

Бизнес-планирование в здравоохранении.



Подготовил: Касанов. Р.

Группа: 343-1

Факультет: О.М.

Проверила: Талкимбаева Н. А.

План лекции:

- Бизнес-план – понятие
- Цель разработки бизнес-плана
- Структура бизнес-плана
- Последовательность составления бизнес-плана
- Заключение
- Используемая литература

Бизнес-план

- это документ, в котором обосновывается предпринимательский замысел и излагается программа воплощения задуманного в жизнь
- это целостная программа, в которой представлены экономические, технические и организационные мероприятия, а так же прогнозные оценки и необходимые мероприятия для осуществления бизнес-плана на практике

2 причины для составления бизнес-плана

- Средство для привлечения инвесторов (получение денежных средств или деловых партнеров)
- Эффективный инструмент управления (определение перспектив развития и роста, контроль текущей ситуации)

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.

Планирование деятельности предприятия с помощью бизнес-плана имеет немало плюсов:



Объем работ по составлению бизнес-плана (различная степень детализации)



перепрофилирование
структурного
подразделения уже
функционирующего
учреждения

открытие нового
подразделения
(организации)

Бизнес-план – документ перспективный, и составлять его рекомендуется на 3-5 лет вперед.

Основные показатели для первого года следует отражать в ежемесячной разбивке, для второго года – в поквартальной и лишь, начиная с третьего года, можно ограничиваться годовыми показателями.

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

ЭТАПЫ

Этап 1 – Чего мы хотим достичь?

Этап 2 – Каков наилучший путь к цели?

Этап 3 – Что необходимо сделать для достижения цели?

Этап 4 – Какова очередность необходимых действий?

Этап 5 – Какие ресурсы необходимы для достижения цели?

Этап 6 – Выполнимо ли намеченное?

Этап 7 – Кто, что и когда должен сделать?



СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА (разделы)

- Введение
- **1. Характеристика предприятия:**
- 1.1. Общие сведения о предприятии.
- 1.2. Направления деятельности предприятия.
- 1.3. Проблемы и перспективы развития компании.
- **2. Анализ рынка и тенденций его развития:**
- 2.1. Анализ ситуации в отрасли.
- 2.2. Характеристика и оценка деятельности конкурентов.
- 2.3. Анализ потребителей.
- **3. Концепция проекта и стратегия его реализации:**
- 3.1. Цели проекта.
- 3.2. Описание продукции (услуги).
- 3.3. Стратегия осуществления проекта.
- **4. План маркетинга:**
- 4.1. Разработка торговой марки продукции (услуги).
- 4.2. Ценовая политика.
- 4.3. Коммуникационная политика.
- 4.4. Распределительная политика.
- **5. Производственный план:**
- 5.1. Прогноз объемов производства продукции (услуг).
- 5.2. Определение потребности в оборудовании и материалах.
- 5.3. Определение потребности в персонале.
- 6. Организационный план:
- **6.1. Организационная структура.**
- 6.2. План повышения квалификации персонала.
- 6.3. График реализации проекта.
- **7. Финансовый план и анализ рисков:**
- 7.1. Прогноз движения денежных средств.
- 7.2. Финансовые результаты проекта.
- 7.3. Показатели экономической эффективности.
- 7.4. Оценка рисков.
- Библиографический список.
- Приложения.

Последовательность составления бизнес-плана:

- ✓ принимается решение о внедрении мероприятий по совершенствованию действующей медицинской организации или о создании новой организационно-правовой формы (например, медицинской автономной некоммерческой организации);
- ✓ оцениваются собственные возможности ЛПУ в реализации проекта;
- ✓ выбираются медицинские услуги, оказание которых будет целью проекта;
- ✓ исследуется возможность рынка данных медицинских услуг;

- ✓ выбирается место для осуществления намеченной деятельности;
- ✓ разрабатываются:
 - план производства;
 - план маркетинга;
 - организационный план;
 - финансовый план;
- ✓ анализируются возможные риски от данного проекта;
- ✓ составляется резюме к бизнес-плану, которое в окончательном тексте становится первым разделом документа.

Чтобы разработать эффективный план, необходимо проанализировать внешнюю среду и фактическое состояние медицинского учреждения.

Внешняя среда:

- перспективы развития здравоохранения и рынка медицинских услуг, состояние конкуренции;
- потребители медицинских услуг;
- тенденции развития внешнего окружения, не подконтрольные медицинской организации, но оказывающие влияние на ее деятельность.

Анализ внешней среды позволяет оценить как опасности извне, которые могут затруднить деятельность ЛПУ, так и возможности, способные помочь достижению намеченных целей.

Внутренняя среда:

- маркетинг;
- финансы;
- производственная деятельность;
- человеческие ресурсы;
- административная деятельность.

Анализ внутренней среды направлен на выявление сильных и слабых сторон медицинского учреждения, определение участков для совершенствования.

Если медицинская организация решает вводить платные медицинские услуги или расширяет их перечень, составлению бизнес-плана должна предшествовать следующая работа по сбору информации:

- изучаются источники и объемы финансирования;
- анализируется оказываемая помощь по видам, качеству, своевременности и доступности;
- определяются суммы недофинансирования по всем источникам;
- определяются виды услуг, предлагаемых населению за плату;
- изучается материально-техническая база учреждения;
- изучается спрос населения;
- проводится характеристика и оценка кадров по квалификации, возрасту, стажу;
- определяется план по объему деятельности;
- определяется ожидаемый доход.

Виды цены:

1. Рентабельная (прибыльная):

Цена = Себестоимость + прибыль

2. Безубыточная:

Цена = Себестоимость

3. Демпинговая:

Цена < Себестоимость

Заключени

Коммерциализация здравоохранения, выражающаяся в увеличении объема платных медицинских услуг, внедрении различных организационно-правовых форм предпринимательства и развитии частной врачебной практики, предопределяет изменение экономического статуса медицинской организации.

Теперь и пациент, и ЛПУ являются участниками рынка медицинских услуг. В этих условиях возрастает значение такого направления деятельности самостоятельно хозяйствующей услугопроизводящей организации, как бизнес-планирование.

Используемая литература

- Баликоев В. З. Общая экономическая теория: Учеб. пособ. – Новосибирск: ТОО ЮКЭА НПК «Модус», 2009. – 416 с.
- Деловое планирование: Учеб. пособ/ Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 478 с.
- Любанова Т. П. и др. Бизнес-план: Опыт, проблемы: Учеб. пособ. – М.: ПРИОР, 2005. – 789 с.
- Маркова В.Д., Кравченко Н. А. Бизнес-планирование , Маркетинг : Практическое пособие. – Новосибирск: