

БИЗНЕС-ПЛАН инвестиционного проекта

Организация интернет-сервиса по
оказанию дистанционных медицинских
консультаций



РЕЗЮМЕ		АНАЛИЗ РЫНКА			
Идея и цель проекта	4	Объем рынка офлайн услуг медицинского консультирования	18	План продаж	41
Финансы необходимые для реализации проекта	5	Емкость рынка онлайн услуг	28	Каналы продаж	42
Финансовая эффективность проекта	6	Сезонность услуг	29	Программа продвижения	43
Оценка рисков проекта	7	Общие тенденции и прогнозы	30	ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	
Потенциал рынка	8	Сегментирование потребителей	31	Модель бизнеса и способы монетизации	44
Социальная значимость проекта	9	Портрет покупателя услуги и сценарий покупательского поведения	32	Себестоимость продаж и продажная цена услуг	45
Конфиденциальность	10	Обзор необходимости социальных функций	33	ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	
Инициатор проекта	11	Количество конкурентов	34	Организационно-правовая форма собственности компании	46
ХАРАКТЕРИСТИКА БИЗНЕСА.		Оценка долей рынка компании	35	Система налогообложения	47
Описание и основные характеристики услуг	12	Описание основных конкурентов, Оценка конкурентных преимуществ, SWOT-анализ	36	Разрешительная документация	48
Требование к качеству услуг	13	МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН		Организационная структура предприятия	49
Государственное регулирование и законодательство	14	Целевая аудитория	38	Органы управления	50
Конкурентоспособность	15	Позиционирование	39	Распределение обязанностей между инвесторами	51
Основные цели бизнеса и задачи компании	16	Перечень предоставляемых услуг	40	Штатное расписание и фонд оплаты труда	52
Стратегические возможности по расширению услуг	17				

СОДЕРЖАНИЕ:

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Схема подчинения и подотчетности	53
Сведения о партнерах	54
Страхование	55

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Инвестиционный план	56
План доходов и расходов	57
Отчет о прибылях и убытках	58
Отчет о движении денежных средств	59
Выплаты на погашение займов	60
Финансовый анализ	61
Инвестиционный анализ	62
Оценка рисков	63

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Возможности телемедицины	64
Проблемы отрасли	65
Сравнительная таблица прогнозов по проекту	66

КОНТАКТЫ

67

МАТЕРИАЛЫ

Документы и ссылки	68
--------------------	----

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Идея и цель проекта



Цель проекта

Настоящий проект представляет собой план организации интернет-сервиса и создание ведущей, быстро развивающейся, конкурентоспособной организации, оказывающей населению услуги в области дистанционных услуг здравоохранения («телемедицины») на базе лечебных учреждений-партнеров, использующими информационно-коммуникационные технологии сервиса для обмена необходимой информацией в целях диагностики, лечения и профилактики заболеваний и травм, проведения исследований и оценок, в интересах улучшения здоровья населения и развития медицинского сообщества.

Основные задачи проекта:

1. Создание высокорентабельного предприятия.
2. Получение прибыли за счет оказания платных медицинских консультаций.
3. Удовлетворение потребительского спроса на рынке услуг дистанционной диагностики заболеваний на территории России.

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Финансы необходимые для реализации проекта

Объем и структура капитальных затрат	Ед.	2018	2019	2020	Итого
Поддержка и развитие программной платформы	тыс. руб.				
Поддержка службы работы со специалистами	тыс. руб.				
Поддержка службы дежурных специалистов	тыс. руб.				
Проведение рекламных кампаний	тыс. руб.				
Итого капитальные затраты	тыс. руб.				



Условия привлечения инвестиций

Финансирование проекта осуществляется за счет использования заемных средств в размере с дальнейшим реинвестированием полученной прибыли.

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Финансовая эффективность проекта

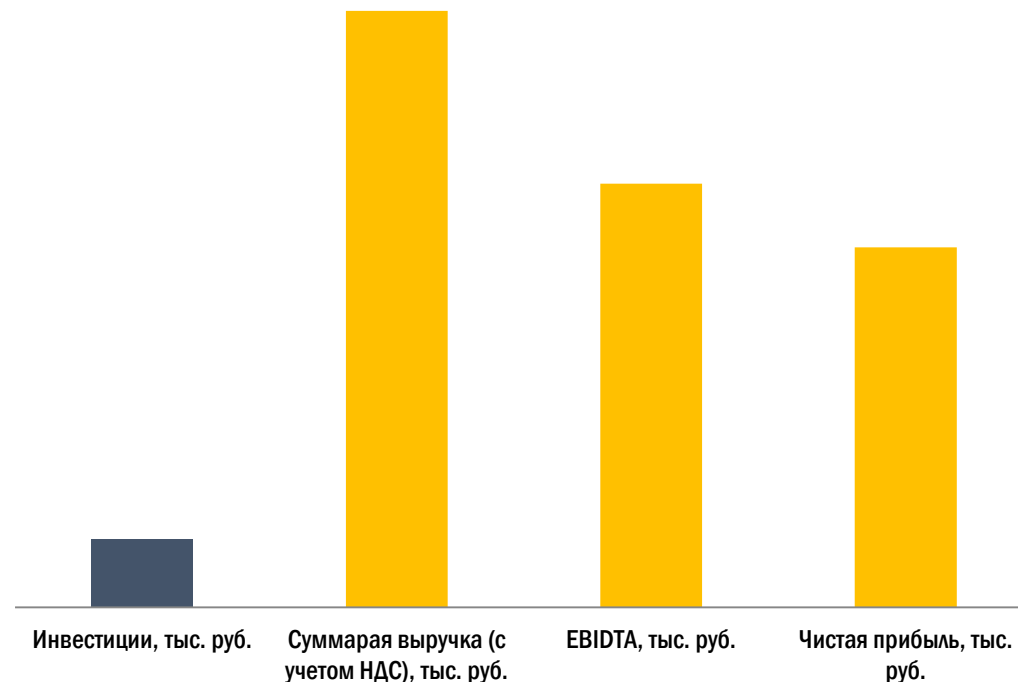
Интегральные показатели проекта

Инвестиции, тыс. руб.	
в том числе.	
заемные средства	
собственные средства	
Суммарная выручка (с учетом НДС), тыс. руб.	
ЕВІDТА, тыс. руб.	
Операционная рентабельность, %	
Чистая прибыль, тыс. руб.	
Чистая рентабельность, %	

Анализ эффективности проекта

Горизонт планирования, лет	
Срок окупаемости инвестиций – РР, лет	
Дисконтированный срок окупаемости инвестиций – DPP, лет	
Чистая приведенная стоимость - NPV, тыс. руб.	
Внутренняя норма прибыли – IRR, %	
Коэффициент рентабельности продаж - ROS, %	
Индекс рентабельности инвестиций – PI	
Прибыль на инвестированный капитал - ROI, %	
Терминальная стоимость проекта (NTV), тыс. руб.	

Интегральные показатели проекта



РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Потенциал рынка



По оценкам P&S Market Research, на международном рынке инновационной отрасли ожидаемый ежегодный прирост составит 18,7% в 2016-2022 годах (в 2015 году прибыль телемедицинского сектора была \$17,9 млрд).

Российские инвесторы также сделали вложения в этом секторе, например, Роман Абрамович - \$0,5 млн в сервис Medviser и InVenture Partners С. Азатяна и А. Иншутина - \$5 млн в American Well.

По данным Росстата (на 25.11.2016) количество населения, которым вынесен диагноз, составляет 113 927 000 человек.

Среднее число посещений лечебно-профилактического учреждения на 1 жителя составляет 9.4 <https://www.fedstat.ru/indicator/41657>

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Социальная значимость проекта



Здоровье и жизнь человека — высшие ценности, которые являются приоритетными для любого социума. Несмотря на бурный прогресс общества, высококвалифицированных медицинских специалистов по-прежнему не хватает, так как большинство из них трудится в элитных клиниках, расположенных в крупных городах. В результате многие пациенты, которые по разным причинам не могут добраться до больницы, лишаются возможности получить консультацию ведущих докторов.

