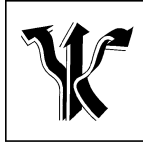


МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**  
**щодо підготовки та оформлення курсової роботи**  
**з навчальної дисципліни**  
**“ПІДПРИЄМНИЦТВО В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я”**  
**(для бакалаврів, спеціалістів)**

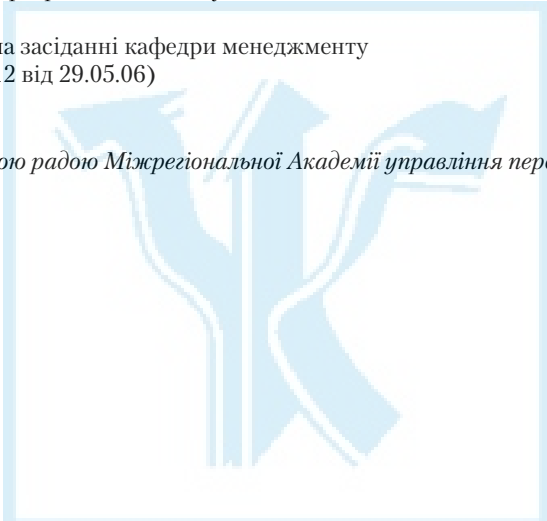
МАУП

Київ 2006

Підготовлено доцентом кафедри менеджменту *Н. І. Новальською*  
та доцентом кафедри менеджменту *Л. О. Згалат-Лозинською*

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту  
(протокол № 12 від 29.05.06)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



**Новальська Н. І., Згалат-Лозинська Л. О.** Методичні рекомендації щодо підготовки та оформлення курсової роботи з дисципліни “Підприємництво в охороні здоров’я” (для бакалаврів, спеціалістів). — К.: МАУП, 2006. — 27 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, основні етапи виконання курсової роботи, її зміст та обсяги, орієнтовний план, вимоги до оформлення курсової роботи з навчальної дисципліни, “Підприємництво в охороні здоров’я”, додаток, а також список літератури.

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Методичні рекомендації щодо підготовки та оформлення курсової роботи з дисципліни “Підприємництво в охороні здоров’я” розроблені для студентів спеціальності “Менеджмент організацій”, професійне спрямування “Медичний та фармацевтичний менеджмент”. Згідно з навчальними планами підготовки фахівців за цією спеціальністю студенти виконують курсову роботу.

Основна **мета курсової роботи** – перевірити ступінь засвоєння студентами практичних питань навчального курсу “Підприємництво в охороні здоров’я”, що визначає вміння узагальнювати і аналізувати економічні та соціальні явища в галузі охорони здоров’я.

Курсова робота є важливим підготовчим етапом до виконання дипломної роботи, тому у процесі її виконання студент відповідно до кваліфікаційних вимог повинен виявити:

- вміння збирати, систематизувати та опрацьовувати інформацію згідно з цілями дослідження;
- вміння встановлювати і використовувати причинно-наслідкові зв’язки процесів та явищ у галузі охорони здоров’я;
- знання відповідних загальнотеоретичних, загальноекономічних, професійно орієнтованих дисциплін і дисципліни варіативної компоненти навчального плану, які розкривають теоретичні засади та практичні питання загального менеджменту, а також організації та управління в галузі охорони здоров’я. Це передбачає розкриття практичних аспектів:
  - організації та розвитку власної справи в галузі медичного та фармацевтичного бізнесу, функціонування приватних, колективних та унітарних закладів охорони здоров’я, суб’єктів малого підприємства;
  - управління фінансами комерційних підрозділів та закладів охорони здоров’я;
  - формування цінової політики медичних та фармацевтичних фірм;
  - розрахунку обсягів підприємницького ризику в медичному та фармацевтичному бізнесі;
  - аналізу конкурентного середовища в галузі охорони здоров’я;
  - планування маркетингової діяльності в закладах охорони здоров’я;

- дотримання норм законодавчого та нормативно-правового державного регулювання підприємницької діяльності, що передбачає фінансову, майнову та соціальну відповідальність підприємців.

**Курсова робота виконується у формі бізнес-плану** інноваційного, маркетингового або інвестиційного проекту для закладу охорони здоров'я, в якому працює студент.

У процесі бізнес-планування визначається, як буде організовано реалізацію проекту; переваги передбачуваного бізнесу перед конкурентами; як сприйме ринок прогнозований обсяг продукції, що вироблятиметься, або медичних послуг, допомоги, які надаватимуться, при реалізації підприємницької ідеї; чи є фахівці, необхідні для реалізації підприємницької ідеї; який обсяг фінансових ресурсів необхідно залучити для реалізації проекту; якими будуть джерела фінансування та умови залучення інвестицій; якою є рентабельність проекту та за який час він окупиться.

Бізнес-план є перспективним документом, який складають наперед, зазвичай на кілька років. Основні показники першого року діяльності відображають помісячно, другого — поквартально, за третій рік наводять лише річні дані.

### ***ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ***

1. Вибір об'єкта дослідження і затвердження теми курсової роботи.
2. Розробка завдання на курсову роботу, складання календарного плану виконання.
3. Опрацювання літературних джерел і складання плану роботи.
4. Написання першого варіанта тексту, подання його для ознайомлення науковому керівникові.
5. Усунення виявлених недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення курсової роботи.
6. Подання курсової роботи для перевірки та рецензування науковому керівнику.
7. Захист курсової роботи (бізнес-плану) перед комісією.

Кожному студенту кафедра призначає наукового керівника, який надає науково-методичну допомогу в самостійній роботі над курсовою роботою. Науковий керівник провадить індивідуальне консуль-

тування студента, допомагає йому скласти план курсової роботи, контролює дотримання графіка виконання роботи, рецензує частини роботи і завершений рукопис, готує студента до захисту.

