

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет»

Институт мировой экономики

Кафедра «Антикризисного управления и оценочной деятельности»

Отчет по практике

Вид практики Технологическая

Выполнил студент(ка) _____
фамилия, имя, отчество

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» _____

№ группы _____

Подпись студента: _____ Дата сдачи отчета: «___» _____ 201__ г.
подпись

Отчет принят: _____
Ф.И.О. , должность

«___» _____ 2020 г.

Оценка _____
Ф.И.О. преподавателя-экзаменатора _____
подпись

«___» _____ 2020 г.

Оглавление

Введение.....	3
Анализ организационной структуры управления предприятием.....	4
Анализ маркетинговой деятельности предприятия.....	10
Анализ финансовой деятельности предприятия.....	15
Анализ инвестиционной деятельности предприятия.....	20
Анализ экологической деятельности предприятия.....	22
Анализ бизнес-процессов организации.....	23
Анализ применения информационных технологий на предприятии.....	27
Заключение.....	28
Список литературы.....	29

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

Введение

Основная цель технологической практики – практическое закрепление теоретических знаний, полученных в период обучения, а также получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Задачами технологической практики являются:

- практическое использование полученных теоретических знаний;
- овладение на основе полученных теоретических знаний профессиональными умениями и навыками по организации и управлению хозяйственной деятельностью предприятия, поиску, анализу и оценке информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- формирование умения организовать самостоятельный трудовой процесс.

Место прохождения практики: ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть, 624260, Свердловская обл., г.Асбест, ул.Промышленная, 2/9.

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

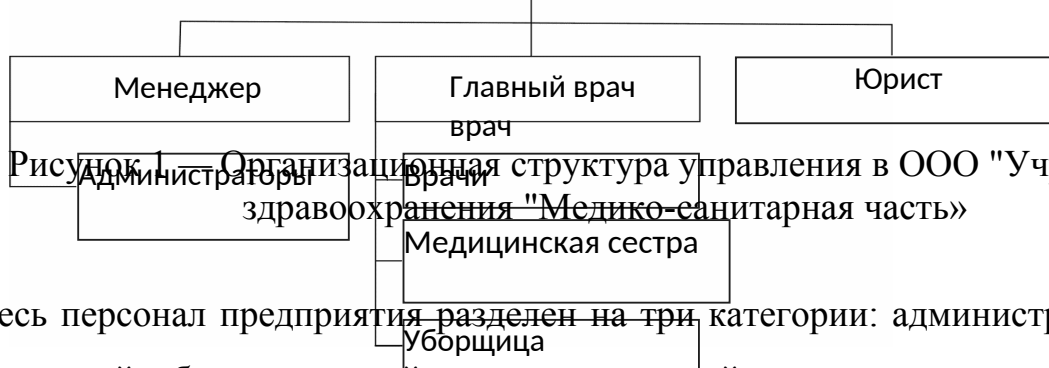
Анализ организационной структуры управления предприятием

ООО «Учреждение здравоохранения» Медико-санитарная часть» (ООО «УЗ» МСЧ») — это многопрофильное медицинское учреждение, располагающее современной диагностической базой и высококвалифицированными медицинскими кадрами. Современное оборудование, передовая диагностическая лаборатория, ультразвуковая и функциональная диагностика, рентген. ООО «УЗ» МСЧ» предлагает в полном объеме медицинские услуги по проведению периодических и предварительных медицинских осмотров работников предприятия, учреждения, организации, в том числе относящихся к дискретированным категориям населения. А так же предлагает свои услуги для населения города Асбеста и поселков. Опытные специалисты ООО «УЗ» МСЧ» (терапевты, неврологи, офтальмологи, дерматологи, эндокринологи) оказывают консультативную и лечебную помощь в поликлинике.

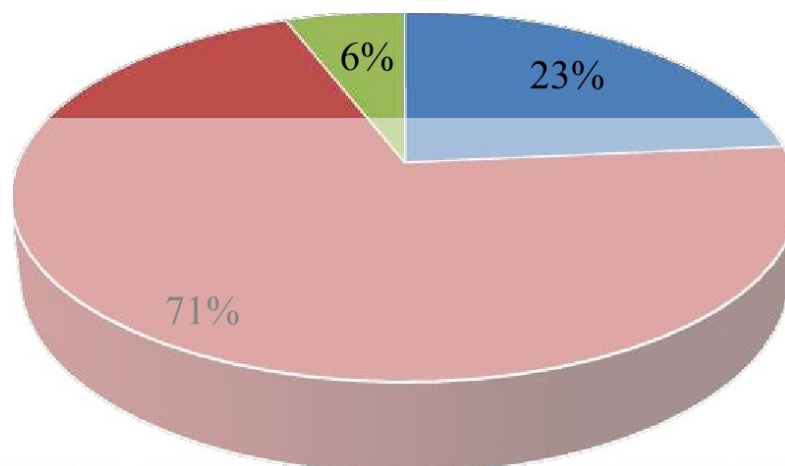
Предприятие находится по адресу: 624260, Свердловская обл., г.Асбест, ул.Промышленная, 2/9. Общество является коммерческой организацией и руководствуется в своей деятельности Гражданским Кодексом РФ, Налоговым Кодексом РФ, Трудовым Кодексом РФ, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», другими законами и нормативными актами, настоящим Уставом.

Предприятию принадлежит на праве собственности имущество, переданное ему в качестве вклада в уставный капитал, а также имущество, приобретенное им по другим основаниям.

Большое значение в эффективности функционирования предприятия имеет организационная структура предприятия. «Организационная структура — это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работники наиболее эффективно добиваться поставленных перед ними целей». От того насколько грамотно распределены функциональные обязанности персонала зависит рациональность проведения обслуживания пациентов, что прямым образом сказывается на эффективности процесса торговли. Структура управления предприятием является линейно-функциональной. Представим организационную структуру управления предприятием на рисунке.



Весь персонал предприятия разделен на три категории: административно-управленческий, обслуживающий и вспомогательный.



ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
 Рисунок 2 — Распределение персонала по категориям,
 ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
 9186862@MAIL.RU
 VAKADEME.RU

Наибольший удельный вес в структуре персонала занимает обслуживающий (71%), административно-управленческий (23%), затем вспомогательный (6%).

