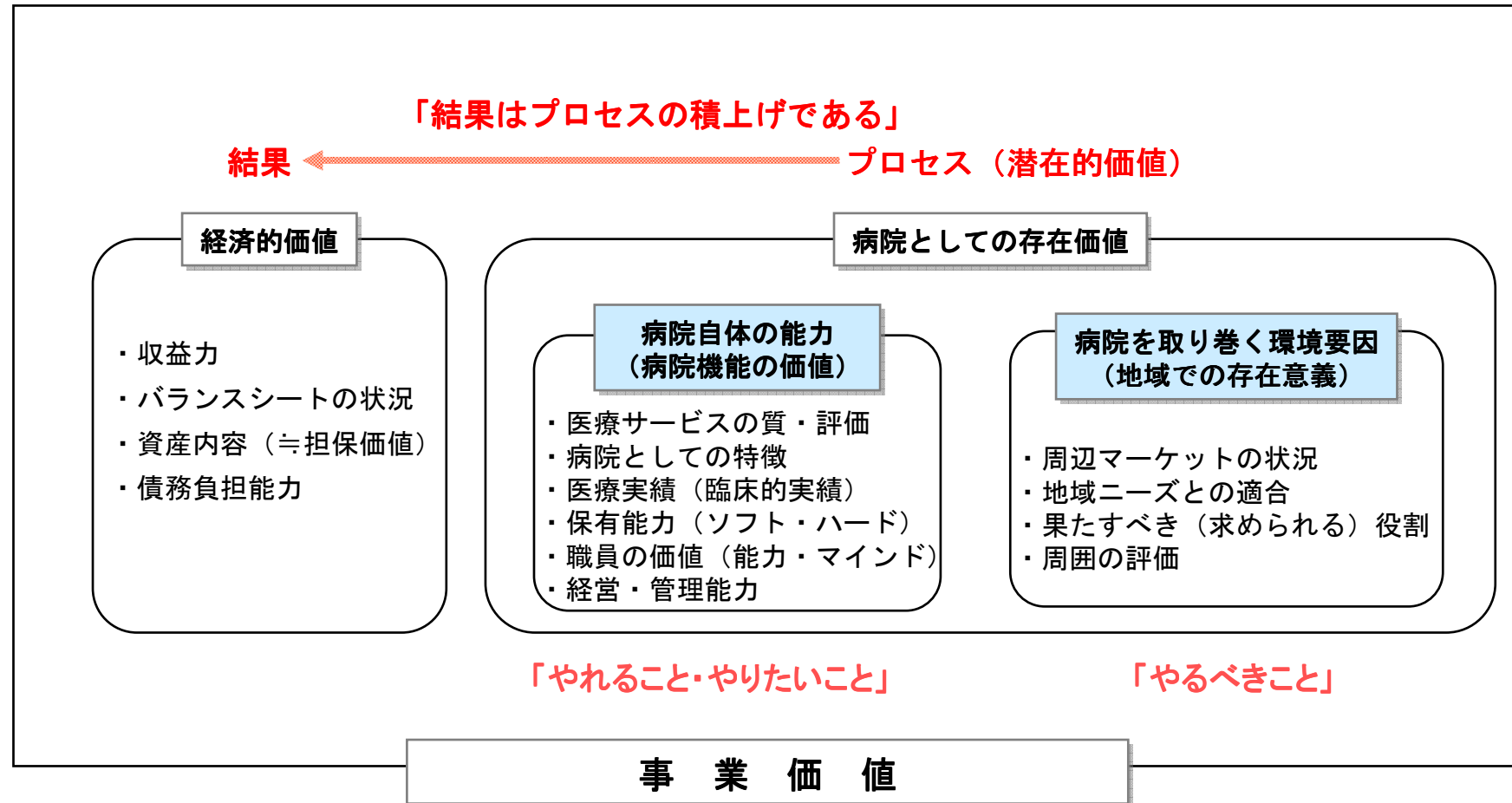


# 病院の事業価値とは？

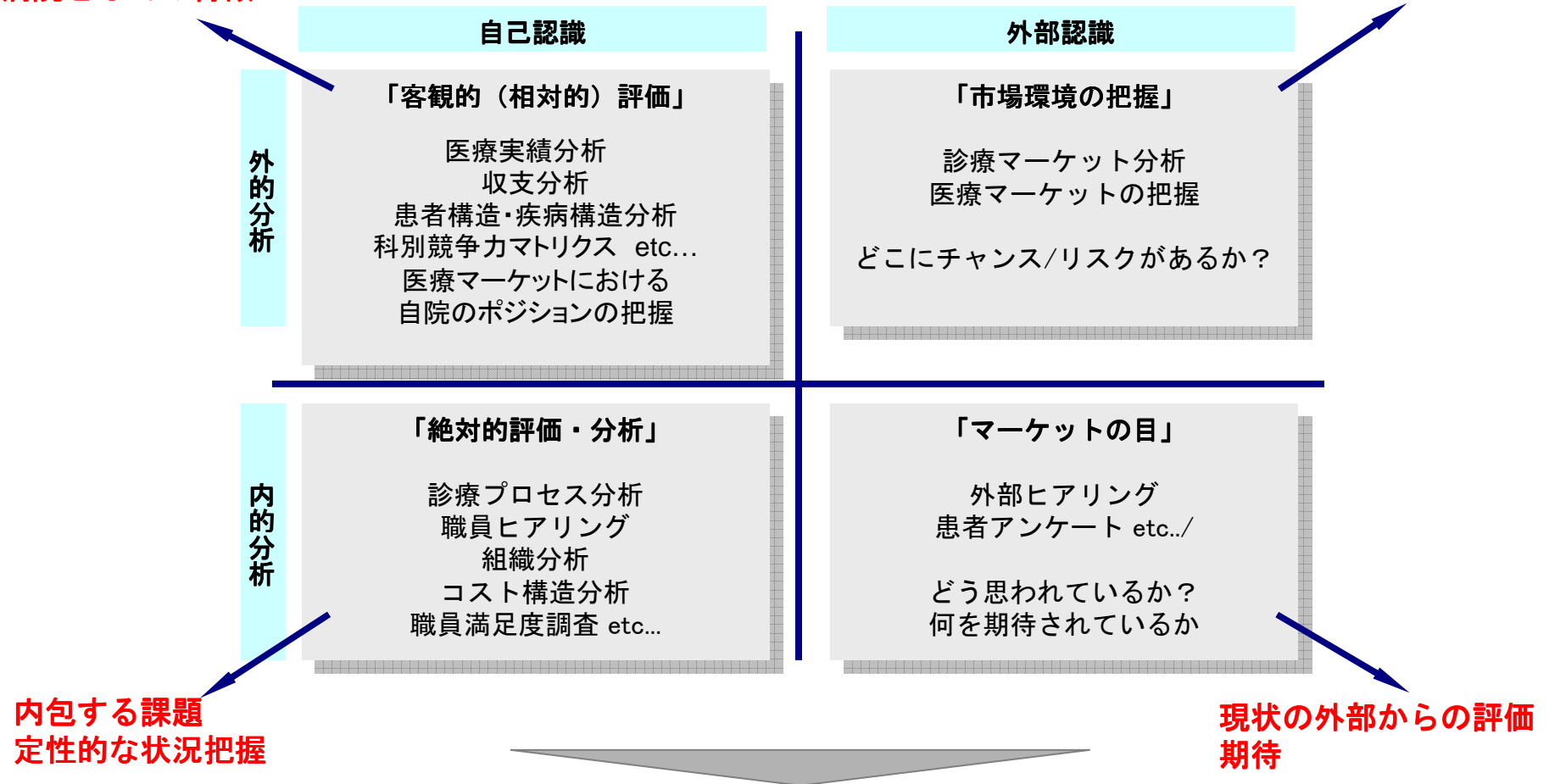


経済的価値のみを追い求めても結果を出すのは難しい！！

# 事業デューデリタリマトリクス（多角的現状分析）

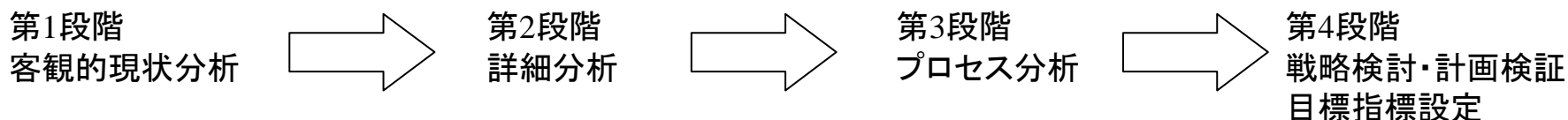
現状の実力（実態）把握  
病院としての特徴

置かれている環境  
マーケットの把握



**事業プランでは現在の實力把握と外部評価が特に重要**

# 事業価値の把握～中期計画策定における具体的プロセス(例)



<p>&lt;具体的作業内容&gt;</p> <p><b>「ベンチマーク分析」</b> <b>「マーケティング分析」</b></p> <p>①ベンチマーク詳細分析 院内向け解説 ②マーケットのマクロ分析 ③周辺ヒアリングの実施</p>	<p>&lt;具体的作業内容&gt;</p> <p><b>「診療圏分析」</b> <b>「患者分析」</b></p> <p>部門別・科目別・ルート別・ 疾患別に以下の分析</p> <p>①診療圏 ②入院期間(静態・動態) ③単価構成</p> <p><b>「SWOTまとめ表」</b> 将来への課題を総合的に把握</p>	<p>&lt;具体的作業内容&gt;</p> <p><b>「日次行為・点数表分析」</b> <b>(主要疾患について)</b></p> <p>①科目別に日次表を用いた分析 (分析効果を体感) ②各科・職種毎に<b>現場ヒアリング</b></p> <p><b>「具体的将来像の設定」</b> 現状SWOTとの対比により 将来像を具体的に表現</p>	<p>&lt;具体的作業内容&gt;</p> <p><b>「事業計画シート」</b> <b>「部門別行動計画」</b></p> <p>①目標の具体的指標化 ②事業計画の検証 ③<b>各科毎にヒアリング実施</b> 目標水準すり合わせ ④実現戦略の検討</p>
<p>&lt;貴院の作業例&gt;</p> <p>調査票データ整備 追加情報の提出 ヒアリング先のセッティング 事前ヒアリングの対応 周辺医療圏データの開示</p>	<p>&lt;貴院の作業例&gt;</p> <p>直近1年の全患者データ ランダム時点での全患者データ 例)患者コード・年齢・住所 入院日・退院日・疾病名 入り口・出口ルート・科目 手術・検査の有無・ 総点数 etc...</p>	<p>&lt;貴院の作業例&gt;</p> <p>各科目毎の主要疾患を サンプリングし、日次の治療 行為・請求点数推移を開示 現場ヒアリングの設定 将来像の設定</p>	<p>&lt;貴院の作業例&gt;</p> <p>目標水準の設定 事業計画シートの作成 実行計画の作成 ドクターミーティング・ 科目毎ミーティング・ 職員ミーティング等の調整</p>

現状分析 → 将来戦略・事業計画