У процесі розробки бізнес-плану виокремлюють три стадії:

- початкову;
- підготовчу;
- основну.

Якщо передбачається започаткувати новий бізнес, то процедура опрацювання бізнес-плану є найскладнішою, позаяк передбачає проходження всіх трьох стадій розробки. Якщо планування здійснюється для розширення вже існуючого бізнесу, то початкова стадія не потрібна. Тому, коли необхідно обґрунтувати проект удосконалення діяльності закладу охорони здоров'я, можна обмежитися лише основною стадією.

На **початковій стадії** здійснюються:

- *пошук підприємницької ідеї*, джерелами якої можуть бути дослідження запитів і побажань пацієнтів, споживачів, аналіз продукції/ медичної допомоги чи послуги, що виготовляють/надають інші заклади охорони здоров'я, результати власних розробок тощо;
- *вибір сфери підприємницької діяльності* з урахуванням сутності та спрямованості підприємницької ідеї, власного практичного досвіду та знань, реальної економічної ситуації, законодавства, наявності необхідних ресурсів, майбутніх потреб пацієнтів, споживачів тощо;
- *вибір форми організації бізнесу* з урахуванням норм чинного законодавства, переваг і недоліків кожної з форм, наявних управлінських здібностей у підприємця, можливостей залучення партнерів тощо;
- *вибір способу започаткування бізнесу* як традиційного (створення нового підприємства з “нуля”, купівля існуючого бізнесу), так і нетрадиційного (прямий маркетинг, вихід зі складу великої компанії тощо).

На **підготовчій стадії** здійснюються:

- *формування інформаційного поля бізнес-плану*. Джерелами інформації може бути власний досвід практичної діяльності, відомості про конкурентів, статистична інформація про стан та

тенденції розвитку галузі охорони здоров'я, рекламні матеріали, періодичні видання, книги, матеріали науково-практичних конференцій, семінарів, виставок, безпосереднє спілкування зі споживачами, постачальниками тощо. Загалом для розробки бізнес-плану необхідна інформація, яка характеризує різноманітні аспекти бізнесу, а саме маркетингова (пацієнти, споживачі, ціни, конкуренти, аналогічні продукти, медична допомога чи послуги), виробнича (технології, медична техніка, обладнання, сировина та матеріали для виробництва лікарських засобів і виробів медичного призначення, останні для надання медичної допомоги та послуг, робоча сила тощо), фінансова (особливості оподаткування, кредитування, потреби у фінансових ресурсах тощо), загальноекономічна та галузева, прогноз щодо обсягів реалізації медичної продукції, надання медичної допомоги або послуг, цін тощо);

- *стратегічне планування* шляхом здійснення оцінювання загального стану закладу охорони здоров'я, визначення місії, постановки цілей діяльності, аналізу стратегічних альтернатив та вибору стратегії, розробки плану дій.

На **основній стадії** здійснюються:

- безпосереднє написання та оформлення бізнес-плану;
- визначення шляхів та потенційних джерел, умов залучення коштів для реалізації проекту;
- презентація проекту.

## ***ЗМІСТ ТА ОБСЯГИ КУРСОВОЇ РОБОТИ***

Обсяг курсової роботи — щонайменше 20 сторінок друкованого або рукописного тексту.

Зміст курсової роботи визначається її темою. Відповідно до передбачуваної теми студент самостійно або за рекомендацією керівника формує інформаційне поле бізнес-плану, складає проект структури бізнес-плану, який обговорює з керівником.

Структурно курсова робота складається зі вступної частини (резюме), основної частини (окремі розділи бізнес-плану) та додатків (за потреби).

## **Орієнтовний план курсової роботи**

### **Тема: Бізнес-план створення приватної стоматологічної клініки**

#### **Зміст**

##### Резюме

1. Характеристика продукції/послуги і аналіз ситуації у сфері майбутньої діяльності
2. Дослідження ринку збуту і конкуренції
3. Маркетинг-план
4. Виробничий план
5. Організаційний план
6. Юридичний план
7. Оцінка ризиків та страхування
8. Фінансовий план

##### Додатки

Позаяк заклади охорони здоров'я мають справу з виробництвом товарів для здоров'я або наданням медичної допомоги чи послуг, структура бізнес-плану буде різною в кожному конкретному випадку. Такі розділи, як *маркетинг-план*, *виробничий план*, *організаційний план*, *фінансовий план*, обов'язково притаманні будь-якому бізнес-плану, тому саме їм приділяється найбільше уваги. Інші розділи плану можуть змінюватися залежно від специфіки діяльності підприємства.

На зміст і структуру бізнес-плану впливають такі чинники:

- розміри бізнесу та обсяги фінансових потреб;
- специфіка сфери майбутнього бізнесу;
- конкретні характеристики майбутнього продукту бізнесу та стадії його життєвого циклу;
- ступінь конкуренції в галузі;
- можливості розширення бізнесу в майбутньому.

#### **Титульна сторінка бізнес-плану**

Зразок титульної сторінки наведено в додатку.

За потребою на титульній сторінці подають інформацію про межі секретності — заява про те, що зміст проекту не підлягає поширенню.

## ***Зміст бізнес-плану***

Бізнес-план поділяють на розділи та параграфи, перелік яких наводиться у змісті.

### ***Резюме***

Резюме — це стислий виклад плану (до двох друкованих сторінок) з визначенням його привабливості для потенційних інвесторів. У ньому необхідно навести ключові питання, довести виключно високу компетентність фірми, зазначити чинники забезпечення успіху на конкретному ринку.

Це своєрідна візитка майбутньої справи, тому необхідно чітко та переконливо викласти основні положення проекту, а саме: чим займатиметься підприємство (організація), як багато коштів потрібно для його діяльності, прогноз попиту на його продукцію чи послуги і чому підприємець вважає, що саме його справа буде успішною.

Наприкінці резюме наводяться фінансові результати, які планується отримати в разі реалізації проекту, а саме: інформація про прогнозні обсяги реалізації продукції/надання медичної допомоги або послуг на найближчі роки, виручка від реалізації, затрати на виробництво, валовий прибуток, прибутковість капіталовкладень, термін окупності проекту.

### ***Характеристика продукції / медичної допомоги, послуги і аналіз ситуації у сфері майбутньої діяльності***

У цьому розділі доцільно висвітлити чотири питання:

- поточна ситуація у сфері діяльності та тенденції її розвитку;
- опис продукту (медичної допомоги, послуги), його відмінності від інших видів;
- патенти, товарні знаки, інші права власності;
- стратегія розвитку підприємства.

При написанні цього розділу (5-6 сторінок) студенти повинні зібрати і опрацювати великий обсяг фактичної інформації.

Дуже важливо так сформулювати ідею нового закладу (проекту) з урахуванням наявного стану справ у галузі, щоб інвестор позитивно розцінив шанси нового закладу охорони здоров'я у порівнянні з іншими. Для цього в бізнес-плані рекомендується здійснити короткий історичний екскурс, проаналізувати поточний стан справ у сфері



діяльності, та визначити тенденції її розвитку. Найдоцільніше дати довідку про останні новинки галузі, назвати потенційних конкурентів, показати їх сильні та слабкі сторони і те, як вони можуть вплинути на справу, яку передбачається відкрити.

Опрацювання цього розділу передбачає також визначення концепції поведінки підприємства в галузі (загальна характеристика підприємства та продукції/медичної допомоги чи послуги, які планується виробляти/надавати). Доцільно детально навести відмітні характеристики нового продукту (медичної допомоги чи послуги), його якісних характеристик, зазначити переваги порівняно з аналогічною продукцією, яка вже існує на ринку.

Найважливішим питанням розробки цього розділу є виявлення споживачів (пацієнтів та їх представників), на яких розраховується товар, допомога чи послуга закладу. Для цього необхідно насамперед визначити той сегмент ринку, який для закладу охорони здоров'я буде головний. Потрібно знайти відповіді на питання про те, хто, чому, скільки і коли саме буде готовий купувати нову продукцію (допомогу, послугу) завтра, післязавтра і впродовж найближчих двох років.

У цьому розділі треба відповісти також на такі питання:

- якою була динаміка реалізації продукції (надання медичної допомоги, послуги) у галузі Вашого бізнесу за останні 5 років;
- які очікуються темпи розвитку передбачуваної сфери діяльності (або взагалі зміни обсягів реалізації);
- скільки нових закладів з'явилося в цій сфері за останні три роки;
- які нові продукти вийшли на цей ринок;
- хто є потенційними конкурентами;
- які існують резерви випередження конкурентів;
- який стан справ у конкурентів і їх можливості;
- хто є потенційним споживачем;

Структуру інформації про характеристику продукції доцільно будувати за наведеною далі схемою.

**Характеристика продукту**  
(медичної техніки, лікарських засобів, товарів медичного призначення / медичної допомоги чи послуги)

Назва продукту	Відмітні якісні особливості продукту	Конкурентоздатність та життєвий цикл продукту	Можливості подальшого вдосконалення продукту	Форми правового захисту продукту
Назва, терапевтична дія	Функціональність	Прогнозований термін життєвого циклу продукту	Можливості вдосконалення без додаткових витрат	Торговий знак
Основні характеристики	Якість	За якісними і соціальними ознаками	Можливості вдосконалення технології в разі здійснення незначних інвестицій	Необхідність ліцензії
Переваги перед іншими товарами/ допомогою, послугами	Новизна, прогресивність	За рівнем цін		Патент, авторське право
	Дизайн	За поданими гарантіями		Договір франчайзингу
	Інші ознаки	За іншими параметрами		Інші форми правового захисту

Характеристики продукту

***Дослідження ринку збуту і конкуренції***

Обсяг цього розділу – до 5 сторінок. Як правило, цей розділ має такі складові:

- характеристика ринкової ситуації;
- цільовий ринок бізнесу – споживачі/пацієнти;

- місцезнаходження фірми із зазначенням приналежності приміщення засновникам;
- аналіз кон'юнктури ринку – опис конкурентів, виробників аналогічної продукції/послуг (характеристика їх продукції, рівень цін, способи отримання інформації про них); постачальників із зазначенням того, яка медична техніка та обладнання потрібне, форми їх залучення (закупівля чи оренда), визначення переліку необхідних фахівців;
- оцінювання впливу зовнішніх чинників.

У цьому розділі визначають і оцінюють ринкові можливості бізнесу, оцінюють існуючі та потенційні потреби у продукції/медичній допомозі чи послугі, яку планується випускати/надавати; точне і реалістичне оцінювання стану конкуренції, сильних і слабких сторін конкурентів.

При наведенні загальних параметрів ринку продукції підприємства зазначають розміри (потенціал) ринку та характеристику тенденцій його розвитку, ідентифікацію основних засобів задоволення попиту споживачів/пацієнтів певної продукції/послуг.

У процесі вибору ринку здійснюють сегментацію ринку (за різними критеріями), порівняльну оцінку привабливості кожного з виокремлених сегментів та вибір потенційно найприбутковішого.

При виборі місцезнаходження фірми враховують різні чинники: місцезнаходження потенційних споживачів, наявність власного приміщення чи можливість оренди, наближення до джерел постачання сировини та матеріалів, медикаментів, можливості транспортних комунікацій, рівень забезпечення комунальними послугами тощо.