В этом случае на помощь многим приходит телемедицина — процесс использования телекоммуникационных технологий для передачи информации о состоянии здоровья пациента. Сбор медицинских данных организуется с помощью специального телемедицинского оборудования, которое помогает передать их врачам для последующей обработки. Особенно актуальна такая помощь для пациентов с заболеваниями сердечно-сосудистой системы, которые нуждаются в систематических обследованиях.

Дорожная карта проекта «Интернет + медицина» предусматривает, что в 2018 году четверть медицинских учреждений страны смогут внедрить инновационные технологии.

В этом случае 20% граждан РФ, проживающих в отдаленных и малонаселенных регионах, смогут пользоваться всем набором услуг телемедицины.

До 2019 года, согласно посланию президента, все организации здравоохранения должны быть интегрированы в интернет-систему.

В результате доступ к широкому спектру возможностей телемедицины способствует повышению общего качества жизни большинства групп населения за счет получения своевременных и более качественных медицинских услуг.

Заявление о конфиденциальности

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными, предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес - план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс-мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

ХАРАКТЕРИСТИКА БИЗНЕСА. Описание и основные характеристики услуг



Основные услуги

Основной услугой сервиса являются телемедицинские консультации, как один из самых востребованных видов услуг, позволяющий в режиме двусторонней связи или видеоконференции получить профессиональную консультацию специалиста по широкому кругу медицинских вопросов. Благодаря наличию аудиовизуального взаимодействия врач и больной могут обмениваться важными текстовыми и графическими сведениями.

Консультации в режиме реального времени

Эти консультации более требовательны к техническому оснащению, их проводят с использованием широкополосных каналов связи и видеоаппаратуры. Во всех этих случаях обеспечивается непосредственное общение между консультантом и пациентом (видеоконференция), что позволяет передать практически всю необходимую для квалифицированного заключения медицинскую информацию (выписки из истории болезни, рентгенограммы, компьютерные томограммы, снимки УЗИ и т. д.).

Дополнительные услуги

Посреднические услуги для компаний партнеров:

- Страховые компании
- Поставщики медпрепаратов
- Поставщики медицинского оборудования, в т.ч. для реабилитации

ХАРАКТЕРИСТИКА БИЗНЕСА. Основные цели бизнеса и задачи компании



**Создание нового
продукта**

**Рост продаж в натуральном
объеме**

**Рост капитализации (стоимости)
компании**

**Укрепление имиджа
компании**

ХАРАКТЕРИСТИКА БИЗНЕСА. Стратегические возможности по расширению услуг



Расширение географии деятельности - РФ, крупные города миллионники

Модификация и усовершенствование существующих услуг:

Особенности региональной телемедицины

Самые высокие показатели конверсии будут демонстрировать столичные сервисы. В мегаполисах и крупных городах населению проще и удобнее общаться с врачами с помощью персональных гаджетов, чем тратить время и деньги на дорогу.

В районных центрах и отдаленных регионах будет большой спрос на консультации со столичными светилами медицины и получение «второго мнения». Специфические потребности продемонстрирует группа хронических больных (сахарный диабет, сердечно-сосудистые заболевания), требующая постоянных мониторинговых услуг.

Домашняя телемедицина. Направление дает возможность оказывать помощь больным, проходящим лечение дома. Домашняя телемедицина востребована у людей, которым требуются периодические обследования. Для этого используется специальное оборудование, способное собирать и передавать необходимую информацию о больном непосредственно из дома. Схема выполнения задачи выглядит так: к домашнему компьютеру пациента подключаются датчики, предназначенные для сбора объективных данных о состоянии больного (температура тела, пульс и др.). С помощью ВКС они моментально передаются в телемедицинский центр для обработки врачами, которые и принимают решение о дальнейших действиях.

