

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжский православный институт имени Святителя Алексия,
митрополита Московского»**

Кафедра экономики и бизнес - развития

Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) «Экономическое образование»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

**Формирование предпринимательских способностей в среднем
профессиональном образовании через элективный курс «Разработка
бизнес-плана организации»**

Выполнила студентка
4 курса группы ЭО-401
очной формы обучения
Кудряшова Наталья
Владимировна

(подпись)

Научный руководитель
Державина Дина
Александровна
кандидат экономических
наук, доцент

(подпись)

Допустить к защите:

Заведующий кафедрой

экономики и бизнес – развития _____

А. Н. Торхова

«___» _____ 2021 г.

Тольятти
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. Теоретические основы бизнес – планирования	9
1.1. Сущность и значение бизнес-планирования.....	9
1.2. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана	13
1.3. Отличительные особенности бизнес-плана от других плановых документов организации	22
ГЛАВА 2. Разработка основных элементов бизнес-плана по созданию ветеринарной клиники ZOO+	28
2.1 Характеристика отрасли ветеринарных услуг	28
2.2. Анализ рынка.....	31
2.3. Анализ конкурентов	38
2.4. Описание услуг, товаров.....	43
2.5. Организационный план.....	44
2.6. Производственный план	47
2.7. Маркетинговый план.....	50
2.8. Финансовый план	55
2.9. Экономическая эффективность бизнес-плана	56
Глава 3. Педагогические условия формирования предпринимательских способностей в среднем профессиональном образовании	64
§ 3.1 Предпринимательские способности: сущность и структура	64
3.2. Анализ вариативной части учебного плана ЧУПО «ТЭТК».....	68
3.3 Формирование предпринимательских способностей через элективный курс «Разработка бизнес-плана».....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	85
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	93

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современном мире бизнес-планирование непосредственно связано с предпринимательской деятельностью, так как на этапе создания того или иного предприятия, организации, при кризисной ситуации в компании первым элементом будет выступать процесс планирования, в свою очередь основным фактором такой деятельности выступают предпринимательские способности.

В условиях рыночной экономики любому собственнику бизнеса, иными словами предпринимателю важно организовать процесс управления организацией, главной функцией которой выступает бизнес-планирование [13]. Без правильной организации своей деятельности компания обречена на провал, то есть на банкротство, закрытие организации, поэтому в современном мире мы видим такие примеры компаний, которые закрылись при негативных условиях пандемии. Планированием занимается каждый человек в своей повседневной жизни, что связано с современной популярностью использования тайм-менеджмента, так, например, планирование является неотъемлемой частью деятельности преподавателя в образовательной организации, любой процесс проведения урока распределен по этапам и минутам.

Важно понимать, что разработка бизнес-плана на тот или иной плановый период показывает стратегию организации, то есть ключевых направлений деятельности, ее план работы в определенный период, оценку возможностей, но и также показать финансовое обоснование надежности данной организации [22].

Известно, что потребности общества возрастают, аналогично возрастает необходимость в толковых специалистах, которые владеют не только профессиональными компетенциями, но и предпринимательскими способностями с целью развития собственного бизнеса, открытию новых рабочих мест, развитию малого предпринимательства в России, как один из факторов улучшения экономики страны.

В соответствии с задачами, которые были установлены государственной программой «Развитие образования» до 2025 года, можно говорить о том, что наиболее важным этапом в развитии государства, является именно подготовка активного, в том числе делового молодого поколения к жизни и трудовой деятельности, обладающими предпринимательскими способностями, навыками самообразования, самореализации личности, трудовой мотивацией и профессиональной позицией [5].

В свою очередь, современная педагогическая наука имеет новый взгляд на содержание образования, которая раскрывает нам учащегося как активного участника процесса, который может самостоятельно сформировать свою индивидуальную образовательную траекторию, осуществлять поиск информации, работать в команде, организовать собственный бизнес [17].

Поэтому, мы и говорим о том, что разработка бизнес-плана в условиях современной экономики выступает обязательным и основным элементом деятельности организации, а также способствует формированию предпринимательских способностей, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель 1: рассчитать экономическое обоснование эффективности открытия новой ветеринарной клиники ZOO+.

Были определены следующие задачи, в соответствии с поставленной целью 1, которые необходимо решить для ее достижения:

1.1. Выявить сущность и значение бизнес-плана в условиях планирования предприятия;

1.2. Определить основные этапы разработки бизнес-плана, его разделы и раскрыть взаимосвязь между ними;

1.3. Разработать бизнес-план по открытию ветеринарной клиники ZOO+;

1.4. Доказать экономическую эффективность бизнес-проекта;

Цель 2: углубление знаний в области бизнес-планирования как основы формирования предпринимательских способностей в среднем профессиональном образовании.

Соответственно, цель исследования №2 предопределила необходимость решения следующих задач:

- 2.1. Раскрыть сущность и структуру предпринимательских способностей;
- 2.2. Проанализировать вариативную часть учебного плана ЧУПО «ТЭТК»
- 2.3. Разработать рабочую программу по элективному курсу «Разработка бизнес-плана организации».

Объектами исследования выступают ветеринарная клиника ZOO+ и рабочая программа элективного курса «Разработка бизнес-плана организации»

Предмет исследования: методическое обоснование разработки бизнес – плана и создание элективного курса.

Для решения поставленных задач использовался комплекс методов:

- общетеоретические, а именно анализ научно-методической литературы и нормативных документов;
- эмпирические (изучение, анализ, обобщение);
- статистические (использование диаграмм, формул, таблиц, подсчетов)

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней проанализирован, обобщен и систематизирован теоретический материал по бизнес-планированию, определены этапы и структура, цели и задачи разработки бизнес-плана.

Практическая значимость заключается в том, что разработанный элективный курс может быть использован педагогами при организации целенаправленной работы по формированию предпринимательских способностей, а также разработанный бизнес-план по открытию ветеринарной клиники ZOO+ может быть использован предпринимателями в сфере ветеринарной деятельности.

Теоретической базой исследования послужили разработки отечественных и труды зарубежных экономистов, таких как Эдвард Деминг, Ронд Абрамс, а также монографии, учебные пособия, научные статьи в периодических изданиях.

Так, проблемы, связанные с назначением бизнес-плана в управлении, исследовались выдающимися экономистами, в своих работах А. П. Горнов, О. Г. Корамов определяют бизнес-планирование как многоступенчатый процесс, направленный на получение прибыли, который также охватывает разработку плана, его осуществление и выполнение.

В. П. Буров, А.Л. Ломакин и Э. М. Гайнутдинов, считают, что в бизнес-плане описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем.

Благодаря трудам А. В. Башкирцева, С. Т. Бронниковой, В. А. Горемыкина нам удалось выявить методические особенности разработки бизнес-плана.

Проанализировав теоретические положения педагогической части, можно сказать о том, что проблема формирования предпринимательских способностей является многоаспектным явлением и связана с различными науками: педагогикой, психологией, социологией и, конечно, экономикой.

Эмпирической базой стали материалы учебных программ частного учреждения профессионального образования «Гольяттинский экономико-технологический колледж».

Нормативно-правовую базу составили законодательные акты и программные документы федеральных органов власти: Федеральный закон «Об образовании», Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Федеральный государственный образовательный стандарт и другие.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ГЛАВА 1. Теоретические основы бизнес – планирования

1.1. Сущность и значение бизнес-планирования

Для достижения успеха в той или иной деятельности нужно определить цель, задачи и эффективные пути и средства ее достижения и другое, то есть нужно ответить на вопрос что и как необходимо сделать, чтобы достичь результата, в свою очередь все перечисленные аспекты входят в процесс планирования.

Планирование, как определяет О. Г. Карамов, это «метод осуществления хозяйственно-организаторской функции, направленный на развитие производительных сил общества, получению прибыли, который также охватывает разработку плана, его осуществление и выполнение» [27].

Данный процесс связан с выбором одной из нескольких альтернатив, той или иной совокупности действий. Все аспекты в процессе планирования находятся во взаимосвязи, которые создают между собой сложную систему. Поэтому возникает необходимость отыскать их оптимальное сочетание с точки зрения максимального использования потенциала организации и открывающихся перед ней возможностей.

Современный американский эксперт в области малого бизнеса Ронд Абрамс, говорит что «планирование – это определение цели развития управляемого объекта, методов, способов и средств ее достижения, разработка программы, плана действия различной степени детализации на ближайшую и более отдаленную перспективу [14].

Многие современные экономисты дают различную характеристику понятию «планирование», так в широком смысле планирование рассматривают как процесс принятия решений, связанных с постановкой целей и задач, выработкой стратегии, распределением и перераспределением ресурсов, а в узком смысле планирование представляет собой составление специальных планов (документации) [23],[28].

Планирование является одним из первоочередных элементов любого управленческого цикла. Так, например, управленческий цикл Шьюарта — Деминга PDCA выглядит следующим образом (рисунок 1) [26]:



Рисунок 1 - Управленческий цикл Шьюарта - Деминга PDCA

Мы видим, что данный цикл Шьюарта — Деминга «PDCA» состоит из следующих этапов:

- планирование (plan);
- реализация (do);
- проверка (check);
- действие (action).

Проанализировав труды российских экономистов можно говорить о том, что этот цикл в литературе обозначается как «ПДПД», что, в свою очередь, декодируется как «Планируй. Делай. Проверь. Действуй» [27]. Он повторяется до совпадения результата с планом. Но здесь следует учесть, что план периодически может изменяться в соответствии с требованиями заказчика, потребителей и других агентов, и поэтому именно он является основой для достижения требуемого результата.

Конечно, в действительности, планирование представляет собой именно процесс. Поступающая информация сначала проходит этапы переработки и анализа, которые осуществляются с помощью определенных методов и

инструментария. Проанализируемые данные на выходе есть возможные варианты плана, иначе - альтернативные.

Так как самим процессом, определенным ранее, занимаются люди, которые его же и реализуют, нужно понимать, что значительное влияние оказывает и человеческий фактор: каждый человек наделен разным видом мышления, так в ходе анализа информации осуществляются и определенные типы поведения, которые, в свою очередь оказывают определенное влияние на процесс планирования. Таким образом, в процессе планирования включаются субъективные понятия о ценностях, целях и интересах [13].

В сравнении с зарубежным опытом планирование бизнеса в России как прежде является слабым местом в структуре отечественного менеджмента, поэтому рассмотрим причины, выделяемые А. П. Гарновым [22]:

1) Нехватка грамотных специалистов в данной области, обладающие системным видением, проектированием, аналитическими способностями;

2) Процесс планирования и его осуществление являются непростой задачей, поскольку требуют гибкого сочетания централизации и децентрализации в планировании, создания условий для участия в нем специалистов различных подразделений;

3) Проблемы социально-культурного характера. В России еще достаточно сильны позиции сторонников директивного управления и приказов сверху, нежели руководителей, склонных к использованию демократических методов управления.

В свою очередь, бизнес-планирование (деловое планирование) это самостоятельный вид плановой деятельности, которая непосредственно связана с предпринимательством.

Л. Ш. Салихова дает более емкое определение бизнес-планированию – «это упорядоченная совокупностью стадий и действий, связанных с ситуационным анализом окружающей среды, постановкой целей, осуществлением планирования (разработкой бизнес-плана), продвижением бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности, реализацией бизнес-

плана, контролем за его выполнением». Также автор выделяет основные стадии процесса бизнес-планирования [20]:

1. Подготовительная стадия - на данном этапе разрабатываются перспективные идеи продукта, услуга, экономического или организационного решения и т.д.

2. Стадия разработки бизнес-плана;

3. Стадия продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности;

4. Стадия реализации бизнес-плана охватывает период от принятия решения об инвестировании до начальной стадии практической реализации проекта, включая коммерческое производство.

Касаемо практики использования бизнес-планирования в России, то обратимся к мнению А. А. Киселева, он считает, что «многие коммерческие организации не имеют регламентированных и официально установленных планов, отсутствует механизм планирования, чем при централизованной экономике, когда процесс планирования был под управлением государства» [28]. Поэтому планирование подменяется решениями собственника бизнеса о направлениях хозяйственной деятельности, зачастую, которые рассчитываются на ближайший срок.

Многие собственники бизнеса, руководители, современные предприниматели еще не имеют возможности или же не понимают перспектив использования бизнес-планирования. Практика показывает, что большинство руководителей все еще не владеют методологией и философией бизнес-планирования и скептически относятся к его полезности. В то же время потребность коренного изменения менеджмента назрела уже давно [16].

Сегодня предприятия находятся в условиях интенсивного развития рынка, где также становится все труднее получать сверхприбыли, ориентируясь на случай и импровизацию, поэтому мы придерживаемся точки зрения А. Г. Пиркина, который говорит о том, что «менеджменту российских организаций

придется учиться работать в условиях более стабильных, но невысоких уровней доходов» [35].

А. В. Башкирцев считает, что определенных централизованных требований к разработке бизнес-планов пока нет, в отличие от квартальной и годовой финансовой отчетности, которые представляются в соответствии с приказом Министерства Финансов, статистической отчетности – по указанию Госкомстата и т.д. [20]. Поэтому об ошибках, потерях коммерческой деятельности становится известно после составления баланса.

Итак, принятие разного рода текущих решений, не подменяет процесс планирования, которое по сравнению с принятием решений представляет собой управленческую деятельность гораздо более сложного порядка.

Можно сделать вывод о том, что сущность бизнес-планирования заключается именно в объективной оценке предпринимательской деятельности организации, и что немало важно, в тот же момент является инструментом проектно-инвестиционных решений.

Таким образом, предприниматели в современных условиях рынка должны понимать свои потребности в материальных, финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах, учитывать источники их получения, а также уметь анализировать их эффективность, учиться планировать будущее, целенаправленно его готовить, предсказывать вероятные опасности и использовать потенциальные возможности, кроме того, предприятие должно быть готовым адаптироваться к изменениям внешней среды, то есть быть гибким.

1.2. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана

Процесс производства продукции в условиях современной экономики требует повышения его эффективности и конкурентоспособности. Также в ситуации, когда необходимы определенные бюджетные инвестиции,

банковские кредиты, а также когда создаются новые или совместные производства, тогда требуется разработка бизнес-планов, отражающих развитие предприятия на определенный период [12].

Рассмотрим теоретические определения понятий «бизнес-план» в трактовке разных авторов:

«Бизнес-план представляет собой результат комплексного исследования различных сторон деятельности фирмы», например как производство, реализация продукции и послепродажное обслуживание [18].

В свою очередь, В. А. Москвин трактует данное понятие как план разумной организации конкретного дела, а именно «бизнес-план - это комплексный документ, отражающий важнейшие аспекты и показатели, дающие объективное и целостное представление о будущем или начинаемом деловом предприятии» [31].

В. П. Буров и Ломакин А. Л., считают, что бизнес-план - это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем [19].

Бизнес-план - это общепринятая форма представления деловых предложений и проектов, содержащая развернутую информацию о производственной, сбытовой, финансовой деятельности фирмы и оценку перспектив, условий и форм сотрудничества на основе баланса собственного экономического интереса фирмы и интересов партнеров, инвесторов, потребителей и конкурентов, перспектив, форм и условий сотрудничества [21].

Таким образом, проанализировав различные трактовки авторов, можно заключить следующее, что одни авторы дают свое толкование определению как документу с определенными данными и показателями, а другие истолковывают как идею или описание ожидаемого (предполагаемого) бизнеса. Но, так как Н. Д. Эриашвили рассматривает бизнес-план как «форму представления проектов, содержащую развернутую информацию о деятельности фирмы...» и

дает наиболее емкое из определений, мы в дальнейшем будем рассматривать его трактовку как основное.

В соответствии с мнением Э. М. Гайнутдиновым, основной целью бизнес – плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов [23]. В свою очередь, Т. С. Бронникова выделяет дополнительные цели разработки бизнес-плана, а именно: 1) развитие и укрепление экономического потенциала предпринимателя; 2) социальные цели, к ним относятся развитие научно-технического потенциала, преодоление дефицита товаров и услуг, расширение международных связей и другое [18].

Рассмотрим основные задачи составления бизнес-плана [39]:

- определить конкретные сферы деятельности фирмы, целевые рынки, аудиторию;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения, а также определить лиц, ответственных за реализацию стратегии;
- выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям. Оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- выявить соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей;

- предусмотреть возможные трудности, возникновение которых возможно при реализации бизнес-плана.

В современном мире существует различные варианты бизнес-планов, которые в свою очередь подразделяются по формам, содержанию, структуре, а также в зависимости от назначения. Поэтому, В. А. Горемыкин говорит, что «бизнес-планы составляются либо для внешнего пользования или же для внутреннего использования» [25]. Внешнее использование зачастую направлено на получение капитальных вложений, то есть на инвесторов, а внутреннее использование представляет собой инструмент управления, информирование о сильных и слабых сторонах.

В свою очередь, для неплатежеспособных организаций составляется бизнес-план финансового оздоровления, который имеет определенную структуру и логику изложения, а также служит для [37]:

- 1) выработки стратегии выживания предприятия;
- 2) составления плана проведения реорганизационных процедур;
- 3) организации управления предприятием в условиях кризиса или при неблагоприятном прогнозе;
- 4) обоснования необходимости и возможности предоставления предприятию государственной поддержки.

Рассмотрим простую модель бизнеса (рисунок 2) [29]:

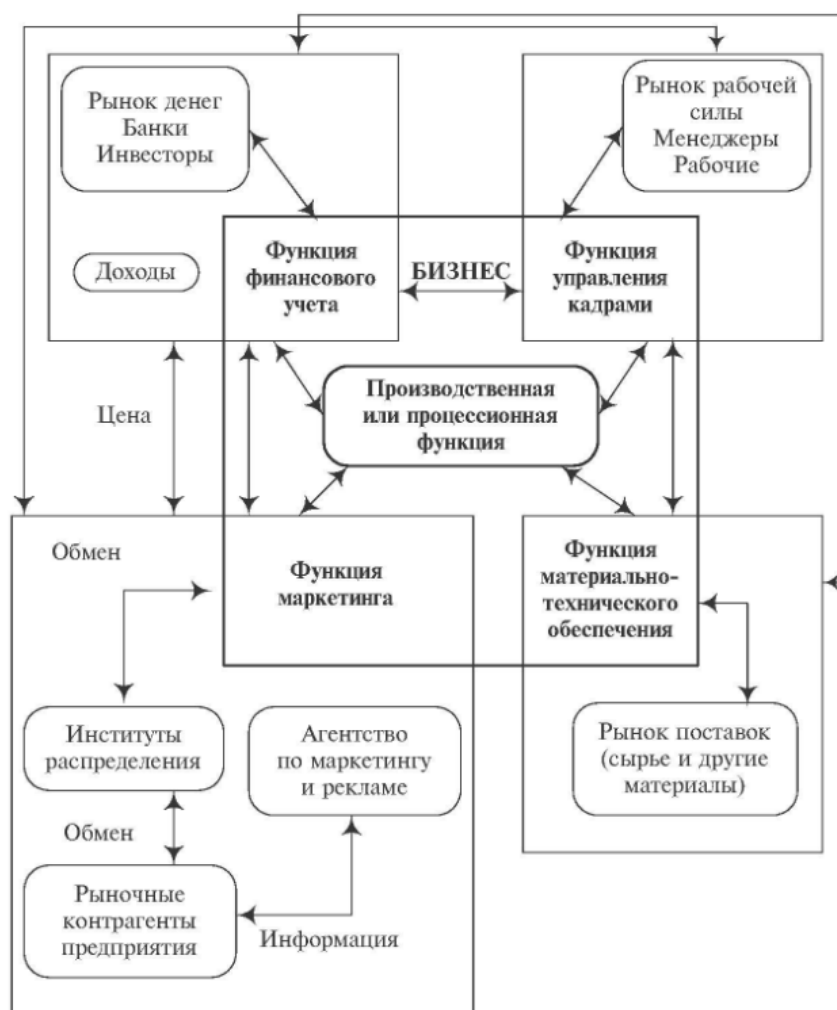


Рисунок 2 – Простая модель бизнеса

Так, исходя из наглядности рисунка 2, можно определить, что простая модель бизнеса может быть представлена в двух основных блоках: макросреды (экономические, правовые, политические, социально-культурные условия деятельности) и микросреды, которая содержит институционную систему. Как мы видим, рассматриваемая нами модель показывает бизнес с его основными функциями, некоторые из них, а именно: финансы, маркетинг, кадры и материально-техническое обеспечение, направлены на взаимодействие с внешним блоком. Данные модели составляют среду деятельности организации, иначе называемый «микроуровень». Поэтому В. З. Черняк, определяет основную задачу бизнес-плана как анализ микросреды, части финансовой деятельности, а именно по максимизации прибыли, достижению точки безубыточности, работе с заемными средствами [40].

В современном мире существует различные варианты бизнес-планов, которые в свою очередь подразделяются по формам, содержанию, структуре, а также в зависимости от назначения. Поэтому, В. А. Горемыкин говорит, что «бизнес-планы составляются либо для внешнего пользования или же для внутреннего использования». Внешнее использование зачастую направлено на получение капитальных вложений, то есть на инвесторов, а внутреннее использование представляет собой инструмент управления, информирование о сильных и слабых сторонах [25].

В свою очередь, для неплатежеспособных организаций составляется бизнес-план финансового оздоровления, который имеет определенную структуру и логику изложения, а также служит для:

- 1) выработки стратегии выживания предприятия;
- 2) составления плана проведения реорганизационных процедур;
- 3) организации управления предприятием в условиях кризиса или при неблагоприятном прогнозе;
- 4) обоснования необходимости и возможности предоставления предприятию государственной поддержки.

Исходя из анализа работы Т. А. Мухитдиновой, мы можем выделить следующие особенности бизнес-планирования в России, которые состоят в следующем [33]:

1. Постоянно меняющиеся экономические отношения заставляют менеджеров высшего звена самим следить за будущими шагами в развитии компании и вести конкурентную борьбу;
2. Некоторая часть руководителей компаний, при отсутствии опыта в управлении коммерческой организацией, не учитывают экономические проблемы рыночной среды;
3. Наличие необходимости использования российскими предпринимателями обоснования своих бизнес-планов для лучшего отражения эффективности использования инвестиций перед инвесторами.



Рисунок 3 – Структура бизнес-плана организации

Бизнес-план включает в себя ряд взаимосвязанных элементов, которые представлены на рисунке 3, а именно [30]:

- Резюме (executive summary) представляет собой сжатое изложение бизнес-плана, в нем раскрывают основную идею проекта и выводы, а также результаты по разделам бизнес-плана. Возможно описание о технологической новизне проекта и его социальной значимости.

- Миссия (mission statement), иначе самая важная генеральная цель проекта, являясь неким ориентиром для остальных целей проекта.

- Основные сведения о компании (company background). На данном этапе проводят анализ отрасли, дается характеристика предприятия, определяется его роль и место в отраслевой иерархии и народном хозяйстве в целом.

- Описание продукта, услуги (product description). В данном разделе представляется информация о продукции, которую будет производить предприятие: область применения; основные характеристики (потребительские, сбытовые и функциональные); соответствие международным и национальным стандартам качества; контроль качества; требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию; наличие патентов, лицензий, сертификатов; новизна технических и технологических решений, потребительских свойств.

- В маркетинговом плане (marketing plan) отражаются: стратегия сбыта, расчет и обоснование цены, политика по послепродажному обслуживанию, способы продвижения на рынке, а также обоснование затрат на маркетинг и рекламу; план мероприятий по продвижению продукции на рынке.

- Анализ конкурентов (competitor analysis). В данном разделе стоит обратить внимание не только на прямых конкурентов, но и на косвенных конкурентов, это те, кто может заменить продукт или услугу другим.

- SWOT-анализ (SWOT analysis). Данный анализ показывает слабые и сильные стороны организации, а также угрозы и возможности, в свою очередь, это факторы внутренней и внешней среды.

- В организационном плане (operations) указывается организационно-правовая форма компании, организационная структура, а также структура управления.

- Финансовый план (financial plan) отражает расчет потребности в инвестициях по каждому виду издержек.

- График реализации проекта (timeline).

Все перечисленные элементы взаимосвязаны между собой и представляют логичную цепочку структуры.

Т. А. Сушкова выделяет следующие особенности, которые необходимо учитывать при разработке различных типов бизнес-планов [39]:

- 1) специфика отрасли;
- 2) концепция продукта;
- 3) общая стратегия предприятия.

Исходя из перечисленных особенностей, можно сделать вывод о том, что разработка бизнес-плана: а) вызывает необходимость изучать каждый элемент предприятия, организации; б) является одним из способов снижения рисков; в) позволяет обнаружить недостаточность той или иной информации.