Особливу увагу необхідно звернути на деякі питання технології, за допомогою якої організовуватиметься виробництво продукції/надання допомоги чи послуг. Важливо написати цю частину так, щоб вона була зрозуміла і неспеціалісту. Детальнішу інформацію про виробництво/надання допомоги чи послуг можна подати в додатку.

### ***Маркетинг-план***

У цьому розділі наводять:

- комплекс маркетингу;
- стратегію маркетингу;
- спосіб реалізації продукції/надання медичної допомоги, послуг;
- передбачувані обсяги реалізації продукції / надання медичної допомоги, послуг.

Обсяг розділу — до 4 сторінок, де міститься інформація про загальну маркетингову стратегію фірми: тип стратегії, на яку орієнтується фірма; специфічні властивості та переваги продукції підприємства, на яких зосереджуватиметься увага.

У цьому розділі наводять основні складові комплексу маркетингу: ціноутворення; система поширення та просування товару/послуги на ринок; спосіб реалізації (власні заклади згідно з договорами); вартість та види реклами; методи стимулювання продажу; організація обслуговування споживачів/пацієнтів, їх представників; гарантійне обслуговування (для медичної техніки); формування суспільної думки щодо продукції/послуги, визначення стратегії ринкового розвитку.

Маркетинг-план завершується прогноною оцінкою обсягів продажу.

### ***Виробничий план***

Цей розділ містить такі дані:

- основні виробничі операції/технологія надання медичної допомоги, послуги;
- машини і устаткування для виробництва продукції або медична техніка та обладнання для надання медичної допомоги, послуги;
- сировина, матеріали та комплектуючі вироби / лікарські засоби і вироби медичного призначення;
- виробничі й невиробничі приміщення.

До складу виробничого плану бізнесу-проекту, орієнтованого на **виробництво медичної техніки, лікарських засобів, виробів медичного призначення**, повинні входити такі розділи:

1. Технологічний процес:
  - основні виробничі операції;
  - патенти, наукові та конструкторські розробки.
2. Основні виробничі фонди:
  - будинки і споруди (опис виробничих та невиробничих приміщень);
  - машини і устаткування.
3. Сировина та комплектуючі матеріали.
4. Вплив зовнішніх чинників.

Розділ виробничого плану, що входить у бізнес-проект, орієнтований на **надання медичних послуг чи допомоги**. Він повинен складатися з таких розділів:

1. Технологічний процес:
    - основні операції з надання медичних послуг чи допомоги;
    - ліцензії, патенти, наукові розробки.
  2. Основні виробничі фонди:
    - будівлі;
    - медичне устаткування і апаратура.
  3. Фармакологічні препарати, медичний інструментарій, матеріали.
  4. Вплив зовнішніх чинників.
- А. Виробництво медичного устаткування або лікувальних засобів.*

1. Технологічний процес.

Цей розділ бізнес-плану, як правило, починається з опису технологічної схеми. Необхідно показати високий рівень продуманості технологічного процесу і механізму контролю за якістю продукції (послуг). Після чого описуються такі технологічні потоки:

- шляхи надходження комплектуючих, сировини для переробки, інших матеріалів;
- схема розподілу виробничого процесу у просторі й часі;
- обсяги внутрішніх і зовнішніх перевезень;
- споживання енергії, газу та ін.

Якщо на перших етапах розвитку виробництва частину робіт виконуватимуть субпідрядники, то необхідно коротко охарактеризувати їх і обґрунтувати залучення у виробничий процес.

Слід також подати інформацію про список машин і устаткування, необхідних для здійснення виробничого процесу (власні та орендовані), розрахунки витрат на їх придбання чи оренду, терміни служби та амортизаційні відрахування, відомості про потужність та технічні можливості устаткування (за потреби).

Наводяться відомості про перелік усіх видів сировини, матеріалів та комплектуючих, що використовуватимуться, та закупівельні ціни на них, конкретні постачальники та умови поставок. Слід визначити також необхідні обсяги запасів сировини, матеріалів та комплектуючих і за потреби зазначити особливі умови їх зберігання та контролю. Додатково можна охарактеризувати підходи до контролю якості готової продукції.

Слід навести інформацію про визначення потреби у виробничих і невиробничих приміщеннях: їх розмір, розміщення, забезпеченість транспортними комунікаціями, витрати на придбання та/або оренду, експлуатацію тощо.

У цьому ж розділі вказується наявність патенту, ліцензії на виробництво товару. У разі відсутності передбачається, які ліцензії будуть необхідні, їх вартість і умови використання.

Якщо бізнес-проект орієнтований на принципово новий технологічний процес, то необхідно:

- описати програму науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, необхідних для одержання патенту;
- скласти перелік науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, необхідних для підтримки конкурентоздатності продукції;
- розрахувати необхідні фінансові витрати.

У цьому ж розділі розглядаються способи правового захисту нової продукції не тільки у формі патентів, ліцензій або авторських посвідчень, а й авторських прав або товарних знаків.

У заключній частині цього розділу бізнес-плану наводять розрахунки витрат на охорону навколишнього середовища, якщо розглядається виробниче підприємство.

Розділ має містити лише основну інформацію, а деталі можуть подаватися в додатках, обсяг яких не обмежений.

### ***Організаційний план***

У цьому розділі наводять таку інформацію:

- організаційну структуру управління, розподіл обов'язків, делегування повноважень;
- потреби в персоналі та фонд оплати праці;
- кадрову політику та стратегію.

