## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Еще 10 лет назад мало кто верил, что частные медицинские центры не только станут пользоваться спросом, но и будут приносить хорошую прибыль своим создателям. Однако реальность такова, что с каждым годом все больше людей делают выбор в пользу платных клиник. Это означает, что данное направление не только прибыльно в текущий момент времени, но и имеет большие перспективы для роста доходов в будущем.

Привлекательность данного вида бизнеса привела к высокой конкуренции на рынке платных медицинских услуг. Тем не менее свободные ниши на данном рынке есть, и их можно с успехом осваивать. Естественно, у людей, далеких от сферы медицины, возникают сомнения:



Стоит ли заходить на данный рынок без специального образования?



На самом деле, все, что нужно для открытия медицинского центра, как и для любого другого бизнеса, — это талант менеджера, а также четкое представление о грамотном функционировании платной клиники.

Однако перед тем, как принимать решение об инвестировании средств именно в открытие медицинского центра, нужно тщательно изучить специфику этого бизнеса. Ведение бизнеса в сфере здравоохранения предполагает не только юридическую, но и высокую психологическую ответственность, поскольку в ваших руках здоровье, а порой и жизнь пациентов.

При выборе местоположения медицинского центра обратите внимание на близость остановок общественного транспорта. Выгодное размещение положительно скажется на посещаемости вашего центра. При этом явным плюсом данного бизнес-проекта является и то, что прибыльный медицинский центр может находиться как в центре города, так и в «спальном» районе.

Большое значение для пациентов имеет уровень и качество обслуживания. Интерьер центра должен располагать к расслаблению, а персонал должен быть максимально вежливым и услужливым. При входе в центр разместите информационную доску с лицензиями на каждый вид медицинских услуг, сертификатами и дипломами специалистов. Главное — с самого первого взгляда сформировать у клиента доверие к вашей клинике.

Основным фактором спроса на услуги вашего центра является квалификация специалистов. Репутация врачей, работающих в вашей клинике, неотъемлема от репутации самого центра. Поэтому при поиске сотрудников обращайте внимание на уровень образования, профессиональный стаж, наличие базы постоянных пациентов. Привлекайте к работе квалифицированных специалистов, работающих в районных поликлиниках, с опытом не менее 3 лет. Таким образом, основная часть клиентов будет узнавать о вашем медицинском учреждении именно после приема в бесплатной поликлинике.

Любой медицинский центр обязан соблюдать санитарные нормы и правила для данного типа учреждений. Это касается специальных требований для организации помещения, регулярного повышения квалификации специалистов, контроля за исправностью оборудования. При любом несоответствии государственным требованиям вы можете лишиться лицензии на деятельность, получать которую необходимо каждые 5 лет.

Основные вложения в открытие медицинского центра приходятся на приобретение медицинского оборудования и ввода в эксплуатацию (85% от суммы инвестиций). Вторая статья по масштабу расходов состоит из вложений в ремонт и отделку помещения. В период получения лицензии вы не сможете оказывать услуги, однако будете обязаны оплачивать аренду помещения и зарплату основных сотрудников.

Текущие расходы после начала деятельности будут состоять, в основном, из аренды, заработной платы, приобретении расходных материалов, а также рекламы вашего центра. Следует признать, что сравнительно небольшие ежемесячные расходы на ведение бизнеса являются серьезным стимулом для принятия решения в пользу открытия данного бизнеса.

**Первоначальные инвестиции** составят **8 089 038 рублей.**

**Точка безубыточности** достигается за **5 месяцев.**

**Срок окупаемости** составляет от **18 месяцев.**

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Медицинский центр — это учреждение, предоставляющие платные медицинские услуги населению. Данный вид деятельности строго контролируется государством и требует получения лицензии на каждый вид услуг.

Лицензирование — это долгий и затратный процесс, причем лицензию нужно продлевать каждые 5 лет.

Следовательно, на начальном этапе, особенно при ограниченных финансовых ресурсах, стоит сконцентрироваться на одной определенной области медицины (например, кардиология, гинекология и т.д.). Это делается для того чтобы процесс получения лицензии не оттягивал открытие центра на неопределенное время, а также для сокращения расходов на маркетинг и рекламу. В процессе функционирования вы уже сможете расширять перечень услуг центра, получая дополнительные лицензии. При этом ваши затраты будут покрываться текущими доходами от работы предприятия. В данном бизнес-плане рассматривается открытие медицинского центра, специализирующегося в области гинекологии.

Перечень услуг

Примерный перечень услуг центра гинекологии и женского здоровья:

* плановый профилактический осмотр;
* лечение заболеваний органов малого таза;
* лечение инфекций и заболеваний, передающихся половым путем;
* планирование и подготовка к беременности;
* ведение беременности;
* кольпоскопия;
* все виды УЗИ;
* таблетированный аборт;
* наблюдение после аборта.

Факторы спроса

На посещаемость центра значительное влияние оказывает месторасположение. Помещение центра может находиться в «спальном» районе города, но здание должно иметь удобные подъездные пути и парковку. Немаловажным фактором является близость остановки общественного транспорта.

Атмосфера в помещение центра должна быть уютной и располагающей к спокойному ожиданию приема. Зона ресепшена и ожидания в обязательном порядке должна быть оснащена стойкой с бахилами, кулером с питьевой водой и одноразовыми стаканчиками. Также необходимо наличие красочного информационного стенда об услугах центра. Стенд должен быть хорошо виден со входа.

Оформление кабинетов специалистов также оказывает сильное психологическое воздействие на клиента. Каждый кабинет должен быть оснащен естественным дневным освещением. Интерьер должен быть простым, но в тоже время перекликаться с фирменным стилем вашей клиники. Уделите внимание цветовому решению вашего интерьера. Научно доказано, что зеленый цвет вызывает чувство безопасности и доверие, а красный настораживает и настраивает на агрессию.

Не скупитесь на рекламу и специальные акции для постоянных клиентов. В последнее время пользуются спросом специальные комплексные программы для пациентов, например, «Полная проверка женского здоровья» и прочие. Причем вышеуказанные программы должны подразумевать прохождение дальнейшего лечения в вашей клинике с определенными скидками. Поскольку основную часть посетителей центра составляют постоянные пациенты, позаботьтесь о приятных сюрпризах для них во время каждого посещения вашей клиники. Например, выдача купона на скидку при повторном посещении.

Сервис и обслуживание

При формировании репутации медицинского центра основной задачей является создание доверия у клиента. Особую роль при этом играет качество обслуживания. Хороший медицинский центр отличается компетентностью и вежливостью каждого из сотрудников, начиная от администратора центра, заканчивая главным врачом. Человек должен уже по первому звонку в центр понять, что он разговаривает с профессионалами своего дела.

Независимо от того, какую на какую область медицины вы выбираете в качестве основной специализации, цикл услуг для клиента должен быть замкнутым. Это означает, что в вашем центре пациент может пройти все необходимые процедуры от первичного посещения до постановки диагноза и последующего лечения. При этом ему не нужно обращаться к сторонним медицинским организациям за дополнительными услугами. Следовательно, ваш центр должен предлагать не только консультации специалистов, но и забор анализов, диагностику и прочие процедуры, необходимые для полного проведения исследования пациента.

График работы центра

График работы медицинского центра: понедельник — пятница с 08:00 до 20:00; суббота— с 10:00 до 17:00; воскресенье — только по предварительной записи.

## 3. Описание рынка сбыта

Портрет потенциального клиента

При формировании портрета потенциального клиента учитываются следующие критерии: пол, возрастная категория, занятость, образ жизни, семейное положение, наличие детей. Для центра гинекологии ЦА описывается следующим образом: активная женщина в возрасте от 23 до 45 лет, работающая, имеющая детей, либо планирующая их завести.

У многопрофильных медицинских центров структура целевой аудитории более сложная. В любом случае, у всех потенциальных клиентов медицинских центров есть один общий фактор, побуждающий сделать выбор в пользу платного медицинского учреждения: это нежелание посещать государственные поликлиники.

Данный фактор может объясняться различными причинами:

* Отсутствие свободного времени в виду высокой занятости;
* Непрофессионализм сотрудников государственных клиник;
* Низкое качество сервиса в государственных медицинских учреждениях;
* Невозможность попасть на прием к специалисту без направления;
* Большая очередь при записи на прием, отсутствие возможности записи по телефону/интернету;
* Длительный процесс обследования;
* Прочие причины.

Опрос клиентов и дальнейший анализ основных причин обращения клиентов будет полезен для формирования политики работы компании и основных конкурентных преимуществ.

Политика работы с клиентами зависит от потребностей и ожиданий вашей целевой аудитории.

Ожидания клиентов после обращения в платное медицинское учреждение:

* Стопроцентный профессионализм команды врачей — постановка верного диагноза;
* Высокий уровень сервиса: качественное и вежливое обслуживания с этапа первой записи до выписки клиента;
* Скорость работы: организация всех мероприятий комплексного обследования в максимально короткие сроки;
* Удобство расположения центра: наличие парковки и остановки общественного транспорта;
* Оптимальная стоимость услуг, конкурентные цены.