На рисунке 4 представим в виде схемы основные этапы разработки и разделы бизнес-плана [27]:

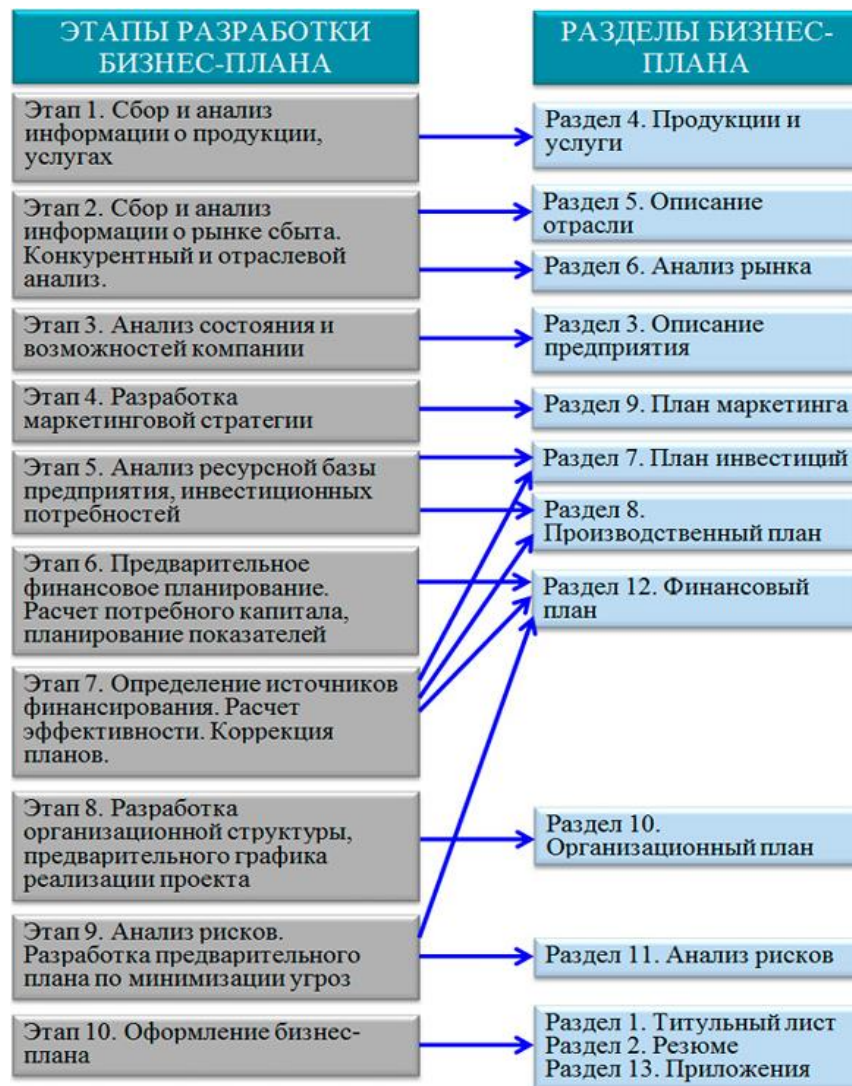


Рисунок 4 - Этапы разработки бизнес-плана в созависимости с разделами

Так, на первом этапе происходит анализ информации о продукте или услуге (раздел 4), затем происходит конкурентный и отраслевой анализ (включает в себя 5 и 6 разделы), на третьем этапе выполняется анализ состояния и возможностей компании (раздел 3), далее выполняется разработка маркетинговой стратегии (раздел 9), анализ ресурсной базы организации (раздел 7 и 8), предварительное финансовое планирование (раздел 12).

При разработке организационной структуры соответственно оформляется организационный план предприятия (раздел 10) и на последнем этапе вся проанализированная информация оформляется в бизнес-план. Важной особенностью работы над бизнес-планом является тот факт, что резюме оформляется на последнем этапе разработки, которое, в свою очередь, в структуре самого бизнес-плана идет первоочередным, объясняется это тем, что,

для составления достоверного резюме проекта нужно пройти поочередно все этапы разработки.

1.3. Отличительные особенности бизнес-плана от других плановых документов организации

Поскольку, разработка бизнес-плана предусматривает не только внутренние цели организации коммерческой направленности, но и внешние цели: получение финансирования, заключение партнерств и другое, в отличие от известных планов традиционного характера экономического и социального развития компании, бизнес-план становится своего рода товаром, реализация которого должна принести максимальный доход.

Согласно Д. Р. Абдрахмановой, «стратегический план - это управленческая конструкция, используемая в процессе стратегического управления на стадии реализации принятой в организации стратегии». В нем указываются очередность действий, операций по ее осуществлению, технологии и ресурсы, исполнители, сроки выполнения плановых работ, также разрабатывается на довольно продолжительный промежуток времени, обычно 3-5 лет или больше [13]. Поэтому бизнес-план является неотъемлемой частью стратегического планирования.

Тем не менее, рассмотрим три основных отличия между стратегическим планом и бизнес-планом по С. С. Сотову [38]:

1) в бизнес-плане раскрывается именно та цель, которая направлена на развитие или создание нового бизнеса, когда стратегический план включает в себя совокупность целей организации, тем самым бизнес-план фирмы (предприятия) нацелен на развитие, тогда как стратегический план может включать другие типы стратегий организации;

2) временные рамки: бизнес-план имеет конкретные временные границы (timeline);

3) в бизнес-плане функциональные составляющие, например план производства, являются полноправными, равновесными частями структуры, чем в стратегическом.

На основе проанализируемой информации составим таблицу 1:

Таблица 1 – Отличительные особенности бизнес-плана и стратегического плана

Бизнес-план	Стратегический план
1. Включает только одну цель	1. Включает комплекс общих целей организации
2. Ориентирован только на развитие	2. Включает различные типы стратегии
3. имеет определенные временные рамки	3. Это планы с растущим горизонтом времени и постоянной корректировкой
4. Разрабатывается для поиска источников финансирования	4. Создается для собственного использования
5. Функциональные составляющие имеют более весомое значение	

В свою очередь, технико-экономический план является средством осуществления стратегического плана, так Р. В. Савкина рекомендует следующую структуру такого типа плана [37]:

1. План производства и реализации продукции;
2. План материально-технического обеспечения;
3. План организационно-технического развития;
4. План по себестоимости и прибыли ;
5. План по труду и его оплате.

Следует заметить, что в данной структуре не зафиксированы финансовый план и план маркетинга, из-за того, что в технико-экономическом плане содержатся только внутрипроизводственные механизмы, и он не направлен на реализацию внешних целей организации.

Чтобы выявить отличия в сравнении с инвестиционным проектом обратимся к трактовке В. А. Москвина, он дает следующее определение: «Инвестиционный проект – это продуманный план действий, связанный с

вложением финансовых и иных материальных средств в определенную деятельность с целью получить от этого прибыль» [31].

Ю. Н. Арсеньев в своих трудах, говорит о том, что бизнес-план предприятия может выступать по отношению к инвестиционному проекту как документ, представляющий собой планы разработки и реализации соответствующей части инвестиционного проекта, но для краткосрочных бизнес-проектов, не требующих значительных трат, бизнес-план может сменить инвестиционный проект [16]. Также на предприятии могут быть такие ситуации, когда бизнес-план фирмы уже включает ожидаемые результаты инвестиционного проекта, в таком случае свободные денежные средства регулируются именно в пределах инвестиционного проекта.

Таким образом, инвестиционный проект и бизнес-план могут быть схожими по структуре в той части, где проводится обоснование инвестиционного замысла.

Рассмотрим систему планов, которые определяются в процессе планирования [35]:

- 1) краткосрочные планы фирмы / текущие планы подразделений;
- 2) стратегический план (генеральный план компании);
- 3) общекорпоративные планы как продолжение стратегического плана, которые, в свою очередь, ставят основные задачи развития компании;
- 4) бизнес-проекты.

При этом современная литература не показывает единого подхода относительно системы планов, так в настоящее время экономисты закладывают в основу различные ступени процесса планирования, поэтому рассмотрим следующую структуру системы планов организации по М. В. Чумаковой [41]:

- 1) стратегические рамочные планы (ориентированы на исполнение глобальных целей);
- 2) долгосрочные планы (детализируют программы инвестиций);
- 3) бюджетные планы (содержат подробную разработку определенных проектов);

4) среднесрочные планы (являются предпосылками для осуществления инвестиционных программ);

5) скользящие краткосрочные планы (охватывают временной показатель - месячные или квартальные планы).

Не смотря на это, следует отметить, что не следует сводить последовательность планов лишь во временном показателе. Ведь формально тактический план выводится из стратегического, являясь его детализацией, а оперативный – из тактического. Д. Р. Абдрахманова определяет подобную зависимость как «соотносимость планов» [13].

Как отмечает Т. А. Мухитдинова, бизнес-план еще лет 10 назад являлся нетрадиционным документом в экономике России, когда в классическом планировании на обоснование экономической эффективности какого-либо проекта отводилось лишь некоторое количество страниц с технико-экономическими показателями. Она считает, что бизнес-план не только подробно и развернуто дает представление об ключевых аспектах перспективного предприятия, проводит анализ возможных угроз (проблем), но и включает возможные пути устранения этих проблем. Так, бизнес-планирование является своего рода феноменом в экономике РФ, при том, что множество понятий рыночной экономики уже широко используются в бизнес сфере и в деятельности организаций [33], [41].

На данном этапе мы изучили основную литературу по теме исследования, ознакомились с различными определениями экономистов и выдающихся ученых термина «планирование» «бизнес-планирование», за основу которого, мы выбрали трактовку Р. Абрамса, так планирование подразумевает определение цели развития управляемого объекта, методов, способов и средств ее достижения, разработка программы, плана действия различной степени детализации на ближайшую и более отдаленную перспективу. Также ознакомились с управленческим циклом Шьюарта — Деминга, современными проблемами бизнес-планирования в России.

Так, сущность бизнес-планирования заключается именно в объективной оценке предпринимательской деятельности организации, и что немало важно, в тот же момент является инструментом проектно-инвестиционных решений.

Благодаря работам А. П. Горнова можно выделить ряд проблем, которые возникают в процессе бизнес-планирования:

- 1) Нехватка грамотных специалистов;
- 2) Процесс планирования и его осуществление являются непростой задачей, поскольку требуют гибкого сочетания централизации и децентрализации в планировании, создания условий для участия в нем специалистов различных подразделений;
- 3) Проблемы социально-культурного характера. В России еще достаточно сильны позиции сторонников директивного управления и приказов сверху, нежели руководителей, склонных к использованию демократических методов управления.

Ознакомившись с трудами Т. А. Сушковой, мы выделили основные этапы разработки и разделы бизнес-плана, так на первом этапе происходит анализ информации о продукте или услуге (раздел 4), затем происходит конкурентный и отраслевой анализ (включает в себя 5 и 6 разделы), на третьем этапе выполняется анализ состояния и возможностей компании (раздел 3), далее выполняется разработка маркетинговой стратегии (раздел 9), анализ ресурсной базы организации (раздел 7 и 8), предварительное финансовое планирование (раздел 12).

На основании выше изученной теоретической базы, мы приходим к следующему заключению, что бизнес-план является важным и неотъемлемым звеном системы планирования в организации, который также является ее отдельной частью и не находится в рамках какого-либо планирования независимо от признака деления, будь то временной показатель или функциональная направленность.

Можно сделать вывод о том, что место бизнес-плана в системе планов организации заключается в том, что он:

1) включает в себя систему количественных и качественных показателей, тем самым детализируя возможности компании;

2) рассчитывает уровень жизнеспособности и возможной устойчивости предприятия, снижает риск предпринимателя;

3) создает условия для получения внешних инвестиций.

Исходя из третьего признака можно сделать вывод о том, что бизнес-план включает в себя как внутренние цели организации, так и внешние, а в свою очередь, внешние цели берут во внимание не только сам предприниматель, но и инвесторы, а также потенциальные потребители и поставщики, еще одной важной характеристикой является то, что все разделы бизнес-плана логично взаимосвязаны между собой.

Тем не менее, в соответствии с изученными характеристиками, бизнес-плану присущи в достаточной степени следующие устойчивые признаки:

1) Сводный и системный характер;

2) Комплексность;

3) Структурированность данных и информации;

4) Взаимосвязанность внутренних характеристик с внешними факторами среды деятельности компании.

Существует различные варианты бизнес-планов, которые в свою очередь подразделяются по формам, содержанию, структуре, а также в зависимости от назначения. Поэтому, бизнес-планы составляются либо для внешнего пользования или же для внутреннего использования, которые соответственно направлены на получение капитальных вложений, то есть на инвесторов, а внутреннее использование представляет собой инструмент управления, информирование о сильных и слабых сторонах.

ГЛАВА 2. Разработка основных элементов бизнес-плана по созданию ветеринарной клиники ZOO+

2.1 Характеристика отрасли ветеринарных услуг

Согласно сведениям всероссийского центра изучения общественного мнения (далее по тексту ВЦИОМ) около 76% граждан России имеют домашних питомцев. Популярностью среди населения пользуются кошки и собаки, их количество составляет около 30 и 20 млн. особей), а попугаи, черепахи и грызуны не превышают 1% [43].

Одной из причин современного развития «зоо-инфраструктуры» и позитивной тенденции приобретения домашних животных происходят благодаря растущей урбанизации в стране, все это способствует открытию на рынке ветеринарных клиник, зоомагазинов, груминг-салонов и зоогостиниц [15]. Так, по данным исследования ВЦИОМ жители, проживающие в столицах и региональных центрах чаще заводят домашних питомцев [43].

Согласно данным по опросу бизнес-навигатора малого и среднего предпринимательства (далее по тексту МСП) самая востребованная услуга, в которой нуждается большинство респондентов, является продуктовый магазин, его доля составляет 78%, когда востребованность в ветеринарных услугах исчисляется в объеме 14% из числа опрошенных более 250 тысяч человек [Приложение А] [51].

Необходимо рассмотреть основные проблемы, которые выделяют потребители ветеринарных услуг (рисунок 5)



Рисунок 5 – Перечень проблем, выделяемые потребителями ветеринарных услуг, %

Согласно рисунку 5, маленький спектр услуг, предоставляемый ветеринарными клиниками, и высокая стоимость являются основными проблемами, с которыми сталкивались потребители в данной сфере, их объем в доле полученных результатов составляет по 28% соответственно. Также, следует учитывать такие проблемы как: низкая квалификация работников (13%), территориальный фактор, а именно расположенность ветклиники (8%), большие очереди (7%), низкое качество товаров и услуг (по 6%) и т.д.

Ветеринарные клиники представляют собой учреждения лечебно-профилактического профиля для оказания скорой помощи животным. Услуги ветклиник обычно включают: лабораторные исследования, рентгенологию, ультразвуковые исследования, эндоскопию, хирургию, стоматологию, кардиологию, офтальмологию, акушерство и прочее. На российском рынке ветеринарных услуг действуют клиники как государственной, так и частной форм собственности. Одна из основных тенденций в отрасли заключается в

постепенном оттоке наиболее платежеспособной клиентуры муниципальных учреждений, оставшихся в наследство от советской эпохи, к частным ветеринарным клиникам, так как они характеризуются более высоким сервисом.

Особенность ветеринарии как бизнеса состоит в закрытости от посторонних людей из-за узкой специализации, требующей высокого уровня компетенции от руководящего состава.

В России, по данным исследования BusinesStat на 2020 год численность оказанных ветеринарных услуг в среднем составила 27,1 миллионов, что на 6,8% выше значения в 2019 году [44].

Миссия ветеринарной клиники ZOO+ заключается в оказании высокопрофессиональной помощи от лучших ветеринаров города Тольятти, использование современных средств лечения и диагностики. В краткосрочной задаче проекта лежит удовлетворение потребностей клиентов в основных видах ветеринарных услуг, а также выход клиники на окупаемость и извлечение прибыли. В долгосрочной перспективе предполагается расширение спектра предоставляемых услуг и развитие сети ветеринарных клиник в регионе развития.

В основе управления бизнесом лежит разработка стратегии, ее адаптация к специфике компании и непосредственная реализация. В стратегический анализ внешнего действия компании входит: анализ факторов дальнего окружения (PEST-анализ), а также анализ факторов ближнего окружения, известная как модель пяти сил Портера. А в стратегический анализ самой компании входит анализ слабых и сильных сторон компании (цепочка ценностей предприятия, а также требования собственников).

Организационно-правовая форма ветеринарной клиники – Общество с ограниченной ответственностью. Система налогообложения – упрощенная (УСН 6%). Структура управления предприятием – линейная. Во главе компании находится директор, в подчинении которого стоит главврач,

осуществляющий руководство врачебным персоналом, а также администратор, вспомогательный персонал.

Одной из социальных выгод проекта является предоставление ветеринарных услуг в формате «у дома». Месторасположение ветеринарной клиники – жилой Центральный район города, с большим числом многоэтажной застройки. Площадь помещения составляет 200м². В состав клиники: войдут приемный кабинет, процедурная, операционная, рентгенкабинет, кабинет функциональной диагностики, ординаторская, складское помещение, холл с регистратурой, санузел, подсобка.

2.2. Анализ рынка

В современных условиях российского рынка ветеринарные услуги постепенно растут, существует тенденции к активному развитию, так, одной из таких тенденций является рост числа оказанных услуг в год на 6,8%, согласно исследованиям BusinesStat [43].

Рынок ветеринарных услуг приспособляется к потребностям клиентов, становится более разнообразным, появляются гостиницы для домашних животных на базе ветеринарных клиник, новые препараты и технологии.

С правовой и экономической точки зрения «ветеринарная услуга» – это любые медицинские мероприятия по оказанию необходимой помощи животному.

Данный рынок обладает двумя положительными факторами для собственника бизнеса, так:

- 1) Услуги, которые предоставляет ветеринарная клиника, не зависят от сезона;
- 2) Оказание медицинской помощи животным необходимо всегда.

Рассмотрим объем рынка ветеринарных услуг в России (рисунок б), по данным проведенного исследования компании «Гидмаркет» [45]:

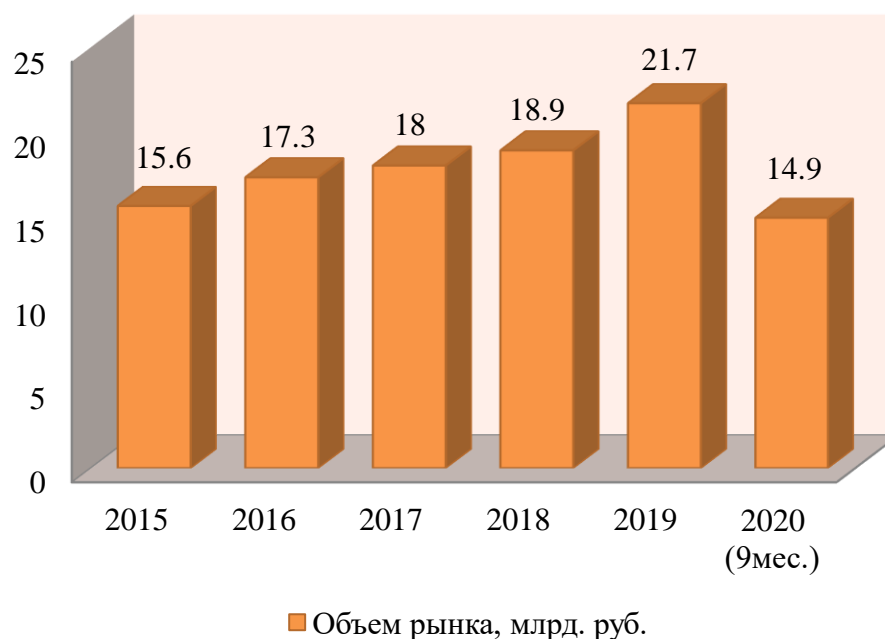


Рисунок 6 - Объем рынка ветеринарных услуг в России, млрд.руб

Как видно из рисунка 6 за рассматриваемый нами период 2015-2020 годов прослеживается динамика роста объема рынка ветеринарных услуг в денежном выражении до 2019 года. Так, с 2016 года по 2018 год данная отрасль наращивала свои объемы постепенно, в среднем в этот промежуток увеличивался на 0,8 млрд., рублей. Наиболее прибыльным оказался 2019 год, здесь объем рынка составил 21,7 млрд., рублей. Но 2020 году показатель уменьшился связи с условиями пандемии на 6,8 млрд., рублей.

Для более наглядного анализа рассчитаем темпы прироста соответствующим годам (рисунок 7). Как мы видим, многие ветеринарные компании в 2020 году находились в условиях пандемии: введение самоизоляции и режима карантина, поэтому многие из потребителей стали экономить на ветеринарных услугах, по мнению исследователей:



Рисунок 7 – Темп прироста объема рынка ветеринарных услуг в период 2016-2020 гг, %

Наибольший темп прироста составил в 2016 году (11%) и в 2019 году (15%). В 2020 году за 9 месяцев объем рынка сократился на 31% или на 6,8 млрд., рублей. Наименее продуктивными годами для ветеринарной отрасли оказались 2017 и 2018 года, соответственно темп прироста равен 4% и 5%.

Проведем анализ ветеринарных препаратов по данным исследования компании «Discovery Research Group» (далее по тексту DRG) (рисунок 8) [52]:

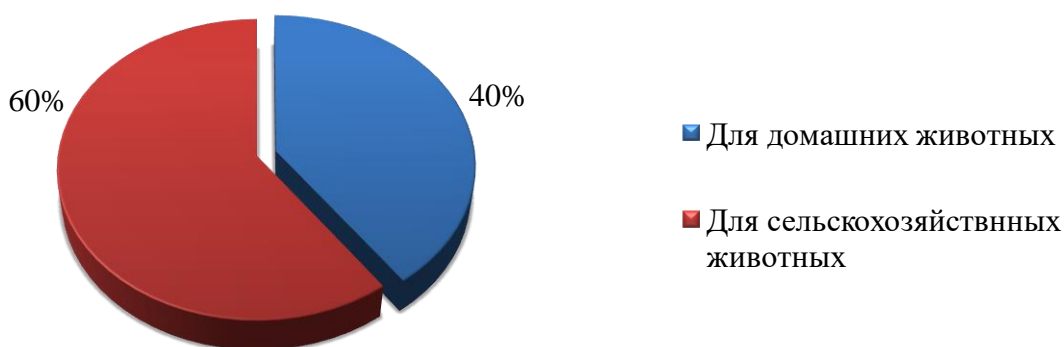


Рисунок 8 - Рынок ветеринарных биопрепаратов по категориям в 2019 году, %

В ноябре 2019 года DRG завершило исследование рынка ветеринарных услуг в России. По оценкам экспертов, в среднем ветеринарная помощь животным оказывается в большинстве случаев на государственной основе, так как они являются основой сельскохозяйственной отрасли и крупных производственных отраслей, то есть для сельскохозяйственных животных, их доля биопрепаратов составляет 60%, согласно рисунку 8.

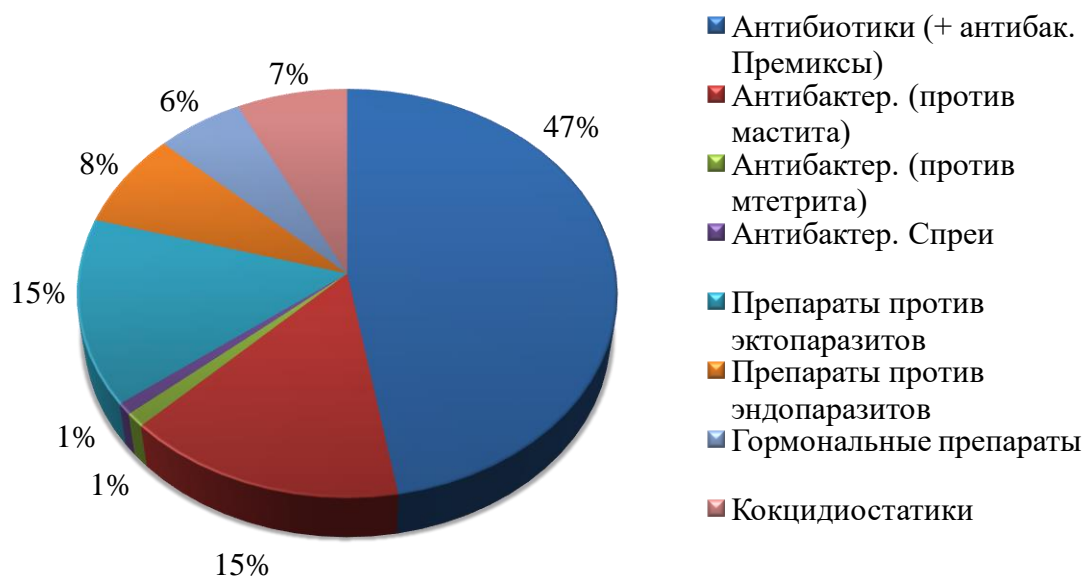


Рисунок 9 - Структура импорта рынка ветеринарных препаратов в 2020, %

Исходя из рисунка 9, можно заключить следующее, что в структуре ввозимых препаратов, предназначенных на деятельность ветеринарных клиник на территории Российской Федерации, наибольший удельный вес занимают кормовые антибиотики (премиксы) и их доля составляет 47%, а также препараты для лечения мастита, которое чаще всего встречается у сельскохозяйственных животных, их доля составляет 15%. Препараты против эктопаразитов для борьбы с кожными заболеваниями аналогично занимают 15%.

