**Наименование проекта**

Открытие частного предприятия по оказанию платных медицинских услуг – «гинекологический кабинет» по адресу Амурская область, Михайловский район, с. Поярково, ул. Амурская д. 148 с целью создание современного предприятия, удовлетворяющего спрос населения. Далее по тексту: создание «Гинекологический кабинет»

**Стадия реализации проекта**

Завершение организационно-подготовительных мероприятий, поставка оборудования и эксплуатация.

**Инициатор проекта**

Индивидуальный Предприниматель Ткачев В.И.

**Меморандум о конфиденциальности**

Настоящий бизнес-план предоставляется на рассмотрение на конфиденциальной основе исключительно для принятия решения о возможности финансирования проекта и не может быть использован для копирования или каких-либо других целей, а также не может быть передан другим лицам.

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

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в этом документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны на 29 марта 2010 г. и основываются на согласованных мнениях участников разработки проекта.

# 

# 1. Резюме проекта

Настоящий проект создания предприятия по оказанию платных медицинских услуг -«Гинекологический кабинет» будет находиться по адресу Амурская область, Михайловский район, с. Поярково, ул. Амурская д. 148 с целью создание современного предприятия, удовлетворяющего спрос населения и оказанию женскому населению платных медицинских услуг.

Инициатором проекта является ИП Ткачев В.И.

В ходе реализации проекта планируется осуществить ремонт основного помещения. находящего в собственности предпринимателя, произвести закупку и монтаж производственного оборудования и инструмента, отвечающего современным требованиям. Все работы по проекту планируется осуществить в срок до мая 2010 г. Общий срок реализации работ составит 3 месяца.

Концепция проекта учитывает опыт подобных проектов по организации частных медецинских центров в Амурской области и сочетает в себе:

а) создаваемое предприятие ориентировано, в первую очередь, на покупателей из числа местных жителей;

б) ассортиментная политика ПК «Интерьер Комплект» будет строиться на принципах индивидуальной работы с каждым пациентом, будет оказываться как разовая , так и амбулаторное наблюдение пациента, дородовое наблюдение.

в) ценовая политика будет строиться из расчета обеспечения конкурентоспособного уровня цен на оказываемые услуги с применением среднего принятого на рынке уровня комиссии; при этом, в первые месяцы функционирования предприятия предполагается проведение лояльной ценовой политики с целью завоевания наибольшей части рынка. Так как в данном с. Пояркого таких предприятий еще нет, ИП Ткачев В.И. будет монополистом и сможет диктовать в дальнейшем необходимый уровень комиссии.

г) проект создания производственного предприятия «Гинекологический кабинет» осуществляется согласно "Правил предоставления платных медицинских услуг населению медицинскими учреждениями", которые утверждены постановлением Правительства РФ от 13 января 1996г. №27.

д) руководителем проекта выступает ИП Ткачев. В начале деятельности предприятия будет работать один специалист, в дальнейшем планируется расширить штат. Руководитель берет на себя функцию обеспечение подготовки проекта и его ведения. Его квалификация позволит принимать в штат молодых специалистов для последующей подготовки.

В рамках реализации проекта предусматривается инвестирование 432,84 тыс. руб. за счет собственных средств, в том числе на закупку оборудования – 360,84 тыс. руб., на ремонт основного кабинета – 72 тыс. руб.

В результате реализации проекта планируется достичь уровня реализации услуг в размере 100 тыс. руб./месяц, что позволит при среднем уровне комиссии в 50% ежемесячно получать прибыль в размере 50 тыс. руб. и обеспечить окупаемость вложенных средств в срок до августа 2011 г.

# 

# 2. Исходная ситуация. Цели и задачи проекта

## 

## 2.1 Исходная ситуация

Помещение для организации проекта находится в собственности Предпринимателя Ткачева В.И. по адресу Михайловский р-он, с. Поярково, ул. Калинина, 20. В данный момент для начала работы «Гинекологического кабинета» необходимо модернизировать оборудование и оснастить рабочее пространство мебелью для посетителей в комнате ожидания.

В настоящее время ИП Ткачев В.И. планирует приобрести необходимое оборудование общей стоимостью 205,39тыс. руб. и мебель=155,45тыс. руб. для организации рабочего пространства специалиста.

Выполнен дизайн-проект кабинета для приема и ожидания пациентов с помощью современной технологии 3-D Max.

## 

## 2.2 Цель и задачи проекта

Генеральная цель ИП «Ткачев» в рамках реализации проекта создание предприятия по оказанию платных медицинских услуг - «Гинекологический кабинет».

Конкретные задачи проекта:

Краткосрочные цели проекта представлены в настоящем бизнес-плане гинекологического кабинета и предполагают открытие женской поликлиники с дневным стационаром на 5 коек. В качестве долгосрочных целей бизнес плана гинекологического кабинета можно предложить увеличить количество таких поликлиник под одним брендом путем открытия филиалов. Наш гинекологический кабинет ориентирован на оказание амбулаторной гинекологической помощи женщинам и услуги по стационарной замещающей помощи в разрезе стационара дневного пребывания, ориентированного на лечение фоновых заболеваний шейки матки (эрозии, эктопии и др.) и хирургическое прерывание беременности.

Организация подобного гинекологического кабинета позволит сделать более доступными лечение фоновых заболеваний шейки матки, что в свою очередь позволит снизить общий уровень заболеваемости женского населения, что повысит качество жизни женского населения.  
В рамках поставленной генеральной цели предусматривается достижение следующих целей:

инвестиционная цель - осуществить финансирование проекта в объеме 432,84 тыс.руб., в том числе финансирование организационных работ и закупки оборудования в объеме 360,84 тыс. руб.

коммерческая цель - а) привлечение внимания, пробуждения интереса потенциальных пациентов с помощью наружной и газетной рекламы; б) спланировать и организовать деятельность «гинекологического кабинета», обеспечивающую ежемесячный уровень оказываемых услуг размере 100 тыс. руб. Средний уровень комиссии на оказание медицинских услуг должен быть не ниже 50%.

экономическая цель - обеспечить уровень полных текущих расходов на организационные расходы на уровне не выше 19 тыс. руб./мес.

финансовая цель - а) обеспечить финансирование потребности в денежных средствах за счет собственных средств в объеме 432,84 тыс. руб.; б) получить чистую прибыль на среднегодовую выручку от реализации не менее 74 тыс. руб./мес.

## 2.3 Инициатор проекта

Инициатором проекта является Индивидуальный предприниматель Ткачев В.И.

