

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

БИЗНЕС-ПЛАН СТОМАТОЛОГИЧЕСКОГО КАБИНЕТА

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
заочной формы обучения, группы 05001465
Маковой Софии Владимировны

Научный руководитель
к.с.н., доцент
Тхориков Б.А.

БЕЛГОРОД 2018

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические особенности разработки бизнес-плана....	5
1.1 Бизнес-план и его понятие, сущность, виды.....	5
1.2 Разработка бизнес-плана.....	7
1.3 Основные проблемы при разработке бизнес-плана.....	16
Глава 2 Бизнес-план стоматологического кабинета «Denta- plus».....	18
2.1 Резюме бизнес-плана.....	18
2.2 Общая характеристика услуги.....	20
2.3 Анализ рыночной ситуации в области оказания стоматологических услуг.....	23
2.4 План маркетинга.....	25
2.5 Производственный план.....	32
2.6 Организационный план	35
2.7 Анализ рисков	38
2.8 Финансовый план	40
Заключение.....	41
Список литературы.....	42
Приложение.....	47

Введение

Актуальность темы исследования заключается в том, что успешная деятельность компании на рынке в основном зависит от возможности руководителя направить свои ресурсы на достижение своих целей и пользоваться ими с максимальным результатом. Предприятие будет успешно, только если директор сможет правильно организовать финансовую и экономическую активность, стимулирует обработку и подготовку информации о состоянии рынка, проанализирует специфику работы на нем конкурентных фирм, составит план своих перспектив и возможностей. В большой мере этому помогает использовать такой инструмент, как бизнес-план. Зачастую, качественное планирование оказывается значительным фактором длительной работы предприятия и его доходности.

Объект исследования – процесс создания бизнес-плана стоматологического кабинета «Denta-plus».

Предмет исследования – методика разработки бизнес-плана стоматологического кабинета «Denta-plus».

Цель исследования – разработать бизнес-план стоматологического кабинета, который будет оказывать весь ассортимент стоматологических услуг в области ортопедии.

Согласно этой цели, были установлены и решены следующие **задачи**:

- разобрать теоретические и методологические аспекты создания бизнес-плана для компаний;
- изучить структуру и главные вопросы при разработке плана;
- разработать бизнес-план на примере стоматологического кабинета «Denta-plus».

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы отечественных и зарубежных ученых по проблеме составления и реализации бизнес-планов.

В трудах таких авторов как: П.И. Орловой, В.А. Горемыкина, В.С. Алиева, К.В. Пивоварова, А.М. Сатаева, В.З. Черняка – основательно отображено структура процесса создания бизнес-плана. На примерах рассматриваются принципы, алгоритмы, методы, приемы составления бизнес-плана.

В научных работах Г. Гильзатуллиной, О.В. Калинина, Б. Левоу во всех подробностях раскрывается процесс составления бизнес-плана по открытию стоматологического кабинета.

Эмпирической базой исследования являются законодательные акты, ресурсы сети Internet по изучаемой теме, результаты авторского анализа.

Методы исследования: системный, функциональный и маркетинговый подходы, метод сравнения, аналитический и статистический методы, прогнозирование, табличное представление материалов.

Практическая значимость исследования состоит в том, что исходя из полученных данных есть возможность открытия и реализация проекта стоматологического кабинета ООО «Denta-plus».

Структура выпускной квалификационной работы. Работа включает введение, две главы, а также заключение, список литературы, приложение.

Глава 1 Теоретические особенности разработки бизнес-плана

1.1 Бизнес-план и его понятие, сущность, виды

Есть огромное количество синонимов и объяснений слов «бизнес-план». Это словосочетание переводится как планирование действий фирмы. Он представляет собой документ, в котором прописана схема действий предпринимателя, система упорядоченно спланированных действий для того, чтоб достигнуть установленных целей, таких как вовлечение инвесторов, снижение потерь, получение дохода и прибыли. В плане отображаются главные аспекты потенциальной коммерческой фирмы, анализируются возможные вопросы в будущем и прописываются методы их решения.

Планирование - это установка целей продвижения определенных мыслей, обработка способов и методов достижения нужных результатов, разработка мероприятий как на ближайшее, так и на будущее время.

В России планирование функционирования предприятий как элемент деятельности стало известным в девяностых годах 20-го века. Тогда же огромная часть фирм применяли подкрепления в технической и экономической сфере.

В процессе развития рынка и его экономики, международных отношений, создание планов в бизнесе вызывает все большую уверенность. В 1994-1995 годах такой план становится необходимым документом, который применяется в определенных целях – для упрощения расчетов результативности предприятия с точки зрения экономики и определения правильности инвестирования [21, с. 76].

По существу бизнес-планирование – это формулирование четких конкретных ответов на ряд вопросов.

Зависимо от объема и типа заданий, которые нужно произвести фирме, выделяют следующие типы планирования бизнеса:

1) *Производственный план.* Он нужен для того, чтоб спрогнозировать и спланировать дальнейшую работу фирмы. Также он необходим для определения целей в развитии, для решения проблем и вопросов в будущем, с которыми фирма столкнется, когда будет достигать своих целей. Также он необходим, чтоб обозначить способы преодоления проблем с наименьшими затратами средств.

2) *Бизнес-план инвестиций.* Это – главный способ привлечения инвестиций. В него входят строительство, улучшение технологий, в общем, все, что связано с инвестированием как одной из категорий экономики. В ключе инвестиций необходимо учитывать главные интересы кредиторов – гарантирование отдачи кредитных средств, оплата процентной ставки за пользование им своевременно, без задержек. Большинство структур в сфере инвестиций, а также банки, работают по определенным стандартам и формам инвестирования.

3) *Денежное оздоровление.* Такой план составляет предприятие, находящееся в стадии плохой платежеспособности. Его цель – оздоровить предприятие финансово. Обычно в этот период происходит контроль фирмы извне и управляется компания тоже со стороны. Этот план предполагает то, что компания проходит тяжелый период сотрудничества с заемщиками и с собственниками предприятия, которое считается неплатежеспособным. Составления такого плана, его структура и методы был созданы и приняты управлением по делам о несостоятельности фирмы;

4) *План получения займов* создается для того, чтоб увеличить сумму средств, находящихся в обороте, и чтобы воплотить проекты широкого масштаба, касающиеся улучшения функционирующего производства.

1.2 Разработка бизнес-плана

Бизнес-план – это документ, который создан с экономической точки зрения и носит исследовательский характер. В нем отображается реальность

реализации проекта. Также этот план работает как способ функциональной рекламы, ориентированной на инвестиции и партнерство. Естественно, он пишется на понятном языке, который прост для понимания бизнес-партнеров, финансистов, банкиров. Данные, которые определяют пункты плана, обязаны быть точными и емкими, но сравнительно короткими [30, с. 67].

На структуру бизнес-плана влияют определенные факторы. Изначально это касается развития фирмы, ее перспективности и специфики работы. Также это влияет на рынок, где работает эта компания [17, с. 160].

Есть конкретные важные моменты, которые надо учитывать при составлении бизнес-плана: описание обязательности, реальности и количества выпуска продуктов предприятия, а также услуг, которые предлагает фирма; выделение и обоснование способности продукции к конкуренции на рынке и отдельных его сегментах для конкретно этой продукции; оценивание результативности работы компании; подтверждение наличия необходимого капитала фирмы и определение будущих истоков денежных средств.

Бизнес-план нужно составлять на перспективу, примерно в 3-5 лет. На первый год разумнее всего будет рассчитать на каждый месяц, на второй год – можно уже на каждый квартал. В общем, срок функционирования плана напрямую зависит от характера и масштаба работы компании. Главное требование к бизнес-плану – его длительности должно хватать для полноценного окончания воплощения данного проекта либо его выхода на рассчитанную мощность производства и реализации продукции, для расчета срока окупаемости денег, которые были вложены, и общей рентабельности предприятия.

Перед составлением бизнес-плана происходят широкие подготовительные действия специалистов, которые включают:

— накопление и анализ сведений о продукте, который компания собирается производить или уже производит;

- обзор информации о рынке и возможностях сбыта продукта фирмы;
- анализ состояния фирмы и ее возможность быть достойным конкурентом;
- расчет возможности развития и перспектив выбранного сегмента производства;
- выделение потребности и возможность обеспечить компанию необходимым оборудованием, площадью, работниками и другими факторами правильного производства;
- определение денежных ресурсов и поиск источников их вовлечения;
- подготовка отчета о прибыли и убытках, о движении денежных средств, о прогнозированном балансе фирмы и других бухгалтерских бумаг;
- расчет результативности и определения направления, масштабов проекта, который предлагается;
- оформление структуры организации и руководства фирмой, обеспечения с правовой точки зрения и диаграммы правильного осуществления идеи;
- решение проблем касательных анализа риска и гарантирования [14, с. 160].

Важнейшие части рынка для фирмы или главных ее конкурентов для более внимательного анализа можно вынести в отдельный пункт плана.

На данный момент нет строго регламентированной формы планирования бизнеса. Но в нем предусмотрены разделы, где расписаны цели проекта и главная его идея. В плане отдельно раскрывается специфика продукта, который производит компания, то, насколько он удовлетворяет потребности рынка. Также предоставляется оценивание рынка и диагностика стратегии развития фирмы на конкретных сегментах. Определяется структура организации и изготовления, создается денежный план проекта – тактика финансирования и предложений касательно инвестирования.

Примерный бизнес-план может выглядеть примерно так:

- резюме;
- описание товаров (услуг), производимых предприятием;
- анализ рынка сбыта;
- организационная структура управления;
- маркетинговый план;
- производственный план;
- оценка риска;
- финансовый план;
- приложения к бизнес-плану.

Резюме – короткое содержание плана.

В чем цель первой части плана? В том, чтобы предоставить краткий анализ предприятия, отобразить потенциал и задачи компании, тактику их исполнения, плюсы фирмы по сравнению с конкурентами, показать компетентность и профессиональность администраторов, необходимое количество инвестиций.

В этой части по большей мере показывается то, куда хочет двигаться фирма, каково ее место в процессе производства продукта для реализации. Также здесь можно увидеть информацию об услугах, которые оказывает фирма – в торговой среде, в сервисной, в ключе посредников. Еще здесь можно найти описание продукции, которую будет предлагать компания.

