



НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«МИСИС»

Кафедра экономики и менеджмента малого предпринимательства
Кафедра промышленного менеджмента

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС «МОЙ БИЗНЕС- МОЯ РОССИЯ»

**«Современная стоматологическая клиника
социальной направленности
(на примере р.п. Кантемировка)»**

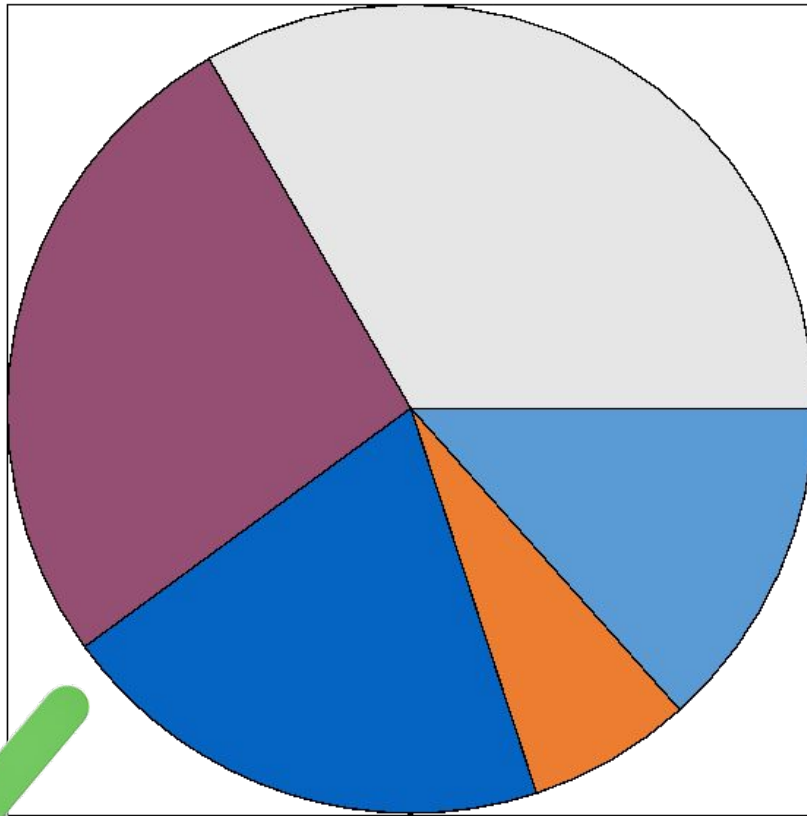
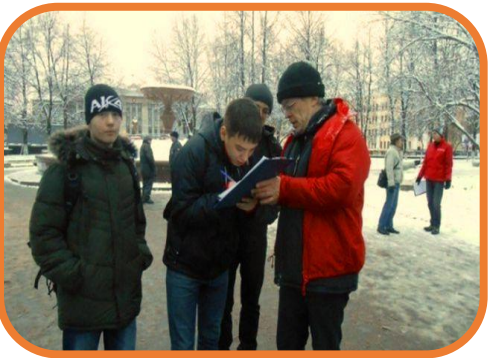
**Выполнил: Федорцов Александр Александрович,
обучающийся 10 класса**

МБОУ «Кантемировский лицей»

р. п. Кантемировка, Воронежская область.

Научный руководитель: Лихобабаина Елена Петровна

Мнение Кантемировцев о проблемах посёлка.



- Плохие дороги.
- Недостаток водо- и газо-снабжения.
- Низкий уровень социальной поддержки.
- Недостаток рабочих мест.
- Отсутствие медицинских учреждений узко-специального назначения.



План проекта:

- 1. Конфиденциальность**
- 2. Резюме**
- 3. Этапы реализации проекта**
- 4. Характеристика объекта**
- 5. План маркетинга**
- 6. Технико-экономические данные оборудования**
- 7. Финансовый план**
- 8. Оценка риска**
- 9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций**
- 10. Выводы**

Конфиденциальность.

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными, предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес - план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс-мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

Резюме.

Настоящий проект представляет собой план создания стоматологической клиники с денежным оборотом в два года.

Идея проекта: Идея создания стоматологической клиники социальной направленности оборотом в два года преследует три цели:

- 1. Создание высокорентабельного предприятия.**
- 2. Получение прибыли, увеличение здорового населения нашего посёлка.**
- 3. Удовлетворение потребительского рынка в оказании услуг лечения и протезирования зубов населения посредством специального оборудования и знаний врачей.**

Финансирование проекта: Осуществляется путем получения коммерческого кредита в размере 6250000 рублей.