ИП Ткачев В.И. оказывает следующие виды услуг:

1. Первичный осмотр;
2. Вторичный осмотр,
3. Анализ мазка на флору;
4. Ванночки и орошения;
5. Введение тампонов с лечебными препаратами;
6. Лечение эрозии шейки матки;
7. Введение ВМС;
8. Удаление ВМС;
9. Провакация гоновакциной;
10. Инъекции в/м,
11. кольпоскопия.

Директор – Ткачев Владимир Иванович.

Юридический адрес Михайловский район, с. Поярково, ул. Амурская. дом 148.

ОКПО 0104968931, ОКАТО 10235842001

Состояние и проблемы предприятия.

В начальный период деятельности предприятие не имеет своих собственных основных средств. Поэтому первоочередная задача – это закупка основных средств, для оснащения гинекологического кабинета.

# 3. Маркетинговый план

## 

## 3.1 ОБЩАЯ ОЦЕНКА РЫНКА ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Возможности Российского государства финансировать бесплатное предоставление населению медицинской помощи значительно сократились в переходный период. Это обусловило развитие практик легальной и неформальной оплаты населением медицинской помощи. Медицинские услуги, которые легально оплачиваются населением через кассу медицинского учреждения, именуются в нашей стране "платными медицинскими услугами". Эта практика регулируется "Правилами предоставления платных медицинских услуг населению медицинскими учреждениями", которые утверждены постановлением Правительства РФ от 13 января 1996г. №27. Согласно данным правилам, платные медицинские услуги населению предоставляются медицинскими учреждениями в виде профилактической, лечебно-диагностической, реабилитационной, протезно-ортопедической и зубопротезной помощи. Государственные и муниципальные медицинские учреждения вправе оказывать платные медицинские услуги населению только по специальному разрешению соответствующего органа управления здравоохранением. Органами власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления принимаются нормативные акты, определяющие перечень, порядок и условия предоставления платных медицинских услуг в государственных и муниципальных медицинских учреждениях.

Платными медицинскими услугами обычно являются:

проведение осмотров и исследований, необходимых при получении различного рода справок (для получения водительских прав, поведение профилактических осмотров работающих, получение справок о состоянии здоровья при устройстве на работу и т.д.),

пребывание в палатах с повышенной комфортностью (одно- или двухместных, с телевизором, холодильником и т.п.);

Выполнение операций с применением современных технологий, например, эндоскопических операций, а также операций, проводимых врачами по выбору пациентов; консультации специалистов; диагностические исследования, в частности проведение исследований вне очереди или дополнительно, "по желанию" пациентов; дополнительные методы лечения (иглоукалывание, массаж); протезирование высококачественными протезами; индивидуальный пост сестры; косметологические услуги, пластическая хирургия.

ИП Ткачев В.И. занимается оказанием платных медицинских услуг гинекологического кабинета. Предприятие действует на рынке платных медицинских услуг Амурской области. Услуги предприятия выгодно отличаются от услуг социальных медицинских учреждений и конкурентов следующие показатели: низкие цены, возможность выбора оказываемых услуг. Руководство фирмы в своей деятельности ориентируется на изучение спроса рынка потребления.

Место расположения данного предприятия – Россия, 675000, Амурская область, Михайловский район, с. Поярково, ул. Амурская. дом 148.

Для оказания медицинских услуг «гинекологического кабинета» необходимы квалифицированные кадры. В настоящее время в нашем предприятии будет работать один специалист , он же инициатор данного проекта. В ходе реализации проекта планируется расширить штат сначала до двух специалистов и более человек.

С учетом налогового законодательства Российской Федерации, при составлении бизнес-плана, необходимо учитывать и местные налоги, которые платятся на территории Амурской области.

Для покупки оборотных средств и для покрытия отрицательного кэш-фло (дефицита денежных средств) создается собственный уставной капитал, который формируется из вклада учредителя.

С. Поярково находится в \_\_\_км от областного центра Амурской области г. Благовещенска является крупнейшим торговым центром Амурской области. В городе насчитывается свыше 50 предприятий, занимающихся оказанием подобного вида оказания медицинских услуг.

Платные медицинские услуги - почти 30 процентов валовой добавленной стоимости всех отраслей народного хозяйства города получено за счет платных медицинских учреждений.

## 3.2 Маркетинговая стратегия

Маркетинговая стратегия проекта направлена на увеличение прибыльности деятельности ИП Ткачев В.И. путем создания современного производственного предприятия, предлагающего широкий ассортимент оказываемых услуг, наиболее восстребуемых населением.

В маркетинговые программы входят мероприятия:

* по улучшению ассортимента услуг
* изучению потребителя;
* изучению конкурентов;
* ценовая политика;
* формирование спроса;
* стимулирование сбыта и реклама;
* организация сервиса.

Маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью подчиненной условиям и требованиям рынка, находящегося в постоянном динамическом развитии.

Основой современной концепции маркетинга является изучение рынка.

**Сегменты рынка, размер и его рост.**

Рынок состоит из множества типов потребителей с разными запросами. Люди разного возраста, разного уровня доходов, разных знаний придерживаются разных традиций, ценят в товаре не одно и то же.

Сегмент рынка - это потребители, одинаково реагирующие на те или иные достоинства товара.

Сегментирование рынка - это процесс разбивки потребителей на группы по какому-либо актуальному для покупки товара по признаку (возрасту, полу, общественному положению и т.д.), сегментация рынка и ориентация на определенный специфический сегмент рынка, позволяет фирме с небольшими ресурсами эффективно конкурировать с фирмами больших размеров на специализированных рынках.

Проанализировав все варианты сегментации рынка, мы решили остановиться на сегментации по группам потребителей, так как считаем ее наиболее универсальной. От того, на сколько правильно выбран сегмент рынка, во многом зависит успех фирмы в конкурентной борьбе.

Для удобства мы разбиваем сегмент рынка по группам потребителей на подгруппы:

1. Преуспевающие пациенты - для этой группы потребителей мы разработали полный курс обследования, применяя новейшие препараты.

2. Клиенты со средним доходом - наибольший удельный вес оказываемых услуг падает именно на эту группу потребителей, для которых разработан целый спектр гинекологических услуг.

3. Клиенты с низким доходом - наша фирма не оставила без внимания и эту группу потребителей; т.к. эта группа достаточно велика. Каждая девушка заботится о своем здоровье и здоровье своей семьи.

По мере возможности мы постараемся помочь каждой из групп потребителей в удовлетворении их потребностей.

Важнейшей частью маркетинга является организация сбыта.

Прогноз объемов реализации призван дать представление о той доле рынка, которую мы предполагаем завоевать нашей продукцией. Принято составлять такой прогноз на 2-3 года вперед, оценки должны быть реалистичными, так как под эти цифры необходимо будет нанимать работников, закупать оборудование, вкладывать финансовые ресурсы.