И, наконец, главная *задача резюме* – определение того, что с планом нужно обязательно ознакомиться. Это привлекает инвестиции, показывает четкую информацию о компании, делает акцент на сильных сторонах фирмы и говорит о том, что нужно ознакомиться с планом до конца.

Описание товаров или услуг, которые предлагает предприятие.

Эта часть – одна из самых важнейших в создании и работе предприятия. Перед тем, как непосредственно приступить к описанию выигрышных сторон фирмы, владелец должен сделать полное описание всех товаров или услуг, которые компания будет предлагать покупателям, со всех

сторон. Перед составлением этого раздела происходит огромная предшествующая работа, которая касается выбора товара, что будет основой функционирования фирмы. Для этого нужно дать ответы на такие вопросы:

- какие товары будет предлагать фирма, их особенности и описание;
- картинка образца будущего товара (фотография или рисунок);
- название;
- какие потребности (настоящие и будущие) будут удовлетворять товары, предлагаемые предприятием;
- насколько часто покупаются эти товары;
- сколько стоит товар;
- насколько эти товары отвечают обязательным требованиям стандартов или сертификатов;
- какое время они будут предлагаться;
- на каких рынках можно эту продукцию купить;
- почему покупатели будут предпочитать именно данные продукты.

Еще здесь нужно указать общее описание формы, ее эстетичный вид, химические и физические характеристики материалов, из которых сделано изделие, технический уровень, параметры качества продукта, его индивидуальные свойства, экологичности, безопасности, комфортность администрирования. Продукты фирмы можно сравнить с производимыми и уже реализуемыми продуктами, аналогами.

Немало важно, чтобы продукт компании характеризовался именно с точки зрения конкретных плюсов и выгод, которые получает покупатель/клиент в результате приобретения или использования данного продукта.

В этой части бизнес-плана показывается и организация сервиса предоставления товара или услуги. На практике видно, что обязательное условие успешности продажи товара на рынке конкурентов – достаточно качественный сервис. Он должен отвечать запросам рынка и соответствовать

видам продукции, которая успешно продается и, соответственно, покупается. Также следует учитывать очень переменчивые требования рынка к покупательским характеристикам продукта и услуги, то есть отличаться эластичностью и податливостью.

Анализ рынка сбыта.

Производственная компания функционирует на потребителей. Следовательно, перед тем, как сделать продукт, необходимо определить его будущих покупателей. Кроме того следует проанализировать рынок, на котором планируется предоставление данного товара. В этой части бизнес-плана желательно рассмотреть и показать потенциал будущих конкурентов, которые производят и «выбрасывают» на рынок похожий или аналогичный товар или товары, которые могут заменить друг друга.

Конкуренты:

- фирмы, которые производят и предоставляют к покупке этот товар на выбранном вами пространстве рынка;
- продавцы, которые перепродают товар, приобретая его на пространстве рынка и реализуя его на выбранном вами рынке.

Нужно обязательно поделить рынок на сегменты и выделить емкость всех рынков по продукту компании. Необходимо сделать анализ того, насколько быстро продукт/услуга закрепится на рынке, и описать возможность его будущего продвижения, основные факторы, которые могут на это повлиять.

Организационная структура управления.

В этой части плана описывается форма предполагаемого ведения бизнеса предпринимателем. Каждая такая форма имеет свои плюсы и минусы. Также она имеет определенные особенности, которые могут наложить некоторый след на руководство и администрирование. Также нужно отметить, является ли эта фирма снова организованной или действующей или расширяющей сферу своей деятельности. После этого описывается принцип создания фирмы (возникла ли она в результате

разделения или присоединения). Прописываются даты запуска предпринимательского процесса фирмы, ее графики работы, возможная сезонность.

Необходимо конкретно выделить главные должности руководителей на предприятии, а еще прописать специалистов, которые будут занимать эти места. Нужно определить, кто у кого в подчинении, кто принимает последние решения в контексте предприятия. Также нужно дать короткое описание их рабочих качеств, которые свидетельствуют о возможности управленцев исполнять в полной мере свои функции.

Административная работа предусматривает правильную организацию и достойный раздел функций, налаженную систему связи, а также квалифицированность менеджерского персонала. Он оказывает одно из главных воздействий на развитие организации, на решение поточных и будущих задач производства [11, с. 354].

Потенциальные подрядчики и заемщики интересуются полнотой и правильностью данных. В этом фрагменте бизнес-плана необходимо прописать образование, уровень квалификации, стаж работы достижения в профессиональном плане и обеспечение сотрудников информацией. Немаловажными являются нормы поведения сотрудников. От этого напрямую зависит успешность фирмы. На практике видно, что самую большую отдачу нужно искать там, где личный интерес в совокупности с профессиональными качествами каждого сотрудника отображается на работе предприятия. Организация правильных сотрудников – исключительный момент управления, который предусматривает отличную осведомленность в деле, контакт с людьми, понимание психологии клиентов.

Маркетинговый план.

В этой части плана описываются основные тактики, задания и цели рекламы. Также здесь описываются целевых частей рынка, создается прогнозирование реализации, стратегии маркетинга и продажи товара, определяется порядок реализации и возможности сбыта продукта. Здесь

обрисовывается то, что должно быть произведено, в какое время, кто это будет делать и сколько для этого нужно денег. Все эти вещи повязаны, из-за чего их очень трудно разделить. Требуется совокупное решение, и поэтому начинать создавать этот вид плана можно как с конечного пункта, так и с любого другого [17, с. 196].

Информация в этой части должна быть предоставлена очень кратко, просто и понятно для огромного круга профессионалов – от банкиров до менеджеров и администраторов компании. Задание, которое предстоит разобрать в данном разделе, состоит в описании концепции рекламы и в том, чтобы предложить фирму в самом выгодном для нее свете, подчеркнуть привлекательность инвестирования в ее работу.

Производственный план.

Эта часть включает в себя описание требований к площадям и оснащению, выделение потребности в работниках фирмы, описание мощностей производства и самого процесса создания продукта, необходимости заключения договоров с подрядчиками.

В соответствии с планами приготовления продукта, определяется необходимость в материалах. Вся информация о поставщиках показывается в планах создания продуктов. Здесь следует описать также контролирование качества созданной продукции.

Если сослаться на выводы рекламных исследований, можно увидеть информацию о четком прогнозе увеличения сферы производства фирмы и актуальности данного товара. Также стоит изучить расчеты, касающиеся возможностей компании, учитывая контекст расширения ассортимента производства. Можно улучшить и увеличить процесс производства товара, расширить ассортимент продукции. Бесспорно, избежать старения товаров и технологии не удастся. Поэтому научные проблемы приходится решать абсолютно любому предприятию. Эта деятельность тоже должна быть включена в производственный план.

Эта часть бизнес-плана должна убедить будущих партнеров и

заемщиков в том, что фирма готова к старту, и данное предприятие – надежный клиент для их инвестиций.

Оценка риска.

Контроль над рисками – один из самых важных разделов в планировании. Важность этого раздела в том, что потенциальные партнеры и вкладчики хотят обладать информацией обо всех потенциальных трудностях и проблемах предприятия. Они хотят знать, каким образом собственник, менеджеры и администраторы планируют решать рискованные ситуации, насколько эффективные внутри компании подходы к уменьшению потерь в случае любых потерь. Экономическое и финансовое состояние фирмы зависит от разных форм проявления рисков. Иногда это существенно влияет на функционирование компании.

Финансовый план.

Финансовый план – заключительная часть плана бизнеса. Планирование финансов в компании – это план всей прибыли и трат денег для того, чтобы обеспечить успешный рост фирмы. Такие действия происходят с созданием денежных планов – поточных, срочных, на будущее. Такой план подытоживает все прошлые части в денежном эквиваленте и показывает данные о денежных течениях, суммах инвестиций, количествах проданной продукции, сводки источников и задачах используемых денег, сроки, за которые окупятся инвестиции, соотношение прибыли и трат в процентах, оборот кредитных и личных средств. Здесь описываются истоки и время отдачи заемных средств, термины оплаты процентов владельцам акций общества [37, с. 205].

Приложение к бизнес-плану.

В Дополнениях чаще всего описываются определенные бумаги, которые помогают обосновать и описать те или иные пункты документа.

1.3 Основные проблемы при разработке бизнес-плана

Сейчас ни один юридический документ не регламентирует обязанность

написания плана. Зарубежная практика и небольшой опыт отечественных предприятий свидетельствуют о том, что его все-таки следует составить. В нашей стране пока еще нет регулирования большинства денежных вопросов касательных развития экономики в контексте предприятия. Финансовое описание компании на данный момент может обеспечить только предпринимательский план [36, с. 52].

Если руководитель не хочет написать план, значит, он не подготовлен к провалам, неудачам, которые обязательно встретятся на пути развития компании. Естественно, в случае проблем он действует методом импровизации, а это в свою очередь может привести к плачевному результату. Поэтому не стоит экономить на этом время и лучше заняться разработкой бизнес-плана. Стоит заметить, что на создание плана большого проекта может уйти до двухсот часов.

Основной проблемой руководителей по экспертным данным могут стать:

- слабая компетентность (пятьдесят процентов провалов), то есть беспомощность в руководстве по некоторым вопросам;
- недостаток знаний в управлении (шестнадцать процентов провалов)
- неспособность руководителя наладить работу даже самой маленькой группы специалистов;
- недостаточный объем знаний и навыков (шестнадцать процентов провалов).

В России такой план еще работает не полностью и не получил огласки по следующим причинам:

- очень малое количество руководителей понимают важность этого документа, остальные продолжают полагаться на свою интуицию и опыт;
- руководителю трудно собирать информацию и сведения, потому что он не имеет опыта в исследовании ситуации на рынке;
- руководитель не умеет планировать бизнес;

— законы страны не пишут о том, что предприятие обязано создавать план, это новый, законодательно не утвержденный документ в функционировании предприятия;

— состояние инвестиций, которое функционирует в нашей стране, вносит некоторые проблемы в процесс написания плана бизнеса.