Благодаря четкому списку потребностей клиента, вы можете определить оптимальные часы приема специалистов для более полного охвата целевой аудитории. Вашим пациентам будет удобнее всего посещать центр после работы, в выходные дни, либо в обеденный перерыв. Исключения составляют высококвалифицированные специалисты с полной записью на несколько дней/недель вперед. Часы их приема зависят от индивидуального графика специалиста.

На основе данных выводов можно сформировать примерную сетку приема врачей-гинекологов в вашем медицинском центре при условии работы центра с 08:00 до 20:00

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Врач высшей категории | Ведение беременности | Врач средней категории | Процедурныйкабинет | Приеманализов |
| Понедельник | 15-00 — 17-00 | 10-00 — 12-00 | 18-00 — 20-00 | С 08-00 до 20:00 | С 08-00 до 20:00 |
| Вторник | С 9-00 до 11-00 | выходной | выходной | С 08-00 до 20:00 | С 08-00 до 20:00 |
| Среда | выходной | С 15-00 до 17-00 | С 12-00 до 14-00 | С 08-00 до 20:00 | С 08-00 до 20:00 |
| Четверг | С 13-00 до 17-00 | выходной | выходной | С 08-00 до 20:00 | С 08-00 до 20:00 |
| Пятница | С 11-00 до 14-00 | С 17-00 до 19-00 | С 17-00 до 20-00 | С 08-00 до 20:00 | С 08-00 до 20:00 |
| Суббота | выходной | С 15-00 до 17-00 | С 10-00 до 12-00 | С 10-00 до 17-00 | С 10-00 до 17-00 |

Данная схема является примерной. В любом случае в вашем центре должен быть дежурный врач для ведения приема даже в том случае, если записей на прием нет.

Для того чтобы ваш медицинский центр выделился на фоне высоко конкурентной среды, необходимо учесть все побуждающие факторы вашей целевой аудитории. Отличный сервис, добросовестное отношению к своему делу и четкое выполнение, взятых на себя обязательств — позволят вам увеличивать число постоянных пациентов.

SWOT-анализ медицинского центра

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны проекта** | **Слабые стороны проекты** |
| * Команда высококвалифицированных специалистов с научными степенями
* Узкая специализация центра позволяет всем специалистам и сотрудникам центра глубже изучить данную сферу медицины, а значит более качественно консультировать пациентов клиники
* Полный комплекс услуг центра в области гинекологии позволяет провести полную диагностику и лечение выявленного заболевания
* Расположение медицинского центра и интерьер помещения клиники располагают к расслаблению и психологическому комфорту пациентов
* Формирование и сохранение репутации медицинского центра позволяет удержать постоянных клиентов и привлечь новых
* Регулярное повышение квалификации действующих специалистов
* Система скидок, направленная на превращение каждого клиента в постоянного
* Работа специалистов в воскресение по предварительной записи
* Собственный сайт компании с возможностью записи на консультацию в режиме онлайн
 | * Негативные отзывы о работе одного доктора могут разрушить репутацию всего центра
* Негибкий подход к ценообразованию может оттолкнуть потенциальных клиентов
* Неправильно поставленный диагноз, либо неправильно проведенная диагностика может привести к лишению лицензии на предоставление медицинских услуг
* Переход востребованного специалиста в конкурентный медицинский центр
 |
| **Возможности проекта** | **Угрозы проекта** |
| * Заключение партнерского договора на предоставление услуг по лабораторным исследованиям анализов
* Возможность открытия филиала центра в другом районе города
* Расширение перечня принимающих специалистов из других областей медицины за счет получения соответствующих лицензий
* Заключение договора со страховыми компаниями на обслуживание пациентов по полисам ДМС
* Заключение договора с крупным предприятием на проведение плановых медицинских осмотров сотрудников
 | * Увеличение конкуренции на рынке платных медицинских услуг
* Повышение уровня оказания услуг у государственной поликлиники в районе вашего месторасположения
* Снижение реальных доходов населения
* Ужесточение государственного регулирования в области здравоохранения
* Расторжение договора аренды на помещение либо значительное повышение арендной платы
 |

## 4. Продажи и маркетинг

Стимулирование продаж, повышение лояльности постоянных клиентов и другие маркетинговые ходы помогут вашему центру не только окупить затраты, но и принести прибыль своему владельцу.

Реклама и маркетинг

Вашему центру необходима реклама, особенно на первоначальном этапе работы, поэтому приготовьтесь к тому, что статья «реклама» будет постоянно присутствовать в расходной части вашего бюджета.

В качестве основной площадки для рекламы медицинского центра нужно рассматривать сеть Интернет. Во-первых, это **создание профессионального сайта компании**. Помимо перечня и стоимости услуг, на нем нужно создать такой раздел для общения с клиентом, как «вопрос-ответ». Вопросы должны задаваться анонимно, а ответы специалиста выкладываться в свободный доступ. Разделите вопросы административного характера и вопросы специалистам. Данный раздел будет способствовать формированию деловой репутации вашего медицинского центра. Кроме того, таким образом ваш сайт будет выходить на первых строках поиска по самым популярным запросам.

Для привлечения клиентов, которые живут в непосредственной близости от вашего центра можно использовать **распространение флаеров**по почтовым ящикам. Таким образом вы сможете привлечь аудиторию более зрелого возраста.

Поскольку тема женского здоровья актуальна для большого количества **популярных женских журналов**, хорошим способом рекламы будет **развернутое интервью** с главным врачом клиники. Вложите в журнал купоны со скидкой на консультацию врача. Например, предложите клиенту, принесшему купон из журнала — скидку 50% на посещение гинеколога. Вы можете смело предлагать большую скидку, поскольку по статистике каждый третий посетитель медицинского центра становится его постоянным пациентом. А значит, затраты окупятся с лихвой. Главное — обеспечить высокий уровень сервиса для того, чтобы удержать клиента после первого звонка/посещения.

Продажи услуг

Самый первый контакт с потенциальным клиентом происходит по телефону у работника регистратуры вашего центра. Данный сотрудник ответственен за то, чтобы заинтересованный человек пришел на первый прием. Соответственно, он должен уметь презентовать услуги центра, **грамотно консультировать** по любой проблеме, а также записать на прием к нужному специалисту. Также важным моментом является грамотное ведение базы данных пациентов, выдача документов, учет программ лояльности — все это возможно благодаря специальному программному обеспечению, которое необходимо вашему медицинскому центру.

Работа администратора состоит еще в том, чтобы перезвонить человеку перед приемом и напомнить о времени приема, а также встретить пациента, рассказать ему о правилах посещения центра и специальных программах комплексного лечения. Именно администратор является лицом вашей клиники, и его профессионализм и доброжелательность будут служить на благо вашего центра. Поэтому позаботьтесь о том, чтобы данный сотрудник был морально и материально заинтересован в процветании центра. Предложите премию по результатам месяца, оплатите курсы повышения квалификации, предложите компенсацию питания и проезда.

Обязательно анализируйте эффективность каждого из рекламных каналов, а также проверяйте отзывы о работе центра в сети Интернет — на них необходимо оперативно реагировать.

Не забудьте, о создании групп медицинского центра в социальных сетях — в них должны быть представлены самые актуальные новости из жизни центра, а также последние достижения медицины. Кроме того, социальные сети также являются хорошим инструментом для эффективных коммуникаций с потенциальными клиентами. Назначьте ответственного человека и позаботьтесь о том, чтобы персонал вашей клиники охотно делился новостями о жизни центра.

## 5. План производства

Этап 1

В первую очередь необходимо определиться с тем, из чего будет состоять перечень услуг вашего центра, а это возможно только после выбора специализации вашего центра.

Выбрать специализацию можно по следующим критериям:

* месторасположение (центр будет находиться рядом с поликлиникой, в котором данный специалист отсутствует или на него много жалоб);
* кадровая политика (вы можете привлечь к работе врача с хорошим профессиональным опытом, многолетней практикой, а также собственной клиентской базой);
* личный опыт (вы как пациент знаете и понимаете, что именно данная ниша в вашем городе свободна, либо будет пользоваться неизменным спросом).

Основная масса пациентов будет приходить именно ко врачам определенной специализации, выбранной вами в качестве основного направления, остальные специалисты должны грамотно дополнять перечень услуг вашего центра. Например, для того чтобы оказать полный комплекс услуг в рамках программы «Ведение беременности», вам необходимо будет ввести услуги маммолога, эндокринолога и т.д.

Этап 2

Вторым шагом после определения специализации вашего центра для вас станет подбор помещения.

При подборе помещения вы можете руководствоваться СанПин 2.1.3.2630-10, в котором подробно описаны требования к размеру помещения, планировке и отделке.

Например, для медицинского центра, который специализируется в области гинекологии и женского здоровья вам нужно ориентироваться на следующую площадь помещения:

* холл и зона ресепшена —12 кв.м,
* гардероб — 6 кв.м,
* санузел — 8 кв.м,
* зона ожидания приема — 10-12 кв.м,
* кабинет для осмотра — 16-18 кв.м,
* кабинет ультра-звуковых исследований — 20-22 кв.м,
* процедурный кабинет — 16-18 кв.м,
* комната для персонала — 14-16 кв.м,
* стерилизационная — 6 кв.м,
* комната для хранения уборочного инвентаря — 3кв.м,
* кабинет директора — 10 кв.м,
* кабинет главного врача — 10 кв.м.