Анализ производственной деятельности предприятия

Организация деятельности предприятия заключается в поддержании различных ресурсов, необходимых для функционирования: финансовые, трудовые, материально-технические, трудовые; также дополнительным элементом в организации деятельности следует считать продажу услуг и обслуживание пациентов. К финансовым ресурсам относятся все доходы, поступающие в распоряжение предприятия в виде выручки от реализации услуг, а также их распределение (таблица 8).

Таблица 8 — Распределение выручки в 2018-2019 гг. для ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»

Месяцы	2018г.		2019г.		Темп изм-я, %
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	
январь	2819,3	7,9	2801,4	7,8	99,4
февраль	2890,1	8,1	2830,6	7,9	97,9
март	2980,3	8,4	2960,5	8,2	99,3
апрель	3050,4	8,6	3075,1	8,6	100,8
май	2956,1	8,3	2990,4	8,3	101,2
Июнь	2813,4	7,9	2850,9	7,9	101,3
июль	2610,3	7,3	2650,4	7,4	101,5
август	2730,8	7,7	2812,2	7,8	103,0
сентябрь	2840,2	8,0	2900,3	8,1	102,1
октябрь	2990,1	8,4	3234,3	9,0	108,2
ноябрь	3276,7	9,2	3290,9	9,2	100,4
декабрь	3715,4	10,4	3493,2	9,7	94,0
итого	35673,1	100,0	35890,2	100,0	100,6

По данным таблицы 8 видно, что происходит снижение выручки от реализации на не значительную величину в январе (0,6%), феврале (2,1%), марте (0,7%), декабре (6%). Наибольший рост выручки наблюдается с августа по ноябрь: изменение в структуре с 7,8 до 9,7%. Следовательно, активный спад спроса наиболее повлиял на динамику выручки от реализации услуг в декабре 2019 г.

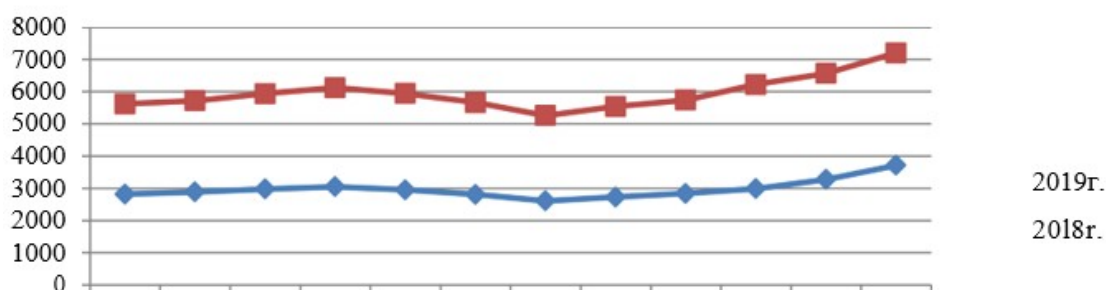


Рисунок 8 - Распределение выручки от реализации услуг по месяцам 2018-2019 гг. в ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»

Представим расчет средней суммы чека для 2019 г. в условиях ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» в таблице 9.

Таблица 9 - Расчет средней суммы чека для ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» за 2019 г.

Месяцы	Кол-во пациентов, чел.	Доля, %	Выручка, тыс. руб.	Средняя сумма, чека, тыс. руб.
январь	411	6,9	2801,4	6 8
февраль	452	7,6	2830,6	6 3
март	471	7,9	2960,5	6 3
апрель	485	8,2	3075,1	6 3
май	497	8,4	2990,4	6 0
июнь	500	8,4	2850,9	5 7
июль	504	8,5	2650,4	5 3
август	503	8,5	2812,2	5 6
сентябрь	520	8,8	2900,3	5 6
октябрь	527	8,9	3234,3	6 1
ноябрь	534	9,0	3290,9	6 2
декабрь	539	9,1	3493,2	6 5
итого	5942	100,0	35890,2	6 0

Средняя сумма чека варьируется от 5,3 до 6,8 тыс. руб. для одного пациента при общем количестве пациентов за год — 5942 чел.: в день клинику посещает примерно 17 человек.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

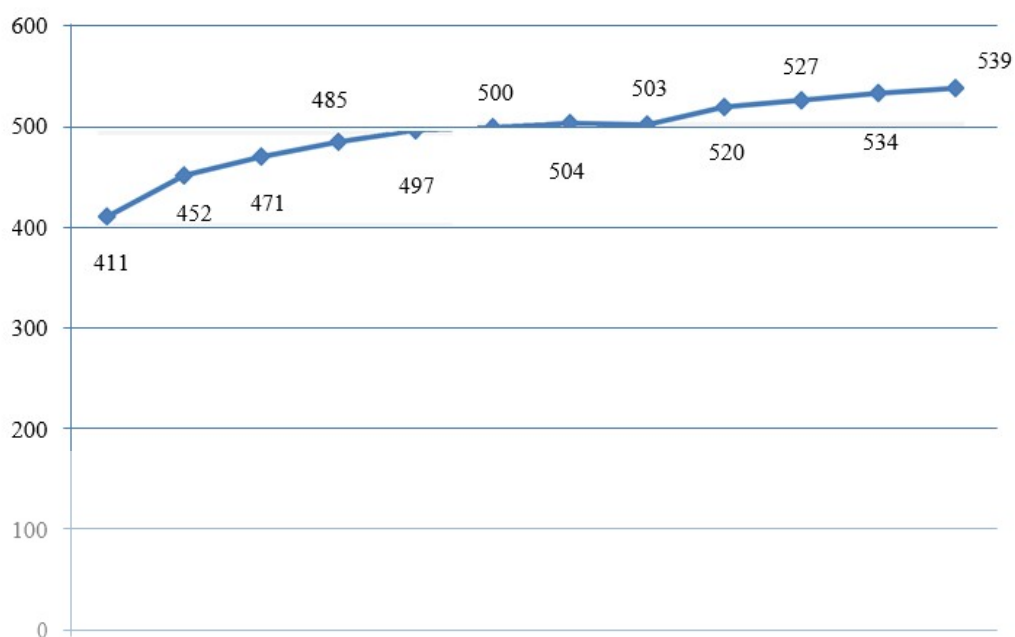


Рисунок 9 - Распределение пациентов в ООО "Учреждение здравоохранения
"Медико-санитарная часть» за 2019 г., чел.