Когда пишется план, нужно акцентировать внимание на такие моменты:

— *профессиональный взгляд на составление плана* – обращается внимание на вид плана и его смысл; он дает понимание о профессионализме владельца, который утвердит данный документ, поэтому необходимо, чтоб он был понятен, прост и доступен для восприятия и использования;

— *необходимо деление на части* – для этого нужно составить документ так, чтобы инвестор имел возможность мгновенно отыскать в содержании части, которые его интересуют; также необходимо описать каждую часть отдельно; для самого четкого и понятного восприятия данных следует использовать графики, схемы, таблицы диаграммы;

— *обеспечение реальной оценкой бизнес-плана* – бухгалтер обязан тщательно пересмотреть все денежные расчеты и желательно, чтоб резюме по бизнес-плану произвел аудитор; таким образом, будущие инвесторы не должны увидеть ошибки в бизнес-плане.

Итак, составление плана нужно любой фирме, заводу и всей экономике в общем. Процесс заключается в оценке реальности создания продукта, который может составить конкуренцию в измерении размера рынков, его сегментов, оценивании потребности продукта, производящийся фирмой, а также эффективность функционирования данной компании на рынке.

Бизнес-план бесспорно характеризуется как основа управления. С его помощью руководители могут оценить свою компанию со стороны.

Глава 2 Бизнес-план стоматологического кабинета «Denta-plus»

2.1 Резюме бизнес – плана

Предлагается новая фирма – «Denta-plus». Она оказывает определенные виды услуг в сфере стоматологии: подготовительное профилактическое лечение и весь спектр ортопедических услуг. Стоматологический кабинет будет расположен в городе Белгород, улица Щорса, 47б. На такое расположение повлияли два фактора: в радиусе 1 км отсутствуют стоматологические центры и доступный размер арендной платы (50 000 рублей в месяц, включая коммунальные услуги).

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Форма собственности: частная, т.к. кабинет классифицируется, как малое предприятие, то выгодно избрать упрощенную систему налогообложения, вследствие того, что кабинет будет нести довольно большие затраты, оптимальней использовать программу налогообложения «доходы минус расходы» со ставкой 15% от прибыли.

Планируемая дата открытия кабинета: 01 августа 2019 года.

Рабочий график: с 9-00 до 21-00 без перерыва и выходных.

Планируется открыть кабинет на 2 зубоврачебных кресла, будет нанято 10 наемных работников. В скором времени планируется покупка дополнительных зубоврачебных кресел для терапевтического, хирургического, детского приема и приобретение зуботехнической лаборатории.

Настоящий проект представляет собой план создания стоматологического кабинета с денежным оборотом в два года.

Финансирование проекта: банковский кредит в размере 2 000 000 рублей и собственные средства в размере 1 500 000 рублей

Стоимость проекта: 3 500 000 рублей.

Сроки окупаемости: 2 года.

Доход инвестора составит: 168 901 рублей.

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

Возврат заемных средств начинается со второго месяца реализации проекта.

Заложенная процентная ставка по заемным средствам: 10,4%.

Общая сумма начисленных процентов: 168 901 рублей.

Срок окупаемости с начала реализации проекта: 21 месяц.

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 24 месяца.

Необходимые для реализации проекта мероприятия описаны в Приложении А.

2.2 Общая характеристика услуги

Сейчас все меньшее количество человек обращаются за услугами по лечению зубов в государственные поликлиники. Основные этому причины: старое оборудование, не очень приятный персонал и невозможность посетить врача в нужное время. Кроме того, многие из нас связывают посещение стоматолога с самого детства с болью. Поэтому все больше людей выбирают платные услуги, чтобы чувствовать себя комфортно, ощущать вежливое отношение персонала, быть уверенным в правильности лечения. Частные кабинеты привлекают современными материалами, оснащением и грамотными специалистами, возможность попасть на прием в нужное время. Наше предприятие будет соответствовать всем обязательным требованиям. Кабинетов стоматологии сейчас достаточно много, что говорит о прибыльности данного проекта. На данный момент в Белгороде не менее 59 кабинетов.

Полное наименование предприятия: ООО Стоматологический кабинет «Denta-plus» (далее «Denta-plus»).

Основным назначением кабинета является оказание всех видов ортопедических услуг.

«Denta-plus» будет расположен в оживленном районе города по адресу ул. Щорса, 47б. Место отличается привлекательным видом, район благоустроенный, хорошо развита транспортная сеть, что является неоспоримым плюсом. В этой постройке расположено помещение, площадь которого 100 квадратных метров. Расчет пространства для кабинета представлен в таблице 2.2.1. Оно отвечает всем требованиям, которые предъявляются по отношению к медицинским учреждениям.

Таблица 2.2.1 – Расчет площади стоматологического кабинета

Помещения	Площадь, кв. м
Зона приема пациентов (холл)	20
Лечебно-профилактический кабинет	14
Ортопедический кабинет	14
Рентген кабинет	12
Стерилизационная комната	10
Кабинет руководителя	8
Комната для отдыха работников	9
Санузел	4
Коридоры	9
Итого:	100

С собственником помещения заключен договор аренды на 5 лет с возможностью в будущем приобретения помещения в собственность.

ООО «Denta-plus» будет оказывать виды стоматологических услуг:

- осмотр, диагностика, консультация;
- обследование на радиовизиографе;
- протезирование (съемное и несъемное).

Полный перечень предоставляемых услуг и цены на них отображены в Приложении Б.

По предварительным расчетам за день будет осуществляться прием от 10 человек. Этому будет способствовать клиентская база действующих врачей, а также привлечение клиентов Западного микрорайона. В среднем, каждый посетитель будет оставлять по чеку сумму в 3500 рублей. Таким обра-

зом, в месяц выручка составит 1 050 000 рублей, а в год – около 12 млн. 600 тыс. рублей

Такие услуги будут удовлетворять потребности населения Западного микрорайона города Белгород.

Фирма получит государственную лицензию на осуществление деятельности в сфере медицины.

Режим работы стоматологического кабинета будет таким: с понедельника по воскресенье с 9:00 до 21:00, по предварительной записи пациентов. Такой режим позволит любому человеку подобрать удобное время для посещения врача. В настоящее время очень мало кабинетов, которые принимают пациентов по выходным, не только государственные, но и частные клиники. Поэтому наше предприятие получит клиентов среди занятых и деловых людей, у которых нет времени прийти к врачу в будние дни.

Мы гарантируем безопасность услуг за счет того, что полностью соблюдаем санитарные и гигиенические нормы. Для дезинфекции в кабинете будут находиться бактерицидные лампы для очищения воздуха, холодильник для правильного хранения медикаментов, автоклав и стерилизационные шкафы для инструментов. Также все сотрудники будут проинструктированы касательно соблюдения правил гигиены в кабинете стоматологии. Эти нормы будут внимательно проконтролированы руководством.

Конкурентоспособность предприятия будет достигаться и поддерживаться благодаря следующим факторам:

- строгий контроль над качеством предлагаемых услуг;
- повышение квалификации врачей за счет фирмы по мере появления новинок в стоматологии (прохождение ими специальных курсов, посещение семинаров и тому подобное);
- доступная стоимость услуг;
- развитие компании с учетом пожеланий и предложений пациентов и сотрудников.

2.3 Анализ рыночной ситуации в области оказания стоматологических услуг

Перед ответом на резонный вопрос «Как привлечь новых клиентов и где их искать?» нужно изначально понять, что мы можем им предложить, почему наши услуги лучше, чем у конкурентов, какая целевая аудитория нашего предприятия.

Мы проанализировали поток первых пациентов одной из частных стоматологических клиник Западного района в 2016-2017 годах и выяснили, что десять процентов изначальных пациентов пришли по рекламе в периодическом издании, десять процентов пришли по направлению из других частных стоматологических клиник за ортопедической помощью, так как в г. Белгород из 59 частных кабинетов услуги по полному съемному протезированию проводятся лишь в 7, четыре процента посетили клинику по договору с организациями, тридцать шесть процентов пришли по советам друзей и родственников, которые лечились в этом кабинете, двадцать три процента пришли сюда, потому что работают или живут недалеко от клиники, два процента клиентов обратили внимание на то, что в кабинете работают кандидаты медицинских наук и квалифицированные врачи высшей категории. Также в клинике действует система скидок, и благодаря ей клинику посетили пятнадцать процентов из количества пенсионеров и студентов.

Для раскрытия состояния внутренней среды предприятия и выявления возможностей и угроз извне был проведен SWOT-анализ, отображенный в таблице 2.3.1.

Таблица 2.3.1 – SWOT-анализ стоматологического кабинета «Denta-plus»

Внутренний фактор	
Потенциальные сильные стороны предприятия	Потенциальные слабые стороны предприятия
<ul style="list-style-type: none"> • удобная локация в городе; • близость остановок; • наработанная начальная клиентская база; • высокое качество предоставляемых услуг; • индивидуальный поход к каждому клиенту; • средняя цена • перспектива карьерного и профессионального роста персонала • рентабельность фирмы • новейшее оборудование 	<ul style="list-style-type: none"> • дорогая аренда помещения; • зависимость от арендодателя; • большие расходы на электричество; • непостоянный объем продаж; • высокая нагрузка на одного специалиста; • текучесть состава сервисного персонала
Внешний фактор	
Потенциальные возможности для предприятия	Потенциальные угрозы для предприятия
<ul style="list-style-type: none"> • антиинфляционная политика; • снижение ставки НДС с 15% до 10%; • увеличение ассортимента услуг; • открытие новых клиник в других концах города; • введение в оборот новейших технологий 	<ul style="list-style-type: none"> • ужесточение требований к помещению; • возрастание инфляции; • неблагоприятная налоговая политика; • конкуренция с близлежащими клиниками; • повышение цен на расходный материал; • ущерб имущества в результате поломок

Данный анализ выявляет сильные стороны стоматологического кабинета «Denta-plus» в удобном географическом расположении, высоком качестве услуг, наличии начальной клиентской базы, рентабельности помещения. Также наглядно продемонстрированы слабые стороны, заключающиеся в зависимости от арендодателя, текучести сервисного персонала, непостоянных объемах продаж и высокой нагрузкой на одного специалиста.

Для исключения слабых сторон в будущем планируется выкупить помещение, увеличить количество врачей, стабилизировать наем обслуживающего персонала и повышать объем продаж за счет расширения ассортимента услуг.

Анализируя выявленные внешние возможности и угрозы, стоит отметить, что количественное расширение предприятия на территории города и введение в обороты новейших технологий укрепят позиции предприятия на рынке стоматологических услуг.

