

Открываем клинику 2.0



ZERTS
MEDICAL DESIGN

Г. Москва
2016

Уважаемые дамы и господа!

Мы имеем опыт

и готовы с Вами поделиться нашим опытом и знаниями.

Мы будем рады, если сегодня Вы получите
полезную информацию для своего бизнеса

С наилучшими пожеланиями,

Агентство Медицинского Консалтинга

Федулова Надежда Николаевна

Медицинский директор ZERTS

К.м.н., МВА

- Эксперт по открытию и управлению клиниками
- Общий стаж **более 35 лет**, 20 лет – оперирующий хирург
- **Более 30 проектов** по открытию и управлению клиниками
- **Опыт работы руководителем** в клиниках: **МЕДСИ «МЕДИЛЮКС-ТМ»**, проект «**ФК УРАЛСИБ**» - «МЕТАклиник»; ООО «**ГУТА-клиник**»; «**Клиника Функциональных нарушений**»



fedulova@zerts.ru +7 (926) 324 52 89

Федулова Надежда Николаевна

Медицинский директор ZERTS

К.м.н., МВА

- Эксперт по открытию и управлению клиниками
- Общий стаж **более 35 лет**, 20 лет – оперирующий хирург
- **Более 30 проектов** по открытию и управлению клиниками
- **Опыт работы руководителем** в клиниках: **МЕДСИ «МЕДИЛЮКС-ТМ»**, проект «**ФК УРАЛСИБ**» - «**МЕТА**клиник»; ООО «**ГУТА-клиник**»; «**Клиника Функциональных нарушений**»



fedulova@zerts.ru +7 (926) 324 52 89

Основные цели и задачи

ЦЕЛЬ:

- После наших советов – **ПОЗИТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ** в Ваших проектах и бизнесе.

ЗАДАЧИ:

- Освоить пошаговый **план реализации**
- Пройти с Вами определенный отрезок ПУТИ
- Научить Вас правильному ПУТИ без критических ошибок

ЦЕННОСТЬ:

- Получение компетенций по открытию клиники
 - Самостоятельная реализация
- Наша поддержка – **Когда это необходимо!!!**

Наш семинар – это практический Консалтинг



МЫ НЕ ПРОСТО КОНСУЛЬТИРУЕМ – МЫ ЖИВЕМ ПРОЕКТАМИ

От чего зависит успех клиники?

Мнение:

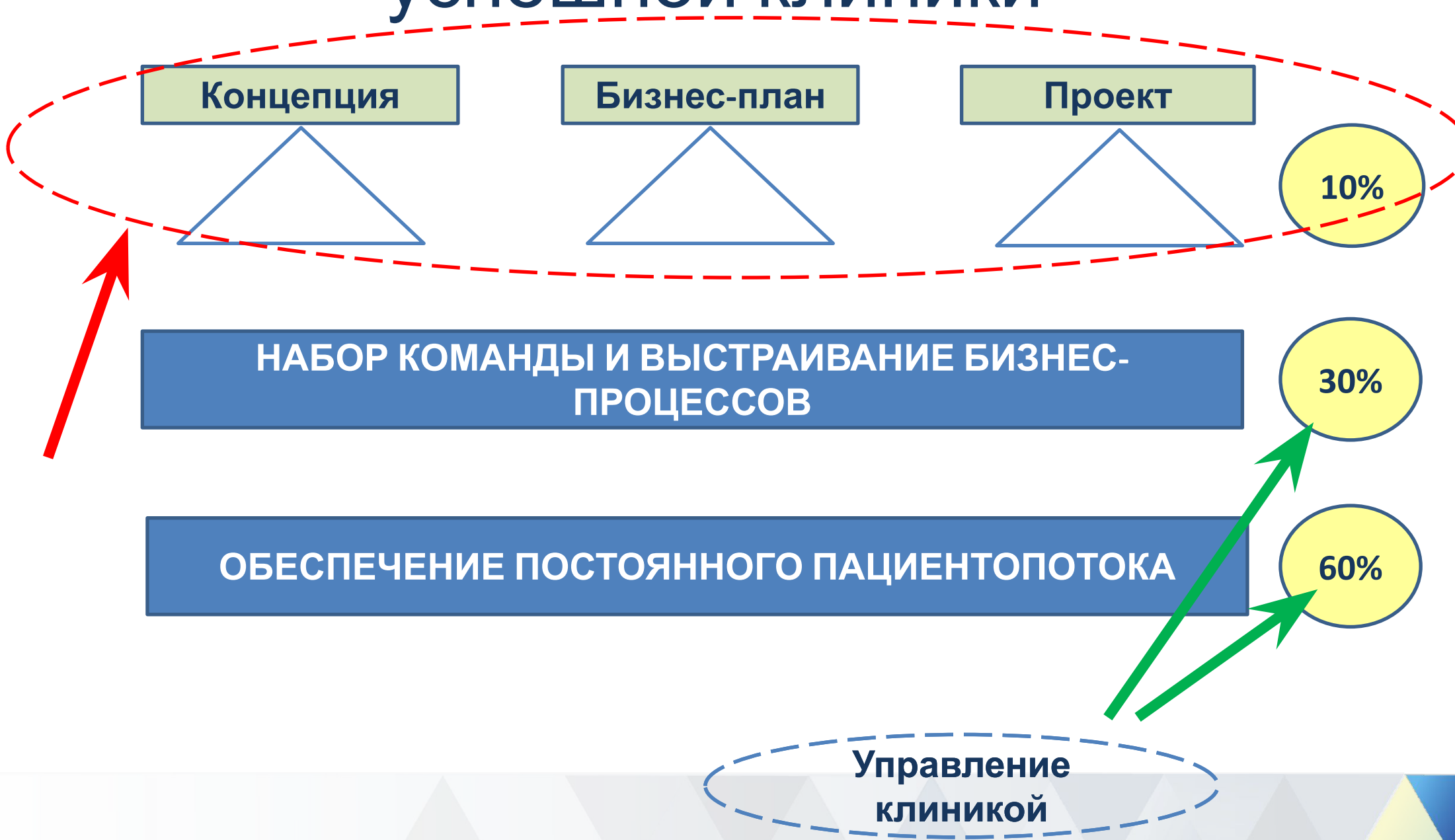
- Построить и лицензировать клинику – это **10 % успеха**;
- Набрать команду и отстроить бизнес-процессы – **30 % успеха**;
- Обеспечить стабильный поток пациентов – это **60 % успеха** клиники.

Стабильный поток пациентов –

это главное в медицинском проекте, но основа закладывается в самом начале

Мелочей в медицине не бывает

Условия успешной клиники



Первый шаг.

С чего начать, если хочешь построить частную клинику.

ИДЕЯ – Где взять?

- **У врача возникает идея** сделать частную клинику
- **У инвесторов возникают идеи, т.к.:**
 - Рынок медицинских услуг актуален
 - Он считается развивающимся и перспективным
 - Имеет длинные, но реальные сроки окупаемости
 - И достаточно высокую рентабельность
 - поэтому, он привлекателен для инвесторов.

Риски

- **ВРАЧИ** знают медицину изнутри, но не знают и не считаются с законами предпринимательства И ЭКОНОМИКИ
- **ИНВЕСТОРЫ** знают законы бизнеса, но мало понимают медицину

Задание №1

**НАЗОВИТЕ ПОЖАЛУЙСТА ВАШИ
ИДЕИ**

ОТКРЫТЬ КЛИНИКУ - это не ИДЕЯ

Какие могут быть идеи, и как они влияют на будущий проект

- Продление молодости лица,
- Перемена пола,
- Искусственное оплодотворение и суррогатное материнство
- Замена изношенных суставов пожилым людям, чтобы они могли сами ходить
- Улучшение внешнего вида путём эстетической хирургии
- Мобильная стоматология
- Медицинский консьерж

Тренды в медицине

- Персонализированная медицина
- Индивидуальная медицина (гаджеты, съедобные микрочипы и пр. контроллеры)
- Замедление старения – медицина будущего
- Спорт высоких достижений
- Индивидуальная дозировка лекарств
- Цифровая медицина

Что надо сделать в начале?

НАЙТИ БИЗНЕС-ИДЕЮ

- Которая соответствует вашим психологическим установкам
- Позволяет использовать явные и скрытые ресурсы

СДЕЛАТЬ БИЗНЕС-ИДЕЮ УНИКАЛЬНОЙ

- чтобы ваш товар или услуга были максимально конкурентоспособными
- Чтобы выгодно отличаться от конкурентов
- Чтобы зарабатывать больше

САМОСТОЯТЕЛЬНО РАЗРАБОТАТЬ И
ПРОСЧИТАТЬ

БИЗНЕС-ПЛАН



Ищете
бизнес
идеи?

atlas

Услуги Врачи Отзывы Акции Контакты

+7 (495) 212-08-88

Личный кабинет



Медицинский центр «Атлас»



Назначаем только
необходимое



Уделяем достаточно
времени каждому



Персональный
медицинский помощник



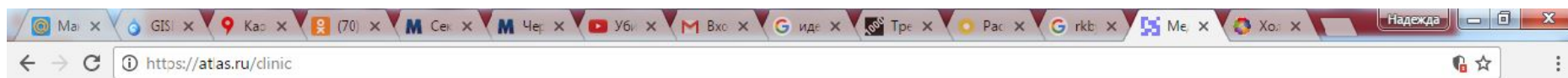
Научный подход



Комфорт

Перезвоним через 30 секунд





Персональный медицинский помощник

Мы никогда не оставим вас на пути к здоровью. Более того, мы проведем вас по этому пути буквально за руку.

В клинике «Атлас» существует служба клинических ассистентов, которые будут координировать все организационные вопросы, становясь на время вашими персональными помощниками.

При необходимости они организуют дополнительные исследования у наших проверенных партнеров как в России, так и за рубежом.



Елена Кобелева



Ирина Верич



Ольга Кудрина



Светлана
Гребенюк



Кристина
Родкина



The screenshot shows a web browser window displaying the website <https://atlas.ru/gentest>. The browser's address bar and multiple open tabs are visible at the top. The website has a blue header with the 'atlas' logo and navigation links: 'О ТЕСТЕ', 'РЕЗУЛЬТАТЫ', 'КАК ЭТО РАБОТАЕТ', 'ОТЗЫВЫ', 'FAQ', and 'КУПИТЬ'. On the right side of the header, there is a phone number '8 800 500 06 48' and a 'ВХОД' (Login) button.

Главный тест вашей жизни

Генетический тест
atlas

- 335 показателей вашего здоровья
- 40 показателей по питанию и спорту
- 55 личностных качеств и история этнического происхождения
- + Бесплатная консультация генетика

29 900Р [Заказать тест](#)

Что дает этот тест

EN 11:00 25.09.2016

355 ПОКАЗАТЕЛЕЙ



Здоровье

Статус носительства наследственных заболеваний и предрасположенность к болезням

25 ПОКАЗАТЕЛЕЙ



Питание

Особенности обмена веществ и индивидуальная пищевая непереносимость

15 ПОКАЗАТЕЛЕЙ



Спорт

Эффекты от физических нагрузок и персонализированный план тренировок

22 ПОКАЗАТЕЛЯ



Происхождение

Отцовская и материнская гаплогруппы и популяционный состав

55 ПОКАЗАТЕЛЕЙ



Личные качества

Влияние генетики на ваши уникальные особенности

Ваши гены рассказывают о вас

Каждый из нас унаследовал генетическую информацию от своих родителей. Наши гены влияют на здоровье, метаболизм, определяют физические способности



С кем делать бизнес? Где взять деньги?

С привлечением инвестора

Типы инвесторов

- Профессиональные
- Непрофессиональные
- Венчурные

Кто может выделить средства на клинику

- Государство
- Фонды
- Страховая компания
- Корпорации
- Частные инвесторы

С врачебной командой

С родственниками и/или друзьями

Первый результат



Есть **ИДЕЯ**

Есть **ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА**

www.artgide.com



Реализация ИДЕИ

Чтобы воплотить идею в реальность, нужен четкий
план по реализации

Вы должны иметь точные и понятные **ответы на вопросы:**

- Что** я сделаю
- Как** я это сделаю
- В какие **сроки**
- За какие **средства**
- Какой путь** я должен пройти и опорные точки этой дороги
- Кого я выберу в **попутчики**

Жизненный цикл проекта



Жизненный цикл клиники

- БИЗНЕС-ПЛАН
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- РЕМОНТ
- ОБОРУДОВАНИЕ
- ИНВЕСТИЦИОННЫЙ

- ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЙ
- МАРКЕТИНГ

- МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ

- Рост
- ТИРАЖИРОВАНИЕ

- **КОНЦЕПЦИЯ**
- **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ**
- МАРКЕТИНГ
- УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ
- КОМАНДА
- БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ
- АВТОМАТИЗАЦИЯ
- СТАНДАРТИЗАЦИЯ

- Развитие

- **КОНЦЕПЦИЯ**
- **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ**
- НОВЫЕ УСЛУГИ
- ТЭО ПРОДУКТОВ
- ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ
- ОБУЧЕНИЕ
- СЕРВИС
- КАЧЕСТВО

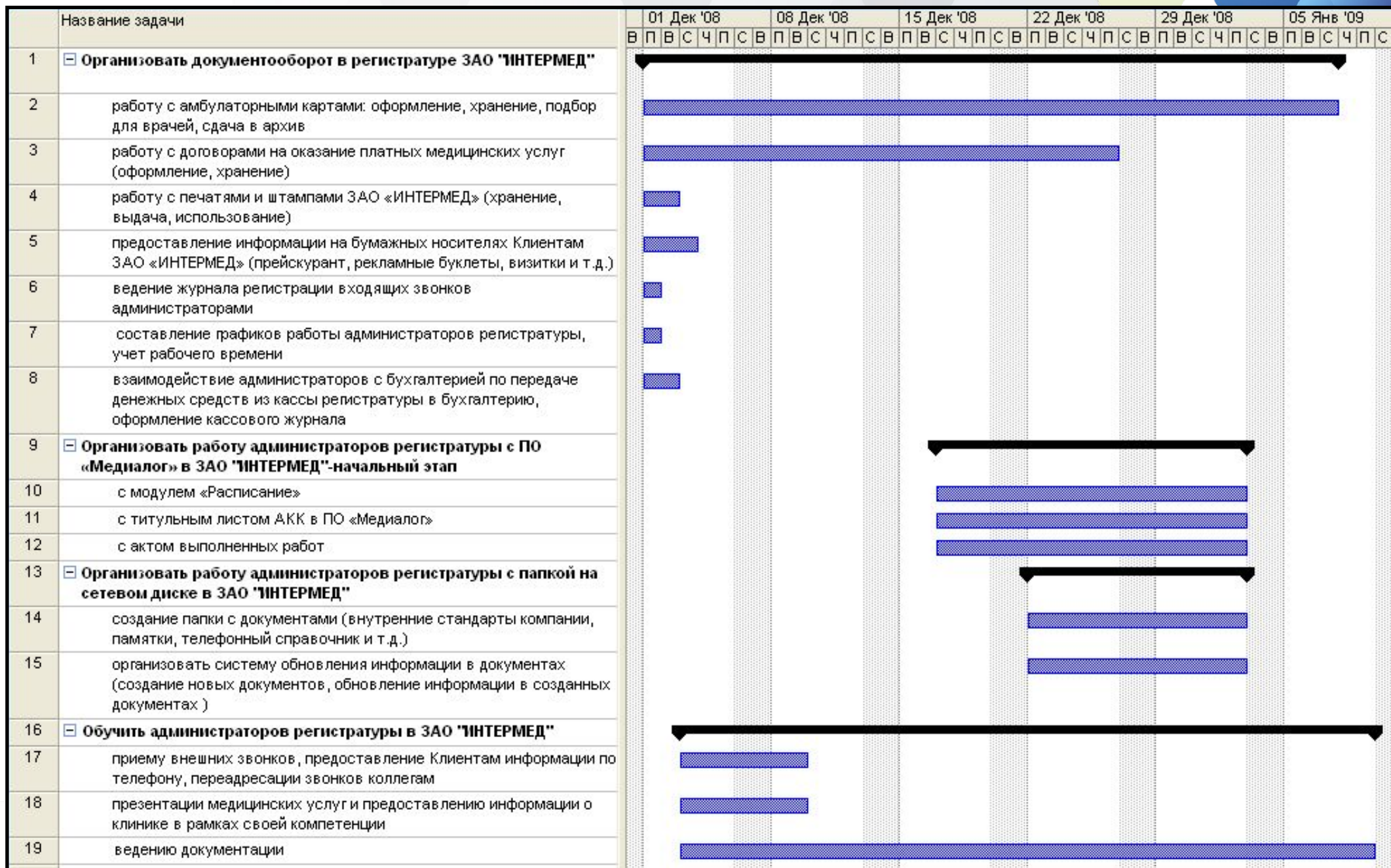
Семинар по управлению
и продвижению

Путь

- Этапы ПУТИ:
 - *Инвестиционный*
 - *Эксплуатационный*

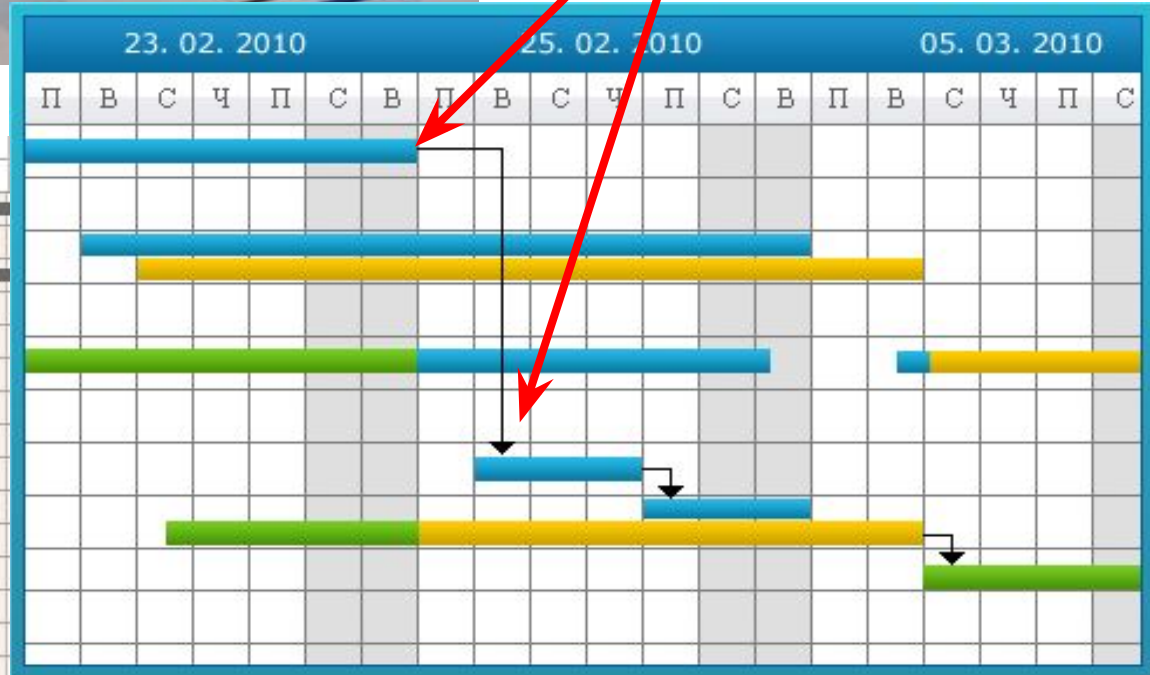
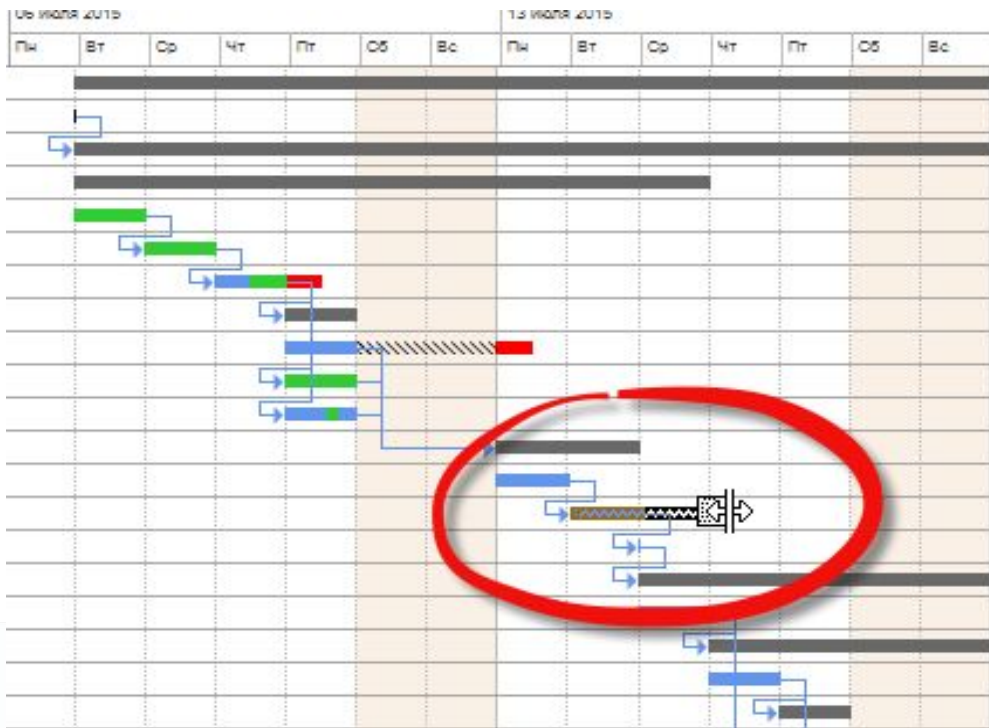
- График реализации

Диаграмма Ганта





Основная задача - КОНТРОЛЬ



Цель планирования:

Структурирование проекта поможет Вам в дальнейшем:

- Быстро **находить ответы** на возникающие сложные вопросы
- **Находить опору** в построенном фундаменте и от него отталкиваться в своих решениях
- Генерить **новые идеи** и , в конечном итоге, выйти на собственное **КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО**
- Быть там, где **Вы будете востребованы** наверняка
- Выстраивать бизнес под те **клиентопотоки**, которые точно будут ориентированы на Вас
- Вовремя остановиться и **не потерять свои средства**

КОНЦЕПЦИЯ

- Ведущий замысел, конструктивный принцип
- Система путей решения задачи
- Концепция определяет стратегию действий

Второй шаг – создание концепции.

БЕЗ КОНЦЕПЦИИ

Цели размыты, **средства** достижения некорректны,
эффективность проекта низкая

КОНЦЕПЦИЯ КЛИНИКИ

- Основная идея
- Исследование рынка.
- Кто Ваш клиент.**
- Кто Ваши конкуренты.**
- Кто Ваши партнеры.**
- SWOT – анализ для отстраивания от основных конкурентов.
- Выбор модели будущего бизнеса.
- Описание технологии
- Описание продукта
- Экономическая модель
- Маркетинговая концепция

Концепция – Инвестиционный этап

Концепция ЕСТЬ

Четкость целей

Средства достижения верно
подобраны

Высокая эффективность проекта

Рост, развитие, процветание

Концепции НЕТ

Размытость целей

Некорректные средства
достижения

Убыточность, неэффективность

Заккрытие предприятия

Управление клиникой

Стратегическое развитие

Миссия и ее значение.

Отвечает на вопрос: «Что мы хотим сделать?»

Видение.

Кем мы себя представляем через 1 год, 3 года, 5 - 10 лет.

Цели и задачи.

Основные реперы проекта.

Система сбалансированных показателей (BCS)

Это стратегический уровень

- ФИНАНСЫ
- КЛИЕНТЫ/ПАРТНЕРЫ
- ПРОЦЕССЫ
- РЕСУРСЫ/РАЗВИТИЕ

Стратегический уровень

Как мы должны удовлетворять все стороны, чтобы реализовать стратегию

Как мы должны преуспеть в финансах в глазах акционера

- ВИДЕНИЕ
- СТРАТЕГИЯ
- ФИНАНСЫ

- ВНУТРЕННИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

- ОБУЧЕНИЕ И РОСТ

- КЛИЕНТЫ

Как мы должны совершенствоваться и меняться, чтобы реализовать стратегию

В каких бизнес-процессах нужно достичь совершенства, чтобы удовлетворить заинтересованные стороны

□ EMC – Миссии нет

Безупречная вежливость и внимательность персонала, сервис высочайшего уровня.

□ Клиника функциональных нарушений

Способствовать здоровью, благополучию и высокому качеству жизни, на основе комплексного подхода и сотрудничества с ведущими российскими учеными.

□ ОАО Медицина

Оказание пациентам комплексной высокотехнологичной медицинской помощи на условиях партнерства и активного участия пациентов в принятии решений, касающихся здоровья и благополучия. Внедрение в российскую медицинскую практику лучших мировых методов лечения и диагностики для продления и улучшения качества жизни пациентов, в том числе с онкологическими заболеваниями.

□ Мейо клиник

Вселить надежду и внести свой вклад в здоровье и благополучие, обеспечивая наилучший уход каждому пациенту через комплексную личическую практику, образования и научные исследования.

РЫНОК



Основные показатели по рынку

- Состояние государственной и частной медицины
- Заболеваемость в регионе, где планируется клиника
- Актуальные и свободные ниши на рынке
- Стоимость медицинских услуг по направлениям
- Средний чек по клиентам СК
- Средний чек по физическим лицам
- Предпочтения клиентов в регионе
- Удовлетворенность пациентов клиниками и центрами.
- Емкость рынка платных медицинских услуг
- Кадровый ресурс, заработная плата врачей и среднего медперсонала – основных производителей медицинской услуги.
- Данные по выручке игроков рынка
- Предлагаемые на рынке продукты

Составляем структуру ЛПУ на рынке (Пример)

- По видам собственности:

- А. **Частные**

- Б. Государственные

- В. Федеральные центры

- По направлениям деятельности и организационной структуре:

- Многопрофильные медицинские центры

- **Узкопрофильные специализированные центры:**

- Реабилитация · Педиатрия · Вертебрология (проблемы позвоночника)

- **Неврология** (клиника одного доктора/клиника одной технологии)

- Пластическая хирургия и косметология.