Общая площадь клиники составляет 239,3 кв. м.: 163,6 кв. м. являются функциональной площадью для приема пациентов.

Таблица 10 - Техническое обеспечение деятельности предприятия

Вид оборудования и помещений	Количество, единиц
Помещения для приема пациентов	8
Мебель офисная	30
Мебель медицинская	14
Специальное медицинское оборудование	120
Персональные компьютеры, принтеры, сканеры, телефоны	8
Прочее	32
Итого	212

Всего на предприятии расположено 212 единиц технических средств, необходимых для полноценного функционирования клиники.

Таким образом, материально-техническое обеспечение находится на высоком уровне: постоянно покупается дополнительное оборудование, необходимое для ведения деятельности.

Представим потенциал персонала в таблице 11.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Таблица 14 — Производительность труда персонала для ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»

Показатель	2014г.	2015г.	Откл-е	Темп изм-я, %
Выручка от реализации, тыс. руб.	35673,1	35890,2	217,1	100,6
Количество врачей, чел.	6	6	0	100,0
Производительность труда, тыс. руб.	5945,5	5981,7	36,2	100,6
Количество обслуживаемых пациентов, чел.	5980	5942	-38	99,4
Количество обслуживаемых пациентов для одного врача, чел.	996	990	-6	99,4

В течение года 1 врач принимает 990 человек, производительность труда составляет 5981,7 тыс. руб., возросшая на 36,2 тыс. руб. или на 0,6%. Общее снижение по количеству обслуживаемых пациентов составляет 38 человек и 6 человек в расчете на 1 врача.

Основной поток пациентов приходится на 2-3 врачей, которые находятся в клинике постоянно, так как не все врачи могут принимать днем в связи с работой в государственных учреждениях.

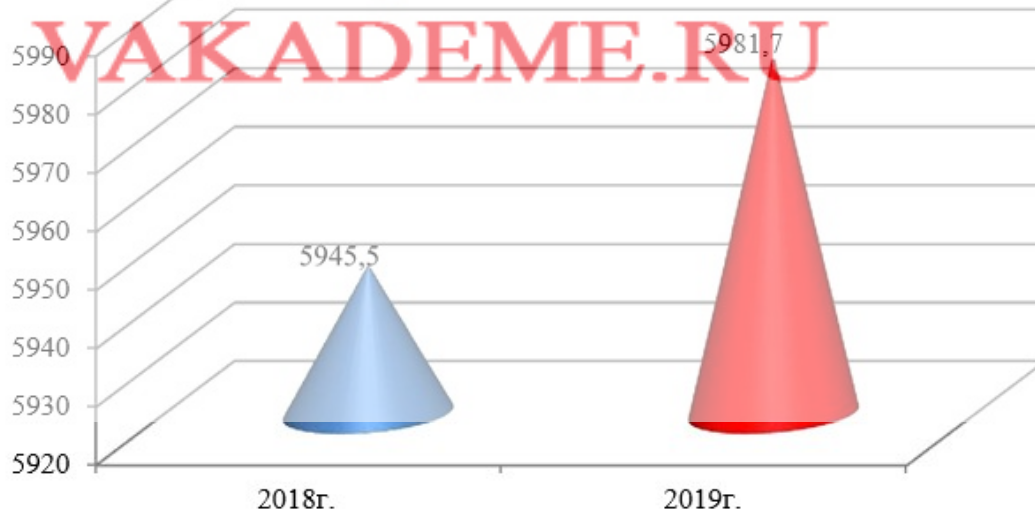


Рисунок 10 - Динамика производительности труда врачей за 2018-2019

гг.

Анализ маркетинговой деятельности предприятия

На сегодняшний день организационная структура отдела маркетинга ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» не является наилучшим примером для рассмотрения, поскольку маркетингом в организации занимается только один сотрудник. В обязанности маркетолога входит размещение рекламы в СМИ, сети Интернет, социальных сетях, работа с сайтом ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть», проведение анализа цен, мониторинг рынка медицинских услуг, а также привлечение компаний для прохождения предварительных и периодических медицинских осмотров.

В этом отношении политика руководителя предприятия не является оправданной, или же влияет недооценка влияния маркетинга на работу учреждения в целом. Для повышения эффективности работы предприятия, маркетинговый отдел должен состоять из нескольких сотрудников для более углубленного изучения рынка медицинских услуг, проведения маркетинговых исследований и рекламных компаний.

Исходя из этого, следует вывод, что ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» нужно улучшить, а вернее создать структуру маркетингового отдела, которая отвечала хотя бы минимальным требованиям, которые способствуют выживанию на рынке медицинских услуг, продвижению платной медицины и изучению маркетинговой политике. На сегодняшний день рынок медицинских услуг достаточно быстро развивается, что влечет за собой создание жесткой конкуренции. Пренебрежения маркетингом на предприятии может привести к поглощению фирмы, а в худшем случае – к банкротству.

В условиях работы ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» возможен и другой вариант улучшения работы маркетинговой службы, а именно большой опыт работы сотрудника в сфере маркетинга или отсутствие маркетинговой стратегии у клиник конкурентов.

Возможно, именно эти факторы будут побуждать руководителей фирмы повышать эффективность маркетингового отдела.

За последние годы получение различной медицинской помощи перестало быть категорией «элитного продукта», а все больше переходит в статус продукта, доступного каждому потребителю. Изначально платная медицинская помощь была элементом социально – культурного влияния, но на данный момент – это обычное массовое явление.

Сегодня медицина – это одна из самых динамично развивающихся услуг. На рекламные компании тратятся сотни тысяч рублей, т.к. по большей части благодаря рекламе пациенты приходят именно в Вашу клинику, создается конкурентоспособность и появляется возможность вывода на рынок новых услуг.

ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» в основном использует рекламу в СМИ и Интернет для привлечения клиентов.

Если раньше казалось, что медицина и реклама это два разных полюса, то сегодня два этих понятия как никогда связаны между собой. Все больше клиник прибегают к работе маркетологов и предлагают свои медицинские услуги населению. Стоит учитывать, что реклама медицинских услуг, аппаратов, оборудования имеет жесткий регламент и целый ряд этических ограничений, которые обязательно необходимо учитывать при разработке рекламы. Занимаясь разработкой рекламных компаний в СМИ, Интернете и других ресурсах, необходимы знания не только в области маркетинга и рекламы, но и медицины.

