

Введение

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что одной из отличительных особенностей медицины является ее государственное регулирование через фонды обязательного медицинского страхования. Новым видом оказываемых медицинских услуг являются услуги по удаленному медицинскому консультированию в РФ и странах СНГ от ведущих врачей без посредников. В связи с этим появилась возможность расширения деятельности ООО «Медцентр» и предоставление дополнительных услуг клиентам.

Для оценки возможностей реализации проекта, необходимо рассчитать экономическую эффективность расширения деятельности ООО «Медцентр» путем разработки подробного бизнес-проекта по предоставлению дополнительных услуг клиентам – телемедицины.

Актуальность темы определили цель и задачи работы.

Исследованию проблем инвестиционной деятельности, анализу эффективности инвестиционных проектов посвящены работы В.В.Ковалева, Н.П.Кондракова, П.С. Безруких, П.Н. Шуляк, И.А.Бланк, Г.В. Савицкой, Д.Стоуна и др.

В процессе написания работы были использованы информационные, справочно-аналитические и статистические материалы; материалы, опубликованные в периодической печати и на официальных сайтах сети Интернет.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка бизнес-проекта по расширению деятельности компании ООО «Медцентр».

Исходя из поставленной цели, были сформулированы следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты разработки и оценки эффективности инвестиционных проектов;

- произвести расчеты, необходимые для обоснования основных параметров проекта;
- провести оценку экономической эффективности разработанного бизнес-проекта.

Предмет исследования – бизнес-проект по расширению деятельности компании ООО «Медцентр»

Объект исследования – деятельность компании ООО «Медцентр».

Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов исследования в практической деятельности, а именно в реализации бизнес-проекта по предоставлению дополнительных услуг – телемедицины на предприятиях медицинской направленности и оценки инвестиционных вложений в данный проект.

В процессе написания работы были использованы информационные, справочно-аналитические и статистические материалы; материалы, опубликованные в периодической печати и на официальных сайтах сети Интернет.

1 Обзор литературы

1.1 Классификация инвестиционных проектов

В настоящее время термин «инвестиции» является очень популярным у самых широких масс населения. С.П. Суворова и Н.А. Илюхина пишут: «в международной практике инвестиционные проекты - это планы, которые связаны с вложением для последующего получения прибыли. В общем смысле любая новая бизнес-идея так или иначе имеет отношение к привлечению нового капитала. Именно поэтому в самом широком понимании инвестиционные проекты – это мероприятия, связанные с реализацией бизнес-плана предприятия для достижения необходимого результата» [1, с.3]

Инвестиционный проект – это мероприятие, затрагивающее деятельность предприятия, направленное на достижение определенных целей. Различают три вида инвестиционных проектов:

1. Проект, связанный с созданием нового предприятия.
2. Проект, связанный с участием в существующем предприятии. [1, с. 6]

В зависимости от характера вложения средств и риска, связанного с осуществлением проекта, различают три типа инвестиционных проектов: проекты с низким уровнем риска, проекты с умеренным уровнем риска, проекты с высоким уровнем риска.

[2, с. 15].

Отметим, что в зависимости от характера вложения средств различают три типа инвестиционных проектов: проекты с низким уровнем риска, проекты с умеренным уровнем риска, проекты с высоким уровнем риска. Принципы классификации инвестиционных проектов по различным критериям: [2, с. 22]

1. По продолжительности цикла. Инвестиционный цикл делится на три периода: подготовительный, основной, завершающий.

2 ки лируются, в них включаются
ния и ды за тный д, с
кта, с м сти вания различных валют.

3 ставляются вия ния различных в в
кта).

4 тся р ни.

5 Учитываются дствия кта.

6 тся разных в кта, их
в и нки сти капитала, ся в
индивидуальных ниях рмы нта.

7 нка кта этапна. На разных стадиях тки и
ния кта сть тся , с й
й тки.

8 тся инфляции и сть вания при
ализации кта льких валют.

9 тся й и в, ждающих
ализацию кта [2, с. 22].

ды нки сти стиций лить на
группы: дни ды нки сти нных
в включают , а – т.
сть кта тся в
да, рый т й рвал т начала
кта ния. да тся
лять в задании ту сти кта,
р, как дату начала ния дств в -
ты [1, с. 25].

жний к кта - сть т ни
жных ний и й при ализации кта,
мая для да. [1, с. 10]

ка т быть з $CF(t)$, сли
сится к нту ни t , или з $CF(m)$, сли сится к m -му
шагу.

ки гут выражаться в кущих, зных или
ванных нах в сти т, в каких нах выражаются на
м их ки и ки. [1, с. 10]

— ны, в кт з та инфляции.
зными нами называются ны, жидаются (с м
инфляции) на будущих шагах та.

ны — ны, ны к
вню н нта ни м ния на бщий
базисный кс инфляции.

Наряду с жным м при кта
тся нный жный к — сумма тствующих
ристик ка за данный и шаги.

В мя т ряд в нки сти
стиций. Их лить на группы: ды нки
сти нных в, и

.

д нки сти стический, ванный на
вании т т да, кса
сти, й рмы сти и ка
сти стический [3, с.12].

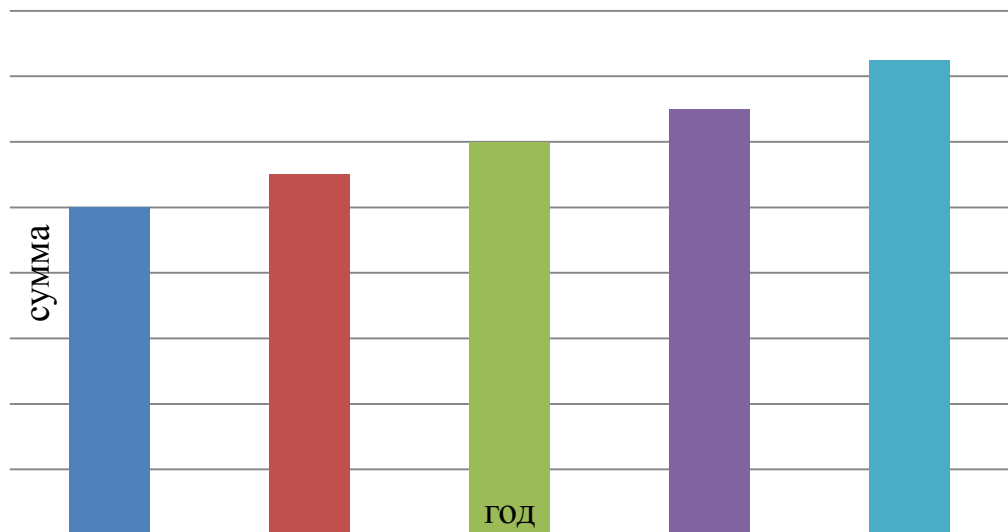
дну и ту жную сумму рассматривать с двух зиций —
наращивания и вания. В нных ктах
сти г с м ни тся м вания
жных в и й сти.
— сс ния кущих жных ний т
стиций к их й сти.

сти й й суммы г
тсся с щью рмулы:

(1)

:

F – сти г в п-й д ни;
P – сумма ний () й суммы г;
г – ставка наращивания рма сти ния);
п – в ни (включая д ния).
сс наращивания сти дставить ски
к 1).



к 1 – сти
– сс ния жных ний т
стиций к их й сти [4, с. 33].
) сти й й

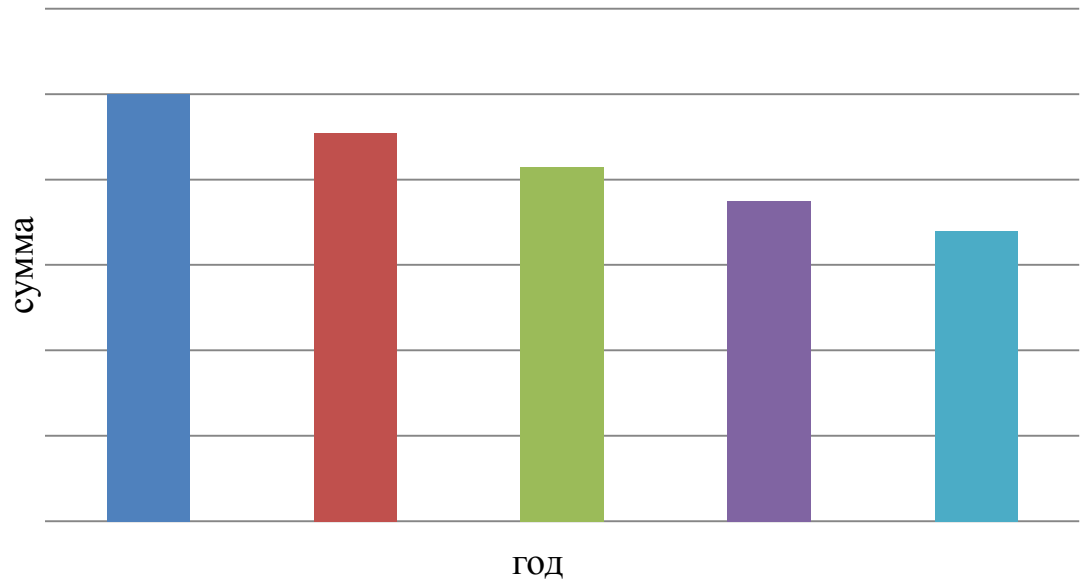
суммы г тсся с щью рмулы:

(2)

:

P– й суммы г;
F – сти г в п-й д ни;

г – ставка вания рма сти ния);
 п – в ни (включая д ния).
 Данная рмула тся стым м рмулы наращивания.
 сс вания сти дставить ски
 к 2).



к 2 – Процесс д вани сти
 при м тся з жный
 нт. нт– плата за . жный нт –
 в на нты.
 В м тся, в -
 нт ни дства гут быть сразу ны въ, му ни
 лжают тать, так и начисляются нты на нты.
 При нии ставки вания инфляция тся
 или т быть на внутри ставки.
 Для ния в вания для да
 ни ствуют два да.
 1. й рмулы:

(3)

:

k – нт вания для - да;
r – ставка вания рма сти ния);
n – в ни (включая д ния).
2 таблицы рм в, в й рассчитаны
нты вания для разных в и разных к .
лим ли, с щью рых нить
сть кта.
р, нт наращивания т братным,
рассчитать, лив диницу на нт вания [4, с.37].

Рассчитав ки кту,
нять, н ли мый кт, ит ли
вать в дства. сравнить
ли с данными других в. , кажутся
льными и в них дства рнутся, а
при сут в м в.
Таким образом, м ды нки сти стиций ляют
лить сть ния дств в т или й кт.
трим их .