Суммируем все цифры и получаем около **150 кв.м**.

При этом вам необходимо обратить внимание не только на площадь и расположение, а также на следующие критерии: напряжение электрической сети (380 кВт для аппарата УЗИ), наличие естественного освещения. Желательно, чтобы помещение находилось в нежилом здании. Если все-таки центр будет находиться в жилом здании, учитывайте данный фактор при приобретении оборудования (например, рентген или МРТ в жилом здании вам не разрешат установить). Аренда помещения обойдется вам примерно в 120 000 рублей в месяц.

Отделка помещения должна осуществляться экологически чистыми, пожаробезопасными и моющимися материалами. На все материалы, использующиеся при ремонте и отделке помещения центра, сохраняйте сертификаты соответствия пожарной безопасности. Для получения лицензии вам будет необходимо получить санитарно-эпидемиологическое заключение на помещение, поэтому позаботьтесь о заключении договора с прачечной на стирку спецодежды персонала, а также договор о дератизации и дезинфекции помещения центра. Для оформления санитарно-эпидемиологического заключения необходимо обратиться в соответствующее учреждение с заявлением на проведение проверки. На ремонт и отделку помещения нужно выделить не менее 300 000 рублей.

Этап 3

Помещение выбрано, теперь необходимо определиться с юридическим лицом и системой налогообложения. Для медицинского центра лучше выбрать следующую организационно-правовую форму: ООО (общество с ограниченной ответственностью). Код ОКВЭД — 85.11.1 (Деятельность больничных учреждений широкого профиля и специализированных). В целях экономии времени для процедуры регистрации фирмы лучше воспользоваться услугами юриста со стажем и опытом работы в сфере медицины. Предпочтительный режим налогообложения — УСН 15% «доходы минус расходы». Однако при выборе системы налогообложения обратите внимание на расходную часть вашего бюджета. Если помещение медицинского центра находится у вас в собственности, возможно, ваши расходы будут сравнительно небольшими. Следовательно, вам лучше платить государству 6% с валового дохода организации.

Этап 4

Далее необходимо заняться набором медицинского персонала. С главным врачом клиники и главным бухгалтером придется заранее заключить трудовые договора, поскольку их копии необходимо приложить к пакету документов на получение лицензии. Кроме того, главный врач вашего центра должен сам определиться с тем оборудованием, которое необходимо иметь в наличии.

Этап 5

Далее нужно определиться с оборудованием и медицинской мебелью. Если вы решите приобрести оборудование бывшее в употреблении, учтите следующий момент: сертификаты и паспорта каждого прибора вам будет необходимо предъявлять при получении лицензии. Лучше приобретать новое оборудование, потому что в этом случае ваша фирма будет иметь хорошую скидку на приобретение расходных материалов и врачебных инструментов. Вложения в оборудование — это основная часть инвестиций, которая равна примерно **6 500 000 рублей**.

Этап 6

Когда вышеуказанные этапы пройдены, необходимо перейти к самому важному — получению лицензии.

Для этого вам понадобятся следующие документы:

* Устав ООО
* Приказ на имя генерального директора
* Приказ на имя главного бухгалтера
* ОГРН, ГРН, ИНН, коды статистики
* Выписка из ЕГРЮЛ
* Платежное поручение об уплате госпошлины (2600 рублей)
* Санитарно-эпидимиологическое заключение
* Документы об образовании главного врача и других специалистов (дипломы, сертификаты и прочее)
* Трудовой договор, заключенный на имя главного врача
* Договор аренды помещения, либо свидетельство о собственности
* Список материально-технического оснащения (список оборудования, договор на техническое обслуживание, акт ввода в эксплуатацию)
* Список медицинских инструментов
* Список медицинской мебели
* Инвентарная книга по форме
* Сертификаты и регистрационные удостоверения на оборудование (автоклав, стерилизатор, бактерицидная лампа, тонометр).

Для того, чтобы процедура сбора пакета документов заняла минимум времени и была выполнена правильно с первого раза, советуем вам обратиться в юридическую организацию. Оформление документов через юристов будет стоить около 40 000 рублей. Получение лицензии в среднем занимает около двух месяцев. В течении данного времени ваш центр принимать пациентов не сможет. Зато вы можете потратить дни ожидания с пользой, подготовившись к открытию центра: разработать логотип, придумать название и продумать рекламную кампанию.

Этап 7

После получения лицензии, вы можете открыть центр для осуществления приема первых пациентов.

## 6. Организационная структура

Организационную структуру медицинского центра можно представить в виде данной таблицы. Далее мы рассмотрим каждую категорию подробнее.



Директор

Несет ответственность за бесперебойную работу центра. В том числе ответственность за риски, связанные с работой центра в целом и врачей в частности. Подбирайте данного сотрудника со всей основательностью, потому что именно он будет указан в лицензии на осуществлении деятельности по предоставлению медицинских услуг.

График работы с понедельника по пятницу с 08:00 до 17:00. Суббота — с 10:00 до 14:00.

Заработная плата — 50 000 рублей в месяц.

Заместитель директора по финансам (главный бухгалтер)

Контролирует работу бухгалтерию, проводит инвентаризации, осуществляет финансовую аналитику деятельности предприятия.

График работы: по будням с 08:00 до 17:00.

Заработная плата — 30 000 рублей в месяц.

Заместитель директора по техническим вопросам (главный врач)

Желательно, чтобы эту должность занимал самый квалифицированный специалист вашей клиники. Своей безупречной репутацией он будет создавать статус вашего медицинского центра. Именно поэтому постоянное повышение квалификации, ученая степень, а также организаторские способности главного врача — это ваши конкурентные преимущества. Данный специалист также должен иметь определенный иммунитет при общении с фармакологическими компаниями, уметь лоббировать интересы пациентов. Благодаря коммуникационным способностям главного врача у вашего медицинского центра могут быть максимальные скидки на новейшие препараты.

График работы: по будням с 08:00 до 17:00.

Заработная плата — 40 000 рублей.

Медицинский персонал (врачи)

Все специалисты вашего центра должны иметь диплом о медицинском образовании, стаж работы не менее 3 лет, отличные отзывы от клиентов. Для эффективной работы врачам вашего центра нужно постоянно повышать свою квалификацию, а вы в этом вопросе должны им предоставлять все необходимые условия: материальное поощрение, специализированную литературу.

График работы: индивидуальный.

Заработная плата — 40 000 рублей.

Средний медицинский персонал (медсестры)

Поскольку именно медсестра больше всего взаимодействует с клиентом, она должна быть компетентна, вежлива и терпима по отношению к каждому пациенту. Опыт работы и положительные рекомендации с предыдущего места работы— обязательные условия перед заключением трудового договора. Численность среднего медицинского персонала определяется из расчета 1:2, где первая цифра — это число врачей в центре.

График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня, время работы: с 08:00 до 20:00.

Заработная плата — 25 000 рублей в месяц.

Младший медицинский персонал (санитарка)

Обеспечивает чистоту и порядок во всех помещениях центра.

График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня. Время работы — с 08:00 до 20:00.

Заработная плата — 18 000 рублей.

Заместитель директора по техническим вопросам (главный инженер)

Оборудование, освещение и другие вопросы технического характера должны быть в юрисдикции одного человека. Разумеется, обслуживание специфического медицинского оборудования должны осуществлять наемные специалисты. Однако контроль за исправностью оборудования, поиск рабочих и руководство процессом устранения неполадок должен осуществлять главный инженер. Кроме того, мелкие неисправности, не требующие вмешательства специалистов, решаются данным сотрудником самостоятельно.

График работы инженера — по будням с 08:00 до 17:00.

Заработная плата — 25 000 рублей.

Регистратура (администраторы)

На первоначальной стадии открытия центра у данных сотрудников множество обязанностей: прием звонков, запись пациентов, информирование врачей о записи на прием, встреча пациентов. Поэтому необходимо внимательно следить за их нагрузкой: если на первоначальном этапе работы администраторы могут даже заменить кассира, то при выходе на полную загрузку мощностей центра, все эти обязанности должны между собой делить уже три сотрудника: администратор, кассир, работник регистратуры.

График работы администратора: 2 выходных дня через 2 рабочих дня, время работы — с 08:00 до 20:00.

Заработная плата — 18 000 рублей.

Касса (кассир)

Прием денежных средств у пациентов на основании документов, учет средств и инкассация. График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня. Время работы — с 08:00 до 20:00.

Заработная плата — 20 000 рублей.

Учитывайте, что абсолютно все сотрудники медицинского центра должны иметь личные медицинские книжки. Это условие является обязательным при получении заключения СЭС (санитарно-эпидемиологической станции).

Далее в таблице приведено штатное расписание медицинского центра на первоначальном этапе работы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Постоянные расходы** | **Оклад** | **Количество сотрудников** | **Сумма** |
| Директор | 50 000 | 1 | 50 000 |
| Главврач | 40 000 | 1 | 40 000 |
| Главбух | 30 000 | 1 | 30 000 |
| Замдиректора по техн. вопросам | 25 000 | 1 | 25 000 |
| Врач | 40 000 | 2 | 80 000 |
| Медсестра | 25 000 | 2 | 50 000 |
| Санитарка | 18 000 | 2 | 36 000 |
| Администратор | 18 000 | 2 | 36 000 |
| Кассир | 20 000 | 1 | 20 000 |
| **Итого ФОТ** |  |  | **477 100** |

Полный расчет ФОТ с учетом страовых взносов представлен в финансовой модели.