В тоже время, наличие достоверных сведений о неблагоприятных внешних событиях даст возможность компании своевременно найти пути их решения, а осведомленность в среде конкурентов – выявить возможности в обретении кабинетом новых сильных сторон.

2.4 План маркетинга

Цель раздела – продемонстрировать, что «Denta-plus» может предоставлять услуги стоматологии. Компания изучила рынок и определила целевую аудиторию. Фирма составила прогноз спроса клиентов на услуги компании при определенной их стоимости.

На сегодняшний день вновь усиливающиеся тенденции международного кризиса предписывают свои условия жизнедеятельности, как граждан и предприятий, так и экономики государства в целом. Кризисные явления в экономике 2014-2016 годов оказали неблагоприятное влияние на структуру мирового рынка. Однако, начиная с 2017 года, рынок стоматологических услуг стал показывать постепенный возврат на докризисный уровень. В ближайшие годы потребность в стоматологических услугах в России будет только возрастать.

Стоматологическая практика – исторически одно из самых старых направлений медицинского бизнеса, который основывается на самом стабильном спросе – у человека много зубов, и когда хотя бы один из них бо-

лит, за избавление от этого каждый не прочь отдать все, что имеет. Но после избавления, большинство забывают ухаживать за зубами, и история с зубной болью возобновляется вновь и вновь. Парадокс заключается в том, что чем больше человек терпит боль и отдалает визит к стоматологу, тем дороже ему выходит лечение.

Аудитория. Пациенты «Denta-plus» – это мужчины и женщины возрастом 18-45 лет, обладающие сильной заинтересованностью в своем здоровье и внешнем виде, и особенно пациенты старше 45 лет, которые нуждаются в полном протезировании зубов. Такие клиенты чаще всего имеют среднее специальное или высшее образование и достаточно хорошие стабильные доходы.

Рынок: Согласно информации от экспертов, в 2015 году в Белгороде стоматологические услуги можно оценить на сумму 160 миллионов рублей, в 2016 году сумма незначительно выросла — до 163 миллионов рублей. Эксперты подсчитали, что емкость Белгородского рынка услуг стоматологий в 2017 году составляет около 166 миллионов рублей.

Согласно прогнозам, вместительность рынка будет расти в последующих годах и в 2018 году она составит 175 миллионов рублей. В данное время рынок услуг в сфере стоматологии сохраняет потенциал роста. Ежегодно начинают работу 1-2 новых кабинета. Поэтому открытие новой стоматологической клиники можно считать обоснованным.

Сегменты рынка: На 2017 год в городе Белгород работает пятнадцать процентов муниципальных поликлиник и восемьдесят пять процентов частных кабинетов.

Существуют разительно отличающиеся друг от друга виды стоматологической помощи:

— государственная, которая опирается на то, что врач имеет возможность неофициально подрабатывать на своем рабочем месте. Но в то же время постоянно ищет способ перейти в частную клинику. Качество лечения ниже среднего, поскольку сформировавшаяся система больших клиник, со-

зданных по принципу «фабрик здоровья» не совсем эффективна, потому как основана на поточной системе «условных единиц трудоемкостей». Это значит, что врач так или иначе должен приносить в общую копилку фиксированную сумму, получая с этого свои проценты. Итогом является низкий уровень лечения;

— самая действенная принятая во всем современном мире система — это система небольших частных клиник и кабинетов, где на первом месте стоит лечащий врач, а не бренд клиники. Это и является самым многообещающим направлением работы, потому что в такой стоматологической клинике врач предельно максимально является универсальным, и ему есть чем дорожить. Он зависит от репутации, отзывов клиентов. В идеале необходимо принимать на работу врачей, которые любят свое дело, в этом случае вопрос о погоне за качеством и отзывами будет закрыт сам собой.

В общей сложности государственные органы подтверждают тот факт, что поддержать качественную, достойную современному уровню стоматологию для всех слоев населения им непросто, поэтому число государственных поликлиник систематически сокращается. Бесплатная помощь оказывается в основном для малообеспеченных слоев. Крупные частные клиники в свою очередь тоже не пользуются особым спросом, потому их число также уменьшается, ведь любое укрупнение создает включение поточных механизмов. А стоматология — это не безликая помощь. Это адресная качественная помощь. Поэтому в стоматологическом бизнесе филиалы крупных клиник закрываются.

Ценообразование: по результатам анализа цен конкурентов были установлены такие цены, которые являются среднего уровня и обеспечат получение прибыли [46]. Прайс-лист на услуги также отражен в Приложении Б.

Начиная с 2013 года, почти на 40-60% увеличились цены на стоматологические услуги. Они возрастают и сейчас, после мирового кризиса. Ежегодно открываются десятки новых стоматологических клиник. Во многих именитых клиниках реклама идет на низкие цены. Но в итоге оказывается, что

пациент вынужден платить за один пролеченный зуб от 7000 до 15000 рублей. Поэтому наш стоматологический кабинет не будет вводить клиентов в заблуждение, дабы избежать впоследствии потерю репутации. Для этого перед началом лечения клиенту будет проводиться беседа с разъяснением, во сколько ему обойдется лечение.

В цену работы врача будет входить не только стоимость материалов для ортопедических работ, но и стоимость разнообразных манипуляций, которые выполняет в полости рта врач. Сама коронка зуба может стоить недорого. Тем не менее, вместе с работой цена в среднем составляет порядка 4500 руб.

Основные конкуренты фирмы – кабинеты стоматологии, которые находятся в этом же микрорайоне. К их слабым сторонам относятся: завышенные цены, нерабочие выходные дни, неквалифицированные врачи. Еще один важный момент – стремление клиник навязать клиентам дополнительное лечение здоровых зубов, когда пациент в этом не нуждается.

«Denta-plus» будет иметь следующие преимущества:

- 1) средние цены;
- 2) график работы без выходных и перерывов;
- 3) только высококвалифицированные, опытные сотрудники, которые постоянно улучшают свой уровень как профессионала;
- 4) честное и добродушное отношение к пациенту;
- 5) предоставление услуг по полному съемному протезированию.

Кабинет рассчитан на людей, которые проживают в данном или соседнем микрорайонах и имеют средний достаток. Сейчас работают множество кабинетов с аналогичными услугами, так как рынок стоматологии развивается с каждым годом все быстрее. Самый сильный конкурент – государственные стоматологии, так как цены там гораздо ниже, а квалификация врачей и их опыт не оставляют сомнений у пациентов. На данный момент муниципальные поликлиники предпочитают около шестидесяти процентов пациентов.

Тем не менее, в Белгороде конкуренция происходит в большей мере между частными клиниками.

Основные конкуренты «Denta-plus»:

- клиника «Стоматолог и я»
- частный стоматологический кабинет «Улыбка»

Сравнение «Denta-plus» с его конкурентами по основным факторам приведено в таблице 2.4.1.

Таблица 2.4.1 – Факторы конкурентоспособности

Факторы	«Denta-plus»	Конкуренты	
		Клиника «Стоматолог и я»	Частный стоматологический кабинет «Улыбка»
Местонахождение	центр города, место для парков, рядом расположены несколько автобусных остановок	отдален от центра, расположен достаточно далеко от остановок	центр города, близко от остановки
Качество	высокое	высокое	выше среднего
Уровень цены	средняя	выше средней	средняя
Ассортимент	все виды протезирования, а также косметологическая стоматология	все виды лечения и протезирования, косметологическая стоматология	все виды лечения, протезирование, профилактика
Репутация фирмы	фирма новая	широко известная фирма, постоянные клиенты	известная, постоянные клиенты.

Согласно приведенным данным, главный конкурент ООО «Denta-plus» – кабинет «Стоматолог и я». Тем не менее, стоит заметить, что по ценообразованию, месту нахождения, репутации компании не сильно и различаются. Конкуренция происходит в основном в ключе качества услуг, результативности маркетинга и качеству сервиса в клинике.

«Denta-plus», учитывая эти факторы, внимательно создал стратегию рекламы. Клиника хочет добиться расположения клиентов и создать себе хорошую репутацию.

Как показывает практика, развитие маркетинга выводит кабинеты стоматологии на лидирующие позиции среди конкурентов. Поэтому следует

внимательно следить за рынком сбыта и анализировать деятельность конкурентов, а также усердно спланировать свою рекламную кампанию. При создании плана, нужно уделить больше внимания именно маркетинговой части.

Что включает план маркетинга?

- реклама в специализированных передачах, видео – реклама;
- наличие клиентского сервиса;
- реклама в популярном журнале («Выбирай») и на их сайтах с целью охвата большей аудитории потребителей;
- создание сайта с возможностью онлайн регистрацией;
- создание инфраструктуры и условий труда.

В программу действий входят следующие маркетинговые акции и затраты на них, которые представлены в таблице 2.4.2.

Таблица 2.4.2 – Затраты на проведение маркетинговых акций

Вид маркетинговых акций	Цена за 1 единицу, руб.	Затраты на реализацию, руб.
Изготовление трех вывесок	6 500,00	20 000,00
Изготовление визиток	2,00	1 000,00
Изготовление двух выносных стенда с информацией о услугах	2 000,00	4 000,00
Изготовление информационного стенда в клинике	3 500,00	3 500,00
Размещение рекламы в эфире «Европа плюс»	2 125,00	8 500,00
Размещение рекламы формата А5 в городских автобусах над выходом	150,00	1 500,00
Размещение рекламы в журнале «Выбирай»	200,00	5 000,00
Создание и продвижение сайта клиники	6 000,00	6 000,00
Создание страницы в социальных сетях: «Одноклассники», «В Контакте»	-	-
Итого:		50 000,00

Из таблицы 2.4.2 видно, что в первый месяц на маркетинг необходимо будет потратить 50 000 рублей, но в дальнейшем сумма уменьшится до 15 000 рублей, не прекращая рекламную политику.

Маркетинговая стратегия «Denta-plus» будет направлена на то, чтобы пациент, который пришел впервые, обязательно посетил клинику еще раз и чтоб он советовал кабинет своим родственникам, друзьям и знакомым.

Однако главным методом в построении грамотной маркетинговой стратегии работы стоматологического кабинета является точный выбор местоположения клиники и грамотный подбор высококлассных врачей специалистов, создающих основу бизнеса, и персонала, способного воссоздать атмосферу комфорта для клиентов.

