федерации ФС РФ, касающиеся сферы образования, приказы, распоряжения и материалы Министерства образования и науки Российской Федерации, а также официальные информационные и методические материалы	30.000

Наименование	Примечание	Стоимость за 1 шт. рекламного сообщения, руб.
Высшее образование сегодня	«Высшее образование сегодня» выполняет функцию справочного издания, публикуя официальную информацию, включая законодательные акты, указы Президента России, постановления и распоряжения Правительства, решения Минобрнауки России.	30.000
Вестник образования	Журнал «Вестник образования» является официальным изданием Минобрнауки России. Планируется размещение статьи в разделе «Дополнительное образование»	14.200
Образование и наука	Размещение статьи об услугах центра по выбору редактора. Размещение статей происходит бесплатно, по требованию реакции.	0
Куда пойти учиться	Справочно-информационный еженедельник публикует объявления государственных и аккредитованных образовательных учреждений, предлагающих услуги по обучению как в Москве, так и за рубежом. Много справочной информации, полезной разным категориям читателей. Размещение в разделе «Курсы».	41.200
Коммерсантъ-Деньги. Образование	Тематический проект журнала «Коммерсантъ-Деньги». Планируется размещение статьи на ¼ полосы	76.600
Обучение в России и за рубежом	Информационно-аналитический журнал о российском образовании. Освещает весь спектр услуг, представленных на отечественном образовательном рынке: от дошкольного до бизнес-образования. Издание ориентировано на выпускников школ, студентов, родителей, а также молодых специалистов.	40.000

Наименование	Примечание	Стоимость за 1 шт. рекламного сообщения, руб.
<b>Реклама в Интернете</b>		
Targetix	Размещение на аудиторию: 90% мужчины в возрасте от 25 до 60 лет, с доходом средним, выше среднего и высоким, женщины 10% в возрасте от 25 до 60 лет, с доходом средним, выше среднего и высоким, 15% молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет. Интересы: Обучение, Курсы повышения квалификации, Работа по техническим специальностям, Прохождение практики. Поведенческие технологии: Контекстно-медийная реклама, поисковый ретаргетинг (на основе списка ключевых запросов). Сайт-ретаргетинг, Look Alike таргетинг (требует установки пикселя Targetix на сайт клиента), Динамический ретаргетинг (требует установки пикселя динамического ретаргетинга Targetix на сайт клиента).	59
Auditorius	Аудитория из сегментов с интересами "Обучение", "Курсы повышения квалификации", "Работа по техническим специальностям", "Поиск работы по техническим направлениям", "Зарплата технического рабочего", "Инжиниринговые центры", «Кадровые агентства».	38,14
Google KMC	Размещение в контекстно-медийной сети Google, таргетинг по поисковым словам и интересам	10
<b>Размещение статей в Интернете</b>		
HR-portal.ru	Анонс статьи (пример) размещается на главной странице на неделю. Текст остается в архиве сайта.	40.000
Ubo.ru	HTML блок с использованием изображений	5.000



Наименование	Примечание	Стоимость за 1 шт. рекламного сообщения, руб.
Edu.ru	Статья – главная страница (2 суток) и тематический раздел (бессрочно)	50.000
Edunews.ru	Размещение статьи вна главной странице. После истечения срока, статья переход в раздел «Архив»	15.000
<b>E-Mail рассылки</b>		
<b>Subscribe</b>	Рассылка по тематикам: «Обучение», «Курсы повышения квалификации», «Прохождение практики», «Работа», «Работа на промышленном предприятии». Таргетирование по анкетам : м.,25-60, с, с+, вс.	1.500
<b>SMM и работа агентов влияния</b>		
Facebook	Подготовка и размещение контента, администрирование и модерация сообщества, обновление информации о компании, дизайн сообщества, проведение конкурсов	35.000
Instagram	Подготовка и размещение контента, администрирование и модерация сообщества, обновление информации о компании, дизайн сообщества	25.000
Агенты влияния на форумах и сообществах	Постинг скрытых диалогов на форумах, прокачка профилей	63.400
Работа блогеров	Поиск, общение, договоренности, обработка комментариев	10.800

### Стимулирование сбыта

Основной метод стимулирования сбыта в образовательных центрах-ценовое стимулирование.

Ценовое стимулирование сбыта образовательных услуг может быть определено как снижение стоимость образовательных услуг в фиксированный период времени, в конкретном месте, на определенных условиях и по ограниченному направлению.

Следующая таблица характеризует основные скидки, предлагаемые для ценового стимулирования в образовательных центрах (физических и юридических лиц).

Вид скидки	Характеристика	Пример скидки
Мелкооптовые скидки	Связаны с предоставлением скидок при покупке двух и более учебных программ. На рынке образовательных услуг, такие скидки пользуются спросом, так называемые семейные или коллективные.	При покупке образовательной программы двух и более лиц из одного предприятия, скидка 15%. При покупке образовательной программы для себя, на образовательную программу вашего ребенка скидка 15%.
Скидки в виде разовых акций	Связаны на образовательном рынке с желанием центров повысить лояльность клиентов. Данные скидки в виде разовых акций относят снижение стоимости образовательной программы в зависимости от каналов продаж.	При заказе образовательной программы через Интернет предоставляется скидка в размере 5%.
Скидки дополнительным объемом		При покупке обучающей программы через интернет, доступ к литературе по данной программе бесплатный.
Скидки в виде компенсации стоимости	Данный вид скидок связан с тем, что клиент потенциальный или существующий приводит несколько клиентов в центр и тем самым может получить бесплатное обучение.	Приведи 5 друзей на образовательную программу и обучайся сам бесплатно.

## Маркетинг в образовательном центре

Маркетинг в образовательных услугах относится к основным бизнес-процессам управления центром. Он довольно специфичен, что объясняется особенностью самих образовательных услуг.

Рекламная деятельность строго регламентируется. Государство предъявляет особые требования к рекламе. Основным нормативным актом в этом виде деятельности является Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015)/

Образовательные центры несут ответственность за достоверность информации, изложенной в рекламных сообщениях. Информация о продукте должны быть конкретной и объективной.

Маркетинг принадлежит к бизнес-процессам управления центром, которые отвечают за развитие и конкурентоспособность, регулируют текущую деятельность центра, его цель — управление деятельностью центра.