Насамперед, треба навести організаційну схему організаційної структури управління, за якою має бути видно рівні підпорядкування, які підрозділи взаємодіють, як планується координувати та контролювати їх діяльність. До цієї схеми подається короткий опис, де пояснюють особливості організаційної структури підприємства і розкривають окремі її деталі. Це дасть можливість здобути уявлення про ефективність взаємодії служб підприємства.

У процесі визначення потреби фірми в персоналі складається перелік необхідних видів діяльності, визначається необхідна чисельність персоналу підприємства в розрізі фаху та категорій, здійснюються попередні розрахунки оплати праці (з урахуванням усіх видів винагород, відрахувань на соціальне страхування, пенсійні платежі тощо) та конкретні джерела покриття потреб у персоналі. Обов'язково на-

водиться інформація про те, як залучатимуться спеціалісти: на постійних засадах або за сумісництвом; чи можна скористатися послугами організації з підбору таких професіоналів.

Розділ “Організаційний план” містить також інформацію про терміни комплектування штату, процедури підбору персоналу, мотиваційного механізму.

### ***Юридичний план***

У цьому розділі наводять такі відомості:

- організаційно-правову форму підприємництва;
- форму власності;
- участь в об’єднаннях організацій;
- наявність дочірніх структур;
- власників бізнесу і команду менеджерів.

Якщо в бізнес-плані обґрунтовується необхідність створення підприємства (проекту), то насамперед вирішується питання про форму власності та тип майбутнього підприємства: державне, приватне, відкрите акціонерне чи з обмеженою відповідальністю, мале, орендне чи спільне підприємство тощо.

Залежно від вибраної організаційно-правової форми закладу охорони здоров’я будуватиметься зміст цього розділу. Так, якщо створюється акціонерне товариство, то засновники повинні подати інформацію про розміри уставного капіталу, необхідну частку внесків засновників, кількість та номінал акцій тощо.

Потрібно також навести додаткову інформацію про умови розподілу прибутків та збитків, компетенцію органів управління, порядок їх ліквідації та реорганізації. Копії документів наводять у додатках.

Необхідно подати інформацію, яка б свідчила про те, що менеджери і персонал підприємства компетентні і можуть здійснювати успішний бізнес. Слід належно підкреслити їх досвідченість і кваліфікацію, пояснити, який внесок вони зможуть зробити для процвітання бізнесу.

### ***Оцінка ризику та страхування***

Цей розділ включає такі дані:

- типи можливих ризиків;
- способи реагування на загрози для бізнесу.

Для більшості невеликих проектів аналіз ризику здійснюється із застосуванням суто експертних методів, тобто шляхом оцінювання. Виходячи з певної ймовірності виникнення небажаних ситуацій потрібно так побудувати діяльність, щоб якомога більшою мірою знизити ризик і залежні від нього втрати в майбутньому.

У цьому розділі бізнес-плану необхідно також показати профілактичні можливості запобігання ризику і викласти власну програму страхування від ризику.

### ***Фінансовий план***

Цей розділ бізнес-плану дає узагальнюючу картину попередніх складових плану, але у вартісному вираженні. Він включає кілька документів:

- прогноз обсягу реалізації;
- прогнозний звіт про фінансові результати (прогноз доходів та витрат);
- баланс грошових витрат та надходжень;
- зведений баланс активів і пасивів підприємства;
- стратегію фінансування;
- графік досягнення беззбитковості (визначення точки самоопукності);
- розрахунок фінансових коефіцієнтів.

Прогноз обсягу реалізації дає уявлення про ту частку ринку, на яку розраховується бізнес-план. Найчастіше цей прогноз робиться на три роки, причому на перший рік дається помісячна розбивка, на другий – щоквартальна, на третій рік подаються загальні обсяги за 12 місяців.

Баланс грошових витрат та надходжень. Це документ, за допомогою якого можна оцінити, скільки грошей потрібно для реалізації проекту з розбивкою за часом отримання, а саме: скільки до початку реалізації та скільки і коли під час виконання роботи. Основна мета грошового балансу – упевнитись щодо можливості забезпечення синхронності надходжень та витрат грошей, а також перевірити можливість ліквідності справи в разі необхідності.

Зведений баланс активів та пасивів підприємства рекомендується складати на початок та кінець першого року реалізації бізнес-проекту. Цей документ має значення для відносин з комерційними банками, позаяк вони зможуть оцінити, які суми передбачається вкласти в активи різних видів і за рахунок яких пасивів підприємець збирається фінансувати створення чи придбання цих активів.



Окреслення стратегії фінансування передбачає виклад плану отримання коштів для створення чи розширення закладу (проекту). Перше питання тут — скільки взагалі необхідно коштів для реалізації проекту. Друге питання — з яких джерел можна отримати ці кошти і в якій формі. І третє питання — коли можливо очікувати повного повернення вкладених коштів та отримання інвесторами прибутку.

Фінансовий план містить також фінансові показники, які визначені виходячи з інформації, наведеної в інших розділах, тобто по суті наводиться обґрунтування бізнес-плану загалом. Для складання фінансового плану обов'язково необхідні спеціальні знання з дисципліни “Економіка підприємств”, “Фінансовий менеджмент”, “Економічний аналіз”.

Якщо бізнес-план розробляється для вже існуючої фірми, обов'язково наводиться динаміка основних фінансових показників за минулі роки (3–5 років). Копії цих документів наводять у додатках.

*Аналіз беззбитковості розрахунковим та графічним способом.* Точка беззбитковості засвідчує, скільки одиниць продукції повинно реалізувати підприємство для того, щоб його витрати окупилися. Розрахунок здійснюється за формулою

$$ТБ = \frac{З_{\text{уп.в.}}}{Ц_{\text{о.п.}} - В_{\text{п.}}},$$

де  $З_{\text{уп.в.}}$  — умовно-постійні витрати підприємства на одиницю продукції;  $Ц_{\text{о.п.}}$  — ціна одиниці продукції;  $В_{\text{п.}}$  — прями витрати на одиницю продукції.