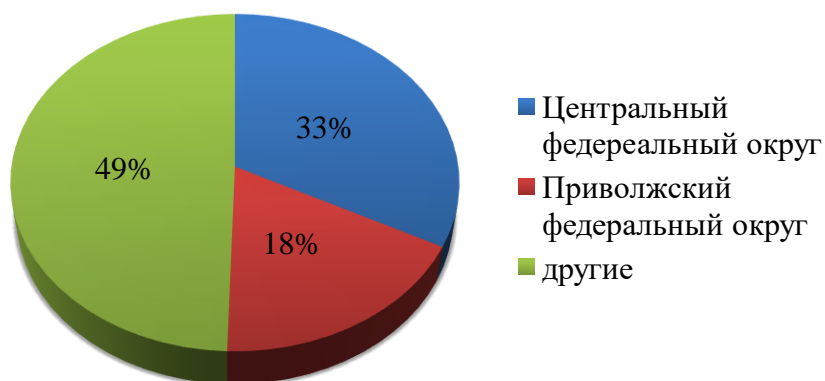


Рисунок 10 - Структура рынка ветеринарных услуг в России 2019 год, %

Согласно данным рисунка 10 в структуре рынка ветеринарных услуг России ключевые позиции занимают Центральный федеральный округ 33% и Приволжский федеральный округ 18%.

По количеству учреждений, предоставляющих ветеринарные услуги лидирует Центральный федеральный округ 28,4% на втором месте Приволжский федеральный округ 21,6%.

В России представлены 3 формы учреждения ветеринарных клиник:

- 1) Частные кабинеты небольшого размера;
- 2) Службы по вызову;
- 3) Полноценные клиники с современным оборудованием.

Как отмечают профильные эксперты, большинство российских учреждений представляют собой частные кабинеты, в которых присутствует только самая необходимая техника и лекарства.

По вероятному прогнозу компании DRG при сохранении существующих темпов роста рынка ветеринарных услуг его объем в 2021г достигнет отметки в 33 125 309,9 тыс. руб [52].

Организация ZOO+ составит хорошую конкуренцию, так как имеет широкий спектр услуг, представленные в параграфе 2.3.

Проанализировав представляемые цены ветеринарных врачей Самарской области, а особенно в городе Тольятти, можно сказать о том, что разброс в ценах достаточно велик, на прием можно записаться как за 500 рублей, так и по стоимости в 1500 рублей, в соответствии от уровня квалификации специалиста, известности и расположения организации, а также специфики приема.

Средняя цена на прием ветеринара в 2020 году составляла около 500 – 1000 руб, на сегодняшний день этот показатель несколько повысился, и средняя цена составляет 1000-1500 руб.

Согласно мнению экспертов спрос на услуги ветеринаров в особенности в мегаполисах будет продолжать расти, и все большее количество людей готовы вкладывать деньги именно на здоровье своего любимца. Не говоря уже о серьезных заболеваниях, на сегодняшний день специалистов в этой области не

так много, обычно это представители частных клиник или вовсе «приемы на дому». Однако эта сфера активно развивается, население становится более образованным, наука не стоит на месте и о заболеваниях говорят все чаще и чаще [43].

Далее проведем сегментацию рынка, для этого рассмотрим таблицу 2:

Таблица 2 - Сегментация рынка ветеринарных услуг

Показатели сегментации	Сегмент рынка по основным группам потребителей			
	Географический	Люди, проживающие и работающие в Центральном районе		Люди, живущие в других районах г.о. Тольятти.
Демографический	Взрослые 18-30 лет	25-40	35-50	35 - 50
Экономический	Низкий доход	Средний доход	Доход выше среднего	
Род занятий, принадлежность к социальной группе	Студенты, работающие студенты	Работающие	Домохозяйки	Пенсионеры
Мотивы приобретения услуги	Консультация ветеринара	Оказание ветеринарной помощи животному	Хирургическое вмешательство	Стоматологические и косметические услуги

Как видно в таблицах 2 и А.6 сегментация рынка проводилась по четырем показателям, а именно: географический, демографический, экономический (уровень дохода), социальная группа и мотивационный показатель. Согласно географическому показателю деятельность ветеринарной клиники ZOO+ в основном будет направлена на оказание услуг потребителям, проживающие в центральном районе города.

Планируемый охват рынка составляет 1-1,5% так как в связи с найденными данными за 2020 год центральный и приволжский федеральные округа занимали ведущие позиции с 33% и 18%, а на оставшиеся округа остается около 8,2%, а в связи с темпами роста такой расчет может быть и уменьшен до 4-5%.

Для определения возможностей и рисков активного продвижения услуг на потребительском рынке проведем SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице 3:

Таблица 3 - SWOT - анализ ветеринарной клиники ZOO+

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество обслуживания	Текущая квалификация персонала
Быстрый срок оказания услуг	Отсутствие клиентской базы
Средняя стоимость предоставляемых услуг	Недостаточно эффективная маркетинговая деятельность
Наличие собственного помещения и соответствующей инфраструктуры	Слабая система мотивации персонала
Наличие современного ветеринарного оборудования и ветеринарных препаратов	
Высокая квалификация управленческого персонала	
Угрозы	Возможности
Слабое стратегическое планирование деятельности предприятия и его развития	Эффективное использование прогрессивных маркетинговых технологий
Вход на рынок более крупных компаний	Совершенствование качества, предоставляемых услуг
	Увеличение номенклатуры и объема услуг
	Расширение деятельности: создание сети клиник

Таким образом, исходя из таблицы 3, мы видим, что основными слабыми сторонами являются: отсутствие клиентской базы, возможно слабая система мотивации и текучесть кадров. В свою очередь, соответствующими возможностями являются: совершенствование качества, оказываемых услуг и их расширение, а также использование маркетинговых технологий.

Также, важно сказать о том, что Самарская область является одним самых перспективных субъектов по прибыльности инвестиций, согласно бизнес-навигатору малого и среднего предпринимательства (рисунок 10) [51], а также смотри рисунок А.2.

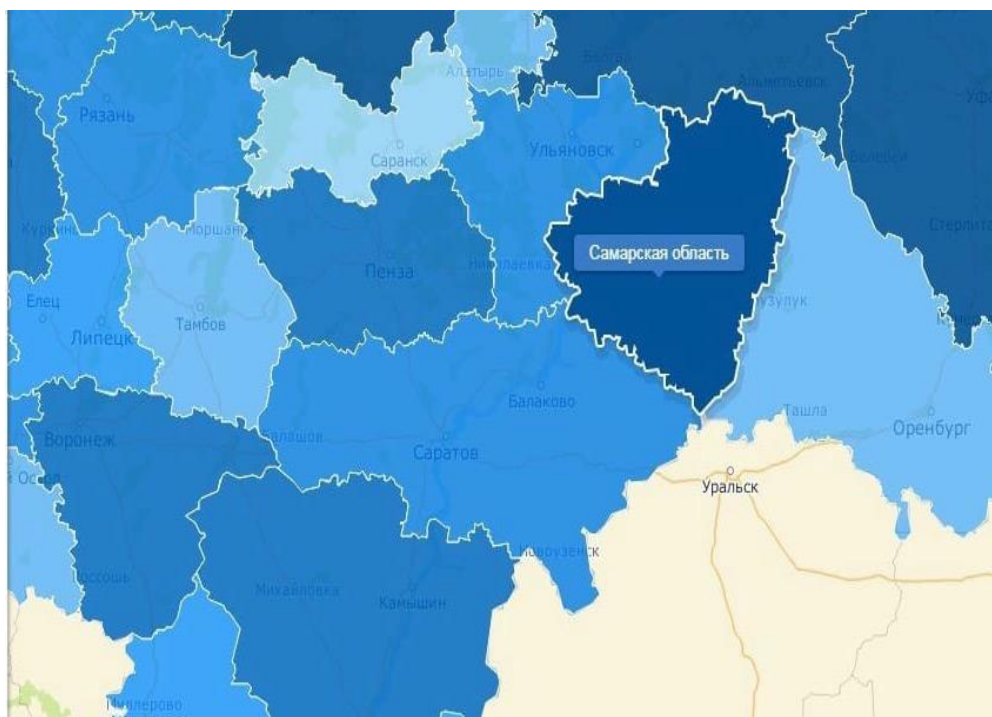


Рисунок 11 - Индикатор прибыльности инвестиций по субъектам Российской Федерации, %

Прибыльность инвестиций показывает степень увеличения вложенных средств инвестора в течение определенного временного периода. Так, исходя из рисунка 11, мы видим, что индикатор прибыльности инвестиций самый высокий в Нижегородской области, он составляет 168,1%, Самарская область занимает первую позицию с 171,8%, на третьей позиции представлена Республика Татарстан и соответствующий индикатор со значением в 162,9%.

2.3. Анализ конкурентов

Анализ конкурентов является важным этапом в процессе разработки бизнес-плана, согласно мнению А. В. Башкирцева [20], то данный анализ необходимо проводить для того, чтобы:

1. Понять, кто предлагает такие же услуги или товары, то есть определить возможных конкурентов;
2. Какую долю рынка занимают выявленные конкуренты;
3. Как они развиваются;
4. Какие инновации внедряют в своей деятельности.

С учетом того, что открываемая ветеринарная клиника будет располагаться в Центральном районе г.о. Тольятти, то основными конкурентами нового предприятия будут ветеринарные клиники и частные ветеринары, которые располагаются также на территории Центрального района. По данным «2ГИС» и бизнес навигатора МСП в Тольятти действуют 31 организация, оказывающие ветеринарные услуги, 10 из них расположены в Центральном районе, смотри рисунок 12 [51]. Так, основные участники рынка ветеринарных услуг Центрального района города Тольятти представлены в таблице Б.1.

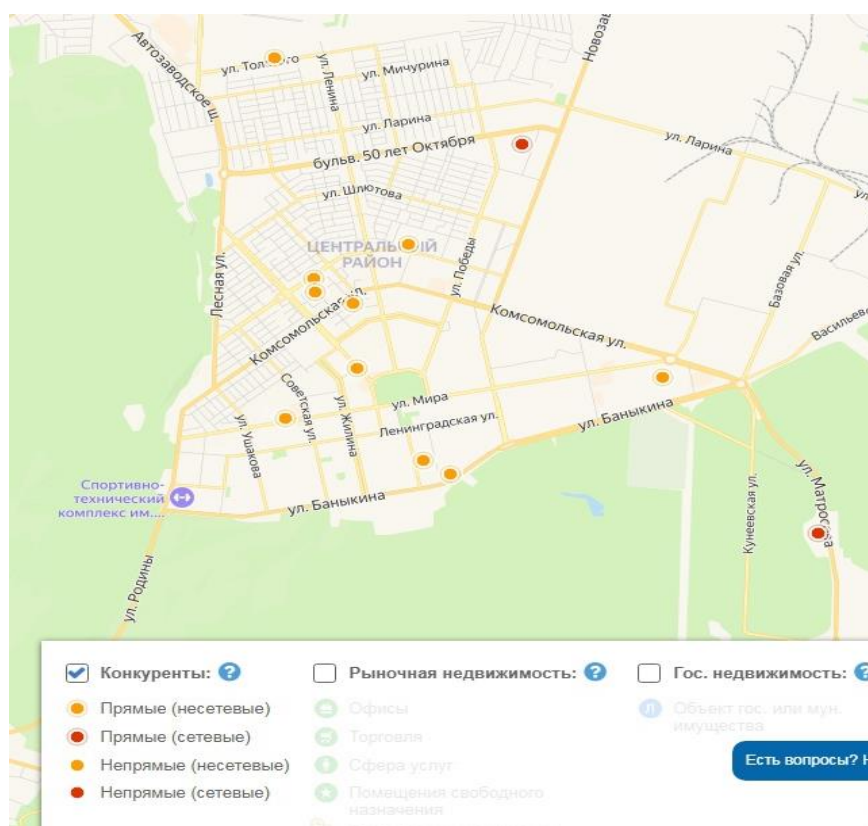


Рисунок 12 - Основные участники рынка ветеринарных услуг по Центральному району

Исходя из рисунка 12, можно заключить следующее: в 27-м, 72-м кварталах, а также весь правый верхний квадрат с 152-ого до 113 кварталов не располагаются ветеринарные клиники. Благодаря данным бизнес-навигатора, можно изучить потенциальный спрос потребителей на ветеринарные услуги (рисунок А.3, А.4, А.5). Например, потенциальный спрос 27-ого квартала составляет 22 192 тыс., рублей (из них реализованный спрос - 17 219 тыс.,

рублей), 72-ого квартала составляет 16 894 тыс., рублей (из них реализованный спрос - 12 370 тыс., рублей), 153-его квартала составляет 10 208 тыс., рублей (из них реализованный спрос - 8 117 тыс., рублей).



Рисунок 13 - Сравнение видов бизнеса по соотношению спроса и предложения

Данная сетка, представленная на рисунке 13, рассчитана в пределах административных единиц города. Ячейки сетки рассчитаны и отображены только для тех территорий города, в которых представлен хотя бы один объект генерирующий спрос: жилой дом, бизнес-центр и т.д. Таким образом, мы видим, что в Центральном районе наиболее привлекательными секторами являются радиус около 153-его, 26-ого, 27-ого и 72-ого кварталов.

Для того чтобы построить многоугольник конкурентоспособности нужно выявить ключевые критерии анализа (таблица Б.2), которые влияют на приверженность и удовлетворенность услугой, прибыль от оказания услуг и привлекательность товара или услуги для целевой аудитории. После чего

необходимо провести оценку конкурентоспособности по 5-ти бальной шкале, где 1 - самый низкий балл, а 5 - максимальный балл.

Таким образом, исходя из таблицы Б.2, мы выделяем следующие критерии для анализа конкурентоспособности: спектр оказываемых услуг, график работы, стоимость услуг, наличие специального магазина, наличие гостиницы для животных, информация в сети, отзывы.

На основании проведенной оценки основных конкурентов, представленной в таблице Б.2 можно построить многоугольник конкурентоспособности (рисунок 14), который наглядно отражает сильные и слабые стороны конкурентов на рынке:



Рисунок 14 – Многоугольник конкурентоспособности на рынке ветеринарных услуг

Как наглядно демонстрирует рисунок 14, организация обладает сильной конкурентной позицией, которую необходимо развивать, также на основании таблиц Б.1, Б.2 и рисунка 14 видно, что основными конкурентами для

создаваемой ветеринарной клиники ZOO+ являются такие организации как «Журавлик», «Гаврюша» и «ВестаВет», основным конкурентным преимуществом которых является непосредственная близость к потребителю услуги, наличие гостиницы для животных, а также один из важных факторов удобный часовой график работы для посетителей. Нельзя упускать из виду и частных ветеринаров, которые предлагают свои услуги в сети интернет.

Когда в отрасли функционирует большое количество конкурентов, которых практически невозможно изучить дифференцировано, то составляют карту стратегических групп, которая дает возможность сравнить рыночные позиции предприятий, объединяя их в однородные группы и выявлять наиболее близких конкурентов (рисунок 15):

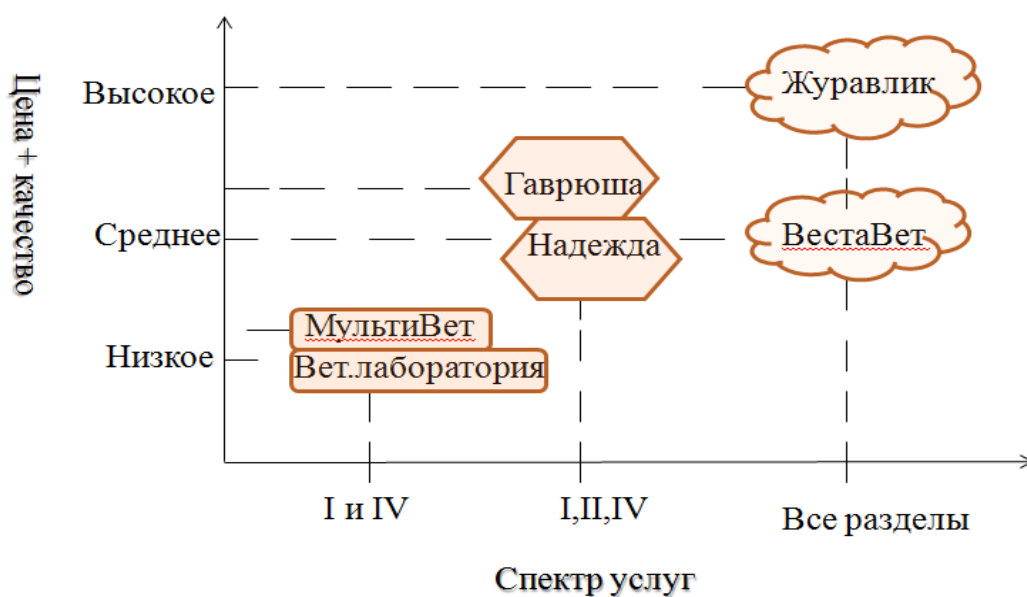


Рисунок 15 – Карта стратегических групп

Из рисунка 15 видно, что направлениями сравнения являются соответствие цены и качества, а также спектр оказываемых услуг, разделенный по основным разделам. Ветеринарных клиники как «Журавлик», «Гаврюша» и «ВестаВет» занимают более высокие рыночные позиции в отличие от других организаций.

2.4. Описание услуг, товаров

В ветеринарной клинике будут оказываться услуги по следующим направлениям:

Таблица 4 - перечень услуг ветеринарной клиники ZOO+

№	Наименование услуг
I	Общие мероприятия
	Первичный клинический осмотр животного с постановкой предварительного диагноза (опрос владельца, пальпация, перкуссия, аускультация, термометрия, изучение клинических анализов и данных инструментальных методов диагностики, назначение лечения)
	Повторный клинический осмотр (а так же коррекция лечения при необходимости)
	Ежедневный клинический осмотр в ходе лечения
	Консультация по уходу и содержанию животных
	Заочная консультация (без животного)
	Вакцинация животного против вирусных заболеваний (без стоимости вакцины)
	Чипирование
	Круглосуточный стационар
II	Лечебно- профилактические мероприятия
	Система подкожная (Инфузионная терапия) без стоимости препаратов
	Система внутривенная
	Чистка ушных раковин
III	Общие хирургические мероприятия
	Прием ветеринарного врача хирурга
	Первичная хирургическая обработка раны и вскрытие абсцесса (без стоимости наркоза)
	Перевязка чистая
	Перевязка гнойная
	Стимуляция родов
Родовспоможение (стимуляция и контроль родовой деятельности)	
IV	Косметическая хирургия
	Купирование ушных раковин
	Купирование хвоста
	Обезкогтевание кошек
	Стрижка кошек и мелких собак весом до 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) с премедикацией
	Стрижка собак весом выше 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) без стоимости наркоза
	Стрижка когтей
V	Визуальная диагностика
	УЗИ- одной системы органов
	УЗИ- всей брюшной полости и мочевыделительной системы
	УЗИ- сердце

Как видно из таблицы 4, услуги, оказываемые ветклиникой, делятся на 4 раздела, которые в свою очередь подразделяются на возможные операции. Широкий спектр услуг является одним из условий конкурентоспособности клиники на рынке в городе Тольятти.

Средний чек ветеринарной клиники составит 1500 руб. и будет доступен всем категориям населения. Для оказания качественных ветеринарных услуг в процессе своей деятельности компания планирует наладить сотрудничество с ведущими производителями ветеринарных препаратов, средств по уходу и лечению всех видов животных.

Деятельность ветклиники потребует согласовать с СЭС и Госпотнадзором. На ведение ветеринарной деятельности лицензии не требуется. Открыть клинику может любой желающий с высшим или средним ветеринарным образованием (ветеринарный врач или фельдшер). Важно, что лицензированию подлежат отдельные аспекты деятельности ветеринарных клиник, например, торговля ветеринарными препаратами. А также в случае использования наркотических или психотропных средств понадобится лицензия [1].

2.5. Организационный план

Для ветеринарной клиники организационно-правовой формой будет являться общество с ограниченной ответственностью (ООО). Первым этапом в организации бизнеса является оформление документов, наряду с этим идет работа по поиску/набору рабочего персонала с необходимой квалификацией и нужного помещения. Завершающим этапом будет являться - закупка оборудования и обустройство клиники.

Ветеринарную клинику необходимо зарегистрировать в налоговой, например в Межрайонной инспекции Федеральной Налоговой Службы №19 по Самарской области, открыв ООО с единственным учредителем. Так, собственнику бизнеса, иначе предпринимателю будет доступна упрощенная

система налогообложения (УСН). Код общероссийского классификатора видов экономической деятельности, предусматривающий ведение ветеринарной деятельности – 75.00.2.

Как уже было отмечено ранее, стоит оформить лицензию, разрешающую использовать наркотические средства, так как есть необходимость в проведении хирургических операций. Это станет невозможным без соответствующих документов [1]. Затраты на оформление лицензии (оплата госпошлины) и заказной экспертизы сопутствующих документов сторонней организацией в совокупности будут составлять 20 000 рублей.

Заняться поиском помещения для ветклиники нужно заранее, в соответствии с общими требованиями для объектов ветеринарных центров, оказываемых услуги для непродуктивных животных, рассмотрим некоторые из них [47], [48]:

- Располагаться от жилых объектов на расстоянии не менее 50 метров;
- Возможная площадь – 50 м² и более;

Разделение на зоны является обязательным условием, к примеру, предлагается следующая структура:

- 1) ресепшн;
- 2) кабинет для осмотра домашних животных;
- 3) операционная;
- 4) лаборатория
- 5) санузел.

- Моющаяся поверхность у стен и пол клиники;
- Расположение в густонаселённом районе города с хорошо развитой инфраструктурой. Фасад здания должен быть виден с проезжей части.

Во главе ветеринарной клиники ZOO+ стоит директор, он же руководитель. В соответствии с должностной инструкцией в его обязанности входит следующее [46]:

- 1) обеспечение деятельности ветклиники с учетом необходимых стандартов для данного вида деятельности;

2) оформление и получение разрешительных документов;

3) организация работы персонала, подбор и расстановка кадров;

4) осуществление контроля за рациональным использованием материальных, финансовых и трудовых ресурсов, аналитическая работа по качеству обслуживания клиентов и работа над его повышением, работа с документацией. Персонал врачей осуществляет обязанности согласно должностным инструкциям. Руководство ветеринарными врачами осуществляет главврач, находящийся в подчинении у директора клиники.

В соответствии с методическими рекомендациями по технологическому проектированию ветеринарных объектов нами были выделены минимальный перечень оборудования (необходимые затраты) на работу ветклиники, представленные в параграфе 2.5 [48].

Ветеринарная деятельность потребует высококвалифицированных специалистов по различным областям. В связи с дефицитом кадров на рынке труда планируется провести объемную работу по привлечению персонала, которая начнется задолго до открытия клиники. В приоритете на трудоустройство – специалисты, имеющие собственную наработанную клиентскую базу. График работы ветеринаров – плавающий с почасовой оплатой труда. Также планируется вести подготовку собственных молодых специалистов, создавая им все условия для профессионального роста и развития. В таблице 5 представлено штатное расписание и фонд оплаты труда:

Таблица 5 - Штатное и внештатное расписание и фонд оплаты труда, руб.

№	Должность/Специальность	Кол-во	Оклад	Соц. взносы 30,2%	В месяц	В квартал	Годовой фонд оплаты труда (+страх.взносы)	Итого ГФ
1	Директор	1	45000	13590	58590	175770	703080	703080
2	Главный ветеринарный врач	1	40000	12080	52080	156240	624960	624960
3	Ветеринарный врач	3	25000	7550	32550	97650	390600	1171800
4	Администратор-кассир	3	20000	6040	26040	78120	312480	937440

Продолжение таблицы 5

5	Заведующий хозяйством	1	15000	4530	19530	58590	234360	234360
6	Уборщица	1	13000	3020	16020	48060	192240	192240
ИТОГО:		9	158000	46810	204810	438660	1754640	3160800
Внештатное расписание								
1	Ветеринарный врач-хирург	1	45000	13590	58590	175770	703080	703080
ИТОГО:		1	45000	13590	58590	175770	703080	703080
ИТОГО ПО ЗП					204810		2457720	3863880

Исходя из данных таблицы 5, мы видим, что годовой фонд оплаты труда по штатному расписанию составляет 3 160 800 рублей, по внештатному расписанию: 703 080 рублей, в ветеринарной клинике планируется открытие рабочих мест на следующие должности: директор, главный ветеринарный врач, ветеринарные врачи, администратор-кассир, заведующий хозяйством, а также сотрудник по уборке помещения.

Все работники ветеринарной клиники обеспечиваются спецодеждой, включая медицинские халаты, резиновые перчатки, бахилы, маски, а также средствами дезинфекции. В ежедневном режиме в помещениях проводится влажная уборка с применением дезинфицирующих средств (полы, столы), раз в неделю проводится дезинфекция стен, дверей и оконных проемов. Также будет заключен договор на вывоз биологических отходов.

2.6. Производственный план

Для создания ветеринарной клиники понадобятся инвестиции в размере 5 355 266 руб. Данные средства потребуются для ремонта и оснащения, закупки необходимого оборудования, рекламной кампании, арендной платы и покрытие убытков от операционной деятельности на начальном этапе реализации проекта – смотри таблицу 6, а также приложение финансовый план (Приложение В) и производственную программу (Приложение Г).

Инвестиции в проект:

Сколько денег придётся вложить в открытие ветеринарной клиники, зависит от многих факторов – стоимости аренды и ремонта помещения, оборудования, ведь в каждом городе цены различаются.

Вложения на старте при минимально необходимом перечне оборудования составят 5 355 266 рублей, сюда также входят траты:

- регистрация и оформление документов – 10 000;
- экспертиза документов для получения лицензии – 20 000;
- покупка помещения – 3 400 000;
- ремонт в помещении – 600 000;
- оборудование, мебель, оргтехника – 649 300;
- реклама – 15 000;
- создание сайта – 30 000;
- ветеринарные препараты и расходные материалы на первое время – 100 000.

Ежемесячные расходы:

Каждый месяц владелец ветеринарной клиники должен выделять средства на поддержание проекта. Сюда входят расходы в рублях:

- оплата кредита – 34 000;
- коммунальные платежи – 10 000;
- заработная плата сотрудникам – 321 990;
- реклама – 15 000;
- закупка ветпрепаратов и расходных материалов – 30 000;
- прочие траты – 8 000.

Итоговая сумма в рублях – 418 990.

Таблица 6 - Текущие и единовременные затраты ветеринарной клиники ZOO+

Затраты	Кол-во (шт)	Оплата в месяц	Оплата в год
Текущие затраты			
кредит	-	34 000	408 000
коммунальные платежи	-	10 000	120 000
заработная плата сотрудникам		321 990	3 863 880

Продолжение таблицы 6

реклама		15 000	180 000
закупка ветпрепаратов и расходных материалов		30 000	360 000
прочие траты		8 000	96 000
ИТОГО		418 990	5 027 880
Единовременные затраты			
Покупка помещения	-	3 400 000	
регистрация и оформление документов	-	15 000	-
ремонт в помещении	-	800 000	-
Экспертиза документов для получения лицензии	-	20 000	-
реклама	-	30 000	-
создание сайта	-	30 000	-
ветеринарные препараты и расходные материалы на первое время	-	100 000	-
диван для посетителей	2	20 000	-
Стойка	1	16 000	-
стулья	6	4 800	-
кушетка;	1	5 000	-
ноутбук;	1	45 000	-
телефон;	1	1 500	-
аппарат УЗИ	1	135 000	-
Ванна для мытья	1	35 000	-
Клетки из комбинированного металла	5	150 000	-
холодильник для хранения вакцин	1	15 500	-
столы	2	8 000	-
хирургический прожектор	1	24 000	-
электрокоагулятор	1	45 000	-
различные инструменты;	-	30 000	-
штативы для систем;	-	7 000	-
весы	1	2 500	-
носилки	1	10 000	-
Матрацы для животных	5	30 250	-
Ветеринарная сумка	2	13 400	-
Анестезиологическое оборудование	1	125 000	-
Ширма медицинская	2	19 316	-
Весы лабораторные	1	18 000	-
Автоматический гематологический анализатор	1	200 000	-
Итого единовременные затраты		5 355 266	-

Согласно данным таблицы 6, мы видим, что на деятельность ветеринарной клиники потребуются единовременные затраты в размере 5 355 266 рублей, текущие затраты (кредит, коммунальные платежи, заработная плата сотрудникам, реклама, закупка ветпрепаратов и расходных материалов,

прочие траты) в год составят 5 027 880 рублей, в месяц соответственно 418 990 рублей.

Средний чек в клинике составит 1000 рублей. Если за месяц услуги будут оказаны 149 клиентам, то объём выручки достигнет 149 200руб. При таком раскладе компания выйдет на точку безубыточности через 10 месяцев. Когда инвестиции окупятся, можно будет подумать о расширении спектра услуг и закупить недостающее оборудование.

Ветклиника как бизнес – привлекательная идея. Если в городе есть спрос на лечебно-профилактические услуги для животных, стоит инвестировать в этот проект, пока другие предприниматели не заняли эту нишу. Чтобы удержаться на плаву, нужно разработать подробный бизнес-план ветклиники с расчётами, а после запуска проекта стараться работать над качеством обслуживания клиентов и расширением перечня услуг. Производственная программа ветеринарной клиники представлена в приложении Г.

2.7. Маркетинговый план

Рассмотрим портрет потребителя: так как мы уже провели сегментацию рынка ветеринарных услуг (смотри таблицу 2), то можем сделать следующий

Рассмотрим портрет потребителя: так как мы уже провели сегментацию рынка ветеринарных услуг (смотри таблицу 2), то можем сделать следующий вывод:

- Владельцы кошек. К этой группе относится почти 70% потенциальных клиентов. Чаще всего это семейные пары с детьми и женщины преклонного возраста;
- Владельцы собак. В эту категорию входят не только жители частного сектора, которые держат питомцев для охраны двора, но и люди, живущие в квартирах. Последние заводят преимущественно небольших собак – йоркширских терьеров, болонок, такс;

- Владельцы мелкой живности – попугаев, хомяков, крыс, шиншилл, кроликов, морских свинок и черепах. Доля таких клиентов от общего числа потенциальных посетителей ветклиники составляет 5–10%.

Установим цены на услуги ветеринарной клиники (таблица 7):

Таблица 7 - Цены на услуги ветеринарной клиники ZOO+

№	Наименование услуг	Стоимость услуг
I	Общие мероприятия	
	Первичный клинический осмотр животного с постановкой предварительного диагноза (опрос владельца, пальпация, перкуссия, аускультация, термометрия, изучение клинических анализов и данных инструментальных методов диагностики, назначение лечения)	580
	Повторный клинический осмотр (а так же коррекция лечения при необходимости)	300
	Ежедневный клинический осмотр в ходе лечения	550
	Консультация по уходу и содержанию животных	400
	Заочная консультация (без животного)	350
	Вакцинация животного против вирусных заболеваний (без стоимости вакцины)	300
	Чипирование	900
	Круглосуточный стационар	300
II	Лечебно- профилактические мероприятия	
	Система подкожная (Инфузионная терапия) без стоимости препаратов	560
	Система внутривенная	400
	Чистка ушных раковин	300
III	Общие хирургические мероприятия	
	Прием ветеринарного врача хирурга	550
	Первичная хирургическая обработка раны и вскрытие абсцесса (без стоимости наркоза)	500
	Перевязка чистая	300
	Перевязка гнойная	300
	Стимуляция родов	300
	Родовспоможение (стимуляция и контроль родовой деятельности)	300
IV	Косметическая хирургия	
	Купирование ушных раковин	500
	Купирование хвоста	600
	Обезкогтевание кошек	3000
	Стрижка кошек и мелких собак весом до 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) с премедикацией	400
	Стрижка собак весом выше 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) без стоимости наркоза	500
	Стрижка когтей	300
V	Визуальная диагностика	
	УЗИ- одной системы органов	500

	УЗИ- всей брюшной полости и мочевыделительной системы	780
	УЗИ- сердце	500

Как видно из таблицы 7, то самыми дорогими услугами являются: чипирование – 900 рублей, обезкогтевание – 3000 рублей, в разделе визуальной диагностики: УЗИ одной системы органов, цена на данную услугу составит 780 рублей.

По мере увеличения потока клиентов ветеринарная клиника ZOO+ будет развиваться, а перечень услуг постепенно расширится.

Составим перечень товаров, которые будут выставлены на продажу (таблица 8):

Таблица 8 - Товары в продаже по ветеринарной клинике ZOO+

ТОВАРЫ	Оптовая цена за кг (шт)	Наценка	Цена в продаже
Сухие корма:			
Сухой корм Chammy для кошек, говядина за кг	144	70%	245
Сухой корм Chammy для кошек, курица	144	70%	245
Сухой корм Chammy для кошек, рыба	144	70%	245
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, курица	165	70%	280
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, говядина	165	70%	280
Сухой корм Sterilized для кошек, индейка	330	70%	561
Сухой корм Chammy для собак мелких пород, курица	70	70%	119
Сухой корм Chammy для собак крупных пород, говядина	91	70%	154
Влажные корма:			
Влажный корм Chammy для кошек, лосось/форель в соусе, пауч.	13,8	70%	23,5
Влажный корм Chammy для кошек, мясное ассорти в соусе, пауч	13,8	70%	23,5
Влажный корм Chammy для кошек, говядина, кусочки в соусе, пауч	13,8	70%	23,5
Влажный корм Chammy для собак, говядина в соусе,	14,6	70%	25,5
Влажный корм Chammy для собак, кролик в соусе	14,6	70%	25,5
Влажный корм Chammy для собак, мясное ассорти в соусе	14,6	70%	25,5
Принадлежности:			
Ошейник для кошек от блох, вшей, клещей	45	200%	135
Ошейник инсектоакарицидный для собак АВЗ	55	200%	165

Продолжение таблицы 8

Намордник для собак	75	200%	225
Поводок рулетка	150	250%	525

В основном, товары в продаже представлены следующими категориями: сухие и влажные кормы Chammy и Tasty, а также некоторые принадлежности: ошейники, намордники и поводки. Уровень наценки составляет 70% и 250% соответственно.

Для продвижения новой ветеринарной клиники ZOO+ необходимо предпринять ряд маркетинговых мероприятий:

Использование интернет-рекламы, сегодня данный способ стремительно набирает популярность по причине мобильности, то есть быстрого всеобщего распространения, а также нет необходимости печатного издания. Так, крупные медиакомпании, такие как «Hootsuite» и «We Are Social», ежегодно публикуют статистику, связанную с пользователями интернета, так согласно данным в 2020 году российских пользователей сети интернета насчитывается около 118 000 000 человек, часть из которых является потенциальными клиентами ветеринарных услуг [49].

Информация с сайта Маркетингового агентства Crystal: «Важным свойством Web-публикаций является возможность внесения в них в любое время изменений» [49]. Все это побуждает компании во всем мире использовать Интернет в качестве канала рекламы.

Поэтому, интернет-реклама ветеринарной клиники ZOO+ включает в себя создание:

- 1) собственного сайта;
- 2) бизнес-страницы в социальных сетях;
- 3) информационные рекламные блоки в социальных сетях.

Преимущество данного способа заключается в следующем: относительно низкая стоимость, определенная аудитория, в этом случае можно выбрать аудиторию пользователей, которым она будет показана по категории, например, по возрасту, месту жительства и т.д.

Следует размещать контекстную рекламу в наиболее популярных поисковых системах, таких как Google или Yandex.

Также в любых социальных сетях существуют сообщества г. Тольятти. По договоренности с их администраторами следует разместить рекламу клинки в этих сообществах, чтобы жители Центрального района могли узнать о существовании ветеринарной клиники, что будет способствовать формированию доверия, чтобы обратиться за услугой, когда возникнет такая необходимость.

Следует отметить возможность использования достаточно дешевого варианта из маркетинговых средств - брендированное авто. Так, личный автомобиль директора клиники оформляется в концептуальном стиле ветеринарной клиники ZOO+, с указанием личного сайта клиники.

Но, следует отметить, что реклама в печатных изданиях (специализированных журналах), по мнению экспертов, способна привлечь от 5 до новых покупателей.

Предлагается размещение модульной рекламы $\frac{1}{4}$ размером 65/90 мм. - 12 раз в год, т.е. ежемесячно в каком-либо специализированном журнале.

Участие в региональных специализированных выставках может привлечь большой сегмент рынка, во время проведения таких выставок заключаются договора с партнерами – то есть с юридическими лицами. Поэтому, следует отметить к рекомендации участие клиники ZOO+ в крупных региональных выставках по профилю.

Таким образом, предлагаются следующие рекомендации по продвижению ветеринарной клиники ZOO+

- 1) планирование и реализация рекламы в Интернет;
- 2) печать флаеров;
- 3) печатная реклама в специализированных журналах;
- 4) участие в региональных выставках.

Для разработки рекламной стратегии в Интернет следует определить ее цели. Целями таргетированной рекламы клиники ZOO+ является: привлечение

покупателей - физических лиц. Для обеспечения этих целей будет использоваться контекстная реклама в поисковых системах, реклама в социальных сетях, рекламные блоки на сайтах.

2.8. Финансовый план

Для того, чтобы определить срок окупаемости, точку безубыточности проекта, составим финансовый план (таблица 9):

Таблица 9 - Финансовый план ветеринарной клиники ZOO+

Временной показатель	Доходы	Расходы	Финансовый результат	Нарастающий финансовый результат
	-	5 355 266	-5 355 266	-5 355 266
1 месяц	204 820	562 152	-357 332	-5 712 598
2 месяц	248 725	562 152	-313 427	-6 026 025
3 месяц	387 668	562 152	-174 484	-6 200 509
4 месяц	495 040	562 152	-67 112	-6 267 621
5 месяц	610 373	562 152	48 221	-6 219 400
6 месяц	650 498	562 152	88 346	-6 131 054
7 месяц	796 958	565 540	231 418	-5 899 636
8 месяц	908 590	565 540	343 050	-5 556 586
9 месяц	1 020 163	569 166	450 997	-5 105 589
10 месяц	1 137 643	569 166	568 477	-4 537 112
11 месяц	1 237 233	573 599	663 634	-3 873 478
12 месяц	1 376 695	573 599	803 096	-3 070 382
Итого 1 год	9 074 406	6 789 522	2 284 884	-785 498
2 год	9 709 614	6 833 242	2 876 372	2 090 874
3 год	9 569 922	6 880 023	2 689 899	4 780 773
4 год	10 239 490	6 930 079	3 309 411	8 090 184
5 год	10 955 591	6 983 639	3 971 952	12 062 136
Итого за 5 лет	49 549 023	34 416 505	15 132 518	27 194 654

Исходя из таблицы 9, нарастающий финансовый результат переходит в положительную динамику на второй год работы организации и составляет 2 090 874 рублей. Сумма первоначальных инвестиций — 5 355 266 рублей. Простой срок окупаемости составляет 14 месяцев, в свою очередь, точка безубыточности достигается на 5 месяце.

Наиболее детальный финансовый план ветеринарной клиники ZOO+ представлен в приложении В.

Так, наибольшие затраты будут связаны с приобретением и ремонтом помещения, так как ремонт должен соответствовать ГОСТ, соответственно должно быть получено разрешение на размещение клиники в том или ином помещении. В связи со сложностями, потребуется большее время на ремонт, таким образом, совокупность ремонтных работ и аренды во время ремонта составят наибольшие инвестиционные затраты.

Важными затратами также будет закупка необходимого оборудования. Необходимо выбирать качественные модели тех или иных ветеринарных инструментов, таких как УЗИ сканер и ветеринарный ИВЛ.

2.9. Экономическая эффективность бизнес-плана

Рассчитать экономическую эффективность предприятия - значит ответить на вопрос, насколько правильно расходуются ресурсы компании и каковы перспективы развития предприятия.

Для начала составим в виде таблицы поток доходов и расходов организации за 5 лет (таблица 10):

Таблица 10 - Поток доходов-расходов (кэш-фло) проекта, руб

Показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Единовременные затраты	5355266					
Текущие затраты		6789522	6833242	6880023	6930079	6983639
Доход (выручка)		9074406	9709614	9569922	10239490	10955591
Амортизация		92000	92000	92000	92000	92000
Балансовая прибыль (4-3)		2284884	2876372	2689899	3309411	3971952
Налог на прибыль		1361161	1456442	1435488	1535924	1643339
Чистая прибыль (6-7)		923723,1	1419930	1254411	1773488	2328613
Чистый денежный поток (8+5)		1 015 723	1 511 930	1 346 411	1 865 488	2 420 613

Из таблицы видно, что собственник бизнеса вкладывает средства в размере 5 355 266 рублей, из которых 3 400 000 – кредитные ресурсы.

Таким образом, чистый денежный поток во все годы осуществления инвестиционного проекта оказался положительным. Накопленный денежный поток к концу срока реализации проекта составит 8 160 165 руб., что является свидетельством финансовой состоятельности проекта.

Для оценки состоятельности проекта методом чистой приведенной стоимости необходимо определить ставку дисконтирования.

Ставка дисконтирования зависит от минимальной доходности и влияния уровня инфляции. В данном случае под минимальной доходностью понимается ставка по депозитам в наиболее надежных российских банках. Она составляет около 4% годовых. Уровень инфляции за 2020 г. по данным Росстата составил 5%. Исходя из этого, формула ставки дисконтирования имеет вид:

$$(1+E)=(1+R)*(1+I), \quad (1)$$

где E - ставка дисконтирования

R – минимальная доходность (безрисковая ставка)

I – уровень инфляции

$$\text{Тогда, } (1+E)=(1+0,05)*(1+0,04)$$

$$(1+E) = 1,092$$

$$E = 0,092 = 9,2\%$$

$$E = 9\%$$

Теперь стоит провести оценку экономической эффективности проекта методом расчета чистой приведенной стоимости (NPV) (таблица 11):

Таблица 11 - Расчет NPV, руб

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Денежные потоки проекта, руб	1015723	1511930	1346411	1865488	2420613
Коэффициент дисконтирования	0,842	0,772	0,708	0,65	0,596
Дисконтированные потоки	855239	1167210	953259	1212567	1442686
Сумма дисконтированных потоков, руб	5630960				
NPV	275694				

Сумма дисконтированных денежных потоков составляет 5 630 960 руб. Таким образом рассчитаем NPV данного инвестиционного проекта по формуле 2:

$$NPV = DCF - I, \quad (2)$$

где DCF – сумма дисконтированных денежных потоков, руб.

I – инвестиции, руб.

Тогда $NPV = 5\,630\,960 - 5\,355\,266 = 275\,694$ рублей.

Так как, рассчитанный нами значение $NPV > 0$, это свидетельствует о прибыльности проекта и выгоды его осуществления.

Немало важно рассчитать индекс прибыльности инвестиций (PI), который показывает отношение отдачи капитала к размеру вложенного капитала, показатель PI показывает относительную прибыльность проекта (дисконтируемая стоимость денежных поступлений), по формуле 3:

$$PI = PVP / I, \quad (3)$$

где PVP – сумма дисконтированных денежных потоков, руб.

I – первоначальные вложения, руб.

Критерий принятия решения такой же, как при принятии решения по показателю NPV, т.е.

$PI > 0$. При этом возможны три варианта:

- $PI > 1,0$ – инвестиции рентабельны и приемлемы в соответствии с выбранной ставкой дисконтирования;
- $PI < 1,0$ – инвестиции не способны генерировать требуемую ставку отдачи и неприемлемы;
- $PI = 1,0$ – рассматриваемое направление инвестиций в точности удовлетворяет выбранной ставке отдачи.

Тогда PI рассматриваемого инвестиционного проекта равен:

$$PI = 5630960 / 5355266 = 1,05$$

$$1,05 > 1$$

Т.е. индекс доходности данного проекта ненамного выше 1, это говорит о том, что если у инвестора возникнут непредвиденные затраты, то результат проекта может оказаться отрицательным.

Но исходя из условий прибыльности инвестиционного проекта ($PI > 1$), данный проект можно признать рентабельным.

Проведем оценку экономической эффективности проекта методом внутренней нормы доходности:

Внутренняя норма доходности - норма прибыли, порожденная инвестицией.

Внутренняя норма прибыли находится обычно методом подбора значений ставки дисконта, при вычислении показателя чистой текущей стоимости проекта.

Таблица 12 - Расчет внутренней нормы доходности, руб

Годы/Показатель	Чистый денежный поток	Коэф. Дис., 10%	Денежный поток 1	Коэф. Дис., 20%	Денежный поток 2
0 год	-5 355 266	1	-5 355 266	1	-5 355 266
1 год	1 015 723	0,91	924 308	0,8	812 578
2 год	1 511 930	0,83	1 254 902	0,64	967 635
3 год	1 346 411	0,75	1 009 808	0,51	686 669
4 год	1 865 487	0,68	1 268 531	0,41	764 850
5 год	2 420 613	0,62	1 500 780	0,33	798 802
Чистый дисконтир. доход			603 064		-1 324 731

Внутренняя норма доходности (IRR) находится по формуле:

$$\text{ВНД (IRR)} = \text{КД1} + (\text{ЧДД1}/(\text{ЧДД1}-\text{ЧДД2})) * (\text{КД2}-\text{КД1}), \quad (4)$$

где КД1 – коэффициент дисконтирования №1

КД2 – коэффициент дисконтирования №2

ЧДД1 – чистый дисконтированный доход №1

ЧДД2 – чистый дисконтированный доход №2

Рассчитаем внутреннюю норму доходности для данного проекта:

$$\text{ВНД} = 0,1 + (603064 / (603064 - (-1324731))) * (0,2 - 0,1) = 0,13$$

Тогда ВНД равен 13%

Для нормы дисконта 10% NPV составит 603 064 руб., для нормы дисконта 20% NPV составит 1 324 731 рублей.

Формула справедлива, если выполняются условия $KД1 < ВНД < КД2$ и $ЧДД1 > 0 > ЧДД2$, в данном случае эти условия выполняются.

Внутренняя норма доходности (IRR) составляет 13 %, таким образом, т.е. внутренняя рентабельность проекта составляет 13 %, этот показатель является высоким для предпринимателей ветеринарного бизнеса, так как на сегодняшний день средний уровень рентабельности по данной сфере в России равен 7,9%. Данный проект, безусловно, способен вызвать интерес со стороны любого потенциального инвестора.

Рассчитаем срок окупаемости проекта:

Таблица 13 - Расчет срока окупаемости проекта, руб

Показатели	Период					
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Объем инвестиций	-5355266					
Чистый приток		1015723	1511930	1346411	1865488	2420613
Коэффициент наращивания	1,1	1	1	1	1	1
Приведенные капитальные вложения	-5890793	1015723	1511930	1346411	1865488	2420613

Срок окупаемости проекта, исходя из данных таблицы 14, составляет около 1 года. Таким образом, при полной стоимости проекта 5 355 266 руб. накопленный денежный поток к концу срока реализации проекта составит 8 160 165 руб., что является свидетельством финансовой состоятельности проекта, ставка дисконтирования 9%, $NPV = 275 694$ руб., индекс прибыльности 1,1, что больше 1, т.е. проект можно признать прибыльным, внутренняя норма доходности 13%, что также указывает на эффективность проекта. Полученные данные позволяют сделать вывод, что данный проект является прибыльным и его стоит принять, т.е. экономическая эффективность бизнес-плана доказана.

Так как инвестор берет кредитные средства по ставке 10%, а рассчитанная внутренняя норма доходности составляет 13%, это говорит о пессимистическом сценарии бизнес-проекта, тогда как по реалистичному варианту прогноза данный показатель будет в районе 17%.

Таким образом, разработав бизнес-план по открытию ветеринарной клиники ZOO+ в Центральном районе города Тольятти, мы проделали следующие этапы работы:

1. Изучили рынок ветеринарных услуг в России:

Так, в современных условиях российского рынка ветеринарные услуги постепенно растут, существует тенденции к активному развитию, так, одной из таких тенденций является рост числа оказанных услуг в год на 6,8%.

Рынок ветеринарных услуг приспособляется к потребностям клиентов, становится более разнообразным, появляются гостиницы для домашних животных на базе ветеринарных клиник, новые препараты и технологии.

А также, выявили, что данный рынок обладает двумя положительными факторами для собственника бизнеса, так:

1) услуги, которые предоставляет ветеринарная клиника, не зависят от сезона;

2) оказание медицинской помощи животным необходимо всегда.

По количеству учреждений, предоставляющих ветеринарные услуги лидирует Центральный федеральный округ 28,4% на втором месте Приволжский федеральный округ 21,6%, соответственно доля на оставшиеся округа составляет 50%.

2. Определили перечень товаров и услуг:

Услуги, оказываемые ветклиникой, делятся на 4 раздела, которые в свою очередь подразделяются на возможные операции. Широкий спектр услуг является одним из условий конкурентоспособности клиники на рынке в городе Тольятти. В основном, товары в продаже представлены следующими категориями: сухие и влажные кормы Chammy и Tasty, а также некоторые

принадлежности: ошейники, намордники и поводки. Уровень наценки составляет 70% и 250% соответственно.

Средний чек ветеринарной клиники составит 1500 руб. и будет доступен всем категориям населения. Для оказания качественных ветеринарных услуг в процессе своей деятельности компания планирует наладить сотрудничество с ведущими производителями ветеринарных препаратов, средств по уходу и лечению всех видов животных.

3. Разработали организационный, производственный, маркетинговый и финансовый планы:

Ветеринарную клинику необходимо зарегистрировать в налоговой, например, в Межрайонной инспекции Федеральной Налоговой Службы №19 по Самарской области, открыв ООО с единственным учредителем. Так, собственнику бизнеса, иначе предпринимателю будет доступна упрощённая система налогообложения (УСН). Код общероссийского классификатора видов экономической деятельности, предусматривающий ведение ветеринарной деятельности – 75.00.2.

Также мы определили штатное и внештатное расписание необходимых сотрудников для деятельности ветеринарной клиники. Так, годовой фонд оплаты труда по штатному расписанию составляет 3 160 800 рублей, по внештатному расписанию: 703 080 рублей, в ветеринарной клинике планируется открытие рабочих мест на следующие должности: директор, главный ветеринарный врач, ветеринарные врачи, администратор-кассир, заведующий хозяйством, а также сотрудники по уборке помещения.

На основе производственного плана мы определили единовременные затраты в размере 5 355 266 рублей, текущие затраты (кредит, коммунальные платежи, заработная плата сотрудникам, реклама, закупка ветпрепаратов и расходных материалов, прочие траты) в год составят 5 027 880 рублей, в месяц соответственно 418 990 рублей.