Сотрудничество телемедицинского сервиса со страховыми компаниями программ ДМС

Сотрудничество телемедицинского сервиса со страховыми компаниями программ ОМС

АНАЛИЗ РЫНКА. Объем рынка онлайн услуг медицинского консультирования

Не зависимо от формы оплаты медицинских услуг (напрямую в кассу, либо по договорам ДМС, в рамках ОМС) потребителем медицинских услуг всегда является физическое лицо, поэтому потребление медицинских услуг напрямую зависит от численности населения в РФ. Поэтому в настоящем исследовании рассматриваются потребители медицинских услуг - физические лица, проживающие на территории РФ и пользующиеся медицинскими услугами на территории РФ.

Основные параметры, характеризующие потребителей медицинских услуг:

- численность населения РФ, возрастная структура населения
- численность пользующихся платными медицинскими услугами
- динамика номинальной заработной платы в год, в месяц
- расходы домашних хозяйств на платные медицинские услуги
- заболеваемость, все диагнозы и число диагнозов, установленных впервые в жизни.

По данным ФСГС в РФ на начало 2016г. было зарегистрировано 146,5 млн. граждан с учетом численности населения Республики Крым и города федерального значения Севастополя. По прогнозу ФСГС в ближайшие четыре года население РФ значительно не изменится и будет в пределах 147 млн. чел.

В ближайшие 5-6 лет ФСГС прогнозирует основной прирост населения РФ за счет мигрантов. Необходимо отметить, что мигранты в РФ прибывают в основном из стран СНГ. В подавляющем большинстве, это мужчины и женщины трудоспособного возраста (25-45) лет, занимающие низкоквалифицированные вакантные рабочие места.

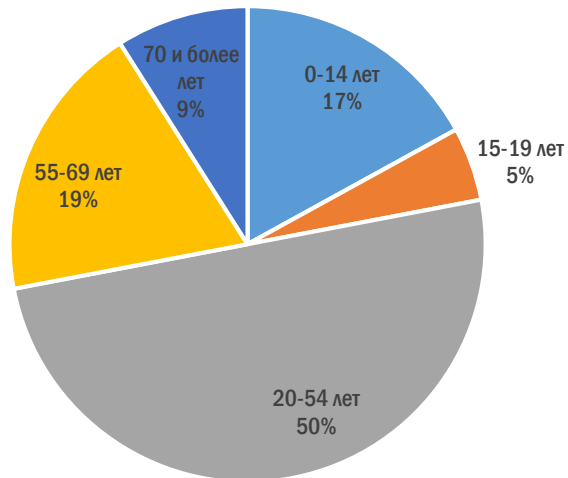
Численность населения в РФ, млн. человек	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г. Прогноз	2018г. Прогноз	2019г. Прогноз	2020г. Прогноз
Численность населения, млн. чел. (данные и прогноз ФСГС)	142,9	143,0	143,3	143,7	146,3	146,5	147,1	147,4	147,7	147,9
Темп изменения к предыдущему периоду, %		0,1%	0,2%	0,3%	1,8%	0,1%	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%

АНАЛИЗ РЫНКА. Объем рынка онлайн услуг медицинского консультирования

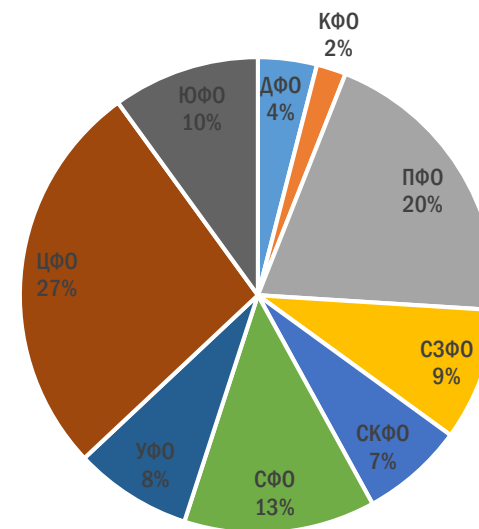
По данным ФСГС в 2016г. возрастная категория (как мужчины, так и женщины) 20-54 занимает 50% населения РФ, на втором месте люди пенсионного и предпенсионного возраста 55-69 (19%).

На 2017г. в Российской Федерации принято деление на девять Федеральных округов (ФО). Деление на Федеральные округа было принято Указом президента России В. В. Путина № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе» от 13 мая 2000г.

Структура распределения возрастных категорий в РФ (лет), млн. чел., %. 2016 г.



Численность населения в Федеральных округах, млн. чел., %. 2016 г.



АНАЛИЗ РЫНКА. Количество конкурентов.

В секторе рынка, который осваивает телемедицина, присутствуют не только учреждения здравоохранения и больницы., но и интернет-компании и государственные учреждения.

Самой проработанной частью интернет- медицины является поиск и выбор врача, запись на прием и медицинский «консьержинг». Система онлайн-записи - самая активная часть Единой государственной информационной системы в здравоохранении (ЕГИСЗ). Также к таким сервисам относится ЕМИАС в г. Москве и аналогичные сервисы в других регионах страны. Они позволяют осуществлять запись к врачам в государственных медучреждениях. Альтернативно есть несколько успешных систем записи к врачам частных медорганизаций.

Планы развернуть свой телемедицинский сервис вынашивает и компания «Яндекс», у которой уже есть сервис по вызову врача Docopcall. Интерес для отечественной поисковой системы представляют возможность сбора информации о пользователях и расширение клиентской базы. В компании не комментируют детали нового проекта.

Интернет-компании

Сервисы дистанционной консультации к врачам

Сервисы дистанционной записи к врачам

Медицинские учреждения

Сервисы дистанционной диагностики

Сервисы по дистанционному наблюдению за больными

Создание электронных баз данных для сохранения результатов анализов и обследований

Государственные учреждения

Единая государственная информационная система в здравоохранении (ЕГИСЗ) и аналогичные сервисы в других регионах страны

Возможности

Большой выбор медицинских специалистов
Расширение географии и количества предоставляемых услуг

Угрозы

Высокий уровень капиталовложений
Отсутствие гарантий постоянного уровня спроса
Высокий уровень конкуренции

Сильные стороны:

Самый быстрый сервис (скорость отклика живого специалиста из службы дежурных специалистов) составляет не более 5 секунд.
Множество направлений.
Конфиденциальность.
Защищенность консультаций (возможен арбитраж)
Защищенность информации (охрана персональных данных).