Рассмотрев положение дел в Амурской области медицинских платных услуг, можно сказать, что конкуренция в данной отрасли услуг очень высока, но не каждый пациент из близлежащих поселений имеет возможность наблюдаться в областном центре или другом городе области.

Данный вид медицинских услуг для с. Пояркого является восстребуемым в связи с тем, что в возрастно-половой структуре населения Амурской области наибольший удельный вес занимают женщины до 64,5%. Женщин в населении Амурской области традиционно больше, чем мужчин, на 1000 мужчин в 2009 году приходилось 1099 женщин, в 2000 году – 1055.

Для населения с. Поярково Михайловского района открытие гинекологического кабинета является новизной на рынке платных медицинских услуг и несомненно имеет возможность стать монополистом в данном рынке.

ИП Ткачев является юридическим предприятием, имеющим возможность привлекать дополнительные инвестиции в целях развития деятельности, которые в будущем позволят расширить и ассортимент оказываемых услуг, и хозяйственные помещения. Возможно расширение площадей для пациентов (размещение коек для амбулаторного лечения). Данные мероприятия являются экономически выгодными и обоснованными.

**Стратегический маркетинг.**

Стратегия маркетинга – это, прежде всего, анализ и планирование производства, претворение в жизнь намеченных мероприятий и планов и контроль над выполнением данных мероприятий, рассчитанных на рост объема производства, на получение прибыли, увеличение доли рынка и т.д.

Цели.

Основными целями при создании подобного рода бизнеса, безусловно, являются цели получения высокого уровня прибылей, высокого уровня оказываемых услуг, завоевания доверия пациентов..

Основная финансовая цель – наиболее полное удовлетворение потенциального спроса на медицинские услуги.

Т.о. главной целью нашей фирмы можно считать предоставление женщинам широкого спектра гинекологических платных услуг. Для завоевания нового рынка фирме необходимо провести рекламную компанию.

Задачи.

Предоставление потребителю возможности максимально широкого выбора и удобства предоставления услуг - наша первоочередная задача. Став однажды нашим пациентом, человек должен быть заинтересованным в дальнейшем сотрудничестве с нашей клиникой. Индивидуальный подход к каждому пациенту, составление карт болезни и наблюдение пациента до момента полного выздоровления

Не дожидаясь насыщения местного рынка медицинских услуг, нами планируется привлечение квалифицированных специалистов в нашу клинику, что позволит детализировать деятельность и наиболее полно удовлетворить спрос потребителей платных медицинских услуг.

В дальнейшем при расширении деятельности, планируется зачислить в тат администратора и медсестру для организации приема пациентов. Рекламные и маркетинговые мероприятия, проводимые предприятием и не только на территории с. Поярково, но и других селах Михайловского района с. Поярково, с. Зеленый Бор, с. Дим, с. Коршуновка, с. Красный Яр, с. Петропавловка. с. Винниково, с. Михайловка.

Для успешной реализации проекта предполагает проведение следующего комплекса мероприятий:

* проведение рекламной компании еще на стадии запуска проекта с целью информирования круга реальных потребителей;
* осуществление закупки оборудования в нормативные сроки, что обеспечить скорейшее получение прибыли и окупаемость проекта;
* оказание услуг пациентам на высоком профессиональном уровне;

Наибольшее предпочтение в выборе рекламы оказывается газетной и теле-рекламе. В близи от местных больниц и центральных магазинов необходимо распространять листовки, расклеивать объявления. Рекомендации от родственников предпринимателя об оказанных им услуг и открытии данного кабинета. Для всеобщей информатизации будут размещаться в центре и на окраинах поселка рекламные баннера. В газете 2x2 и из рук в руки помещены объявление об оказании данного вида медицинских услуг.

Для медицинских центров главным фактором успешного начала деятельности является репутация, это достигается при помощи качественного медицинского обслуживания и вежливого отношения к пациентам.

По данным исследования рынка платных медицинских услуг гинекологический кабинет занимает большую долю в структуре услуг г. Благовещенска стоматологический кабинет– 45%-гинекологический кабинет-25%, массажный и косметологический кабинет-20%, кабинет физиотерапии -10%.

На основании данных статистики о половозрастной структуре населения Амурской области и ориентируясь на численность населения Михайловского района можно сделать определённый прогноз оказания услуг. Предварительный объём продаж рассчитан исходя из максимально возможного объема оказания услуг.

Таблица 1. Определения предварительного объёма продаж (тыс. руб. /год).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуги | В первые года, после запуска проекта | | | |
| 1 год | 2 год | 3 год | 4 год |
| Первичный осмотр | 806 | 886 | 974 | 1071 |
| Вторичный осмотр | 322 | 354 | 389 | 427,9 |
| Лечение | 482 | 530 | 583 | 641,3 |
| ИТОГО: | 1610 | 1770 | 1947 | 2140,2 |

В соответствии с данным планом предприятие в 1 год работы, после выхода на планируемый объём обслуживания населения, окажет услуг по изготовлению мебели на сумму 5 400 тыс. руб.



Рисунок 1- Предварительный расчёт объёма оказания услуг Гинекологического кабинета

Так же задачами маркетинга являются:

- расширение спектра услуг в сфере деятельности организации;

- удержание рыночной позиции, совершенствование деятельности фирмы;

- захват доли рынка.

Возможности и угрозы (внешние факторы, которые находятся вне сферы влияния организации), имеющие место быть в процессе организации деятельности фирмы.

Таблица 2- Возможности и угрозы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы | Возможности | Угрозы |
| Спрос на услуги | - возможность организовать рекламную компанию;  - возможность индивидуального подхода к клиенту. | - низкая осведомлённость клиентов |
| Конкуренция | - относительно свободная рыночная ниша;  - возможность захвата большой доли рынка;  -возможность развивать и предлагать дополнительные услуги. | - сильная конкуренция со стороны крупных фирм;  - 10% населения предпочитают получать .бесплатные, не всегда качественные медицинские услуги в муниципальных клиниках |
| Экономика | - рост доходов малого бизнеса;  - рост доходов населения. |  |

При выходе на рынок, стратегия предприятия будет направлена на активное использование коммуникационной политики с целью информированности потребителей услуг, а также на достижение высокого качества оказываемых услуг для привлечения большого числа клиентов и повышения имиджа.

При разработке программы продвижения, в качестве обязательных "фрагментов" маркетинговых коммуникаций необходимо:

- проинформировать о новой компании предлагающей услуги и сформировать позитивное отношение к фирме.

Для усиления воздействия программы продвижения, желательно запланировать комплекс мер, направленных на формирование желания приобрести услуги именно нашей фирмы.

Методы коммуникации.

