

Семейный
оздоровительно-
диагностический центр

«ЗДОРОВАЯ СЕМЬЯ»

Пермь 2005

МВА

Цель проекта:

- Предоставление уникального пакета медицинских услуг для всей семьи в одном месте
 - Создание долгосрочных отношений с клиентом посредством создания и ведения единой базы о состоянии здоровья

Миссия

Мы предоставляем высококвалифицированные диагностические и лечебно-профилактические услуги в центре для всей семьи. Мы сделаем Вашу заботу о своём здоровье максимально комфортной и поможем сэкономить Ваше время.

Существо проекта:

- Первичный прием детей и взрослых.
- Диагностические услуги: собственная лаборатория и контракты с клиническими лабораториями города
- Лечебно-профилактические мероприятия.

Для детей: педиатр, невропатолог, ортопед, аллерголог, гастроэнтеролог.

Для взрослых: терапевт, кардиолог, диетолог, гинеколог, окулист, лор, врач ЛФК, психолог-сексолог, дерматовенеролог.

Причины возникновения проекта

- Недостаточная представленность на рынке комплексных услуг для всей семьи в одном месте.
- Высокая востребованность комплексного пакета медицинских услуг.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

- Работа без выходных
- Время работы центра – с 8.00 до 22.00 в будни, с 10.00 до 20.00 в выходные
- 1 кабинет – прием ведут 2 педиатра посменно
- 2 кабинета – прием ведут 4 терапевта посменно
- 1 кабинет ЛФК – прием ведет 1 врач и 2 массажиста-инструктора ЛФК
- 3 детских кабинета для др.специалистов
- 3 кабинета для приема взрослых др.специалистами
- 1 помещение под лабораторию
- 1 помещение для фин.отдела
- 1 холл с администратором и залом ожидания
- Фитобар
- Детская комната
- Солярий
- ФЗТ - кабинет

ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Перечень предлагаемых услуг МЕД.ЦЕНТРА:

Услуги в рамках абонентской платы

1. Ведение карты здоровья всей семьи
2. Планирование медицинского обслуживания (диагностика, лечение, профилактика)
3. Ежеквартальная консультация терапевта и педиатра
4. УСЛУГИ детской комнаты
5. Доставка лекарств на дом (по агентскому договору)

Платные услуги

1. Консультации узких специалистов
2. Лабораторные анализы
3. Диагностика на сложном оборудовании
4. Услуги кабинета ЛФК
5. МАССАЖ
6. Услуги физиотерапевтического кабинета
7. Солярий
8. ФИТОБАР
9. Выезд специалиста на дом
10. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ В КРЕДИТ
11. Консультации всех специалистов по и-нету
12. Возможность оказания услуг по полисам ДМС

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН: 1. Организационная структура



ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН:

2.Сведения о персонале

СВЕДЕНИЯ ОБ УПРАВЛЕНЧЕСКОМ ПЕРСОНАЛЕ:

- Директор мед.центра – 35 лет, высшее медицинское образование, диплом МВА
ФИН.ОТДЕЛ:
- Экономист-бухгалтер
- Администратор-кассир

ТЕРАПЕВТИЧЕСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ:

- Зав. терапевтическим отделением – 45 лет, к.м.н., врач высшей категории
- Специалисты: терапевт – 3 чел, кардиолог, диетолог, гинеколог, окулист, лор, врач ЛФК, психолог-сексолог, дерматовенеролог

ПЕДИАТРИЧЕСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ:

- Зав. педиатрическим отделением – 39 лет, к.м.н., врач высшей категории
- Специалисты: педиатр – 2, невропатолог, ортопед, аллерголог, гастроэнтеролог

ЛАБОРАТОРИЯ:

- Зав. Лабораторией – 40 лет, врач высшей категории
- Лаборанты – 1 чел

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ЧАСТЬ:

Зам. Директора по хозяйственным вопросам – 37 лет, высшее техническое образование

Средний мед.персонал – 4 чел

Младший мед.персонал – 2 чел

Технический персонал – 1 чел.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН:

3.Календарь проекта

- Описание в MS Project

ПЛАН МАРКЕТИНГА

- Проведенные маркетинговые исследования показали, что бесплатные медуслуги не удовлетворяют потребности большей части населения, а платные – доступны не для всех категорий граждан. Причины не достаточной обращаемости граждан в медцентры:
 1. Недостаточная информированность о наличии услуг
 2. Высокие цены
 3. Недостаточное сотрудничество центров со страховыми компаниями

План маркетинга (продолжение)

Анализируя ситуацию на рынке медуслуг команда пришла к выводам:

- Система предоставления платных медицинских услуг развита слабо
- В условиях реформы здравоохранения и его оптимизации создание семейного центра актуально
- Население готово приобретать новые современные услуги

План маркетинга (продолжение 2)

- Преимущества семейного центра здоровья:
 1. Ориентированность на семью в целом
 2. Максимальное вовлечение населения
 3. Привлечение страховых компаний

План маркетинга (продолжение3)

■ Конкурентоспособность центра

Предприятия	Фактор конкурентоспособности	
	Цена, руб.	Использование
Медлайф	500	среднее
Профессорская клиника	500	низкое
УралАИЛ	300	низкое
МЦ Надежда	300	среднее
Домашний доктор	300	низкое
СОЦ «ЗДОРОВАЯ СЕМЬЯ»	200	высокое

План маркетинга (окончание)

- Анализ сложившейся ситуации на рынке платных медицинских услуг дает уверенность в успехе нашего проекта

Риски

Виды рисков	Способы защиты	Вероятность риска
Производственные		
Сбой в работе мед. оборудования	Наличие нового гарантийного оборудования	отсутствует
Нарушение в лечебном процессе	Четкая организация труда, высокий профессионализм сотрудников	низкая
Коммерческие		
Платежеспособность клиентов	Возможность оплаты в рассрочку	низкая
Конкуренция	Существует возможность снижения стоимости услуг	средняя
Срыв оказания плановых услуг	Взаимозаменяемость специалистов	низкая
Инфляционные процессы	Грамотный финансовый менеджмент	средняя