## 7. Финансовый план

Инвестиции в открытие медицинского центра

Общая сумма вложений в открытие и первоначальное функционирование центра составит 8 089 038.

Более 80% затрат на открытие медицинского центра приходятся на приобретение медицинского оборудования, а также на ремонт и отделку помещения.

Оборудование для медицинского центра со специализацией «Гинекология и акушерство» обойдется вам около 6 664 228 рублей.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Кол-во** | **Цена за 1 шт.** | **Обшая сумма** |
| Кольпоскоп | 1 | 390 000 | 390 000 |
| Гинекологическое кресло | 1 | 132 000 | 132 000 |
| Сушильно-стерилизационный шкаф | 1 | 27 000 | 27 000 |
| Ультрафиолетовый бактерицидный облучатель настенный | 1 | 4 250 | 4 250 |
| Картотечный шкаф | 1 | 16 400 | 16 400 |
| Медицинский диван | 1 | 5 329 | 5 329 |
| Стул врача | 1 | 6 020 | 6 020 |
| Стол врача | 1 | 14 100 | 14 100 |
| Медицинская кушетка | 1 | 6 625 | 6 625 |
| Одноразовый набор для осмотра | 300 | 50 | 15 000 |
| Акушерское кресло | 1 | 806 210 | 806 210 |
| Сушильно-стерилизационный шкаф | 1 | 27 000 | 27 000 |
| Картотечный шкаф | 1 | 6 280 | 6 280 |
| Медицинский диван | 1 | 5 239 | 5 239 |
| Стул врача | 1 | 6 020 | 6 020 |
| Стол врача | 1 | 10 800 | 10 800 |
| Медицинская кушетка | 1 | 6 625 | 6 625 |
| Ультрафиолетовый бактерицидный облучатель | 1 | 4 250 | 4 250 |
| Ультразвуковой сканер | 1 | 4 800 000 | 4 800 000 |
| Холодильник для хранения бакпрепаратов с маркированными полками | 1 | 30 900 | 30 900 |
| Шкаф для инструментов и медикаментов | 1 | 13 600 | 13 600 |
| Тонометр | 2 | 1 890 | 3 780 |
| Термометр | 5 | 280 | 1 400 |
| Электроотсос | 1 | 16 100 | 16 100 |
| Одноразовые шприцы | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Шкаф с набором для противошоковой терапии | 1 | 8 000 | 8 000 |
| Медицинская кушетка | 2 | 6 625 | 13 250 |
| Биксы со стерильным материалом | 1 | 12 000 | 12 000 |
| Картотечный шкаф | 1 | 14 250 | 14 250 |
| Емкости с дезинфицирующими растворами | 1 | 5 000 | 5 000 |
| Бактерицидные лампы | 2 | 2 390 | 4 780 |
| Средства противошоковой терапии | 1 | 7 000 | 7 000 |
| Паровой автоклав | 1 | 21 990 | 21 990 |
| Ультрозвуковая ванна для предстерилизационной очистки инструментов | 1 | 13 800 | 13 800 |
| Сухожаровой шкаф | 1 | 20 000 | 20 000 |
| Бактерицидный шкаф | 1 | 13 800 | 13 800 |
| Дистиллятор воды | 1 | 14 990 | 14 990 |
| Облучатель бактерицидный | 1 | 4 250 | 4 250 |
| Расходные материалы | 1 | 30 000 | 30 000 |
| Одноразовые материалы | 1 | 20 000 | 20 000 |
| Стойка ресепшн | 1 | 32 000 | 32 000 |
| Диван медицинский | 3 | 12 600 | 37 800 |
| Кулер | 1 | 3 200 | 3 200 |
| Стойка для бахилл | 2 | 1 500 | 3 000 |
| Телевизор | 1 | 20 000 | 20 000 |
| **Итого:** |  |  | **6 664 038** |

Вы сможете снизить сумму инвестиций, сделав выбор в пользу бывшего в употреблении оборудования, либо взяв оборудование в лизинг. Однако данный бизнес-план предполагает покупку нового оборудования.

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 60 000 |
| Ввод в эксплуатацию всего оборудования | 350 000 |
| Установка ПО | 20 000 |
| Закупка формы для персонала | 50 000 |
| Закупка оргтехники | 150 000 |
| Закупка офисной мебели | 25 000 |
| Ремонт | 300 000 |
| Первоначальная закупка медикаментов | 100 000 |
| Рекламные материалы | 100 000 |
| Аренда на время ремонта | 240 000 |
| Закупка оборудования | 6 664 038 |
| Прочее | 30 000 |
| **Итого** | **8 089 038** |

Учитывайте, что первые три месяца вам придется инвестировать денежные средства в оформление лицензии, оплату заработной платы и в рекламу центра.

Текущие расходы

|  |
| --- |
| **Ежемесячные затраты** |
| ФОТ (включая отчисления) | 477 100 |
| Аренда (15 кв.м.) | 120 000 |
| Амортизация | 170 228 |
| Коммунальные услуги | 25 000 |
| Реклама | 20 000 |
| Закупка медикаментов | 15 000 |
| Прочие расходы | 30 000 |
| **Итого** | **857 328** |

Средний чек при посещении медицинского центра складывается из двух показателей: средней стоимости посещения специалиста, а также средней стоимости забора анализа.

Подробный план продаж на 24 месяца с учетом сезонности, расчет эффективности инвестиций и прогноз экономических показателей представлен в финансовой модели.

## 8. Факторы риска

Сфера медицинских услуг довольно рискованная с точки ведения бизнеса. Однако, просчитывая все возможные риски заранее, вы сможете защитить свой бизнес от негативного влияния данных факторов.

Внутренние риски

**Подготовка к открытию центра**

Помещение центра, ремонт, оборудование, персонал — все должно соответствовать строгим нормам и требованиям. Это означает, что на поиск оптимальных вариантов у вас может уйти несколько месяцев.

**Недобросовестность медицинского персонала**

В данной сфере внимательность и оперативность работников играет особо важную роль, так как в ваших руках здоровье и жизнь пациента. При недостаточной ответственности персонала возможны случаи инфекционного заражения пациента уже в вашем центре. Также под риском возможного заражения всегда находятся доктора центра. Поэтому ни в коем случае не экономьте на одноразовых расходных материалах, следите за тем, чтобы ежемесячно проводился инструктаж среднего и младшего медицинского персонала. Кроме того, все эти мероприятия должны в обязательном порядке фиксироваться в специальном журнале по технике безопасности. Данные меры позволят вам сократить вероятность вышеописанных рисков до минимума, а также обезопасить вас, как владельца бизнеса.

**Квалификация и профессионализм докторов**

Только правильно поставленный диагноз и назначенный план лечения сделают из разового пациента постоянного клиента вашего центра. Поэтому при отборе персонала досконально изучайте резюме кандидата, наводите справки, запрашивайте рекомендации с предыдущих мест работы. А если нанятый специалист не подтверждает свою квалификацию, незамедлительно расставайтесь с эти врачом, так как от его работы может пострадать репутация вашего медицинского центра.

Внешние риски

**Лицензирование медицинской деятельности**

Для получения лицензии вам необходимо иметь помещение, квалифицированный персонал и сертифицированное оборудование. Сбор всех необходимых документов, но этот срок может и продлится, если вам откажут по каким-либо причинам, которые необходимо будет устранить в кратчайшие сроки.

**Ценообразование**

Стоимость услуг центра должна учитывать не только интересы владельца бизнеса, но и пациентов, и даже врачей. Вы должны гибко подходить к этому вопросу и снижать стоимость на консультации докторов, которые меньше всего пользуются спросом. При этом вам нужно учитывать и поддерживать интересы ваших специалистов, которые не желают получать меньшую заработную плату.

**Репутация медицинского центра**

Самый хрупкий элемент вашего бизнеса — это его репутация. Благодаря хорошей репутации количество ваших клиентов будет расти день ото дня, в противном случае, перспективы развития вашего центра могут оказаться под вопросом. Безусловно, угодить каждому пациенту на 100% невозможно. Но вы всегда сможете защитить себя перед аудиторией благодаря следующим мерам:

* Вежливость, доброжелательность, предупредительность по отношению к пациенту — эти качества должны стать обязательными для каждого сотрудника вашего центра;
* Анонимность — все сотрудники должны быть предупреждены о финансовых последствиях разглашения конфиденциальной информации о пациенте. Данный пункт должен быть обязательно прописан в трудовом договоре;
* Постоянное повышение квалификации — ваши сотрудники должны быть в курсе всех изменений на рынке медицинского оборудования и медицинских препаратов.

Ведение данного вида бизнеса сопряжено с серьезными рисками. Однако, создавая новый медицинский центр с высококвалифицированной командой специалистов и конкурентоспособными ценами, вы оказываете неоценимую помощь и поддержку людям, имеющим проблемы со здоровьем. Сложно представить вид бизнеса, в котором вы можете принести столько же пользы обществу, как при создании медицинского центра.