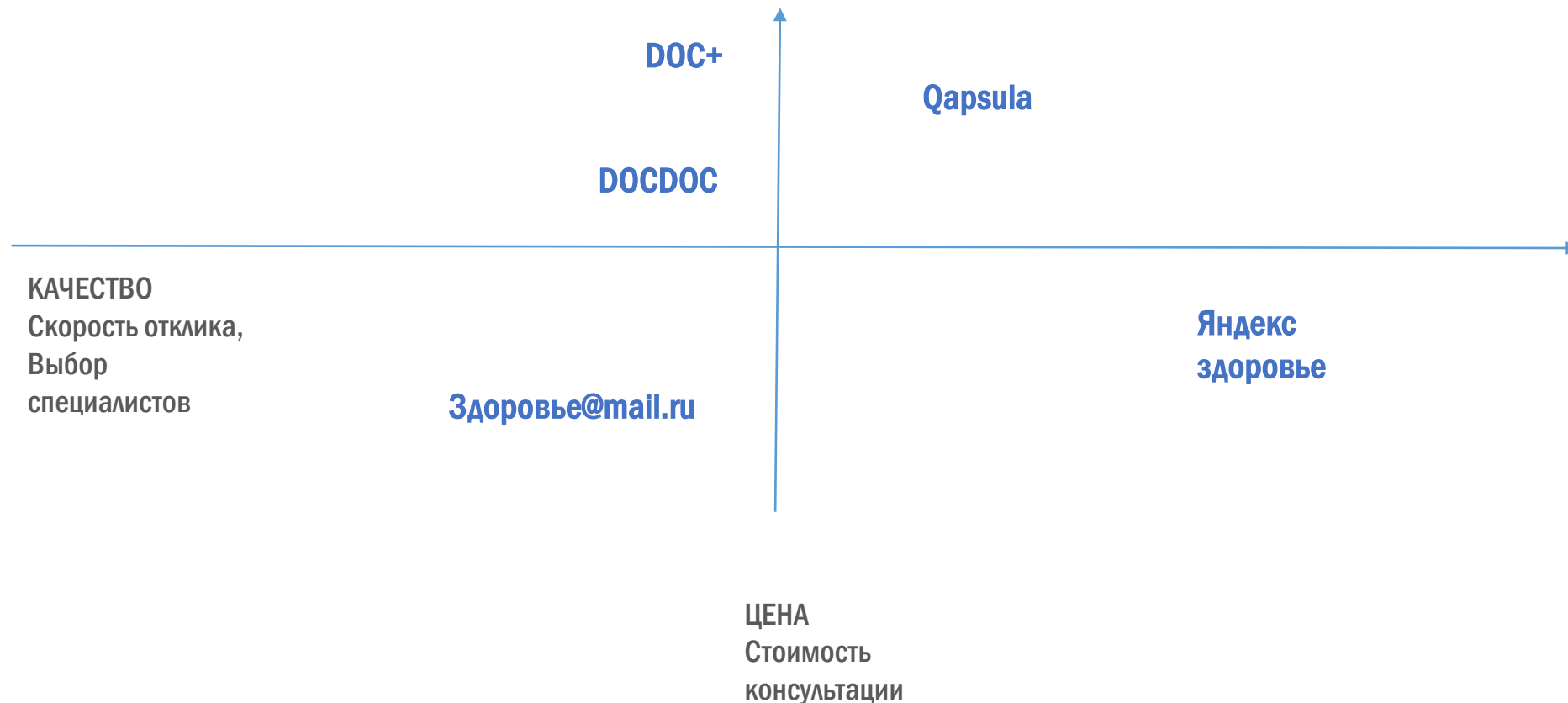
Слабые стороны:

Неопытность
Отсутствие клиентской базы
Нулевая деловая репутация
Сложность в поиске квалифицированного персонала

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Позиционирование

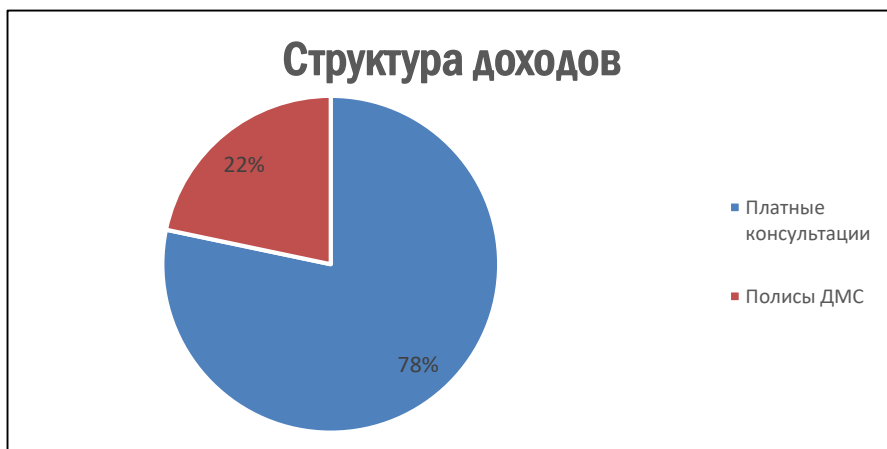
Карта позиционирования или точнее карта восприятия удобный способ визуализации понимания целевой аудиторией ключевых атрибутов товаров рынка. В маркетинге карта позиционирования используется для того, чтобы наглядно показать, как именно среднестатистический потребитель воспринимает позиционирование конкурирующих продуктов.

А также для того, чтобы, зная фактическое положение дел, сформулировать правильный вектор развития позиционирования и составить план действий по достижению целевого позиционирования товара.



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. План продаж

Объем продаж	Ед.	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Количество клиентов оплативших услуги сервиса											
Платные консультации	чел.										
Полисы ДМС	чел.										
Стоимость услуг сервиса											
Платные консультации	руб.										
Полисы ДМС	руб.										
Объем оказанных услуг сервиса											
Платные консультации	тыс.руб.										
Полисы ДМС	тыс.руб.										
Комиссия сервиса											
Платные консультации	%										
Полисы ДМС	%										
Доходы от продаж сервиса											
Платные консультации	тыс.руб.										
Полисы ДМС	тыс.руб.										
Всего доходы	тыс.руб.										





1. Контекстная реклама и реклама в поисковиках.

Демонстрируется пользователю в зависимости от его запросов. То есть, контекстная реклама показывается только тем людям, которые в ней заинтересованы. В контекстной рекламе осуществляется оплата за переходы (клики).

Наиболее эффективные программы контекстной рекламы Yandex.Direct и Google AdWords.

На этих сервисах имеются аналитические сервисы для отслеживания эффективности рекламной компании: Метрика (для Yandex.Direct) и Google Analytics.

2. Реклама-участие в социальных сетях (соцсети).

Создание представительства в социальных сетях позволяет:

- оперативно информировать потенциальных клиентов об акциях, скидках, новостях
- формировать спрос на медицинские услуги
- увеличивать приток целевых посетителей на сайт
- усилить узнаваемость и позитивное восприятие бренда медучреждения, как среди клиентов, так и среди профессионального сообщества

3. Реклама в блогах.

Для рекламы медуслуг/медучреждений блоги используют чаще всего врачи, которые ведут свои страницы.

Для рекламы можно создать свой собственный блог и рекомендовать своим врачам постоянно писать в нем, либо рекламировать услуги через популярные блоги, которые имеют большую аудиторию читателей.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Программа продвижения



Цели маркетинга

1. Информирование о продуктах
2. Привлечение целевой аудитории
3. Увеличение объемов продаж

Маркетинговая стратегия включает основные действия, с помощью которых сервис сможет быстро привлечь клиентов и достичь плана продаж, предусмотренного настоящим бизнес-планом.

Основная стратегия маркетинга на начальном этапе - обеспечение роста продаж, которое может быть обусловлено двумя факторами:

- 1) активным привлечением новых потребителей к бренду (все больше потребителей начинают узнавать о существовании компании и совершают пробные покупки)
- 2) совершения повторных покупок существующими потребителями, которые уже приобретали товар и имеют положительный опыт от сотрудничества с компанией.

В проекте предусмотрены значительные средства на маркетинг с учетом специфики услуг, предлагаемых в проекте.

Ежегодные расходы на маркетинг в первые 3 года работы сервиса составляют

Перечень маркетинговых мероприятий:

1. Брендинг/разработка единого стиля
2. Работа с Opinion leaders.
3. Продвижение среди медучреждений
4. Реклама в интернете

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Инвестиционный анализ

Анализ проекта	Ед.	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
----------------	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Основные показатели эффективности

Чистый денежный поток (ЧДП)	тыс. руб.										
Чистый денежный поток нарастающим итогом	тыс. руб.										
Коэффициент дисконтирования											
Функция дисконтирования											
Дисконтированный чистый денежный поток (ЧДП д)	тыс. руб.										
Дисконтированный чистый денежный поток нарастающим итогом	тыс. руб.										

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
--	--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Сумма инвестиций	тыс. руб.										
Чистый денежный поток (ЧДП)	тыс. руб.										
Дисконтированный чистый денежный поток (ЧДП д)	тыс. руб.										
Коэффициент приращения											
Функция приращения											
Приращенный чистый денежный поток (ЧДП н)	тыс. руб.										
Терминальная стоимость проекта (NTV)	тыс. руб.										

Горизонт планирования	лет
Чистая приведенная стоимость (NPV)	тыс. руб.
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	%
Срок окупаемости (PP)	лет
Дисконтированный срок окупаемости (DPP)	лет
Терминальная стоимость проекта (NTV)	тыс. руб.