Одним из важнейших этапов маркетинга медицинских услуг является наличие или создание сайта медицинского учреждения. Это крупнейший канал привлечения клиентов, обеспечивающий выход на платежеспособный рынок и непосредственный прямой контакт с потребителем. Наличие электронной записи на сайте упрощает работу регистратуры поликлиники и освобождает пациента от траты времени, упорядочивает людей в процессе

ожидания приема врача, что является плюсом в работе любого медицинского учреждения.

После размещения рекламного баннера на сайте ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть», операторы в кабинете платных услуг проводят опрос пациентов, пришедших на прием.

Опрос включает ряд вопросов:

- видели вы рекламу на сайте ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»?
- что именно показывал рекламный баннер?

Данный опрос информирует о том, какая часть опрошенных помнит рекламу, что именно видели на рекламном баннере или ролике. Такие тесты должны проводиться в начале рекламной компании или по истечению небольшого срока для оценки эффективности рекламы и ее влияния на действия потребителей.

Подобный опрос проводится и после выхода рекламы в печатных СМИ. Ответы респондентов классифицируются в этом случае иначе:

- заметили. Те, кто просматривал журнал, газету или иной печатный материал, но не вникли в суть статьи или баннера;
- респонденты, которые заметили логотип клиники и название рекламной статьи, но также не вникли в суть;
- респонденты, которые заметили и прочитали статью.

Ответы на эти тесты приносят достаточно ценную информацию, которая помогает понять, как прошла рекламная компания, а на начальном этапе внести изменения, если результаты тестов оставляют желать лучшего.

После окончания рекламной компании (СМИ, Интернет, раздаточный материал, флаеры) проводится подсчет звонков в ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» и количества клиентов, которые обратились для получения рекламируемых услуг. Процент увеличения потребителей говорит об эффективности рекламы. В этом случае также необходимо сравнивать среднее число пациентов в

предыдущие месяцы до проведения рекламной компании и в последующие месяцы после. Полученные данные ценны для работы, просты в получении и не несут больших денежных затрат.

Для работы ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» также использует коммуникативные тесты. Во время ожидания в кабинет платных услуг посетителей просят заполнить общую анкету, которая включает ряд вопросов об удовлетворённости посещением, пол, возраст и другие вопросы типа:

- врач уделил Вам достаточно времени для оказания медицинских услуг?

- сотрудники кабинета платных услуг помогли Вам оперативно решить проблемы?

- будете ли Вы рекомендовать наше лечебное учреждение вашим друзьям, родственникам?

- откуда Вы о нас узнали?

- Вы первый раз были нашим пациентом?

- ваши пожелания и предложения.

Получение результатов тестов не является конечным результатом и требует постоянного мониторинга, но полученную информацию можно использовать не только для текущих рекламных компаний, но и на будущее, если, например, внести в тест вопрос «Какой услуги Вам не хватает в нашей клинике?»

Основными параметрами в ходе анализа являются временные характеристики (до начала компании и после ее завершения). Руководителю ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» следует выделить людей, которые будут заниматься отслеживанием ситуации и опросами пациентов, например:

- врачи – небольшой опрос пациентов, приходящих на консультацию;

- оператор кабинета платных услуг – отслеживание частоты звонков, анкетирование пациентов;

- менеджер – отслеживание изменений пациентов и их состава;
- экономист – изменения объемов продаж по каждому виду медицинской услуги.

Для привлечения клиентов используются различные печатные материалы, которые раздаются непосредственно в клинике. Различные календари, брошюры, журналы и каталоги собственного издания не только привлекают клиента своим внешним видом, но и предлагают более подробную информацию о предоставляемых услугах. Печать таких материалов не приносит убытка организации, она относительно не дорога и зависит от количества печатаемых материалов, но для пациентов создает некую привлекательность и подталкивает к выбору.

Еще одним инструментом для связи с общественностью являются газеты. ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» совместно с изданиями «Аргументы и Факты», «Комсомольская правда» и др. не раз опубликовывала как поздравительные, так и информационно – рекламные статьи. Такие издания вызывают доверие у людей более старшего поколения, которые так же пользуются услугами ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть».

ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» ежегодно поздравляет компании партнеры с праздниками путем рассылки печатных информационно – поздравительных писем. Это достаточно дешевый способ саморекламы и привлечения организаций.

Таким образом, ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» старается активно продвигать свои услуги с помощью различных видов рекламы.

Анализ финансовой деятельности предприятия

Представим технико-экономические показатели деятельности предприятия в таблице 1.

Таблица 1 - Техничко-экономические показатели деятельности предприятия

Показатели	Ед. изм-я	2018 г.	2019 г.	Абс. отк-е	Темп изм-я, %
Выручка от реализации	тыс. руб.	35673,1	35890,2	217,1	100,6
Себестоимость	тыс. руб.	10701,3	12561,6	1860,3	117,4
Валовая прибыль	тыс. руб.	24971,8	23328,6	-1643,2	93,4
Численность персонала	чел.	17	17	-	100,0
Производительность труда	тыс. руб.	2098,4	2111,2	12,8	100,6
Издержки обращения	тыс. руб.	14210,8	14290,4	79,6	100,6
Прибыль от продажи	тыс. руб.	10761,2	9038,2	-1722,8	84,0
Прочие расходы	тыс. руб.	210,4	132,1	-78,3	62,8
Прочие доходы	тыс. руб.	380,3	385,1	4,8	101,3
Проценты к уплате	тыс. руб.	85,1	12,3	-72,8	14,5
Проценты к получению	тыс. руб.	125,1	138,5	13,4	110,7
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	10970,9	9417,4	-1553,5	85,8
Текущий налог на прибыль	тыс. руб.	658,3	565,0	-93,2	85,8
Чистая прибыль	тыс. руб.	10312,6	8852,4	-1460,3	85,8
Рентабельность деятельности	‰	28,9	24,7	-4,2	x

По итогам анализа технико-экономических показателей малого предприятия можно сделать несколько выводов:

— увеличение выручки от реализации составило 217,1 тыс. руб. в отчетном периоде или 0,6% соответственно, что обусловлено резким падением спроса на медицинские услуги в целом в связи с сокращением доходов населения;

— происходит рост себестоимости материалов на 1860,3 тыс. руб. или на 17,4% соответственно в связи с удорожанием их стоимости за счет роста курса доллара (большинство материалов состоит из зарубежных компонентов);

— прибыль до налогообложения составляет 9417,4 тыс. руб. и уменьшается на 14,2%;

— общее уменьшение чистой прибыли составило 1460,3 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 14,2%;

— рентабельность деятельности уменьшилась на 4,2% и составила 24,7%.

Сделанные выводы свидетельствуют о том, что предприятие удерживает позиции в жестких условиях кризиса: спад спроса увеличивается, стоимость материалов либо растет, либо находится на одном уровне.



Рисунок 3 — Динамика прибылей и убытков за 2018-2019 гг. в ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»

Это свидетельствует о том, что на предприятии действуют высокие стандарты обслуживания пациентов и работает квалифицированный персонал.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Таблица 2 — Объем платных услуг по Свердловской области с 2009 по 2019 гг., млн. руб.

Годы	Значение	Темп изм-я, %
2009 г.	42,93	100
2010 г.	52,73	122,8
2011 г.	63,02	119,5
2012 г.	72,94	115,7
2013 г.	77,67	106,5
2014 г.	87,79	113,0
2015 г.	96,36	109,8
2016 г.	106,58	110,6
2017 г.	128,22	120,3
2018 г.	130,32	101,6
2019 г.	128,01	98,2

По данным таблицы 2 видно, что происходит снижение объема платных услуг населению на 2,31 млн. руб. или на 1,8% к уровню 2018 г.: при том, что наблюдался их рост с 2009 г.

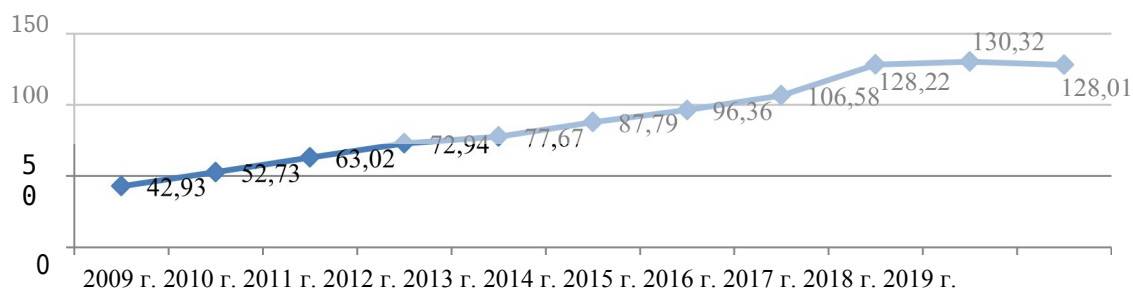


Рисунок 4 — Динамика платных услуг населению по Свердловской области с 2009 по 2019 гг., млн. руб.

Платные медицинские услуги в структуре всех платных услуг по Свердловской области занимают 4,75% на конец 2019 г.: наибольший удельный вес приходится на коммунальные услуги, которые занимают 23,83%. Представим распределение структуры платных услуг по видам в таблице 3.

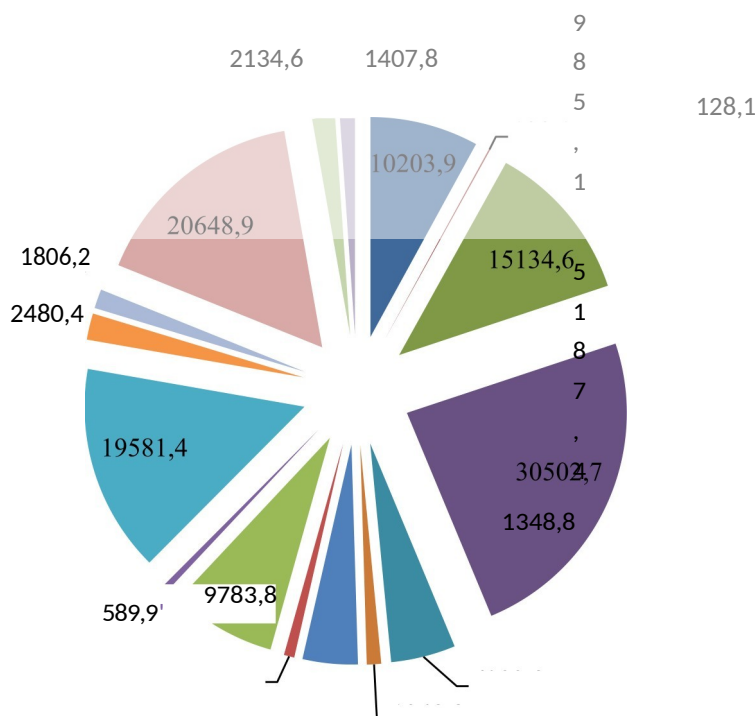
**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Таблица 3 — Структура платных услуг населению по Свердловской области за 2019 г., тыс. руб.

Виды услуг	2019 г.	Доля, %
бытовые	10203,9	7,97
ветеринарные	128,1	0,10
жилищные	15134,6	11,82
коммунальные	30502,7	23,83
медицинские	6082,8	4,75
правового характера	1348,8	1,05
прочие виды платных услуг	5187,4	4,05
санаторно-оздоровительные	985,1	0,77
системы образования	9783,8	7,64
социальные	589,9	0,46
транспортные	19581,4	15,30
туристские	2480,4	1,94
услуги связи	20648,9	16,13
услуги учреждений культуры	2134,6	1,67
физической культуры и спорта	1407,8	1,10
всего	128006,5	100,00

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

Общая величина платных услуг для населения составила 128,6 млн. руб.,
медицинских услуг — 6,82 млн. руб. по Свердловской области.



6082,8

- бытовые
- ветеринарные
- жилищные
- коммунальные
- медицинские
- правового характера
- прочие виды платных услуг
- санаторно

-
оздоровит
ельные
системы
образова
ния

- с
о
ц
и
а
л
ь
н
ы
е

т
р
а
н
с
п
о
р
т
н
ы
е

т
у
р
и
с
т
с
к
и
е

у
с

л
у
г
и
г
о
с
т
и
н
и
ц
у
с
л
у
г
и
с
с
в
я
з
и
усл
уги
учр
еж
де
ни
й
кул
ьту
ры
фи
зич
еск
ой
кул
ьту
ры
и
спо
рта

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

Рисунок 5 — Структура платных медицинских услуг по Свердловской области,
2019 г.

