

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ ВЕТЕРИНАРНОЙ КЛИНИКИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
Май 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание

Аннотация.....	4
<i>Суть проекта</i>	<i>4</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>4</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>5</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	<i>5</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>5</i>
<i>Источники финансирования проекта</i>	<i>5</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>5</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:.....</i>	<i>6</i>
Полное содержание исследования	7
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем</i>	<i>10</i>
<i>Список приложений</i>	<i>10</i>
Выдержки из исследования	11
3. Анализ рынка.....	11
<i>Анализ положения дел в отрасли.....</i>	<i>11</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>11</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>11</i>
<i>Объемы рынка, потенциальная емкость рынка</i>	<i>11</i>
<i>Конкурентный анализ.....</i>	<i>12</i>
<i>Количественная и качественная характеристика.....</i>	<i>12</i>
<i>Анализ потребителей</i>	<i>12</i>
4. Маркетинговый план.....	13
<i>Уникальные достоинства, позиционирование.....</i>	<i>13</i>
<i>Ценовая политика.....</i>	<i>13</i>
<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг.....</i>	<i>13</i>
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	<i>13</i>

5. План продаж	14
<i>Цены на конкретные виды товара/услуги.....</i>	<i>14</i>
<i>План продаж на весь расчетный период</i>	<i>15</i>
6. Производственная часть	17
<i>Состав и стоимость оборудования</i>	<i>17</i>
<i>Оценка доходов.....</i>	<i>17</i>
7. Организационно-управленческая структура.....	18
<i>Затраты на оплату труда.....</i>	<i>18</i>
8. Финансовый план	19
<i>Объем финансирования</i>	<i>19</i>
<i>Анализ чувствительности</i>	<i>22</i>

АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие ветеринарной клиники

К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание ветеринарной клиники, оказывающей широкий спектр услуг ветеринарной помощи и ориентированное на потребителей с уровнем доходов средним и ниже среднего.

Необходимая площадь – ... кв. м.

Время работы – с понедельника по пятницу с 09:00 до 21:00, в субботу и воскресенье с 10:00 до 19:00. Выходные - только праздничные дни, без перерыва на обед.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: удовлетворение потребностей потребителей в ветеринарной помощи, а также получение постоянной прибыли.

Долгосрочная цель: развитие спектра дополнительных услуг, закрепление на рынке в среднеценовом сегменте, улучшение качества оказываемых услуг, возможно развитие сети ветеринарных клиник, а также развитие ветеринарной лаборатории.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4Р) ПРОДУКЦИИ

- Хорошее качество оказываемых услуг, высокий профессиональный уровень врачей, при сравнительно невысокой средней цене.
- Выгодно выбранное расположение ветеринарной клиники в отдельно стоящем здании (в соответствии с предписаниями Санэпидемслужбы, здание лечебницы должно располагаться на расстоянии не менее 50 м от ближайших жилых домов), в районе компактного проживания представителей целевого сегмента, например, в центре жилого микрорайона.
- ✓ Реклама будет заключаться в периодическом распространении буклетов, листовок как на улице, так и в зоомагазинах, в отделах магазинов, торгующих кормами и средствами по уходу за животными, в местных газетах и сайтах, распространение рекламы самими клиентами информированием об ветеринарной клинике своим близким, знакомым, коллегам по работе.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций – у.е.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: В случае удачного местоположения, позиционирования ветеринарной клиники с высокой проходимостью и удачной рекламной

компании, которая проинформирует потенциальных потребителей о новой ветеринарной клинике, проект предполагает быть рентабельным, т. е. предполагается получение стабильной прибыли, быстрый срок окупаемости; формирование постоянной клиентуры. В перспективе, как уже было отмечено ранее, предполагается дальнейшее развитие проекта и расширение спектра услуг. Также социальные выгоды для отдаленных спальных районов (предоставление рабочих мест, получение ветеринарных услуг рядом с домом.)

Риски: связаны с неудачным выбором места, провалом рекламной компании для привлечения первоначальной клиентской аудитории и позиционированием на рынке, снижение доходов граждан.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости –... мес.
 - Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 18% годовых) –.... мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 18% годовых) – ... у.е.
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год)** –....%, **IRR (месяц)** –%.

Кол-во страниц: 57 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 13 таблиц, 2 схемы, 4 приложения

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение		6
1. Резюме проекта		7
1.1	<i>Суть проекта</i>	7
1.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7
1.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7
1.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7
1.5	<i>Стоимость проекта</i>	8
1.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8
1.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8
1.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8
2. Описание товара/услуги		10
2.1	<i>Определение товара/услуги</i>	10
2.2	<i>Сегментация товара/услуги</i>	10
2.3	<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	10
2.4	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	10
2.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	11
3. Анализ рынка		12
3.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	12
	3.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	12
	3.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	12
3.2	<i>Общие данные о рынке</i>	13
	3.2.1 <i>Объемы рынка, потенциальная емкость рынка</i>	13
3.3	<i>Сегментация рынка</i>	14
3.4	<i>Ценообразование на рынке</i>	15
3.5	<i>Конкурентный анализ</i>	15
	3.5.1 <i>Количественная и качественная характеристика</i>	15
	3.5.2 <i>Тенденции развития отрасли ветеринарных услуг</i>	16
	3.5.3 <i>Анализ политики продвижения</i>	17
3.6	<i>Анализ потребителей</i>	17
3.7	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	19
4. Маркетинговый план		20
4.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	20
4.2	<i>Ценовая политика</i>	20
4.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	20
4.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	21

5. План продаж		22
5.1	<i>Цены на конкретные виды товара/услуги.</i>	22
5.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i>	24
5.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	24
6. Производственная часть		26
6.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	26
6.2	<i>Требования к поставщикам</i>	26
6.3	<i>Список поставщиков оборудования и препаратов для ветеринарной клиники</i>	27
6.3.1	<i>Остальное:</i>	27
6.4	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	27
6.5	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	28
6.6	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	29
6.7	<i>Оценка доходов</i>	29
6.8	<i>6.1. Функциональное решение</i>	30
6.8.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	30
7. Организационно-управленческая структура		31
7.1	<i>Организационная структура</i>	31
7.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	31
7.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	32
8. Финансовый план		33
8.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	33
8.2	<i>Объем финансирования</i>	33
8.3	<i>Показатели эффективности проекта</i>	34
8.4	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	34
8.5	<i>Анализ чувствительности</i>	38
8.5.1	<i>Показатели эффективности проекта</i>	38
8.5.2	<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	38
9. Организационный план осуществления проекта		40
9.1	<i>План-график реализации проекта</i>	40
10. Нормативная информация		41
10.1	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	41
11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ		42
Список приложений		43
	<i>Приложение 1. Должностные инструкции</i>	43
	<i>Должностная инструкция заведующего ветеринарной клиникой</i>	43

	(лечебницей)	
	Должностная инструкция ветеринарного врача	46
	Должностная инструкция Консультанта-диспетчера ветеринарной клиники	48
	Должностная инструкция Уборщицы ветеринарной клиники	51
<i>Приложение 2. Выдержки из закона «О ветеринарии»</i>		52
	Раздел I. Статья 4. Право на занятие ветеринарной деятельностью	52
	Раздел IV. Статья 18. Обязанности предприятий, учреждений, организаций и граждан — владельцев животных и производителей продуктов животноводства	53
	Статья 19. Отчуждение животных и изъятие продуктов животноводства при ликвидации очагов особо опасных болезней животных	54
<i>Приложение 3. ПОСТАНОВЛЕНИЕ 17 октября 2006 г. N 807-ПП</i>		55
	«О Порядке регистрации специалистов в области ветеринарии, занимающихся предпринимательской деятельностью на территории города Москвы, и осуществлении контроля за их деятельностью»	55

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Динамика Объема ветеринарных услуг населению, тысяча рублей

Таблица 2. Средние цены на услуги, руб.

Таблица 3. Помесячный план продаж и план по доходам

Таблица 4. Медицинское оборудование и мебель

Таблица 5. Инвентарь

Таблица 6. Необходимая площадь помещения

Таблица 7. План реализации услуг на 3 года

Таблица 8. Штатное расписание

Таблица 9. Затраты на открытие

Таблица 10. Отчет о прибылях и убытках, у.е.

Таблица 11. План движения денежных средств (Cash Flow)

Таблица 12. График окупаемости проекта, USD.

Таблица 13. Календарный план реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Схема организации услуги

Схема 2. Организационная структура

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Должностные инструкции

Приложение 2. Выдержки из закона «О ветеринарии»

Приложение 3. ПОСТАНОВЛЕНИЕ 17 октября 2006 г. N 807-ПП

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

На сегодняшний день на рынке ветеринарных услуг, как в Москве, так и в других регионах работают ветеринарные клиники и лаборатории государственной и частной формы собственности. Сейчас наблюдается отток клиентуры из клиник государственных, причем в первую очередь, платежеспособной, клиенты в первую очередь выбирают сервис и качество, и за эти параметры готовы платить. Врачи государственных клиник вынуждены были изменять устоявшиеся принципы — повысить качество обслуживания.

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Положительные факторы	Отрицательные факторы

....

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМЫ РЫНКА, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА

По данным Росстата в 2008 году объем ветеринарных услуг в РФ вырос на% по сравнению с прошлым годом, причем в Москве данный показатель снизился на....%, а в Московской области вырос на% Объем ветеринарных услуг в Москве в ... раза превышает аналогичный показатель в Московской области.

Таблица 1. Динамика Объемов ветеринарных услуг населению, тысяча рублей

	2004	2005	2006	2007	2008
Российская Федерация					
Прирост к предыдущему году, %					
Московская область					
Прирост к предыдущему году, %					
г.Москва					
Прирост к предыдущему году, %					

Источник: Госкомстат

....

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

В настоящий момент нет точных оценок количества ветеринарных клиник в Москве и Московской области. По данным каталога Яндекс зарегистрировано на май 2010 года – организации в Москве и Московской области.

...

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

.... подсознательно две трети (...%) владельцев животных видят в ветеринарах "айболитов", готовых в любой момент прийти на помощь животным. Поэтому владельцы самых разных домашних животных прислушиваются к рекомендациям и пожеланиям ветеринаров.

....

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

.....

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

.....

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

.....

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

.....

5. План ПРОДАЖ

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ВИДЫ ТОВАРА/УСЛУГИ.

....

Примерны цены на услуги представлены в таблице.

ТАБЛИЦА 2. СРЕДНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ, РУБ.

№	Наименование ветеринарных услуг	мин. стоимость, рублей	макс. стоимость услуги, рублей	средняя стоимость услуги, рублей
Консультация				
1				
2				
3				
	Средняя стоимость			
Хирургия				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
	Средняя стоимость			
Гинекология				
1				

№	Наименование ветеринарных услуг	мин. стоимость, рублей	макс. стоимость услуги, рублей	средняя стоимость услуги, рублей
2				
3				
	Средняя стоимость			
Стоматология				
1				
Диагностика				
1				
2				
	Средняя стоимость			
Прочие				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
	Средняя стоимость			

ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

.....

Таблица 3. ПОМЕСЯЧНЫЙ ПЛАН ПРОДАЖ И ПЛАН ПО ДОХОДАМ

Месяц	Консультация	Хирургия	Диагностика	Гинекология	Стоматология	прочие	Доход, у.е.	Всего услуг в месяц
1								
2								
3								

Маркетинговое Агентство Step by Step

125993, г. Москва, ул. Чайнова, д. 15 к.5, 9-й этаж
Тел. (495)250-6174, (495)760-50-73 www.step-by-step.ru



Месяц	Консульта ция	Хирургия	Диагно стика	Гинеко логия	Стомат ология	прочие	Доход, у.е.	Всего услуг в месяц
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
ИТОГО за 36 мес								

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

.....

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

ТАБЛИЦА 4 .МЕДИЦИНСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И МЕБЕЛЬ

№	Наименование	Кол-во	Цена у.е.	Сумма у.е.
1				
...				
....				
Итого				

.....

ОЦЕНКА ДОХОДОВ

В таблице представлен поквартальный план реализации услуг на 3 года.

ТАБЛИЦА 5. План РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ НА 3 ГОДА

Период		Итого
1 год	I	
	II	
	III	
	IV	
Итого за 1 год		
2 год	I	
	II	
	III	
	IV	
Итого за 2 год		
3 год	I	
	II	
	III	
	IV	
Итого за 3 год		
Итого за 3 года		

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников насчитывает человек. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять ... **у.е.** в месяц (ФОТ), отчисления в пенсионный фонд составят **у.е.** в месяц. Таким образом, ФОТ с ЕСН составит **у.е.** в месяц.

Зарботная плата сотрудников – фиксированная. Затраты на оплату труда определяются штатным расписанием.

ТАБЛИЦА 6. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

№ п/п	Должность	Кол-во	Зарплата, у.е.	Сумма, у.е.	ЕСН	Итого
1						
2						
3						
4						
5						
	Итого					

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

.....

ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания ветеринарной клиники необходимы средства на аренду помещений, их ремонт и оснащение, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

.....

ТАБЛИЦА 7. ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19	Прочие расходы	
	Итого затрат на открытие	

.....

ТАБЛИЦА 10. ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА, USD.

Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

....

При увеличении стоимости аренды на ...% (до у.е.) основные показатели эффективности проекта изменятся:

- период окупаемости ...
- дисконтированный период окупаемости
- чистый дисконтированный доход (NPV) для срока жизни проекта 36 мес. – у. е.
- годовая внутренняя норма рентабельности (для срока жизни проекта 36 мес.) ...
- месячная внутренняя норма рентабельности

При увеличении ФОТ персонала на ...% (до ... у.е.) основные показатели эффективности проекта изменятся:

- период окупаемости ...
- дисконтированный период окупаемости
- чистый дисконтированный доход (NPV) для срока жизни проекта 36 мес. – у. е.
- годовая внутренняя норма рентабельности (для срока жизни проекта 36 мес.) ...
- месячная внутренняя норма рентабельности

При уменьшении средней стоимости товара/услуги на ... % (до у.е.) основные показатели эффективности проекта:

-
-

Таким образом, **проект более чувствителен к изменению**

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88