Деятельность маркетинга зависит от того, насколько оперативно и успешно он реагирует на внешние и внутренние изменения. Анализируя данную информацию, необходимо определить существенные факторы, влияющие на деятельность аудитории в данный период времени, при этом комплексное рассмотрение факторов совместно с возможностями центра позволяет оперативно решать возникшие вопросы.

### **Описание бизнес-процессов маркетинга центра**

Изучение потребностей аудитории образовательных услуг центра (физических и юридических лиц)

Всестороннее изучение деятельности конкурентов и внешней среды рынка, включая регламентации контролирующих органов

Взаимодействие с каналами продаж центра

Создание образовательных программ и плана реализации госпрограмм совместно с партнерами

Разработка эффективных каналов продаж услуг

Разработка рекомендаций для продающих каналов центра

Разработка единых каналов обслуживания клиентов в центре

Разработка систем оценок сотрудников центра для достижений ими поставленных целей

Разработка единых стандартов обслуживания клиентов центра

Продвижение компании на рынке, повышение степени доверия клиентов к центру

Анализ мотиваций потенциальных клиентов проходит через многочисленные критерии: возраст, доход, социальный статус, место проживание и т.д. Исследования на рынке должны проводиться сотрудниками центра, так как они заинтересованы в увеличении прибыли.

- Всестороннее изучение. Изучение регламентаций контролирующих органов (Федеральной Службы по финансам рынка, Министерства Труда и Социальной Защиты РФ, Министерства Образования РФ) позволит центру действовать строго в рамках законодательства, сохранив лицензию на деятельность.
- Взаимодействие с потребителем. Анализ продаж в контексте с каналами продаж, образовательных программ, портрета потребителей и регионов, даст возможность развивать эффективно продажи услуг с учетом складывающегося спроса у определенной группы населения и стимулировать спрос с учетом географических особенностей.
- Создание образовательных программ, взаимодействие с партнерами позволит расширить поле деятельности центра. Инициативой в создании новых программ могут быть: появление новых потребностей у партнеров, изменение законодательной базы, внедрение инноваций, изменение в политике. Успешность внедрения новых программ зависит от ее конкурентности, привлекательности для потребителей и реализуемости в реальное производство. Учёт интересов потребителей и партнеров, а также их вовлечение в процесс разработки новых программ, позволят центру расширить пул клиентов и снизить внутренние издержки центра.
- Разработка эффективных каналов продаж. Для учёта эффективности каналов продаж и взаимодействие работы с партнерами они должны постоянно мониториться.
- Разработка рекомендаций для новых образовательных программ. Создавая новые образовательные программы необходимо планировать и контролировать выполнение плана по его продвижению и убыточности, ответственности за общий финансовый результат. В работе с клиентами и партнерами должен быть предусмотрен комплексный подход и диалог, даже в случае отказа от покупки программы. Сотрудники центра обязаны удовлетворять потребности клиентов и партнеров и соблюдать интересы центра.
- Разработка системы KPI. Необходимо разработать KPI для центра и для каждого отдела, в том числе для сотрудников в отдельности. Система мотивации должна быть простой и прозрачной, учитывать итоги деятельности сотрудников и их квалификацию. Система мотивации может быть представлена двумя блоками - материальным и социальным, в части второго блока подразумеваются поощрение в обучение, лечение, отдыхе и т.д. Любая грамотная мотивация формирует высокую

лояльность персонала компании.

- зработка единых стандартов обслуживания клиентов центра. Стандарты обслуживания клиентов центра должны иметь четкие формулировки и однообразное толкование. Действия, совершенные с определенным качеством в течение времени должны быть измеряемы. Стандарты обслуживания не должны содержать взаимоисключающих требований, иметь четкие цели, быть актуальными, включать элементы личного отношения сотрудников, охватывать весь персонал центра, быть экономически оправданными для центра и иметь единую структуру для всех должностей. При разработке стандартов обслуживания необходимо учитывать: мнения клиентов об образовательных программах, видения сотрудников центра работы с клиентами, оценку выявлений у конкурентов сильных продающих сторон в обслуживании. Высокого качества обслуживания можно достичь, зная, умея и желая этого, при регулярном контроле данного процесса.
- Контроль реализации новой программы. Новая услуга должна пользоваться спросом, быть качественнее, чем у конкурентов и соответствовать требованиям клиентов. Ценовая политика центра регулирует вопросы ценообразования образовательных программ, определяет базовый тариф, корректирует его и составляет оптимальную стоимость услуг. Система сбыта определяет наиболее оптимальный выбор канала и метод продажи новой программы.
- Продвижение центра на рынке, повышение узнаваемости. Одним из мощных стимулов для привлечения клиентов в центр может быть удовлетворенность качеством обслуживания, служащая основой для совета знакомым, сослуживцам, друзьям и т.д. Определение каналов распространения услуг очень важно, так как центр только выходит на рынок, соответственно, необходимо привлечь к себе, как можно большую аудиторию, потратив при этом на рекламный бюджет, как можно меньше средств. Интернет, будучи широким по охвату аудитории каналом, является самым эффективным и быстрым способом увеличения клиентской базы. Реклама в печатных СМИ, будет дополнением к общей рекламной кампании, но и охват аудитории тоже достаточный, так как размещение планируется на тематических ресурсах.

## Организационный план

В начале деятельности Центра профессионального превосходства EDuSKILLS будем делать ставку на обучение тех специальностей, нехватку которых испытывает АО «Карачевского завода «Электродеталь». Соответственно, первое время можем сэкономить на оборудовании для практических занятий за счёт использования наработанной образовательной базы и имеющегося преподавательского состава.

Период (год, месяц)	2016	2017				2018				2019				2020			
Этапы реализации проекта	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв	кв
Регистрация центра (НП)																	
Получение лицензии на образовательные услуги																	
Организация финансирования																	
Комплектация штата																	
Заключение партнерских договоров																	
Заключение договоров с физ.лицами																	
Развитие государственных программ																	

### Порядок регистрации и лицензирования Центра профессионального превосходства EDuSKILLS

Первый этап - это регистрация юридического лица. В нашем случае регистрация Некоммерческого Партнерства «Центра профессионального превосходства EDuSKILLS». Некоммерческое партнерство является одной из форм некоммерческих организаций, которое основано на членстве. При создании некоммерческого партнерства учредители принимают решение учредить НП и утверждают устав НП. В уставе некоммерческого партнерства должен быть отражен порядок, устанавливающий первичное формирование и дальнейшее изменение состава членов НП, а также указан порядок внесения членами партнерства вступительных и ежегодных членских взносов.

Некоммерческая организация может осуществлять предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых она создана и соответствует указанным целям, при условии, что такая

деятельность указана в его учредительных документах. Такой деятельностью признаются приносящее прибыль производство товаров и услуг, отвечающих целям создания некоммерческой организации (в ред. Федерального закона от 08.05.2010 N 83-ФЗ).

Регистрация некоммерческого партнерства происходит в Федеральной регистрационной службе на основании предоставленных документов: заявление по форме № РН 0001, подписанное заявителем (одним из учредителей), подпись заявителя заверяется нотариально; Устав некоммерческого партнерства в трех экземплярах возможно предоставление и учредительного договора (по желанию); Протокол (решение) о создании некоммерческого партнерства, в котором необходимо утвердить его устав с указанием состава избранных исполнительных и надзорных органов в двух экземплярах; сведения об учредителях в двух экземплярах; квитанция об уплате государственной пошлины за регистрацию некоммерческого партнерства 4.000 рублей (Согласно Федеральному закону от 27.12.2009 N 374-ФЗ "О внесении изменений в статью 45 части первой и в главу 25.3 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации, пункт 11 статья 2); гарантийное письмо от собственника или арендодателя подтверждающее правомерность использования адреса местонахождения некоммерческого партнерства.

В процессе регистрации присваивается регистрационный номер, внесение центра в реестр компаний, оказывающих образовательные услуги и выдается лицензия о регистрации.

Одновременно с регистрацией центр может получить лицензию о том, что может оказывать образовательные услуги, согласно Постановлению Правительства РФ от 28.10.2013 N 966 (ред. от 03.12.2015) "О лицензировании образовательной деятельности".

Образовательная лицензия — лицензия на осуществление образовательной деятельности или лицензия на образовательную деятельность, наделяющая лицензиата правом вести образовательную деятельность на территории России.

Орган, контролирующий образовательную деятельность центра — Комитет по надзору и контролю в сфере образования Министерства Образования РФ.

В основные функции Комитета по надзору и контролю качества образования входит:

1. Лицензирование — выдача и аннулирование лицензии на прекращение образовательной деятельности.
2. Ведение единого государственного реестра субъектов образовательной деятельности.
3. Организация и проведение проверок качества образования.

#### 4. Контроль за соблюдением законодательной базой.

Деятельность субъектов образовательной деятельности подлежит лицензированию.

Сведения о субъектах осуществляющих образовательную деятельность подлежат внесению в единый государственный реестр, установленный Комитетом по надзору и качеству образования при Министерстве Образования Российской Федерации, который находится на сайте Роспотребнадзора РФ ([http://www.obrnadzor.gov.ru/ru/activity/main\\_directions/licensing/search\\_lic/](http://www.obrnadzor.gov.ru/ru/activity/main_directions/licensing/search_lic/)).

Для получения лицензии на осуществление образовательной деятельности необходимы следующие документы:

- реквизиты документов, подтверждающих наличие у соискателя лицензии на праве собственности или ином законном основании зданий, строений, сооружений, помещений и территорий (включая оборудованные учебные кабинеты, объекты для проведения практических занятий) где будет территориально находится центр;
- копии правоустанавливающих документов (заверенные нотариально);
- справка о материально-техническом обеспечении образовательной деятельности по образовательным программам, подписанная руководителем организации, осуществляющей образовательную деятельность;
- копии документов, подтверждающих наличие условий для питания и охраны здоровья обучающихся, а для образовательной организации - сведения о наличии помещения с соответствующими условиями для работы медицинских работников (заверенные нотариально);
- справка о наличии разработанных и утвержденных организацией, осуществляющей образовательную деятельность, образовательных программ, подписанная руководителем организации;
- реквизиты выданного в установленном порядке санитарно-эпидемиологического заключения о соответствии санитарным правилам зданий, строений, сооружений, помещений, оборудования и иного имущества, необходимых для осуществления образовательной деятельности;
- реквизиты заключения о соответствии объекта защиты обязательным требованиям пожарной безопасности при осуществлении образовательной деятельности;



- справка о наличии у профессиональной образовательной организации, образовательной организации высшего образования, организации, осуществляющей образовательную деятельность по основным программам профессионального обучения, специальных условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья, подписанная руководителем организации, осуществляющей образовательную деятельность;
- справка о наличии условий для функционирования электронной информационно-образовательной среды, подписанная руководителем организации, осуществляющей образовательную деятельность, при наличии образовательных программ с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- реквизиты выданной в установленном порядке лицензии на проведение работ с использованием сведений, составляющих государственную тайну, по образовательным программам, содержащим сведения, составляющие государственную тайну (при наличии образовательных программ);
- копия договора, подтверждающего наличие условий для реализации практической подготовки обучающихся по профессиональным образовательным программам медицинского образования и фармацевтического образования, заключенного соискателем лицензии в соответствии с частью 5 статьи 82 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации", (при наличии образовательных программ) (заверенная нотариально);
- копия положения о филиале (в случае если соискатель лицензии намерен осуществлять образовательную деятельность в филиале) (заверенная нотариально);
- копия положения о структурном подразделении (в случае если в качестве соискателя лицензии выступает организация, осуществляющая обучение, структурное подразделение которой осуществляет реализацию образовательных программ) (заверенная нотариально);
- документ, подтверждающий уплату государственной пошлины за выдачу лицензии;
- описание прилагаемых документов.

Размер государственной пошлины за предоставление лицензии на образовательную деятельность составляет - 6 000 рублей.

Лицензия выдается без ограничения срока действия и действует со дня ее получения. Лицензия не принадлежит передаче другим лицам. Срок действия лицензии может быть ограничен, в случаях, установленных федеральным законом.

Осуществление образовательной деятельности без лицензии влечет за собой административную ответственность:

- если признана предпринимательской, то по части 2 статьи 14.1 КоАП РФ;
- если не связана с предпринимательской, то по части 1 статьи 19.20 КоАП РФ.

Следовательно, если деятельность осуществляется на платной основе, а также, если не весь доход направляется на обеспечение образовательного процесса, она может рассматриваться как предпринимательская. Санкция по статье 14.1 КоАП РФ колеблется до 50 тысяч рублей для организации. А по статье 19.20 КоАП РФ санкция до 250 тысяч рублей для юридических лиц.

За осуществление образовательной предпринимательской деятельности без лицензии можно быть привлеченным к уголовной ответственности по статье 171 УК РФ. Наказанием по этой статье может быть штраф до 300 тысяч рублей, обязательные работы до 480 часов, арест на срок до полугода. А, если будет доказано, что деятельность осуществлялась группой лиц по предварительному сговору, то штрафы могут достигать 500 тысяч рублей, а осуждение к принудительным работам и лишению свободы на срок до 5 лет.

Законом предусмотрено и освобождение от уголовной ответственности, если преступление совершено впервые, ущерб возмещен и перечислено в федеральный бюджет пятикратный размер суммы причиненного ущерба, а также перечислен в федеральный бюджет доход, полученный в результате совершения преступления и денежное возмещение в пятикратном размере суммы дохода, полученного в результате совершения преступления.

### **Размер уставного капитала**

Действующее законодательство не требует формирования уставного капитала для организаций, создаваемых в форме частного учреждения.

Формирование уставного капитала связано с целями создания организации и ее организационно-правовой формой. Порядок формирования уставного капитала

организаций разных организационно-правовых форм четко регулируется действующим законодательством.

Согласно Гражданскому кодексу РФ уставный капитал в зависимости от организационно-правовой формы юридического лица может выступать в виде уставного капитала, уставного фонда, складочного капитала, паевого фонда.

Уставный капитал – совокупность в денежном выражении вкладов (долей, акций по номинальной стоимости) учредителей (участников) в имущество организации при ее создании для обеспечения деятельности в размерах, определенных учредительными документами. Уставный капитал формируется у хозяйственных обществ: акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью.

### **Организационная структура**

Высшим органом управления Центра профессионального превосходства EDuSKILLS являются люди, создавшие данную организацию.

В исключительную компетентность высшего органа управления входят следующие решения:

- определение стратегических направлений работы центра;
- утверждение регламентирующих документов;
- утверждение штатного расписания центра;
- принятие решений об использовании полученной прибыли;
- определение стратегических партнеров.

В организационной структуре компании выделяются следующие разделы:

- отдел по работе с клиентами (с физическими лицами и стратегическими партнерами);
- отдел активных продаж;
- отдел рекламы и маркетинга;
- бухгалтерия;
- юридический отдел (возможно, привлечение на удаленном доступе);
- кадровый отдел;
- отдел формирования преподавательского состава.

Должностные обязанности, задачи, ответственность всех вышеизложенных отделов определяются следующими документами:

- Устав;

- Положение об отделе;
- Должностная инструкция.

Оценка персонала проводится кадровым отделом (при приеме на работу), на рабочем месте во время испытательного срока, на семинарах и тренингах, посвященной определенной тематике.

### **Внутренний контроль**

Внутренний контроль — это система внутренних процедур и мероприятий, направленных на обеспечение разумной уверенности в том, что система контроля достигнет поставленные цели по следующим направлениям:

- эффективность и результативность, в том числе без убыточность финансово-хозяйственной деятельности при совершении сделок с партнерами;
- эффективность управления рисками (выявление, управление рисками, определение приемлемых уровней, не угрожающих финансовой устойчивости и платежеспособности);
- контроль выполнения мероприятий направленных на научную, исследовательскую и образовательную деятельность;
- достоверность, полнота, объективность бухгалтерской (финансовой отчетности);
- соблюдение работниками этических норм, принципов компетентности и профессионализма;
- соблюдение прав законодательства Российской Федерации в образовательной среде и в работе со стратегическими партнерами.

Необходимо также учесть то, что обязательность соблюдения всех правил и отчетностей для получения субсидий от государства. Согласно постановлению от 21.03.2016 г. № 217 «Об утверждении правил получения субсидий из федерального бюджета юридическому лицу на государственную поддержку развития образования и науки» необходимо следующее:

1. Субсидия предоставляется при условии отсутствия у юридического лица задолженности по уплате налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, срок исполнения по которым наступил в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2. Субсидия предоставляется в соответствии с договором (соглашением) о предоставлении субсидии, заключенным между Министерством образования и науки

Российской Федерации и юридическим лицом (далее - договор (соглашение)), который предусматривает следующие положения:

- а) перечень затрат, на финансовое обеспечение которых предоставляется субсидия;
- б) перечень документов, предоставляемых юридическим лицом Министерству образования и науки Российской Федерации для получения субсидии;
- в) научные, технические и экономические требования к выполнению научных исследований, обязательства исследователя по проведению научных исследований в соответствии с календарным планом, техническим заданием и сметой расходов, формы научных и исследовательских отчетов, порядок и сроки их представления, права сторон на результаты работ (в отношении договоров (соглашений), указанных в подпункте "а" пункта 3 настоящих Правил;
- г) срок перечисления субсидии, а также возможность (невозможность) осуществления расходов, источником финансового обеспечения которых являются остатки субсидии, не использованные в течение текущего финансового года;
- д) согласие юридического лица на осуществление Министерством образования и науки Российской Федерации и уполномоченными органами государственного финансового контроля проверок соблюдения условий, целей и порядка получения и использования субсидии, которые установлены настоящими Правилами и договором (соглашением);
- е) порядок и сроки представления отчетности об осуществлении расходов, источником финансового обеспечения которых является субсидия, по формам, установленным Министерством образования и науки Российской Федерации по согласованию с Министерством финансов Российской Федерации;
- ж) запрет конвертации в иностранную валюту средств субсидии, за исключением операций, осуществляемых в соответствии с валютным законодательством Российской Федерации при закупке (поставке) высокотехнологичного импортного оборудования, сырья и комплектующих изделий, а также иных операций, связанных с достижением целей предоставления указанных средств, установленных нормативными правовыми актами, регулирующими порядок предоставления субсидий;
- з) положение, предусматривающее, что финансовое обеспечение обязательств, предусмотренных договором (соглашением), должно осуществляться в пределах бюджетных ассигнований, предусмотренных федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год, и лимитов бюджетных обязательств;

ц) развитие профессионального образования в соответствии со стандартами международной организации "Ворлдскиллс" для обеспечения экономики Российской Федерации высококвалифицированными кадрами, повышения роли профессиональной подготовки в социально-экономическом и культурном развитии Российской Федерации;

р) осуществление организационно-технического и информационного обеспечения проведения конкурсов на получение грантов Правительства Российской Федерации, выделяемых на конкурсной основе для государственной поддержки научных исследований, проводимых под руководством ведущих ученых в российских образовательных организациях высшего образования, научных учреждениях, подведомственных Федеральному агентству научных организаций, и государственных научных центрах Российской Федерации, и аналитического обеспечения проведения научных исследований и предоставление грантов Правительства Российской Федерации 4 для государственной поддержки научных исследований, проводимых под руководством ведущих ученых в российских частных образовательных организациях высшего образования.

3. Договор (соглашение) заключается в срок не позднее одного месяца со дня утверждения настоящих Правил, за исключением случая, предусмотренного абзацем вторым настоящего пункта. В случае если в соответствии с нормативным правовым актом Правительства Российской Федерации субсидия предоставляется по результатам конкурсного отбора, договор (соглашение) заключается в срок не позднее одного месяца со дня утверждения результатов конкурсного отбора.

4. Субсидия, предоставляемая на цели, указанные в подпункте "ц" пункта 3 настоящих Правил, предоставляется объединению юридических лиц и граждан, основанному на добровольном членстве (союзу), на развитие профессионального образования в соответствии со стандартами международной организации "Ворлдскиллс".

5. Категории юридических лиц, которым предоставляются субсидии в соответствии с подпунктом "а" пункта 3 настоящих Правил, определяются в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 27 апреля 2005 г. № 260 "О мерах по государственной поддержке молодых российских ученых - кандидатов наук и докторов наук и ведущих научных школ Российской Федерации".

6. Субсидии, предоставляемые в соответствии с подпунктом "р" пункта 3 настоящих Правил, предоставляются организациям, являющимся победителями конкурсов, проводимых Министерством образования и науки Российской Федерации в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2010 г. № 220 "О мерах

по привлечению ведущих ученых в российские образовательные организации высшего образования, научные учреждения, 8 подведомственные Федеральному агентству научных организаций, и государственные научные центры Российской Федерации в рамках подпрограммы "Институциональное развитие научно-исследовательского сектора" государственной программы Российской Федерации "Развитие науки и технологий" на 2013 - 2020 годы".

7. В случае установления фактов нарушения целей, условий и порядка предоставления субсидии, которые установлены настоящими Правилами и договором (соглашением), соответствующие средства подлежат возврату в доход федерального бюджета в порядке, установленном бюджетным законодательством Российской Федерации.

8. Не использованный в отчетном финансовом году остаток субсидии подлежит возврату в доход федерального бюджета в текущем финансовом году в порядке, предусмотренном бюджетным законодательством Российской Федерации, в случаях, установленных договором (соглашением).

9. Перечисление субсидий юридическим лицам осуществляется в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации.

10. Информация о размерах и сроках перечисления субсидий учитывается Министерством образования и науки Российской Федерации при формировании прогноза кассовых выплат из федерального бюджета, необходимого для составления в установленном порядке кассового плана исполнения федерального бюджета.

11. Контроль за соблюдением целей, условий и порядка предоставления субсидий осуществляется Министерством образования и науки Российской Федерации и федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в финансово- бюджетной сфере.

Система внутреннего контроля позволит обеспечить исполнение требований законодательства по порядку ведения учета, составление и представление финансовой отчетности, уплате обязательных платежей, безубыточную деятельность центра.

## Инвестиционные затраты

Общая сумма, которая требуется на реализацию проекта — 52.666.801 рублей.

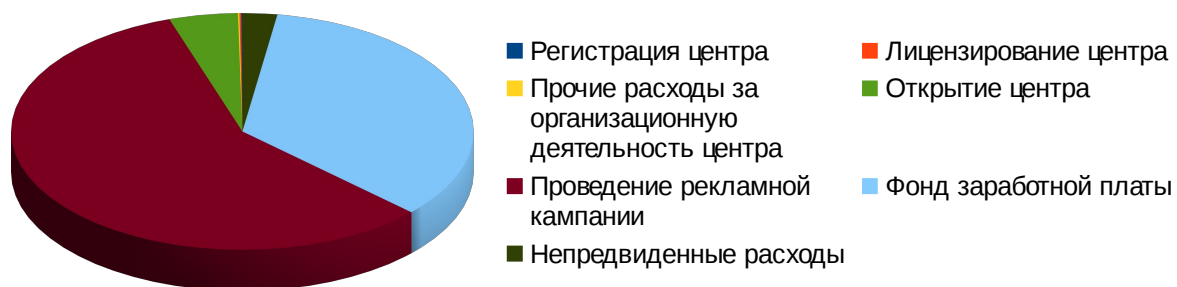
Расчет размера необходимых инвестиций рассчитывался исходя из стоимости необходимого получения документов на регистрацию центра и получения лицензий на образовательную деятельность, затрат на рекламу, затрат на заработную плату персонала. Затраты на приобретение мебели, аренду помещения и оборудования для прохождения практики в расчет не принимались, т.к. изначально планируется использовать оборудование АО «Карачевского завода «Электродеталь»..

№	Наименование	Сумма, руб.
1.	Регистрация центра, включая госпошлину за регистрацию организации в размере 4.000 рублей	40.000
2.	Лицензирование деятельности центра, включая госпошлину за выдачу лицензии 6.000 рублей	61.000
3.	Прочие расходы за организационную деятельность центра	50.000
4.	Открытие Центра профессионального превосходства EDuSKILLS	2.382.983
4.1.	Аренда помещения	1.200.000
4.2.	Мебель	622.890
4.3.	Вычислительная техника, оргтехника и ИТ оборудование (включая программы для компьютеров и базы данных)	710.093
4.4.	Прочее	600.000
5.	Проведение рекламной кампании	28.691.835
6.	Фонд заработной платы сотрудников	17.108.000
7.	Непредвиденные расходы	1.200.00
Итого:		52.666.801



### Структура инвестиций

Структура инвестиций по направлениям вложений, представлена на диаграмме.



## Финансовый план

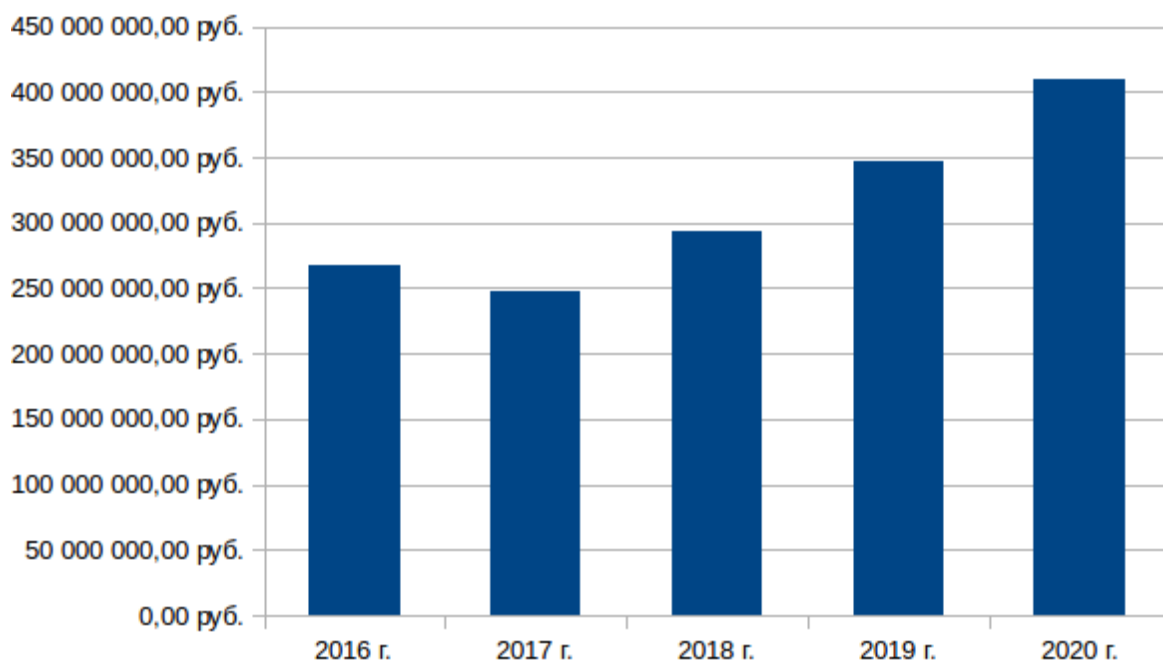
### Условия и допущения, принятые для расчета

Финансово-экономическая оценка проекта выполнена с учетом следующих допущений:

- расчет выполняется в постоянных ценах на момент подготовки документа без учета инфляций, в приведенных расчетах уровень цен отражен в тыс. рублях. Для учета фактора времени степени риска результаты приведены к одному моменту времени, а именно к началу запуска проекта с использованием дисконтирования;
- расчеты производятся с квартальной периодичностью;
- Расчеты показателей эффективности проекта выполняются с учетом официального издания Методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов;
- Ставка дисконтирования принимается на уровне 10%.

### План продаж

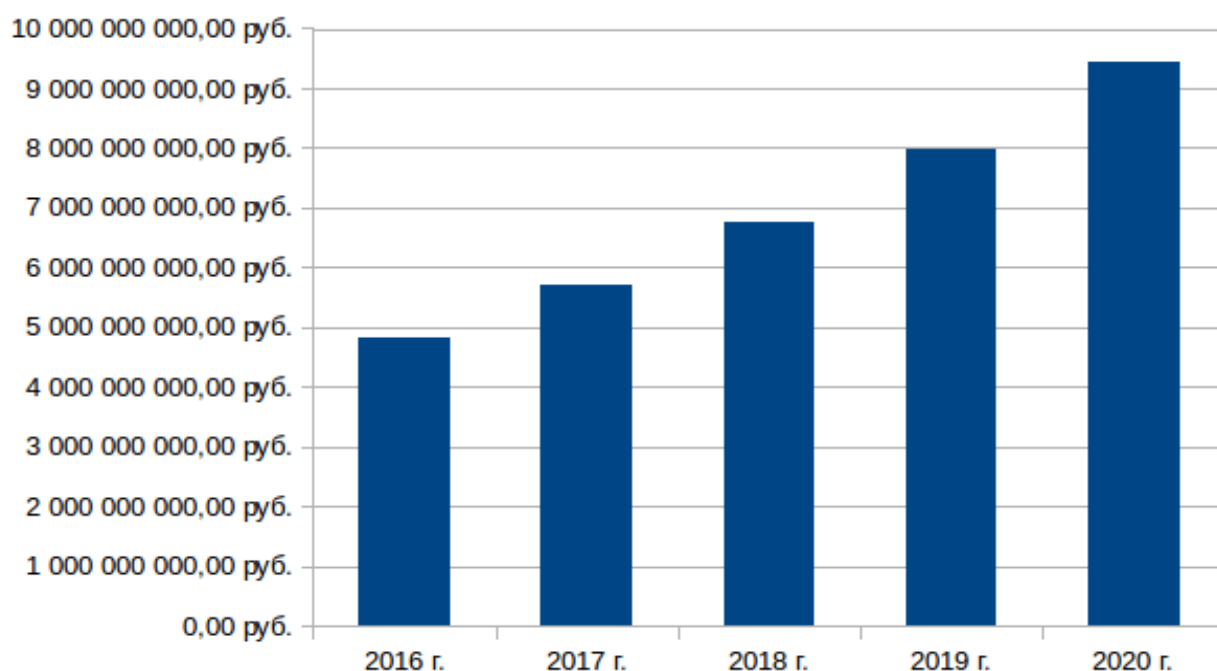
Суммарный объем проданных образовательных услуг по специальности «Шлифовщик по металлу» за 4 года составит — 1.296.087.790 рублей.



Источник: данные Росстат и расчеты

Суммарный объем проданных образовательных услуг в целом по всем техническим направлениям за 4 года составит — 29.879.853.881,00 руб.

Источник: данные Росстат и расчеты



Доля рынка данного направления центром будет составлять 8% от всех образовательных учреждений — 2.390.388.310 рублей. Исходя из того, что центр может обслуживать в одном учебном теоретическом классе 10 учеников и практическими занятиями, когда на АО «Карачевском заводе «Электродеталь» «простаивают» станки после выполнения задания, суммарный объем предполагаемых проданных услуг составит — 81.320.000 рублей.

### **Затраты центра**

Расчет затрат прогнозируемой деятельности центра, связанных с осуществлением данного проекта, основан на: анализе деятельности аналогичных центров переподготовки, оценке структуры, затрат, а также на результатах маркетинговых исследований.

Затраты по проекту рассчитывались для каждого вида затрат и базировались на следующих предпосылках:

Вид затрат	%	База начисления
Расходы по урегулированию убытков	3,4	От проданных программ
расходы на оплату труда работников центра	1,7	От проданных программ
амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных средств и иного имущества	0,5	От проданных программ
расходы на оплату труда сотрудников привлеченных вне центра	1,2	От проданных программ
Отчисления от проданных услуг	1	От проданных программ
Аквизиционные расходы	24	От проданных программ
расходы на рекламу	5	От проданных программ
стоимость использованных бланков строгой отчетности (свидетельств, сертификатов, квитанций)	1	От проданных программ
Расходы на заработную плату привлеченных преподавателей	16,5	От проданных программ
прочие расходы, возникающие в процессе заключения договоров	1,5	От проданных программ
Управленческие расходы	4	От проданных программ

Управленческие расходы включают:

- расходы на оплату труда управленческого и общехозяйственного персонала и связанные с ними страховые взносы в государственные внебюджетные фонды;
- арендная плата за помещения управленческого и общехозяйственного назначения;
- транспортные расходы;
- командировочные расходы;
- представительские расходы;
- информационные и консультационные услуги;
- аудиторские услуги;
- услуги связи;
- расходы по содержанию официального сайта;
- материальные затраты;
- прочие управленческие расходы.

## **Отчет о прибылях и убытках**

### **Бухгалтерская (финансовая) отчетность**

Составление бухгалтерской и финансовой отчетности образовательного центра регулируется Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 02 июля 2010 г. N 66н г. Москва. При составлении и представлении бухгалтерской (финансовой) отчетности необходимо руководствоваться Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), утвержденным приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. N 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации от 6 августа 1999 г. N 6417-ПК приказ в государственной регистрации не нуждается; Финансовая газета, 1999, N 34), и иными положениями по бухгалтерскому учету, Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцией по его применению, утвержденными приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31 октября 2000 г. N 94н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации от 9 ноября 2000 г. N 9558-ЮД приказ не требует государственной регистрации; Финансовая газета, 2000, N 46).

Отчет о прибылях и убытках должен содержать следующую информацию, согласно Приказу Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н (ред. От 08.11.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету («Бухгалтерская отчетность организации (ПБУ 4/99))»:

1. Отчет о прибылях и убытках должен характеризовать финансовые результаты деятельности организации за отчетный период.
2. В отчете о прибылях и убытках доходы и расходы должны показываться с подразделением на «обычные» и «прочие» (согласно Приказу Минфина РФ от 18.09.2006 N 115н).
3. Отчет о прибылях и убытках должен содержать следующие числовые показатели (с учетом изложенного в пунктах 6 и 11 настоящего Положения):
  - Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении. Достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету. Если при составлении бухгалтерской отчетности, исходя из правил настоящего Положения организацией выявляется недостаточность данных для формирования полного представления о

финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, то в бухгалтерскую отчетность организация включает соответствующие дополнительные показатели и пояснения. Если при составлении бухгалтерской отчетности применение правил настоящего Положения не позволяет сформировать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, то организация в исключительных случаях (например, национализация имущества) может допустить отступление от этих правил.

- Статьи бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках и других отдельных форм бухгалтерской отчетности, которые в соответствии с положениями по бухгалтерскому учету подлежат раскрытию и по которым отсутствуют числовые значения активов, обязательств, доходов, расходов и иных показателей, прочеркиваются (в типовых формах) или не приводятся (в формах, разработанных самостоятельно, и в пояснительной записке). Показатели об отдельных активах, обязательствах, доходах, расходах и хозяйственных операциях должны приводиться в бухгалтерской отчетности обособленно в случае их существенности и если без знания о них заинтересованными пользователями невозможна оценка финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности. Показатели об отдельных видах активов, обязательств, доходов, расходов и хозяйственных операций могут приводиться в бухгалтерском балансе или отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

4. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и т.п. налогов и обязательных платежей.

5. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (кроме коммерческих и управленческих расходов), согласно Приказу Минфина РФ от 18.09.2006 N 115н)

Также не стоит забывать о внесенных изменениях:

- приказом Минфина России от 5 октября 2011 года N 124н (Российская газета, N 291, 26.12.2011) (о порядке вступления в силу см. пункт 5 приказа Минфина России от 5 октября 2011 года N 124н);

- приказом Минфина России от 17 августа 2012 года N 113н (Российская газета, N 239, 17.10.2012);
- приказом Минфина России от 4 декабря 2012 года N 154н (Российская газета, N 9, 18.01.2013);
- приказом Минфина России от 6 апреля 2015 года N 57н (Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru), 06.05.2015, N 0001201505060015).

### **Показатели эффективности реализации проекта**

Описание интегральных показателей эффективности проекта.

Финансовая и экономическая оценка и определение эффективности инвестиций выполнены с учетом методических рекомендаций по оценке инвестиционных проектов UNIDO.

### **Интегральные показатели эффективности проекта**

<b>Показатель</b>	<b>Величина измерения</b>	<b>Значение</b>
Дисконтированный период окупаемости (DPP)	месяцев	28,2
Проектный период (PP)	месяцев	48
Чистая текущая стоимость Проекта (NPV)	тыс.рублей	27.820
Внутренняя ставка дохода (IRR)	%	16,73
Индекс прибыльности вложений (PI)	ед.	3
Рентабельность продаж (ROS)	%	10,7
Рентабельность инвестиций (ROI)	%	322

#### **Срок окупаемости (PP)**

Сроком окупаемости ("простым") называется продолжительность периода от начала расчета до наиболее раннего интервала планирования, после которого чистый доход проекта становится и в дальнейшем остается положительным.

Простой срок окупаемости по данному проекту составил 1,85 года с момента начала инвестиционной деятельности по проекту.

#### **Дисконтированный срок окупаемости (DPP)**

Дисконтированный срок окупаемости определяется аналогично «простому», но на основе чистого дисконтированного дохода и, соответственно, дисконтированного денежного потока проекта.

