

ФГБОУ ВПО «Казанский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения России

Бизнес-планирование


Выполнил: студент гр.№ 3504

Гаджимагомедов М.Ш.

Проверила: д.м.н. Блохина М.В.

Казань 2018

- **Бизнес-план** – это документ, отражающий основные аспекты деятельности будущего предприятия и позволяющий проанализировать перспективы и проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также наметить способы решения этих проблем.
- **Бизнес-план** – это целостная программа, в которой детально описаны экономические, технические, организационные мероприятия, а так же прогнозные оценки и обоснования по осуществлению бизнес-проекта на практике.

- 
- **Бизнес-план медицинской организации** — это документ, описывающий все основные аспекты деятельности медицинской организации, анализирующий проблемы, с которыми она может столкнуться и определяющий пути решения этих проблем.

Цель разработки бизнес – плана в здравоохранении.

- Основная цель бизнес-плана – достижение разумного и выполнимого компромисса между тем, что хочет, и что может делать предприниматель.
- Цель разработки бизнес-плана – спланировать хозяйственную деятельность учреждения на ближайший и отдаленный периоды, в соответствии с потребностями рынка медицинских услуг и возможностями получения необходимых ресурсов, а для коммерческих организаций и прибыли.

Задачи бизнес-плана.

- Определить конкретные направления деятельности учреждения, целевые рынки и место его на этих рынках;
- Сформулировать долговременные и краткосрочные цели учреждения, стратегии и тактики их достижения. Определить лиц, ответственных за реализацию каждой стратегии;
- Выбрать состав и определить показатели медицинских профилактических и других услуг, которые будут предлагаться учреждением потребителям. Оценить производственные и другие издержки по их созданию и реализации;

Задачи бизнес-плана.

- Оценить соответствие кадров учреждения и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- Определить состав маркетинговых мероприятий учреждения по изучению рынка, режима стимулирования потребителя услуг, ценообразованию;
- Оценить материальное и финансовое положение учреждения и соответствие финансовых и материальных ресурсов достижению поставленных целей;
- Предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Виды бизнес-планов в здравоохранении.

- **Концепт бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта** – основа для переговоров с потенциальным инвестором или партнером для выяснения степени его заинтересованности или возможной вовлеченности в проекта
- **Полный бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта** – изложение для потенциального партнера или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, предполагаемых финансовых результатов.

Виды бизнес-планов в здравоохранении.

- **Бизнес-план компании (группы)** – изложение перспектив развития компании на предстоящий плановый период перед советом директоров или собранием акционеров с указанием основных бюджетных наметок и хозяйственных показателей для обоснования объемов инвестиций или других ресурсов.

- **Бизнес-план структурного подразделения** (центра финансовой ответственности) – изложение перед высшим руководством плана развития хозяйственной деятельности подразделения для обоснования объемов и степени приоритетности, централизованно выделяемых ресурсов или величины прироста оставляемой в распоряжении подразделения прибыли.

Виды бизнес-планов в здравоохранении.

- **Бизнес-план(заявка на кредит)** для получения на коммерческой основе заемных средств от организации-кредитора.
- **Бизнес-план(заявка на грант)** для получения средств из государственного бюджета или благотворительных фондов для решения острых социально-политических проблем с обоснованием прямых и косвенных выгод для региона или общества в целом от выделения средств или ресурсов под этот кредит.
- **Бизнес-план развития региона** – обоснование перспектив социально-экономического развития региона и объема финансирования соответствующих программ для органов с бюджетными полномочиями.

Обычно в составлении бизнес-плана в здравоохранении принимают участие 5-6 человек: один из заместителей главного врача (чаще всего по лечебной работе), экономист, бухгалтер, плановик и специалист по статистике.



Структура бизнес-плана.

Раздел 1. Краткий обзор, или резюме, проекта — компактное изложение плана с подчеркиванием реальных достоинств организации здравоохранения для потенциальных инвесторов.

Раздел 2. Описание услуг. В этом разделе следует подробно описать те виды медицинских услуг, которые будут предлагаться потребителю. Необходимо показать, в чем привлекательность этих услуг и в чем их уникальность для потенциального потребителя.

Раздел 3. Описание внешней среды. Цель раздела — показать тенденции развития здравоохранения и место данной медицинской организации в отрасли. Необходимо указать, какие федеральные законы, налоги и другие факторы внешней среды влияют на здравоохранение и на данную медицинскую организацию

Раздел 4. Оценка конкурентов и выбор конкурентной стратегии. Факторы устойчивой конкурентоспособности медицинской организации: более низкие издержки, специализация, лидерство в качестве оказываемых услуг.

Раздел 5. Организационный план. В этом разделе необходимо указать потребности медицинской организации в помещении, оборудовании и трудовых ресурсах, необходимых для оказания медицинских услуг.

Раздел 6. План маркетинга. Основные пункты этого раздела: ценообразование, система продвижения услуг на рынок, стратегия роста медицинской организации.

Раздел 7. Управление и права собственности. Содержание этого раздела во многом зависит от организационно-правовой формы медицинской организации. Целесообразно указать формы отношений с местной администрацией вышестоящими органами здравоохранения

● **Раздел 8. Финансовый план.**

Основные показатели раздела: потребность в финансовых средствах, финансовые данные за прошлые периоды, на перспективу. В этом же разделе показывают полную структуру затрат. Такой анализ затрат позволяет определить один из важных показателей эффективности работы медицинской организации — порог рентабельности.

Раздел 9. Оценка и страхование риска.

- Необходимо оценить степень риска предлагаемого проекта.
- Показать инвесторам, что риски оценены всесторонне и объективно и медицинская организация определила пути их преодоления.



Риски могут быть нескольких видов — финансово-экономические, технические,

Финансово-экономические риски	Социальные риски	Технические риски
<ul style="list-style-type: none">• неустойчивость спроса, появление альтернативных услуг,• снижение цен конкурентами,• увеличение производства медицинских услуг у конкурентов,• рост налогов,• платежеспособность потребителей,• рост цен на сырье и материалы,• недостаток оборотных средств.	<ul style="list-style-type: none">• трудности с набором квалифицированной рабочей силы,• отношение местных властей,• квалификация кадров.	<ul style="list-style-type: none">• изношенность оборудования (физическая),• нестабильность качества оборотных средств.

- Структура бизнес-плана должна в обязательном порядке включать описание медицинской организации и его потенциала, оценку внутренней и внешней среды, конкретные данные о перспективах развития учреждения.

Пример: Бизнес-план развития и функционирования аптечного учреждения.

- Резюме
- Инвестиционный план
- Маркетинговый план
- Производственный план
- Организационный план
- Финансовый план
- Анализ рисков

Резюме

- Цель проекта: «открытие аптеки в торговом центре города».
- Задача: «удовлетворение потребности в лекарственных средствах населения города , получение прибыли от открытия новой аптеки».

Инвестиционный план

Объем инвестиций в открытие точки продаж составит 2 000 000 руб.

Которые пойдут на ремонт и оформление помещения, приобретение торгового оборудования, закупку товара.


Маркетинговый план

Конкуренция

Конкуренция в фармацевтическом бизнесе очень высока. Это объясняется достаточно высокими доходами торговых точек. В городе имеется более 1000 аптек и аптечных киосков. И даже неподалеку имеется аналогичная торговая точка конкурента. Но наличие в торговом центре хорошего потока и планируемая ценовая стратегия должны привести к тому, что часть покупателей конкурентов будет перетянута в открываемую аптеку.

Ассортимент услуг.

- Продажа людям и заведениям здравоохранения лекарственных и гомеопатических средств. В аптеке планируется продажа лекарств по рецепту и без рецепта.
- Продажа средств личной гигиены, медицинских изделий, различных аппаратов. Также аптеки могут продавать лекарственное сырье, изготовленное на растительной основе.
- Расфасовка лекарств и растительных препаратов с целью дальнейшей продажи.

- 
- Продажа лекарственных средств и препаратов категориям людей, которые имеют льготы в соответствии с внутренним законодательством страны.
 - Консультация и информирование людей относительно приема препаратов, их хранения, их эффекта и влияния на организм человека.



- **Рекламная стратегия**

В целях максимально быстрого выхода на потенциальные объемы продаж планируется задействовать следующие рекламные каналы:

- Оформление витрин и заказ вывески на торговую точку;
- Раздача флаеров на входе в торговый центр;
- Размещение указателя на одном из этажей торгового центра о наличии внизу аптеки .

Производственный план

1 этап. Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

Особенности поиска места:

Для открытия аптеки рассматриваем крупные торговые центры.

Второй момент, это локация торговой точки в самом центре. Аптека должна быть привязана к продуктовому магазину, располагаться на входе в гипермаркет или где-нибудь рядом.

Требования к помещению магазина:

- Площадь помещения для аптеки должна быть не менее 12 квадратных метров.
- Обязательно в помещении должно быть хорошее освещение, кондиционирование, система вентиляции.



2 этап. Оформление юридического лица.

- Аптечная деятельность требует обязательного лицензирования.

3 этап.

- Подбор персонала;
- Поиск поставщиков;
- Рекламная кампания;
- Ремонт помещения;
- Закупка необходимой мебели;
- Установка техники;
- Торжественное открытие;
- Рекламная кампания по плану годовых акций;
- Текущая работа аптеки.

Организационный план

Директор - 1,

Провизор - 2,

Уборщица- 1

Подсобный рабочий-1

Общее количество персонала — 5 человека.



Финансовый план

- В целях финансирования открытия аптеки планируется привлечение банковского кредита в сумме 1 400 000руб. на срок до 5 лет, процентная ставка составит 19% годовых, 600тыс., руб из личных средств инвестора.

Факторы риска

- Колебания валютного курса, влияющие на стоимость импортных лекарств.
- Изменения законодательства, регулирующего продажу лекарств
- Острая конкуренция.
- Увеличение налоговых ставок
- Снижение максимальной наценки на лекарственные средства.



Спасибо за внимание!