Розрахунок точки беззбитковості бажано виконувати і в товарному, і у грошовому вираженні. Ці розрахунки доцільно здійснювати агреговано для всіх видів продукції (медичної допомоги, послуг), що випускається (надається), для кожного розрахункового періоду проекту.

Не можна орієнтуватися лише на залучені кошти. Більшість інвесторів вимагають, аби частина проекту фінансувалася за рахунок власного капіталу підприємства. Таким чином, слід навести інформацію про власний капітал підприємства.

Фінансові коефіцієнти надають можливість власникам бізнесу, потенційним інвесторам та кредиторам отримати відповідь на питання щодо майбутнього фінансового стану фірми. До них належать показники ліквідності, платоспроможності, фінансової стабільності, обігу та рентабельності.

## *Додатки*

У додатки найчастіше включають детальну технічну характеристику продукту бізнесу; гарантійні листи від основних клієнтів, підрядчиків, кредиторів; копії ліцензії, патентів, установчих документів, контрактів, угод оренди; організаційну схему; стислі інформаційні дані про власників бізнесу та ключових менеджерів, їх професійні обов'язки та особливі досягнення; первинні матеріали аналізу ринку; схему виробничих потоків; рекламні матеріали та прейскуранти; рисунки та фотографії продукції і приміщень фірми; відомості про керівних кадрів; організаційну схему підприємства; звіт за ревізією бухгалтерських документів, прізвища бухгалтерів, юридичних консультантів тощо.

### **ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

Матеріал курсової роботи слід подавати в такій послідовності:

- титульна сторінка;
- зміст;
- умовні позначення (за потреби);
- резюме;
- основна частина (розділи бізнес-плану);
- додатки.

Завершену і оформлену належним способом роботу обов'язково підписує автор на титульній сторінці.

**Мова курсової роботи** — державна, стиль — науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність — логічна. Пряме переписування в роботі матеріалів з літературних джерел неприпустиме.

Робота має бути написана розбірливим почерком або надрукована на одному боці сторінок стандартного білого паперу формату А4 (210×297 мм). У друкованому варіанті текст розташовується через півтора міжрядкових інтервали (комп'ютерний набір — 14-й кегль, шрифт — Times News Roman). Допускається розміщувати таблиці та інші ілюстративні матеріали на аркушах формату А3 (щонайбільше 40 рядків на сторінку).

Текст курсової роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких берегів: з лівого боку, зверху — по 20 мм, з правого та знизу — 10 мм.

Зміст містить назви та номери початкових сторінок усіх розділів та підрозділів роботи. Зміст повинен включати всі наявні в роботі заголовки, починаючи з резюме і завершуючи додатками.

Текст основної частини роботи поділяється на розділи і підрозділи згідно з планом.

Заголовки структурних частин курсової роботи пишуться або друкуються великими літерами симетрично тексту. Крапка в кінці заголовка не ставиться.

Кожну структурну частину курсової роботи слід починати з нової сторінки.

Нумерацію сторінок, розділів, малюнків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака “№” Першою сторінкою курсової роботи є титульна, яка включається до загальної нумерації сторінок і на якій номер сторінки не ставиться. Нумерація без крапки після неї проставляється у правому верхньому куті подальших сторінок.

**ЗМІСТ, РЕЗЮМЕ, ДОДАТКИ** не нумерують як розділи. Номер розділу ставиться перед його назвою.

Зміст ілюстрацій повинен доповнювати текст роботи, поглиблювати розкриття суті явища, наочно ілюструвати думки автора, і тому в тексті на кожен з них повинні бути посилання з коментарем.

Ілюстрації (схеми, графіки тощо) і таблиці слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де їх згадано вперше, або на наступній сторінці, але не далі. Якщо вони містяться на окремих сторінках роботи, їх включають у загальну нумерацію сторінок. Ілюстративні або табличні матеріали, розміри яких перевищують формат А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або додатках.

Ілюстрації позначають словом “Рис.” і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій у додатках. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка: наприклад, “Рис. 1.2” (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщуються послідовно під ілюстрацією.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком тих, що розміщені в додатках) у межах розділу. У правому верхньому куті розміщують напис “Таблиця” із зазначенням її номера, який складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка: наприклад, “Таблиця 2.3” (третя таблиця другого розділу); нижче, безпосередньо над таблицею симетрично тексту розміщують її назву.

Виділяти слова “таблиця”, “рисунок”, їх назви іншим шрифтом не потрібно. Назву і слово “Таблиця” починають з великої літери.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті так, щоб її можна було читати без обертання тексту або з обертанням за годинниковою стрілкою.

У разі перенесення таблиці на іншу сторінку над подальшими частинами пишеться: наприклад, “Продовження табл. 2.3”.

У таблицях слід обов’язково зазначити одиницю вимірювання. Якщо всі одиниці однакові для всіх показників таблиці, вони наводяться в заголовку таблиці через кому. Одиниці слід наводити згідно зі стандартами. Числові величини в таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків. Заголовки колонок таблиць починають з великої літери.

Заголовки граф починають з великих літер, підзаголовки — з малих, якщо вони становлять одне речення із заголовком, і з великих — якщо вони самостійні.

Формули в курсовій роботі нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого берега сторінки на рівні відповідної формули у круглих дужках, наприклад: “(3.1)” (перша формула третього розділу).

Посилання на ілюстрації оформлюють порядковим номером ілюстрації: наприклад, “рис. 2.3”; на формули — порядковим номером формули: наприклад, “у формулі (3.1)”. Посилання в тексті на таблиці пишуть скорочено: наприклад, “у табл. 1.2”. У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вживати слово “див.”: наприклад, “див. табл. 1.2”.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Нормативна Закони України*

1. *Закон* України “Основи законодавства України про охорону здоров’я”.
2. *Закон* України “Про господарські товариства”.
3. *Закон* України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”;
4. *Закон* України “Про захист прав споживачів”.
5. *Закон* України “Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”.

6. Закон України “Про захист населення від інфекційних хвороб”.
7. Закон України “Про запобігання захворюванню на синдром набутого імунodefіциту (СНІД) та соціальний захист населення”.
8. Закон України “Про лікарські засоби”.
9. Закон України “Про обіг в Україні наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів і прекурсорів”.
10. Закон України “Про заходи протидії незаконному обігу наркотичних засобів психотропних речовин і прекурсорів та зловживанню ними”.
11. Закон України “Про психіатричну допомогу”.
12. Закон України “Про трансплантацію органів та інших анатомічних матеріалів людині”.

### ***Постанови Кабінету Міністрів України***

13. “Про порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення” від 08.02.95 № 108.
14. “Про затвердження Положення про порядок здійснення діяльності у сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів” від 03.01.96 № 6.
15. “Про затвердження Положення про контроль за відповідністю імунобіологічних препаратів, що застосовуються в медичній практиці, вимогам державних та міжнародних стандартів” від 15.01.96 № 73.
16. “Про затвердження правил торгівлі лікарськими засобами в аптечних закладах” від 17.11.04 № 1570.

### ***Спільні накази Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва та Міністерства охорони здоров'я України***

17. “Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з переробки донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів, господарської діяльності з медичної практики та проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт” від 16.02.01 № 38/63.
18. “Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової, роздрібно торгівлі засобами” від 12.01.01 № 3/8.

## **Накази Міністерства охорони здоров'я України**

19. “Про затвердження Інструкції по санітарно-протиепідемічному режиму аптек” від 14.06.93 № 139.
20. “Про затвердження Правил проведення утилізації та знищення неякісних лікарських засобів” від 08.07.96 № 199.
21. “Про затвердження нормативних актів з питань реклами лікарських засобів” від 10.06.97 № 177.
22. “Про затвердження Переліків лікарських засобів, зареєстрованих в Україні” від 25.07.97 № 233.
23. “Про затвердження Порядку обігу наркотичних засобів, психотропних речовин та прекурсорів в державних і комунальних закладах охорони здоров'я” від 18.12.97 № 356.
24. “Про порядок допуску до медичної та фармацевтичної діяльності в Україні громадян, які пройшли медичну або фармацевтичну підготовку в навчальних закладах закордонних країн” (із змінами, внесеними згідно з Наказом МОЗ України № 28-О від 01.02.2000) від 19.08.94 № 118з.
25. “Про надання спеціального дозволу на медичну діяльність у галузі народної та нетрадиційної медицини” від 10.08.2000 № 195.
26. “Про затвердження Критеріїв (умов) державної акредитації лікувально-профілактичних закладів” від 20.01.01 № 20.
27. *Інші* Накази Міністерства охорони здоров'я України щодо організації та подання медико-санітарної допомоги населенню.

### *Основна*

1. Агафонова Л. Г., Рого О. В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. — 2-ге вид. — К.: Знання, КОО, 2000. — 158 с.
2. Алексеев М. М. Планирование деятельности фирмы. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 246 с.
3. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бизнес-план. — К.: Знання, 2001. — 258 с.
4. *Бизнес-план: Метод. материалы* / Под ред. Р. Г. Маниловского. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 160 с.
5. *Бизнес-план: Рекомендации по составлению.* — М.: Приор, 2002. — 304 с.
6. *Бизнес-планирование* / Под ред. В. М. Попова, С. И. Ляпунова. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 672 с.
7. Богомолов А. Ю. Бизнес-план: методика разработки. — М.: Ось-89, 2000. — 576 с.

8. *Духов В. Е.* Экономическая разведка и безопасность бизнеса. — К., 1997. — 6 с.
9. *Інвестознавство: Підручник / За наук. ред. В. Г. Федоренка.* — К.: МАУП, 2000. — 408 с.
10. *Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О.* Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посіб. — К.: Вид-во КНЕУ, 1999. — 208 с.
11. *Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В. М. Попова.* — М.: НОМ и Д, 2002. — 360 с.
12. *Скворцов М. Н.* Бизнес-план предприятия. — К.: Выща шк., 1995. — 190 с.
13. *Сухова Л. Ф.* Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 160 с.
14. *Управление бизнесом: Экспресс-курс для деловых людей / Авт.-сост. Г. В. Щёкин.* — К.: МАУП, 1998. — 204 с.
15. *Финч Б.* 30 минут для подготовки бизнес-плана. — М.: Лори, 2000. — 80 с.
16. *Шудра В. Ф., Беличко А. Н.* Как подготовить успешный бизнес-план. — 2-е изд. — К.: Капрал, 1997. — 106 с.

#### *Додаткова*

1. *Айвазова А.* Установи охорони здоров'я: (приватні кабінети і клініки) // *Баланс.* — 2003. — № 39. — С. 51–59.
2. *Арсеньєва І.* Мільярд гривень щороку, і проблем з медичною технікою у нас не буде // *Уряд. кур'єр.* — 2004. — 20 лист. — С. 12.
3. *Бронникова О.* Качество и безопасность лекарственных средств на рынке Украины // *Провизор.* — 2005. — № 9. — С. 10–11.
4. *Бронникова О.* Лекарственные препараты: что знает о них потребитель? // *Провизор.* — 2005. — № 5. — С. 7.
5. *Бронникова О.* Ресурси росту фармацевтичного ринку України // *Провизор.* — 2005. — № 4. — С. 18–20.
6. *Бронникова О.* Українська асоціація виробників і поставщиків изделий медичного назначення створена // *Провизор.* — 2005. — № 14. — С. 27–28.
7. *Бронникова О.* Фармацевтичний ринок України. Ітоги 2004 года // *Провизор.* — 2005. — № 9. — С. 7–9.
8. *Володченко Н.* Золотий вік аптекарства / *О. Швагуляк-Шостак // Галицькі контракти.* — 2005. — № 11. — С. 56–58.