2.5 Производственный план

Главная задача этого раздела – показать, что «Denta-plus» может предлагать услуги своевременно и качественно.

Перед тем, как создавать стоматологический кабинет, необходимо подобрать подходящее место и купить оборудование. Мы заключим договор с арендатором сроком на пять лет, сняв площадь в 100 квадратных метров. Это помещение соответствует требованиям, которые необходимо соблюдать в кабинете. Возможно, в скором времени мы сможем купить помещение и стать собственниками.

Помещение, которое мы арендовали, соответствует всем инженерным и техническим, санитарным требованиям, поэтому средства в ремонт и изменение планировки вкладывать не нужно, таким образом:

- количество места на одно врачебное кресло: 14 квадратных метров;
- освещенность: более 5000 люкс;
- кабинет покрашен в светлые тона, коэффициент отражения при этом – около 400. Потолок окрашен масляной краской;
- на полу постелен линолеум, все швы сварены;
- в кабинете есть все коммуникации – горячая и холодная вода, тепло, канализация, электричество, кондиционирование;

— обогрев происходит с помощью радиаторов.

Помещение по плану будет разделено на несколько зон: 2 лечебных кабинета, рентген кабинет, помещение для стерилизации приборов, комнату ожидания посетителей, комнату отдыха персонала, кабинет директора и санузел.

При входе в нашу клинику клиент попадает в приемную зону, здесь его приветствует администратор. Он интересуется у посетителя о причине его визита, уточняет, какую именно помощь пациент хотел бы получить в нашей клинике. В случае если мы можем предложить такую услугу, администратор просит оставить верхнюю одежду и провожает пациента к врачу. Если доктор на данный момент занят, предлагает клиенту подождать в холле либо сделать запись на другое удобное для человека время.

В случае приема, врач оказывает нужную услугу, пациент рассчитывается по прайсу, забирает свои вещи и уходит.

Основное оборудование, необходимое для организации работы стоматологического кабинета «Denta-plus» представлено в Приложении В.

Проанализировав Приложение В обнаружилось, что стоимость оборудования для всего стоматологического кабинета составила 1 213 400 рубль.

Оборудование для лечебных кабинетов относится к 4 группе основных средств (код 14 3311322 - Оборудование стоматологическое, зубопротезное, оториноларингологическое), значит, срок полезного использования составляет от 5 до 7 лет, возьмем в пример 6 лет. Исходя из этого, рассчитаем амортизацию по формуле.

$$K = 100\% : 6,$$

где К – годовая норма амортизации

Получаем:

$$K = 16,7\%$$

Годовая амортизация находится по формуле:

$$A_{\text{годовая}} = \text{ПС} * K / 100\%,$$

где ПС – первоначальная стоимость основных средств

$$A_{\text{годовая}} = 880\,200 * 16,7\% / 100\%;$$

$$A_{\text{годовая}} = 146\,993,4 \text{ рублей}$$

$$A_{\text{месячная}} = 146\,993,4 / 12;$$

$$A_{\text{месячная}} = 12\,250 \text{ рублей}$$

Расчет амортизации оборудования представлен в таблице 2.5.1.

Таблица 2.5.1 - Амортизация оборудования стоматологического кабинета «Denta-plus»

Оборудование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого за 1 год	Итого за 2 год	Итого за 3 год
Производственное оборудование	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	147 000	147 000	147 000

Суммарные затраты на создание клиники включают:

- оборудование – 1 213 400 рублей;
- расходные материалы – 157 000 рублей;
- расходы на доставку – 7 500 рублей;
- аренда – 40 000 рублей;
- расходы на коммунальные услуги – 7200 рублей (1 месяц), телефон – 300 руб. (1 месяц), электроэнергия – 2500 руб. (1 месяц);
- монтаж стоматологического оборудования – 25 000 рублей;
- амортизация оборудования – 12 250 рублей;
- все остальные затраты, в том числе проектирование, документация, лицензия, реклама и т.п. – 200 000 рублей.

ИТОГО: 1 665 150 рублей.

В планах заключение договора с поставщиками расходников, чтоб снизить расходы. Договор будет заключаться в том, что от объема заказываемых материалов будет зависеть процент скидки на заказ. Также мы будем просить скидку для постоянных покупателей, которым мы будем являться.

ЗАО «Владмива» будет нашим поставщиком расходников, с ними мы будем работать на постоянной основе. Мы оформим договор на длительный срок, где будут прописаны моменты по оплате и доставке материалов.

Условия работы с поставщиком.

Планируется брать расходники под реализацию. Это позволит покупать их дешевле, чем у иных поставщиков, примерно на двадцать процентов. Продукция будет привозиться нам с оптового склада.

2.6 Организационный план

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Форма собственности: частная, т.к. кабинет подходит под классификацию, как малое предприятие, логично будет выбрать упрощенную систему налогообложения, в силу того что кабинет будет нести довольно большие расходы, выгодней будет использовать программу налогообложения «доходы – расходы», которая предусматривает ставку пятнадцать процентов с дохода.

После регистрации юридического лица планируется получить специальную медицинскую лицензию. Для этого в министерство здравоохранения региона будут поданы следующие документы:

- заключения СЭС;
- учредительные документы (устав, свидетельство о регистрации и т. д.);
- справка, подтверждающая право аренды помещения;
- копии дипломов и сертификатов работников стоматологического кабинета, подтверждающих их квалификацию.

Затраты на получение лицензии под стоматологический бизнес составят 50 000 рублей. Срок действия лицензии – 5 лет

Планируемая дата открытия кабинета: 01 августа 2019 года.

Рабочий график: с 9-00 до 21-00 без перерыва и выходных.

Для организации работы кабинета планируется принять на работу:

1. Стоматолог — 4 человека, высшее образование, стаж работы от 3 лет;
2. Медсестра — 2 человека, медицинское образование или специальные курсы, стаж работы более 1 года;
3. Администратор — 1 человек, среднеспециальное образование, опыт работы не менее двух лет, характеристики, приятная внешность, умение общаться с людьми;
4. Бухгалтер — 1 человек, высшее образование, стаж работы не менее 5 лет;
5. Уборщица — 1 человек, без вредных привычек не старше 55 лет.

В обязанности директора входит руководить компанией ООО «Dentalplus», решать все денежные вопросы и проблемы, которые связаны с непрерывной работой кабинета.

Что входит в обязанности руководителя предприятия:

- разрабатывать тактику развития предприятия;
- анализировать внешнюю среду - контролировать рынок сырья, конкурентов, новейшие технологии;
- организовывать работу менеджеров, администраторов и бухгалтерии;
- выплачивать заработную плату.

Бухгалтер должен вести бухгалтерский учет компании, составлять финансовую отчетность.

В обязанности администратора входит общение с клиентами, осуществление записи на прием. Он должен следить за персоналом и исполнением их обязанностей, принимать и передавать заявки на покупку нужного материала и инструментов.

Врачи и медсестры оказывают услуги пациентам, выписывают им чеки, предоставляют заявления администратору на покупку нужного объема расходников.

Уборщица убирает и следит за чистотой рабочих площадей, санузлов, умывальников, подает требования администрации на приобретение необходимых инструментов и средств для уборки помещений.

Работники кабинета стоматологии смогут иметь ежегодные оплачиваемые отпуска, оплату в случае нетрудоспособности, улучшение профессионализма за счет фирмы.

Принципы оплаты труда:

Устраиваясь на работу в ООО «Denta-plus» сотрудники должны будут заключить договор, где будет прописана заработная плата

Стоматологическим кабинетом ежемесячно будут осуществляться выплаты в социальные фонды (ПФР = 22%, ФСС = 2,9 %, ФФОМС = 5,1 %, ФСС НС = 0,4%) в размере 30,4% от заработной платы каждого сотрудника.

Расчет заработной платы и отчислений отражен в таблице 2.6.1.

Таблица 2.6.1 – Расчет заработной платы и отчислений для персонала

Персонал	Кол-во рабочих мест	Оклад одного работника в месяц, руб.	Отчисления от заработной платы, руб. 30,4%	Общая сумма платежей в месяц на 1 работника, руб.	Затраты в год на работников, руб.
Директор	1	30 000	9 120	39 120	469 440
Врач-стоматолог	4	15 000	4 560	19 560	938 880
Медсестра	2	10 000	3 040	13 040	312 960
Бухгалтер	1	25 000	7 600	32 600	391 200
Администратор	1	15 000	4 560	19 560	234 720
Уборщица	1	6 000	1 824	7 824	93 888
Итого	10	101 000	30 704	131 704	2 441 088

Из таблицы 2.6.1 видно, что заработная плата всех сотрудников в год обойдется в 2 441 088 рублей.

2.7 Анализ рисков проекта

При создании стоматологического кабинета помимо позитивных моментов существуют также и негативные моменты - риски деятельности кабинета, такие как производственные риски, коммерческие риски, финансовые риски, риски связанные с форс-мажорными обстоятельствами и т.д. Экспертная оценка и методы снижения рисков представлены в таблице 2.8.1

Таблица 2.7.1 — Экспертная оценка рисков и их методы снижения

Возможные риск	Вероятность возникновения	Методы снижения риска
Материальный потери в результате повреждения	0,05	Страхование собственности
Проверки со стороны СЭС	0,2	Обязательное выполнение всех правил СанПин
Увеличение стоимости аренды	0,1	Заключение договора долгосрочной аренды, с четко прописанными условиями оплаты
Падение выручки, связанное с резким падением спроса	0,15	Изучение конъюнктуры рынка; Рациональная ценовая политика; проведение маркетинговых акций
Подорожание расходных материалов	0,1	Изменение методов ценообразования, создание резервного фонда
Недобросовестность поставщиков	0,05	Заключение договоров с поставщиками с четко прописанными условиями
Потеря доли рынка	0,05	Изменение маркетинговой стратегии, ценообразования
Увольнение квалифицированных кадров	0,25	Мотивирование персонала
Форс-мажорные риски	0,05	Страхование имущества, создание резервного фонда
Итого:	1	

Следовательно, по мнению экспертов наиболее высоким риском является отток квалифицированных специалистов. Для этого мы предложим нашим специалистам условия для карьерного роста и повышения профессиональных навыков. Но также существует высокий риск потери лицензии на осуществление медицинской деятельности. Дабы этого избежать, необходимо тщательно соблюдать нормы гигиены и СанПинов.

2.8 Финансовый план

Целью разработки настоящего финансового плана является определение эффективности оказания стоматологических услуг.

Общая потребность в инвестициях составляет 3 500 000 руб.

Данный инвестиционный проект финансируется за счет заемных средств — простого долгосрочного банковского кредита, а также собственных средств в размере 1 500 000 рублей.

Условия и схема кредитования:

- инвестиционные средства поступают на счет ООО «Denta-plus» одним траншем 01.08.2018 г. в размере 2 000 000 руб.;
- срок погашения кредита 18 месяцев;
- плата за предоставление кредита 10,4% годовых в руб.;
- отсрочка первой выплаты процентов составит 1 месяц;
- дальнейшие поступления процентов за кредит происходят регулярно — раз в месяц;

Схема погашения инвестиционного кредита с учетом дисконтирования по ставке проекта, представлена в таблице 2.7.1.

Таблица 2.7.1 - Расчет по кредиту

Сумма кредита	2 000 000 рублей
Процентная ставка	10,4%
Количество месяцев	18
Ежемесячный платеж	120 495 рубль
Сумма к оплате	2 168 910 рубль
Переплата	168 910 рубль

Таким образом, можно сделать вывод, что срок окупаемости приблизительно — 21 месяц.

Постоянные ежемесячные расходы стоматологического кабинета по плану будут включать:

- аренда – 40 000 руб.;
- заработная плата сотрудников – 203 424 руб.;

- реклама – 50 000 руб.;
- коммунальные расходы – 10 000 руб.;
- амортизация оборудования – 12 250 руб.;
- материалы и лекарственные препараты – 157 000 руб.;
- отчисления по кредиту – 120 495 руб.;
- прочие расходы – 10 000 руб.

Итого – 603 169 рублей.

Переменные расходы:

- оплата труда врачей (20% от выручки) – 210 000 руб. (при средней выручке 1 050 000 руб. в месяц)

Расчет валовой и чистой прибыли представлен в таблице 2.7.2

Таблица 2.7.2 – Прогноз доходов и расходов стоматологического кабинета

№	Показатели	Сумма на текущий месяц
1	Выручка	1 050 000,00
2	Себестоимость (сумма строк 2.1 – 2.8)	603 169,00
2.1	Аренда	40 000,00
2.2	Заработная плата сотрудников	203 424,00
2.3	Коммунальные услуги	10 000,00
2.4	Амортизация оборудования	12 250
2.5	Материалы и лекарственные препараты	157 000,00
2.6	Реклама	50 000,00
2.7	Отчисления по кредиту	120 495,00
2.8	Прочие расходы	10 000,00
3	Валовая прибыль (доход до налогообложения)	446 831
4	Налоги (УСН, 15% от прибыли)	67 024,65
5	Чистая прибыль	379 806,35

Согласно расчетам бизнес плана, чистая прибыль организации составит 379 806,35 рублей в месяц.

Подробный анализ расчетов проекта за три года дано в Приложении Г, из которого можно сделать вывод, что данный проект окупиться через 21 месяц. Реализация проекта в первый год рентабельности не составит, но за следующие три квартала проект целиком окупиться и составит рентабельность 44%, что дает гарантию прибыльности данного бизнес-плана.

Заключение

Настоящий бизнес-план является описанием коммерческого проекта по организации частной стоматологического кабинета.

Проанализировав бизнес-план кабинета, на основе вышеизложенных кратких данных, можно сделать вывод, что вложение средств в стоматологическую деятельность является выгодным делом.

В дальнейшем вырученные деньги планируется вложить в развитие предприятия, на расширение производства, и на широкую маркетинговую кампанию для привлечения новых пациентов.

Ввиду особой актуальности и востребованности стоматологических клиник на российском рынке реализация данного проекта является неотлагательной и приоритетной задачей на рынке услуг, которая имеет огромные преимущества по сравнению с существующими аналогами.

Также следует отметить, что существуют преимущества и недостатки этого вида деятельности. ООО «Denta-plus», изучив слабые стороны конкурентов, будет иметь следующие преимущества: средние цены; удобный график работы; только высококвалифицированные, опытные врачи, постоянно повышающие свой профессиональный уровень; честное отношение к пациенту. Естественно, удовлетворенный пациент расскажет о клинике 2-м или 3-м друзьям, в то время как недовольный – будет жаловаться всем и каждому. Главное – добросовестно относиться к делу, это поможет привлечь больше пациентов и держать хорошую репутацию в своем сегменте.

Наиболее часто анализируемые риски: имущественный ущерб в результате повреждения (пожар, стихийное бедствие, угон, авария); противоправные действия третьих лиц; падение выручки, связанное с резким падением спроса; невыполнение обязательств подрядных организаций; инфляция; действия администрации района или города, а также проверяющих органов; подорожание расходных материалов.

В последние годы стоматологический бизнес переживает бурное развитие. Уже сегодня многие предприниматели из самых различных отраслей деятельности обращают внимание на то, что маржа в частной стоматологии превзошла самые рентабельные сферы деятельности, а финансовые риски можно уменьшить, если сделать ставку на создание высокотехнологичной клиники с современным оборудованием. При этом, в стоматологическом бизнесе до сих пор пока недостаточно быть только инвестором, чтобы получать высокие дивиденды, даже не появляясь в собственной клинике. Этот бизнес остается гуманным и творческим, где от способностей руководителя во многом обусловлен успех дела.

Итак, стоматологический кабинет как бизнес является высокодоходным и многообещающим при грамотной организации производства, несмотря на жесткие условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих получить качественные услуги стоматолога всегда одинаково. Как следствие, количество клиентов клиники, в том числе постоянных, будет только возрастать.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Текст] : принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года : текст с последними изм. и доп. на 2016 г. — [Офиц. изд.]. — Москва : ЭКСМО, 2016. — 29 с. — (Законы и кодексы).
2. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст] : части первая, вторая, третья и четвертая : текст с изм. и доп. на 1 апр. 2016 г. — [Офиц. изд.]. — Москва : ЭКСМО, 2016. — 860 с. — (Актуальное законодательство).
3. Российская Федерация. Государственная Дума. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс] : федеральный закон от 08.02.1998 г. № 14 — ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Эксперт-приложение».
4. Российская Федерация. Государственная Дума. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон от 21.11.2011г. N 323 — ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Эксперт-приложение».
5. Российская Федерация. Правительство. О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "СКОЛКОВО")» [Электронный ресурс] : постановление Правительства от 16.04.2012 № 291 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Эксперт-приложение».
6. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации [Электронный ресурс] : постановление Правительства от 13 августа 1997 г. № 1013 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Эксперт-приложение».

7. СанПиН 2956а-83. Санитарные правила устройства, оборудования, эксплуатации амбулаторно—поликлинических учреждений стоматологического профиля, охраны труда и личной гигиены персонала [Электронный ресурс] // Справочная система «СНИПОВ. нет». Разд. «Нормативные документы по санитарно-эпидемиологическому надзору».

8. СанПиН 2.1.3.2630 — 10. Санитарно—эпидемиологические требования к организациям, осуществляющим медицинскую деятельность [Электронный ресурс] // Справочная система «СНИПОВ. нет». Разд. «Нормативные документы по санитарно-эпидемиологическому надзору».

9. Акимов В. Маркетинг стоматологической клиники [Электронный ресурс] / Режим доступа : <https://www.arnion.ru>.

10. Алиев, В. С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert [Текст] : учебное пособие / В. С. Алиев. — Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 352 с.

11. Арутюнов, Ю. А. Антикризисное управление [Текст] : учебное пособие / Ю. А. Арутюнов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 416 с.

12. Баринов, В. А. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / В. А. Баринов. — Москва : Форум, 2013. — 256 с.

13. Буров, В. П. Бизнес-планы фирмы [Текст] : теория и практика / В. П. Буров, А. Л. Ломакин — Москва : ИНФРА-М, 2015. — 234 с.

14. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Текст] : учебное пособие / М. В. Виноградова. — Москва : Дашков и К, 2013. — 280 с.

15. Гиззатуллина, Г. Прибыльная стоматология. Советы владельцам и управляющим [Текст] / Г. Гиззатуллина, К. Бородин — Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2012. — 110 с.

16. Гуськова, М. Ф. Экономика 100 вопросов — 100 ответов [Текст] / М. Ф. Гуськова, П.Ф. Стерликов. — Москва : ВЛАДОС, 2014. — 116 с.

17. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов [Текст] : научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. — Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 248 с.
18. Джакубова, Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам [Текст] / Т. Н. Джакубова. — Москва : Финансы и статистика, 2014. — 96 с.
19. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст] : учебник для бакалавров / И. А. Дубровин. — Москва : Дашков и К, 2016. — 432 с.
20. Елизаров, Ю. Ф. Экономика организаций [Текст] / Ю. Ф. Елизаров. — Москва : Издательство «Экзамен», 2015.— 208 с.
21. Калинин, О. В. Частная стоматологическая клиника : маркетинг и управление [Текст] / О. В. Калинин. — Москва : Триумф, 2017. — 534 с.
22. Кальдин К. М. 5 главных ошибок при открытии стоматологической клиники [Электронный ресурс] / Режим доступа : <https://www.infodent.ru>
23. Конюхова С. Г. Социологическое исследование общественного мнения потребителей стоматологических услуг [Электронный ресурс] / С. Г. Конюхова, Л. В. Буланцева. — Режим доступа : <https://www.infodent.ru>
24. Морозов, Ю. П. Планирование на предприятии [Текст] / Ю. П. Морозов, Е. В. Боровков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 269 с.
25. Орлова, П. И. Бизнес-планирование [Текст] : учебник / П. И. Орлова. — Москва : Дашков и К, 2016. — 288 с.
26. Петухова, С. В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект [Текст] / С. В. Петухова. — Москва : Омега-Л, 2016. — 171 с.
27. Пивоваров, К. В. Бизнес-планирование [Текст] / К. В. Пивоваров. — Москва : Дашков и К, 2015.— 264 с.
28. Полилов Д. А. Как стоматологической клинике удержать свои позиции на рынке [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.infodent.ru>
29. Попова, В. М. Финансовый бизнес-план [Текст] / В. М. Попова. — Москва : Финансы и статистика, 2014.— 276 с.