- МРТ/КТ ·

- Лабораторное дело

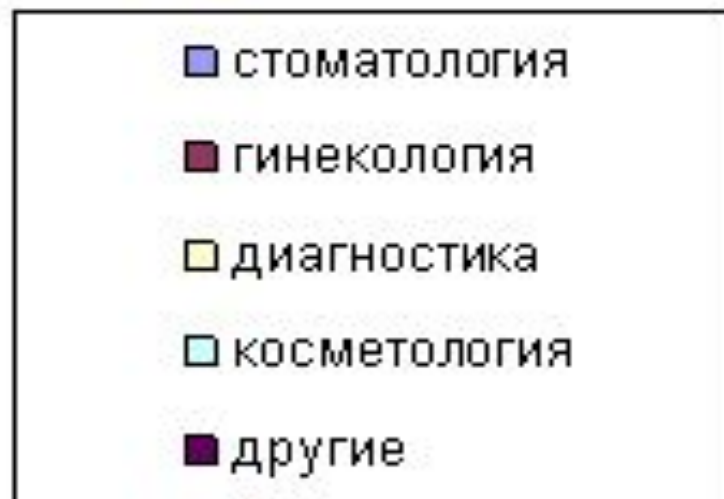
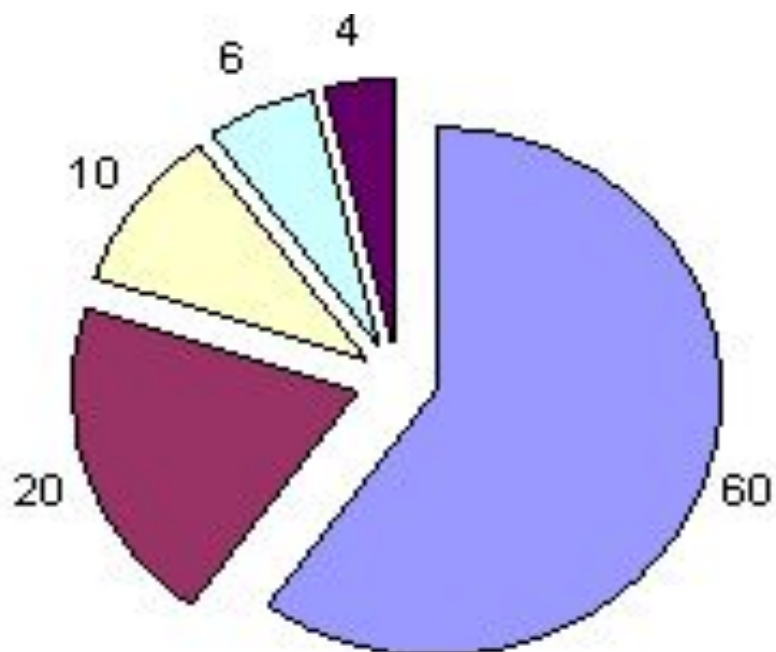
- По клиентским потокам и каналам продвижения:

- ОМС (только государственные учреждения) · ДМС (только один медицинский частный центр работает с СК) **Физические Лица**

Выводы по рынкам

РЕГИОН	НАСЕЛЕНИЕ	КОЛИЧЕСТВО КЛИНИК	ВЫВОДЫ
Москва	16 000 000	Более 1000	Высокая конкуренция
Нижний Новгород	1 267 000	Более 1000	Высокая конкуренция
Владивосток	606 653	746	Средняя конкуренция
Курск	443 000	341	Средняя конкуренция
Брянск	405 900	258	Низкая конкуренция

Сегменты рынка частной медицины РФ



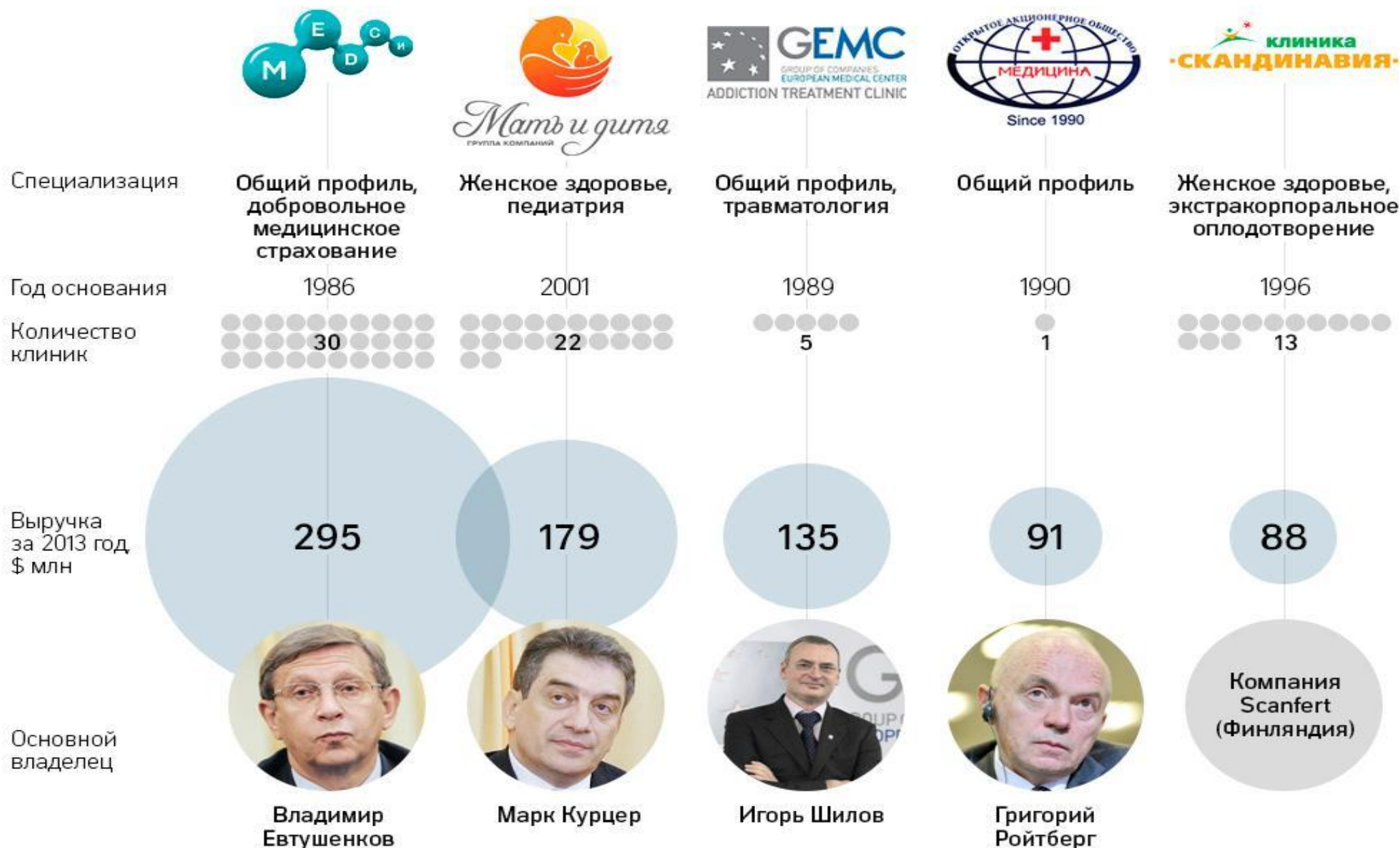
Рейтинг частных медицинских компаний

Бренд	Выручка в 2014 году, млн руб.	Рост выручки за год, %	Специализация	Оценка страховщиков*, баллы	Средний чек, руб.
МЕДСИ	9 767	4,3	Многопрофильные	4,6	7 542
«Инвитро»	8 800	Н/д	Лабораторные исследования, диагностика	4	4 514
Мать и Дитя	7 201	26,9	Акушерство, гинекология, педиатрия	2,3	Н/д
ЕМС	6 200	47,6	Многопрофильные	2,4	38 092
ЛДЦ МИБС	4 995	Н/д	Магнитно-резонансная томография	3,5	3 421
Будь здоров»	2 851	1,4	Многопрофильные	4	5 153
«СМ-Клиника»	2 735	27,3	Многопрофильные	2,8	10 640
MedSwiss	2 424	25,9	Многопрофильные	4,3	6 258
«Ава-Петер» и «Скандинавия»	2 400	14,3	Многопрофильные клиники и клиники репродукции	3,1	6 819
Euromed Group	2 000	17,7	Многопрофильные	2,8	6 597
Семейный доктор	1 897	18,4	Многопрофильные	3	7 333
Ниармедик	1 800	12,5	Многопрофильные	4,2	5 611

цена/качество», лояльность клиентов, оборудование и качество

персонала)

Крупнейшие российские коммерческие лечебные учреждения



КЛИЕНТ

Где
?



Кто
?



Как
?



Фокус и
притяжение



Кто Ваш клиент?

**Почему он должен прийти в Вашу клинику.
Может Вы заблуждаетесь, что Ваша клиника нужна рынку?**

Один из самых важных вопросов!!!

- Найдите ответ на вопрос: «**Кто Ваш клиент?**» Опишите своего будущего клиента.
- Далее: «**Где Вы возьмете этого клиента** после своего открытия?»
- Следующий вопрос: «**Как Вы его возьмете?** И как объяснить Вашему клиенту, что он должен к Вам прийти?»

Что для этого нужно?

□ КОНКУРЕН ТЫ



Не все игроки рынка – Ваши конкуренты

1. Составьте список всех компаний на рынке			2. Определите ключевых, прямых и косвенных конкурентов		
№	Название	Краткое описание	ключевой	прямой	косвенный
1	Компания 1		+	+	
2	Компания 2		+		+
3	Компания 3				+
4	Компания 4			+	
5	Компания 5		+	+	
6	Компания 6		+	+	

КАК ОПРЕДЕЛИТЬ КЛЮЧЕВЫХ КОНКУРЕНТОВ?

- ❑ **Ключевые конкуренты** – компании, действия которых могут значимо повлиять на Ваши продажи (как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения)
- ❑ **Прямые конкуренты** – компании, продающие **аналогичный товар** на аналогичном рынке и работающие с Вашей целевой аудиторией.
- ❑ **Косвенные конкуренты** – компании, продающие товар с другими характеристиками или абсолютно другой продукт, но работающие с Вашей целевой аудиторией.

Принципы и стратегия конкуренции

Существует только два варианта работы с конкурентами:
ЗАЩИТА И НАПАДЕНИЕ

4. Заполните матрицу на основе таблице выше		
	Прямые конкуренты	Косвенные конкуренты
Сильные	Компания 1 и Компания 5	Компания 2
Слабые	Компания 6 и Компания 4	Компания 3

5. Для каждого конкурента из таблицы подберите соответствующие стратегии		
	Прямые конкуренты	Косвенные конкуренты
Сильные	Данные конкуренты - угроза для бизнеса. Необходимы стратегии защиты текущих клиентов	Данные конкуренты - угроза для бизнеса. Необходимы стратегии защиты текущих клиентов
Слабые	Данные конкуренты - источники роста для бизнеса. Необходимы программы, направленные на привлечение клиентов этих компаний	Данные компании не представляют угрозы для бизнеса, действия данных игроков необходимо мониторить, но

Ценообразование

Конкуренция	Low-priced	Middle-priced	High-priced	Premium
Ваша Компания	+	+		
Конкурент А	+	+	+	
Конкурент Б		+		
Конкурент В		+		
Конкурент Г	+			
Конкурент Д	+	+	+	
Конкурент Е				+



SWOT- анализ

SWOT	Ваша Компания	Конкурент А	Конкурент Б
Сильные стороны			
Слабые стороны			
Возможности			
Угрозы			



Анализ конкурентов по Портеру (1 раз в 3-5 лет)

Этапы	Цели и задачи работы
Первый	Оценка потенциальных возможностей: подробное изучение преимуществ и слабых сторон конкурентов
Второй	Определение будущих целей: Что движет конкурентом? Ключевая мотивация?
Третий	Определение текущей стратегии: Что делает конкурент на рынке в настоящий момент и что он способен делать для увеличения прибыли?
Четвертый	Что думает конкурент: предположения конкурента о своем положении на рынке и об отрасли в целом
Пятый	Прогноз действий конкурента

Кто Ваш конкурент?

Простая методика анализа конкурентов (1 раз в год)

- ✓ Внутриотраслевая конкуренция.
- ✓ Составление **конкурентной карты** рынка.
- ✓ Выбор ключевых, косвенных и прямых конкурентов
- ✓ Сравнительный **анализ продуктового предложения** конкурентов.
- ✓ Сравнительный **анализ цен** .
- ✓ Сравнение **каналов продвижения**.
- ✓ Сравнительный анализ **целевой аудитории**.
- ✓ Сравнительный анализ используемых технологий, качества персонала и прочих ресурсов.
- ✓ Составление укрупненного сравнительного SWOT анализа конкурентов.
- ✓ **Анализ конкурентных преимуществ** предприятия.