9. *Володченко О.* Однієї таблетки недостатньо: Аптечний бізнес переживає нову хвилю зростання — тепер уже якісного // Галицькі контракти. — 2005. — № 11. — С. 54–55.
10. *Воротинцева А.* Медична техніка: Вихід із замкнутого кола? // Дзеркало тижня. — 2005. — № 3. — С. 15.
11. *Воротинцева А.* Немає сервісу — до побачення! Найближчим часом правила гри на ринку медичної техніки зміняться // Дзеркало тижня. — 2005. — № 8. — С. 19.
12. *Галковская Т.* Цены на лекарства неуклонно “ползут” вверх // Зеркало недели. — 2004. — № 52. — С. 16.
13. *Галковська Т.* Чим менша націнка, тим вища ціна? // Дзеркало тижня. — 2005. — № 18. — С. 17.
14. *Гордієнко С.* Ціни на ліки: Небезпечні перегони по слизькій дорозі // Дзеркало тижня. — 2005. — № 23. — С. 16.
15. *Железняк Е., Ильин А., Борисова Е.* Секреты хозрасчетной медицины: В ней персонал решает все // Служба кадров. — 2004. — № 3. — С. 14–19.
16. *Ким С. В.* Социальные приоритеты инвестирования в отрасль здравоохранения // Экономика здравоохранения. — 2005. — № 1. — С. 7–8.
17. *Кусков А. С., Лыскова О. В.* Курортология и оздоровительный туризм. — Ростов н/Д: Феникс, 2004. — 320 с.
18. *Кушнір Л.* Ліки не бувають дешевими // Україна молода. — 2005. — 26 квіт. — С. 10.
19. *Мнушко З. Н., Сотникова Н. В.* Регулирование оборота биологически активных добавок в Украине и за рубежом // Провизор. — 2005 — № 11 — С. 9–12.
20. *Немченко А. С., Котвицкая А. А.* Экспертная оценка состояния рецептурного отпуска в Украине // Провизор. — 2005. — № 11. — С. 4–6.
21. *Гордієнко М.* Ніжинський досвід здійснення Міжнародного проекту ВООЗ “Міста здоров’я”.— К.; Ніжин: Наука-сервіс, 2000. — 54 с.
22. *Одрехівський М. В.* Валеологічні інноваційні центри: економічні проблеми створення і функціонування. — Львів: Світ, 1997. — 144 с.
23. *Онищенко В. В.* Использование штрих-кодов в торговле и при контроле качества лекарств // Провизор. — 2005. — № 10. — С. 10–12.



24. *Пашутин С.* Досье “Большой фармы-II” // Маркетолог. — 2005. — № 5. — М С. 18–22.
25. *Перспективы* фармрынка // Провизор. — 2005. — № 4. — С. 28.
26. *Производство* лекарственных средств: Надлежащие правила и контроль качества. МВ 64У-1–97: Метод. указания. — К.: Госкоммедбиопротм Украины, 1997. — 220 с.
27. *Смирнов А.* Аптечная рулетка // Корреспондент. — 2005. — № 25. — С. 46–49.
28. *Медико-техническая* и экономическая эффективность деятельности отделения лучевой диагностики онкологического диспансера / О. Е. Травникова, А. В. Мартынова, Н. И. Красильников, О. И. Вишняков // Экономика здравоохранения. — 2005. — № 4. — С. 25–29.
29. *Трофимова Т.* Фармацевтическая наука и производство лекарственных средств в Украине // Провизор. — 2005. — № 10. — С. 3–5.
30. *Тыщевская Н.* 50 лучших фармацевтических компаний 2004 года // Провизор. — 2005. — № 12. — С. 38–43.
31. *Тыщевская Н.* Профиль фарминдустрии. От лаборатории до пациента: дорога инноваций в биофармации // Провизор. — 2005. — № 11. — С. 20–27.
32. *Фармацевтический* рынок Украины // Діловий Вісник. — 2005. — № 3. — С. 8–9.
33. *Франц С.* Новые препараты, одобренные в 2004 г.: прощайте, блок-бастеры! // Провизор. — 2005. — № 8. — С. 17–18.
34. *Эллис Р., Хоу Д.* Боли меньше — прибыль больше: Рынок болеутоляющих препаратов: оценки и прогнозы // Провизор. — 2005. — № 5. — С. 8–13.

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
І БІЗНЕСУ ім. Б. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Кафедра менеджменту

**КУРСОВА РОБОТА**

з навчальної дисципліни

**“Підприємництво в охороні здоров’я”**

на тему

**“Бізнес-план створення  
приватної стоматологічної клініки”**

Виконав: студент групи

---

---

Науковий керівник:

---

Київ 2006

## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка.....	3
Основні етапи виконання курсової роботи.....	4
Зміст та обсяги курсової роботи.....	6
Вимоги до оформлення курсової роботи.....	17
Список літератури.....	20



Відповідальний за випуск	<i>Ю. В. Нешкуренко</i>
Редактор	<i>І. В. Хронюк</i>
Комп'ютерне верстання	<i>М. М. Соколовська</i>

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-2729

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)

03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП