

BIZNESPLAN SZKOŁY JĘZYKOWEJ

„POLAK ZA GRANICĄ”

Dane wnioskodawcy:

Nazwa: SZKOŁA JĘZYKÓW OBCYCH POLAK ZA GRANICĄ SP. Z O.O.

Data rozpoczęcia działalności: 2018-05-01

Adres siedziby: ul. Piłsudskiego 67, 59-220 Legnica

REGON: 123456789

NIP: 0987654321

KRS: 0000067891

Reprezentacja firmy:

Katarzyna Patec – prezes zarządu

Mateusz Patec – członek zarządu

Michael Simmons – członek zarządu

Katarzyna Patec – 48-letnia magister językoznawstwa, nauczycielka akademicka języka hiszpańskiego z 16-letnim doświadczeniem, w tym 5 lat praktycznej pracy jako adiunkt w Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych Uniwersytetu Wrocławskiego.

Mateusz Patec – 52-letni doktor habilitowany Instytutu Filologii Germańskiej Uniwersytetu Wrocławskiego z 19-letnim doświadczeniem, w tym 6 lat pracy jako wykładowca przedmiotu „Wstęp do językoznawstwa”.

Michael Simmons – 29-letni absolwent Colorado State University: General Sociology. Native speaker języka angielskiego, który przed rozpoczęciem współpracy działał w ramach organizacji non-profit The Young Americans.

Streszczenie przedsięwzięcia:

Podstawowym celem naszej inwestycji jest zwiększenie dostępności najpopularniejszych kierunków, aby zaspokoić wysoki popyt potencjalnych kursantów (język niemiecki techniczny, język hiszpański dla początkujących

oraz język angielski biznesowy) oraz uruchomienie nowych kursów tematycznych (angielski na wakacje, niemiecki na wakacje, hiszpański na wakacje). Opcjonalnym celem jest poszerzenie usługi o języki mniej popularne, a o które otrzymujemy regularne zapytania (język norweski podstawowy, zaawansowany i techniczny, język czeski podstawowy, techniczny i biznesowy). Aby zrealizować nasze cele, konieczne jest zwiększenie kadry nauczycielskiej, wynajem większej powierzchni do nauczania lub zakup pomieszczeń modułowych oraz intensywny marketing.

Skrócona charakterystyka przedsiębiorstwa:

Przedsiębiorstwo funkcjonuje jako szkoła językowa dedykowana osobom dorosłym, które rozważają zmianę pracy i emigrację zarobkową. Kursy są prowadzone są w ośmioosobowych grupach w godzinach 15:00 – 21:30 od poniedziałku do piątku, w soboty prowadzone są kursy intensywnego nauczania w godzinach 10:00 – 14:00. Ze względu na wąską kadrę oraz zainteresowanie głównie kursami stacjonarnymi, szkoła nie prowadzi zajęć w trybie on-line. Oferta kierowana przede wszystkim na rynek lokalny, to jest Legnica i okolice do 15-20 kilometrów, jednak coraz częściej pojawiają się współprace z firmami z Wrocławia. Szkoła urządzona jest na prywatnej posesji państwa Patec, w niewykorzystanej wcześniej przybudówce, gdzie wygospodarowano cztery w pełni wyposażone sale o powierzchni ok. 15 m² oraz recepcję z lobby i toalety. Przed przybudówką mieści się parking na cztery stanowiska, a około 400 metrów od posesji znajduje się przystanek autobusowy.