SWOT - матрица

	СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)
ВН утр енн ие	СОБСТВЕННОЕ ЗДАНИЕ	СТРОИТЕЛЬСТВО С НУЛЯ
	ОПЫТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	ОТСУТСТВИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ
	ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	НЕТ КОМАНДЫ
	ДЕЛОВЫЕ СВЯЗИ В ПРОФСООБЩЕСТВЕ	ВНЕ ШАГОВОЙ ДОСУПНОСТИ
	НАЛИЧИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ	КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ НЕ ИДУТ НА ПОСТОЯННУЮ РАБОТУ
	ОПЫТ В МАРКЕТИНГЕ	ВЫСОКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ НАДО ОБУЧАТЬ
	ВОЗМОЖНОСТИ (O)	УГРОЗЫ (T)
ВН еш ни е	СПРОС НА МЕДУСЛУГИ В РЕГИОНЕ	СЕКТОР МЕДИЦИНЫ С РИСКОМ ВЫСОКИХ ОСЛОЖНЕНИЙ
	НЕТ СИЛЬНЫХ КОНКУРЕНТОВ	НЕБЛАГОПРИЯТНАЯ МАКРОЭКОНОМИКА
	ХОРОШАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА	РЫНОК БЫСТРО ОТКАЖЕТСЯ ОТ СЛАБОГО ПРОДУКТА
	ПОТРЕБНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ПРОДУКТЕ	КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ В ОТРАСЛИ
	МЕЖЛУНАРОДНОЕ ПАТНЕРСТВО	ВАЛЮТНЫЕ КОЛЕБАНИЯ И ВЫСОКАЯ СОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

□ ПАРТНЕ РЫ



Бизнес-модель

Для формирования модели бизнеса

Нужны **выводы** по рынку , **примеры** с рынка,
детальное изучение конкурентов

- Ваша идея начнет приобретать реальные формы
- Вы поймете **спрос**, и что является на рынке актуальным, и найдете **свободные ниши**
- Вы сможете точно понять и объяснить **каждому**, в чем будет Ваше **конкурентное преимущество** и Ваше отличие
- Знание рынка даст основу для генерации новых идей и укажет точные **вектора для Вашего бизнеса**

Основные составляющие бизнес-модели

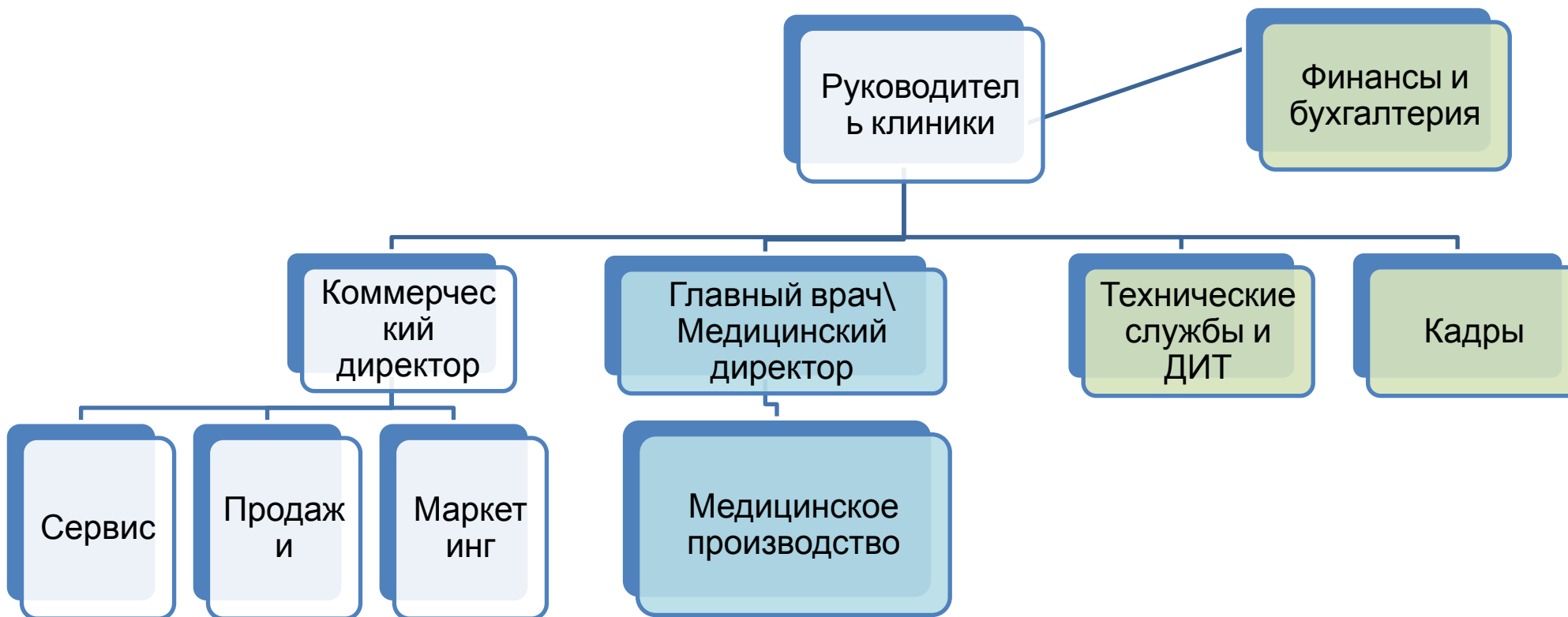
- Организационная
- Финансово-правовая
- Технологическая
- Экономическая (ФМК)
- Кадровая

ОРГСТРУКТУРА

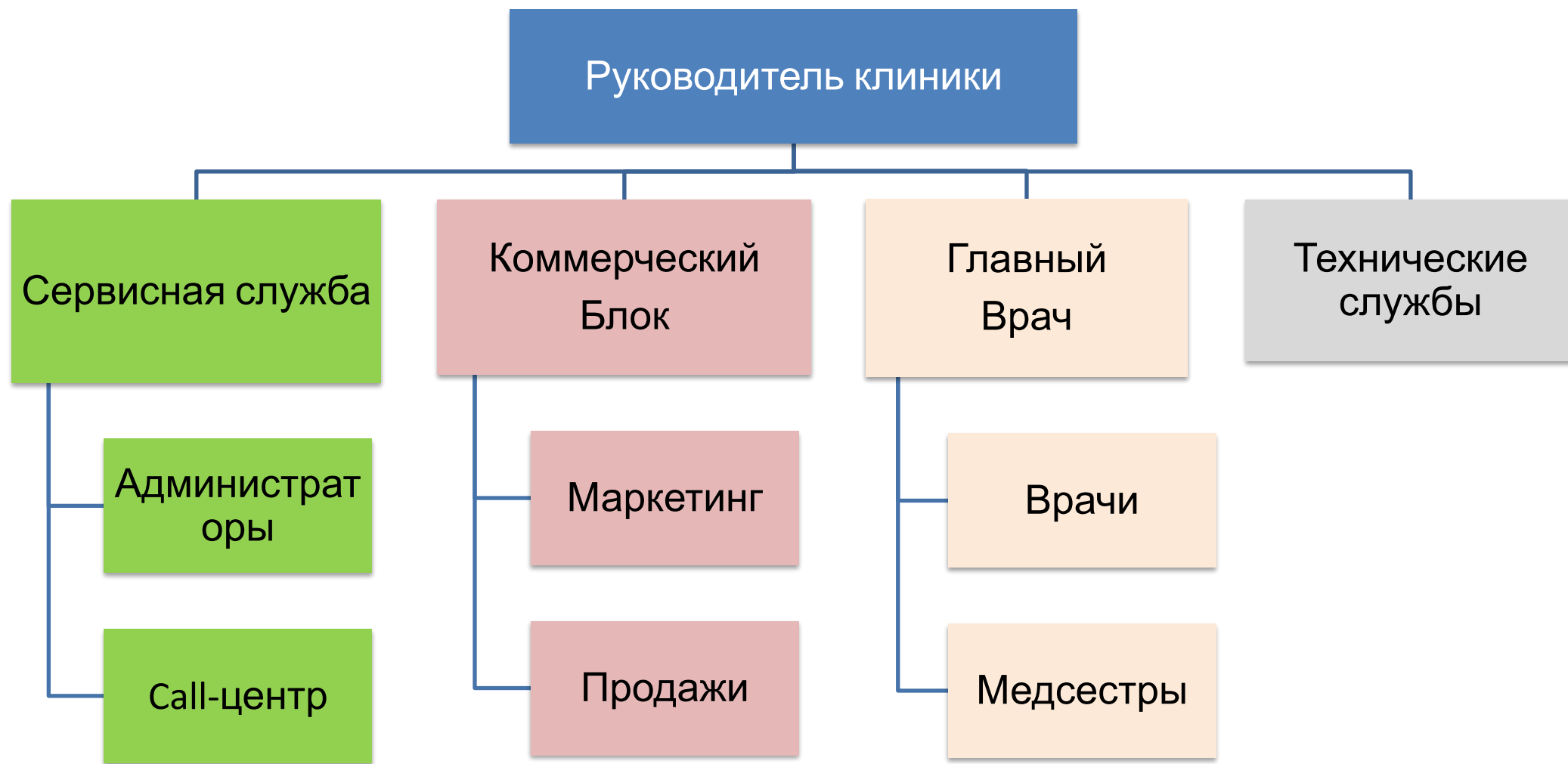
Структура ЛПУ – традиционная



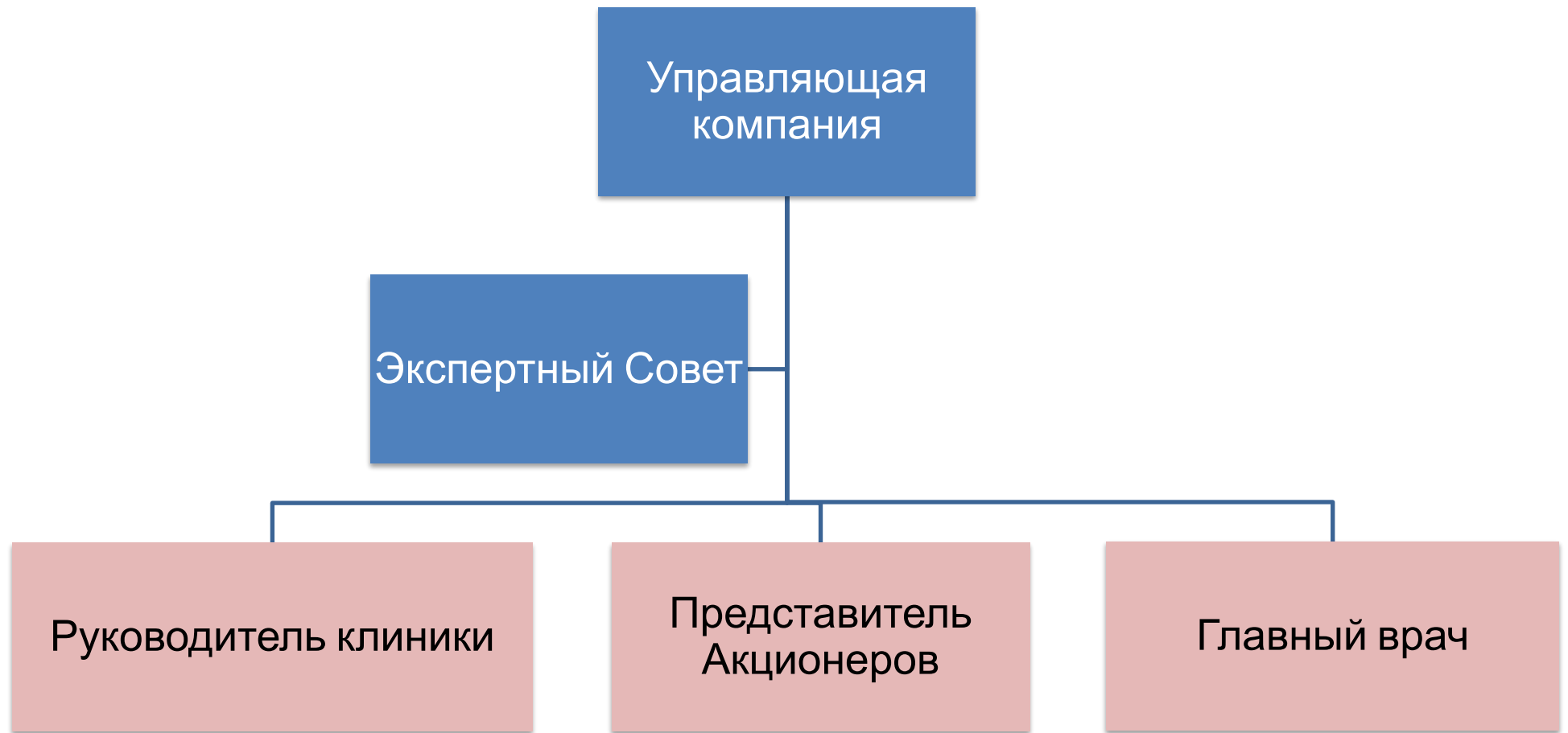
Структура ЛПУ – современная



Оргструктура рекомендуемая



Оргструктура компромиссная



Оргструктура – «скелет» клиники

Она может быть **эффективной и управляемой**

- Оргструктура – от слова **ОРГАНИЗОВЫВАТЬ**
- **Стандарты и регламенты** – и их выполнение
- Как внедрить акцию и правильно **оценить эффективность**
- **Обучение** медицинского персонала. Чему и Зачем?
- Как построить команду и научить **работать в системе**
- Зачем нужен **клиентский сервис** и что это такое

□ ТЕХНОЛОГ ИЯ



Продуктовая цепочка

- Продукт входа
- Up-sell
- Cross-sell
- Продукт удержания
- Продукт возврата

Продукт	Популярность	Cross	Up
Аллергология			
Гинекология			
Педиатрия			

Пример

Технология	Преимущества	Недостатки	Особенности
Гинекология	Наличие операционной и стационара	Отсутствие ЭКО	Наличие в технологии лазера CO2 и радиоволновой хирургии
Неврология	Врачи, имеющие несколько специальностей: Ман. Терапия/ Остеопатия/ИРТ/ кинезиология	Отсутствие МРТ. Отсутствие реабилитации	Наличие УВТ

**УРОЛОГИЧЕСКОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ
ХИРУРГИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ**

Амбулаторный цикл

Стационарный цикл

Воспалительные заболевания
Сексуальные нарушения
Функциональные нарушения

Ранняя диагностика
онкопатологии ПЖ

Заболевания
предстательной железы
(Аденомы ПЖ)

Мочекаменная болезнь

ЛЕЧЕНИЕ: Фарм.Физиотерапия.
Дневной стационар.
Реабилитация.

Скрининг. Профилактика.
Пункции и исключение
рака. Фармакотерапия

Исключение онкологии.
Операции - ТУР
Реабилитация.

Операции на мочевом
пузыре, мочеточниках и
лоханке почки.

ОБОРУДОВАНИЕ:

ОБОРУДОВАНИЕ:
.....

ОБОРУДОВАНИЕ

ОБОРУДОВАНИЕ:
.....

100% диагностическое и
лечебное **обеспечение** в
проекте.

**90% обеспечение в
проекте**

99% обеспечение

100% обеспечение

Договор с гос. клиникой на
объемные операции по
онкологии

Договор на гистологические
исследования материала
после операции

Договор о научном, методическом
сотрудничестве с ведущими
урологическими клиниками

Финансовая модель компании (ФМК)

Для этого необходимо знать:

- Структуру Инвестиций
- Принципы формирования доходной части
- Структуру расходов по всем статьям

Инвестиции

- Разработка концепции
- Проектные расходы
- Ремонт помещения
- Автоматизация процессов
- Лицензирование
- Закупка оборудования
- Заказ мебели
- Оргтехника и рабочие места
- Брендинг проекта
- Прочие расходы на инвестиционном этапе

Принцип формирования доходов

Что надо знать и использовать:

- Порядок ценообразования своих услуг.
- Правильно сформированный Прейскурант : приемы, манипуляции, программы.
- Количество кабинетов и рабочих мест.
- Рост загрузки центра по годам.
- Режим работы центра.
- Длительность приемов одного пациента по разным кабинетам.

Доходы

Показатели для расчета:

- Ценообразование своих услуг
- Состав услуги (*приемы, манипуляции, программы*)
 - Количество кабинетов и штатный состав
 - Рост загрузки центра по годам
 - Режим работы центра
 - Длительность приема

КАБИНЕТЫ	Штат	Ср. Чек	Длит-ть приема	Кол-во приемов	Выручка 100% / день	Выручка - 100% / мес	Выручка 100% загрузка/ год
Кабинет врача /травматолога -16 часов	2	1500	30	32	48 000	1 152 000	11 059 200
Кабинет детского травматолога	2	1500	60	16	24 000	576 000	5 529 100

Расходы клиники

ЭТО Важно!!!

На стадии бизнес- планирования лучше **зависить расходы и запланировать самую низкую загрузку,** чтобы избежать разочарований.

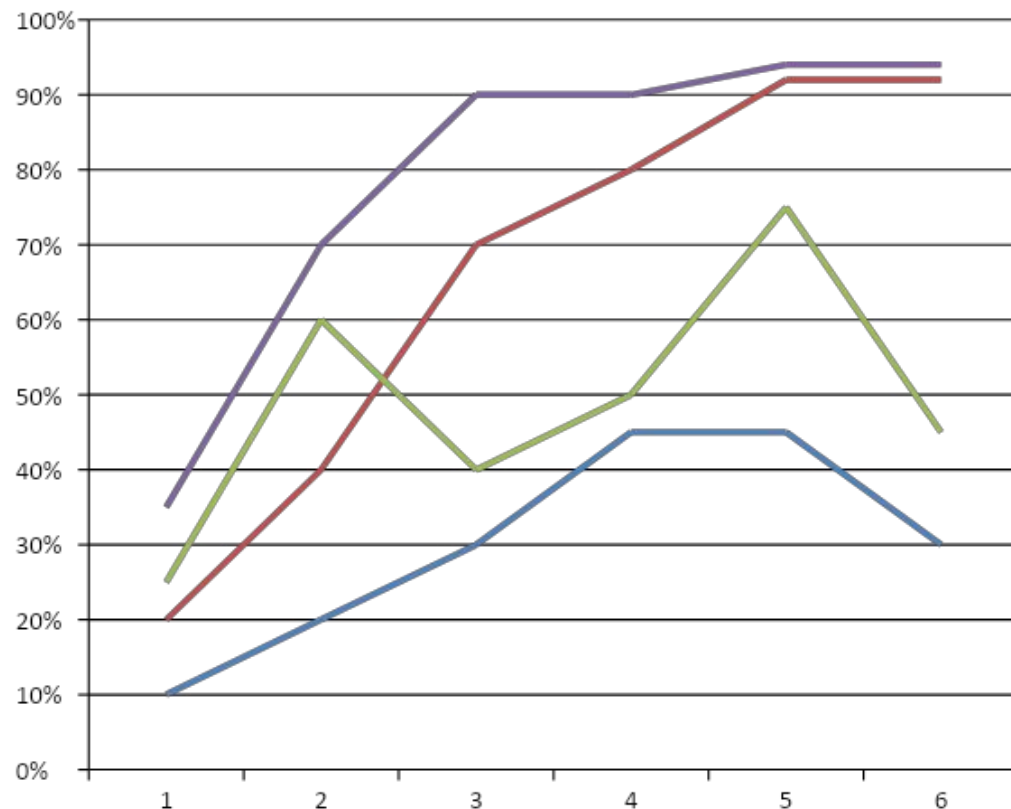
- Производственные затраты: 5-10-20%.
- Аутсорсинг.
- ФОТ и Налоги на ФОТ: 35-50%
- Эксплуатационные расходы + Коммунальные платежи или Аренда : 20%
- Расходы на ИТ и связь.
- Расходы на маркетинг и рекламу: 10-5-3%
- Амортизация.
- Функциональные расходы: 2-3%.
- Бизнес-администрирование: 2-3%
- Проценты по кредиту.

ИНВЕСТИЦИИ	Сумма, \$	Сумма, руб			
Проект, медицинская технология	4 200	315 000			
Разработка концепции	5 000	375 000			
Ремонт, СМР клиники	180 000	13 500 000			
Информационная программа - 20 рабочих мест	6 000	450 000			
Инженерное оборудование , (по проекту)	18 000	1 350 000			
Дизайн-проект	2 000	150 000			
Лицензирование (СЭЗ + лицензия)	4 000	300 000			
Мебель медицинская и офисная	28 456	2 134 200			
Оргтехника на 20 рабочих мест (медперсонал+АУП)	7 120	534 000			
Сайт с поддержкой и продвижением до открытия	3 000	225 000			
Оборудование (в т.ч. Лабораторное = 122 000 дол)	488 000	36 600 000			
Инвестиционная стадия - 4мес	13 000	975 000			
ИТОГО ИНВЕСТИЦИИ, \$/руб	758 776	56 908 200			
			25%	40%	70%
Выручка по хирургии	2 690 000,00р.	672 500	1 076 000	1 883 000	2 152 000
Основная выручка клиники	94 040 000,00р.				
Дополнительная выручка	1 872 000,00р.	468 000	748 800	1 310 400	1 497 600
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА, руб	98 602 000,00р.				

		25%	40%	70%	80%	
Выручка по хирургии	2 630 000,00р.	672 500	1 076 000	1 883 000	2 152 000	
Основная выручка клиники	94 040 000,00р.					
Дополнительная выручка	1 872 000,00р.	468 000	748 800	1 310 400	1 497 600	
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА, руб	98 602 000,00р.					
ТЕКУЩАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (РУБ.)	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Загрузка	25%	40%	70%	80%	80%	80%
Основная выручка, руб	23 510 000	37 616 000	65 828 000	78 881 600	82 825 680	82 825 680
Выручка по хирургии	672 500	1 076 000	1 883 000	2 152 000	0	0
Дополнительная выручка	468 000	748 800	1 310 400	1 497 600	1 497 600	1 497 600
						0
ЧИСТАЯ ВЫРУЧКА	23 978 000	38 364 800	67 138 400	80 379 200	84 323 280	84 323 280
РАСХОДЫ						0
						0
Производственные затраты по хирургии (10%)	67 250	107 600	188 300	188 300	215 200	215 200
Прочие производственные расходы	1 165 275	1 864 440	3 262 770	3 911 360	4 216 164	4 216 164
Эксплуатационные расходы	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Коммунальные + связь:	600 000	600 000	600 000	600 000	660 000	660 000
						0
ФОТ медицинский с налогами на ФОТ	21 638 400	30 912 000	32 457 600	34 080 480	35 784 504	35 784 504
Расходы на IT и связь	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Расходы на рекламу и маркетинг	4 702 000	3 761 600	4 607 960	3 944 080	2 484 770	2 484 770
Расходы на бизнес-администрирование	470 200	752 320	1 316 560	1 577 632	1 656 514	1 656 514
Расходы на функциональную деятельность	470 200	752 320	1 316 560	1 577 632	1 656 514	1 656 514
Амортизация						0
Прочие расходы по текущей деятельности	117 550	188 080	329 140	394 408	414 128	414 128
ВСЕГО РАСХОДЫ	31 630 875	41 338 360	46 478 890	48 673 892	49 487 794	49 487 794
Финрез 1	-7 652 875	-2 973 560	20 659 510	31 705 308	34 835 486	34 835 486
	-32%	-8%	31%	39%	41%	41%
Дисконтированный CF (d=20%)	-6 658 001	-2 476 975	14 337 700	18 325 668	16 790 704	16 790 704
Финрез 2 (после учета инвестиций)	-63 566 201	-66 043 177	-51 705 477	-33 379 809	-16 589 105	201 600
Приведенная стоимость за 4 года при d=20%						16 790 704
NPV						
Окупаемость проекта (дисконтированный срок)						5 лет
Выводы:	1. Расходы взяты максимальные 2. Индексация ФОТ и он на 20% выше рынка 3. Выручка по лаборатории из расчета 500 анализов в день 4. Выручка по операционному блоку - на 50% загрузке одной смены.					
ОБЩАЯ ВЫРУЧКА, руб (без допвыручки)	23 978 000	38 364 800	67 138 400	80 379 200	84 323 280	
ФОТ с налогами на ФОТ	21 638 400	30 912 000	32 457 600	34 080 480	35 784 504	
% ФОТ от выручки по годам	90%	81%	48%	42%	42%	

Варианты развития бизнеса

Годы	1	2	3	4	5	6
Рост выручки	10%	20%	30%	45%	45%	30%
Рост выручки	20%	40%	70%	80%	90%	90%
Рост выручки	25%	60%	40%	50%	75%	45%
Рост выручки	35%	70%	90%	90%	90%	90%



финансовая модель компании

Почему-то зачастую считается признаком молодецкой удали – не просчитать проект перед его запуском

ТБУ – Точка безубыточности



Что дает

- Увидеть , в какой момент времени могут быть **кассовые разрывы**
- Влияние разных экономических условий на бизнес
- Увидеть показатели эффективности при разных прогнозах

Главное:

если происходит «То-то»,
то мы реагируем «Так-то»

Для чего? И Зачем?

- Мощнейший инструмент для наведения и поддержания порядка в компании
- Должен же собственник понимать, куда движется его бизнес, что вообще с ним происходит.



Отчеты владельцу КОМПАНИИ – 1 раз в месяц

1. Коэффициент текущей ликвидности – Характеристика степени устойчивости компании. Он ≥ 1 . От 1 до 2.
2. Темпы роста доходов и темпы роста расходов
3. Структура прибыли
4. Рентабельность реализованной продукции
5. Рентабельность продаж
6. Рентабельность собственного капитала
7. Рентабельность персонала

ГОТОВЫЙ БИЗНЕС-ПЛАН, КОТОРЫЙ ВЫ СМОЖЕТЕ РЕАЛИЗОВАТЬ САМИ ИЛИ С НАШЕЙ ПОМОЩЬЮ

БИЗНЕС-ПЛАН КЛИНИКИ



ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

- КОНКУРЕНТЫ
- СВОБОДНЫЕ НИШИ
- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И
- ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КЛИНИКИ
- КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

- СЕГМЕНТ РЫНКА
- ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЦЕННОСТИ
- СТРАТЕГИЯ РОСТА
- КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ
- МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ПРИБЫЛИ
- ОКУПАЕМОСТЬ

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- ВЫБОР СТРАТЕГИИ
- ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА
- УНИКАЛЬНЫЕ ОТЛИЧИЯ
- ФОКУСНАЯ РЕКЛАМА

МЕДИЦИНСКИЙ МАРКЕТИНГ

- РАЗРАБОТКА НАЗВАНИЯ
- ЛОГОТИП И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
- МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН
- ПРОДВИЖЕНИЕ КЛИНИКИ

СОПРОВОЖДЕНИЕ НА ЭТАПАХ РЕАЛИЗАЦИИ

- ДЕТАЛЬНАЯ ПРОРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА
- ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ
- ЕДИНАЯ КОМАНДА ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ
- ЭКОНОМИЯ БЮДЖЕТА И СРОКОВ

Бизнес-модель



Это **ПРАВИЛА ИГРЫ** на рынке.

Это четкое понимание, как бизнес будет **зарабатывать**
и как будет **тратить**

Ключевые партнеры



Ключевые виды деятельности



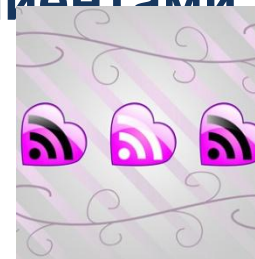
Ключевые ресурсы



Ценностные предложения



Взаимоотношения с клиентами



Каналы сбыта



Потребительские сегменты



Структура издержек



Потоки доходов



9

- Ценностное предложение
- Целевая аудитория
- Каналы сбыта
- Взаимоотношения с клиентами
- Поток доходов
- Ключевые ресурсы
- Ключевые виды деятельности
- Поток доходов
- Структура издержек

Ценностные предложения

ЦП – это совокупность преимуществ, которые компания предлагает потребителю

- ✓ Какие **проблемы** помогаем решить?
- ✓ Какие **потребности** удовлетворяем?
- ✓ Какой **набор товаров и услуг** предлагаем?

- Новизна
- Эффективность
- Индивидуальный заказ
- Цена
- Безопасность
- Информационная доступность
- Лечение + образование
- Дизайн
- Бренд/Статус
- Низкие затраты
- Доступность
- Удобство

Конкурентное преимущество и ЦЕННОСТЬ

- Лучше, чем у конкурентов
- 19%

- Клиентский сервис
- 69%

- Технологичность

**Устойчивое
конкурентное
преимущество**

- Устойчивость
- 29%

- Репутация
- 34%

Уникальное торговое предложение (УТП)

1. **Безопасность лечения**, в отличие от лекарственной терапии.
2. **Нет побочных явлений.**
3. Общее самочувствие пациента не страдает, **наличие бодрости** после сеансов лечения.
4. Воздействие препаратов **регуляторное.**
5. Наши методики **более результативны**, чем фармакотерапия
6. Работаем **командой** (КОНСИЛИУМ)
7. Пациент как **целостная система**:
8. **Объективизируем** полученный результат.
9. Наши методики могут быть **альтернативой операциям и таблеткам.**
10. Клиника для взрослых и детей – **семейная**
11. Минимальное количество **визитов за курс – 3-4**

КЛИЕНТ

Где
?



Кто
?



Как
?



Фокус и
притяжение



Клиенты не приходят просто так!!!

Научитесь работать со своим клиентом

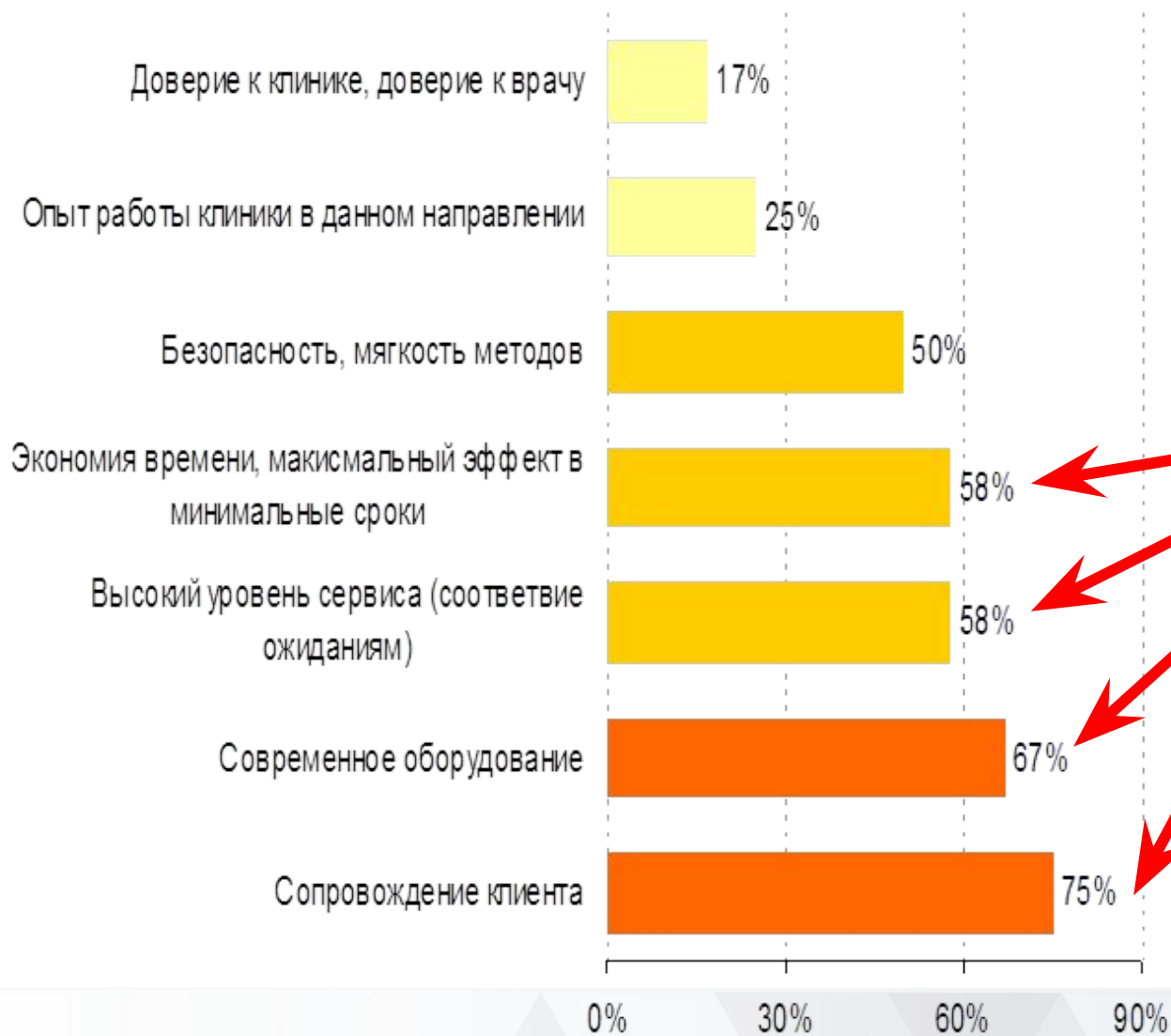
**Каждая целевая аудитория имеет свои особенные
требования**

- Премиальный/бизнес/эконом-сегмент
- Предпочтения** клиента в разных ценовых сегментах
- Физические лица (пол, возраст, семья)
- Страховые компании
- Корпоративный клиент

Освойте специфику **СВОЕЙ** аудитории

Выберите **АЛОГОРИТМЫ** работы с ней

Премиум - аудитория



VIP-пациенты
оценивают клинику
по понятным для
себя, «ВИДИМЫМ» и
«ОЩУТИМЫМ»
критериям –

□ Каналы сбыта – что более выгодно?

КАНАЛЫ СБЫТА	
ПАРТНЕРСКИЕ	СОБСТВЕННЫЕ
Агентские сети	
Интернет	
Партнеры: СК, клиники, аптеки, лаборатории	
Собственные сети	

ЭТАПЫ СБЫТА				
1. Информационный	2. Оценочный	3. Продажный	4. Доставка	5. Постпродажный
Как повышаем осведомленность потребителя о продукте	Как оцениваем для клиента нашу ценность?	Процесс продажи	Как доставим ценность	Как обеспечим постпродажное обслуживание

□ Взаимоотношения с клиентами

- Какие отношения установлены?
- Каких расходов они требуют?
- Как они интегрированы в общую бизнес-модель?

Основные мотивы:

- **Приобретение
пациентов**
- **Удержание
пациентов**
- **Увеличение
продаж**

Типы взаимоотношений:

- Персональная поддержка
- Особая персональная поддержка
- Самообслуживание
- Автоматизированное обслуживание
- Сообщества
- Кооперация с пациентами для создания ценности

Потоки доходов

Прибыль от каждого потребительского

Разовые
сделки

сегмента

Регулярный
доход

- ✓ За что клиенты готовы платить
- ✓ За что они платят сегодня
- ✓ Каким образом платят
- ✓ Какую часть прибыли приносит каждый поток

Каждый поток доходов имеет свой механизм ценообразования

МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ФИКСИРОВАННЫЕ ЦЕНЫ

по прайс-листу

СВОБОДНЫЕ ЦЕНЫ

условия

влияют

на

□ Ключевые ресурсы

Материальные

- Оборудование
- Помещение

Человеческие

- Врачи
- Администраторы
- Средний персонал

Информационные

- МИС
- Корпоративная почта
- Интернет, Сайт

Интеллектуальные

- Торговые марки,
- Бренд,
- Патенты, Авторские права

Финансовые

- Достаточность инвестиций
- Риски кассовых разрывов
- Обеспеченность зарплатных выплат

Ключевые виды деятельности

- **Производство медицинской услуги** определенного качества:
 - Прием пациента
 - Диагностика
 - Лечение
 - Профилактика
 - Реабилитация и восстановление
- **Работа с претензиями** пациентов
- **Клиентский сервис**
- **Экспертиза качества** медицинской помощи

□ Ключевые партнеры

Мотивы создания партнерских отношений:

- Основные поставщики
- Экономия в сфере производства услуги (лаборатория)
- Снижение риска в конкурентной среде (хирургический стационар, ВМП)
- Совместная деятельность



Структура издержек

Минимизировать издержки следует в любой бизнес-модели.

Бизнес-модель по структуре издержек:

Преимущественное
внимание к ИЗДЕРЖКАМ

Преимущественное
внимание к ЦЕННОСТИ

Бизнес-модель



Это больше, чем модель,
т.к. построенная **команда** при неудаче не развалится,
а перестроится и продолжит **ПУТЬ**

Ключевые факторы успеха клиники

- **Управление экономикой** предприятия в режиме реального времени
- Наличие **ключевых показателей/параметров** экономической эффективности клиники
- **Конкурентный продукт/технология**
- **Конкурентные преимущества** именно Вашей клиники.
- **Клиентский сервис**
- **Качество** медицинской помощи
- **Автоматизация процессов**
- **Партнерские программы**
- **Дополнительные виды бизнеса**, дающие синергию

Кадровые ресурсы

I. Система материальной мотивации

- Создание системы премирования,
- Распределение окладов и социальных пакетов в зависимости от **ценности сотрудника** для данной организации с точки зрения бизнес-целей и функционала должности.
- Бонусная система.
- Льготное медицинское обслуживание в клинике для себя и членов семьи.

Кадровые

ресурсы

II. Система нематериальной мотивации.

- Система профессионального обучения и развития;
- Система карьерного роста;
- Усиление корпоративной культуры включает в себя систему норм и ценностей, прописанных в специальных документах (меморандум, концепция, кредо и пр.)

III. Система персональной ответственности и контроля.

Целью создания такой системы является фокусировка работы каждого сотрудника на цели компании, что позволяет классифицировать и оценивать сотрудников по их месту и важности в компании -

ЧЕРЕЗ ФУНКЦИОНАЛЬНУЮ ОРГСТРУКТУРУ


МЕДИЦИНСКАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА

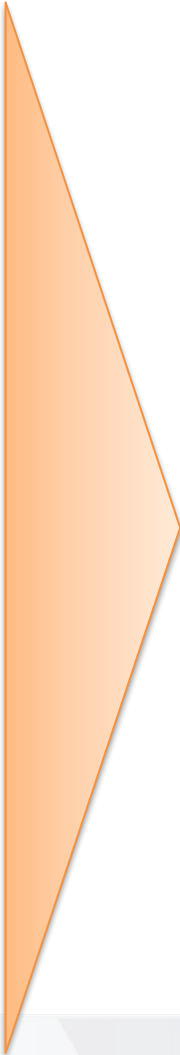
МИС сегодня

- Медиалог
- Инфоклиника
- 1С Медицина
- Polibase
- ПикоМедицина
- MedWork
- Robomed
- Cortex
- Интерин

Критерии для сравнения МИС



- 
- Управление
 - Контроль финансов
 - Удобство для пользователя


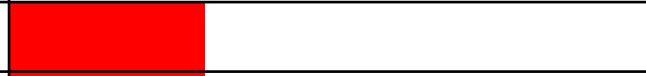


- 
- Состав базового модуля
 - Стоимость лицензии
 - Стоимость внедрения
 - Стоимость сопровождения
 - Стоимость на 30 АРМов / Стоимость одного рабочего места
 - Возможность управлять системными настройками
 - Поддержка CRM
 - Поддержка call-центра
 - Поддержка процессного подхода
 - Встроенный лабораторный модуль
 - Интеграция с внешними ЛИС
 - Он-лайн сервисы
 - Стандарты диагностики, лечения, клинические протоколы

Почему ПикоМедицина?

• Лицензия

	всего	на 1 место	
ПикоМедицина	700 000,00	23 300,00	
Инфоклиника	900 000,00	30 000,00	
MedWork	600 000,00	20 000,00	
Медиалог	1 410 000,00	47 000,00	
1С	470 000,00	15 700,00	
RoboMed	предоставляется на условии ежемесячной аренды по цене 62 400,00 в месяц		






• Внедрение

	всего	на 1 место	
ПикоМедицина	255 000,00	8 500,00	
Инфоклиника	н/д	н/д	
MedWork	390 000,00	13 000,00	
Медиалог	390 000,00	13 000,00	
1С	1 200 000,00	40 000,00	
RoboMed	входит в стоимость месячной аренды		

• Стоимость доработок

	всего	на 1 место	на 1 анализ
ПикоМедицина	50 000,00	1 700,00	1,46
Инфоклиника	68 640,00 – 205 920,00	2 288,00- 6 864,00	2,00-6,00
MedWork	100 000,00	3 300,00	2,91
Медиалог	343 200,00	11 400,00	10,00
1С - лаборатория – н/д			
RoboMed 300 руб./месяц	6 840,00	228,00	0,20

• Обслуживание

	в год	за 1 месяц	
ПикоМедицина	45 000,00	3 750,00	
Инфоклиника	225 000,00	18 700,00	
MedWork	72 000,00	6 000,00	
Медиалог	211 500,00	17 600,00	
1С	43 200,00	3 600,00	
RoboMed	входит в стоимость месячной аренды		

Преимущества МИС

- Простота использования и обучения
- Сроки внедрения
- Несложное внедрение
- Скорость обучения
- Скорость работы пользователей
- Эргономичный интерфейс
- Минимизация человеческого фактора
- Поддержка процессного подхода
- Стоимость программы
- Работа с большими массивами информации

«Секрет» при выборе МИС



Дизайн

Как сэкономить деньги на старте проекта?

Нужно ли экономить на предпроектной разработке?

- Лучше этого не делать. Это поможет избежать ошибок, затем переделок, что в результате увеличит сроки и бюджет.

Зачем тратить деньги на проект, может, врач скажет где поставить розетки?

- Два варианта, имеющих право на жизнь.
- Врач не знает до конца всех особенностей и может основывать свое решение, исходя только из собственного опыта.
- Проектировщик имеет разнообразный опыт, что дает возможность ему самому давать советы врачу. Один проектировщик без врача, также, несостоятелен.

Управление проектом: по науке или «на коленке». На что влияет?

- В итоге, влияет на конечный экономический результат.

Как сэкономить на закупке медицинского оборудования?

Если скромный бюджет, делать ли рекламу?

Вашему бизнесу нужен проект?

Проект медицинской технологии :

- **Эскизный проект. Зонирование.**
- Объемно-планировочные решения.
- **Расстановка оборудования, мебели.**
- Проекты медицинского газоснабжения.
- Проекты рентгензащиты.
- Проект «чистых помещений»

Общее проектирование:

- **Инженерные проекты** и Рабочая документация , которые делаются на основании Медицинской ТХ (ЭО, ОВИК, ВК, СКС, СКУД, Мультимедиа, Сигнализация, пр.)
- **Дизайн-проект** (Интерьеры, колористика, отделочные материалы, выбор мебели медицинской и немедицинской, выбор оконечных устройств)

**Найти правильное помещение под клинику
и место его расположения.**

Правило 4P:

- Place**
- Product**
- Price**
- Promotion**

С чего начинаем проект?

1. Осмотр помещения вместе с проектной компанией
2. Медицинская программа.
3. Техническое задание для проектной компании.
4. Спецификация оборудования.

1. Входная группа помещений

Наименование помещения	КОЛ-ВО	пл. ед. (м ²)	пл. сумм. (м ²)
Помещение охраны	1	12	12
Вестибюль	1	40	40
Гардеробная уличной одежды посетителей	1	8	8
Регистратура	1	12	12
Санузел для посетителей	1	6	6
Санузел для посетителей	1	5	5
Санузел для инвалидов	1	5	5
Киоск аптечный	1	12	12
Помещение хранения медикаментов	1	8	8
Итого			108

2. Лечебно-диагностическое отделение

2.1. Рентгениагностический кабинет

№/№	Наименование помещения	КОЛ-ВО	пл. ед. (м ²)	пл. сумм. (м ²)
2.1.1	Комната управления	1	10	10
2.1.2	Кабинет врача-рентгенолога –	1	12	12
2.1.3	Процедурная рентгениагностическая с телеуправляемым штативом и маммографическим аппаратом -	1	30	30
2.1.4	Санузел для больных –	1	3	3
	Итого			55

Техническое задание

На проектирование клиники по адресу:

1. Общие положения.

- 1.1. Основные цели создания объекта
- 1.2. Предоставляемые услуги – бизнес процессы
- 1.3. Дополнительные виды бизнеса:
- 1.4. Общая площадь, составит **4500 кв.м.**
Полезная площадь составит около **2470 кв.м.**

2. Структура служб объекта.

- 2.1. Функциональные подразделения объекта
- 2.2. Помещения, необходимые для размещения служб
- 2.3. Режим работы и штатный состав

Часы работы: 8.00-21.00

Врачебный персонал ед.

Средний мед. персонал – ед.

Санитарки –ед.

Административно-хозяйственный персонал –ед.

Техническое задание

2.4. Пропускная способность

2.5. Логистика пациентов и персонала

3. Требования к помещениям.

3.1. Составные части каждого помещения,
планировка, входы, выходы.

4. Инженерные системы

5. Автоматизация и диспетчеризация.

6. Связь и сигнализация.

7. Пожарная и охранная сигнализация.

8. Система контроля доступа.

9. Система утилизации отходов.

10. Требования к помещениям
для работы с ПЭВМ.

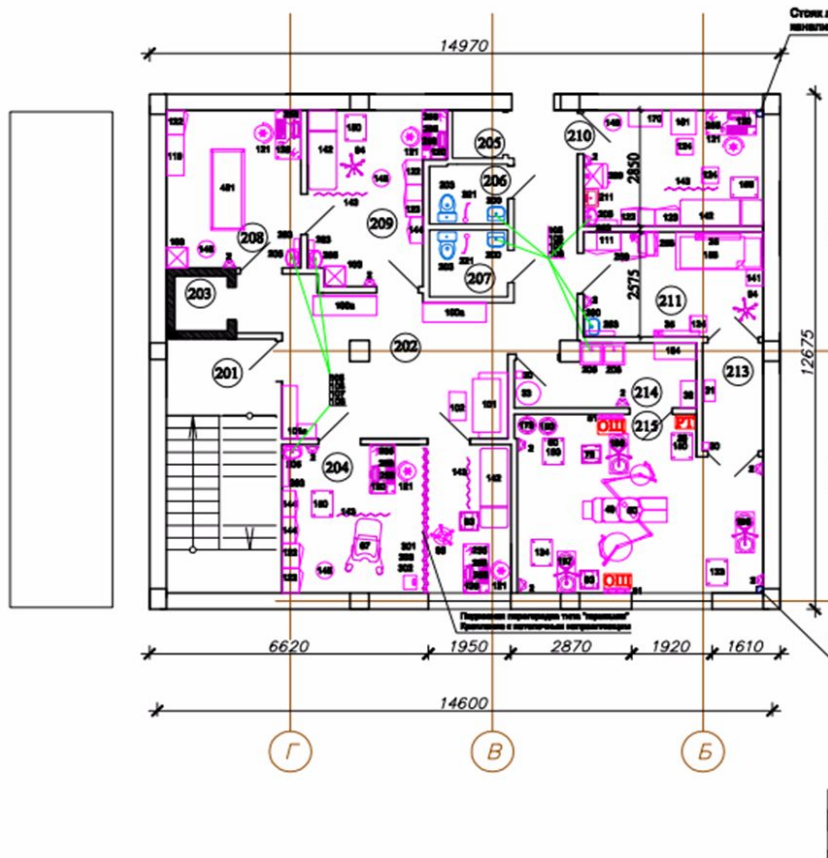
На что влияет медицинская технология в будущей работе?

- Функциональность
- Интенсификация труда
- Выручка
- Средний чек
- Результативность

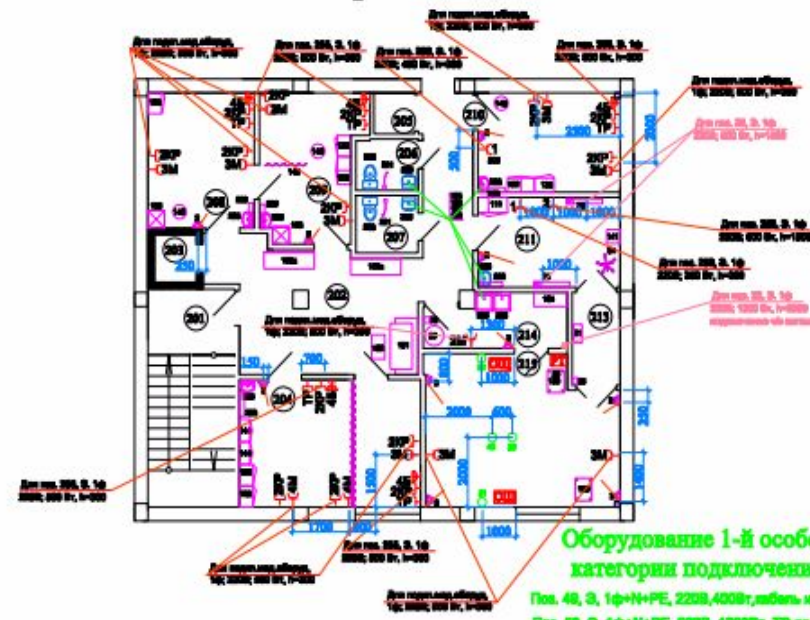
Проектная команда: Технологи и дизайнеры



План расстановки технологического оборудования 2 этаж
M1:100



План-задание по инженерным сетям ЭО и СС 2 этажа



Условные обозначения:

- ⌘ - электрическая розетка 380В, 3ф+N+PE
- 35 № - блок силовых эл.розеток 800 Вт, обеспечивающих 1 рабочее компьютерное место, 1ф+N+PE, цифра - количество розеток в блоке, высота установки 300 мм от у.ч.л.
- 4M < - блок силовых эл.розеток 350 Вт, обеспечивающих работу медицинского оборудования, 1ф+N+PE, цифра - количество розеток в блоке, высота установки 300 мм от у.ч.л.
- TV > - телевизионная розетка
- TR > - телефонная розетка
- PC > - компьютерная розетка RJ-45, цифра - количество розеток в блоке

Оборудование 1-й особой категории подключения

Пом. 48, 3, 1ф+N+PE, 220В, 400Вт, кабель на пол 1,5м
 Пом. 30, 3, 1ф+N+PE, 220В, 1000Вт, ТЗ проложить под потолком данного этажа, оставая кабель 1,5 м
 Пом. 31, 3, 1ф+N+PE, 220В, 3000Вт, кабель 1,5 м на пол (стена); 6 розетки 220В, 2 розетки С2, N=1800 мм

№ пом.	Назначение
201	Лестничная клетка
202	Холл
203	Подъемник
204	Смотровой кабинет виноколова с
205	Подъемник врубоя
206	Санузел
207	Санузел
208	Кабинет массажа, мануальной те
209	Кабинет брана
210	Кабинет забора крови
211	Палата однаместная для временн пребывания пациента после опер
213	Шлюз
214	Предоперационная
215	Малая операционная

Оборудование 1-й кат. ПОДКЛЮЧЕНИЯ

Пом. 35, 3, 1ф+N+PE, 220В, 500Вт, и: 4 розетки 220В, 2 розетки С2, люмин лампа дневного света, лампа ночной

Пом. 32, 3, 1ф+N+PE, 220В, 1300Вт, 1 автомат, генератор конденсатора и

ИМ.		ИМТ		ИМД		ИМД		ИМД		ИМД		ИМД		ИМД	
Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.	Ген. дир.	Пом. М.М.
Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.	Исполн.	Исполн. С.А.
Заказчик: ООО "Аристар"												Стр. Р			
г. Благовещенск, Осицкий бульвар, 2															
Медицинский центр															
План-задание по инженерным сетям ЭО и СС 2 этажа М1:100															

Архитектура фасадов клиники

**Какого эффекта можно добиться от помещения
в профессиональном исполнении**



Дизайн фасадов



Дизайн фасадов



Дизайн фасадов





Дизайн интерьеров

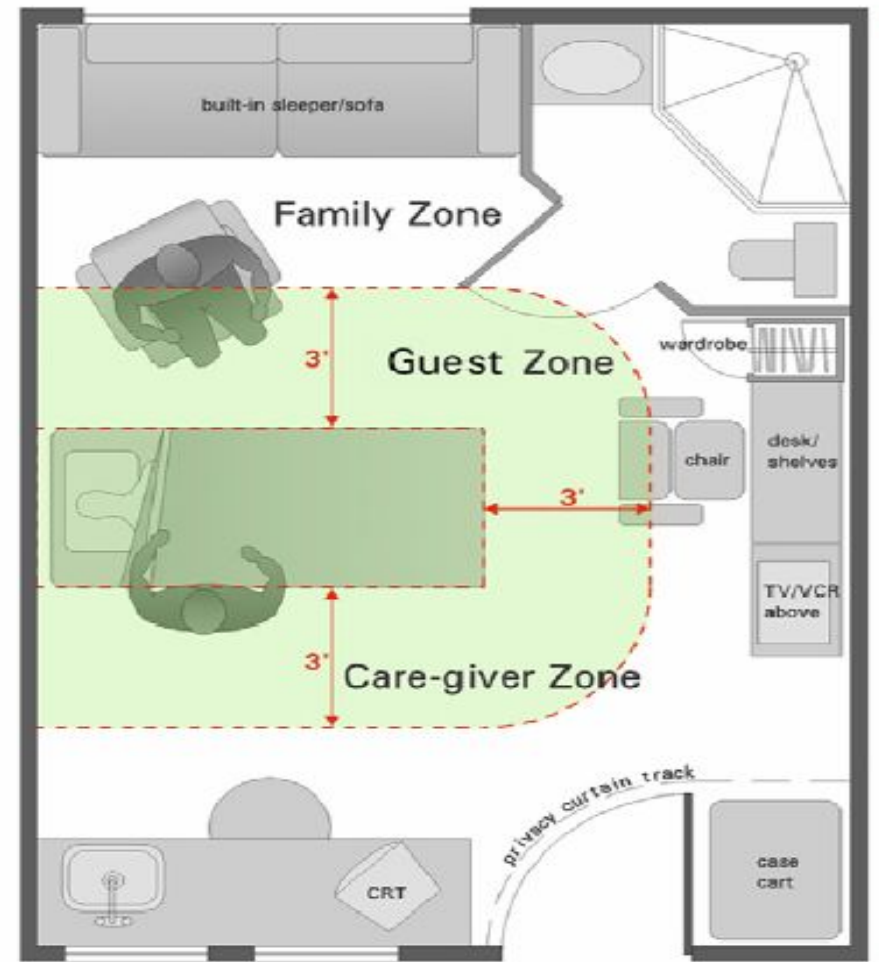








- Достаточное **рабочее пространство** вокруг кровати
- **Близость туалета** к кровати
- **Зона для посетителей**
- Увеличение % естественного освещения
- **Отсутствие препятствий** для движения пациента на кресле-каталке
- Место для **обработки рук** персонала



Typical Patient Room Layout

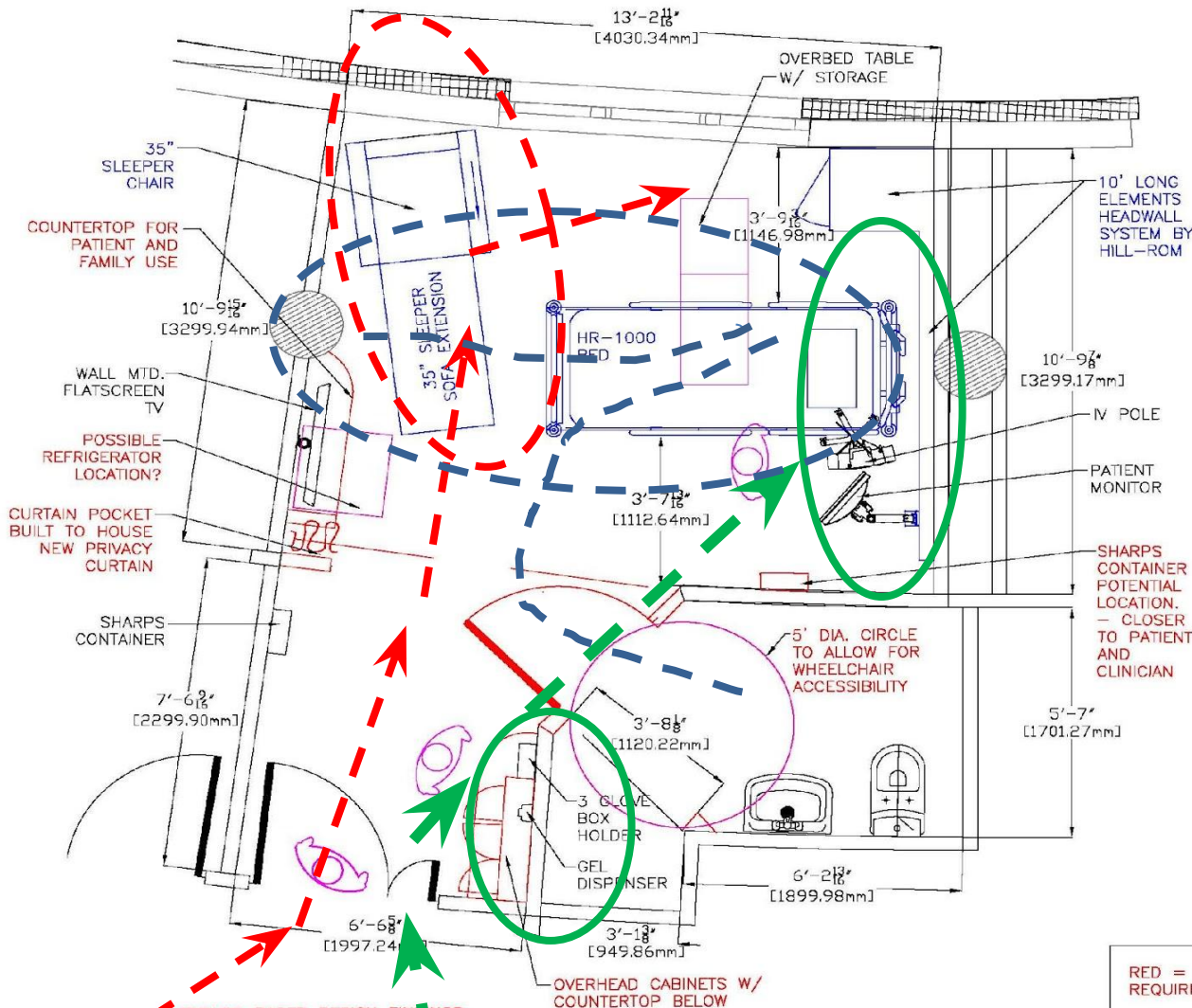
Hill-Rom.

Hill-Rom Holding Inc.
Batesville, IN

812-934-7777
hill-rom.com

GENERAL NOTE:

1. LOCATION AND DIMENSIONS SHOWN ON DRAWING ARE PRELIMINARY LOCATIONS ONLY, FINAL LOCATION TO BE DETERMINED BY OWNER.
2. DEVICES SHOWN ON DRAWING MAY BE FUTURISTIC AND NEED ENGINEERING APPROVAL.



EVIDENCE-BASED DESIGN FINDINGS:
PATIENT-FAMILY AREA:

- PATIENT HAS ACCESS TO WARDROBE, OUTDOOR VIEWS, FAMILY, TELEVISION, ENTRY AND BATH. — GOOD VISUAL OF ENVIRONMENT TENDS TO CREATE BETTER PATIENT SATISFACTION.
- CAREGIVER HAS GOOD ACCESS TO PATIENT AND ABOUT THE PATIENT.
- FAMILY HAS ABILITY TO SLEEP IN THE PATIENT ROOM.

EVIDENCE-BASED DESIGN FINDINGS:
ENTRY AREA:

- ROOM FEELS LARGER WITH THE OMISSION OF THE SECONDARY DOORS
- LOSS OF PRIVACY CAN STILL BE ACHIEVED THROUGH A PRIVACY CURTAIN
- PATIENT FALLS WOULD LIKELY REDUCE SINCE PATIENT HAS A SHORTER PATH TO TOILET, BETTER VISUAL OF RESTROOM AND A LESS OBSTRUCTED PATH TO THE TOILET.
- CAREGIVERS HAVE BETTER OBSERVATION OF PATIENT

DRAWING LEGEND

RED = ITEMS THAT HAVE CHANGED AND/OR REQUIRE FURTHER INVESTIGATION.

BLUE = HILL-ROM EQUIPMENT ITEMS

BLACK = EQUIPMENT ITEMS BY OTHERS

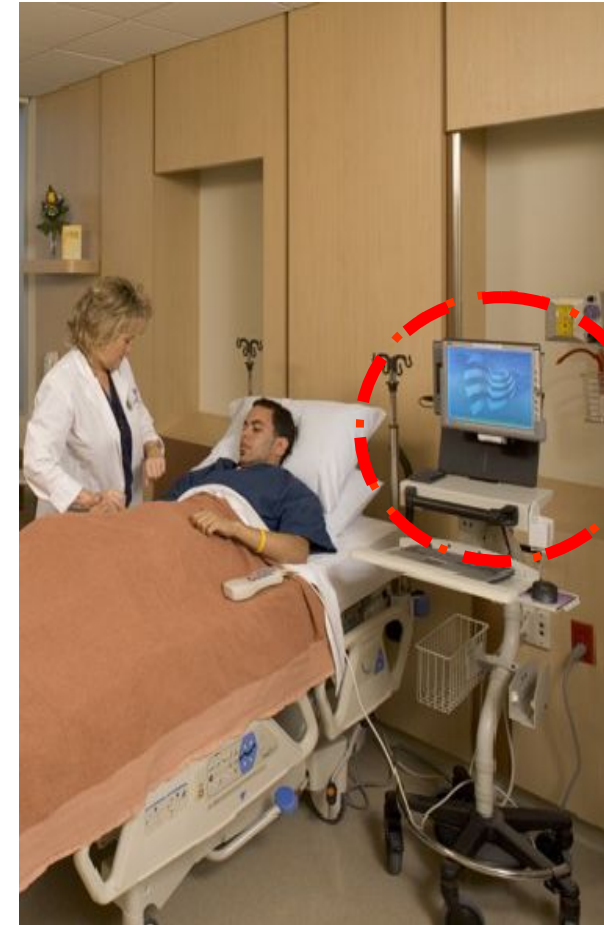
GUTA Clinic
Medical Center
Moscow, Russia

Med/Surg (Typ.)
Patient Room
#352

DRAWN BY: JADE
DATE: 11-12-2014
Drawing No. 115B021

HR-1

- Увеличенная площадь палат
- Инженерные системы для дополнительного оборудования
- Рациональное зонирование палаты



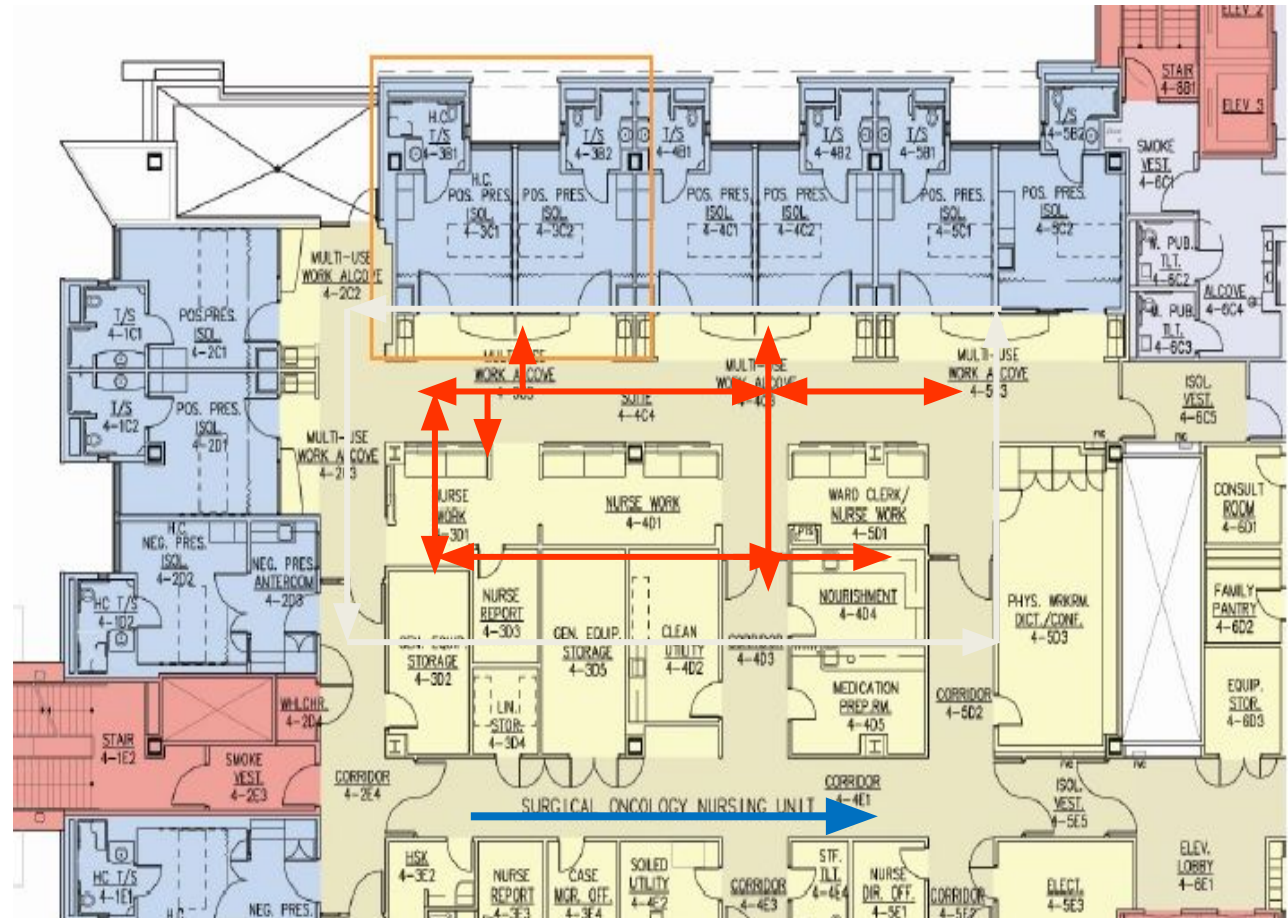
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ проектирования клиник

- 2-коридорная система с разделением потоков движения:

медперсонал →

← пациенты

- Несколько постов (1 на 10 палат)



Преимущества эргономичных решений

ДЛЯ КЛИНИКИ:

- **Непрерывность** лечебного процесса;
- **Универсальность** профиля палаты
- **Многопрофильность** медицинских сестёр
- **Сокращение сроков** пребывания пациента в клинике

ДЛЯ ПАЦИЕНТА:

- **Нет лишних перемещений** по клинике
- **Повышение комфортности**
- **Доверительные отношения** пациентов , родственников с персоналом
- **Семья всегда знает** –где находится пациент

View of Patient Room Upon Entry





ZERTS
MEDICAL DESIGN
Moscow, Russia

View of Footwall and Family Zone from Patient Head





Moscow, Russia

View of Footwall and Family Zone from Patient Head



View of Entry and Footwall from Patient Head

Типичные ошибки

ЭТО Важно!!!

- Нет **Концепции** /
Стратегии/Позиционирования
- Нерациональность **проектирования**
- Ошибки **бизнес-планирования**: завышение
доходов и занижение расходов
- Работаем на рынке **без учета особенностей
конкурентов.**
- **Непрофессиональный маркетинг.** Отсутствие
комплексного продвижения
- **Тратим больше, чем зарабатываем**
- **Не учим сотрудников**
- **Не ведем анализ собственной работы**
- **Ручное управление**



Задачи:

**Быть лучшим
Быть первым**



Обладать уникальностью и отличием.



- Как сделать особую атмосферу в своей клинике.
- Как поймать удачу.
- Как сделать бизнес эффективным.

Как сэкономить время и деньги

□ Планирование

– Планирование

– Планирование

– И еще раз -

Планирование

□ **Уникальность**

□ **Знание конкурентов**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Федулова Надежда Николаевна

Консультирование по открытию клиник.

- Аудит работы клиники.
- Разработка концепции.

2. Проектирование медицинских учреждений.
3. Управление в кризис.
4. Оснащение клиник: мебель, оборудование.

- fedulovann@gmail.com +7 (926) 324 52 89