1. Объяснить аудитории потребность в комплексных услугах на рынке платных медицинских услуг (информация о новой фирме)
2. Дать описание сильных сторон фирмы и объяснить, что ИП Ткачев В.И способен решать насущные проблемы клиентов в отрасли, оказания гинекологических услуг и т и др. (формирование позитивного отношения к фирме/услуге).
3. Объяснить в чём главные положительные отличия ИП Ткачев В.И от конкурентов (формирование желания приобрести услуги именно в нашей фирме).

Таблица 3. Возможные средства коммуникаций для решения поставленных задач

|  |  |
| --- | --- |
| Цель коммуникации | Возможные средства коммуникаций |
| 1. Информирование о новой услуге | Информирующая реклама в СМИ: ТВ, пресса, объявления в каталогах и печатных справочниках. Подача информации и позиционирование в телефонных справочных системах. |
| 2. Формирование позитивного отношения к фирме и услуге | Методы PR, рекламные статьи в прессе, ТВ и радио реклама |
| 3. Формирование желания у покупателя приобрести услуги именно в нашей организации | Поддержка Интернет-сайта, мероприятия Директ-мэйла (личная почтовая рассылка)- юридическим и физическим лицам. |

Предусматривается широкий географический охват рекламной компании: г. Благовещенск, с. Поярково, с. Зеленый Бор, с. Дим, с. Коршуновка, с. Красный Яр, с. Петропавловка. с. Винниково, с. Михайловка.

Расчёт рекламной компании

Таблица 4. Стоимость рекламы в СМИ г. Благовещенск

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование СМИ | Стоимость единицы рекламы |
| Газетное издание "Дважды Два" (выход 3 раза в неделю) | 1 кв. см. – 26 рублей |
| Телеканалы ТНТ, Россия | Бегущая строка 12 раз в день - 900 руб. |

В первый год планируется проведение рекламной компании, которая будет направлена на создание первичного спроса: размещение рекламного объявления в газете 8 раз в месяц (по 10 кв. см.) в течении 3-х месяцев.

Затраты: 2080 \* 3 мес. = 6240 (Шесть тысяч двести сорок) рублей.

На телевидении – бегущая строка 12 раз в день – 5 дней в месяц, в течении 3-х месяцев, с интервалом в 1 месяц.

Затраты: 4500 ·\* 3 мес. = 13500 (Тринадцать тысяч пятьсот) рублей.

Общая сумма затрат на рекламу в течении трёх месяцев составит: 19740(Девятнадцать тысяч семьсот сорок рублей.

## 3.3 Ценовая политика

Учитывая спрос на услуги, в Амурской области проживает 25% женского населения. Обследование у гинеколога – необходимость каждой современной женщины. Данный вид медицинских услуг пользуется повышенным спросом. На рынке. где фирма является монополистом в рамках района, наценка может достигать 50-60%. Такая наценка позволяет сохранить цену, которую могут заплатить клиенты со средним достатком, так как данная группа населения является целевой.

## 

## 3.4 План реализации

Плановый объём оказанных услуг, создаваемого медицинского кабинета ИП Ткачев В.И определен исходя из оценки емкости локального рынка и прогноза его увеличения (раздел 0) и анализа функционирования аналогичных объектов рынка медицинских услуг.

# 

# 4. Архитектурно-планировочное решение

## 

## 4.1 Генплан и архитектурно-планировочные решения

Состав помещений предприятия определен исходя из его целевого назначения, с учетом конструктивных особенностей и современных требований, предъявляемых к предприятиям подобного типа.

## 4.2 Технологическая планировка смотрового кабинета гинеколога

Одной из наиболее важных и сложных составляющих технологического проектирования гинекологического кабинета является планировка размещения оборудования. Оптимально организованная планировка, соответствующая требованиям СанПиН 5179-90 и Приложением к СниП 2.08.02-89.

Требования к внутренней отделке помещений:

- рекомендуемая площадь каждого из помещений - не менее 12 кв. м.

- внутренняя отделка помещения должна быть выполнена в соответствии с его функциональным назначением.

- стены облицовываются глазурованной плиткой или другими влагостойкими материалами на полную высоту.

- полы покрываются водонепроницаемыми материалами; линолеумные покрытия не должны иметь дефектов (щелей, дыр и пр.), должны быть гладкими, плотно пригнанными к основанию. - потолки в процедурных кабинетах должны окрашиваться водостойкими (масляными и другими) красками.

- рекомендуется установка 2х раковин (для мытья рук и инструментария).

- следует предусмотреть в процедурном кабинете наличие приточно-вытяжной вентиляции с механическим побуждением (на первое время достаточно оконного вентилятора).

При подборе оборудования, удовлетворяющего вышеперечисленным требованиям после анализа ряда коммерческих предложений выбор был сделан в пользу производственного оборудования фирм "СпецТех", "Амурстройтехнология", «Амурский строитель», ИП Бурин Т. И. Стеллажи выбраны отечественного производства с использованием оснований и стоек производства США

Оборудование изготовлено из качественных, долговечных материалов, имеет привлекательный дизайн, различные конструктивные и цветовые решения.

Бонусом данной фирмы стало бесплатная проектировка размещения оборудования на компьютере и выбор оптимального варианта. Было предложено несколько наиболее удобных вариантов размещения.

Ниже в таблице приводится спецификация и статьи расходов на медицинское оборудование Гинекологического кабинета ИП Ткачев В.И:

Таблица 7. Состав мебели приобретенной для медицинского кабинета

| Вид мебели | Количество | Цена, руб. | Стоимость, руб. |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Диван медицинский (черн. каркас) | 1 | 16500 | 16500 |
| 2. Диван медицинский (голуб. каркас) | 1 | 18600 | 18600 |
| 3. Стул пациента (черн. каркас) | 2 | 6500 | 13000 |
| 4. Стул врача | 1 | 4500 | 4 500 |
| 5. Стол руководителя (тумба, приставной стол в к-те) | 1 | 18600 | 18600 |
| 6. Шкаф-картотека | 1 | 17800 | 17800 |
| 7. Уголок медицинский 4х предметный (в к-те с мойкой) | 1 | 44650 | 44650 |
| 8.Кушетка медицинская | 1 | 21800 | 21800 |
| **ИТОГО** |  |  | **155450** |

Таблица 8.Состав оборудования приобретенного для медицинского кабинета

| Вид оборудования | Количество | Цена, руб. | Стоимость, руб. |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Кресло гинекологическое с ручным приводом, КГ-1 | 1 | 62540 | 62540 |
| 2. Кольпоскоп | 1 | 68950 | 68950 |
| 3. Шкаф сушильно-стерилизационный ССША | 1 | 49200 | 49200 |
| 4. Весы | 1 | 16300 | 16300 |
| 5. облучатель ультрафиолетовый бактерицидный настенный ОБН 2х30 «УФИК» | 1 | 8400 | 8400 |
| **ИТОГО** |  |  | **205390** |

Общая стоимость затрат по приобретенному оборудованию и мебели составила 360 840руб.

Вместе с тем для профессиональной обработки бухгалтерской документации и ведение бухгалтерского учета на период с 01.04.2010г по 31.12.2010г. – 8000руб.\*9мес.=72000руб.

Общая сумма текущих затрат составила 432840руб.

# 5. Состав работ и календарный график осуществления проекта

Условно весь комплекс работ по реализации проекта создания производственного предприятия "ИП Ткачев В.И" можно разделить на 3 фазы – "подготовка проекта", "разработка проекта", "эксплуатация".

Первая фаза ("подготовка проекта") включает в себя два блока задач. Первый блок связан с проведением прединвестиционных исследований, подготовительные работы, формированием источников финансирования, разработкой бизнес-плана. Второй блок включает в себя проведение организационных мероприятий, направленных на заключение договоров на оказания коммунальных услуг, оформление документов на помещение, построенной хоз. способом, находящегося по адресу Амурская область, Михайловский район, с. Поярково, ул. Амурская д. 148. Срок первой фазы – май-июнь 2010 г.

Вторая фаза ("разработка проекта") включает в себя весь комплекс строительно-монтажных работ по проведению реконструкции помещения в соответствии с разработанным проектом, включая закупку и монтаж медицинского оборудования,

Сроки данной фазы запланированы июнь 2009г. На этой же стадии должна активизироваться рекламная компания.

Третья фаза ("эксплуатация") предполагает организацию эксплуатации созданного гинекологического кабинета в соответствии с высокими стандартами обслуживания

Рисунок 8. Календарный график

| № | Наименование работ | Месяцы реализации проекта | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| **I** | **I фаза - подготовка проекта** |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Организация деятельности гинекологического кабинета |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 | Оформление документов на помещение |  |  |  |  |  |  |
| 1.2 | Заключение договоров по коммунальные услуги |  |  |  |  |  |  |
| **II** | **II фаза - разработка проекта** |  |  |  |  |  |  |
| 1. | Общестроительные работы |  |  |  |  |  |  |
| 1.1 | Строительные работы |  |  |  |  |  |  |
| 1.2 | Монтаж систем вентиляции и кондиционирования |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Поставка и монтаж оборудования |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 | Поставка оборудования |  |  |  |  |  |  |
| 2.2 | Монтаж и наладка оборудования |  |  |  |  |  |  |
| 2.3 | Заключение договора на техническое обслуживание |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Подготовительные работы |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 | Составление штатного расписания |  |  |  |  |  |  |
| 3.3 | Разработка стратегии и проведение рекламной компании |  |  |  |  |  |  |
| **III** | **III фаза – эксплуатация проекта** |  |  |  |  |  |  |

# 6. Организационный план

## 

## 6.1 Схема подготовки и реализации проекта

Управление осуществляется на основе принципов проектного управления с учетом особенностей каждой стадии (фазы) проекта: подготовительной, инвестиционной и эксплуатационной.

## 

## 6.2 Управление проектом на стадии подготовки проекта

Управление проектом на этой стадии осуществлялось ИП Ткачев В.И.

Непосредственное руководство работами по проекту осуществлялось уполномоченным должностным лицом этой организации, наделяемого необходимыми правами принимать решения в рамках проекта. В задачу директора проекта, наряду с общим руководством, входит непосредственное выполнение работ по получению разрешительной документации и т.д.

Результатом управления проектом на данной стадии должен быть утвержденный бизнес-план, пакет разрешительной документации, оформления документов на строительство предприятия хозяйственным способом, рабочий проект, ТЭО, и подготовленные источники финансирования.

## 

## 6.3 Управление на стадии эксплуатации

Деятельность гинекологического кабинета будет осуществлять ИП Ткачев В.И, обладающий достаточными ресурсами и опытом, чтобы услуги были оказаны на высоком уровне.

# 7. Доходы проекта

Доходы проекта определяются объёмами оказываемых услуг, а так же принятым уровнем комиссии.

Как было указано в разделе 3.4, плановый объёмом производства создаваемого предприятия определен исходя из оценки емкости локального рынка и анализа функционирования аналогичных объектов производства. Плановый объём производства после выхода предприятия на максимальный объем составит 100 тыс. руб./месяц. Выход на максимальный объем предполагается в течении 10 месяцев после начала эксплуатации предприятия.

Размер комиссии принят на среднем для рынка медицинских услуг г. Благовещенска уровне и составит 50%. При этом размер комиссии не будет снижаться, так как предприятие, являющееся монополистом на локальном рынке медицинских услуг Амурской области устанавливает не менее 50% комиссии.

Таким образом, доход от эксплуатации предприятия после достижения максимального объема производства составит 50 тыс. руб./мес.:

Таблица 9. Доходы проекта

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Наименование показателей*** | ***Значения по месяцам реализации проекта*** | | | | | | | | | | | |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** | ***10*** | ***11*** | ***12*** |
| Объём услуг, тыс. руб. | 20 | 20 | 60 | 60 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 100 | 100 | 100 |
| Комиссия, % | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% |
| Итого доход, тыс. руб. | 10 | 10 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 50 | 50 | 50 |

# 8. Текущие расходы

Текущие расходы, возникающие в ходе эксплуатации предприятия рассчитаны на основании сложившихся на рынке г. Благовещенск расценок и тарифов и включают в себя:

* расходы на заработную плату;
* расходы на приобретение оборудование;
* расходы на оплату коммунальных услуг;
* расходы на приобретение малоценных и быстроизнашивающихся предметов (спецодежда, расходные материалы и пр.);
* страховые платежи;
* расходы на проведение рекламной кампании.

Затраты на заработную плату в соответствии со штатным расписанием и установленными должностными окладами составят 20 тыс. руб./мес. (Таблица 10):

Таблица 10. Штатное расписание и расходы на заработную плату

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Значение | | |
| Число обслуживающего персонала | Среднемесячная заработная плата, руб. | Общая сумма затрат на оплату труда, руб. |
| 1 | Врач-гинеколог | 1 | 20 000 | 20 000 |
| 2 | Бухгалтер | 1 | 8 000 | 8 000 |
|  | **СУММА** | **2** |  | **28 000** |

По мере увеличения количества услуг и числа пациентов гинекологического кабинета планируется набор дополнительного количества работников (медсестра, администратор) с доведением размера фонда заработной платы до 48 тыс. руб.

Общий объем и структура текущих издержек, возникающих в ходе эксплуатации производства, а также их динамика приведены ниже (Таблица 11):

Таблица 11. Текущие расходы (после выхода на максимальный объем производства)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование расходов | Значение | |
| Сумма, тыс. руб./мес. | Доля, % |
| 1. | Расходы на заработную плату | 28 | 72,2 |
| 2. | Расходы на оплату коммунальных услуг | 2,0 | 5,2 |
| 3. | Расходы на проведение рекламной кампании | 6,5 | 16,8 |
| 4. | Прочие непредвиденные расходы | 2,0 | 5,2 |
|  | **ВСЕГО** | **38,5** | **100** |

Динамика текущих расходов приведена в Приложении 1 "Финансово-экономические расчеты" (таблица 9).

# 

# 9. Финансовый план (бюджет)

## 

## 9.1 Методика анализа

Финансово-экономическое планирование и анализ выполнены с использованием компьютерной модели. Данная модель имеет шаг расчета – один месяц и суммарную продолжительность – 1,5 года.

Экономические и финансовые расчеты настоящего проекта произведены в постоянных ценах, сложившихся на момент составления настоящего бизнес-плана. Данный способ расчета предполагает пропорциональное увеличение затрат и доходов за счет инфляционных процессов.

## 

## 9.2 Расчет потребности в финансировании

Потребность в финансировании инвестиционного проекта создания складывается из суммы финансовых ресурсов, необходимых для:

* финансирования организационных мероприятий по открытию предприятия и заключению договоров на коммунальные услуги и оформление документов на помещение;
* финансирования работ по закупке оборудования и мебели;
* финансирования организационно-подготовительных работ по открытию предприятия;

### 

### 9.2.1 Потребность в финансировании подготовительных работ по открытию предприятия

Подготовительные работы по открытию предприятия ИП Ткачев В.И включают в себя работы по составлению штатного расписания, изготовлению и распространению рекламных листовок, изготовлению и размещению на местном кабельном канале видео ролика, установку рекламных щитов.

Потребность в финансировании подготовительных работ по открытию предприятия ИП Ткачев В.И" оценена в размере 38,5 тыс. руб., в том числе (Таблица 15):

Таблица 15. Потребность в финансировании организационно-подготовительных работ по открытию предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование затрат | Значение, тыс. руб. | | | | | |
| Всего | в том числе по месяцам реализации проекта | | | | |
| июль | август | Сент. | окт | нояб |
| 2. | Проведение рекламной кампании (изготовление листовок, рекламного ролика, установка рекламных щитов) | **19,7** | 6,56 | 6,56 | 6,56 |  |  |
| 3. | Текущие затраты по объекту | **38,5** |  |  | 12,83 | 12,83 | 12,83 |
| **4.** | **СУММА** | **58,2** | **6,56** | **6,56** | **19,39** | **12,83** | **12,83** |

### 

### 9.2.2 Общая потребность в финансировании

Таким образом, общая потребность в финансировании составит 411,17 тыс. руб. (Таблица 17, Рисунок 10).

Таблица 17. Общая потребность в финансировании проекта создания производственного предприятия ИП Ткачев В.И

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Финансирование организационных мероприятий по открытию предприятия | **19,7** | 6,56 | 6,56 | 6,56 | 0,0 |
| Финансирование капитальных вложений и прочих работ некапитального характера | **360** | 300 | 60 | 0,0 | 0,0 |
| Финансирование организационно-подготовительных работ по открытию предприятия | **32** | 8 | 8 | 8 | 8 |
| **СУММА** | **411,7** | **314,56** | **74,56** | **14,56** | **8,0** |

## 

**9.3 ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ**

Финансирование проекта предусмотрено производить за счет собственных средств, директора фирмы.

### 

### 9.3.1 Собственные средства

Собственные средства будут направлены на финансирование работ прединвестиционной стадии (подготовительные работы, разработка проектной документации, организационные мероприятия по оформление документов на строительство помещения).

Общий собственный инвестированный капитал составит 411,0 тыс. руб.

## 

## 9.4 Налоговый план

Налоговый план составлен на основании действующего законодательства.

Налогоплательщики, выбравшие в качестве объекта налогообложения доходы, по итогам каждого отчетного периода исчисляют сумму авансового платежа по налогу, исходя из ставки налога и фактически полученных доходов, рассчитанных нарастающим итогом с начала налогового периода до окончания соответственно первого квартала, полугодия, девяти месяцев с учетом ранее исчисленных сумм авансовых платежей по налогу.

В соответствии с принятой схемой ведения хозяйственной деятельности, особенности исчисления отдельных налогов и их суммы составят:

*Таблица 18. Расчёт налоговых отчислений ИП Ткачев В.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Налог | Ставка | За первый 4 года работы | | | | |
| 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | ИТОГО |
| Единый налог по УСНО | 6% | 69,6 | 106,2 | 116,82 | 128,4 | 421,02 |

## 

## 9.5 План прибыли

Данный блок, представляющий собой расчет прибылей и убытков, составлен в формате, близком к общераспространенной бухгалтерской форме №2. Настоящий план предназначен для ведения учета доходов и расходов, финансовых результатов (прибыли) и рентабельности предприятия за плановый период, а также учета, анализа и планирования налога на прибыль.

Общие доходы при запланированном товарообороте и размеру торговой наценки (Раздел 7) составят 50,0 тыс. руб./мес. (405тыс. руб./год).

Объем доходов за рассматриваемый период (1,5 года) составит 607,5 тыс. руб.

Общий объем прибыли от реализации после выхода ИП Ткачев В.И на запланированный объем товарооборота составит 100 тыс. руб**./**мес., при этом чистая прибыль – 50 тыс. руб./мес.

Общий объем прибыли от реализации за период расчета (1,5 года), полученной проектом составит 1200 тыс. руб**.**, при этом чистая прибыль – 600 тыс. руб.,

Детальный прогноз прибыли приведен в Приложении №1.

Важнейшим показателем, характеризующим прибыльность деятельности, является простая норма прибыли.

Простая норма прибыли – соотношение чистой прибыли и чистого объема продаж определяется на основе данных отчета о прибылях и убытках за рассматриваемый период и рассчитывается путем деления показателя чистой прибыли на чистый объем продаж (объем выручки за период без учета НДС и аналогичных платежей за вычетом возврата реализованной продукции). Простая норма прибыли отражает ту часть денежных поступлений, которая реально остается в распоряжении предприятия (организации) с каждого рубля продаж.

Для данного инвестиционного проекта простая норма прибыли составляет 50%.

## 

## 9.6 Движение денежных средств

Анализ движения денежных средств, производится с целью определения потребности в денежных средствах, источников их поступлений и направлений использования.

Анализ потоков денежных средств рассмотрен по трем видам деятельности: основной, инвестиционной и финансовой.

Основная деятельность включает поступление и расходование денежных средств, обеспечивающих выполнение основных производственно-коммерческих функций.

Поступления от основной деятельности формируют суммы комиссии по реализуемым изделиям.

В расходы от основной деятельности, помимо текущих затрат на эксплуатацию производства, приведенных в разделе 8, и налоговых платежей, включены затраты на закупку материалов. Инвестиционная деятельность включает использование денежных средств, связанных с приобретением долгосрочных активов и выполнением строительно-монтажных работ.

Планируется, что после выхода предприятия на максимальный объем производства, размер чистых поступлений составит 74,91 тыс. руб./мес. (898,92тыс. руб./год).

# 10. Финансово-экономическая оценка

## 

## 10.1 Коммерческая эффективность

Показатели коммерческой эффективности проекта характеризуют эффективность инвестиций для его непосредственных участников. К показателям коммерческой эффективности относятся:

Чистая текущая стоимость проекта (*NPV*) - представляет собой суммарный доход от проекта, дисконтированный с учетом временной стоимости денег. Дисконтирование – это приведение разновременных временных показателей к одному моменту времени – точке приведения. Показатель *NPV* зависит от ставка дисконта и рассчитывается по формуле:

,



где

*t* – периоды реализации проекта;

*ЧФ(t)* – годовой чистый поток реальных денег в периоды t=1, 2, …, j;

*d* – ставка дисконта.

Показатель *NPV* рассчитывался при ставке дисконтирования 16% в год, что соответствует современным ставкам альтернативных вариантов вложения денежных средств с поправкой на риск. Положительное значение *NPV* свидетельствует о превышении прибыльности проекта над нормой дисконта.

Внутренняя норма доходности на полные инвестиционные затраты (*IRR*) - представляет собой годовую норму чистых наличных поступлений в процессе реализации проекта, то есть представляет собой ту ставку дисконтирования, при которой величина чистого дисконтированного дохода (*NPV*) равна нулю. Это означает, что в ранее приведенной формуле расчета *NPV* должна быть найдена такая величина *d*, для которой при определенных величинах *ЧФ(t) – NPV* равен нулю. Решение получают процессом итеративного подбора с использованием средств электронных таблиц Microsoft Excel. Экономический смысл внутренней нормы доходности состоит в том, что это такая норма доходности инвестиций, при которой предприятию одинаково эффективно инвестировать свой капитал под *IRR* процентов в какие-либо финансовые инструменты.

Индекс доходности (*PI*) - представляет собой соотношение чистого дисконтированного дохода за вычетом дисконтированной стоимости инвестиций и требуемой дисконтированной стоимости инвестиций:

,



где

*DSI* – дисконтированная сумма инвестиционных вложений.

Индекс доходности используется, главным образом, для сравнения существующих альтернатив.

Расчет показателей коммерческой эффективности производился без учета ликвидационной стоимости объекта.

Коммерческая эффективность проекта характеризуется следующими показателями:

Таблица 20. Показатели коммерческой эффективности проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателей | Значение |
| 1. | Срок окупаемости с начала реализации проекта, мес. | 18 |
| 2. | Срок окупаемости с начала работы предприятия, мес. | 16 |
| 3. | Чистая текущая стоимость, тыс. руб. | 166 |
| 4. | Внутренняя норма доходности, % | 71,8% |
| 5. | Индекс доходности | 1,0 |

При проведении финансово-экономических расчетов настоящей инвестиционной программы рассчитана также рентабельность инвестированного капитала (Return of Equity (*ROE*)), характеризующая прибыль, которая приходится на инвестированный капитал:

*ROE = NPAT/ E*;

где *NPAT* - чистая прибыль после налогообложения (Net Profit After Tax);

*E* – инвестированный капитал (Equity).

Учитывая, что величина инвестиций в развитие проекта составит 411 тыс. руб., чистая прибыль оценена равной 214,67 тыс. руб./год, значение показателя рентабельности инвестированного капитала, рассчитанное по указанной выше формуле составит – 52% годовых.

## 

## 10.2 Анализ чувствительности

Количественный анализ чувствительности проекта является составной частью комплексного анализа рисков и заключается в оценке влияния изменения размеров критических параметров производственно-хозяйственной деятельности на основные финансово-экономические показатели бизнес-плана.

При проведении анализа чувствительности проекта произведена оценка влияния на основные финансово-экономические показатели проекта изменения размеров его критических параметров (капитальные вложения, текущие издержки, размер товарооборота, торговая наценка).

Ключевые показатели, по которым проводится анализ чувствительности включают в себя показатели срока окупаемости, чистой текущей стоимости, внутренней нормы доходности и индекса доходности.

К критическим параметрам, влияние которых анализируется в данном разделе относятся:

* объем капитальных вложений;
* объем производства;
* размер комиссии;
* размер текущих издержек.

Степень влияния указанных параметров рассчитывается путем подстановки новых значений в финансово-экономическую модель бизнес-плана и вычисления новых величин ключевых показателей.

Результаты анализа чувствительности приводятся в табличной форме по всем видам критических параметров, указанных выше (Таблица 20 - Таблица22).

Таблица 21. Анализ чувствительности показателей бизнес-плана к объему капитальных вложений

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Показатели бизнес-плана*** | ***Значение показателей при различном уровне изменяемого параметра*** | | | | |
| ***80%*** | ***90%*** | ***100%*** | ***110%*** | ***120%*** |
| Срок окупаемости |  |  |  |  |  |
| значение, мес. | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| изменение абс., мес.. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Чистый дисконтированный доход |  |  |  |  |  |
| значение, тыс. долл. | 166 | 166 | 166 | 166 | 166 |
| изменение абс., тыс. долл. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Внутренняя норма доходности |  |  |  |  |  |
| значение, %. | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% |
| изменение абс., % | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Индекс доходности |  |  |  |  |  |
| значение | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| изменение абс. | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |

Таблица 22. Анализ чувствительности показателей бизнес-плана к объему производства

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Показатели бизнес-плана*** | ***Значение показателей при различном уровне изменяемого параметра*** | | | | |
| ***80%*** | ***90%*** | ***100%*** | ***110%*** | ***120%*** |
| Срок окупаемости |  |  |  |  |  |
| значение, мес. | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| изменение абс., мес. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Чистый дисконтированный доход |  |  |  |  |  |
| значение, тыс. долл. | 166 | 166 | 166 | 166 | 166 |
| изменение абс., тыс. долл. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Внутренняя норма доходности |  |  |  |  |  |
| значение, %. | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% |
| изменение абс., % | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Индекс доходности |  |  |  |  |  |
| значение | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| изменение абс. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |

Таблица 23. Анализ чувствительности показателей бизнес-плана к размеру комиссии

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Показатели бизнес-плана*** | ***Значение показателей при различном уровне изменяемого параметра*** | | | | |
| ***80%*** | ***90%*** | ***100%*** | ***110%*** | ***120%*** |
| Срок окупаемости |  |  |  |  |  |
| значение, мес. | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| изменение абс., мес.. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Чистый дисконтированный доход |  |  |  |  |  |
| значение, тыс. долл. | 166 | 166 | 166 | 166 | 166 |
| изменение абс., тыс. долл. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Внутренняя норма доходности |  |  |  |  |  |
| значение, %. | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% | 71,8% |
| изменение абс., % | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |

Таблица 24. Анализ чувствительности показателей бизнес-плана к размеру текущих издержек

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Показатели бизнес-плана*** | ***Значение показателей при различном уровне изменяемого параметра*** | | | | |
| ***80%*** | ***90%*** | ***100%*** | ***110%*** | ***120%*** |
| Срок окупаемости |  |  |  |  |  |
| значение, мес. | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| изменение абс., мес.. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |
| Чистый дисконтированный доход |  |  |  |  |  |
| значение, тыс. долл. | 194 | 180 | 166 | 153 | 139 |
| изменение абс., тыс. долл. | 27 | 14 | 0 | -14 | -27 |
| изменение относит., % | +16% | +8% | +0% | -8% | -16% |
| Внутренняя норма доходности |  |  |  |  |  |
| значение, %. | 79,6% | 75,7% | 71,8% | 67,8% | 63,7% |
| изменение абс., % | 7,8% | 3,9% | 0,0% | -4,0% | -8,1% |
| изменение относит., % | +11% | +5% | +0% | -6% | -11% |
| Индекс доходности |  |  |  |  |  |
| значение | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| изменение абс. | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| изменение относит., % | +0% | +0% | +0% | +0% | +0% |

По результатам проведенного анализа проекта можно сделать вывод о его достаточной чувствительности к снижению объёма производства и размера комиссии.

Незначительное влияние на показатели эффективности проекта оказывает изменение размеров текущих издержек.

# 

# 11. Оценка рисков и мероприятия по их ограничению

В дополнение к анализу рисков по модели чувствительности критериальных показателей (срок окупаемости, внутренняя норма доходности, чистая текущая стоимость проекта) к изменению основных факторов и условий реализации проекта (капитальные вложения, валовой доход), изложенному в разделе «Финансово-экономическая оценка» данной работы, ниже дается индивидуальная качественная оценка наиболее значимых видов рисков и определены способы их контроля и ограничения. Имеется в виду, что все технические, организационные, финансовые и управленческие решения в рамках проекта будут предприниматься с учетом изложенной в данном разделе концепции контроля и ограничения рисков.

## 

## 11.1 Контролируемые риски

*Коммерческий риск* (риск снижения объемов производства по сравнению с запланированным) ограничивается правильным выбором маркетинговой стратегии и ценовой политики проекта, а также проведением рекламных акций и непрерывного мониторинга пациентов и осуществлением гибкой ассортиментной политики. Следует учесть, что при финансово-экономической оценке проекта создания медицинского кабинета ИП Ткачев В.И, принималась достаточно осторожная оценка размера объёма производства.

*Риск доходности* (риск неполучения намечаемого уровня доходности проекта) ограничивается за счет правильной ценовой политики, выбора размера комиссии на среднем рыночном уровне, налогового планирования и контроля за издержками.

*Технические риски* сводятся к минимальному уровню путем. так как от оборудования зависит не большая доля предоставляемых услуг и остальная принадлежит профессионализму врача и обслуживающего персонала.

*Финансовые риски* (риски неплатежей, задержки платежей и другие) устраняются за счет выбора эффективных способов платежей, выбора эффективно работающего банка с развитой инкассаторской службой.

*Риск конкуренции,* устраняется на ранних стадиях развития проекта, так как предприятие является монополистом и имеет право делать наценку более 50% и диктовать условия на локальном рынке медицинских услуг.

## 

## 11.2 Неконтролируемые риски

*Регулятивные риски*, т.е. риски, обусловленные изменением законодательства и нормативных процедур, ограничиваются юридической экспертизой проекта до его начала и юридической поддержкой в ходе их реализации.

*Риск возникновения неблагоприятных экологических последствий сведён к* минимуму в силу специфики проекта создания и эксплуатации производственного предприятия, и ограничивается выполнением норм по ОТ, ТБ и ООС.

# 

# 12. Бюджетная эффективность и социальная оценка проекта

Настоящий проект соответствует политике городских властей, направленной на увеличение числа предприятий в г. Благовещенск, которые снижают риск безработицы

Проект учитывает интересы не только непосредственных участников проекта, но также местных властей и общественности за счет следующих выгод:

а) выгоды для бюджета и социально-экономического развития г. Благовещенск:

- привлечение инвестиций в размере 411,0 тыс. руб. полностью из средств внебюджетных источников;

- увеличение объема поступлений в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды не менее чем на 106 тыс. руб./год.

б) выгоды населения:

- увеличения объема услуг в непосредственной близости от места проживания;

- увеличение числа рабочих мест.

# 13. Общая оценка осуществимости проекта

Проведенное исследование показало, что в настоящее время рынок платных услуг находится в стадии бурного роста. Во многом это объясняется улучшением платежеспособности населения и увеличение числа деловых женщин в поселениях Амурской области. По оценкам специалистов, наметившаяся тенденция будет наблюдаться и в ближайшие годы, поэтому настоящий проект создания медицинского кабинета ИП Ткачев В.И может рассматриваться как своевременный и направленный на удовлетворение стабильно спроса на платные медицинские услуги.

Намеченный уровень организации оказания услуг в создаваемом гинекологическом кабинете ИП Ткачев В.И позволяет обеспечить качественно новый уровень обслуживания населения и быть монополистом в сфере оказания данного вида медицинских услуг.

Настоящий проект относится к разряду высокоэффективных, реализуемых с целью получения выгод для всех его участников. Проект самоокупаем, характеризуется высокими для проектов этого уровня финансовыми и экономическими характеристиками:

* срок окупаемости – 18 мес.
* чистая текущая стоимость при ставке дисконтирования 16% - 160 тыс. руб.;
* внутренняя норма доходности – 78,0%;
* индекс доходности – 1,0;
* доходность на инвестированный капитал – 52% годовых.

Проект устойчив к изменению критических параметров, обладает рисками, поддающимися удержанию и не превышающими пределы обычных рисков для подобных проектов.

В целом, проект создания производственного предприятия ИП Ткачев В.И является экономически целесообразным.