Характер предприятия: предприятие по оказанию стоматологических услуг населению.

Стоимость проекта: 6250000 рублей. Сроки окупаемости: 2 года.

Доход инвестора составит 425833,34 рублей.

Выплаты процентов по кредиту начинаются с первого месяца реализации данного проекта.

Возврат заемных средств начинается с первого месяца реализации проекта.

Данное обстоятельство введено в данном бизнес плане для упрощения понимания структуры расчета потока дисконтирования и регулирования денежного потока.

Заложенная процентная ставка по заемным средствам 17,5%.

Необходимо учитывать, что в настоящее время банки пересматривают норму процента для инвестиционных проектов в сторону снижения.

Общая сумма начисленных процентов составит 424833,34 рублей.

Условный жизненный цикл проекта 2 года.

Срок окупаемости с начала реализации проекта 8 месяцев.

Срок окупаемости с учетом дисконтирования 2 года.

Общий экономический эффект от реализации проекта за условный жизненный цикл составляет 59609740,7 руб.

Сроки и основные этапы реализации проекта.

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 24 месяца.



Характеристика объекта.

Стоматологическая клиника предназначена для удовлетворения потребительского рынка в оказании услуг лечения и протезирования зубов населения посредством специального оборудования, знаний и умений врачей. То есть потребителями услуг являются все люди, желающие вылечить или провести профилактические работы над своими зубами. Стоматологическая клиника начинается с выбора процедур, которые планируется предложить пациентам. В клинике возможны следующие направления деятельности на выбор предпринимателя:

- терапевтическая стоматология (лечение кариеса, пульпита, периодонтита),
- терапевтическая пародонтология (лечение пародонтита и пародонтоза),
- ортопедическое лечение дефектов зубного ряда, подготовка к протезированию, имплантология,
- ортодонтия (лечение зубочелюстных аномалий), лечение врожденных дефектов челюстно-лицевой области, в том числе дефектов, приобретенных вследствие травм или ранних заболеваний,
- детская стоматология,
- эстетическая стоматология (отбеливание зубов, снятие зубного камня, налета курильщика и пр.),
- хирургия (удаление зубов, лечение гнойно-воспалительных заболеваний полости рта, хирургические методы лечения заболеваний тканей пародонта, иссечение доброкачественных новообразований и т. д.).

Во времена Советского Союза клиники в основном ориентировались на терапию и хирургию, то есть на решение сиюминутных проблем пациентов. Услуги профилактики были не развиты – потребители в основном решали повременить с лечением, сгорая на работе, и ждали, пока зубная боль не заявляла о себе во весь голос, о чем свидетельствует многократное превышение нормативов по обслуживанию пациентов с острой болью. Поскольку удаление зубов было обычной практикой, и на вопрос «удаляем?» пациенты легко отвечали «да», то уже к середине жизни для многих россиян зияющий пустотами рот требовал установки протезов. То есть следующими по востребованности были процедуры по установке всяческих съемных или несъемных конструкций («мостов»). То есть, возникала потребность в восстановлении визуальной привлекательности клиентов. Поскольку и в советское время протезирование было занятием достаточно дорогим, то козырять зубами из чистого золота могли лишь избранные. Время перестройки подарило населению мечты о металлокерамике, а современные технологии отменили необходимость обтачивать соседние здоровые зубы, внедрив имплантологию.

В планах организации Стоматологической клиники предполагается:

- определение перечня услуг;
- подбор оборудования в соответствии с перечнем услуг;
- оценка рекламной активности конкурентов;
- уровень обслуживания в отрасли;
- оценить уровень вежливости и компетентности администратора.

Нужно помнить, что факт отсутствия клиентов в коридоре для ожидания врача есть признак хорошо отлаженной работы, поскольку клиенты не ждут, а проходят в кабинет сразу по записи. Это и создаст благоприятный поток посетителей, когда вечерние часы заняты. Рассчитывая количество необходимых метров площади для организации Стоматологической клиники нужно учитывать, что каждый специалист и определенная услуга должны занимать свою территорию. Рассмотрим территориальную необходимость занимаемых площадей в максимуме в Таблице 1.

Таблица 1.

Расчет площади стоматологической клиники.

№ п./п.	Наименование площади клиники	Объем площади
1.	Зона приема пациентов (холл), выполняющая также роль мини-магазина по продаже средств домашнего ухода	20 кв. м
2.	Четыре терапевтических кабинета по одному креслу	14х4=56 кв. м
3.	Кабинет имплантологии	15 кв. м
4.	Кабинет ортодонтии и ортопедии	15 кв. м
5.	Кабинет хирургии	15 кв. м
6.	Кабинет детского стоматолога	15 кв. м
7.	Рентгеновский кабинет	12 кв. м
8.	Зуботехническая лаборатория	15 кв. м
9.	Вспомогательные помещения (стерилизационная, склад, кабинет директора, комната отдыха персонала, туалеты, коридоры)	42 кв. м
Итого:		200 кв. м

План маркетинга.

Прежде чем начать рассматривать конкурентную среду рассмотрим текущее состояние потребительского рынка. В настоящее время вновь нарастающие тенденции международного кризиса диктуют свои условия жизнедеятельности, как граждан и предприятий, так и экономики государства в целом. Кризисные явления в экономике 2008-2009 гг. оказали негативное влияние на структуру мирового рынка. Однако, начиная с 2010 года, рынок стоматологических услуг стал демонстрировать постепенный возврат на докризисный уровень. В ближайшие годы спрос на стоматологические услуги в России будет только расти. Стоматологическая практика - исторически одно из самых старых направлений медицинского бизнеса, который базируется на самом устойчивом спросе - у человека много зубов, и когда хоть один из них болит, за избавление от этого любой готов отдать все, что у него есть. Но после избавления, многие забывают ухаживать за зубами, и история с зубной болью повторяется вновь и вновь.

Парадокс заключается в том, что чем дольше человек продолжает терпеть боль и откладывает поход к стоматологу, тем дороже ему обходится лечение. Страх лечения, пока не все запущено, обогатила не одно поколение дантистов. Выгоден ли стоматологический бизнес? Ответ можно найти на выставке "Дентал Экспо", или "Дентал Салон", посмотрев на роскошные двухэтажные павильоны экспонентов, на припаркованные на стоянке автомобили экстра- класса, чтобы убедиться, что уровень доходов участников стоматологического рынка гораздо выше, чем у многих предпринимателей России. На Западе стоматологический бизнес также далеко не на последнем месте по привлекательности. Но и первичных инвестиций он требует больше, чем ресторанный и салонный. Но его главным преимуществом является не подверженность моде, устойчивость, стабильность и всесезонность.

В настоящее время в России существуют совершенно полярные примеры стоматологической помощи:

- государственная, которая держится на том, что врач может неофициально подрабатывать на своем рабочем месте. Но в то же время постоянно ищет возможность перейти в частную клинику. Качество лечения невысокое, поскольку развившаяся система больших клиник, построенных по принципу «фабрик здоровья» не совсем эффективна, поскольку основана на поточной системе «условных единиц трудоемкостей». Это означает, что врач в обязательном порядке должен приносить в общую копилку установленную сумму, получая с этого свои проценты. Результатом является низкий уровень лечения;
- самая эффективная принятая во всем цивилизованном мире система — это система небольших частных клиник и кабинетов, где главным является лечащий врач, а не бренд клиники. Это и является самым перспективным направлением работы, потому как в такой стоматологической клинике врач максимально является универсальным, и ему есть чем дорожить.

Он зависит от репутации, отзывов клиентов. По хорошему нужно принимать на работу врачей, которые любят свое дело, тогда вопрос о гонке за качеством и отзывами будет решен сам собой. В целом государственные органы признают тот факт, что поддерживать качественную, соответствующую современному уровню стоматологию для всех слоев населения им затруднительно, потому количество государственных поликлиник планомерно сокращается. Бесплатная помощь остается только для социально необеспеченных слоев. Крупные частные клиники также не пользуются особой популярностью, потому их число также уменьшается, поскольку любое укрупнение провоцирует включение поточных механизмов. А стоматология, как и гинекология — это не безликая помощь. Это помощь фактически другу. Потому в Стоматологическом бизнесе филиалы крупных клиник закрываются. Мировая практика показывает, что врачи открывают свои небольшие кабинеты семейных стоматологов и ведут камерный, персонифицированный прием.

Вскоре такие практики будут продаваться и покупаться, а проблема качества станет решаться на уровне судов. В этом бизнесе существует масса барьеров от государственных органов. Появились жесточайшие требования к помещениям, к лицензированию, требования для установки рентгена, правил закиси азота. Для того чтобы врач мог работать с закисью азота, за границей нужно окончить однодневный курс от 6 до 7 часов. В России для работы с закисью азота нужно получить высшее образование и специализацию «врач–анестезиолог» и огромное количество допусков. Также за рубежом специалист, который дал госэкзамен, может сразу приступить к работе. А русские врачи после института обязаны получить множество сертификатов, которые также включают в себя сертификат на дезинсекцию и дератизацию, и избежать этой процедуры никак нельзя. Нужно сказать, что несколько лет назад в России была создана Общероссийская ассоциация врачей частной практики. Активисты ассоциации создали в Торгово-промышленной палате Российской Федерации комиссию по развитию рынка услуг в сфере здравоохранения, совместно с Союзом частных клиник России сформировали Федеральный совет по частной системе здравоохранения;

образовали Экспертно-юридический совет, осуществляющий консультирование субъектов частной системы здравоохранения. В рамках ассоциации работает некоммерческое партнерство «Федеральное общество взаимного некоммерческого страхования в здравоохранении». Для обеспечения частных медицинских организаций современной медицинской техникой создается Федеральная компания медицинского лизинга. Важно то, что ассоциация усовершенствовала систему досудебного разрешения конфликтов между потребителями и исполнителями медицинских услуг, разработала Временный добровольный примирительный регламент урегулирования споров между потребителями и исполнителями медицинских услуг. Также в ассоциации образована комиссия по лицензированию, сертификации и аттестации. В последние годы стоматологический бизнес переживает бурное развитие.

Объем рынка стоматологических услуг составляет около 6750-7000 млн. руб. в год, средние обороты одной стоматологической клиники на несколько кресел составляют около 500 - 750 тыс. руб. в месяц. В настоящее время стоматологический рынок сформировался в количественном и структурном отношении. Но проблемы сервиса и оказания качественной стоматологической помощи остаются нерешенными во многих клиниках. Потенциальная мощность платного стоматологического сегмента оценивается около 3843830 посещений в год или примерно 960955 клиентов. Потенциальная мощность бесплатного сегмента составляет 16061760 посещений или 2007720 клиентов. По оценкам экспертов данной отрасли, основная причина обращения к платной медицине — это высокое качество услуг. По оценкам экспертов рынка, одним из наиболее перспективных сегментов потребителей платных стоматологических услуг являются работающие мужчины и женщины в возрасте от 20 до 50 лет с доходом от 20 000 рублей в месяц.

За 2009 год, по разным данным, темпы роста составили от нуля до минут 2-3%. В 2010 году падения рынка не было. Во второй половине 2011 года — начале 2012 году рынок начал возвращаться к своим прежним финансовым показателям, так как потребность в качественных имплантологических услугах на российском рынке колоссальна. Российский рынок имплантологии на сегодняшний момент оценивается в \$60 млн. или 250 тыс. имплантатов в год. Ситуация в 2015 году на рынке платных услуг населению сложилась следующим образом. В 2015г., по предварительным данным, населению было оказано платных услуг на 5916,6 млрд. рублей, в декабре 2015г. - на 547,0 млрд. рублей. Удельный вес расходов на оплату услуг в потребительских расходах населения в 2015г. составил 20,3% против 20,7% в 2014г., в декабре 2015г. - 18,0%, против 18,6% в декабре 2014 года.

В 2015г. в структуре объема платных услуг населению продолжали преобладать жилищно-коммунальные, транспортные услуги и услуги связи. На их долю в целом приходилось 65,7% в общем объеме. Данные об объеме платных услуг населению по видам представлены в Таблице 2.

Таблица 2.

Объем платных услуг населению по видам.

	2012г.			Декабрь 2012г.			
	млрд. рублей	в % к		млрд. рублей	в % к		
		2011г.	итогу		Декабр ю 2011г.	Ноябр ю 2012г.	итогу
Платные услуги	5916,6	103,5	100	547	101,3	103,4	100
медицинские	311,4	104,3	5,3	29,7	101,6	101,9	5,4
прочие виды платных услуг	302,1	101,6	5,1	28,9	100,2	101,1	5,5

Технико-экономические данные оборудования.

Основным оборудованием

Стоматологической клиники являются:

- стоматологическая установка, которая должна быть оснащена четырьмя рукавами: под пистолет «спрей–воздух–вода», под микромотор с прямым и угловым наконечниками, под турбину, которая распиливает, и под ультразвуковой сканер для снятия камней и зубного налета. Это самый простой вариант, в который также входят лампы и рукава под турбины;
- комплект стоматологических наконечников и стратегический запас дополнительного комплекта наконечников на смену;
- стоматологические инструменты;
- стоматологический расходный материал: пломбировочные составы, прочая химия, различные гигиенические средства, с обязательным ежемесячным пополнением;
- рентгенодиагностические дентальные системы, визиограф. По сути - это рентгеновская установка с малой степенью излучения, которая позволяет считывать изображение на компьютере.

Не имея такого прибора, существует риск произвести массу трагических ошибок при пломбировании зубных каналов, а администрации клиники получить искивые заявления;

- гелиоотверждающие лампы, налобные осветители, биноккулярные лупы и осветители;
- автоклав для антибактериальной обработки инструментов;
- отсасывающая система;
- абсорбционные устройства;
- скалеры ультразвуковые;
- аспирационные системы;
- лекарственные (стоматологические) средства;
- стоматологические компрессоры;
- холодильник для лекарственных средств и стерилизаторы;
- стоматологическая мебель: шкафчики, стулья и прочая мебель.

Финансовый план.

Наименование	База	Период	Ставка
Налог на прибыль	Прибыль	Месяц	20%
НДС	Добавленная стоимость	Месяц	18%
Налог на имущество	Стоимость имущества	Согласно установленному графику платежей	2,2 %
Подходный налог	Фонд оплаты труда	Месяц	13%
Социальные выплаты	Фонд оплаты труда	Месяц	34%

Прогноз продаж 2013-2015 годов основан на:

- анализе спроса потребителей услуг стоматологических клиник;
- анализе рынка предоставления услуг предприятий «Стоматологическая клиника»;
- на общих выводах о состоянии рынка реализации услуг «Стоматологическая клиника». При составлении программы реализации услуг предприятия будет рассматриваться самый низкий порог рентабельности реализации стоматологических услуг. Рассмотрим план объемов предоставления услуг и полной реализации услуг, предоставляемых Стоматологической клиникой, как для клиентов, попадающих в клинику через страховую компанию, так и для постоянных клиентов, которые приходят к специалисту - врачу.

Оценка риска.

Риски при ведении данного вида бизнеса состоят в следующем:

- высокий уровень конкуренции, зачастую незаконной;**
- высокий уровень требований надзорных органов;**
- низкий поток клиентов в первый год - полтора работы клиники;**
- высокий уровень входных барьеров;**
- высокая зависимость эффективности приобретенного оборудования от предварительного анализа предпочтений и ожиданий потребителей;**
- высокий уровень капитализации инвестиций.**

Финансово-экономическое обоснование ИНВЕСТИЦИЙ.

Для реализации проекта предприятию необходимо взять кредит в размере 6250000 рублей на 24 расчетных месяцев с нормой дисконта 17,5%. При расчете выяснилось, что точка безубыточности предприятия начинается с 2-го расчетного месяца. В этот период первая сумма прибыли составит 574707,16 рублей.

По истечении периода кредитования сумма прибыли составит 4089278 руб. При этом прибыль банка составит 425833,34 руб. за 24 расчетных периода.

Ежемесячные выплаты расходов составили 432022 рублей.

Итоговая валовая прибыль проекта составила: 98654100 рублей.

Прибыль проекта составила: 59609740,7 рубль.





Выводы.

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание Стоматологической клиники социальной направленности является прибыльным, высокорискованным и перспективным. Одно из главных условия его функционирования является наличие специалистов врачей, способных привлечь постоянных клиентов, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности. Открытие Стоматологической клиники потребует от руководителя проекта самоотдачи, высокого напряжения волевых усилий, знаний, тактических манипуляций при оформлении лицензий и иной бюрократической документации, а также осознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки и значительных капитальных вложений. Если руководитель проекта понимает, и берет на себя ответственность за создание предприятия такого масштаба и характера, берет на себя ответственность за жизни людей, участвующих в производственном процессе, то его интеллектуальные, финансовые и личные вложения будут приносить прибыль, а предприятие выполнять свою непосредственную задачу, необходимую экономике и обществу в течение десятилетий.