30. ПОРТАЛ БИЗНЕС-НАВИГАТОР МСП [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://smbn.ru/msp/main.htm>.

31. Розин, М. Стратегия чистого листа: как перестать планировать и начать делать бизнес [Текст] / М. Розин. — Москва : Альпина Паблишер, 2015. — 346 с.

32. Романова, М. В. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / М. В. Романова. — Москва : ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. — 240 с.

33. Сатаев, А. М. Азбука бизнес-планирования [Текст] : учебное пособие / А. М. Сатаев. — Москва : Юриспруденция, 2013. — 128 с.

34. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / Н. Д. Стрекалова. — Санкт-Петербург : Питер, 2013. — 352 с.

35. Торосян Е. К. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / Е. К. Торосян, Л. П. Сажнева, А. В. Варзунов. — Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2015. — 90 с.

36. Уткин, Э. А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности [Текст] / Э. А. Уткин. — Москва : Тандем, Акалис, 2015. — 346 с.

37. Фролова, Т. А. Экономика предприятия [Текст] / Т. А. Фролова. — ТТИ ЮФУ, 2017. — 110 с.

38. Ходаков А. Открываем стоматологическую клинику. Часть первая: что это за бизнес? [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.infodent.ru>

39. Ходаков А. Может ли стоматолог эффективно управлять клиникой? [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.infodent.ru>

40. Черняк В. З. Бизнес-планирование [Текст] / В. З. Черняк, А. В. Черняк. — Москва : РДЛ, 2014. — 367 с.

41. Чечевицына Л. Н. Экономика предприятия [Текст] / Л. Н. Чечевицына. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2015. — 482 с.

42. Шеремет, А. Д. Финансы предприятий [Текст] / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. — Москва : ИНФРА-М, 2015. — 343 с.

43. Экономика и менеджмент в стоматологии — Главный печатный орган Стоматологической Ассоциации России по реформе стоматологической специальности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.e-stomatology.ru>

44. Янченко С. В. Ценообразование в стоматологии [Электронный ресурс] / С. В. Янченко, Т. Ш. Мchedlidze. — Режим доступа : <https://www.hr-portal.ru>

45. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100% : Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст] / Р. Абрамс. — Москва : Альпина Паблишер, 2015. — 486 с.

46. Брайен, Ф. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов [Текст] / Ф. Брайен, Б. Джейн, П. Патрик. — Москва : Альпина Паблишерз, 2016. — 264 с.

47. Лудольф, Ф. Бизнес план. Профессиональное составление и убедительная презентация [Текст] / Ф. Лудольф, С. Лихтенберг. — Москва : ОЛМА ПРЕСС, 2016. — 224 с.

48. Левой Б. 201 секрет успешной работы частной стоматологической клиники [Текст] / Б. Левой; Пер. с англ. В. Вагнер. — Москва : МЕДпресс—информ, 2006. — 224 с.

49. Холт Роберт, Н. Основы финансового менеджмента [Текст] / Н. Холт Роберт. — Москва : Дело, 2015. — 128 с.

50. Хилгерс К. Стоматологическая реклама : как заманить пациента в клинику? [Электронный ресурс] / Режим доступа : <https://www.esto.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Этапы проекта ООО «Denta-plus»

Этапы проекта	Условия выполнения	Сроки выполнения
Начало проекта		01 августа 2018 года
Заключение инвестиционно-го договора	1 месяц проекта	01.08.18 – 01.09.18
Получение кредита	Наличие соответствующего пакета документов	01.09.18 – 01.10.18
Внесение в госреестр, постановка на учет в административных и налоговых органах	Заключение инвестиционного договора	01.10.18 – 01.11.18
Подбор местоположения и оформление документации	Предварительные работы	01.11.18 – 01.01.19
Покупка оборудования	Заключение инвестиционного договора	01.01.19 – 01.02.19
Установка оборудования	Получение инвестиционных средств	01.02.19 – 01.03.19
Найм персонала	Производственная деятельность	01.03.19 – 01.04.19
Обучение персонала	Окончание этапа организации производственного процесса	01.04.19 – 01.05.19
Получение лицензии	Наличие соответствующего пакета документов	01.05.19 – 01.06.19
Проведение маркетинговой компании	24 месяцев	01.08.18 – 01.08.20
Официальное открытие кабинета		01.08.19

Приложение Б

Прайс-лист на стоматологические услуги ООО «Denta-plus»

Наименование услуг	Стоимость
1	2
Консультативно – диагностический этап	
<i>Осмотр (без проведения леч.-проф. мероприятий)</i>	100,00
<i>Консультация специалиста</i>	240,00
<i>Составление индивидуальной презентации</i>	990,00
<i>Силиконовый оттиск</i>	522,00
<i>Силиконовый ключ</i>	300,00
<i>Диагностическая модель</i>	247,00
<i>Ваксап 1 единица в артикуляторе</i>	247,00
<i>Изготовление силиконового ключа</i>	600,00
<i>Маск-ап изготовление планируемой формы зубов</i>	350,00
Снятие ортопедических конструкции	
<i>Снятие штампованной коронки</i>	268,00
<i>Снятие металлокерамической коронки</i>	412,00
<i>Снятие цельнолитой коронки</i>	589,00
<i>Снятие коронки с импланта</i>	546,00
Микропротезирование	
<i>Распломбировка одного канала под вкладку</i>	550,00
<i>Металлическая иштифтовая вкладка</i>	1 335,00
<i>Металлическая иштифтовая вкладка с запирающим иштифтом</i>	2 662,00
<i>Фиксация СИЦ</i>	318,00
<i>Силиконовый оттиск</i>	522,00
<i>Циркониевая иштифтовая вкладка</i>	5 000,00
<i>Фотополимер</i>	713,00
Постоянная величина	
<i>Анестезия внутриворотная</i>	190,00
<i>Наложение ретракционной нити</i>	193,00
<i>Альгинатный оттиск</i>	220,00
<i>Силиконовый оттиск (С)</i>	522,00
<i>Силиконовый оттиск (А)</i>	1 040,00
<i>Полиэфирный оттиск</i>	1 472,00
<i>Использование одноразовой ложки</i>	30,00
<i>Изготовление индивидуальной ложки</i>	706,00
<i>Снятие оттиска индивидуальной ложкой</i>	488,00
<i>Полиэфирный оттиск</i>	1472,00
<i>Силиконовый ключ</i>	300,00
<i>Диагностическая модель</i>	247,00
<i>Модель огнеупорная</i>	1400,00
<i>ПВ №1</i>	400,00
<i>ПВ №2</i>	800,00

Продолжение приложения Б

Промежуточное протезирование	
1	2
<i>Временные коронки (прямым методом)</i>	744,00
<i>Временные коронки (непрямым методом)</i>	833,00
<i>Временная цементировка коронки</i>	201,00
Несъемное протезирование	
<i>Кер.вкл. E-таx + Фот-р</i>	5 774,00
<i>Кер.вин. E-таx</i>	13 315,00
<i>Кер. кор. E-таx + Пр.кор.+Фот-р</i>	13 315,00
<i>Ц/Л + СИЦ</i>	1 515,00
<i>М/К.кор «НАРИТАКЕ» + СИЦ</i>	5 236,00
<i>М/К.кор «НАРИТАКЕ» С КЕР.ПЛ+ СИЦ</i>	6 220,00
<i>К/Ц.кор.</i>	13 036,00
Несъемное протезирование на impl	
<i>Изготовление искусственной десны</i>	730,00
<i>Фрезерованный абатмент (Ti)</i>	5 686,00
<i>Фрезерованный абатмент (Zr)</i>	6 618,00
<i>Постоянная величина при работе на имплантатах</i>	600,00
<i>Временная коронка на имплантате</i>	5 000,00
<i>Усложненная постановка зубов</i>	1 008,00
Разовые работы	
<i>Коррекция коронки с фиксацией</i>	450,00
<i>Реставрация фасетки</i>	1 475,00
Съемное протезирование	
<i>Альгинатный оттиск</i>	220,00
<i>Силиконовый оттиск (С)</i>	522,00
<i>Силиконовый оттиск (А)</i>	1 040,00
<i>Полиэфирный оттиск</i>	1 472,00
<i>Изготовление силиконового ключа</i>	600,00
<i>Модель из супергипса</i>	247,00
<i>Модель огнеупорная</i>	1 406,00
<i>Индивидуальная ложка</i>	706,00
<i>Усложненная постановка</i>	1 008,00
<i>Постоянная величина</i>	2 461,00
<i>Эластичный кламмер «КватроТи»</i>	2 000,00
<i>Дентоальвеолярный кламмер</i>	200,00
Бюгельный протез	
<i>Дуга ВЧ</i>	5 204,00
<i>Дуга ВЧ</i>	5 040,00
<i>Аттачмен</i>	5 089,00
<i>Интерлок</i>	2 274,00
<i>Опорно-удерживающий кламмер</i>	1 360,00