Таким образом, наличие падения спроса на платные медицинские услуги объясняется рядом факторов, вызванных экономическим кризисом в стране в целом. В этой связи целесообразно рассмотреть сильные и слабые стороны предприятия в условиях экономической нестабильности далее.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Анализ инвестиционной деятельности предприятия

Предприятие, занимающееся предпринимательской деятельностью, может получать инвестиции как из федерального бюджета, так и из внебюджетных источников. Инвесторы (как государство — собственник средств, так и само учреждение, распоряжающееся средствами), вкладывая финансовые средства, рассчитывают на их возмещение или сохранение и получение определенного дохода. Цели учреждения в этом случае состоят в получении от результатов своей деятельности такого уровня доходов, который позволил бы заплатить налоги, а также выполнить другие обязательства. Одновременно с этим необходимо создать условия для сохранения и развития капитала.

Наибольшее значение для медицинского учреждения имеют следующие виды инвестиций:

- реальные инвестиции — вложение денег непосредственно в средства производства (для ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» — это, в основном, диагностическое и лечебное оборудование);
- интеллектуальные инвестиции — покупка патентов, лицензий, ноу-хау, оплата НИОКР, финансирование подготовки и переподготовки персонала. Опыт работы ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» свидетельствует, что основной принцип успешной инвестиционной политики учреждения — обоснованность вложения средств. Прежде чем покупать какое-либо оборудование, необходимо определить, например, действительно ли оно требуется для лечебного процесса или это просто дань моде. Любой инвестиционный проект (покупка медицинской техники, внедрение нового метода диагностики или лечения) проходит в своем развитии несколько стадий. На первой стадии инвестиционный проект (ИП) требует затрат: готовится его технико-экономическое обоснование, проводятся маркетинговые исследования, осуществляется выбор поставщиков и т.д. Вторая стадия — собственно инвестирование (покупка и монтаж оборудования, обучение персонала) — также не приносит дохода.

На третьей стадии начинается реализация услуг. При этом должно пройти время, пока новая медицинская услуга найдет своих потребителей, т.е. начнет продаваться и приносить доход. Продолжительность этой стадии определяется, например для нового оборудования, сроком морального или физического износа.

Главным источником средств для инвестиций должна быть прибыль, остающаяся в распоряжении учреждения после уплаты налогов и других обязательных платежей. Однако отсутствие гибкого мотивационного механизма в системе налогообложения России и высокая доля налогов и отчислений во внебюджетные фонды в значительной мере уменьшают эту часть собственных источников. Поэтому основным внутренним источником средств для самофинансирования у большинства учреждений является амортизационный фонд.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Анализ экологической деятельности предприятия

Так как учреждение находится не в центре города, поэтому выбросов загрязнения не много, но они есть. В летний период года при средней наружной температуре 20С в помещение проникает около 40% примесей наружного воздуха, а в переходный период при температуре 2,5С - 40%.

На предприятии имеются транспортные средства с двигателями внутреннего сгорания (ДВС), которые являются основными источниками загрязнения атмосферы транспортный участок загрязняет воздух парами различных химических веществ и соединений (фенола, формальдегида, стирола и другие), входящие в состав горюче-смазочных материалов. Токсичными выбросами ДВС являются отработанные (основная доля токсичных примесей проступающих в атмосферу) и картерные газы (поступают 45% углеводов), пары топлива из карбюратора и топливного бака. В отработанных газах ДВС содержатся такие токсины, как оксид углерода, оксиды азота, углеводороды, альдегиды, сажа, бензапирен. Количество вредных веществ, поступающих в атмосферу в составе отработанных газов, зависит от общего технического состояния автомобилей.

Около 70% свинца, добавленного к бензину с этиловой жидкостью, попадают в виде соединений в атмосферу, из них 30% оседает на земле, 40% остается в атмосфере. Исключить поступление высокотоксичных соединений свинца в атмосферу можно заменой этилированного бензина неэтилированным.

На предприятии источниками загрязнения сточных вод являются производственные, бытовые и поверхностные стоки.

Анализ бизнес-процессов организации

Деятельность ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть», как и любого другого предприятия, складывается из 3 видов процессов:

1. К основным процессам ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» относится деятельность, направленная на непосредственное оказание медицинских услуг их конечному потребителю. Процессы этого типа включают:

a. Обслуживание в гардеробе. К данному процессу относится сбор одежды на временное хранение в гардеробе, выдача номерка при входе пациента в центр и возврат номерка с выдачей одежды обратно при окончании посещения ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть».

b. Обслуживание в регистратуре. Данный процесс достаточно многогранен и включает в себя более мелкие процессы и функции такие, как: регистрация обращений за амбулаторной медицинской помощью, выдача амбулаторных карт, выдача результатов анализов, запись на прием к врачу, консультирование по услугам центра и их ценам, навигация пациентов, проведение взаиморасчетов за оказанные медицинские услуги.

c. Прием пациентов по полису ДМС. Пациентам, застрахованным по ДМС, прежде посещения кабинета врача, необходимо обратиться в отдельный кабинет ДМС. Там происходит подтверждение личности клиента, страхового случая и производится выдача специального, отличающегося от платного, направления на прием.

d. Прием у врача. Специалист производит медицинский осмотр пациента, устанавливает клинический диагноз, определяет индивидуальный план лечебнооздоровительных мероприятий согласно стандартам оказания медицинской помощи, при необходимости направляет на консультации к другим специалистам учреждения, на сдачу анализов. В медицинской карте пациента специалист делает запись о жалобах пациента, анамнезе заболевания, результатах объективного обследования, клиническом диагнозе, назначенном курсе лечения и лабораторно-

диагностических исследованиях, манипуляциях и процедурах, проведенных во время приема. В зависимости от деятельности специалиста в ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть» карта заполняется либо самим врачом (например, терапевт), либо ассистентом (офтальмолог).

е. Сдача анализов;

2. К поддерживающим процессам ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть» относятся процессы непосредственно связанные с основными, обеспечивающие функционирование центра и оказание медицинской помощи пациентам:

а. Учет амбулаторных карт;

б. Учет пациентов;

с. Уборка помещений;

д. Составление графиков работы врачей;

е. Ведение документооборота;

ф. Найм персонала и управление им;

г. Информационное обеспечение;

h. Ведение финансового учета, включая бухгалтерский учет;

и. Закупка медицинской одежды, одноразовых медицинских инструментов и пр.

3. К процессам управления клиники относятся:

а. Планирование основной деятельности учреждения. Планирование основной деятельности необходимо для определения целей, задач и показателей деятельности учреждения на будущий период. К задачам планирования основной деятельности относятся: планирование объемных показателей по оказанию медицинской помощи, планирование бюджета учреждения и пр.

б. Клинико-экспертной деятельности ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть» со стороны руководства. Под клинико-экспертной работой стоит понимать проведение широкой сети мероприятий по максимизации эффективности функционирования медицинского учреждения. Повышение

эффективности ведется по нескольким направлениям: анализ, мониторинг, оценка, введение инноваций и пр.

с. Распределение ответственности и полномочий управленческого состава.

Поскольку одним из центральных положений бережливого производства является понятие ценности именно для потребителя, рассмотрим функционирование ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть» глазами пациентов. Для более углубленного анализа бизнес-процессов, было проведено картирование основных процессов, представленное под условным названием «Вход в клинику – выход из клиники» (далее «Вход – выход»). Началом являлся момент, когда клиент приступает порог ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть», окончанием – выход из центра. Таким образом, процесс охватывает все время нахождения пациента в медицинском учреждении. Совокупность составных процессов образует поток создания ценности для пациента. Ценностью потока является улучшение состояния здоровья клиентов центра или профилактика заболеваний. Обоснованием выбранного метода является его наглядность и эффективность. Карта потока создания ценности позволяет увидеть весь поток в целом, выявить проблемные области, некорректно выстроенные информационные процессы, процессы планирования и организации деятельности компании, не создающие ценность с точки зрения клиента.

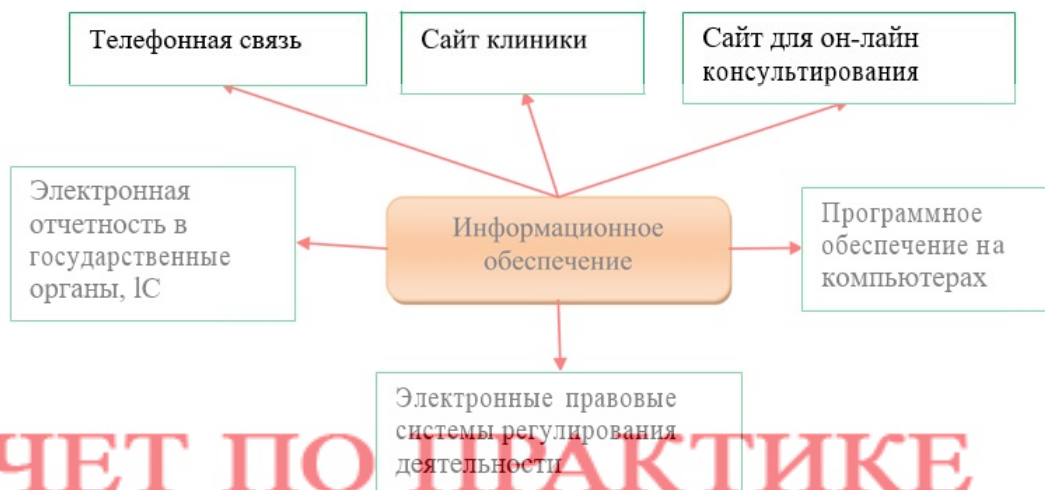
Можно заметить, что в общем случае, при посещении центра пациент проходит 7 этапов. Приходя в ООО "Учреждение здравоохранения «Медико-санитарная часть», клиент следует в гардероб; затем в регистратуру, где его направляют в нужный кабинет врача. Как правило, для постановки точного диагноза, врач советует пациенту сдать анализы, соответственно, этап регистратуры повторяется снова. После – процедурный кабинет. Предпоследним этапом опять же является регистратура, где производится либо выдача результатов анализов, либо запись на повторный прием. В окончании пациент направляется в гардероб, снимает бахилы и покидает центр. Общее время потока или то время, которое пациент проводит в клинике, составляет 1 час 34 минуты. При этом время

добавляющее ценность (ВДЦ) менее 2 минут, что составляет 2,1 % от всего времени потока, а более 50% всего времени тратится на ожидания в очередях к окнам регистратуры и на прием к врачам. Пациенты, обсуживающиеся по ДМС, были вынесены в отдельный блок. Такие клиенты сразу же направляются в кабинет добровольного медицинского страхования, после которого в некоторых случаях идут в регистратуру и сливаются с потоком платных клиентов. Общее время для пациентов, обсуживающихся по ДМС, немного больше и составляет 1 час 46 минут.

Помимо прочего, влияние на скорость работы также оказывает недавний переход на новую облачную информационную систему. Посредством использования инструмента бережливого производства «5 почему» были выявлены основные проблемы медленной работы персонала с системой «БАРС», которыми стали: неверный выбор тарифа, отсутствие понимания необходимости наличия в центре специалиста в сфере информационных технологий, неудобный или неподходящий интерфейс и т.д. Причиной ожидания у кабинетов врачей, как правило, являются сами пациенты, интуитивно старающиеся прийти пораньше, тем самым создавая временную подушку безопасности для ориентирования по клинике и прохождения регистратуры. Помимо прочего, общей особенностью функционирования центра, пронизывающей многие бизнес-процессы, является низкая функциональность навигации по КЛДЦ. Таким образом, не все процессы выстроены грамотно и многие из них требуют оптимизации.

Анализ применения информационных технологий на предприятии

Коммуникативная связь между персоналом, а также с пациентами организуется через информационное обеспечение деятельности. Представим элементы информационного обеспечения деятельности на рисунке 11.



ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
Рисунок 11 - Информационное обеспечение в ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть»
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

Телефонная связь и сеть Интернет подключены фирмой Орион телеком, которые поставляют свои услуги без сбоев. Программное обеспечение представлено продуктами корпорации Microsoft и установлено на каждом компьютере клиники.

Дополнительным преимуществом является наличие специальной программы, позволяющей передавать электронную отчетность через Интернет, предварительно сформированной и заверенной электронной подписью.

Учет поступлений ведется с помощью программы IC: Услуги, которая фиксирует все денежные поступления, отражает движение денежных средств на расчетном счете и в кассе, а также в пути.

Сайт клиники постоянно обновляется и дополняется, проходит специальное обслуживание и продвижение в сети Интернет.

Заключение

Таким образом, анализ организационно-правовых основ деятельности ООО "Учреждение здравоохранения "Медико-санитарная часть» показал, что показатели деятельности демонстрируют следующие тенденции:

- увеличение выручки от реализации составило 217,1 тыс. руб. в отчетном периоде или 0,6% соответственно, что обусловлено резким падением спроса на медицинские услуги в целом в связи с сокращением доходов населения;

- происходит рост себестоимости материалов на 1860,3 тыс. руб. или на 17,4% соответственно в связи с удорожанием их стоимости за счет роста курса доллара (большинство материалов состоит из зарубежных компонентов);

- прибыль до налогообложения составляет 9417,4 тыс. руб. и уменьшается на 14,2%;

- общее уменьшение чистой прибыли составило 1460,3 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 14,2%;

- рентабельность деятельности уменьшилась на 4,2% и составила 24,7%.

Предприятие удерживает позиции в жестких условиях кризиса: спад спроса увеличивается, стоимость материалов либо растет, либо находится на одном уровне. Это свидетельствует о том, что на предприятии действуют высокие стандарты обслуживания пациентов и работает квалифицированный персонал, несмотря на сокращение объема платных медицинских услуг в целом по региону.

Что касается бизнес-процессов, то не все они грамотно выстроены и требуют существенной организационной доработки. Информационное обеспечение также находится на невысоком уровне.

Следовательно, задачи технологической практики решены, а поставленная цель достигнута.

Список литературы

- 1 Конституция Российской Федерации: офиц. текст. — Москва: Маркетинг, 2001. — 39 с.
- 2 Абдуллатипов, М. А. Маркетинговое исследование динамики обращаемости населения за ортопедической стоматологической помощью в крупные частные медицинские организации: дис. ... канд. мед. наук: 14.01.14 / Абдуллатипов Магомед Абдуллатипович. — Москва, 2011. — 137 с.
- 3 Аветисян, А. Я. Оценка состояния стоматологической помощи в государственных и частных лечебно-профилактических учреждениях / А. Я. Аветисян, В. Н. Давыдов // Военно-медицинский журнал. — 2011. — Т. 332, № 7. — С. 52-53.
- 4 Аветисян, А. Я. Управление конфликтами в стоматологической организации / А. Я. Аветисян // Военно-медицинский журнал. — 2011. — Т. 332, № 10. — С. 59-60.
- 5 Акимов, О. Ю. Малый и средний бизнес: учебное пособие / О. Ю. Акимов. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 192 с.
- 6 Ахмадова М.А. Конкурентоспособность предприятия в сфере стоматологических услуг. SWOT-анализ на примере конкретного предприятия / М. А. Ахмадова // Российский стоматологический журнал. — 2011. — № 5. — С. 35-37.
- 7 Алешин, Н. А. Реализация экономических интересов субъектов рынка медицинских услуг: дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / Алешин Николай Алексеевич. — Саратов, 2007. — 187 с.
- 8 Багдасарьян, И.С. Формирование профессиональной компетентности современного менеджера: монография / И. С. Багдасарьян, Г. Ф. Каячев, Г. В. Дудкина. — Красноярск: СФУ, 2013. — 213 с.
- 9 Басарева, В. Г. Малый бизнес России: теоретические основы

исследования, моделирование, концепция государственного регулирования: монография / В. Г. Басарева. — Новосибирск: ИЭОиИ СО РАН, 2013. — 295 с.

10 Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент: учебник / Л. Е. Басовский. — Москва: ИНФРА-М, 2014. — 363 с.

11 Батчиков, С. А. От здравоохранения к продаже медицинских услуг / С.А. Батчиков // Экономические стратегии. — 2013. — № 2. — С. 40-49.

12 Берри, Л. Практика управления Mayo Clinic. Уроки лучшей в мире сервисной организации / Л. Берри, К. Селтман. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 384 с.

13 Бондарев, И.В. Совершенствование организации и управления в отраслях сферы услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Бондарев Иван Владимирович. — Шахты, 2012. — 163 с.

14 Бондаренко, Е. И. Стратегическое планирование и прогнозирование в системе управления современными предпринимательскими структурами / Е. И. Бондаренко // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16, № 5 (275). — С. 691-700.

15 Борзова, О. Медицина: платная и бесплатная / О. Борзова // Российская Федерация сегодня. — 2011. — № 21. — С. 73-75.

16 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии: учебник / М. И. Бухалков. — Москва: Знание, 2015. — 409 с.

17 Вавилов, С. Ю. Стратегическое планирование как программа долгосрочного развития и адаптации ключевых компетенций компании / С. Ю. Вавилов, А. Е. Хачатуров // Менеджмент в России и за рубежом. — 2013. — № 1. — С. 4-17.

18 Васильева, З.А. Экономический рост хозяйственных систем на основе инновационной конкурентоспособности в условиях глобализации: монография / З. А. Васильева. - Красноярск: КГТУ, 2006. — 263 с.

19 Васильева, О.Б. Сущностные основы формирования рынка услуг здравоохранения / О. Б. Васильева // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2013. — № 5. — С. 113-114.

20 Веснин, В. Р. Стратегическое управление: учебник / В. Р. Веснин. –
Москва: Проспект, 2014. – 327 с.

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

21 Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. – Москва: Дашков и Ко, 2014. – 441 с.

22 Гадаборшев, М.И. Организация, оценка эффективности и результативности оказания медицинской помощи: монография / М. И. Гадаборшев, М. М. Левкевич, Н. В. Рудлицкая. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 423 с.

23 Герасимов, П.А. Особенности поставки и потребления медицинских услуг в современных международных экономических отношениях / П.А. Герасимов // Российское предпринимательство. – 2013. – № 22 (244). – С. 215- 224.

24 Герасимова Е.А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг: монография Е.А.

Герасимова, А.Н. Чаплина. – Красноярск: Торг.-экон. ин-т СФУ, 2013. –

228 с.

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU