**Постановка целей**

Общество с ограниченной ответственностью «Здоровье» является коммерческой организацией с разделенным на вклады учредителей уставным капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей, а также произведенное или приобретенное Обществом в процессе его деятельности принадлежит ему на праве собственности. Общество работает на основе Устава и Учредительного договора, принятых на общем собрании всех его учредителей-собственников. Эти документы регламентируют основные виды деятельности фирмы (розничная торговля), права и обязанности учредителей, доли участия прибыли в уставном капитале и др.

Фирма основана 1 октября 2007 года в городе Москва.

Целью Общества является получение прибыли от продажи продукции, поставляемой различными российскими и зарубежными компаниями.

Целью получения займа является закупка медицинских приборов для последующей их реализации. К ним относятся: слуховые аппараты, электронные градусники, электронные приборы для измерения артериального давления, электрические ингаляторы. Для этой цели нам необходимо получить заемные средства в размере 1 млн. рублей под 14% годовых. Мы рассчитываем на успешную реализацию данной продукции, так как медицинские приборы пользуются стабильно высоким спросом.

Гасить полученный заем фирма планирует ежемесячно равными долями, через месяц после его получения в течение 2 лет.

**2. Описание предприятия и отрасли**

Все услуги, предлагаемые фирмой, полностью отвечают требованиям действующего законодательства. Фирма ООО «Здоровье» зарегистрирована согласно действующему законодательству, имеет товарный знак. Фирма основана в 2002 году и занимает прочные позиции на рынке.

Таблица 1. Фирма ООО «Здоровье» и отрасль,в которой она занята

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Характеристика показателя |
| Организационно-правовая форма предприятия | Общество с ограниченной ответственностью |
| Место регистрации предприятия | 124460 Москва, Зеленоград, 1-ый Западный проезд, д. 7, стр. 1. |
| Изменения, происходящие на предприятии | ООО «Здоровье» планирует открыть ряд филиалов в Московской области |
| Дата начала функционирования предприятия | 1 декабря 2002 г. |
| Календарный план работы | Аптечные пункты: ежедневно, круглосуточно, в 2 смены.Администрация: ПН-ПТ: 8.30–17.00 |

Правовая структура предприятия – общество с ограниченной ответственностью (ООО): см. табл. 1.

ООО «Здоровье» является сетью аптечных пунктов розничной торговли медикаментами, как химически синтезированных средств, так и фитопрепаратов, лекарственных сборов российских и зарубежных производителей.

Компания включает в себя пять филиалов, находящихся по адресу: г. Москва, Зеленоград, корп. 1108; корп. 1505; МЖК, корп. 531; Панфиловский проспект, д. 10; Савелкинский проезд, д. 4.

Как и все общества с ограниченной ответственностью, ООО «Здоровье» характеризуется следующими признаками:

1. Все участники общества отвечают по своим обязательствам только в пределах вкладов;
2. Вклады могут переходить от собственника к собственнику с согласия других участников общества в порядке, предусмотренным уставом;
3. Юридическим лицом является как само общество, так и его вклады.

Срок окупаемости первоначальных инвестиций составляет 1 год.

Форма ведения бухгалтерского учета на предприятии является централизованной; учет автоматизированный.

Руководство предприятия представлено учредителями, о которых говорилось выше. В штате бухгалтерии состоят 4 работника, в т.ч. главный бухгалтер. Отдел развития предприятия включает 2-х работников. В филиалах аптеке заняты провизоры, фармацевты, уборщицы, каждый филиал имеет заведующего. Общая численность работников предприятия составляет 45 человек.

Предприятие застраховано в страховой компании ОАО «РОСНО».

Поставщики организации:

1. ОАО «Биохимик», 430030, г. Саранск, ул. Васенко, 15А. Тел./факс: (8342) 47–36–78.
2. ОАО «Фармстандарт-Уфа ВИТА», 450077, Уфа, ул. Хуйдабердина, 28, тел./факс: (347) 272–92–85.
3. ЗАО «Московская фармацевтическая фабрика». 125239, Москва, фармацевтический проезд, д. 1. Тел.: (495) 956–05–71, факс: (495) 4594112
4. ОАО «Верофарм», г. Воронеж, ул. Кольцовская, 80. Факс: (4732) 779490
5. ООО «Розфарм». Тверская обл., Конаковский район, пгт Редкино, ул. Заводская, 1. Тел/факс: (48242) 58189.
6. Пабяницкий фармацевтический з-д Польфа, ул. Пилсудского 5, 95–200 Пабянице, Польша.
7. «ЭГИС Фармасьютикалс Лтд.», Венгрия. 1106 Будапешт.
8. ОАО «Щелковский витаминный завод», г. Щелково, ул. Фабричная, 2, тел. (495) 933–48–62, Факс: (495) 933–48–63.
9. ОАО «Татхимфармпрепараты». 422091, Россия, г. Казань, ул. Беломорская, 260 (843), тел. 571–85–38.
10. ЗАО «Производственная фармацевтическая компания Обновление». 630071, г. Новосибирск, ул. Станционная, 80, тел. (383) 359–11–99.
11. ОАО «Дальхимфарм». 680001, г. Хабаровск, ул. Ташкентская, 22, тел./факс (4212) 53–91–86.
12. Поставщиком медицинской техники является OMRON Healthcare Co., Ltd., Japan, 24, 615–0084.

**3. Характеристика услуг и продукции**

Имеет место услуга доставки лекарств на дом и система предварительных заказов медикаментов.

ООО «Здоровье» осуществляет реализацию различных лекарственных средств, преимущественно отечественного производства, а также лекарственных сборов, биологически активных добавок, лечебной косметики как российских, так и зарубежных производителей.

Фирмой предполагается закупка современной медицинской техники производства японской фирмы OMRON, пользующейся традиционно высоким спросом для последующей ее реализации.

Ассортимент закупаемой техники представлен в таблице 2.

Таблица 2*.* Виды медицинских приборов,предполагаемых к закупке

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Медицинский прибор | Назначение, характеристики |
| 1 | Измеритель артериального давления и частоты пульса автоматический (на запястье). Модель OMRON RX-3 (НЕМ-640-Е) | Данный измеритель измеряет артериальное давление на запястье без использования груши и стетоскопа. Результаты измерения автоматически сохраняются в памяти прибора |
| 2 | Ингаляторы OMRON для ингаляционного лечения | Одним из эффективных способов лечения бронхиальной астмы и аллергии является ингаляторная терапия. Использование данного прибора сводит к минимуму неблагоприятные побочные явления лекарства. Это происходит за счет попадания препарата непосредственно к органам дыхания, минуя кровь |
| 3 | Определитель жировых отложений OMRON BF 306 | Позволяет узнать точное количество и процентное содержание жира в организме |
| 4 | Компактные шагомеры OMRON | Показывают, сколько было сделано шагов и истрачено калорий при беге или пеших прогулок в течение дня |
| 5 | Медицинские массажеры OMRON | Применяются для миотерапии при: мышечной боли; мышечной усталости; напряжении в мышцах |
| 6 | Электронные термометры OMRON | Применяются для измерения температуры у детей, безопасны для ребенка, не содержат вредных веществ и не бьются |

Следует отметить, что медицинская техника зарегистрирована в установленном законодательство РФ порядке:

* Министерство здравоохранения РФ: Регистрационное удостоверение – МЗ РФ №2004/669 от 25.06.04 г.
* Госстандарт РФ: Орган по сертификации средств информатизации, приборостроения, медицинской техники и электрооборудования (ОС «Сертинформ ВНИИНМАШ»). Сертификат соответствия №РОСС JP. МЕ20А02282 от 11.03.05. Соответствует требованиям ГОСТ Р 28703, ГОСТ Р 50267, ГОСТ Р 50444.
* Государственный комитет РФ по стандартизации, метрологии и сертификации: зарегистрирован в Государственном реестре средств измерения под №27766–04.

**4. Маркетинг**

Рынок, на котором функционирует предприятие-рынок услуг.

Сфера услуг является одной из самых перспективных, быстро развивающихся отраслей экономики.

В нашей стране сфера услуг обгоняет производственную сферу по темпам роста и по появлению новых видов услуг, по ее приспособлению к потребностям рынка и потребителей.

Спрос на реализуемую продукцию стабильно растет.

Оценка рынка произведена путем сбора статистической информации. Руководители имеющихся в регионе аптек выступили в качестве независимых экспертов, оценивающих качество продукции различных фирм-поставщиков техники. Статистические данные таковы: 74% опрошенных указали, что наилучшее по всем показателям – японское медицинское оборудование, закупка которого планируется сетью аптек «Здоровье».

Конкурентами ООО «Здоровье» являются: ОАО «Медиал», ЗАО «Аптека на Центральном», ООО «Домашняя аптека», ООО «Ригла», ОАО «ГорЗдрав», ООО «Лавка здоровья»

Метод распределения продукции – через розничную сеть.

1. Покупатель продукции. Рынок сбыта продаваемой продукции очень разнообразен: он охватывает большое число физических лиц, преимущественно пенсионеров и инвалидов.

2. Объем рынка. В настоящее время покупателями продукции являются физические лица г. Зеленограда. В дальнейшем планируется выход в Московскую область.

3. Потенциал роста рынка. За счет открытия нескольких торговых точек в различных районах Подмосковья в ближайшие 3 года планируется увеличение объемов продаж на 30%.

4. Установление цен на продукцию. Цены на продукцию, реализуемую ООО «Здоровье» устанавливают, исходя из оптовых цен, установленных поставщиками на основании сравнительных анализов цен конкурентов. Соблюдается главная цель деятельности предприятия – получение максимальной прибыли.

5. Соотношение цен на продукцию предприятия и цен конкурирующих фирм. В результате сравнительного анализа цены на товары ООО «Здоровье» было выявлено, что они равны ценам на продукцию конкурентов, однако, в отличие от ряда конкурентов, на продукцию устанавливаются скидки, о конкретном размере которых будет говориться ниже.

6. Разработка рекламы. В настоящее время из-за недостатка денежных средств рекламу разрабатывают сотрудники отдела развития ООО «Здоровье». В дальнейшем для разработки рекламных роликов планируется привлекать рекламные компании.

7. Фирменные знаки. У ООО «Здоровье» разработан фирменный логотип и эмблема.

Продаваемая продукция относится к товарам личного пользования (изделия длительного пользования). Привлечение покупателей будет осуществляться посредством рекламы в печатных изданиях, скидок на продукцию. Качество нашей продукции полностью соответствует общепринятым нормам, чему имеются подтверждающие документы.

Реклама фирмы производится посредством газет, наружной рекламы, радио, реклама на месте продажи. Цели рекламной кампании – привлечение новых покупателей, оповещение о предоставляемых скидках на товары.

Выделение групп и основных характеристик применяемых средств рекламы приведено в таблице 3.

Таблица 3. Основные виды применяемых средств рекламы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Средстворекламы | Преимущества | Ограничения |
| Газеты | Оперативность, гибкость, многочисленность аудитории, высокий авторитет на местном рынке. Относительно низкие расходы на один контакт. Возможность привлечь покупателей в лице пенсионеров | Кратковременность существования, невысокое качество печати, помещается рядом с рекламой других отправителей |
| Радио | Массовость аудитории, относительно низкая стоимость одного рекламного контакта | Представление только звуковыми средствами |
| Наружная реклама | Гибкость, высокая частота повторных контактов, яркость и высокое качество, слабая конкуренция | Большие ограничения творческого характера |
| Реклама на месте продажи | Гибкость, относительно высокая эффективность за счет того, что можно здесь же приобрести рекламируемый товар, функциональность некоторых носителей (например, упаковки) | Требует дополнительных знаний и навыков в деле оформления витрин и внутри магазинных выкладок |

**5. Финансовая стратегия**

На заемные средства планируется закупка партии медицинской техники. Прибыль от реализации продукции будет распределена между учредителями пропорционально их вкладам после осуществления необходимых затрат (оплата труда работников, налоговые отчисления и др.). Заемные средства будут возвращены в положенные сроки согласно установленной процентной ставке.

Безубыточность работы предприятия зависит от многих факторов; для анализа безубыточности необходимо определить точку безубыточности, т.е. самоокупаемость предприятия. Точкой безубыточности является такой объем реализации, при котором полученные доходы обеспечивают возмещение всех затрат и расходов, но не дают возможности получать прибыль.

Расчет простой нормы прибыли проекта (данные для расчета приведены в табл. 4).

**ПНП=ЧП/ОИИ**, где:

ЧП – чистая прибыль предприятия (год.);

ОИИ – общие инвестиционные издержки.

ПНП=4 млн. руб./1 млн. руб.=4

Расчет простого срока окупаемости.

**ПСО=ОИИ/(ЧП+АО)**, где:

АО – амортизационные отчисления.

ПСО=1 млн. руб./(9 млн. руб.+1 млн. руб.)=0,1

Расчет точки безубыточности проекта.

**ТБ=(СС-УПЗ)/(ВР-УПЗ),** где:

СС-себестоимость продукции;

УПЗ – условно-переменные затраты;

ВР – выручка от реализации.

ТБ=(8 млн. руб.-7000 руб.)/(9 млн. руб.-2000000 руб.)=11,42% к объему продукции

Таблица 4.Финансовые данные,необходимые для расчета точки безубыточности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№ | Статьи калькуляции | Показатели |
| 1 | Выручка от реализации | 9 млн. руб. |
| 2 | Чистая прибыль предприятия | 4 млн. руб. |
| 3 | Общие инвестиционные издержки | 1 млн. руб. |
| 4 | Амортизационные отчисления | 1 млн. руб. |
| 5 | Себестоимость продукции | 8 млн. руб. |
| 6 | Условно-переменные затраты | 2 млн. руб. |

Ниже приведен агрегированный баланс предприятия, т.е. баланс, приближенный к стандартам международной финансовой отчетности.

Таблица 5.Баланс предприятия за 2008 год.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Активы | Сумма (тыс. руб.) | Пассивы | Сумма (тыс. руб.) |
| Оборотные средства текущие активы | 8000 | Краткосрочные обязательства | 1000 |
| Основные средства постоянные активы | 4000 | Долгосрочные обязательства | 3000 |
| Другие (нематериальные активы) | 300 | Собственный (акционерный) капитал | 8300 |
| Итого активов | 12 300 | Итого пассивов | 12 300 |

Финансовые показатели, необходимые для целостной характеристики финансового состояния ООО «Здоровье», такие, как показатели финансовой устойчивости, платежеспособности, приводятся в приложениях 1, 2.

**6. Конкуренция и конкурентное преимущество**

Конкурентами ООО «Здоровье» являются: ОАО «Медиал», ЗАО «Аптека на Центральном», ООО «Ригла», ОАО «ГорЗдрав», ООО «Лавка здоровья», ООО «Домашняя аптека».

У фирм ЗАО «Аптека на Центральном», ООО «Ригла» режим работы не является круглосуточным: ПН-СБ: 7.00–22.00; ВС-8.00–18.00. ОАО «ГорЗдрав» имеет режим следующий работы: ПН-СБ: 7.00–21.00, ВС-выходной.

Конкурентными преимуществами являются: качество товара и более низкая цена на продукцию, предоставляемые скидки, а также внимательное, предупредительное отношение персонала к покупателям. Имеет место услуга доставки лекарств на дом и система предварительных заказов медикаментов.

Также к конкурентным преимуществам можно отнести выгодное местоположение: все аптечные пункты находятся в местах с большой проходимостью покупателей. Режим работы аптек круглосуточный, без перерывов на обед и выходных.

**6. Потенциальные риски**

Основные затраты связаны с приобретением товаров у поставщика с целью последующей их реализации. Возможным риском является отсутствие спроса на данную продукцию; решением этой проблемы является предоставление гибкой системы скидок, проведение рекламных акций.

**Заключение**

Бизнес-план позволяет объективно оценить результаты рыночной деятельности предприятия и принять проектно-инвестиционные решения в соответствии с потребностями рынка.

В нем характеризуются основные аспекты предприятия, анализируются проблемы и методы их решений.

Данная сеть позволяет удовлетворять покупательский спрос на различные медикаменты, а также на лечебную косметику, товары для здоровья.

Сеть аптек ООО «Здоровье» обладает такими конкурентными преимуществами, как качество товара и более низкая цена на продукцию, предоставляемые скидки, а также внимательное, предупредительное отношение персонала к покупателям. Имеет место услуга доставки лекарств на дом и система предварительных заказов медикаментов. Также к конкурентным преимуществам можно отнести выгодное местоположение: все аптечные пункты находятся в местах с большой проходимостью покупателей.

Срок окупаемости первоначальных инвестиций составляет 1 год.

Ожидаемая прибыль составляет 3 млн. руб.

**Список литературы:**

1. Акуленок Д.Н., Юбуров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К.

Бизнес-план фирмы: Комментарий к методике составления. Реальный пример. – М., 2000.

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента /Уч. пособие, – М.: Финансы и статистика. – 2006.
2. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов / Пер. с англ. Под ред. Л.П. Белых. – М.: Банки и биржи. Изд. объед. «ЮНИТИ». – 2008.
3. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами. – М.: Финансы и статистика. – 2008.
4. Введение в рыночную экономику. / Под ред. А.Я. Лившица, И.Н. Никулиной. – М.: Высшая школа. – 2007.