Продолжение приложения Б

1	2
<i>Гнутый кламмер</i>	<i>131,00</i>
<i>Изготовление ответвления</i>	<i>645,00</i>
<i>Седло для крепления базиса</i>	<i>363,00</i>
<i>Электрополировка каркаса</i>	<i>265,00</i>
Пластиночный съемный протез с импортными зубами	
<i>с 1 зубом</i>	<i>3 122,00</i>
<i>с 2 зубами</i>	<i>3 552,00</i>
<i>с 3 зубами</i>	<i>3 979,00</i>
<i>с 4 зубами</i>	<i>4 407,00</i>
<i>с 5 зубами</i>	<i>4 835,00</i>
<i>с 6 зубами</i>	<i>5 272,00</i>
<i>с 7 зубами</i>	<i>5 692,00</i>
<i>с 8 зубами</i>	<i>6 121,00</i>
<i>с 9 зубами</i>	<i>6 546,00</i>
<i>с 10 зубами</i>	<i>6 978,00</i>
<i>с 11 зубами</i>	<i>7 405,00</i>
<i>с 12 зубами</i>	<i>7 835,00</i>
<i>с 13 зубами</i>	<i>8 258,00</i>
<i>с 14 зубами</i>	<i>8 692,00</i>
Нейлоновый съемный протез «Валпласт»	
<i>с 1 зубом</i>	<i>13 419,00</i>
<i>с 2 зубами</i>	<i>13 804,00</i>
<i>с 3 зубами</i>	<i>14 189,00</i>
<i>с 4 зубами</i>	<i>14 574,00</i>
<i>с 5 зубами</i>	<i>14 959,00</i>
<i>с 6 зубами</i>	<i>15 344,00</i>
<i>с 7 зубами</i>	<i>15 729,00</i>
<i>с 8 зубами</i>	<i>16 113,00</i>
<i>с 9 зубами</i>	<i>16 498,00</i>
<i>с 10 зубами</i>	<i>16 883,00</i>
<i>с 11 зубами</i>	<i>17 268,00</i>
<i>с 12 зубами</i>	<i>17 653,00</i>
Гибкий съемный протез «КватроТи»	
<i>с 1 зубом</i>	<i>13 593,00</i>
<i>с 2 зубами</i>	<i>13 978,00</i>
<i>с 3 зубами</i>	<i>14 363,00</i>
<i>с 4 зубами</i>	<i>14 748,00</i>
<i>с 5 зубами</i>	<i>15 133,00</i>
<i>с 6 зубами</i>	<i>15 518,00</i>
<i>с 7 зубами</i>	<i>15 903,00</i>

Продолжение приложения Б

1	2
<i>с 8 зубами</i>	<i>16 287,00</i>
<i>с 9 зубами</i>	<i>16 672,00</i>
<i>с 10 зубами</i>	<i>17 057,00</i>
<i>с 11 зубами</i>	<i>17 442,00</i>
<i>с 12 зубами</i>	<i>17 827,00</i>
Гибкий съёмный протез «КватроТи»	
<i>Коррекция протеза</i>	<i>428,00</i>
<i>Приварка базиса</i>	<i>257,00</i>
<i>Перелом базиса</i>	<i>214,00</i>
<i>2 перелома в базисе</i>	<i>257,00</i>
<i>Приварка 1 кламмера</i>	<i>267,00</i>
<i>Приварка 2 кламмеров</i>	<i>278,00</i>
<i>Приварка 1 зуба</i>	<i>278,00</i>
<i>Приварка 2 зубов</i>	<i>321,00</i>
<i>Приварка 3 зубов</i>	<i>364,00</i>
<i>Приварка 4 зубов</i>	<i>407,00</i>
<i>Приварка 1 зуба и 1 кламмера</i>	<i>289,00</i>
<i>Приварка 1 зуба и починка перелома базиса</i>	<i>289,00</i>
<i>Приварка 2 зуба и починка перелома базиса</i>	<i>332,00</i>
<i>Армирование протеза</i>	<i>749,00</i>
<i>Перебазировка съёмного протеза (клиническая)</i>	<i>1 327,00</i>
<i>Перебазировка съёмного протеза (лабораторная)</i>	<i>1 819,00</i>
Каппы	
<i>Каппа спортивная</i>	<i>4 597,00</i>
<i>Каппа для отбеливания</i>	<i>565,00</i>
<i>Каппа при бруксизме</i>	<i>3 000,00</i>
Коэффициенты	
<i>Коэффициент услуг с использованием лицевой дуги</i>	<i>+25%</i>
<i>Коэффициент срочности 1,5</i>	<i>+50%</i>
<i>Коэффициент услуг с использованием оптической аппаратуры</i>	<i>1.50</i>
<i>Коэффициент работы в 4 руки</i>	<i>1.50</i>

Приложение В

Расчёт финансовых затрат на покупку оборудования для стоматологического кабинета «Denta-plus»

Оборудование	Количество	Цена за шт. (руб.)	Итого цена (руб.)
1	2	3	4
Оборудование для стоматологических кабинетов, стерилизационной и рентген комнаты			
Установка стоматологическая QL-2028 (Pragmatic) с нижней подачей, Guangzhou Fengdan Medical Equipment Co (Китай)	2	98 900	197 800
XP60 Компрессор безмасляный (QW-45), MEDITECH (Тайвань)	2	18 900	37 800
Кожух для стоматологического компрессора, Главмедпроект (Россия)	2	7 900	15 800
Наконечник турбинный без оптики, Lotus 401P, Being (Китай)	4	4 000	16 000
LED наконечник с оптикой, Alegria TE-95 RM W&H (Австрия)	2	10 500	21 000
Воздушный микромотор с внутренним охлаждением, GOLD-AM, Appledental (Китай)	2	6 900	13 800
Наконечник прямой ROSE 202SH., BEING FOSHAN Medical Equipment Co. Ltd. (КНР)	2	7 900	15 800
Угловой наконечник с генератором, TX-414-75, TOSI (Китай)	2	12 000	24 000
Аппарат для смазки и чистки наконечников, LUB909 Woson (Китай)	1	24 000	24 000
Полимеризационная лампа встраиваемая, LED.G Woodpecker (Китай)	1	5 900	5 900
Скалер ультразвуковой встраиваемый L8 LED с фиброоптикой, металлический, MEDITECH (Тайвань)	2	13 900	27 800
Порошкоструйный наконечник air flow, DB COXO (Китай)	2	4 900	9 800
Эндомотор Mercury TX-4 14-71, Mercury (Китай)	2	25 900	51 800
Артикулятор магнитный (большой) JT-02	2	3 900	7 800
Лупы бинокулярные серии CM	2	7 700	15 400
Автоклав объём 12 л, В-класс, макс.темп.135 гр.С., HSV R12 ,HSV (Китай)	1	72 900	72 900
Аквадистиллятор 1л/ч, емкость 4л. MEDITECH (Тайвань)	1	7900	7900
Мойка ультразвуковая GT-F1, Codyson (Китай)	1	2900	2900
CD-4830 Ультразвуковая мойка, Codyson (Китай)	1	9 900	9 900

Продолжение приложения В

1	2	3	4
Импульсная упаковочная машина «Legrin» модель 210НС , Legrin (Тайвань)	1	11 900	11 900
Ультрафиолетовая камера, SD-9007 Codyson (Китай)	1	12 900	12 900
Рециркулятор УФ-бактерицидный настенный - потолочный, СПДС-60-Р СПДС (Россия)	1	11 900	11 900
Утилизатор медицинских игл, УМИ-01 Медторг (Россия)	1	11 900	11 900
Дентальный рентгеновский аппарат (Настенное крепление), X70 FONA Dental s.r.o. (Италия)	1	95 900	95 900
Фартук рентгенозащитный стоматологический (резина 0,35)	2	7 900	15 800
Радиовизиограф (визиограф) FONA CDR (Schick, США), FONA (США)	1	117 900	117 900
Апекслокатор , Dentsply - Maillefer ProPex Pixi (Швейцария)	1	23 900	23 900
Итого:			880 200
Дополнительное оборудование в кабинеты			
Комплект мебели для стоматологического кабинета "Коста Дорада": - тумба М2 на подиуме Эконом. Тумба с двумя дверцами, с вырезом в задней стенке для подвода коммуникаций, оснащена двухчашевой мойкой из нержавеющей стали, локтевым смесителем, сифоном. Дополнительно комплектуется корзиной для мусора; - тумба Т5 на подиуме Эконом. Тумба с 5-ю выдвижными ящиками; - тумба С3 серия Эконом. Подкатная тумба - столик врача с тремя выдвижными ящиками, сверху стекло. Колесные опоры на резиновом ходу, две опоры с тормозным устройством; -шкаф Н5 Шкаф навесной с одной полкой и дверцами из металла; - столешница из постформинга. Столешница из постформинга, максимальная длина 3000 мм, цвет белый. Цена указана на 1 п.м. В стоимость включен плинтус и торцевые элементы;	2	79 900	159 800
Оборудование в остальное помещение			
Диван Шевалье, мод. Д4	1	16 000	16 000
Диван Дилан Мод 6	2	14 000	28 000
Многоместная секция Мод115	1	4 200	4 200

Продолжение приложения В

1	2	3	4
Офисный стул	4	2 000	8 000
Шкаф для одежды в офис	2	8 000	16 000
Комплект офисной мебели Эдем Ресепшн К1	1	17 000	17 000
Стол рабочий 203 (120x80x75)	1	7 700	7 700
Тумба 3-х секционная 206р (110x45x69)	1	5 500	5 500
Шкаф для документов (180x45x85)	1	10 000	10 000
Кресло Престиж Эрго	1	2 700	2 700
Туалетный инвентарь	1	10 000	10 000
Ноутбук Asus X541SA-XX327Г	4	9 000	36 000
Принтер со сканером МФУ Xerox WorkCentre 3025BI	1	10 800	10 800
Радиотелефон Panasonic КХ-ТGB210	1	1 500	1 500
Итого:			1 213 400

Продолжение приложения Г

Расчеты расходов и доходов за последующие два года реализации проекта ООО «Denta-plus»

Квартал	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал			Итог за 2-й год	Итог за 3-й год
Месяц показатель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	15	16
Доходы от реализации (выручка)	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	12 600 000	12 600 000
Расходы на сырье	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	157 000	1 884 000	1 884 000
Расходы на аренду/коммунальные платежи	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	600 000	600 000
Расходы на амортизацию	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	12 250	147 000	147 000
Расходы на рекламу	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	180 000	180 000
Непредвиденные расходы	10 000		10 000		10 000		10 000		10 000		10 000		60 000	60 000
Фонд заработной платы наемных работников с учетом отчислений	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	203 424	2 441 088	2 441 088
Отчисления по кредиту	120 495	120 495	120 495	120 495	120 495	120 495	-	-	-	-	-	-	843 465	-
Прибыль до налогообложения	481 831	491 831	481 831	491 831	481 831	491 831	602 326	612 326	602 326	612 326	602 326	612 326	6 594 942	7 287 912
Налог на прибыль 15%	72 275	73 775	72 275	73 775	72 275	73 775	90 349	91 849	90 349	91 849	90 349	91 849	984 744	1 093 188
Чистая прибыль	409 556	418 056	409 556	418 056	409 556	418 056	511 977	520 477	511 977	520 477	511 977	520 477	5 580 198	6 194 724
Рентабельность проекта													44%	49%