Opis oferowanych usług:

Na dzień dzisiejszy szkoła językowa proponuje następujące kursy:

- Język angielski – Michael Simmons, Anna Konieczna, Rafał Kic:
 - Intensywny język angielski – Michael Simmons, Rafał Kic
Cena za lekcję: 379 zł / 240 minut
 - Język angielski podstawowy – Anna Konieczna, Rafał Kic
Cena za lekcję: 59 zł / 75 minut
 - Język angielski zaawansowany – Anna Konieczna

- Cena za lekcję: 69 zł / 75 minut
- Język angielski biznesowy – Michael Simmons, Anna Konieczna
Cena za lekcję: 79 zł / 90 minut
- Język angielski techniczny – Michael Simmons, Rafał Kic
Cena za lekcję: 99 zł / 90 minut
- Język angielski medyczny – Michael Simmons
Cena za lekcję: 99 zł / 90 minut
- Język niemiecki – Mateusz Patec, Ewelina Gryczka:
 - Intensywny język niemiecki – Mateusz Patec,
Cena za lekcję: 449 zł / 240 minut
 - Język niemiecki podstawowy – Ewelina Gryczka
Cena za lekcję: 59 zł / 75 minut
 - Język niemiecki zaawansowany – Ewelina Gryczka
Cena za lekcję: 69 zł / 75 minut
 - Język niemiecki techniczny – Mateusz Patec
Cena za lekcję: 119 zł / 90 minut
 - Język niemiecki biznesowy – Mateusz Patec
Cena za lekcję: 119 zł / 90 minut
- Język hiszpański – Katarzyna Patec
 - Język hiszpański podstawowy – Katarzyna Patec
Cena za lekcję: 69 zł / 75 minut
 - Język hiszpański zaawansowany – Katarzyna Patec
Cena za lekcję: 79 zł / 75 minut
 - Język hiszpański biznesowy – Katarzyna Patec
Cena za lekcję: 119 zł / 90 minut

Kursy te są autorsko ułożonym scenariuszem, który wspierany jest przez własnoręcznie stworzone podręczniki według wytycznych Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego. Na kompletny kurs składa się 35 lekcji, które odbywają się dwa razy w tygodniu, zaś intensywne kursy to 10 sobotnich spotkań. Dzięki nim słuchacz opanowuje języki w stopniach:

- Z A1 do B1+ dla języka podstawowego
- Z B1 do C1+ dla języka zaawansowanego
- Język techniczny, biznesowy, medyczny w stopniu B2+/C1

Idea szkoły jest taka, by postępy zostały odnotowane w ciągu 3 miesięcy, a skuteczność nauczania przekraczała 85%. Kurs kończy się egzaminem

teoretycznym i praktycznym, a potwierdzeniem zdobytych umiejętności jest certyfikat wraz z opisem kompetencji (analogicznie jak na świadectwie maturalnym). Każdy absolwent otrzymuje autorskie kompendium wiedzy, które stanowi powtórkę przyswojonego wcześniej materiału. Dzięki temu możliwe jest przypomnienie kwestii, które były poruszane podczas zajęć.

Szkoła przewiduje obniżkę przy płatności za cały kurs z góry, co jest najczęściej wybieraną metodą rozliczeniową. Dodatkowo, oferowany jest program poleceń, który osobie polecanej gwarantuje dodatkowe 5% rabatu na cały kurs, zaś osoba polecana otrzymuje voucher o wartości 60 złotych do wykorzystania w Spotify Premium – aplikacji z muzyką, e-bookami oraz podcastami, w tym także w językach obcych.

Dodatkowo, Katarzyna Patec oraz Mateusz Patec podejmują się tłumaczeń tekstów z języków hiszpańskiego na polski i niemieckiego na polski, koszt takiej usługi to od 50 do 100 złotych netto / strona maszynopisu. Ta działalność stanowi jednak znikomy procent zleceń, przez co będzie ona wygaszana na rzecz skupienia się wyłącznie na zajęciach językowych.

Pracownicy:

Na kadre pracowników składa się 8 osób:

- Katarzyna Patec – prezes zarządu, nauczycielka języka hiszpańskiego;
- Mateusz Patec – członek zarządu, nauczyciel języka niemieckiego;
- Michael Simmons – członek zarządu, nauczyciel języka angielskiego;
- Anna Konieczna – etatowa nauczycielka języka angielskiego;
- Rafał Kic – dorywczy nauczyciel języka angielskiego;
- Ewelina Gryczka – etatowa nauczycielka języka niemieckiego;
- Marcelina Borejko – studentka, dorywcza pracownica recepcji;
- Patrycja Kowalska – specjalistka do spraw marketingu i social mediów;

Rynek i konkurencja:

Na podstawie przeprowadzonej analizy biznesowej wskazaliśmy podmioty, które w największym stopniu stanowią naszą bezpośrednią i niebezpieczną konkurencję.

1. Lingua Cognita (al. Jana Pawła II 29-31)

Lingua Cognita to nazwa ogólnopolskiej sieci szkół językowych, która należy do Państwowego Wydawnictwa Językowego. Oznacza to, że za każdą filią stoi znaczny kapitał i kompleksowa baza nauczania. Okazuje się jednak, że miejsce to ma zaledwie umiarkowaną reputację i nie należy do czołówki najczęściej polecanych placówek. Niemniej jednak odgórny marketing obejmujący wszystkie filie może sprawić potencjalny problem w kwestii widoczności w sieci (m.in. wykupienie kampanii reklamowych w wyszukiwarce Google i na Google Maps). Konkurencja skupia się na nauczaniu języków w zakresie podstawowym i rozszerzonym.

2. ABC Szkoła Językowa (pl. Hirszfelda 10)

Jedna z najstarszych szkół językowych w Legnicy, która już utrwaliła się w świadomości mieszkańców. Stosunkowo pozytywne opinie na temat ABC można dostrzec w wielu kanałach komunikacyjnych. Największy nacisk kładziony jest na język angielski i niemiecki, choć oferta obejmuje także inne języki (m.in. język hiszpański). Ceny w ABC są powyżej średnich stawek, przez co część osób prywatnych poszukuje tańszej lub bardziej zbilansowanej kosztowo alternatywy. ABC jest chętnie wybierana przez firmy, której pracownicy szkoleni są przed wyjazdami reprezentacyjnymi. Konkurencja skupia się na nauczaniu języka angielskiego dla biznesu oraz intensywnych kursów języka angielskiego i niemieckiego.

3. Mary&Peter English Native Speakers (ul. Akacjowa 11/3)

Prywatna szkoła językowa prowadzona przez emerytowane małżeństwo brytyjskich native-speakerów, które traktuje swój biznes jako osobistą pasję. Małżeństwo skupia się na nauce języka angielskiego poprzez zróżnicowane tematycznie konwersacje. Bardzo dobre opinie i liczne polecenia na forach internetowych sprawiają, że jest to firma niezwykle groźna w zakresie języka angielskiego. Nie wszystkim jednak odpowiada „domowa atmosfera” oraz fakt, że zajęcia prowadzone są dla pojedynczych osób. Firma ta nie obsługuje zamówień biznesowych,

działają jedynie z osobami prywatnymi, które chcą uczyć się angielskiego w przyjaznej, rodzinnej atmosferze.

4. Centrum edukacyjne STUDENT (ul. Budowniczych LGOM 61)

Stosunkowo nowy koncept powstały w ramach inicjatywy studenckiej PWSZ im. Witelona w Legnicy. Jest to miejsce, gdzie studenci mogą zaoferować swoje usługi nauczania języków na określonym poziomie. Każdy student chętny do nauczania jest weryfikowany pod kątem deklarowanej znajomości języka. Miejsce to jest intensywnie promowane, jednak ze względu na krótki czas istnienia trudno powiedzieć, jakie jest aktualne zainteresowanie usługami. Na forach internetowych widać mieszane uczucia – nie wszyscy są przekonani do tego, by ich nauczaniem zajmowali się młodzi ludzie, niekoniecznie posiadający wykształcenie kierunkowe. Centrum edukacyjne oferuje najniższe ceny na rynku, co może skutecznie zachęcać wielu kursantów.

Pozostałe szkoły językowe w Legnicy i okolicach skupiają się w dużej mierze na edukacji wczesnoszkolnej i szkolnej. Z racji tego, iż klientami tych miejsc są przede wszystkim dzieci i młodzież, placówki te nie stanowią konkurencji dla naszej firmy, dedykowanej przede wszystkim osobom dorosłym. „Polak za granicą” nie rozważa oferowania kursów w grupie wiekowej 3-18 lat.

Strategia marketingowa:

Marka „Polak za granicą” kreowana jest na partnera godnego zaufania, który pomaga w realizacji marzeń o zarobkowaniu za granicą. Komunikacja bazuje na narracji, w której szkoła przekazuje jedno z podstawowych narzędzi do funkcjonowania za granicą – znajomość języka obcego. Firma posiada własną stronę internetową, wizytówkę w Google Maps, profil na Facebooku oraz LinkedIn. Działania marketingowe polegają na cyklicznym promowaniu postów reklamowych na Facebooku wśród użytkowników w wieku 20-45 lat, mieszkających w promieniu 25 km od Legnicy. Dwukrotnie także nawiązywano współpracę z Radio Plus Legnica i trzykrotnie z portalem e-legnickie.pl, jednakże działania te nie przyniosły spektakularnych

rezultatów. Do tej pory też nie tworzono skoordynowanych kampanii marketingowych w obszarze Google-Facebook-LinkedIn.

Wobec nowej koncepcji biznesowej, planowane jest uruchomienie dwóch niezależnych kampanii marketingowych. Pierwsza będzie skupiać się na ofercie dla osób prywatnych, która będzie promowana poprzez portal Facebook oraz wyszukiwarkę Google. Druga będzie promować ofertę dla firm, która zechce oddelegować swoich pracowników na naukę języka – ta kampania skupi się na portalach LinkedIn i Facebook. Tym sposobem „Polak za granicą” chce skutecznie docierać do środowiska biznesowego i grup docelowych, które określono jako:

- Osoba aktywna zawodowo bez podziału na płeć;
- Wiek osoby: pomiędzy 20 a 45 lat;
- Docelowa aktywność zawodowa: branże techniczne (np. budowlana, automotive, automatyka), szeroko rozumiana aktywność biznesowa i korporacyjna;
- Wykształcenie: techniczne, średnie;
- Majętność osób zatrudnionych: umiarkowana, niższa klasa średnia;
- Zainteresowania: nie są analizowane;

Główne przesłanie kampanii opiera się na hasle „Daj sobie szansę!”. Szansa w kontekście biznesu oznacza rozwój pracownika, ekspansję na rynek zagraniczny, kreowanie specjalistów wyposażonych w język na biegłym poziomie. Szansa w kontekście pracownika oznacza nowe możliwości zarobkowe, alternatywa w postaci emigracji zarobkowej, prześcignięcie konkurencyjnych pracowników z uwagi na biegłą znajomość języka funkcjonującego w danym kraju.

Plan inwestycyjny:

Całe przedsięwzięcie inwestycyjne będzie skupiać się na dwóch odrębnych, czteroetapowych planach. Warunkiem realizacji drugiego z planów jest stuprocentowa realizacja pierwszego z nich.

Pierwszy plan zakłada cztery etapy:

1. Zatrudnienie czterech dodatkowych pracowników:

- Nauczyciela języka angielskiego do prowadzenia intensywnego kursu, lekcji zaawansowanych i lekcji biznesowych;
- Nauczyciela języka hiszpańskiego do prowadzenia zajęć w stopniu podstawowym i zaawansowanym;
- Nauczyciela języka hiszpańskiego do prowadzenia intensywnych kursów, zajęć w stopniu podstawowym oraz lekcji biznesowych;
- Nauczyciela języka niemieckiego do prowadzenia zajęć w stopniu podstawowym, zaawansowanym oraz lekcji technicznych;

2. Wydłużenie czasu pracy: w tygodniu zajęcia od godziny 13:30 do 21:30, w soboty od 10:00 do 20:00.

3. Przygotowanie oferty konsultacji indywidualnych, które będą odbywać się stacjonarnie minimum 1 godzina w dni robocze oraz minimum 2 godziny w soboty. Konsultacje indywidualne mają na celu nieodpłatne wsparcie tych kursantów, którzy nie przyswoili materiału z poprzednich zajęć.

4. Promocja najbardziej rentownych obszarów: kursu biznesowego, kursu „od podstaw” (lekcje podstawowe) oraz intensywnych kursów językowych.

Budżet: 48.000 złotych, z czego 38.000 złotych zostanie przeznaczone na pensje dla nowo zatrudnionych pracowników przez pierwsze dwa miesiące, a 10.000 złotych na kampanię marketingową.

Drugi plan zakłada kolejne cztery etapy:

1. Zwiększenie dostępnej przestrzeni:

- Korzystając z przepisów Polskiego Ładu zwiększających metraż domów bez pozwoleń do 70 m², można zakupić taki dom, który będzie podzielony na 5 sal lekcyjnych, cena gotowej przestrzeni do 150.000 zł
- Tańszą alternatywą będzie wynajem dwóch sal lekcyjnych w centrum, gdzie będą odbywać się zajęcia podstawowe i zaawansowane, koszt miesięczny takiego rozwiązania powinien się zamknąć w 6.000 zł

2. Zatrudnienie pięciu dodatkowych pracowników:

- Dwaj nauczyciele języka norweskiego, którzy będą realizować zajęcia w stopniu podstawowym, zaawansowanym oraz biznesowym;

- Dwaj nauczyciele języka czeskiego, którzy będą realizować zajęcia w stopniu podstawowym, zaawansowanym oraz biznesowym;
- Osobę uczącą się, która będzie pełnić obowiązki biurowe oraz administracyjne (wsparcie dla Marceliny i Patrycji);

3. Rozszerzenie oferty bieżącej o język norweski i czeski, w wyniku czego zostaną przemodelowane kanały komunikacji oraz zostanie przystosowana infrastruktura edukacyjna (np. podręczniki do nauczania).

4. Promocja nowych obszarów edukacyjnych: kursów języka norweskiego oraz czeskiego przy jednoczesnym przypomnieniu o ofercie bieżącej.

Budżet: 95.000 złotych, z czego 69.500 złotych zostanie przeznaczone na pensje dla nowo zatrudnionych osób przez 3 miesiące, 18.000 złotych zostanie przeznaczone na wynajem sal opłaconych za 3 miesiące z góry, 7500 złotych na kampanię marketingową. Wersja z zakupem domu modułowego zamiast wynajmem sal będzie kosztować około 225.000 złotych.

Sytuacja ekonomiczno-finansowa:

Na podstawie załączników (bilans, rachunek zysków i strat) szkoła językowa wypracowuje średniomiesięczną nadwyżkę finansową w wysokości 7.800 złotych. Miesięczne przychody wynoszą średnio 66.800 złotych, zaś koszty nie przekraczają kwoty 59.000 złotych. 60% nadwyżki przeznaczona jest na rezerwę budżetową, pozostałe 40% wypłaca się pracownikom jako premia uznaniowa. Można więc przyjąć, że firma jest stabilna finansowo, płynność kapitału nie jest zamrożona, a inwestycja pozwoli pomnożyć zyski. Spodziewana miesięczna nadwyżka finansowa po przeprowadzonych inwestycjach w wariantcie podstawowym sięgnie 11.500 złotych. Po realizacji inwestycji w wariantcie rozszerzonym zyski w wariantcie ostrożnym będą oscylować w granicach 13.500 złotych, w wersji optymistycznej przekroczą 22.000 złotych.

Załączniki:

Bilans – str. 10

Rachunek zysków i strat w wariantcie kalkulacyjnym – str. 11

(dane jednostki)

BILANS

sporządzony na dzień:

jednostka obliczeniowa:

	AKTYWA	Stan na dzień kończący			PASywa	Stan na dzień kończący	
		rok bieżący	rok poprzedni			rok bieżący	rok poprzedni
A	Aktywa trwałe			A	Kapitał (fundusz) własny		
I	Wartości niematerialne i prawne			I	Kapitał (fundusz) podstawowy		
1	Koszty zakończonych prac rozwojowych			II	Kapitał (fundusz) zapasowy, w tym:		
2	Wartość firmy				– nadwyżka wartości sprzedaży (wartości emisyjnej) nad wartością nominalną udziałów (akcji)		
3	Inne wartości niematerialne i prawne						
4	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne			III	Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny, w tym:		
II	Rzeczowe aktywa trwałe				– z tytułu aktualizacji wartości godziwej		
1	Środki trwałe			IV	Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe, w tym:		
a)	grunty (w tym prawo użytkowania wieczystego gruntu)				– tworzone zgodnie z umową (statutem) spółki		
b)	budynki, lokale, prawa do lokali i obiekty inżynierii lądowej i wodnej				– na udziały (akcje) własne		
c)	urządzenia techniczne i maszyny						
d)	środki transportu						
e)	inne środki trwałe						
2	Środki trwałe w budowie			V	Zysk (strata) z lat ubiegłych		
3	Zaliczki na środki trwałe w budowie						
III	Należności długoterminowe						
1	Od jednostek powiązanych						
2	Od pozostałych jednostek, w których jednostka posiada zaangażowanie w kapitale			VI	Zysk (strata) netto		
3	Od pozostałych jednostek			VII	Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)		
IV	Inwestycje długoterminowe			B	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania		
1	Nieruchomości			I	Rezerwy na zobowiązania		
2	Wartości niematerialne i prawne			1	Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		
3	Długoterminowe aktywa finansowe			2	Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne		
a)	w jednostkach powiązanych				– długoterminowa		
	– udziały lub akcje				– krótkoterminowa		
	– inne papiery wartościowe			3	Pozostałe rezerwy		
	– udzielone pożyczki				– długoterminowe		
	– inne długoterminowe aktywa finansowe				– krótkoterminowe		

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

sporządzony za okres

(wariant kalkulacyjny)

(dane jednostki)

jednostka obliczeniowa:

Wiersz	Wyszczególnienie	Dane za		Przekształcone dane porównawcze za poprzedni rok obrotowy
		rok bieżący	rok poprzedni	
A	Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, w tym:			
	– od jednostek powiązanych			
I	Przychody netto ze sprzedaży produktów			
II	Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów			
B	Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów, w tym:			
	– jednostkom powiązanim			
I	Koszt wytworzenia sprzedanych produktów			
II	Wartość sprzedanych towarów i materiałów			
C	Zysk (strata) brutto ze sprzedaży (A – B)			
D	Koszty sprzedaży			
E	Koszty ogólnego zarządu			
F	Zysk (strata) ze sprzedaży (C – D – E)			
G	Pozostałe przychody operacyjne			
I	Zysk z tytułu rozchodu niefinansowych aktywów trwałych			
II	Dotacje			
III	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych			
IV	Inne przychody operacyjne			
H	Pozostałe koszty operacyjne			
I	Strata z tytułu rozchodu niefinansowych aktywów trwałych			
II	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych			
III	Inne koszty operacyjne			
I	Zysk (strata) z działalności operacyjnej (F + G – H)			
J	Przychody finansowe			
I	Dywidendy i udziały w zyskach, w tym:			
	a) od jednostek powiązanych, w tym:			
	– w których jednostka posiada zaangażowanie w kapitale			
	b) od jednostek pozostałych, w tym:			
	– w których jednostka posiada zaangażowanie w kapitale			
II	Odsetki, w tym:			
	– od jednostek powiązanych			
III	Zysk z tytułu rozchodu aktywów finansowych, w tym:			
	– w jednostkach powiązanych			
IV	Aktualizacja wartości aktywów finansowych			
V	Inne			
K	Koszty finansowe			
I	Odsetki, w tym:			
	– dla jednostek powiązanych			
II	Strata z tytułu rozchodu aktywów finansowych, w tym:			
	– w jednostkach powiązanych			
III	Aktualizacja wartości aktywów finansowych			
IV	Inne			
L	Zysk (strata) brutto (I+J-K)			
M	Podatek dochodowy			
N	Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)			
O	Zysk (strata) netto (L-M-N)			