На основе маркетингового плана предлагаются следующие рекомендации по продвижению ветеринарной клиники ZOO+: 1) планирование и реализация

рекламы в Интернет; 2) печать флаеров; 3) печатная реклама в специализированных журналах; 4) участие в региональных выставках.

Для разработки рекламной стратегии в Интернет следует определить ее цели. Целями таргетированной рекламы клиники ZOO+ является: привлечение покупателей - физических лиц. Для обеспечения этих целей будет использоваться контекстная реклама в поисковых системах, реклама в социальных сетях, рекламные блоки на сайтах.

А также разработали финансовый план (Приложение Г), на основе которого мы обосновали экономическую эффективность бизнес-плана.

Таким образом, при полной стоимости проекта 5 355 266 руб. накопленный денежный поток к концу срока реализации проекта составит 8 160 165 руб., что является свидетельством финансовой состоятельности проекта, ставка дисконтирования 9%, $NPV = 275\,694$ руб., индекс прибыльности 1,1, что больше 1, т.е. проект можно признать прибыльным, внутренняя норма доходности 13%, что также указывает на эффективность проекта. Срок окупаемости проекта – 1 год. Полученные данные позволяют сделать вывод, что данный проект является прибыльным и его стоит принять, т.е. экономическая эффективность бизнес-плана доказана.

Глава 3. Педагогические условия формирования предпринимательских способностей в среднем профессиональном образовании

§ 3.1 Предпринимательские способности: сущность и структура

Малые и средние предприятия являются важным сектором экономики страны, в свою очередь, активное развитие данного сектора считается одним из признаков развитой экономики. Экономическое развитие любого государства зависит от развития предпринимательской деятельности, то есть предпринимательской активности населения. В большинстве случаев рост малого и среднего бизнеса как следствие приводит к появлению новых рабочих мест, активному внедрению инновационных технологий, расширению потребительского сектора, развитию конкурентной среды – все перечисленное говорит о том, что малый бизнес является механизмом формирования условий для оздоровления экономики в целом [29], [2].

Интенсивное развитие малого бизнеса в России начался с 90-ых годов, так на начало 2003 года в реестре было зарегистрировано 882,3 тысячи малых предприятий. Сегодня, согласно единому реестру малого и среднего предпринимательства количество зарегистрированных юридических лиц и индивидуальных предпринимателей уже равно 5 830 343 лицам [50].

Поэтому, основываясь на данных статистики можно говорить о том, что предпринимательская деятельность была и остается привлекательной, поскольку она связана с экономической свободой, возможностью выбрать собственную сферу деятельности в предпринимательстве и самостоятельно принимать деловые решения.

Предпринимательская деятельность является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше хозяйствующих субъектов имеют возможность проявить свою инициативу и творческие способности, тем меньше разрыв между потенциальными и фактическими результатами

развития. Кроме того обеспечивает освоение новых перспективных производств, способствует модернизации и реконструкции устаревших и способствует развитию конкуренции, увеличению открытости национальной экономики, создает механизмы достижения устойчивого развития экономики страны.

Сегодня нет профессионального стандарта, в котором описано, какие навыки и качества должны быть у предпринимателя, поэтому, чтобы определить этот перечень обратимся к характеристике О. О. Герасимовой, которая выделяет следующие качества [24]:

- 1) личная ответственность;
- 2) устойчивость к большим нагрузкам;
- 3) способность действовать в условиях перемен;
- 4) склонность вести переговоры и умение договариваться;
- 5) дисциплинированность и лидерские качества;
- 6) быть новатором.

Конечно, кроме черт характера и навыков, нужно еще желание заниматься бизнесом, а это ничто иное, как мотивация. Поэтому навыки не помогут, если нет интереса к предпринимательству. Также и наоборот: если каких-то навыков нет, при наличии интереса их можно развить в любом возрасте. Но все эти качества, если они есть у подростка, в будущем могут помочь ему стать предпринимателем.

Под предпринимательской компетенцией Т.В. Буклей понимает «личное или деловое качество, навык, модель поведения, владение которым помогает успешно решать определенную бизнес-задачу и добиваться высоких результатов». Отсутствие той или иной предпринимательской компетенции у человека снижает его компетентность в бизнес-деятельности. Чем большее количество предпринимательских компетенций есть в арсенале человека, тем с большей вероятностью он справится со стоящими перед ним бизнес-задачами, так автор выделяет следующие характеристики [34]:

- 1) устойчивость к нагрузкам;

- 2) высокая личная ответственность;
- 3) умение продавать;
- 4) склонность договариваться;
- 5) умение налаживать связи;
- 6) готовность рисковать;
- 7) способность действовать в условиях неопределенности.

Т. В. Мочаева раскрывает предпринимательские способности как один из факторов производства следующим образом: «это способности человека (его знания и умения, моральные качества) эффективно использовать сочетание ресурсов (материальных, финансовых, людских и др.) для производства товаров и услуг, принимать грамотные, обоснованные выгодой управленческие решения, создавать новшества, идти на риск», а также подразумевает под умение грамотно выстроить свою работу с кредитными организациями и эффективно использовать финансовые инструменты (денежные средства, акции, облигации и т.д.) [32].

Согласно О. Б. Пономареву: «предпринимательские способности это умение и готовность человека организовать бизнес или любое новое дело, принимая на себя связанные с ним затраты, риск и ответственность» [36].

Е. В. Крылова считает, что предпринимательские способности включают в себя девять предметных областей, а именно [29]:

1. Доходы и расходы;
2. Финансовое планирование и бюджет;
3. Личные сбережения;
4. Кредитование;
5. Инвестирование;
6. Страхование;
7. Риски и финансовая безопасность;
8. Защита прав потребителей;
9. Общие знания экономики и азы финансовой арифметики.

Данные предметные области мы можем увидеть в структуре бизнес-плана (смотри рисунок 3 и 4)

Итак, существует значительное количество определений понятия «предпринимательские способности». Вместе с тем, общим в рассмотренных трактовках является указание на то, что благодаря предпринимательским способностям человек может улучшить свое финансовое состояние и добиваться высоких результатов.

В соответствии с вышерассмотренными характеристиками и определениями проведем аналогию с разработкой бизнес-плана (смотри параграф 1.2, рисунок 4): новаторство у учащихся среднего профессионального звена должно заключаться в идеи создания той или иной организации, на этапе разработки организационного плана учащиеся будут думать, как грамотно организовать ведение бизнеса (процесс производства), в каких специалистах будет нуждаться их организация (фактор труда), какой режим налогообложения сопоставим именно их компании, при разработке производственного плана будут анализировать предстоящие затраты, в каком размере необходимы инвестиции и другое. При составлении маркетингового плана перед учащимися будет стоять основная задача в определении способов продвижения бизнеса, в правильном управлении денежными средствами и в их общей работе учащиеся познакомятся на этапе разработке финансового плана.

Поэтому, в нашем случае формирование предпринимательских способностей обеспечивают следующее: грамотную работу с денежными средствами, ведение учета расходов и доходов, оценивать риски, вести работу с инвестициями, разбираться в финансовых инструментах.

Если обобщить, специальных предпринимательских качеств нет, но есть навыки, которые могут помочь в предпринимательстве. Вышерассмотренные навыки подходят и для других профессий. Они формируются в детстве, но ими можно овладеть в любом возрасте, если есть интерес и мотивация к этому.

В учреждениях профессионально-технического и среднего специального образования в рамках учебных планов по подготовке специалистов изучают

дисциплину «Основы предпринимательской деятельности», а объектом изучения дисциплины является предпринимательская деятельность субъектов малого и среднего бизнеса. Далее мы проанализируем учебный план на базе частного учреждения профессионального образования «Тольяттинский экономико-технологический колледж»

Исходя из вышесказанного, мы считаем что, предпринимательские способности и интерес к предпринимательской деятельности в 21 веке необходимо формировать в среднем профессиональном звене. Они так же необходимы для современного человека, как и уметь, читать и писать. Предпринимательские способности способствуют правильному и эффективному планированию своей деятельности и использованию своего бюджета, принимать грамотные решения в сбережении или трате своих личных финансов для субъективных целей человека, брать ответственность за эти решения, а также ориентироваться в сложных услугах и продуктах, предлагаемых финансовыми институтами, распознавать угрозы и снижать риски мошенничества со стороны потенциально недобросовестных участников рынка, что особенно важно в современном мире.

3.2. Анализ вариативной части учебного плана ЧУПО «ТЭТК»

Образовательные программы среднего профессионального образования включают две части: 1) обязательная и 2) вариативная. Обязательная составляющая обеспечивает гарантии сохранения единого образовательного пространства страны, в свою очередь вариативная часть формируется образовательной организацией и определена для учета региональных потребностей в подготовке кадров. Также образовательные программы определяют содержание образования [3].

Вариативная часть образовательной программы – это «часть учебного плана, отражающая перечень дисциплин, характерных для отдельных специализаций в рамках образовательной программы, и возможности для

индивидуального выбора обучающихся и состоящая из дисциплин по выбору». Она служит для более глубокой подготовки обучающегося в профессиональную деятельность, получению дополнительных компетенций

В качестве сравнения в общеобразовательной организации вариативная часть представлена в виде элективных курсов старших школьников.

Рассмотрим ключевые положения и требования по основной профессиональной образовательной программе (далее по тексту ОПОП), согласно федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования (далее по тексту ФГОС) [4]:

1. Является определенной совокупностью учебно-методической документации, которая соответственно включает учебный план, календарный график, программы дисциплин, модулей и практик, и конечно же, методические материалы для реализации ОПОП;

2. Структура обязательной (инвариантной) части ОПОП содержит циклы, разделы (промежуточная аттестация) и государственную аттестацию.

Так, циклы, включаемые в обязательную часть бывают следующими:

- общеобразовательный;
- общий гуманитарный;
- социально-экономический;
- математический;
- естественнонаучный;
- профессиональный.

В каждый из вышерассмотренных циклов входит ряд учебных дисциплин, например в общеобразовательный цикл могут входить такие предметы как русский и иностранный язык, история и т.д., в общий гуманитарный могут входить следующие дисциплины: основы философии, также история, психология общения и т.д.

Изучение каждой дисциплины направлено на формирование определенных знаний, умений и навыков, общих и профессиональных компетенций, а также должно включать общекультурное развитие учащегося.

Как правило, студенты среднего профессионального звена проводят субъективный сознательный выбор в своей индивидуальной образовательной траектории, поэтому реализация вариативной части ОПОП позволяет получить новое более глубокое качество образования, в том числе профессионального, которое соответственно будет удовлетворять запросам регионального рынка труда, так и потребностям конкретного студента.

Как показывает практика, время вариативной части ОПОП может быть выделено на такие компоненты как:

- 1) новые дисциплины, входящие в состав соответствующих циклов;
- 2) дополнительные модули;
- 3) темы (разделы) дисциплин обязательной части, то есть увеличение объема теоретической подготовки студентов;
- 4) темы (разделы) междисциплинарных курсов обязательной части;
- 5) разработка новых междисциплинарных курсов.

На формирование общих и профессиональных компетенций в обязательной части отведено:

- 1) 70% (для специальностей);
- 2) 80% (для профессий).

Из вышесказанного можно заключить, что на вариативную часть отводится 30% и 20% соответственно.

Использование вариативной части ОПОП СПО направлено на:

- 1) формирование компетенций, предусмотренных региональными органами управления образованием;
- 2) учет запросов федерального отраслевого и регионального рынка труда, а также рынка образовательных услуг.

Из положения об учебном-методическом комплексе (далее по тексту УМК) частного учреждения профессионального образования «Тольяттинский экономико-технологический колледж» (далее по тексту ЧУПО «ТЭТК»), можно выделить следующее:

1) учебные дисциплины состоят из следующих элементов: рабочей программы, методических указаний и фонда оценочных средств;

2) профессиональный модуль представлен из: рабочей программы и практик; методических указаний и рекомендаций и фонда оценочных средств.

3) основная профессиональная образовательная программа включает: аннотации, учебный план, УМК, методические рекомендации и программу государственной итоговой аттестации.

Проведем анализ учебных планов, представленных на официальном сайте организации, по основным экономическим специальностям на базе ЧУПО «ТЭТК» [53]:

Структура учебного плана представлена по экономическим специальностям следующим образом:

1. Общеобразовательный цикл;
2. Общий гуманитарный и социально-экономический цикл (далее по тексту ОГСЭ);
3. Математический и общий естественнонаучный цикл;
4. Общепрофессиональный цикл;
5. Профессиональный цикл;
6. Государственная итоговая аттестация (далее по тексту ГИА)

Особенности распределения часов обязательной и вариативной части по данным ТЭТК, представлены в таблице 1:

Таблица 14 - Распределения часов обязательной и вариативной части в ЧУПО «ТЭТК»

№	Наименование разделов	Обязательная часть	Вариативная часть	Всего часов
1	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	324	170	494
2	Математический и общий естественнонаучный цикл	108	-	108
3	Общепрофессиональный цикл	468	160	628
4	Профессиональный цикл, в	1008	534	1542

	том числе:			
	Всего по циклам ППСЗ:	1908	864	2772
		70%	30%	100%
5	Государственная итоговая аттестация (ГИА)	216	0	216
	Всего с ГИА	2124	864	2988
6	Общеобразовательный цикл	1476	0	1476
	ИТОГО по ППСЗ:	3600	864	4464

Как видно из таблицы 14 раздел ОГСЭ включает в себя 170 часов вариативной части, на математический раздел не отведены часы, общепрофессиональный цикл содержит 160 часов, когда профессиональный цикл включает – 534 часа, в совокупности на вариативную часть по данным разделам отводится 864 часа это 30% учебного процесса, когда обязательная часть занимает 70%.

Вариативная часть по специальности «Экономика и бухгалтерский учет» была реализована следующим образом в объеме 864 часов:

- 1) увеличено количество часов по дисциплинам;
- 2) объем общего гуманитарного и социально-экономического учебного цикла увеличен на 170 часа.

В свою очередь, формирование вариативной части образовательной программы по специальности «Банковское дело» используется для увеличения объема часов в целях повышения качества освоения основных видов деятельности, предусмотренных ФГОС [10]. Вариативная часть данной образовательной программы реализуется в объеме 864 часов (30% от общего объема учебных циклов). В учебном плане дополнительными предметами по выбору являются: основы проектной деятельности или география родного края, а также в общепрофессиональный цикл помимо других предметов, входит «Основы предпринимательской деятельности».

В специальности «Операционная деятельность в логистике» (код – 38.02.03) в соответствии с потребностями работодателей и возможностями

обучающихся ЧУПО ТЭТК вариативная часть, отведенная на данную специальность была использована в количестве 972 часов (30% от общего объема учебных циклов) на:

- 1) увеличение объема времени на дисциплины;
- 2) на введение новых дисциплин.

В учебном плане дополнительными предметами по выбору аналогично являются: основы проектной деятельности или география родного края. а также в общепрофессиональными дисциплинами являются такие как «менеджмент», «финансы, денежное обращение», «налоги и налогообложение» и другие.

По специальности «Коммерция» вариативная часть аналогично распределена, как и по специальности «Банковское дело». Здесь одной из общепрофессиональных дисциплин является «основы предпринимательства», «менеджмент», «экономика организации» и другие.

По специальности «Финансы» Вариативная часть данной образовательной программы реализуется в объеме 864 часов, это 30% от общего объема учебных циклов. Данная вариативная часть была реализована следующим образом:

- 1) увеличено количество часов по дисциплинам;
- 2) объем общего гуманитарного и социально-экономического учебного цикла увеличен на 172 часа.

Дополнительные предметы по выбору обучающихся в данной специальности также представлены в виде: «основы проектной деятельности» или «география родного края». Общепрофессиональный цикл включает в себя: «экономика организации», «менеджмент», «статистика», «основы предпринимательской деятельности» и другие.

Проанализируем в аннотации к рабочим программам на 2020 год в специальности «Коммерция» по дисциплине ОП.10 «Основы предпринимательства», представленные на официальном сайте образовательной организации:

- 1) Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы

подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) базовой подготовки, входящей в состав укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление

2) учебная дисциплина входит в общепрофессиональный цикл (вариативная часть);

3) максимальная учебная нагрузка 42 часа, из которых 32 часа – аудиторная работа и 10 часов это самостоятельная работа учащегося.

Рассмотрим общие компетенции, представленные в таблице 15:

Таблица 15 - Общие компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины «Основы предпринимательства»

Код	Характеристика
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.
ОК 9	Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 11	Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

Из таблицы 15, можно заключить следующее, что общие компетенции представлены в соответствии с федеральным государственным стандартом среднего профессионального образования [4].

Также, на основе проведенного анализа, мы выяснили, что на вариативную часть в ЧУПО «ТЭТК» отводится 30% (864 часа) учебного процесса, что соответствует требованиям ФГОС СПО. Чаще всего раздел ОГСЭ включает в себя 170 часов вариативной части, на математический раздел не отведены часы, общепрофессиональный цикл содержит 160 часов, когда профессиональный цикл включает – 534 часа, в совокупности на вариативную часть по данным разделам отводится 864 часа это 30% учебного процесса, когда обязательная часть занимает 70%.

Дополнительные предметы по выбору обучающихся по всем экономическим специальностям представлены только в виде двух предметов, а именно «основы проектной деятельности» или «география родного края».

Образовательные и рабочие программы частного учреждения профессионального образования «Тольяттинский экономико-технологический колледж», а именно по специальностям 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), 38.02.07 Банковское дело, 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, 38.02.04 Коммерция (по отраслям), 38.02.06 Финансы представлены в соответствии ФГОС СПО [7],[8],[9],[10],[11].

Нами был разработан элективный курс «Разработка бизнес-плана», представленный в следующем параграфе, с целью формирования предпринимательских способностей учащихся в среднем профессиональном звене и повышения их конкурентоспособности на рынке труда, так как вариативная часть ОПОП дает возможность расширения и углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника, в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования.

3.3 Формирование предпринимательских способностей через элективный курс «Разработка бизнес-плана»

С точки зрения Ю. К. Бабанского, под педагогическим условием понимается «совокупность объективных возможностей содержания обучения, методов, организационных форм и материальных возможностей его существования, обеспечивающую успешность достижения поставленной задачи». Автор отмечает тот факт, что педагогическая система будет функционировать при соблюдении двух условий: внешних, под которыми понимается внешние и культурные условия и внутренние - учебно-материальные и морально-психологические [17].

Элективные курсы в среднем профессиональном образовании представляют собой дополнительные обучающие занятия по выбору студентов. В переводе с английского языка «электив» означает факультативный, то есть выборный курс. Как правило, такие курсы призваны углублять содержание профильного предмета, а также могут быть направлены на формирование дополнительных компетенций. Важными задачами таких курсов, как выделяет А. В. Шалдина, являются актуализация, и индивидуализация процесса образования [42].

В свою очередь, разрабатываемая нами рабочая программа элективного курса «Разработка бизнес-плана» включает в себя: 1) пояснительную записку; 2) тематическое планирование; 3) содержание элективного курса; 4) список литературы.

Пояснительная записка раскрывает то, что курс предназначен для обучающихся среднего профессионального образования, которая разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования. Рабочая программа рассчитана на 36 часов. Цель элективного курса: – расширить и углубить знания учащихся по экономике, в частности по бизнес-планированию.

В системе российского образования среднего профессионального звена наблюдается интерес к экономическим специальностям, то есть заинтересованность в экономических науках, прикладной экономики, в особенности основ предпринимательской деятельности.

Актуальность преподавания данного курса можно вывести со стороны государства, экономики и регионального компонента: во-первых, в соответствии с задачами, которые были установлены Национальной доктриной образования до 2025 года, можно говорить о том, что наиболее важным этапом в развитии государства, является именно подготовка активного, в том числе делового молодого поколения к жизни и трудовой деятельности, обладающими предпринимательскими способностями, навыками самообразования, самореализации личности, трудовой мотивацией и профессиональной позицией. Во-вторых, в соответствии с стратегическими показателями, а именно доля численность занятых в малом и среднем предпринимательстве из постановления правительства Самарской области «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие малого и среднего предпринимательства на 2019-2030 годы»», а также на основе концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [6].

Движение российской экономики к прогрессу будет более эффективным, если в этот процесс вместе с крупными организациями будут малые и средние, индивидуальные предприниматели, а также самозанятые. Поэтому, для того, чтобы учащиеся могли оставить свой след в вышеперечисленных программах, надо готовить их к участию и в большом и в малом предпринимательстве, в этом и заключается необходимость разработки данного курса.

Цели, задачи, планируемые результаты, тематическое планирование курса представлены в приложении Д.

Содержание элективного курса может быть адаптировано к условиям среднего профессионального образования с учетом индивидуальных особенностей учащихся, специфики образовательного учреждения,

материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса, рассмотрим его более подробно:

Элективный курс состоит из четырех разделов, которые в свою очередь детализируются на темы с содержанием:

1. Вводное занятие.

Вводное занятие является важным этапом прохождения курса, потому что необходимо сформировать у студентов познавательный интерес к обучению и изучению элективного курса. Ознакомление студентов с целями и задачами, структурой курса, формами занятий и итогового контроля.

Актуализация знаний об основах предпринимательской деятельности

Раздел 1. Концепция бизнес-планирования представлен двумя темами:

1.1) Сущность, роль и значение бизнес-планирования в условиях рынка.

Бизнес-планирование в современном менеджменте. Планирование как норма любой предпринимательской деятельности. Основные виды и функции бизнес-планов. Бизнес-план как инструмент для инвестиций.

1.2) Стартап проекты, особенности их планирования.

Стартап или стартап-компания. Стартап проекты, особенности их планирования. Основные требования к бизнес-плану стартапа.

Раздел II. Как искать свою нишу на рынке?

2.1) Исследование рынка как основа формирования бизнес-идеи.

Формирование бизнес-идеи. Источники инновационных идей. Вопросы, включаемые в комплексный анализ рынка. Изучение динамики продаж в отрасли. Конкурентная среда как оценка перспективности идеи.

2.2) Формулировка целей, выбор оценка бизнес-идеи

Ключевые факторы появления бизнеса. 2 концептуальных подхода к формированию идеи. Вопросы, для самостоятельной оценки привлекательности идеи. Имидж фирмы. Патент. Лицензия. Рынок сбыта. Конкурентоспособность.

Раздел III. Разработка бизнес-плана

3.1) Структура бизнес-плана, состав основных разделов

Общая структура бизнес-плана. Содержание основных разделов.

3.2) Резюме

Резюме как самостоятельный документ. Ключевые идеи бизнес-плана. Структура (или элементы) резюме.

3.3) Описание предприятия и отрасли.

Общие сведения предприятия. Организационно-правовая форма. Режимы налогообложения. Отрасль экономики. Направления деятельности.

3.4) Описание продукции/услуги.

Полное описание продукции. Особенности производства. Уникальность продукции.

3.5) Производственный план в бизнес-плане.

Помещение. Оборудование. Персонал и кадры. Источники сырья.

3.6) Организационный план в бизнес-плане.

Организация управления предприятием. Зона ответственности персонала. Оплата труда.

3.7) План маркетинга.

Стратегия завоевания рынка. Потенциальные клиенты. Портрет потребителя. Ценовая политика.

3.8) Финансовый план.

Потребность в инвестициях. Потенциальные инвесторы. Прогнозируемые объемы продаж.

3.9) Экономическая эффективность бизнес-плана.

Эффективность расходования ресурсов компании. Ставка дисконтирования. Минимальная доходность (безрисковая ставка). Уровень инфляции. Расчет чистой приведенной стоимости (NPV). Метод внутренней нормы доходности. Срок окупаемости проекта.

Раздел IV. Предприниматель и его бизнес

4.1) Важнейшие этапы в деятельности предпринимателя

Итоговое занятие будет проходить в виде защиты разработанных студентами бизнес-планов, объем отведенный на данное мероприятия составляет 2 часа.

Так, настоящая программа предназначена для формирования предпринимательских способностей учащихся среднего профессионального звена в основном в сфере малого бизнеса и рассчитана на 36 часов с учетом образовательных потребностей и интересов обучающихся.

Изучение элективного курса «Разработка бизнес-плана» предполагает итоговую форму аттестации в виде защиты разработанных бизнес-планов.

Таким образом, на данном этапе, мы определили сущность и структуру предпринимательских способностей, пришли к выводу о том, что сегодня нет профессионального стандарта, в котором описано, какие навыки и качества должны быть у предпринимателя. Мы определили основные характеристики предпринимательских способностей благодаря трудам О. О. Герасимовой, Т. В. Мочаевой, О. Б. Пономарева и других авторов.

Проанализировали вариативную часть учебного плана на базе ЧУПО «ТЭТК» и пришли к выводу о том, что в основном вариативная часть используется на увеличение часов обязательных дисциплин, учебных циклов и на введение новых дисциплин.

На основе анализа вариативной части, а именно дисциплины ПК.10 «Основы предпринимательства» был разработан элективный курс «Разработка бизнес-плана» с целью формирования предпринимательских способностей учащихся в среднем профессиональном звене и повышения их конкурентоспособности на рынке труда

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, мы проанализировали научную, справочную, учебную литературу по теме исследования, благодаря трудам различных ученых экономистов и педагогов, мы ознакомились с различными определениями понятий «планирования», «бизнес-планирования», «бизнес-план», «предпринимательские способности». Рассмотрели сущность бизнес-планирования, его цели задачи на основе теоретической базы А. П. Горнова, О. Г. Комаровой, А. А. Киселева и ряда других авторов.

В ходе проделанной работы были выявлены следующие основные положения:

- Сущность бизнес-планирования заключается именно в объективной оценке предпринимательской деятельности организации, и что немало важно, в тот же момент является инструментом проектно-инвестиционных решений.

- Основными проблемами, возникающие в процессе бизнес-планирования являются: 1) нехватка грамотных специалистов; 2) процесс планирования и его осуществление являются непростой задачей, поскольку требуют гибкого сочетания централизации и децентрализации в планировании, создания условий для участия в нем специалистов различных подразделений; 3) проблемы социально-культурного характера, раскрывающиеся в системе управления.

Ознакомившись с трудами Т. А. Сушковой, мы выделили основные этапы разработки и разделы бизнес-плана, так на первом этапе происходит анализ информации о продукте или услуге (раздел 4), затем происходит конкурентный и отраслевой анализ (включает в себя 5 и 6 разделы), на третьем этапе выполняется анализ состояния и возможностей компании (раздел 3), далее выполняется разработка маркетинговой стратегии (раздел 9), анализ ресурсной базы организации (раздел 7 и 8), предварительное финансовое планирование (раздел 12).

Бизнес-план является важным и неотъемлемым звеном системы планирования в организации, который также является ее отдельной частью и

не находится в рамках какого-либо планирования независимо от признака деления, будь то временной показатель или функциональная направленность.

Можно сделать вывод о том, что место бизнес-плана в системе планов организации заключается в том, что он:

- 1) включает в себя систему количественных и качественных показателей, тем самым детализируя возможности компании;
- 2) рассчитывает уровень жизнеспособности и возможной устойчивости предприятия, снижает риск предпринимателя;
- 3) создает условия для получения внешних инвестиций.

Исходя из третьего признака можно сделать вывод о том, что бизнес-план включает в себя как внутренние цели организации, так и внешние, а в свою очередь, внешние цели берут во внимание не только сам предприниматель, но и инвесторы, а также потенциальные потребители и поставщики, еще одной важной характеристикой является то, что все разделы бизнес-плана логично взаимосвязаны между собой.

В соответствии с изученными характеристиками, мы выяснили, что бизнес-плану присущи следующие признаки: сводный и системный характер, комплексность, структурированность данных и информации, взаимосвязанность внутренних характеристик с внешними факторами среды деятельности компании.

Существует различные варианты бизнес-планов, которые в свою очередь подразделяются по формам, содержанию, структуре, а также в зависимости от назначения. Поэтому, бизнес-планы составляются либо для внешнего пользования или же для внутреннего использования, которые соответственно направлены на получение капитальных вложений, то есть на инвесторов, а внутреннее использование представляет собой инструмент управления, информирование о сильных и слабых сторонах.

В ходе проделанной работы был разработан бизнес-план по открытию ветеринарной клиники ZOO+ и рассчитана его экономическая эффективность, основными показателями которой являются: 1) накопленный денежный поток в

размере 8 160 165 рублей; 2) индекс прибыльности проекта составляет 1,1; 3) внутренняя норма доходности равна 13%; 4) чистая приведенная стоимость составляет 275 694 рублей; 5) срок окупаемости проекта составляет около 1 года (приблизительно 11 месяцев); Полученные данные позволяют сделать вывод, что данный проект является прибыльным и его стоит принять, т.е. экономическая эффективность бизнес-плана доказана.

Исходя из проведенного анализа, можно заключить, что сегодня нет профессионального стандарта, в котором могло бы быть описано, какие навыки и качества должны быть у предпринимателя. Мы определили основные характеристики предпринимательских способностей благодаря трудам О. О. Герасимовой, Т. В. Мочаевой, О. Б. Пономарева и других авторов мы смогли определить сущность и структуру предпринимательских способностей. В свою очередь, они выражаются в наличие тех или иных деловых и личностных качеств. На современном этапе развития предпринимательские способности включают целую совокупность качеств, в частности: решительность, инициативность, настойчивость, целеустремленностью, ответственность, быть лидером, новатором, рисковым, а также умение действовать в стрессовых ситуациях, умение находить способы сплочения коллектива и многое другое. Чем выше уровень предпринимательских способностей, тем больше шансов на успех в бизнесе.

Так как, элективные курсы в среднем профессиональном образовании входят в вариативную часть, мы проанализировали образовательные и рабочие программы частного учреждения профессионального образования «Тольяттинский экономико-технологический колледж», а именно по специальностям 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), 38.02.07 Банковское дело, 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, 38.02.04 Коммерция (по отраслям), 38.02.06 Финансы. В основном вариативная часть используется на увеличение часов обязательных дисциплин, учебных циклов и на введение новых дисциплин.

На основе анализа вариативной части, а именно дисциплины ПК.10 «Основы предпринимательства» был разработан элективный курс «Разработка бизнес-плана» с целью формирования предпринимательских способностей учащихся в среднем профессиональном звене и повышения их конкурентоспособности на рынке труда. Элективный курс разработан в объеме 60 часов, из которых 14 часов отведены на самостоятельную работу студентов, также были разработаны следующие элементы: пояснительная записка, тематический план, календарно-тематическое планирование.

Цели исследования достигнуты. По итогу ознакомления с необходимой теоретической базой, мы рассчитали экономическое обоснование эффективности открытия новой ветеринарной клиники ZOO+, а также была проделана работа по созданию элективного курса «Разработка бизнес-плана» в целях формирования предпринимательских способностей учащихся колледжей, иначе среднего профессионального звена.

Все поставленные задачи выполнены последовательно и в должной мере.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Официальные документы:

1. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 08.08.2001 года №128 – ФЗ (принят ГД ФС РФ 02.07.2001, действующая редакция).
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 №209 – ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.07.2007, действующая редакция)
3. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
4. Федеральные государственные стандарты среднего профессионального образования нового поколения. Приказ Минобрнауки от 05.06.2014 N 632 о соответствии специальностей среднего профессионального образования, перечень которых утвержден приказом Минобрнауки РФ от 29 октября 2013 г. N 1199 (с изменениями), специальностям среднего профессионального образования, перечень которых утвержден приказом Минобрнауки РФ от 28 сентября 2009 г. N 355.
5. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2018 – 2025 годы, утв., постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017г. № 1642.
6. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017). Доступ из справочно-правовой системы «СПС КонсультантПлюс»]
7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05.02.2018 N 69 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта

- среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)"
8. Приказ Министерства образования и науки РФ от 28 июля 2014 г. № 834 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике"
 9. Приказ Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. N 539 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)"
 10. Приказ Министерства образования и науки РФ от 28 июля 2014 г. № 837 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело".
 11. Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 февраля 2018 г. № 65 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.06 Финансы"

Авторефераты и диссертации:

12. Асланян А. О. Бизнес-план инвестиционного проекта: проблемы разработки и внедрения: магистерская диссертация / А. О. Асланян; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Институт "Высшая школа экономики и менеджмента", Кафедра финансов, денежного обращения и кредита. — Екатеринбург, 2018. — 90 с.

Монографии и научные издания:

13. Абдрахманова, Д. Р. Эволюция представлений о системе стратегического планирования / Д. Р. Абдрахманова // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2019. – № 2 (4). – 136–140 с.

14. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – URL: <https://ru.pdfdrive.com/Бизнес-план-на-100-e187403385.html>. (дата обращения: 02.02.2021) – Текст: электронный.
15. Агрономия, зоотехния, экономика. Сельское хозяйство в XXI веке: перспективы и вызовы / под ред. Е.В. Ливской, О.В. Рахимовой. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Том 1. – 329 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602242> (дата обращения: 05.03.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-2040-9. – Текст: электронный.
16. Арсеньев, Ю.Н. Управление проектами, программами: учебник: в 2 томах : [16+] / Ю.Н. Арсеньев, Т.Ю. Давыдова ; под ред. Ю.Н. Арсеньева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Том 1. Методология проектов. – 473 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600625> (дата обращения: 18.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1748-5 (т. 1). - ISBN 978-5-4499-1764-5. – DOI 10.23681/600625. – Текст: электронный.
17. Бабанский Ю. К. Избранные педагогические труды. М.: Педагогика, 2018. - 558 с.
18. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: монография / Т. С. Бронникова. - М.: Альфа-М, Инфра-М, **2019**. - 215 с.
19. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учебное пособие / В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010999-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070506>. (дата обращения: 08.02.2021). - Текст: электронный.
20. Бизнес-планирование на предприятии: учебное пособие / А.В. Башкирцев, Л.Ш. Салихова, В.В. Авилова, Е.Н. Парфирьева; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ),

2017. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500494> (дата обращения: 15.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-2359-9. – Текст: электронный.
21. Бизнес-планирование: учебное пособие / В. З. Черняк, Н. Д. Эриашвили, Е. Н. Барикаев и др. ; под ред. В. З. Черняка, Г. Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 591 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114751> (дата обращения: 15.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01812-6. – Текст: электронный.
22. Гарнов, А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: Учебное пособие / А.П. Гарнов. - М.: ДиС, 2016. - 272 с.
23. Гайнутдинов, Э. М. Бизнес-планирование / Э.М. Гайнутдинов, Л.И. Поддерегина. - М.: Вышэйшая школа, 2017. - 208 с.
24. Герасимова, О. О. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие : [16+] / О. О. Герасимова. – Минск : РИПО, 2019. – 270 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599913> (дата обращения: 11.03.2021). – Библиогр.: с. 253-256. – ISBN 978-985-503-905-2. – Текст: электронный.
25. Горемыкин, В. А. Планирование на предприятии: учебник и практикум / В. А. Горемыкин. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2016. – 857 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3329-1. – URL: <https://urait.ru/bcode/387362> (дата обращения: 21.01.2021). – Текст: электронный.
26. Жемчугов, А.М. Социо-кибернетическая модель организации / А. М. Жемчугов / Проблемы экономики и менеджмента. – 2019. - №6. - С. 3-15.
27. Карамов, О. Г. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие / О. Г. Карамов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2015. – 123 с. – Режим доступа: по подписке. –

- URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90809> (дата обращения: 23.04.2021). – ISBN 978-5-374-00419-9. – Текст: электронный.
28. Киселев, А. А. Основы стратегического менеджмента и сущность стратегического планирования в организациях : учебник : [16+] / А.А. Киселев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 343 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599192> (дата обращения: 23.04.2021). – Библиогр.: с. 320-324. – ISBN 978-5-4499-1339-5. – DOI 10.23681/599192. – Текст: электронный.
29. Крылова, Е. В. Экономика и управление предпринимательской деятельностью: учебное пособие / Е. В. Крылова, Г. А. Семакина; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019. – 104 с.
30. Майк Макивер. Как написать бизнес-плана / М, Майк. – URL: https://drive.google.com/file/d/1JtvXaWZOpAv3SsU40JiJOD0AMP7X_D3G/view (дата обращения 07.03.2021). – Текст: электронный.
31. Москвин, В. А. Инвестиционные проекты в мире социальных систем: монография / В. А. Москвин. - М.: Курс, 2017. – 256 с.
32. Мочаева, Т. В. Экономика и организация производства на предприятии: учебное пособие / Т. В. Мочаева, К. А. Кудрявцев; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 82 с
33. Мухитдинова, Т. А. Особенности бизнес-планирования / Т. А. Мухитдинова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 24 (262). — С. 353-356. — URL: <https://moluch.ru/archive/262/60624/> (дата обращения: 09.03.2021)
34. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Т. В. Буклей, М. В. Гаврилюк, Т. М. Кривошеева и др. ; под ред. О. В. Шеменевой, Т. В. Харитоновой. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с.

35. Пиркин, А. Г. Бизнес-планирование и оценка энергоэффективности инновационных проектов на предприятиях АПК: учебное пособие / А. Г. Пиркин ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 61 с.: табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491721> (дата обращения: 25.03.2021). – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.
36. Пономарев, О. Б. Экономика и предпринимательство: учебник / О. Б. Пономарев, С. Г. Светульников. – М.: Левша, 2019. - 371 с.
37. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии: учебник: [16+] / Р. В. Савкина. – 2-е изд., перераб. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 320 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496157> (дата обращения: 16.04.2021). – Библиогр.: с. 314-315. – ISBN 978-5-394-02343-9. – Текст: электронный.
38. Сотов, С. С. Стратегическое планирование / С.С. Сотов. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – с. 51 – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88667> (дата обращения: 16.04.2021). – Текст: электронный.
39. Сушкова, Т. А. Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания: учебное пособие / Т. А. Сушкова; науч. ред. Е. В. Асмолова. – Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. – 187 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601610> (дата обращения: 10.04.2021). – Библиогр.: с. 185. – ISBN 978-5-00032-393-9. – Текст: электронный.
40. Черняк, В. З. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие / В. З. Черняк, А. В. Черняк, И. В. Довдиенко. – URL:

<https://institutiones.com/download/books/3248-biznes-planirovanie-chernyak.html>. – (дата обращения: 17.03.2021). – Текст: электронный.

41. Чумакова, М. В. Современное состояние процессов планирования на предприятии / М. В. Чумакова // Молодой ученый, 2018. – №20. – С. 451-457.

42. Шалдина, А. В. Факультативный курс как один из элементов формирования профессиональной мотивации студентов СПО / А. В. Шалдина // Молодой ученый, 2019. – № 5 (243). – С. 207-210.

Интернет-ресурсы:

43. Всероссийский центр изучения общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/> (дата обращения: 15.03.21). – Текст: электронный.

44. Готовые обзоры рынков. BusinesStat. URL: <https://businessstat.ru/> (дата обращения: 19.03.2021). – Текст: электронный.

45. Исследования компании «Гидмаркет» URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/12333/#:~:text=По%20итогам%202019%20г.%20объем,пандемии%20и%20начавшегося%20экономического%20кризиса> (дата обращения: 19.03.2021). – Текст: электронный.

46. Должностная инструкция заведующего ветеринарной клиникой. URL: <http://prom-nadzor.ru/content/dolzhnostnaya-instrukciya-zaveduyushchego-veterinarnoy-klinikoу> (дата обращения: 19.03.2021): – Текст: электронный.

47. Общие требования для объектов ветеринарных центров, оказываемых услуги для непродуктивных животных. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200104952> (дата обращения: 02.04.2021). – Текст: электронный

48. Методические рекомендации по технологическому проектированию ветеринарных объектов для городских поселений и других муниципальных образований. РД-АПК 1.10.07.03-14. URL: <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293757/4293757535.pdf> (дата обращения: 02.04.2021). – Текст: электронный.

49. Статистика пользования интернетом. URL: <https://rusind.ru/polzovateli-interneta-v-rossii.html> (дата обращения: 04.04.2021). – Текст: электронный.

50. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.04.2021). – Текст: электронный.
51. Бизнес навигатор малого и среднего предпринимательств. URL: <https://smbn.ru/> (дата обращения: 01.05.2021). – Текст: электронный.
52. Магазин исследований. DISCOVERY Research Group. URL: <https://marketing.rbc.ru/author/86/> (дата обращения: 02.04.2021). – Текст: электронный
53. Частное учреждение профессионального образования «Тольяттинский экономико-технологический колледж» URL: <http://www.tetc.ru/> (дата обращения: 27.04.2021). – Текст: электронный.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

«Данные ветеринарной деятельности по бизнес навигатору МСП»



Востребованные услуги

6

Самая востребованная услуга, в которой нуждается большинство респондентов – продуктовый магазин. Также востребованы услуги по продаже медицинских товаров, одежды и обуви. Услуги в сфере туризма и отдыха за месяц были востребованы только у 3% потребителей.

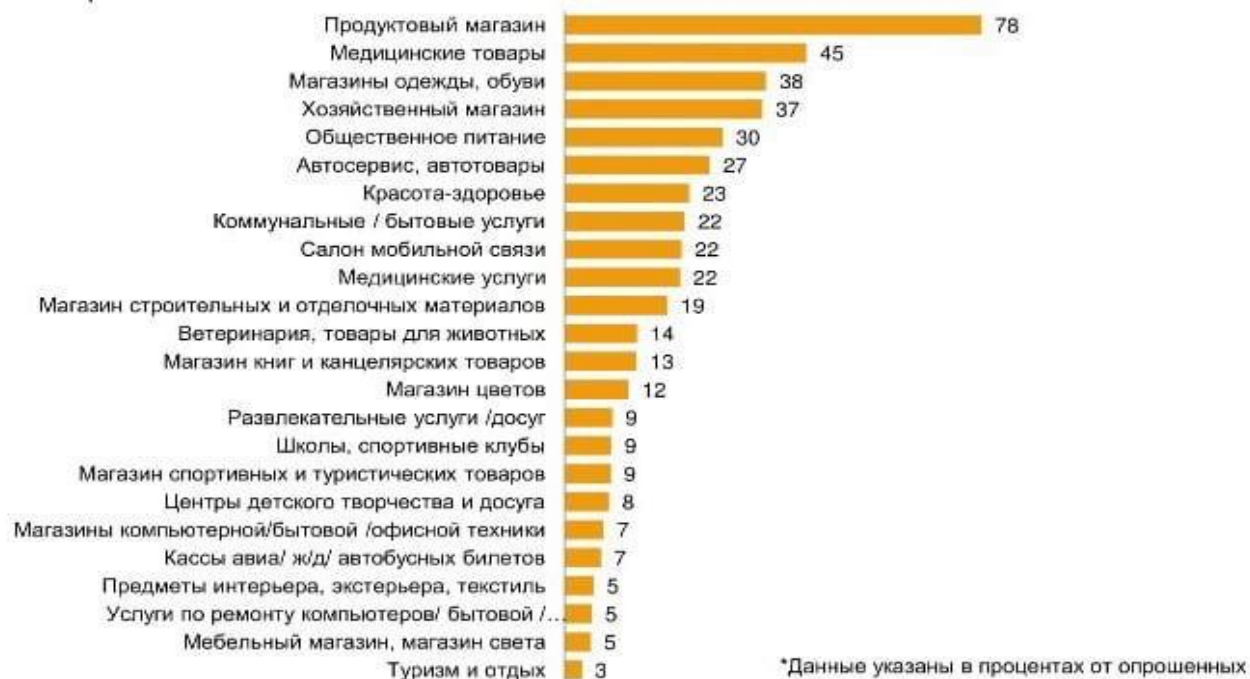


Рисунок А.1 – Данные по востребованным услугам в 2021 году, представленные в бизнес навигаторе МСП

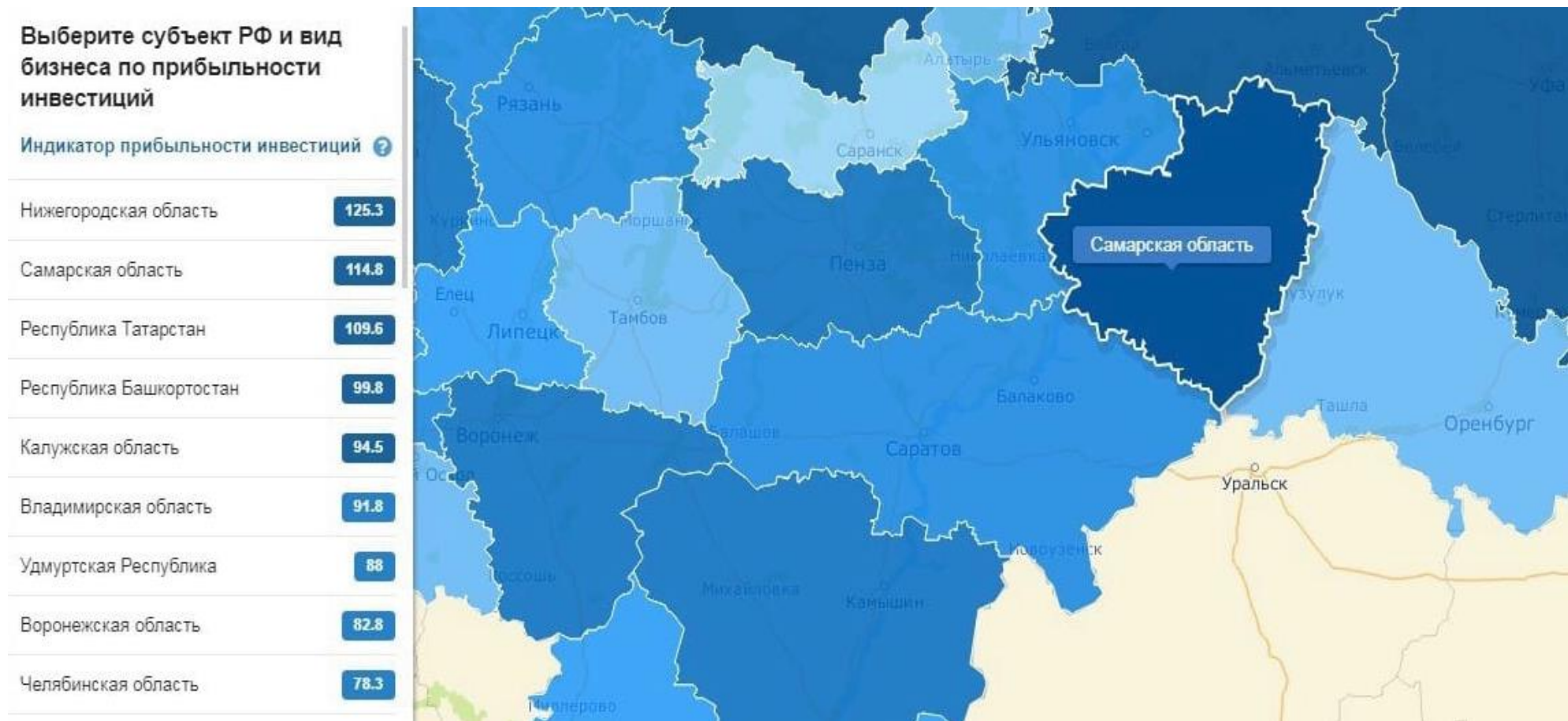


Рисунок А.2 - Индикатор прибыльности инвестиций по субъектам Российской Федерации, %

Ветеринарная клиника

Основные параметры

Ценовая ниша: Массовая

Адрес:

Тольятти, 27-й квартал

Зоны обслуживания и конкуренции

Расчет спроса в выбранном месте
выполнен методом построения
буферных зон

Характеристика рыночной ниши

В локации присутствуют
новостройки

Учитывать в характеристиках

Характеристика спроса

Потенциальный спрос, тыс.руб/
год 22 192

Характеристика предложения

Реализованный конкурентами
спрос, тыс.руб/год 17 219

Нереализованный спрос,
тыс.руб/год 4 973

Список конкурентов

10

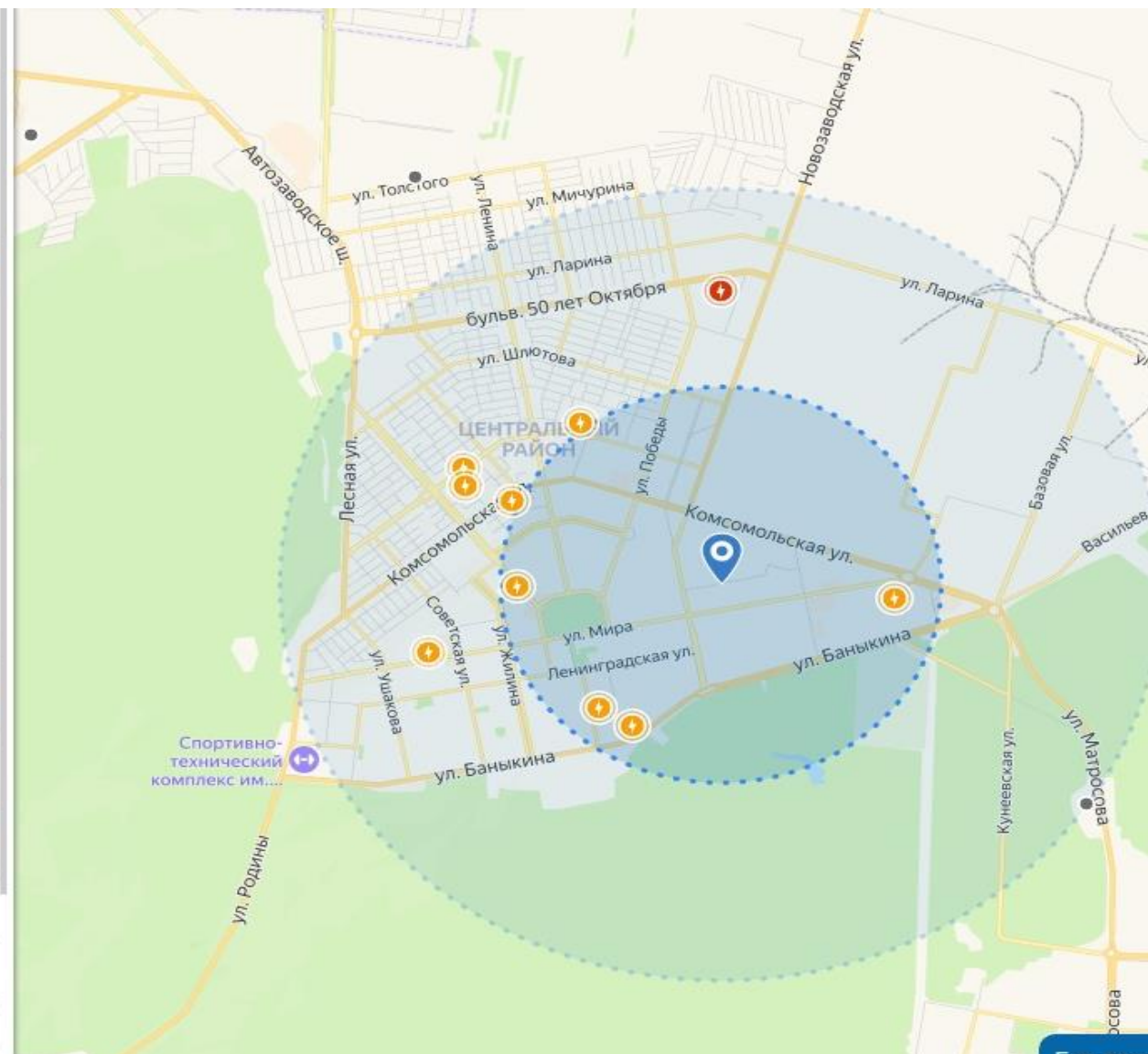


Рисунок А.3 – Потенциальный спрос на ветеринарные услуги в 27-ом квартале, тысяч рублей

Характеристика рыночной ниши

Тольятти, 26-й квартал

Буферная зона: 1500 м

Население

Средний чек, руб.	1 327.4
Доля пользователей, %	6.99
Многоквартирных жилых домов	485
Частных домов	244
Домохозяйств	40 283
Всего проживающих, чел	101 160

Офисные служащие

Средний чек, руб.	0
Доля пользователей, %	0
Бизнес-центров	0
Офисных служащих в бизнес-центрах, чел	0

Потребители в разрезе доходных групп

	Проживает, чел	Служащих, чел
Высокодоходные	13 324	0
Среднеобеспеченные	37 884	0
Малообеспеченные	27 962	0
Низкодоходные	21 990	0

Рисунок А.6 – Характеристика рыночной ниши 26-ого квартала

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Информация об основных участниках рынка ветеринарных услуг по Центральному району города Тольятти

№п/п	Наименование	Адрес	Режим работы	Форма оплаты	Оказываемые услуги	Контакты
1.	МультиВет	Ул. Толстого, 24В	с 10 до 19	Наличные, карта	ветаптека, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, усыпление, чипирование, вакцинация	+7 8482 44-41-33
2.	Ветеринарное объединение, Ставропольская Станция по борьбе с болезнями животных	бул. 50 лет Октября, 77	с 8 до 17	Наличные, карта	ветаптека, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, усыпление, чипирование, вакцинация	+7 8482 22-49-10
3.	Визави	Октябрьская ул., 55А	с 10 до 20	Наличные, карта	вакцинация	+7 8482 22-27-27
4.	Вита+	ул. Горького, 33	10:00–19:00	Наличные, карта	ветаптека, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, усыпление, чипирование, вакцинация	+7 8482 25-02-75 +7 927 771-90-71
5.	Барс	Жигулёвская ул., 10	ежедневно, 9:00–21:00	Наличные, карта	ветаптека, выдача справок и сертификатов, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, обработка от паразитов, груминг, обрезание клюва, усыпление, кремация, чипирование, вакцинация, оксигенотерапия	+7 8482 63-34-40

Продолжение таблицы Б.1

6.	Надежда	пр. Пожарского, 25	ежедневно, круглосуточно	Наличные, карта	ветаптека, выдача справок и сертификатов, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, обработка от паразитов, усыпление, вакцинация	+7 8482 61-09-90, +7 8482 61-00-66
7.	ВитаВет	ул. Банькина, 16Б	10:00–19:00	Наличные, карта	ветаптека, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, обработка от паразитов, усыпление, вакцинация	+7 8482 78-94-92
8.	Журавлик	ул. Мира, 60	ежедневно, 10:00–19:00	Наличные, карта	ветаптека, гостиница для животных, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, обработка от паразитов, усыпление, чипирование, вакцинация	+7 8482 61-84-99
9.	ВестаВет	ул. Карла Маркса, 49	10:00–20:00	наличный расчет	ветаптека, стрижка, вызов на дом, кастрация/стерилизация, обработка от паразитов, усыпление, вакцинация	+7 8482 28-10-67
10.	JUSTPET	Ул.Мира	-	-	-	-

Таблица Б.2 - Анализ конкурентов в бальной системе

Критерии	Вес	Гаврюша		Барс		МультиВет		Надежда		ВестаВет		Журавлик		Вет.лаборатория	
		О	О*В	О	О*В	О	О*В	О	О*В	О	О*В	О	О*В	О	О*В
Спектр оказываемых услуг	0,4	4	1,6	4	1,6	3	1,2	3	1,2	4	1,6	5	2	3	1,2
График работы	0,2	5	1	3	0,6	5	1	3	0,6	5	1	5	1	4	0,8
Стоимость услуг	0,1	5	0,5	3	0,3	2	0,2	5	0,5	3	0,3	2	0,2	2	0,2

Продолжение таблицы Б.2

Наличие специального магазина	0,2	3	0,6	2	0,4	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Наличие гостиницы для животных	0,05	5	0,25	5	0,2 5	5	0,2 5	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Информация в сети,отзывы	0,05	5	0,25	3	0,1 5	3	0,1 5	4	0,2	4	0,2	5	0,25	0	0
Итого в баллах	1		4,2		3,3		3,6		3,55		3,95		4,5		3,25

ПРИЛОЖЕНИЕ В

«Финансовый план ветеринарной клиники ZOO+»

Таблица В.1 - Финансовый план ветеринарной клиники ZOO+ на первое полугодие

	До открытия	1-й месяц	2-й месяц	3-й месяц	4-й месяц	5-й месяц	6-месяц
Доходы		204820	248725	387668	495040	610373	650498
Расходы, в том числе:							
Затраты на открытие	35000						
Затраты на з/п		321990	321990	321990	321990	321990	321990
Единовременные производственные затраты	5260266						
Текущие производственные затраты		151755	151755	151755	151755	151755	151755
Единовременные маркетинговые затраты	60000						
Текущие маркетинговые затраты		40000	40000	40000	40000	40000	40000
Затраты на приобретение товара		48407	48407	48407	48407	48407	48407
Итого расходы	5355266	562152	562152	562152	562152	562152	562152
Финансовый результат	-5355266	-357332	-313427	-174484	-67112	48221	88346
Нарастающий финансовый результат	-5355266	-5712598	-6026025	-6200509	-6267621	-6219400	-6131054

Таблица В.2 - Финансовый план ветеринарной клиники ZOO+ на второе полугодие

	7-й месяц	8-й месяц	9-й месяц	10-й месяц	11-й месяц	12-й месяц	Итого за 1 год
Доходы	796958	908590	1020163	1137643	1237233	1376695	9074406

Продолжение таблицы В.2

Расходы, в том числе:							
Затраты на открытие							
Затраты на з/п	321990	321990	321990	321990	321990	321990	3863880
Единовременные производственные затраты							
Текущие производственные затраты	151755	151755	151755	151755	151755	151755	1821060
Единовременные маркетинговые затраты							
Текущие маркетинговые затраты	40000	40000	40000	40000	40000	40000	480000
Затраты на приобретение товара	51795	51795	55421	55421	59854	59854	624582
Итого расходы	565540	565540	569166	569166	573599	573599	6789522
Финансовый результат	231418	343050	450997	568477	663634	803096	2284884
Нарастающий финансовый результат	-5899636	-5556586	-5105589	-4537112	-3873478	-3070382	-785498

Таблица В.3 - Финансовый план ветеринарной клиники ZOO+ на 5 лет

	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год	Итого за 5 лет
Доходы	9709614	9569922	10239490	10955591	49549023
Расходы, в том числе:					
Затраты на открытие					
Затраты на з/п	3863880	3863880	3863880	3863880	19319400
Единовременные производственные затраты					

Продолжение таблицы В.3

Текущие производственные затраты	1821060	1821060	1821060	1821060	9105300
Единовременные маркетинговые затраты					
Текущие маркетинговые затраты	480000	480000	480000	480000	2400000
Затраты на приобретение товара	668302	715083	765139	818699	3591805
Итого расходы	6833242	6880023	6930079	6983639	34416505
Финансовый результат	2876372	2689899	3309411	3971952	15132518
Нарастающий финансовый результат	2090874	4780773	8090184	12062136	27194654

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

«Расчет производственной программы ветеринарной клиники ZOO+ в течение 5 лет»

Таблица Г.1 - Производственная программа на первое полугодие ветеринарной клиники ZOO+

№ п/п	Наименование услуг	Стоимость услуг	1-й месяц	Доход за 1-й месяц	2-й месяц	Доход за 2-й месяц	3-й месяц	Доход за 3-й месяц	4-й месяц	Доход за 4-й месяц	5-й месяц	Доход за 5-й месяц	6-й месяц	Доход за 6-й месяц
Раздел 1. Общие мероприятия														
1	Первичный клинический осмотр животного с постановкой предварительного диагноза	580	20	11600	30	17400	37	21460	45	26100	50	29000	55	31900
2	Повторный клинический осмотр	300	22	6600	33	9900	33	9900	40	12000	45	13500	55	16500
3	Ежедневный клинический осмотр в ходе лечения	550	16	8800	20	11000	21	11550	30	16500	35	19250	50	27500
4	Консультация по уходу и содержанию животных	400	25	10000	30	12000	33	13200	40	16000	45	18000	45	18000
5	Заочная консультация (без животного)	350	20	7000	22	7700	30	10500	35	12250	40	14000	45	15750
6	Вакцинация животного против вирусных заболеваний	300	17	5100	20	6000	24	7200	30	9000	35	10500	40	12000

Продолжение таблицы Г.1

7	Чипирование	900	1	900	2	1800	5	4500	10	9000	20	18000	30	27000
8	Круглосуточный стационар	300	1	300	2	600	5	1500	10	3000	20	6000	30	9000
Итого по I			120	50300	155	66400	188	79810	240	103850	290	128250	350	157650
Раздел 2. Лечебно- профилактические мероприятия														
1	Система подкожная (Инфузионная терапия) без стоимости препаратов	560	10	5600	15	8400	20	11200	25	14000	30	16800	35	19600
2	Система внутривенная	400	8	3200	14	5600	20	8000	25	10000	30	12000	35	14000
3	Чистка ушных раковин	300	15	4500	20	6000	25	7500	30	9000	35	10500	40	12000
Итого по II			33	13300	49	20000	65	26700	80	33000	95	39300	110	45600
Раздел 3. Общие хирургические мероприятия														
1	Прием ветеринарного врача хирурга	550	10	5500	18	9900	23	12650	33	18150	45	24750	50	27500
2	Первичная хирургическая обработка раны и вскрытие абсцесса (без стоимости наркоза)	500	8	4000	14	7000	20	10000	32	16000	40	20000	45	22500
3	Перевязка чистая	300	8	2400	15	4500	20	6000	30	9000	40	12000	45	13500
4	Перевязка гнойная	300	2	600	10	3000	15	4500	20	6000	30	9000	40	12000
5	Стимуляция родов	300	5	1500	10	3000	15	4500	20	6000	30	9000	40	12000
6	Родовспоможение (стимуляция и родовой деятель.)	300	5	1500	10	3000	15	4500	20	6000	25	7500	30	9000

Продолжение таблицы Г.1

Итого по III			38	15500	77	30400	108	42150	155	61150	210	82250	250	96500
Раздел 4. Косметическая хирургия														
1	Купирование ушных раковин	500	7	3500	14	7000	24	12000	30	15000	35	17500	40	20000
2	Купирование хвоста	600	8	4800	15	9000	25	15000	30	18000	35	21000	40	24000
3	Обезкогтевание кошек	3000	8	24000	10	30000	20	60000	20	60000	30	90000	35	105000
4	Стрижка кошек и мелких собак весом до 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) с премедикацией	400	15	6000	30	12000	30	12000	40	16000	45	18000	50	20000
5	Стрижка собак весом выше 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) без стоимости наркоза	500	15	7500	25	12500	30	15000	40	20000	45	22500	50	25000
6	Стрижка когтей	300	25	7500	30	9000	30	9000	45	13500	50	15000	55	16500
Итого по IV			78	53300	124	33500	159	123000	205	142500	240	184000	270	210500
Раздел 5. Визуальная диагностика														
	УЗИ-одной системы органов	500	8	4000	16	8000	20	10000	25	12500	30	15000	35	1000
	УЗИ-всей брюшной полости и мочевыделительной системы	780	10	7800	16	12480	20	15600	25	19500	30	23400	35	2340

Продолжение таблицы Г.1

	УЗИ- сердце	500	10	5000	20	10000	20	10000	25	12500	30	15000	40	500
Итого по V			28	16800	52	30480	60	35600	75	44500	90	53400	110	3840
ИТОГО ПО УСЛУГАМ			259	149200	457	180780	580	307260	755	385000	925	487200	1090	514090
Товар в обороте														
	Цена за кг (шт)	1-й месяц	Доход за 1-й месяц	2-й месяц	Доход за 2-й месяц	3-й месяц	Доход за 3-й месяц	4-й месяц	Доход за 4-й месяц	5-й месяц	Доход за 5-й месяц	6-й месяц	Доход за 6-й месяц	
Сухие корма:														
	Сухой корм Chammy для кошек, говядина	245	15	3675	20	4900	20	4900	25	6125	25	6125	30	7350
	Сухой корм Chammy для кошек, курица	245	15	3675	20	4900	20	4900	25	6125	30	7350	35	8575
	Сухой корм Chammy для кошек, рыба	245	15	3675	20	4900	25	6125	35	8575	35	8575	35	8575
	Сухой корм Tasty для взрослых кошек, курица	280	15	4200	20	5600	25	7000	35	9800	35	9800	35	9800
	Сухой корм Tasty для взрослых кошек, говядина	280	15	4200	20	5600	25	7000	35	9800	40	11200	45	12600
	Сухой корм Sterilized для кошек, индейка	561	20	11220	20	11220	25	14025	35	19635	40	22440	45	25245
	Сухой корм Chammy для собак мелких пород, курица	119	20	2380	25	2975	25	2975	35	4165	40	4760	45	5355
	Сухой корм Chammy для собак крупных пород, говядина	154	20	3080	25	3850	25	3850	35	5390	40	6160	40	6160
Влажные корма:														
	Влажный корм Chammy													

Продолжение таблицы Г.1

для кошек, лосось/форель в соусе, пауч	23,5	20	470	25	587,5	25	587,5	30	705	40	940	45	1057,5
Влажный корм Chammy для кошек, мясное ассорти в соусе, пауч	23,5	20	470	25	587,5	25	587,5	30	705	40	940	45	1057,5
Влажный корм Chammy для кошек, говядина, кусочки в соусе, пауч	23,5	20	470	25	587,5	25	587,5	30	705	40	940	45	1057,5
Влажный корм Chammy для собак, говядина в соусе	25,5	20	510	25	637,5	30	765	40	1020	45	1147,5	50	1275
Влажный корм Chammy для собак, кролик в соусе	25,5	20	510	25	637,5	30	765	40	1020	45	1147,5	50	1275
Влажный корм Chammy для собак, мясное ассорти в соусе	25,5	20	510	25	637,5	30	765	40	1020	45	1147,5	50	1275
Итого по корму		255	39045	320	47620	355	54833	470	74790	540	82673	595	90658
Принадлежности													
	Цена за шт	1-й месяц	Доход за 1-й месяц	2-й месяц	Доход за 2-й месяц	3-й месяц	Доход за 3-й месяц	4-й месяц	Доход за 4-й месяц	5-й месяц	Доход за 5-й месяц	6- месяц	Доход за 6- месяц
Ошейник для кошек от блох, вшей, клещей	135	15	2025	15	2025	20	2700	30	4050	35	4725	40	5400
Ошейник инсектоакарицидный для собак АВЗ Барс	165	20	3300	20	3300	25	4125	30	4950	35	5775	40	6600
Намордник для собак	225	15	3375	20	4500	25	5625	35	7875	40	9000	45	10125
Поводок	525	15	7875	20	10500	25	13125	35	18375	40	21000	45	23625

Итого по принадлежностям		65	16575	75	20325	95	25575	130	35250	150	40500	170	45750
ИТОГО ПО ТОВАРУ		320	55620	395	67945	450	80408	600	110040	690	123173	765	136408
ИТОГО ПО СОВОКУПНОСТИ		579	204820	852	248725	1030	387668	1355	495040	1615	610373	1855	650498

Таблица Г.2 - Производственная программа на второе полугодие ветеринарной клиники ZOO+

№ п/п	Наименование услуг	Стоимость услуг	7-й месяц	Доход за 7-й месяц	8-й месяц	Доход за 8-й месяц	9-й месяц	Доход за 9-й месяц	10-й месяц	Доход за 10-й месяц	11-й месяц	Доход за 11-й месяц	12-й месяц	Доход за 12-й месяц
Раздел 1. Общие мероприятия														
1	Первичный клинический осмотр животного с постановкой предварительного диагноза	580	60	34800	65	37700	70	40600	75	43500	80	46400	85	49300
2	Повторный клинический осмотр	300	60	18000	65	19500	70	21000	70	21000	70	21000	85	25500
3	Ежедневный клинический осмотр в ходе лечения	550	55	30250	60	33000	65	35750	70	38500	75	41250	85	46750
4	Консультация по уходу и содержанию животных	400	55	22000	60	24000	60	24000	70	28000	75	30000	80	32000
5	Заочная консультация (без животного)	350	55	19250	60	21000	65	22750	70	24500	75	26250	80	28000
6	Вакцинация	300	50	15000	60	18000	65	19500	70	21000	75	22500	85	25500

	животного против вирусных заболеваний (без стоимости вакцины)													
7	Чипирование	900	35	31500	50	45000	60	54000	70	63000	75	67500	85	76500
8	Круглосуточный стационар	300	35	10500	40	12000	55	16500	65	19500	70	21000	75	22500
Итого по I			405	181300	460	210200	510	234100	560	259000	595	275900	660	306050
Раздел 2. Лечебно- профилактические мероприятия														
1	Система подкожная (Инфузионная терапия) без стоимости препаратов	560	40	22400	45	25200	50	28000	55	30800	60	33600	65	36400
2	Система внутривенная	400	40	16000	45	18000	50	20000	60	24000	65	26000	70	28000
3	Чистка ушных раковин	300	40	12000	50	15000	55	16500	60	18000	70	21000	75	22500
Итого по II			120	50400	140	58200	155	64500	175	72800	195	80600	210	86900
Раздел 3. Общие хирургические мероприятия														
1	Прием ветеринарного врача хирурга	550												
			55	30250	60	33000	65	35750	70	38500	75	41250	80	44000
2	Первичная хирургическая обработка раны и вскрытие абсцесса (без стоимости наркоза)	500												
			50	25000	60	30000	65	32500	70	35000	75	37500	80	40000
3	Перевязка чистая	300	50	15000	60	18000	65	19500	75	22500	80	24000	85	25500

Продолжение таблицы Г.2

4	Перевязка гнойная	300	40	12000	50	15000	60	18000	70	21000	80	24000	85	25500
5	Стимуляция родов	300	40	12000	50	15000	60	18000	70	21000	80	24000	90	27000
6	Родовспоможение (стимуляция и контроль родовой деятельности)	300	40	12000	55	16500	65	19500	75	22500	80	24000	90	27000
Итого по III			275	106250	335	127500	380	143250	430	160500	470	174750	510	189000
Раздел 4. Косметическая хирургия														
1	Купирование ушных раковин	500	40	20000	45	22500	50	25000	55	27500	60	30000	70	35000
2	Купирование хвоста	600	40	24000	45	27000	50	30000	55	33000	60	36000	70	42000
3	Обезкогтевание кошек	3000	40	120000	45	135000	50	150000	60	180000	65	195000	75	225000
4	Стрижка кошек и мелких собак весом до 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) с премедикацией	400	55	22000	60	24000	60	24000	65	26000	70	28000	75	30000
5	Стрижка собак весом выше 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) без стоимости наркоза	500	55	27500	60	30000	60	30000	65	32500	70	35000	75	37500
6	Стрижка когтей	300	60	18000	70	21000	75	22500	80	24000	85	25500	95	28500
Итого по IV			290	231500	325	259500	345	281500	380	323000	410	349500	460	398000

Продолжение таблицы Г.2

Раздел 5. Визуальная диагностика														
	УЗИ- одной системы органов	500	40	20000	45	22500	55	27500	60	30000	70	35000	80	40000
	УЗИ- всей брюшной полости и мочевыделительной системы	780	40	31200	45	35100	55	42900	60	46800	70	54600	80	62400
	УЗИ- сердце	500	45	22500	50	25000	65	32500	70	35000	75	37500	85	42500
Итого по V				125	73700	140	82600	175	102900	190	111800	215	127100	245
ИТОГО ПО УСЛУГАМ				940	643150	1400	738000	1565	826250	1735	927100	1885	1007850	2085
Товар в обороте														
	Цена за кг (шт)	7-й месяц	Доход за 7-й месяц	8-й месяц	Доход за 8-й месяц	9-й мес яц	Доход за 9-й месяц	10-й мес яц	Доход за 10-й месяц	11-й мес яц	Доход за 11-й месяц	12-й месяц	Доход за 12-й месяц	
Сухие корма:														
Сухой корм Chammy для кошек, говядина	245	35	8575	40	9800	50	12250	55	13475	60	14700	70	17150	
Сухой корм Chammy для кошек, курица	245	40	9800	40	9800	50	12250	55	13475	60	14700	70	17150	
Сухой корм Chammy для кошек, рыба	245	40	9800	45	11025	50	12250	55	13475	60	14700	70	17150	
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, курица	280	40	11200	45	12600	50	14000	55	15400	60	16800	70	19600	
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, говядина	280	50	14000	55	15400	60	16800	65	18200	70	19600	70	19600	

Продолжение таблицы Г.2

Сухой корм Sterilized для кошек, индейка	561	50	28050	55	30855	60	33660	65	36465	70	39270	75	42075
Сухой корм Chammy для собак мелких пород, курица	119	50	5950	55	6545	60	7140	65	7735	75	8925	75	8925
Сухой корм Chammy для собак крупных пород, говядина	154	50	7700	60	9240	65	10010	70	10780	75	11550	80	12320
Влажные корма:													
Влажный корм Chammy для кошек, лосось/форель в соусе, пауч	23,5	50	1175	60	1410	70	1645	75	1762,5	80	1880	85	1997,5
Влажный корм Chammy для кошек, мясное ассорти в соусе, пауч	23,5	50	1175	60	1410	65	1527,5	70	1645	80	1880	85	1997,5
Влажный корм Chammy для кошек, говядина, кусочки в соусе, пауч	23,5	50	1175	60	1410	65	1527,5	70	1645	80	1880	85	1997,5
Влажный корм Chammy для собак, говядина в соусе	25,5	55	1402,5	60	1530	65	1657,5	70	1785	80	2040	85	2167,5
Влажный корм Chammy для собак, кролик в соусе	25,5	55	1402,5	65	1657,5	70	1785	75	1912,5	80	2040	90	2295
Влажный корм Chammy для собак, мясное ассорти в соусе	25,5	55	1402,5	65	1657,5	70	1785	75	1912,5	85	2167,5	90	2295
Итого по корму		670	102808	765	114340	850	128288	920	139667,5	1015	152132,5	1100	166720

Продолжение таблицы Г.2

Принадлежности													
	Цена за шт	7-й месяц	Доход за 7-й месяц	8-й мес яц	Доход за 8-й месяц	9-й месяц	Доход за 9-й месяц	10-й мес яц	Доход за 10-й месяц	11-й мес яц	Доход за 11-й месяц	12-й мес яц	Доход за 12-й месяц
Ошейник для кошек от блох, вшей, клещей	135	135	45	6075	50	6750	60	8100	65	8775	70	9450	75
Ошейник инсектоакарицидный для собак АВЗ Барс	165	165	45	7425	50	8250	60	9900	65	10725	70	11550	75
Намордник для собак	225	225	50	11250	55	12375	60	13500	65	14625	75	16875	80
Поводок	525	525	50	26250	55	28875	65	34125	70	36750	75	39375	85
Итого по принадлежностям		190	51000	210	56250	245	65625	265	70875	290	77250	315	85125
ИТОГО ПО ТОВАРУ		860	153808	975	170590	1095	193913	1185	210542	1305	229382	1415	251845
ИТОГО ПО СОВОКУПНОСТИ		1800	796958	2375	908590	2660	1020163	2920	1137643	3190	1237233	3500	1376695