При этом значения денежного потока приводятся к начальному интервалу планирования (дисконтируются) путем умножения на соответствующий коэффициент дисконтирования:

$dt = 1 / (1 + Dt)^{t-1}$ , где:

t - номер интервала планирования (t = 1,2,...);

Dt – зависит от длительности t-го интервала планирования и равна:

для месяца; для квартала; для полугодия; D для годового интервала;

D – принятая ставка дисконтирования проекта (ее обоснование приводится ниже).

Дисконтированный срок окупаемости по данному проекту составил 2,42 года с момента начала инвестиционной деятельности по проекту.

### **Чистая приведенная стоимость (NPV)**

Чистая приведенная стоимость характеризует превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами для данного проекта с учетом в составе ставки дисконтирования: темпа инфляции, минимальной нормы прибыли кредитора и поправки на риск проекта.

Чистая приведенная стоимость по данному проекту составила 27.820 тыс. рублей.

### **Внутренняя норма доходности (IRR)**

Внутренней нормой доходности называется ставка дисконтирования, при которой чистая приведенная стоимость проекта обращается в ноль.

Внутренняя норма доходности по данному проекту составила 16,73%.

### **Сравнение нормативных и фактических значений**

	Нормативные значения	Эффективность полных инвестиционных затрат
Чистая приведенная стоимость (NPV)	Больше «0»	27.820 тыс. рублей
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	Больше «10»	16,73 %
Норма доходности дисконтированных затрат (PI)	Больше «1»	3

Быстрый срок окупаемости и высокий уровень рентабельности проекта делают его привлекательным для инвестора. Прогноз основных финансовых показателей дает основание характеризовать проект как экономически привлекательный (высокий показатель прибыльности), финансовосостоятельный и платежеспособный

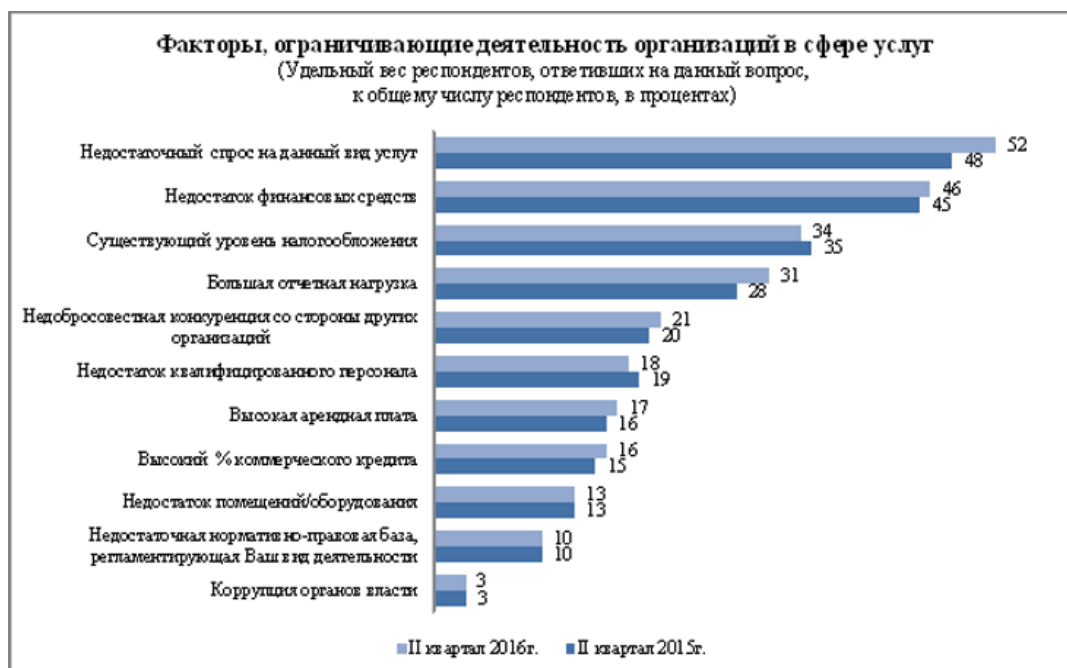


(положительный остаток денежных средств на всем горизонте планирования и эффективный).

## Анализ рисков проекта

### Основные факторы

Рыночные риски – возможные потери, связанные с изменением рыночных цен или параметров, влияющих на рыночные цены, включая изменения рыночных цен вследствие дефицита ликвидности на рынках.



К бизнес-рискам относят риски, связанные с расходами, и риски, обусловленные поведением клиентов и партнеров. Риски, связанные с расходами, – рост уровня акquisиционных и административных расходов вследствие инфляции, снижения выручки или роста расходов сверх запланированной величины.

Операционные риски – потери из-за несовершенства или сбоев в бизнес-процессах, убытки от ошибок персонала, от сбоев компьютерных систем, потери от неблагоприятного воздействия внешних факторов, вызывающих снижение эффективности или перерывы в деятельности.

Помимо рисков, перечисленных выше, центр в своей деятельности сталкивается с рисками, которые не могут быть количественно оценены в полном объеме. Однако, и для них центр профессионального превосходства EDuSKILLS придерживается традиционного подхода: выявляет, анализирует, оценивает и отслеживает. Оценка может быть дискретной (по определенной шкале) или основываться на сценарном анализе.

Наиболее важными в этой категории рисков являются: стратегический риск, риски, связанные с ликвидностью и репутационные риски.

Стратегический риск – ухудшение финансовых показателей центра вследствие ошибочных решений руководства относительно выработки стратегии развития и ее реализации.

Риски, связанные с ликвидностью – неожиданные финансовые потери вследствие полной невозможности или ограниченной возможности центра выполнять текущие обязательства.

Репутационные риски – ухудшение финансовых показателей центра вследствие ухудшения его репутации.

Основными методами управления рисками являются следующие:

Рыночные риски. Основными рыночными рисками, которым подвержен центр, являются валютный риск, риск изменения ценовой категории образовательных программ.

Центр нацелен на раннее выявление операционных рисков. Центр определяет операционные риски и соответствующие им контрольные процедуры посредством структурированной самооценки. Помимо этого, центр накапливает статистику по реализованным убыткам от проявления операционных рисков. На основе анализа такой статистики центр работает над снижением ущерба от реализации операционных рисков.