1.2 ды нки й сти
нных ний

К дам, включающим , сятся ды:
1 ванный на в сти стиций.
2 ванный на сти жду й в и
нными ржками нными затратами) за сь к
вания кта, рый н д м
Cash-flow или ка.

3 ванный на нии рмы прибыли на капитал.

й сти нных затрат на дукции.

5 ра в капитальных ний на ния массы прибыли д ния прибыли) [5, с. 25].

1 д, ванный на в сти стиций

д сти, Payback riod (PB).

д сти - мя, для крытия

начальных ний за т ния ка,

мым нным м. Для та да

сти тся дующая рмула:

(4)

nts – начальный ния в кт,

CFt – мый чистый жный к сяца t.

д сти н быть сти кта, в

м кт купится.

2 нт сти стиций дняя рма

сти).

дняя рма сти, (ARR) тся как

жду выими ниями т ализациями

кта и й начальных ний й :

—

_____ , (5)

nts - ния в нный кт,

CFt - чистый жный к сяца t,

N – мая сть кта в сяцах.

ARR т дней й д, рый лучить т

ния кта.

При кта т кт, у ль

рма прибыли на капитал н. кт тся к

ализации, если сумма прибыли на капитал кта ставки сти
вых ний зиты, облигации).
3 д кта за тный д вания
кта (cash-flow)
д, ванный на сти жду й в и
нными ржками нными затратами) за сь к
вания кта, рый с н д м
Cash-flow или ка. [6]
4 д й сти нных затрат на
дукции.
При вании да р
варианта кта) тся, дя из минимума
нных затрат. сказать, из льких в,
рым рассчитаны затраты, к нию тся вариант,
ющий нных затрат.
т дится 3:

$$\min (6)$$
где – затраты дству тных в дукции
в на 1 д i-му варианту, руб.;
– рма прибыли на капитал – рматив сти капитальных
ний, нный м, %;
– ния i-му варианту кта,
руб.
К нию тся т нный кт, у
сумма нных затрат тся й. , как ,
кты, ализация рых на на
к дства, ния выпуска дукции при м
дит, или т нных затрат тся на ставимый
вый) выпуск дукции как для , так и для варианта [3,
с. 14].

Данный д вать при ализации
 нных в, нных на ну нных в,
 гии ния дукции, вых
 в рганизации чих ст и вых в ния [3, с. 14].
 5 д ра в капитальных ний на ния
 массы прибыли д ния прибыли)
 т массы й прибыли в м тся 4:
 (7)
 – сумма й прибыли за сь к вания
 кта, руб.;

– масса й прибыли, нная в i-м ду т ализации
 кта, руб.;

– к вания кта, рый
 тся t t , т.
 т йства сти жных дств тся
 м [3, с. 19].

м жных в тся их
 нных сящихся к разным шагам та) ний к их
 сти на нный нт ни, рый тся м
 ния и тся з t_0 . В нта ния
 гда) выбирают вый нт та ни). В м t_0
 $= t_0$ [3, с. 6].

В мя при вании нных затрат
 тся д жных в, сть
 вать дующими ниями.

Пусть К единиц затрат ским или нным
 ниям сти з - рба для в
 ра дня, а з t т. Если эти дства будут ны», ,
 будучи нными в й кт, ни сут там за д кт, равный,

как минимум $r \times K$. , нии да бщая сумма мии ставит:

$$K + r \times K = K(1 + r), \quad (8)$$

r – мая в рма сти (прибыли) в д на 1 рубль затрат рма нта).

нии да р й мии тся личины:

$$K(1 + r) + K(1 + r)r = K(1 + r)^2 \quad (9)$$

мая, стигнутая дня в K единиц, з t т т личины $K(1 + r)^t$. значит, сли мы личину K м в данный нт, а з t т, с чки ния дня й личины в $(1 + r)^t$ раз.

вным ским м, мым при вании, тся рма нта (r), мая в лях единицы или в нтах в д.

ка на m -м тся м ния ния CF_t на нт вания, мый

(10)

tm – нт нчания - шага;

t_0 – нт ния.

рма нта т, й дный нт зврата т (или т) ть р на мый капитал.

В й эта личина тся дя из нта вкладам (в янных нах). На на тся льшим ния за т инфляции и риска, с стициями.

нная нка рмы нта длива (в й) для капитала. В , гда сь капитал тся

мным, рма нта т й тствующую нтную ставку, муо виями нтных выплат и ний займам. В м гда капитал шанный) рма нта т быть на как нная сть капитала, рассчитанная с м структуры капитала, й мы и др. ссылка [1, с. 173]

Различаются рмы нта: ская, участника кта, циальная и тная [1, с. 12].

ская рма нта тся при й сти кта; на тся с м й . й с другими ктами) сти вания капитала. рма нта участника кта т сть участия в дприятий (или иных в). на тся самими участниками. При тсутствии тких ний в н вать скуую рму нта [7, с. 12].

циальная нная) рма нта тся при тах й й сти и т вания ства к й сти кта [7, с. 12].

д нки сти стических, ванный на вании т т да, кса сти, й рмы сти и ка сти стических [3, с. 12].

Различают ды, на вании, рассчитать ли:

- ванный д сти, DPB
 - чистая кущая сть (чистый нный кт) (NPV);
 - кс сти стических (PI);
 - нная рма сти стических (IRR);
- жим, ются ды, дам (FV_1 , $FV_2, \dots$, FV_n), ставка вания равна Е. В м сумма

$$\frac{C_{Ft}}{1+r} - \frac{C_{Ft+1}}{1+r} = \text{суммарная ванаая стья жных в,}$$
 руб.;

$$T - \text{т, за дится т вых жных}$$

$$B. \text{ ния [3, с. 12].}$$

$$\text{нная рмула на для та й}$$

$$\text{й суммы жных в при их м нии дам}$$

$$\text{вания кта. Данную рмулу}$$

$$\text{вать дующим м:}$$

$$(12)$$

$$- \text{нты вания т да да Т.}$$

$$\text{ванный д сти.}$$

$$\text{т к, за рый купятся затраты на ализацию}$$

$$\text{кта за т в, ванных й й}$$

$$\text{вания) на куций нт ни.}$$

$$\text{ванный д сти (DPB) тся}$$

$$\text{лю д сти», , в м}$$

$$\text{жный к кта тся. Для та}$$

$$\text{тся дующая рмула:}$$

$$\text{--- ,} \quad (13)$$

$$\text{nts - ния,}$$

$$CF_t - \text{чистый жный к кта сяца t,}$$

$$r - \text{сячная ставка вания.}$$

$$\text{Данный ль т алистичную нку да}$$

$$\text{сти с м вания г, м РВ, при вии}$$

$$\text{ра ставки вания.}$$

$$\text{Чистый нный д, NPV t nt).}$$

нная рма сти, IRR rnal of turn)

нная рма сти, (IRR) тся из

ния:

$$\frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - \text{чистый денежный поток в } t \text{ периоде} \quad (16)$$

nts – ния,

CF_t - чистый денежный поток в t, т.е.

N – стоимость капитала в t, т.е.

IRR - внутренняя норма дисконта.

кт тся дным, если IRR кта

сти г ра рмы сти).

IRR вать как максимальную ставку нта, д рый

фирма т взять дит для вания кта с

щью капитала. При м жный д тся в

да для ния суммы дита и в

му. ры в м за ски правданный д

вания кта лучили бы да, и

ли бы в т вания кта.

Отметим, что р тр нный д нки сти стий

тся вать при зрастающих ниях вых в в

да вания кта [8, с.12].

2 Объект и методы исследования

Объектом исследования в работе является деятельность поликлиники ООО «Медцентр».

ООО «Медцентр» – поликлиника, предоставляющая комплексные медицинские услуги.

Контактный телефон, e-mail: frib@inbox.ru

ОГРН 1024202001581; ИНН 4230016570

Генеральный директор Сенькевич Маргарита Карловна

Поликлиника ООО «Медцентр» предоставляет широкий спектр комплексных медицинских услуг. В поликлинике имеется все необходимое оборудование для полного медицинского обслуживания. Выполняются все виды диагностики, включая лабораторные анализы, рентгеновские снимки, электродиагностику, ультразвук, позитрон-эмиссионную и компьютерную томографию, МРТ, гастроэнтерологическую лабораторию и катетеризацию сердца.

Предоставляется полный уход за женщинами и детьми, для которых доступны полностью оборудованные родильные палаты, детские комнаты и специальный педиатрический блок. Также в клинике работает кабинет неотложной помощи, в котором круглосуточно дежурят сертифицированные медики.

Методы исследования: теоретический анализ, метод сравнения, дедукции и индукции, оценки эффективности инвестиционных проектов.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Анализ деятельности ООО «Медцентр»

ООО «Медцентр» представляет собой компанию, оказывающую медицинские услуги широкого профиля в городе Новосибирск. Клиники компании располагают возможностью однодневно посетить до 20 узких специалистов, сдать любые виды анализов, сделать УЗИ, получить грамотные консультации, расшифровку любых анализов. Специалисты помогают своим клиентам с назначением схем лечения с возможностью проходить их амбулаторно на дому и в клинике под наблюдением специалистов.

Клиника очень известна в городе, так как работает в удобном для граждан режиме, по вечерам принимают специалисты; профессионально организовываются профосмотры и медосмотры, результаты большинства анализов готовы в течение суток. Существенным недостатком является отсутствие большей части узкопрофильных специалистов на постоянном приеме, хотя клиника организывает встречи и консультации в определенные дни.

Наиболее известны следующие услуги:

- аудиограмма;
- УЗИ;
- прессотерапия;
- озонотерапия.

Таким образом, имущество предприятия – в основном основные средства и запасы, что и демонстрирует таблица 1.

Таблица 1 – Горизонтальный анализ баланса ООО «Медцентр» за 2013-2015 гг., тыс. руб.

Наименование	2013	2014	2015	Абсолютное изменение	Темп роста, %
Актив					
Материальные внеоборотные активы	0	5324	4127	-1197	77,52
Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	0	0	0	0	0,00
Запасы	0	1505	1577	72	104,78
Денежные средства и денежные эквиваленты	0	203	279	76	137,44
Финансовые и другие оборотные активы (включая дебиторскую задолженность)	0	134	584	450	435,82
Баланс	0	7166	6567	-599	91,64
Пассив					
Капитал и резервы	0	30	30	0	100,00
Долгосрочные заемные средства	0	448	0	-448	0,00
Другие долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0,00
Краткосрочные заемные средства	0	0	0	0	0,00
Кредиторская задолженность	0	215	229	14	106,51
Другие краткосрочные обязательства	0	6473	6308	-165	97,45
Баланс	0	7166	6567	-599	91,64

За период с 2014 по 2015 гг. материальные внеоборотные активы уменьшились на 1197 тыс. руб., зато значительно возросла дебиторская задолженность (на 335,64 % или 450 тыс. руб.) и немного увеличились запасы (на 76 тыс. руб. или 37,44%) и запасы (на 72 тыс. руб. или 104,78%). Можно сказать, что обновления основных фондов не происходит, а запасы закупаются и тратятся неравномерно.

Предприятие на конец 2015 года не имеет долгосрочных заемных средств (погашена задолженность в размере 478 тыс. руб.), незначительно увеличилась кредиторская задолженность (на 6,51%) и уменьшились также незначительно другие краткосрочные обязательства.

В целом, баланс на конец 2015 года уменьшился на 599 тыс. руб., что является не очень благоприятным признаком для развития организации.

Таблица 2 – Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках за 2013-2015 гг., тыс. руб.

Наименование	2013	2014	2015	Абсолютное изменение	Темп роста, %
Выручка	0	10860	9758	-1102	89,85
Расходы по обычной деятельности	0	-10107	-7730	2377	76,48
Проценты к уплате	0	0	-4	-4	-
Прочие доходы	0	0	0	0	-
Прочие расходы	0	0	0	0	-
Налоги на прибыль (доходы)	0	0	293	293	-
Чистая прибыль (убыток)	0	753	1731	978	229,88

Выручка уменьшилась на 1102 тыс. руб., налоги на прибыль увеличились на 293 тыс. руб., а чистая прибыль увеличилась на 978 тыс. руб. Рост прибыли обеспечивается снижением расходов по обычным видам деятельности на 2377 тыс. руб.

В целом, можно сказать, что предприятие работает удовлетворительно, погашает долги, уменьшает расходы, однако кризисные тенденции влияют на его деятельность.

Таблица 3 – Вертикальный анализ баланса ООО «Медцентр» 2013-2015 гг. тыс. руб.

Наименование	2013	2014	2015	удельный вес 2014, %	удельный вес 2015, %
Актив					
Материальные внеоборотные активы	0	5324	4127	74,30	62,84
Запасы	0	1505	1577	21,00	24,01
Денежные средства и денежные эквиваленты	0	203	279	2,83	4,25
Финансовые и другие оборотные активы	0	134	584	1,87	8,89
Баланс	0	7166	6567	100,00	100,00
Пассив				0,00	0,00
Капитал и резервы	0	30	30	0,42	0,46
Долгосрочные заемные средства	0	448	0	6,25	0,00
Кредиторская задолженность	0	215	229	3,00	3,49
Другие краткосрочные обязательства	0	6473	6308	90,33	96,06
Баланс	0	7166	6567	100,00	100,00

На рисунке 3 представлен агрегированный баланс ООО «Медцентр»: наибольшую долю занимают внеоборотные активы (74,3% в 2014 году и 62,84% в 2015 году) и другие краткосрочные обязательства (90,33% в 2014 году и 96% в 2015 г.).

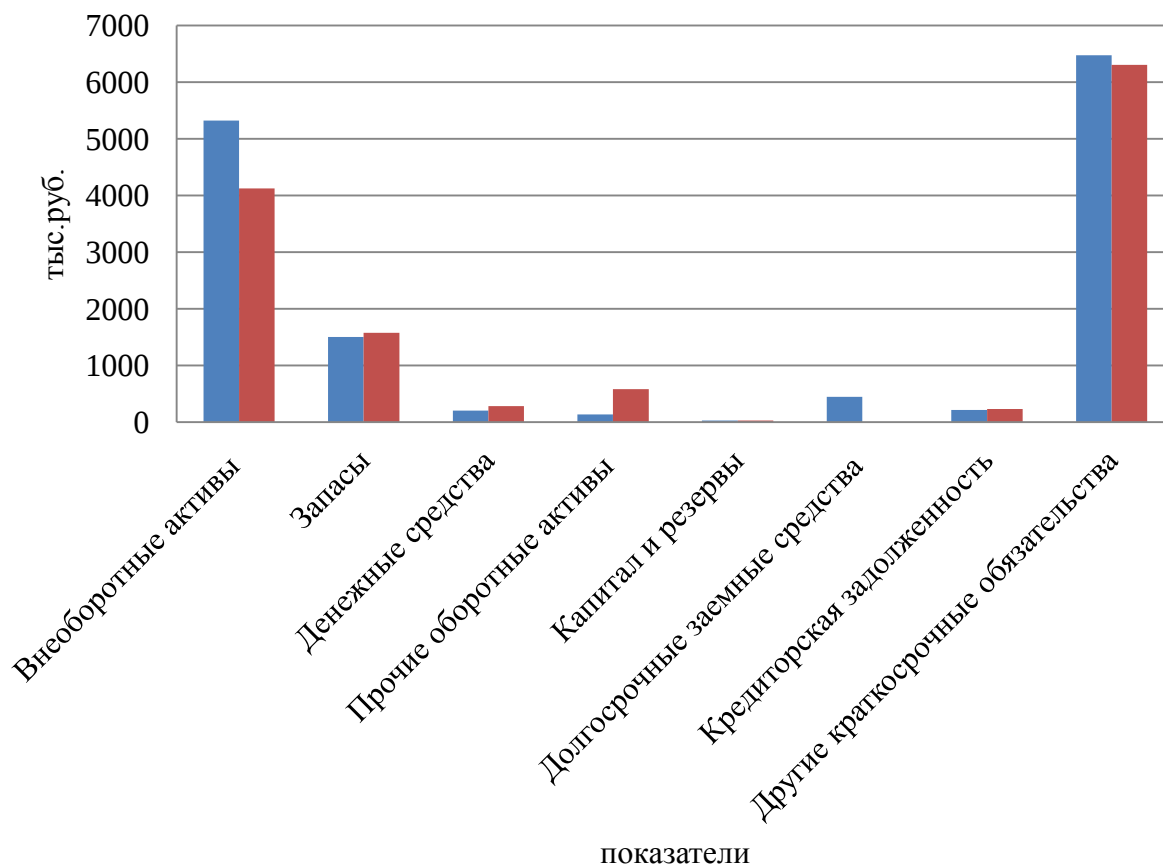


Рисунок 3 – Агрегированный баланс ООО «Медцентр»

Проведен анализ финансовых показателей деятельности организации в таблице 4, из которого можно сделать несколько резюмирующих выводов:

- коэффициент ликвидности меньше 1, что нежелательно для организации;
- оборотный капитал принимает отрицательное значение, что также является негативным признаком;
- коэффициент маневренности показывает, что собственного капитала, вложенного в оборотные средства, нет;

- доля запасов в оборотных активах составляет 82 % в 2014 и 65% в 2015 году, что указывает на нерациональную закупку и использование данных средств, на это же указывает длительность оборота запасов;

- коэффициент оборачиваемости собственного капитала довольно значителен из-за того, что собственный капитал компании очень мал, а коэффициент отношения заемных и собственных средств указывает на высокую зависимость от заемного капитала;

- продолжительность операционного цикла слишком велика, что в условиях кризиса грозит нерентабельностью предприятия;

- рентабельность продаж составляет всего 18%, что недостаточно для развития организации.

Таблица 4 – Обобщенные показатели деятельности предприятия

Показатели	2014	2015
Коэффициент текущей ликвидности	0,26	0,37
Уточненный коэффициент ликвидности	0,05	0,13
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,03	0,04
Оборотный капитал	-5924	-4907
Коэффициент маневренности	-176,47	-136,57
Доля оборотного капитала в суммарных об.активах	-2,87	-1,68
Доля запасов в оборотных активах	0,82	0,65
Коэффициент оборачиваемости активов	-	1,42
Фондоотдача	-	2,06
Коэффициент обор.соб.капитала	-	325,27
Оборачиваемость дебиторской задолженности	-	27,18
Период погашения дебиторской задолженности	-	13,43
Оборачиваемость запасов	-	5,02
Длительность оборота запасов		71,77
Оборачиваемость кредиторской задолженности		1,17
Период погашения кредиторской задолженности		307,96
Продолжительность операционного цикла		85,20
Коэффициент концентрации собственного капитала	0	0
Коэффициент концентрации заемного капитала	1	1
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	237,87	217,90
Рентабельность активов (имущества)		0,25
Рентабельность оборотных активов		0,81
Рентабельность собственного капитала		57,70
Рентабельность продаж		0,18

Таким образом, предприятие нуждается в увеличении рынка сбыта услуг, наращивании собственного капитала, увеличении рентабельности и более продуманного управления запасами предприятия.

3.2 Стратегия развития деятельности ООО «Медцентр»

Для того, чтобы выстроить верную стратегию дальнейшего развития бизнеса, необходимо оценить сильные и слабые стороны деятельности компании путем проведения SWOT-анализа.

Таблица 5 – SWOT-анализ деятельности ООО «Медцентр»

S	W
1 Хорошая репутация 2 Удобное местоположение 3 Удобный режим работы 4 Наличие современной аппаратуры и помещений 5 Большой перечень услуг	1 Недостаточно количество узко квалифицированных врачей 2 Не все возможности аппаратуры используются в полной мере 3 Перечень услуг типизирован Наличие конкурентов: «Здоровье», «Здоровье и красота», «Общая врачебная практика», «Центр планирования семьи» 4 Низкий уровень рентабельности и излишек запасов 5 Большая зависимость от заемного капитала
O	T
11 Открытие новой услуги, не требующей увеличения площади и изменения режима работы 2 Привлечение квалифицированных специалистов 3 Продуманное управление финансовой деятельностью компании	1 Увеличение числа конкурентов 2 Влияние кризиса может привести к снижению спроса на услуги или необходимость снижения цены 3 Закрытие компании

Таким образом, руководству компании необходимо предусмотреть развитие новой услуги гражданам города, которая поможет увеличить доход, а следовательно, нарастить собственный капитал и стабилизировать финансовое состояние компании.

Такой услугой может являться телемедицина. Это наиболее дешевый и простой способ организации консультации на расстоянии путём передачи медицинской информации по электронной почте. Он мало подходит для экстренных случаев, однако малозатратен и весьма эффективен при надлежащем организационном обеспечении процесса. Хорошим примером организации системы отложенных телемедицинских консультаций может служить телемедицинская система Пензенской области, где в эту систему были включены все центральные районные больницы, а в качестве консультантов служат ведущие специалисты всех областных ЛПУ.

Эти консультации более требовательны к техническому оснащению, их проводят с использованием широкополосных каналов связи и видеоаппаратуры. Различают плановые, экстренные видеоконсультации и видеоконсилиумы. Во всех этих случаях обеспечивается непосредственное общение между консультантом и лечащим врачом. Чаще всего такие консультации проводятся с участием больного. При этом сеанс видеоконференцсвязи может проходить как между двумя абонентами, так и между несколькими абонентами в так называемом многоточечном режиме, то есть наиболее сложные случаи могут обсуждаться консилиумом врачей из разных медицинских центров. Считается, что дистанционная видеоконсультация в 20 раз дешевле поездки пациента с Урала в Москву, для Якутии и Забайкалья – в 40 раз (в случае необходимости сопровождения пациента медицинским работником стоимость поездки удваивается). В зависимости от расстояния между пунктами соотношение этих затрат может составлять до 50 раз в пользу телемедицины. Телемедицинские системы позволяют организовать диалог с врачом-экспертом (видеоконференцию) на любом расстоянии и передать практически всю необходимую для квалифицированного заключения медицинскую информацию (выписки из истории болезни, рентгенограммы, компьютерные томограммы, снимки УЗИ и т. д.).

Зарождающийся рынок телемедицины и eHealth – электронного здравоохранения – в целом, в т.ч. как его основная часть это второе мнение в РФ. Очень развит рынок медицинского туризма. Но нет персонализации услуг врачами, опыта, прозрачности услуг. В последние годы все больше компаний приходят на этот рынок. Абрамович Р.А. недавно открыл аналогичную компанию по оказанию услуг удаленного медицинского консультирования врачами Израиля. На рынке РФ представлено порядка 30 компаний, предоставляющие аналогичные услуги по удаленному медицинскому «второму мнению». Данный рынок обусловлен низким качеством предоставляемых в России медицинских услуг и непрерывным развитием технологий удаленного медицинского консультирования.

Рассматривается расширение проекта и занятие ниши второго мнения и удаленного медицинского консультирования в РФ от ведущих врачей, путем:

- приобретения лицензии на специализированное программное обеспечение для удаленного медицинского консультирования Chilli;
- создания сайта;
- открытия офисного помещения.

По такой схеме клиники в Германии работают с арабскими странами. В Германии проходит несколько клинических исследований с участием пациентов, страдающих хроническими и сердечно-сосудистыми заболеваниями. Они ежедневно вносят требуемые данные (например, вес и уровень сахара в крови) в специально созданные базы данных и отправляют в телемедицинский центр. Если требуется, пациентам предоставляются приборы, считывающие необходимые данные о состоянии здоровья (весы, аппарат для измерения давления, 12-канальный ЭКГ-аппарат). Клинические исследования, проведенные в Германии, показали, что через применение телемедицинских платформ уменьшается количество госпитализаций, длительность нахождения в больнице, и уровень смертности при сердечных патологиях.

Применение подобной схемы позволит получать удаленно консультации ведущих врачей по принципу ведущая клиника в РФ – врач в офисе ООО

«Медцентр». Дополнительно для удобства, возможно создание и установка мобильного приложения для сопровождения клиента по принципу удаленного мониторинга и консультирования.

Таблица 6 – Основные показатели продаж офиса

Вид услуги	Себестоимость услуг, руб	Цена продаж услуг, руб	Объем услуг в месяц, шт
Письменное второе мнение	1 000	3 500	80
Экстренное второе мнение	2 000	7 000	2

- Постоянные затраты офиса – 131 712 руб. в т.ч.:
- Содержание и аренда офиса – 30 000 руб.;
- Заработная плата постоянная – 101 712 руб.;
- Система налогообложения – УСН 15% (доходы – расходы);
- Стоимость привлечения клиента – 276 руб./клиент.
- Необходимый размер инвестиций, руб. -827 428

Основная услуга проекта: срочная (от 12 до 96 часов) дистанционная диагностика и консультации ведущих медицинских экспертов от ведущих врачей РФ в качества второго мнения по системе «Телемедицина».

Предлагаемые услуги проекта:

- Письменное «второе мнение». Это повторный просмотр, чтение данных различных исследований (рентгеновских снимков, маммограмм, результатов КТ и МРТ) независимым специалистом с выдачей описания и заключения.
- Экстренное письменное «второе мнение». Срок предоставления экстренного второго мнения - менее 48 часов.
- Описание снимков МРТ, КТ, ПЭТ и гистологии
- Видеоконсультация с экспертом. Дистанционное взаимодействие между врачом и пациентом, позволяющее прибегать к высококвалифицированной и узкоспециализированной медицинской консультации врачей на расстоянии. Пациенты получают возможность

напрямую общаться с выбранным специалистом с помощью переводчика компании в режиме on-line с использованием средств видеоконференцсвязи с получением письменного заключения.

- Экспертный видеоконсилиум

- Независимая оценка стоимости лечения в РФ. Независимый расчет стоимости обследования или лечения без посредников в ведущих клиниках РФ. Коммерческие предложения клиник предоставляются на официальных бланках учреждений. Эта услуга позволит клиенту выбрать оптимальный для себя вариант для дальнейшего лечения на территории РФ и сэкономить существенные средства.

- Плановая и экстренная госпитализация. ООО «Медцентр» организует для клиента экстренную госпитализацию и плановую госпитализацию в лучшие стационары. Партнеры – крупнейшие федеральные и университетские клиники России, зарекомендовавшие себя высоким качеством лечения и достойным уровнем сервиса.

Консультации лучших профессоров РФ в узкоспециализированных областях современной медицины в режиме онлайн из любого уголка России в кратчайшие сроки с целью:

- постановки/корректировки диагноза;
- определения полноты обследования;
- получения рекомендаций по лечению;
- получения информации об альтернативных методах лечения;
- подтверждения целесообразности операции;
- получения радиологического заключения снимков МРТ/КТ, гистологии и др.

Как это работает:

- 1 Клиент проходит все необходимые этапы обследования в ООО «Медцентр»

- 2 Данные анализов загружаются в офисе на компьютер, имеющий специальное ПО;

3 Ведущий доктор/профессор готовит медицинское заключение с рекомендациями по лечению

4 Клиент в течение 96 часов получает оригинал медицинского заключения.

Специализации врачей:

Взрослые: ангиология, гастроэнтерология (гепатология, проктология), кардиология, интенсивная терапия, неврология / нейрорадиология, нейрохирургия, общая, висцеральная, мини-инвазивная и торакальная хирургия, ортопедия / травматология, онкология / радиоонкология, офтальмология, патоморфология, пульмонология, радиология, урология, эндокринология, диабетология

Детские: гематология, онкология, иммунология, неврология / нейрорадиология, ортопедия / травматология (детская), онкология / радиоонкология, урология, офтальмология

3.3 Описание проекта

Услугу можно характеризовать следующими показателями:

Качество – возможность консультации с ведущими узко-специализированными врачами-экспертами РФ, Германии и ЕС;

Цена – за счет снижения затрат на транспорт и проживание. Клиент не платит за поездку и проживание. Нет необходимости затрат на получение визы, оплаты проживания, оплаты гонораров докторов, оплаты услуг, не теряется много времени и сил на перелеты, размещение, согласования, отсутствие языкового барьера.

Доступность – консультацию можно получить в любом месте планеты, где есть доступ к сети интернет. В местах проживания клиента, в месте расположения офиса.

Клиенты заказывают «второе мнение», потому что:

- сомневаются в диагнозе или лечении. люди, склонные к сомнению, анализу, перепроверке; тревожные люди;
- хотят узнать, как лучше вылечить свое заболевание;
- имеют безнадежные и опасные заболевания, и не знают, как вылечится;
- не доверяют отечественной медицине и рассматривают возможность лечения за рубежом и хотят точно представлять для себя стоимость лечения, время, необходимое на лечение и прогноз лечения

Чаще всего о «втором мнении» говорят либо в случае тяжелых заболеваний (онкология, сердечные), потенциально или реально угрожающих жизни человека, либо в контексте «женских»/«мамочковых» разговоров: гинекология, беременность, педиатрия.

Второе мнение чаще всего упоминают в контексте- онкологии, хирургии, кардиологии, беременности, педиатрии, гинекологии, гепатитов, неврологии, эндокринологии

О телемедицине в социальных сетях пишут достаточно редко, преимущественно в контексте новостей из России о внедрении телемедицины на региональном уровне: врачи отдаленных поселков и деревень могут консультироваться у специалистов из больших городов, и т.д. Часто телемедицина воспринимается на примитивном уровне «записаться к врачу через интернет». Комментаторы часто скептически относятся к идее удаленных консультаций со специалистами, что, скорее всего, свидетельствует не о негативном опыте пользования услугой, а о заочном скептицизме из-за недостатка информации и консерватизме в области заботы о собственном здоровье – что порождает необходимость проведения информирования и ликбеза как одного из главных коммуникационных средств продвижения услуги.

Сегодня около 80% пациентов, приезжающих на обследование и лечение, делают это напрасно, неся большие затраты, в том числе на перелеты и проживание. Через сервис ООО «Медцентр» они могли бы получить качественную консультацию и рекомендацию у специалиста, а курс лечения

пройти в месте проживания, без выезда, тем самым экономя собственные средства, время, а также инвестируя в развитие Российской медицины. Рассмотрим динамику высокочастотных запросов (рисунок4)

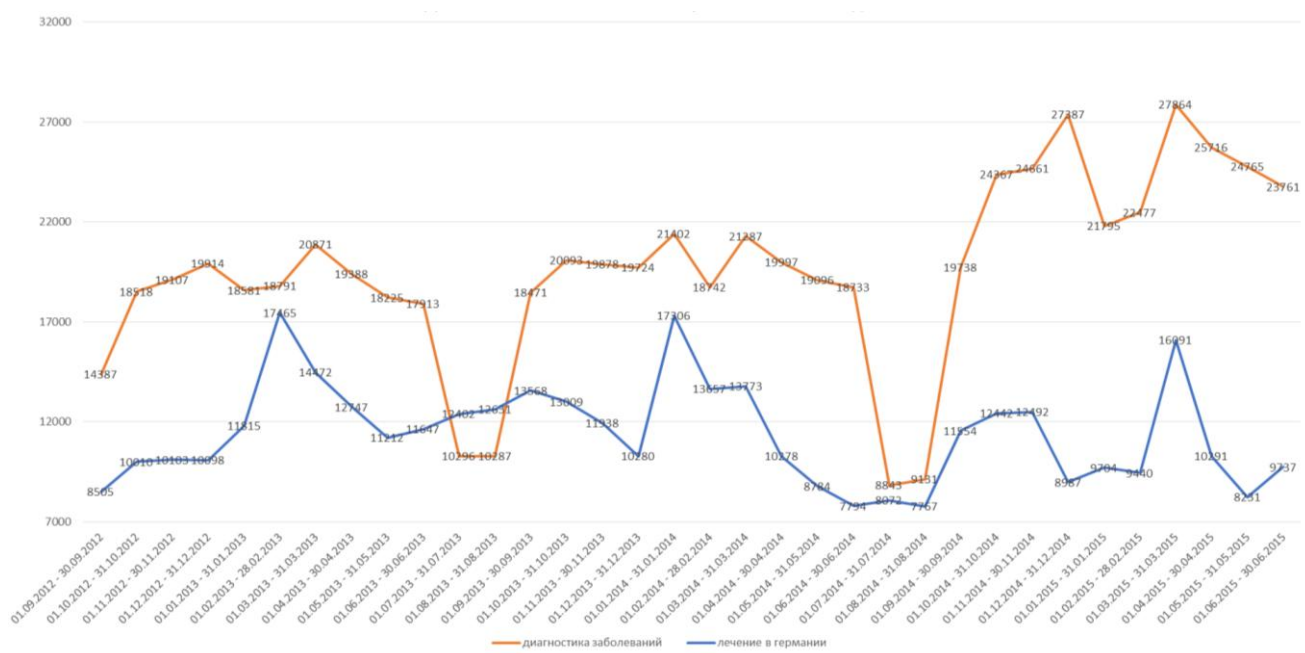


Рисунок 4 – Динамика высокочастотных запросов в системе Яндекс

Как видно из рисунка, наиболее частый запрос «Диагностика заболеваний». В летние периоды происходит спад до 10 000 запросов в месяц. Но в 2015 году произошел рост в среднем на 10 000 запросов больше чем в 2014-2013 гг. Вторым по частоте запросов, является запрос «лечение в германии». Количество запросов увеличивается в 1, 5 раза в зимнее время.

Проведем анализ статистики заболеваний по Кемеровской и Новосибирской областям для выявления ряда лидирующих заболеваний в данном регионе. Источник данных, статистика Министерство здравоохранения РФ: www.rosminzdrav.ru/documents/8029-statisticheskaya-informatsiya-2012.

Для анализа используются данные за 2014 год по количеству заболеваний в год, на 100 тыс. человек в разрезе заболеваний и регионов. Сделан отбор по регионам с доходом более 50 млрд. руб. в месяц, отбор по наиболее часто встречающимся болезням.

Таким образом, получим данные представленные в следующей таблице (таблица 7).

Таблица 7 – Статистика заболеваний в 2014 году, тыс. человек на 100 тыс. населения, в разрезе заболеваний и крупных регионов РФ

Названия строк	Кемеровская область	Новосибирская область
Болезни глаза и его придаточного аппарата	10,9	9,8
Артрозы	3,6	3,4
Артропатии	4,4	3,8
Беременность, роды и послеродовой период	9,3	13,4
Болезни кожи и подкожной клетчатки	4,9	4,6
Болезни костно-мышечной системы и соединительной ткани	17,3	11,4
Болезни мочеполовой системы	10,6	10,6
Болезни мышц глаза, нарушения содружественного движения глаз, аккомодации и рефракции	3,8	2,9
Болезни нервной системы	3,5	5,8
Болезни органов дыхания	16,8	17,4
Болезни органов пищеварения	8,3	9,4
Болезни системы кровообращения	27,2	24,8
Болезни уха и сосцевидного отростка	4,6	4,0
Болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ	5,7	6,9
Болезни, характеризующиеся повышенным кровяным давлением	11,0	12,3
Воспалительные болезни женских тазовых органов	4,1	4,5
Гипертензивная болезнь сердца	7,1	9,9
Деформирующие дорсопатии	5,1	2,2
Ишемическая болезнь сердца	5,4	3,8
Некоторые инфекционные и	4,1	4,2
Новообразования	4,9	5,6
Психические расстройства и расстройства поведения	5,3	5,0
Сахарный диабет	2,6	3,2
Сахарный диабет инсулиннезависимый	2,4	3,0
Травмы, отравления и некоторые др. последствия воздействия внешних причин	12,7	10,2
Цереброваскулярные болезни	7,0	4,5

Маркером выделены лидеры (10%) по регионам и каждой болезни, таким образом, имеет смысл обратить внимание на болезни глаза, соединительной ткани, органов дыхания, системы кровообращения, последствий травм и в дальнейшем развивать предложение по данным направлениям.

3.4 Маркетинговый план

Можно дать следующие общие рекомендации по планированию комплекса маркетинга в соответствии с целью компании:

1 Позиционировать необходимо отдельно сайт и отдельно офис. Сайт как биржа врачей с рейтингами, отзывами, форумами и конференциями. Где будут оценки, стоимости, гарантии, условия работы с партнерами, и т.д. Отдельно офис – где человек может прийти и получить услуги.

2 Цены на услуги проекта, складываются из среднерыночных, исходя из затрат проекта и планируемой нормы прибыли.

Анализ ценовых предложений по конкурентам представлен в следующей таблице:

Таблица 8 – Анализ ценовых предложений по конкурентам в РФ, евро

Наименование компании	Видеоконференция, 1 час	Письменное мнение	Перевод 1 страницы	Срок, дней
GermanMedik		300		
Евроклиник		566	19	21
MCR		400		
Bayern Osteuropa OHG		600	30	10
Bayern Osteuropa OHG		1500	30	5
Medrom		500		
ГЛИММед		800	20	10
ГЛИММед		2000		5
GermanChance		500		
Московский Врач		300		
Гамбург и Германия		146		
МедЭкспресс	870	350		

Продолжение таблицы 8

Наименование компании	Видеоконференция, 1 час	Письменное мнение	Перевод 1 страницы	Срок, дней
GMC Немецкий Медицинский Центр		250		
Университетская клиника г. Фрайбурга	900	165	35	
V-Block Medical Service Nuernberg		510		
Средняя цена	885	592	27	10

Так средняя цена за видеоконференцию у конкурентов составляет 885 евро, письменное мнение 592 евро, перевод 27 евро, средний срок – 10 дней.

Планируемые цены на услуги проекта и их себестоимость представлены в следующей таблице:

Таблица 9 – Себестоимость и цены на услуги проекта, руб.

Вид услуги	Себестоимость услуг, руб	Цена продаж услуг, руб
Письменное второе мнение	1 000	3 500
Экстренное второе мнение	2 000	7 000

Себестоимость услуги включает только полные затраты на оплату труда врачам.

Данные цены средние, и окончательная цена будет устанавливаться по каждому заказу отдельно по договоренности с врачом-экспертом в зависимости от заболевания.

Рекомендуется установление различных тарифов в выходные и праздничные дни.

Также необходима разбивка услуг в зависимости от вида анализа по письменному мнению и от времени по «видеоконференции». Это позволит избегать ценовой конкуренции и предлагать клиентам различные ценовые решения, в зависимости, что необходимо клиенту. Компании не рекомендуется конкурировать низкой ценой.

3 Продвижение

Продвижение сайта путем его наполнения информацией учитывающий спрос и разрушающий опасения клиентов. Реклама проводится по поисковым запросам, путем участия в выставках, личные встречи с потенциальными партнерами, публикация в СМИ где могут быть потенциальные партнеры, реклама через производителей диагностического оборудования.

Продвижение офиса больше привязано к местности, к статистике заболеваний в регионе, количестве врачей и лечебных учреждений. Офис позиционируется на доверии клиента, выгоде клиента. Реклама офиса проводится в двух направлениях:

Онлайн реклама – по территориальной привязке в сети интернет, по поисковым запросам, по местным справочным системам Дубль Гиз и т.д, публикация в местных интернет СМИ;

Офлайн реклама – по привязке к территории, Щиты, билборды возле диагностических центров, раздаточная продукция, публикация в местных СМИ.

4 Дистрибуция

Продукт компании становится доступным для клиента в офисе компании, где установлено соответствующее программное обеспечение.

3.5 Организационно-производственный план

1 Компания планирует использовать немецкую программу Chilli с высокой степенью защиты специально адаптированной под МРТ, УЗИ, 3д диаграммы. Существует лицензия у врачей поставщиков.

Сайт производителя программного обеспечения: <http://www.chili-radiology.com/>.

2 Планируемое помещение: офис до 55 м², две отдельные комнаты, одна для приема (администратор), вторая с видеосвязью для видеоконференций.

3 В создаваемом бизнесе применяется линейная система управления. Все сотрудники подчиняются непосредственно директору.

Планируемый персонал офиса компании:

Маркетолог-Директор

Администратор

Проведем расчет фона заработной платы основного офиса.

Таблица 10 – Расчет фонда заработной платы основного офиса, руб. в месяц

Наименование	Оклад	Количество	Сумма	Сумма с соц взносами
Маркетолог-Директор	35 000	1	35 000	45 570
Администратор	25 000	1	25 000	32 550
ИТОГО		2		78 120

Фонд заработной платы (ФЗП) указан с НДФЛ, составляющего 13%. Оплата налога НДФЛ проводится работодателем за счет работников как налогового агента согласно законодательству РФ.

С ФЗП платятся социальные взносы в размере 30,2%:

Таблица 11 – Налоговое окружение (налоги с заработной платы)

Вид налога	Размер	Примечание
Взносы в страхование (пенсион, социальн) итого:	30,2%	Суммарные налоги. Взносы, при достижении годовой заработной платы свыше 796 000 (ПФР) / 817 000 (ФСС) рублей на одного работника общая налоговая нагрузка будет равна 10% (только ПФР)
ФСС НС	0,2%	
ФСС	2,9%	
Пенсионный фонд	22,0%	
ФФОМС	5,1%	Выплачивается с фонда заработной платы работника за счет работника
НДФЛ	13,0%	

Для мотивации персонала планируется частично сдельная система оплаты труда. Переменная часть заработной платы составляет 5% от получаемой выручки.

Оплата, согласно трудовому законодательству РФ проводится 2 раза в месяц, с выдачей аванса в середине расчетного месяца.

5 Налогообложение

Предполагаемая система налогообложения создаваемой компании - упрощенная система налогообложения (УСН) «Доходы-Расходы»* 15%. При высокой рентабельности бизнеса возможен переход на систему «Доходы» * 6%.

В случае превышения расходов над доходами необходимо оплатить минимальный размер налога в размере 1% от доходов.

6 Юридическая модель оказания услуг телемедицины

Между Пациентом и Компанией заключается агентский договор по модели комиссии, по которому Компания обязуется от своего имени, но за счет Пациента заключить в качестве заказчика договор на оказание медицинских услуг с Клиникой, а также заключить договор возмездного оказания услуг на осуществление перевода.

Далее в целях исполнения агентского поручения между Клиникой и Компанией заключается договор, в соответствии с которым Клиника обязуется оказать медицинские услуги в пользу Пациента.

Особенностью предлагаемой модели является то, что Компания не несет ответственности перед Пациентом за качество оказанных медицинских услуг. Так, в соответствии со статьей 993 Гражданского кодекса Российской Федерации комиссионер (Компания) не отвечает перед комитентом (Пациентом) за неисполнение третьим лицом (Клиникой) сделки.

В случае неисполнения Клиникой своих обязательств Компания обязана по требованию Пациента уступить ему права требования к Клинике из договора возмездного оказания медицинских услуг, и в таком случае Пациент может предъявить требования к Клинике самостоятельно. Аналогичные выводы применимы в отношении услуг перевода.

В то же время, стоит отметить, что Гражданским кодексом Российской Федерации не установлены императивные правила определения агентского вознаграждения. По общему правилу размер вознаграждения и порядок его расчета определяются в договоре. Учитывая вышесказанное, имеется возможность построить отношения с Пациентами таким образом, что размер

вознаграждения Компании по договору с Пациентом будет составлять экономию от предоставленных Пациентом денежных средств. Таким образом, Пациенты будет уплачивать общую сумму, не обладая информацией о стоимости собственно медицинских услуг, услуг перевода и вознаграждения Компании.

7 Финансовый план

На ранних стадиях развития проекта довольно сложно абсолютно точно оценить его финансовые возможности и эффективность. Из-за большого числа факторов, влияющих на показатели работы компании, рассчитать показатели эффективности возможно только примерно. В каждом конкретном случае показатели будут отличаться от усредненных, и расчетные сроки будут иными.

Финансовый план рассчитан на март 2017 года.

При проведении расчетов проекта были сделаны следующие допущения и ограничения:

Финансовый год начинается с момента начала реализации проекта;

Основная валюта проекта – рубли;

Инфляция рубля и евро, колебание курса евро не учитывались;

Согласно схеме финансирования доли собственного и заемного капиталов следующие:

- собственный капитал – 100%;

- заемный капитал – 0%.

Для расчета ставки дисконтирования по методу WACC использовалась процентная ставка по кредиту – 18%.

Стоимость собственного капитала рассчитывалась по модели кумулятивного построения (CCM). Процесс ее формирования представлен в таблице ниже:

Таблица 12 –Расчет ставки дисконтирования

Доля собственного капитала	100,00%
Доля заемного капитала	0,00%
Налог	15,00%
Стоимость собственного капитала	28,06%
Стоимость заемного капитала	18,00%
Итого ставка дисконтирования	28,06%

8 Инвестиционная деятельность

Инвестиционная деятельность предполагает затраты по следующим статьям:

Затраты инициатора на ремонт и оснащение офиса компании. Осуществляются в первый месяц реализации проекта и составляют 100 000 руб.

Затраты на разработку сайт. Затраты составляют 250 000 руб. и осуществляются в течение первого месяца реализации проекта.

Аналог сайта и планируемого приложения: <https://helpmed.ru/>

Программное обеспечение

Затраты на приобретении лицензии на программное обеспечение для удаленного медицинского консультирования Chilli, либо российского аналога. Осуществляются в первый месяц проекта. Сумма затрат составляет 100 000 руб.

Реклама

Затраты на осуществление рекламы в момент запуска проекта. Общая сумма затрат составляет 105 000 руб. Осуществляется в первый месяц реализации проекта.

Таблица 13 – Затраты на рекламу

Наименование рекламы	Сумма, руб.
Контекстная реклама в интернете (реклама в яндекс, гугл)	25 000
Реклама в местных газетах с программой телепередач	20 000
Реклама в местных форумах	10 000
Реклама в социальных сетях.	30 000
Реклама в Дубльгиз	20 000
Итого	105 000

Приведем расчет движения денежных средств по инвестиционной деятельности компании.

Таблица 14 – Расчет ДДС по инвестиционной деятельности, руб.

Статья затрат	1 месяц
Инвестиционная деятельность	-555 000
Офис	-100 000
Сайт	-250 000
Программное обеспечение	-100 000
Реклама	-105 000

9 Операционная деятельность

Расчет проводится исходя из стоимости 1 оказанной услуги. Планируется, что в среднем один офис продает 80 «вторых мнений» и 2 «экстренных вторых мнений» в месяц.

Расчет доходов в размере 80 «Вторых мнений» сделан из количества запросов по запросу «Диагностика заболеваний».

Таблица 15 – Основные показатели плана продаж

Вид услуги	Себестоимость услуг, руб	Цена продаж услуг, руб	Объем услуг в месяц, шт	Затраты на услуги, в месяц руб.	План продаж, в месяц руб.
Письменное второе мнение	1 000	3 500	80	80 000	280 000
Экстренное второе мнение	2 000	7 000	2	4 000	14 000
Итого				84 000	294 000

Также, планируется постепенный рост объема продаж до плана 100% до 4-го месяца реализации проекта. В первый месяц продажи отсутствуют, т.к. планируется ремонт помещения. Рассчитаем план продаж в рублях, по установленному курсу.

Таблица 16 – Расчет плана продаж, ежемесячно, руб.

Показатель	Месяцы			
	1	2	3	4-й и последующие месяцы
Количество, шт.:				
Письменное второе мнение	0	10	40	80
Экстренное второе мнение	0	0	1	2
Выручка, руб.:	0	35 000	147 000	294 000
Письменное второе мнение	0	35 000	140 000	280 000
Экстренное второе мнение	0	0	7 000	14 000
Затраты на врачей, руб.	0	10 000	42 000	84 000
Письменное второе мнение	0	10 000	40 000	80 000
Экстренное второе мнение	0	0	2 000	4 000
Выручка (чистый доход в виде агентского вознаграждения) на 1 офис компании	0	25 000	105 000	210 000
Затраты на привлечение клиента	0	2 767	11 343	22 687

В рамках осуществления операционной деятельности компании предусмотрены следующие затраты:

1 Заработная плата, переменная часть с соц. взносами

Данная статья включает в себя переменные затраты на оплату труда, с начисляемыми социальными взносами в размере 30,2% от ФЗП. Для мотивации персонала % от получаемой выручки (агентского вознаграждения) составляет переменную часть заработной платы, выплачиваемая в виде премии, помимо оклада. Переменная часть заработной платы составляет 5% от получаемой выручки на руки.

2 Увеличение оборотного капитала

В процессе деятельности компании необходим или образуется оборотный капитал компании. Данная статья включают в себя денежные средства на формирование дебиторской и кредиторской задолженности, деньги на расчетных счетах, деньги в пути.

3 Компания оплачивает услуги поставщиков – врачей согласно заключенным договорам один раз в месяц, после окончания месяца и подписания акта выполненных работ. В этом случае у компании образуется кредиторская задолженность (авансы) в размере как минимум на 14 календарных дней (предположительная средняя задержка оплаты врачам).

Таблица 17 – Расчет оборотного капитала с 1-го офиса компании, руб.

Наименование	Месяцы			
	1	2	3	4-й и последующие месяцы
Затраты на врачей и посредника	0	10 000	40 000	80 000
Кредиторская задолженность	0	4 667	18 667	37 333
Изменение оборотного капитала	0	4 667	14 000	18 667

4 Реклама (привлечение клиента)

Затраты на привлечения клиента в виде контекстной рекламы в поисковых системах Гугл и Яндекс составляют 267, 7 руб.

5 Затраты на содержание офиса. Затраты составляют 30 000 руб. в месяц. Затраты осуществляются с 1-го месяца реализации проекта.

6 Заработная плата постоянная

Общий размер заработной платы (постоянная ее часть) составляет 101 712 руб. в месяц вместе с социальными взносами с ЗП в размере 30,2%.

7 УСН 15% (доходы-расходы)

Затраты на оплату налога по УСНО по объекту «Доходы-Расходы» - 15%. Базой для расчета являются полученные доходы за вычетом оплаченных расходов. Доходы рассчитывается как агентское вознаграждение компании в виде разницы от полученных денежных средств от клиента и затрат на оплату услуг врачей и затрат на перевод.

Таким образом, получим движение денежных средств по операционной и инвестиционной деятельности (таблица 18).

Таблица 18 – Движение денежных средств по операционной и инвестиционной деятельности, первые 6 месяцев реализации проекта, ежемесячно, руб.

Статья затрат	1	2	3	4	5	6
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	-555 000	0	0	0	0	0
Офис	-100 000					
Сайт	-250 000					
Программное обеспечение	-100 000					
Реклама	-105 000					
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	-131 712	-107 091	-33 625	55 128	36 462	36 462
Выручка	0	35 000	147 000	294 000	294 000	294 000
Затраты на врачей	0	-10 000	-42 000	-84 000	-84 000	-84 000
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	0	-2 279	-9 570	-19 139	-19 139	-19 139
Увеличение оборотного капитала	0	4 667	14 000	18 667		
Постоянные затраты						
Содержание и аренда офиса	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000
Заработная плата постоянная	-101 712	-101 712	-101 712	-101 712	-101 712	-101 712
Реклама (привлечение клиента)	0	-2 767	-11 343	-22 687	-22 687	-22 687

На основе движения денежных средств по инвестиционной и операционной деятельности проекта определим необходимые финансовые средства для реализации проекта:

Таблица 19 – Расчет потребности в финансировании, ежемесячно, руб.

Статья затрат	1	2	3	ИТОГО
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	-555 000	0	0	-555 000
Офис	-100 000	0	0	-100 000
Сайт	-250 000	0	0	-250 000
Программное обеспечение	-100 000	0	0	-100 000
Реклама	-105 000	0	0	-105 000
Реверсия	0	0	0	0

Продолжение таблицы 19

ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	-131 712	-107 091	-33 625	-272 428
Выручка	0	35 000	147 000	182 000
Затраты на врачей	0	-10 000	-42 000	-52 000
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	0	-2 279	-9 570	-11 848
Увеличение оборотного капитала	0	4 667	14 000	18 667
Постоянные затраты	0	0	0	0
Содержание и аренда офиса	-30 000	-30 000	-30 000	-90 000
Заработная плата постоянная	-101 712	-101 712	-101 712	-305 137
Реклама (привлечение клиента)	0	-2 767	-11 343	-14 110
УСН 15% (доходы-расходы)	0	0	0	0
Баланс наличности на начало периода	-686 712	-107 091	-33 625	-827 428
Баланс наличности на конец периода	-686 712	-793 803	-827 428	

Для реализации проекта используется 100% собственный капитал. Общий объем необходимого финансирования составит 827 428 руб.

Расчет реверсии

Предполагается, что инвестор будет получать доход от созданного бизнеса достаточно долгое время. Для оценки будущих получаемых потоков денежных средств в постпрогнозный срок применяется метод расчета реверсии (стоимости перепродажи).

Для оценки потока доходов от реверсии (продажи объекта), которые владелец теоретически получит по окончании срока владения Проектом, используем метод прямой капитализации для конвертации чистого дохода, приносимого Проектом на последнем году эксплуатации, в индикатор будущей стоимости объекта. Эта операция производится путем деления чистого операционного дохода года, следующего за моментом предполагаемой продажи, на конечную ставку капитализации.

Определим стоимость Проекта в постпрогнозный срок исходя из вероятной продажи бизнеса после 5 лет реализации бизнеса.

Таблица 20 – Денежный поток от реверсии объекта, руб.

Чистый операционный доход в 5 году, руб	371 909
Коэффициент капитализации	28,06%
Затраты на продажу	5%
Стоимость объекта	1 259 137
Поступления от продажи	1 259 137
Налог на прибыль	251 827
Поступления от продажи для ДДС	1 007 310
Доход от продажи для БДР	1 007 310

Таким образом, планируемая сумма денежного потока в постпрогнозный срок реализации проекта составит 1 007 310 руб. Данная сумма участвует в расчете показателей эффективности проекта в виде поступления по инвестиционной деятельности от продажи (реверсии) в последний месяц реализации проекта.

4 Результаты проведенного исследования

Основными критериями оценки инвестиционных проектов являются доходность, рентабельность и окупаемость. В зарубежной практике для оценки эффективности инвестиционных проектов используются пять основных методов:

1) методы, основанные на учетных оценках, позволяющие рассчитать следующие показатели:

срок окупаемости проекта (PB);

коэффициент эффективности инвестиций (средняя норма рентабельности ARR).

2) методы, основанные на дисконтировании, позволяющие рассчитать следующие показатели:

дисконтированный период окупаемости, DPB

чистая текущая стоимость (чистый приведенный эффект) (NPV);

индекс рентабельности инвестиций (PI);

внутренняя норма рентабельности инвестиций (IRR);

Расчет основных данных, произведенный в постоянных ценах, показывает, что деятельность новой компании является высокоэффективной и устойчивой с экономической точки зрения:

Таблица 21 – Показатели эффективности проекта, руб.

Ставка дисконтирования (годовая)	28,06%
Чистый приведенный доход, NPV, руб.	441 160
Внутренняя норма рентабельности, IRR, годовая, %	47,28%
Индекс прибыльности (PI)	1,52
Срок окупаемости, мес.	28
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	42
Необходимые инвестиции, руб.	827 428
Ставка дисконтирования (месячная)	2,34%
Средняя норма рентабельности (ARR)	73,44%

Расчет произведен из 100% собственного финансирования. Подробные расчеты приводится в прилагаемом файле «Финансовая модель» в формате MS Excel.

Определим точку безубыточности вновь создаваемого предприятия

Постоянные затраты составляют 131 712 руб. в месяц

Доля переменных затрат в выручке 0,44

Маржинальная прибыль, доля в выручке 0,56

Точку безубыточности определяется отношение постоянных затрат в месяц на маржинальную прибыль на единицу стоимости выручки. Минимальный размер выручки для компании = $131\,712 / 0,56 = 234\,703$ руб. в месяц.

Графическое отображение точки безубыточности представлено в следующей диаграмме (рисунок 5):

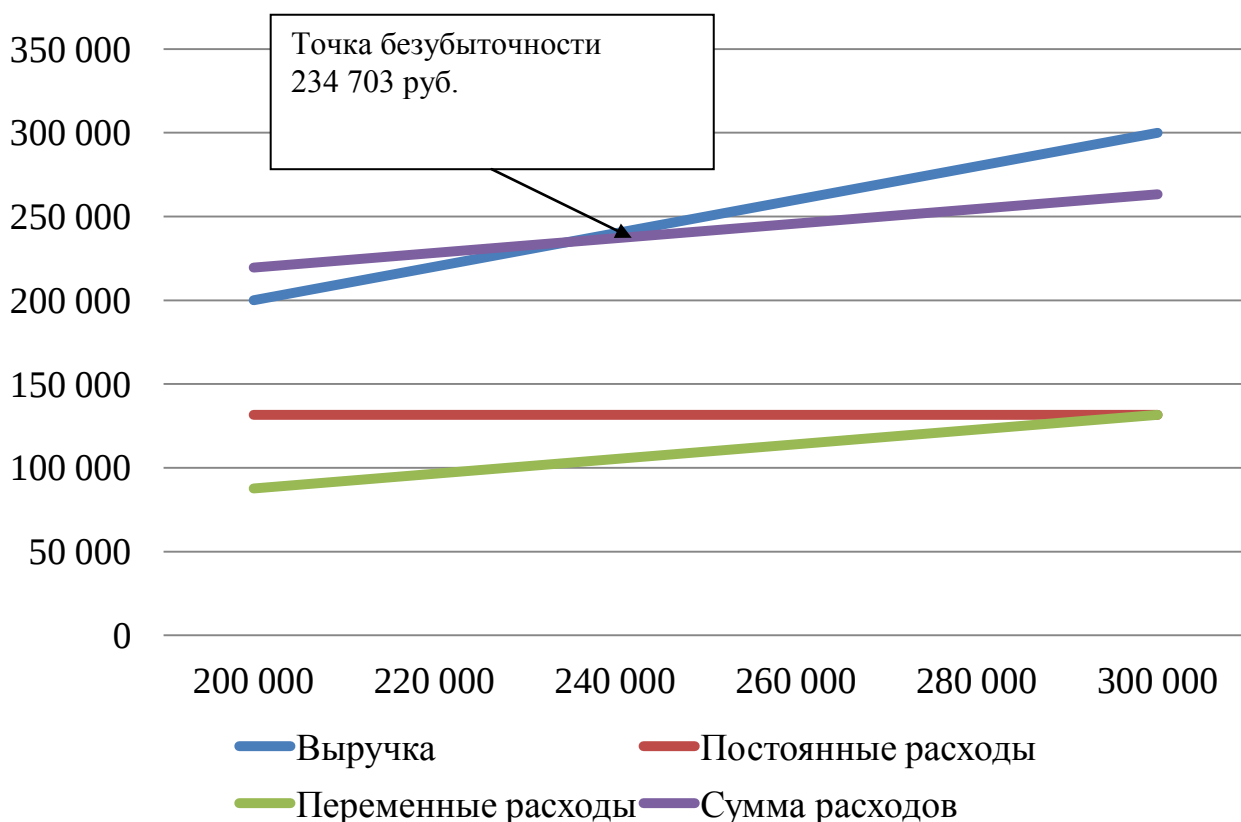


Рисунок 5– Графическое определение точки безубыточности, руб.

Заключение

Обобщая выводы, полученные в ходе теоретического и практического исследования деятельности компании ООО «Медцентр», выделим основные результаты.

Актуальность работы обусловлена снижением качества государственных медицинских услуг, развитием услуг частной медицины, усилением конкурентной борьбы. В связи с этим предлагается расширение деятельности исследуемой компании ООО «Медцентр» по предоставлению дополнительных услуг клиентам – телемедицины. Телемедицинские системы позволяют организовать диалог с врачом-экспертом (видеоконференцию) на любом расстоянии и передать всю необходимую для квалифицированного заключения медицинскую информацию. В зависимости от расстояния между пунктами соотношение этих затрат может составлять до 50 раз в пользу телемедицины.

ООО «Медцентр» предоставляет все медицинские услуги, в поликлинике имеется все необходимое оборудование для полного медицинского обслуживания. Существенным недостатком является отсутствие большей части узкопрофильных специалистов на постоянном приеме. За период с 2014 по 2015 гг. материальные внеоборотные активы уменьшились на 1197 тыс. руб., зато значительно возросла дебиторская задолженность (на 335,64 % или 450 тыс. руб.) и немного увеличились запасы (на 76 тыс. руб. или 37,44%) и запасы (на 72 тыс. руб. или 104,78%). Можно сказать, что обновления основных фондов не происходит, а запасы закупаются и тратятся неравномерно. Предприятие на конец 2015 года не имеет долгосрочных заемных средств (погашена задолженность в размере 478 тыс. руб.), незначительно увеличилась кредиторская задолженность (на 6,51%) и уменьшились также незначительно другие краткосрочные обязательства.

В целом, баланс на конец 2015 года уменьшился на 599 тыс. руб., что является не очень благоприятным признаком для развития организации.

Анализ результатов хозяйственной деятельности показал, что предприятие работает удовлетворительно, погашает долги, уменьшает расходы, однако кризисные тенденции влияют на его деятельность. Рентабельность продаж составляет всего 18%, что недостаточно для развития организации. SWOT-анализ доказывает, что руководству компании нужно задуматься о предоставлении новой услуги гражданам города, которая поможет увеличить доход, а следовательно, нарастить собственный капитал и стабилизировать финансовое состояние компании. Такой услугой может являться телемедицина.

Основная услуга проекта: срочная (от 12 до 96 часов) дистанционная диагностика и консультации ведущих медицинских экспертов от ведущих врачей РФ в качестве второго мнения по системе «Телемедицина». Проведен анализ статистики заболеваний по Кемеровской и Новосибирской областях. Имеет смысл обратить внимание на болезни глаз, соединительной ткани, органов дыхания, системы кровообращения, последствий травм и в дальнейшем развивать предложение по данным направлениям.

Расчет произведен из 100% собственного финансирования. Подробные расчеты приводятся в прилагаемом файле «Финансовая модель» в формате MS Excel.

Показатели эффективности проекта, руб.

Ставка дисконтирования (годовая) 28,06%

Чистый приведенный доход, NPV, руб. 441 160

Внутренняя норма рентабельности, IRR, годовая, %47,28%

Индекс прибыльности (PI) 1,52

Срок окупаемости, мес. 28,

Дисконтированный срок окупаемости, мес. 42

Необходимые инвестиции, руб. 827 428

Теоретические и практические результаты проведенного исследования показали, что цель достигнута, поставленные задачи решены, а разработанный бизнес-проект по предоставлению дополнительных услуг может быть реализован на предприятиях медицинской направленности.

Список использованных источников

- 1 Морошкин В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 256 с.
- 2 Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
- 3 Черняк В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 470 с.
- 4 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
- 5 Мошин Ю.Н. Практический семинар по бизнес-плану. 5-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во УРАО, 2009.
- 6 Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
- 7 Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 8 Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.
- 9 Инвестиции: Инвестиционная деятельность и инвестиционный проект. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>: (дата обращения 15.02.2015)
- 10 Орлова Е. Бизнес-план: методика составления и анализ типовых ошибок. - М: ОМЕГА-Л, 2012, 168 с.
- 11 Шаш Н. Руководство по подготовке бизнес-плана. - М: Гросс-Медиа, 2011, 318 с.
- 12 Паламарчук, А.С. Экономика предприятия: Учебник / А.С. Паламарчук. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 458 с.

- 13 Котельникова Е.А. Экономика фирмы. Конспект лекций. – М.: Эксмо, 2009. – 160 с.
- 14 Менеджмент в предпринимательстве: Учеб. пособие/ А.К. Казанцев, А.А. Крупанин. - М.: Инфра-М, 2008.
- 15 Морозов Ю.П., Гаврилов А.И., Городнов А.Г. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 471 с.
- 16 Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент. М.: Инфра-М, 2008. – 176 с.
- 17 Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 368 с.
- 18 Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5е изд. – СПб.: Питер, 2008.
- 19 Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент, - М.: Дело, 2007.
- 20 Складенко, В.К. Экономика предприятия: Учебное пособие / В.К. Складенко, В.М. Прудников. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.
- 21 Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
- 22 Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 23 Паламарчук, А.С. Экономика предприятия: Учебник / А.С. Паламарчук. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 458 с.
- 24 Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
- 25 Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник. – М.: Инфра-М, 2007.
- 26 Хлебович Д.И. Сфера услуг. Маркетинг. – М.: КноРус, 2007.
- 27 Охрана труда. Коробко В.И. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 240 с.
- 28 Справочно-правовая система «Консультант плюс». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

- 29 Справочно-правовая система «Гарант». [Электронный ресурс]. -
Режим доступа: : <http://www.garant.ru/>
- 30 Внутренняя отчетность организации.

Приложение А

(обязательное)

Прогнозное движение денежных средств,

1 год реализации проекта, ежемесячно, руб.

Статья затрат	Итого	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	452 310	-555 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Офис	-100 000	-100 000											
Сайт	-250 000	-250 000											
Программное обеспечение	-100 000	-100 000											
Реклама	-105 000	-105 000											
Реверсия	1 007 310												
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	1 590 581	-131 712	- 107 091	-33 625	55 128	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462
Выручка	16 940 000	0	35 000	147 000	294 000	294 000	294 000	294 000	294 000	294 000	294 000	294 000	294 000
Затраты на врачей	-4 840 000	0	-10 000	-42 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000	-84 000
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	-1 102 794	0	-2 279	-9 570	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139	-19 139
Увеличение оборотного капитала	0	0	4 667	14 000	18 667								
Постоянные затраты	0												
Содержание и аренда офиса	-1 800 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000	-30 000
Заработная плата постоянная	-6 102 734	-101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712	- 101 712
Реклама (привлечение клиента)	-1 307 250	0	-2 767	-11 343	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687	-22 687
УСН 15% (доходы-расходы)	-196 641	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	827 428	686 712	107 091	33 625	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Потребность / излишек в финансировании	2 042 890	-686 712	- 107 091	-33 625	55 128	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462
Собственный капитал													
Поступление	827 428	686 712	107 091	33 625	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Нарастающим итогом		686 712	793 803	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428

Продолжение таблицы Прогнозное движение денежных средств, 1 год
реализации проекта, ежемесячно, руб.

Статья затрат	Итого	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Выбытие													
Баланс наличности на начало периода		0	0	0	0	55 128	91 590	128 052	164 513	200 975	237 437	273 899	310 360
Баланс наличности на конец периода		0	0	0	55 128	91 590	128 052	164 513	200 975	237 437	273 899	310 360	346 822
Денежный поток	2 042 890	- 686 712	- 107 091	-33 625	55 128	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462	36 462
Накопленный денежный поток		- 686 712	- 793 803	- 827 428	- 772 300	- 735 838	- 699 377	- 662 915	- 626 453	- 589 991	- 553 530	- 517 068	- 480 606
Коэффициент дисконтирования		1,00	0,98	0,95	0,93	0,91	0,89	0,87	0,85	0,83	0,81	0,79	0,78
Дисконтированный денежный поток	441 160	- 686 712	- 104 644	-32 106	51 435	33 242	32 482	31 740	31 015	30 306	29 614	28 937	28 276
Накопленный дисконтированный поток		- 686 712	- 791 356	- 823 462	- 772 027	- 738 785	- 706 303	- 674 563	- 643 548	- 613 242	- 583 629	- 554 692	- 526 416

Приложение Б

(обязательное)

Прогнозное движение денежных средств, поквартально, руб.

Статья затрат	Итого	1	2	3	4	5	6	7	8
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	452 310	-555 000	0	0	0	0	0	0	0
Офис	-100 000	-100 000	0	0	0	0	0	0	0
Сайт	-250 000	-250 000	0	0	0	0	0	0	0
Программное обеспечение	-100 000	-100 000	0	0	0	0	0	0	0
Реклама	-105 000	-105 000	0	0	0	0	0	0	0
Реверсия	1 007 310	0	0	0	0	0	0	0	0
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	1 590 581	-272 428	128 052	109 385	109 385	81 105	109 385	109 385	109 385
Выручка	16 940 000	182 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000
Затраты на врачей	-4 840 000	-52 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	-1 102 794	-11 848	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418
Увеличение оборотного капитала	0	18 667	18 667	0	0	0	0	0	0
Постоянные затраты	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Содержание и аренда офиса	-1 800 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000
Заработная плата постоянная	-6 102 734	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137
Реклама (привлечение клиента)	-1 307 250	-14 110	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060
УСН 15% (доходы-расходы)	-196 641	0	0	0	0	-28 280	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	827 428	827 428	0	0	0	0	0	0	0
Потребность / излишек в финансировании	2 042 890	-827 428	128 052	109 385	109 385	81 105	109 385	109 385	109 385
Собственный капитал									
Поступление	827 428	827 428	0	0	0	0	0	0	0
Нарастающим итогом		827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428
Выбытие									
Баланс наличности на начало периода		0	0	128 052	237 437	346 822	427 927	537 312	646 697
Баланс наличности на конец периода		0	128 052	237 437	346 822	427 927	537 312	646 697	756 082
Денежный поток	2 042 890	-827 428	128 052	109 385	109 385	81 105	109 385	109 385	109 385
Накопленный денежный поток		-827 428	-699 377	-589 991	-480 606	-399 501	-290 116	-180 731	-71 346

Продолжение таблицы: Прогнозное движение денежных средств, поквартально, руб.

Статья затрат	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 007 310
Офис	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сайт	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Программное обеспечение	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Реклама	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Реверсия	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 007 310
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	71 165	109 385	109 385	109 385	44 875	109 385	109 385	109 385	43 754	109 385	109 385	72 052
Выручка	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000	882 000
Затраты на врачей	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000	-252 000
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418	-57 418
Увеличение оборотного капитала	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-37 333
Постоянные затраты	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Содержание и аренда офиса	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000	-90 000
Заработная плата постоянная	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137	-305 137
Реклама (привлечение клиента)	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060	-68 060
УСН 15% (доходы-расходы)	-38 220	0	0	0	-64 510	0	0	0	-65 631	0	0	0
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Потребность / излишек в финансировании	71 165	109 385	109 385	109 385	44 875	109 385	109 385	109 385	43 754	109 385	109 385	1 079 361
Собственный капитал												
Поступление	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Нарастающим итогом	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428
Выбытие												
Баланс наличности на начало периода	756 082	827 247	936 632	1 046 017	1 155 403	1 200 278	1 309 663	1 419 048	1 528 433	1 572 187	1 681 572	1 790 957
Баланс наличности на конец периода	827 247	936 632	1 046 017	1 155 403	1 200 278	1 309 663	1 419 048	1 528 433	1 572 187	1 681 572	1 790 957	2 870 319
Денежный поток	71 165	109 385	109 385	109 385	44 875	109 385	109 385	109 385	43 754	109 385	109 385	1 079 361
Накопленный денежный поток	-181	109 204	218 589	327 974	372 850	482 235	591 620	701 005	744 759	854 144	963 529	2 042 890

Приложение В
(обязательное)

Бюджет доходов и расходов для расчета налога по УСН (доходы-расходы), руб.

Наименование	1	2	3	4	5
Выручка	2 828 000	3 528 000	3 528 000	3 528 000	3 528 000
Затраты на врачей	-808 000	-1 008 000	-1 008 000	-1 008 000	-1 008 000
Расходы по инвестициям	-555 000	0	0	0	1 007 310
Заработная плата, переменная часть с соц взносами	-184 103	-229 673	-229 673	-229 673	-229 673
Постоянные затраты					
Содержание и аренда офиса	-360 000	-360 000	-360 000	-360 000	-360 000
Заработная плата постоянная	-1 220 547	-1 220 547	-1 220 547	-1 220 547	-1 220 547
Реклама	-218 290	-272 240	-272 240	-272 240	-272 240
Доходы - расходы	-517 940	437 540	437 540	437 540	1 444 850
Накопительно (доходы-расходы) для УСН	-517 940	-80 399	357 141	794 681	2 239 531
УСН (доходы-расходы) 15%	0	-28 280	-38 220	-64 510	-65 631
Чистая прибыль	-517 940	409 260	399 320	373 031	1 379 219

Приложение Г
(обязательное)
Прогнозный баланс, руб.

Наименование	1	2	3	4	5
Активы					
Основные средства	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Мобильное приложение	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
ПО лицензия	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Оборотные активы	346 822	756 082	1 155 403	1 528 433	2 870 319
Денежные средства	346 822	756 082	1 155 403	1 528 433	2 870 319
ИТОГО АКТИВЫ	696 822	1 106 082	1 505 403	1 878 433	3 220 319
Пассивы					
Обязательства	37 333	37 333	37 333	37 333	0
Кредиторская задолженность	37 333	37 333	37 333	37 333	0
Капитал	659 489	1 068 749	1 468 069	1 841 100	3 220 319
Собственный капитал	827 428	827 428	827 428	827 428	827 428
Нераспределенная прибыль (убыток)	-167 940	409 260	399 320	373 031	1 379 219
Нераспределенная прибыль (убыток) прошлых лет	0	-167 940	241 321	640 641	1 013 672
ИТОГО ПАССИВЫ	696 822	1 106 082	1 505 403	1 878 433	3 220 319

Приложение Д

(справочное)

Чистый дисконтированный доход (NPV), руб.