Таблица Г.3 – Производственная программа на 5 лет ветеринарной клиники ZOO+

№ п/п	Наименование услуг	Стоимость услуг	Итого за 1год	Итого доход за 1год	2-й год	Доход за 2-й год	3-й год	Доход за 3-й год	4-й год	Доход за 4-й год	5-й год	Доход за 5-й год	Итого за 5 лет	Итого доход за 5 лет
Раздел 1. Общие мероприятия														
1	Первичный клинический осмотр животного с постановкой диагноза	580	597	346260	638	370040	683	396140	731	423980	782	453560	2793	1989980

Продолжение таблицы Г.3

2	Повторный клинический осмотр	300	648	19440 0	693	20790 0	741	222300	793	237900	849	254700	3724	111720 0
3	Ежедневный клинический осмотр в ходе лечения	550	582	32010 0	623	34265 0	666	366300	712	391600	762	419100	3345	183975 0
4	Консультация по уходу и содержанию животных	400	618	24720 0	661	26440 0	707	282800	757	302800	810	324000	3553	142120 0
5	Заочная консультация (без животного)	350	522	18270 0	638	22330 0	683	239050	731	255850	782	273700	3356	117460 0
6	Вакцинация животного против вирусных заболеваний (без стоимости вакцины	300	496	14880 0	579	17370 0	619	185700	662	198600	709	212700	3065	919500
7	Чипирование	900	368	33120 0	393	35370 0	421	378900	450	405000	482	433800	2114	190260 0
8	Круглосуточный стационар	300	338	10140 0	362	10860 0	376	112800	402	120600	430	129000	1908	572400
Итого по I			4169	20528 10	4587	20442 90	4896	218399 0	5238	233633 0	5606	250056 0	23858	109372 30
Раздел 2. Лечебно- профилактические мероприятия														
1	Система подкожная (без стоимости препаратов)	560	450	25200 0	481	26936 0	515	288400	551	308560	589	329840	2586	144816 0

Продолжение таблицы Г.3

2	Система внутривенная	400	462	15800 0	494	19760 0	529	211600	566	226400	605	242000	2656	103560 0
3	Чистка ушных раковин	300	495	15450 0	530	15900 0	566	169800	607	182100	648	194400	2846	859800
Итого по II			1407	59130 0	1505	62596 0	1610	669800	1724	717060	1842	766240	8088	334356 0
Раздел 3. Общие хирургические мероприятия														
1	Прием ветеринарного врача хирурга	550	551	32120 0	589	32395 0	630	346500	675	371250	722	397100	3167	176000 0
2	Первичная хирургическая обработка раны и вскрытие абсцесса (без стоимости наркоза)	500	559	27950 0	598	29900 0	640	320000	684	342000	732	366000	3213	160650 0
3	Перевязка чистая	300	573	17190 0	613	18390 0	656	196800	701	210300	751	225300	3294	988200
4	Перевязка гнойная	300	490	14700 0	524	15720 0	561	168300	600	180000	642	192600	2817	845100
5	Стимуляция родов	300	480	14400 0	513	15390 0	549	164700	588	176400	629	188700	2759	827700
6	Родовспоможение (стимуляция и контроль родовой деятельности)	300	365	10950 0	390	11700 0	417	125100	447	134100	478	143400	2097	629100
Итого по III			3018	12292 00	3227	12349 50	3453	132140 0	3695	141405 0	3954	151310 0	17347	665660 0
Раздел 4. Косметическая хирургия														
1	Купирование ушных раковин	500	360	180000	385	192500	412	206000	441	220500	472	236000	2070	103500 0
2	Купирование													

Продолжение таблицы Г.3

	хвоста	600	360	216000	385	231000	412	247200	441	264600	472	283200	2070	124200 0
3	Обезкогтевание кошек	3000	400	120000 0	428	128400 0	458	137400 0	490	147000 0	524	157200 0	2300	690000 0
4	Стрижка кошек и мелких собак весом до 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) с премедикацией	400	595	238000	636	254400	681	272400	728	291200	780	312000	3420	136800 0
5	Стрижка собак весом выше 5кг. гигиеническая (удаление колтунов) без стоимости наркоза	500	590	295000	119	59500	127	63500	136	68000	146	73000	1118	559000
6	Стрижка когтей	300	700	210000	749	224700	809	242700	865	259500	926	277800	4049	121470 0
Итого по IV			3005	233900 0	270 2	224610 0	2899	240580 0	3101	257380 0	3320	275400 0	15027	123187 00
Раздел 5. Визуальная диагностика														
	УЗИ- одной системы органов	500	440	20350 0	471	2355 00	504	25200 0	539	26950 0	577	28850 0	2531	1249 000,0 0
	УЗИ- всей брюшной полости и мочевыделительной системы	780	476	35412 0	509	3970 20	545	42510 0	583	45474 0	623	48594 0	2736	2116 920
	УЗИ- сердце	500	460	21050 0	492	2460 00	526	26300 0	563	28150 0	603	30150 0	2644	1302 500

Продолжение таблицы Г.3

Итого по V			1376	768120	1472	878520	1575	940100	1685	100574	1803	1075940	7911
ИТОГО ПО УСЛУГАМ			12975	698043	1349	702982	9537	752109	15443	804698	16525	8609840	7223
Товар в обороте													
	Цена за кг (шт)	Итого за 1год	Итого доход за 1год	2-й год	Доход за 2-й год	3-й год	Доход за 3-й год	4-й год	Доход за 4-й год	5-й год	Доход за 5-й год	Итого за 5 лет	Итого доход за 5 лет
Сухие корма:													
Сухой корм Chammy для кошек, говядина	245	445	109270	476	116620	509	124705	545	133525	583	142835	2558	626955
Сухой корм Chammy для кошек, курица	245	445	109025	476	116620	509	124705	545	133525	583	142835	2558	626710
Сухой корм Chammy для кошек, рыба	245	485	118825	519	127155	555	135975	594	145530	635	155575	2788	683060
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, курица	280	485	135800	519	145320	555	155400	594	166320	635	177800	2788	780640
Сухой корм Tasty для взрослых кошек, говядина	280	550	154000	588	164640	629	176120	673	188440	720	201600	3160	884800
Сухой корм Sterilized для кошек, индейка	561	560	314160	599	336039	641	359601	686	384846	734	411774	3220	1806420
Сухой корм Chammy для собак мелких пород, курица	119	515	67830	551	65569	590	70210	631	75089	675	80325	2962	359023
Сухой корм Chammy для собак крупных пород, говядина	154	585	90090	626	96404	670	103180	717	110418	767	118118	3365	518210
Влажные корма:													

Продолжение таблицы Г.3

Влажный корм Chammy для кошек, лосось/форель в соусе, пауч	23,5	605	14217,5	647	15204,5	693	16285,5	741	17413,5	793	18635,5	3479	81756,5
Влажный корм Chammy для кошек, мясное ассорти в соусе, пауч	23,5	595	13982,5	636	14946	681	16003,5	729	17131,5	780	18330	3421	80393,5
Влажный корм Chammy для кошек, говядина, кусочки в соусе, пауч	23,5	595	13982,5	636	14946	681	16003,5	729	17131,5	780	18330	3421	80393,5
Влажный корм Chammy для собак, говядина в соусе	25,5	625	15937,5	669	17059,5	715	18232,5	765	19507,5	819	20884,5	3593	91621,5
Влажный корм Chammy для собак, кролик в соусе	25,5	645	16447,5	690	17595	738	18819	790	20145	845	21547,5	3708	94554
Влажный корм Chammy для собак, мясное ассорти в соусе	25,5	650	16575	695	17722,5	744	18972	796	20298	852	21726	3737	95293,5
Итого по корму		7785	1190143	8327	1265841	8910	1354212	9535	1449320	10201	1550315,5	44758	6809830,5
Принадлежности													
	Цена за шт	Итого за 1год	Итого доход за 1год	2-й год	Доход за 2-й год	3-й год	Доход за 3-й год	4-й год	Доход за 4-й год	5-й год	Доход за 5-й год	Итого за 5 лет	Итого доход за 5 лет
Ошейник для кошек от блох, вшей, клещей	135	520	70200	556	75060	579	78165	619	83565	662	89370	2936	396360
Ошейник АВЗ Барс	165	535	88275	572	94380	612	100980	655	108075	701	115665	3075	507375

Продолжение таблицы Г.3

Намордник для собак	225	565	127125	604	135900	646	145350	692	155700	741	166725	3248	730800
Поводок	525	580	304500	659	345975	705	370125	754	395850	807	423675	3505	1840125
Итого по принадлежностям		2200	590100	2391	651315	2542	694620	2720	743190	2911	795435	1276	3474660
ИТОГО ПО ТОВАРУ		9985	178024	1071	191715	11452	2048832	1225	2192510	1311	2345750	5752	1028449
ИТОГО ПО СОВОКУПНОСТИ		2296	907440	2421	970961	20989	9569922	2769	1023949	2963	1095559	1297	4954902
		0	6	1	4			8	0	7	1	53	3

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

«Рабочая программа элективного курса «Разработка бизнес – плана
организации»»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО
ЭЛЕКТИВНОМУ КУРСУ
«РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА»
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ СПО

Тольятти, 2021

Пояснительная записка

Рабочая программа элективного курса «Разработка бизнес-плана» предназначена для обучающихся среднего профессионального образования, разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, на основе примерной программы. Рабочая программа рассчитана на 60 часов. Цель элективного курса: – расширить и углубить знания учащихся по экономике, в частности по бизнес-планированию.

В системе российского образования среднего профессионального звена наблюдается интерес к экономическим специальностям, то есть заинтересованность в экономических науках, прикладной экономики, в особенности основ предпринимательской деятельности.

Актуальность преподавания данного курса можно вывести со стороны государства, экономики и регионального компонента: во-первых, в соответствии с задачами, которые были установлены Национальной доктриной образования до 2025 года, можно говорить о том, что наиболее важным этапом в развитии государства, является именно подготовка активного, в том числе делового молодого поколения к жизни и трудовой деятельности, обладающими предпринимательскими способностями, навыками самообразования, самореализации личности, трудовой мотивацией и профессиональной позицией. Во-вторых, в соответствии с стратегическими показателями, а именно доля численности занятых в малом и среднем предпринимательстве из постановления правительства Самарской области «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие малого и среднего предпринимательства на 2019-2030 годы»», а также в соответствии с концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Движение российской экономики к прогрессу будет более эффективным, если в этот процесс вместе с крупными организациями будут

малые и средние, индивидуальные предприниматели, а также самозанятые. Поэтому, для того, чтобы учащиеся могли оставить свой след в вышеперечисленных программах, надо готовить их к участию и в большом и в малом предпринимательстве, в этом и заключается необходимость разработки данного курса.

Содержание элективного курса может быть адаптировано к условиям среднего профессионального образования с учетом индивидуальных особенностей учащихся, специфики образовательного учреждения, материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса.

Настоящая программа предназначена для формирования предпринимательских способностей учащихся среднего профессионального звена в основном в сфере малого бизнеса и рассчитана на 60 часов с учетом образовательных потребностей и интересов обучающихся.

Цель курса:

Воспитание и формирование предпринимательских способностей на основе ключевых образовательных компетенций учащихся, позволяющих овладеть социальным опытом в сфере основ предпринимательской деятельности, ориентированной на профессиональное самоопределение.

Задачи курса:

- Удовлетворить познавательный интерес учащихся на основе готовности и способности осваивать предмет на повышенном уровне;
- Повысить финансовую грамотность и предпринимательское самосознание;
- Активизировать мотивационную установку учащихся к предпринимательской деятельности;
- Сократить разрыв между теорией и практикой в экономическом образовании молодежи, через овладение знаниями и опытом в сфере предпринимательской деятельности;

- Обучение партнерству, воспитание трудолюбия, предприимчивости, коллективизма, честности, ответственности, культуры поведения будущего предпринимателя.

Ожидаемый результат:

Прохождение курса рассчитывает формирование, а также развитие у учащихся навыков, умений и компетенций перечисленных ниже:

Изучить:

1. Экономiku малого и среднего бизнеса;
2. Особенности управления на предприятиях;
3. Особенности отдельных видов деятельности малых и средних предприятий;
4. Основы государственного регулирования малого бизнеса;
5. Возможности финансирования и инвестирования предпринимательской деятельности;

Понимать:

1. Экономическую роль предпринимательства;
2. Характерные черты и качества предпринимателя;
3. Сущность планирования;
4. Понятия дохода, затрат, прибыли;
5. Назначение бизнес-плана и структуру бизнес-плана;
6. Технологию составления бизнес-плана;
7. Финансовые механизмы поддержки предпринимательства;
8. Особенности российской системы налогообложения.

Уметь:

1. Проводить анализ рынка в сфере деятельности предприятия, их конкурентов, инвестиционные потребности;
2. Составлять SWOT – анализ, карту стратегических групп, цепочку ценностей организации;
3. Составлять финансовый и производственный план;
4. Разрабатывать маркетинговую стратегию, организационную структуру;

5. Составлять сегментацию рынка деятельности предприятия;
6. Организовывать самостоятельный поиск информации;
7. Анализировать ситуацию и принимать стратегическое решение;
8. Анализировать качества личности необходимые для успешной предпринимательской деятельности;

Таблица Д.1 - Универсальные учебные действия, формируемые в рамках элективного курса

Личностные УУД	Самоопределение, смыслообразование, действие нравственно-этического оценивания
Регулятивные УУД	Целеобразование, планирование, контроль, коррекция, оценка, прогнозирование
Познавательные УУД	Общеучебные, логические, знаковосимволические, постановка и решение проблемы
Коммуникативные УУД	Социальная компетентность и учет позиции других людей

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни:

- для эффективного планирования своей деятельности;
- для анализа конкретных ситуаций в повседневной деловой жизни;
- для самостоятельного поиска, анализа и отбора необходимой информации;
- для эффективной работы в команде;

Изучение элективного курса «Разработка бизнес-плана» предполагает итоговую форму аттестации в виде защиты разработанных бизнес-планов.

Программа выстроена по хронологическому принципу, соответственно разделена на 4 основных разделов:

1. Концепция бизнес-планирования;
2. Как искать свою нишу на рынке?;
3. Разработка бизнес-плана;
4. Предприниматель и его бизнес.

В программе представлен тематический план, рассчитанный на 46 часов, не включая часы самостоятельной работы студентов. Рекомендуемая

технология в ходе курса – проектная, так как данная технология подходит для организации самостоятельной деятельности учащихся, формы могут быть следующими:

- индивидуальная (1 студент разрабатывает бизнес-план);
- парная (2 студента разрабатывают бизнес-план);
- групповая (несколько студентов разрабатывают бизнес-план).

Использование в процессе обучения различных приемов организации самостоятельной работы, как на уроке, так и дома, помогает усилить связь с опытом, который уже имеется у студентов; учит их работать с различными источниками информации; способствует развитию умений сопоставлять, сравнивать, делать выводы, что в результате делает активной работу студентов.

Часть самостоятельной работы выполняется студентами дома или в библиотеке, а другая часть непосредственно на занятиях. Такая форма работы будет способствовать лучшему усвоению знаний.

Тематический план элективного курса

«Разработка бизнес-плана»

Таблица Д.2 – Тематический план элективного курса «Разработка бизнес-плана»

№ n/n	Темы занятий	Количество часов				Форма контроля
		<i>Всего</i>	<i>Теор.</i>	<i>Практ.</i>	<i>Сам.</i>	
1	Вводное занятие	2	2			
Раздел I. Концепция бизнес-планирования						
1.1	Сущность, роль и значение бизнес-планирования в условиях рынка	2	2			Беседа. Дискуссия
1.2	Стартап проекты, особенности их планирования	4	2		2	Презентация на тему «История известного предпринимателя»
Раздел II. Как искать свою нишу на рынке?						
2.1	Исследование рынка как основа формирования бизнес-идеи	4	2	2		Беседа. Дискуссия
2.2	Формулировка целей, выбор оценка бизнес-идеи	2	2			
Раздел III. Разработка бизнес-плана						
3.1	Структура бизнес-плана, состав основных разделов	2	2			
3.2	Резюме	2	2			
3.3	Описание предприятия и отрасли	6	2	2	2	Анализ отрасли, рынка. Ставление сегментации рынка, определение планируемого охвата рынка, SWOT - анализа
3.4	Описание продукции/услуги	4	2		2	Составление перечня услуг организации
3.5	Производственный план в бизнес-	6	2	2	2	Затраты проекты (текущие/единовременные),

	плане					инвестиции
3.6	Организационный план в бизнес-плане	6	2	2	2	Составление штатного и внештатного расписания. Фонд оплаты труда
3.7	План маркетинга	6	2	2	2	Разработка маркетингового плана
3.8	Финансовый план	6	2	2	2	Разработка финансового плана своей организации. Определение срока окупаемости и точки безубыточности
3.9	Экономическая эффективность бизнес-плана	4	2	2		Обоснование экономической эффективности разрабатываемого бизнес-плана. Находить: чистую прибыль/чистый денежный поток/уровень инфляции/ставку дисконтирования/Расчет NPV/ Индекс прибыльности.
Раздел IV. Предприниматель и его бизнес						
4.1	Важнейшие этапы в деятельности предпринимателя	2	2			Деловая игра «Создай свой-бизнес»
5	Защита бизнес-проекта	2		2		Защита бизнес-проекта
ИТОГО		60ч	30ч	16ч	14ч.	

Содержание элективного курса

1. Вводное занятие:

Вводное занятие является важным этапом прохождения курса, потому что необходимо сформировать у студентов познавательный интерес к обучению и изучению элективного курса. Ознакомление студентов с целями и задачам, структурой курса, формами занятий и итогового контроля.

Актуализация знаний об основах предпринимательской деятельности

Раздел 1. Концепция бизнес-планирования представлен двумя темами:

1.1) Сущность, роль и значение бизнес-планирования в условиях рынка.

Бизнес-планирование в современном менеджменте. Планирование как норма любой предпринимательской деятельности. Основные виды и функции бизнес-планов. Бизнес-план как инструмент для инвестиций.

1.2) Стартап проекты, особенности их планирования.

Стартап или стартап-компания. Стартап проекты, особенности их планирования. Основные требования к бизнес-плану стартапа.

Раздел II. Как искать свою нишу на рынке?

2.1) Исследование рынка как основа формирования бизнес-идеи.

Формирование бизнес-идеи. Источники инновационных идей. Вопросы, включаемые в комплексный анализ рынка. Изучение динамики продаж в отрасли. Конкурентная среда как оценка перспективности идеи.

2.2) Формулировка целей, выбор оценка бизнес-идеи

Ключевые факторы появления бизнеса. 2 концептуальных подхода к формированию идеи. Вопросы, для самостоятельной оценки привлекательности идеи. Имидж фирмы. Патент. Лицензия. Рынок сбыта. Конкурентоспособность.

Раздел III. Разработка бизнес-плана.

3.1) Структура бизнес-плана, состав основных разделов

Общая структура бизнес-плана. Содержание основных разделов.

3.2) Резюме

Резюме как самостоятельный документ. Ключевые идеи бизнес-плана. Структура (или элементы) резюме.

3.3) Описание предприятия и отрасли.

Общие сведения предприятия. Организационно-правовая форма. Режимы налогообложения. Отрасль экономики. Направления деятельности.

3.4) Описание продукции/услуги.

Полное описание продукции. Особенности производства. Уникальность продукции.

3.5) Производственный план в бизнес-плане.

Помещение. Оборудование. Персонал и кадры. Источники сырья.

3.6) Организационный план в бизнес-плане.

Организация управления предприятием. Зона ответственности персонала. Оплата труда.

3.7) План маркетинга.

Стратегия завоевания рынка. Потенциальные клиенты. Портрет потребителя. Ценовая политика.

3.8) Финансовый план.

Потребность в инвестициях. Потенциальные инвесторы. Прогнозируемые объемы продаж.

3.9) Экономическая эффективность бизнес-плана.

Эффективность расходования ресурсов компании. Ставка дисконтирования. Минимальная доходность (безрисковая ставка). Уровень инфляции. Расчет чистой приведенной стоимости (NPV). Метод внутренней нормы доходности. Срок окупаемости проекта.

Раздел IV. Предприниматель и его бизнес.

4.1) Важнейшие этапы в деятельности предпринимателя

Итоговое занятие будет проходить в виде защиты разработанных студентами бизнес-планов, объем отведенный на данное мероприятия составляет 2 часа.

Календарно-тематическое планирование элективного курса «Разработка бизнес-плана»

Таблица Д.3 - Календарно-тематическое планирование элективного курса «Разработка бизнес-плана»

№	Тема занятия	Кол-во ч.	Элементы содержания	Предметные умения	Компетенции	Дата проведения
1	Вводное занятие	2	Мотивационный этап. Ознакомление студентов с целями и задачам, структурой курса, формами занятий и итогового контроля.		ОК.02. Осуществлять поиск, интерпретацию и анализ необходимой информации; ОК.03. Планировать и реализовать собственное профессиональное и личностное развитие;	
Раздел I. Концепция бизнес-планирования					ОК.04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами;	
1.1	Сущность, роль и значение бизнес-планирования в условиях рынка	2	Бизнес-планирование в современном менеджменте. Планирование как норма любой предпринимательской деятельности. Основные виды и функции бизнес-планов. Бизнес-план как инструмент для инвестиций	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия.	ОК.11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	
1.2	Стартап проекты, особенности их планирования	4	Стартап или стартап-компания. Стартап проекты, особенности их	Понимать и уметь объяснить понятия и		

			планирования. Основные требования к бизнес-плану стартапа	термины согласно теме занятия.		
Раздел I I. Как искать свою нишу на рынке?						
2.1	Исследование рынка как основа формирования бизнес-идеи	4	Формирование бизнес-идеи. Источники инновационных идей. Вопросы, включаемые в комплексный анализ рынка. Изучение динамики продаж в отрасли. Конкурентная среда как оценка перспективности идеи.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Работа в команде. Решение поставленных задач. Разработка бизнес-плана.		
2.2	Формулировка целей, выбор оценка бизнес-идеи	2	Ключевые факторы появления бизнеса. 2 концептуальных подхода к формированию идеи. Вопросы, для самостоятельной оценки привлекательности идеи. Имидж фирмы. Патент. Лицензия. Рынок сбыта. Конкурентоспособность.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Работа в команде. Решение поставленных задач. Разработка бизнес-плана.		

Раздел III. Разработка бизнес-плана.				
3.1	Структура бизнес-плана, состав основных разделов	2	Общая структура бизнес-плана. Содержание основных разделов.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Определять этапы бизнес - плана своего проекта.
3.2	Резюме	2	Резюме как самостоятельный документ. Ключевые идеи бизнес-плана. Структура (или элементы) резюме.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия.
3.3	Описание предприятия и отрасли	6	Общие сведения предприятия. Организационно-правовая форма. Режимы налогообложения. Отрасль экономики. Направления деятельности	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия.
3.4	Описание продукции/услуги	4	Полное описание продукции. Особенности производства. Уникальность продукции	Понимать и уметь объяснить понятия и термины

				согласно теме занятия.		
3.5	Производственный план в бизнес-плане	6	Помещение. Оборудование. Персонал и кадры. Источники сырья.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия.		
3.6	Организационный план в бизнес-плане	6	Организация управления предприятием. Зона ответственности персонала. Оплата труда	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Работа в команде. Решение поставленных задач. Разработка бизнес-плана.		
3.7	План маркетинга	6	Стратегия завоевания рынка. Потенциальные клиенты. Портрет потребителя. Ценовая политика.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Работа в команде. Решение		

				поставленных задач. Разработка бизнес-плана.		
3.8	Финансовый план	6	Потребность в инвестициях. Потенциальные инвесторы. Прогнозируемые объемы продаж	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия.		
3.9	Экономическая эффективность бизнес-плана	4	Эффективность расходования ресурсов компании. Ставка дисконтирования. Минимальная доходность (безрисковая ставка). Уровень инфляции. Расчет чистой приведенной стоимости (NPV). Метод внутренней нормы доходности. Срок окупаемости проекта.	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме занятия. Работа в команде. Решение поставленных задач. Разработка бизнес-плана.		
Раздел IV. Предприниматель и его бизнес.						
4.1	Важнейшие этапы в деятельности предпринимателя	2	Общие условия создания предпринимательской деятельности. Некоторые принципы создания собственного дела. Этапы	Понимать и уметь объяснить понятия и термины согласно теме		

			предпринимательской деятельности. Деловая игра «Создай свой-бизнес»	занятия.		
5	Защита бизнес-планов	2	Презентация своего проекта			

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации
4. Указ Президента Российской Федерации от 07 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»
5. Федеральный Закон от 24.07.07 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
6. Федеральный Закон от 26.12.08. №294-ФЗ «О защите прав юридических и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»
7. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник : [16+] / Э. А. Арустамов. – 4-изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 230 с.
8. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии : учебник / И. А. Дубровин. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 432 с.
9. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом : учебник : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 17-е изд., доп. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 1104 с
10. Солдаткина, О. В. Экономика и управление малым бизнесом : учебное пособие : [12+] / О. В. Солдаткина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 328 с

Интернет ресурсы:

10. <https://www.business.ru> – большой портал для малого бизнеса
11. <https://www.probusinessstv.ru/> - новостной сайт про бизнес
12. www.delovoy.spb.ru - сайт-каталог ресурсов сети Интернет по экономике, финансам, менеджменту, маркетингу
13. www.marketing.spb.ru – сайт «Энциклопедия маркетинг»