

INVITRO

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

2017



INVITRO

НЕСЕМ

КАЧЕСТВЕННУЮ

МЕДИЦИНУ

В РЕГИОНЫ

10 ПРИЧИН ВЫБРАТЬ ФРАНШИЗУ ИНВИТРО

В 2015 году компания стала лидером первого профессионального рейтинга франшиз Golden Brand. За 12 лет работы франчайзинговой программы под брендом INVITRO открыто более 500 медицинских офисов по всей России — от Калининграда до Южно-Сахалинска.

Компания ИНВИТРО приобрела широкий опыт работы в регионах и шагнула за пределы России в Казахстан, Беларусь, Армению и Украину. Несмотря на динамичный рост, ИНВИТРО сохраняет высокое качество и оперативные сроки выполнения лабораторных исследований.

1. ИНВИТРО является наиболее крупной и технически оснащенной частной компанией, предлагающей услуги по лабораторной диагностике. Под брендом INVITRO работают 5 лабораторных комплексов на территории РФ, 1 — на территории Украины, 1 — на территории Беларуси и 3 — на территории Казахстана. Современное оборудование лабораторий позволяет выполнять широкий спектр лабораторных исследований.
2. ИНВИТРО одной из первых в России использовала в работе принцип сетевого бизнеса на рынке медицинских услуг, организовав федеральную сеть медицинских офисов. Компания имеет ясную и четкую концепцию предлагаемого франчайзи бизнеса.
3. ИНВИТРО — это узнаваемый бренд. Компания регулярно проводит PR-акции и рекламные мероприятия, направленные на повышение привлекательности бренда.
4. По условиям франшизного соглашения франчайзер консультирует и осуществляет техническую поддержку на всех этапах взаимодействия партнеров. За каждым франчайзи закрепляется персональный менеджер-куратор, консультирующий по всем вопросам сотрудничества и помогающий оперативно решать текущие задачи.
5. Относительно небольшая сумма первоначальных инвестиций, необходимых для открытия медицинского офиса. Предоставление программы пулинга при открытии р/с в ПАО «Промсвязьбанк».
6. Паушальный взнос составляет 700 тыс. руб. Москва/ 450 тыс. руб. Московская обл/ 300-500 тыс. руб. в регионах и является единовременным взносом франчайзи за приобретение права работы под торговой маркой ИНВИТРО.
7. ИНВИТРО в полном объеме обеспечивает медицинский офис франчайзи расходными медицинскими материалами, а также предоставляет бесплатные транспортные услуги по доставке взятых проб биоматериала в лабораторный комплекс.
8. Роялти выплачивается с 4-го месяца в Москве, с 25 в регионах (включительно) работы медицинского офиса.
9. По согласованию с франчайзером франчайзи имеет возможность предоставлять дополнительные услуги.
10. Франчайзи не обязательно иметь медицинское образование. Вся необходимую для процесса организации медицинского офиса информацию он может получить у франчайзера.

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ

Франчайзинг — форма длительного коммерческого сотрудничества, при которой одна компания передает другой компании право на продажу своих товаров и услуг с использованием торговой марки, фирменного дизайна, ноу-хау, деловой репутации, маркетинговых технологий.

Франчайзи — компания или предприниматель, приобретающий у франчайзера исключительное право на ведение коммерческой деятельности от его имени и под его товарным знаком.

Франчайзер — компания, являющаяся владельцем прав на франшизу. Франчайзер на основании договора коммерческой концессии передает другой компании право использования своего товарного знака, операционных систем, ноу-хау.

Товарный знак — отличительный знак, символ или марка, используемый предприятием для самоидентификации, официально зарегистрированный на территории всей страны и, по возможности, интернационально. Товарный знак может быть использован франчайзи на основании договора коммерческой концессии.

Интеллектуальная собственность (ноу-хау) — конфиденциальная информация франчайзера, обладающая коммерческой ценностью, а также различные производственные и предпринимательские навыки франчайзера и опыт их применения, передающиеся франчайзи на условиях подписанного договора коммерческой концессии.

Договор коммерческой концессии (франчайзинговый договор, франшизное соглашение) — договор, по которому одна сторона (правообладатель) передает другой стороне (пользователю) за соответствующую плату на определенный или неопределенный срок право использования фирменного наименования в коммерческой информации, товарного знака, знака обслуживания и т.д.

Агентский договор — документ, по которому франчайзи (агент) принимает на себя обязательства от своего имени, в интересах и по поручению франчайзера (принципала) заключать с пациентами договоры оказания платных медицинских услуг (проведение лабораторных исследований биологического материала пациентов), а также осуществлять взятие образцов биологического материала у пациентов для передачи франчайзеру. Франчайзер обязуется проводить лабораторные исследования биологического материала, который предоставляется франчайзи и передавать результаты лабораторных исследований, а также уплачивать франчайзи вознаграждение.

Агентское вознаграждение — плата франчайзи за выполняемые им посреднические агентские услуги, осуществляемая франчайзером.

Паушальный взнос — единовременное вознаграждение франчайзера за право использования товарного знака, стандартов и ноу-хау франчайзера, оказание консультационной поддержки на этапе подготовки франшизного объекта.

Роялти — периодические выплаты франчайзеру со стороны франчайзи за продолжительное использование им товарного знака, стандартов и ноу-хау франчайзера, оказание консультационной и иных форм поддержки франчайзи со стороны франчайзера.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

ИНВИТРО (лат. in vitro — в пробирке, в стекле).

ИНВИТРО предоставляет услуги в области лабораторной диагностики физическим лицам и корпоративным клиентам. Спектр составляет более 1700 видов лабораторных исследований, в том числе по направлениям: гематологические, биохимические, гормональные, иммунологические, цитологические, гистологические, генетические, урологические и другие.

ИСТОРИЯ КОМПАНИИ

В начале девяностых годов здравоохранение в России находилось в состоянии, близком к катастрофическому. Самой же главной проблемой было то, что доверие к врачам и к медицине в целом было утрачено и, казалось, безвозвратно. Нужно было так любить свою работу и так верить в свою страну, как Александр Островский, чтобы в такое время задумать строительство лучшей в России частной медицинской компании. Он вместе с несколькими партнерами начал с самого насущного для того времени – с поставок импортного медицинского оборудования и расходных материалов в отечественные клиники. Созданная тогда компания «ОМБ», благополучно существующая по сегодняшний день, быстро завоевала доверие медицинского сообщества.

К концу 1995 года стало понятно, что огромной и никем не занятой нишей на медицинском рынке является лабораторная диагностика. Тогда была создана компания ИНВИТРО, которая вначале специализировалась на анализах для столичных больниц.

Внимательно изучая медицинский рынок, к 1998 году основатель ИНВИТРО Александр Юрьевич Островский пришел к совершенно неожиданному для того времени выводу: огромный потенциал содержится в массовом спросе на точные медицинские анализы, которые можно было бы сделать недалеко от дома, не простаивая в очередях в поликлинике, чтобы получить направление. Так было принято решение открывать розничные медицинские офисы.

INVITRO



КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

Работа ИНВИТРО с пациентами ведется через медицинские офисы. Предоставление услуг организовано следующим образом:

- данные пациента, пришедшего в медицинский офис, заносятся в клиентскую базу;
- пациент может самостоятельно определить спектр исследований или обратиться в медицинском офисе к врачу-консультанту, который может порекомендовать необходимые исследования; затем оформляется заказ и подписывается договор на предоставление услуг;
- если в медицинском офисе отсутствует врач-консультант, то после определения спектра исследований пациент сразу направляется в процедурный кабинет;
- взятие биологического материала в медицинском офисе выполняется с использованием одноразового расходного материала;
- штрихкод наносится на каждую пробирку с биологическим материалом;
- исследование биоматериала выполняется в лабораторном комплексе сети ИНВИТРО;
- после проведенного исследования полученные результаты передаются пациенту любым удобным для него способом: лично в медицинском офисе, по телефону, электронной почте; с помощью раздела «Личный кабинет» на сайте www.invitro.ru;
- при необходимости для интерпретации полученных результатов пациент может обратиться к своему лечащему врачу или воспользоваться услугой врача-консультанта в медицинском офисе, работающем под брендом INVITRO.
- в ряде медицинских офисов предоставляются дополнительные услуги: ультразвуковое исследование внутренних органов (УЗИ), регистрация ЭКГ.

Дата
основания
компании —
1995 г.

Запуск
первой
франшизы —
2005 г.



10 лабораторных
комплексов

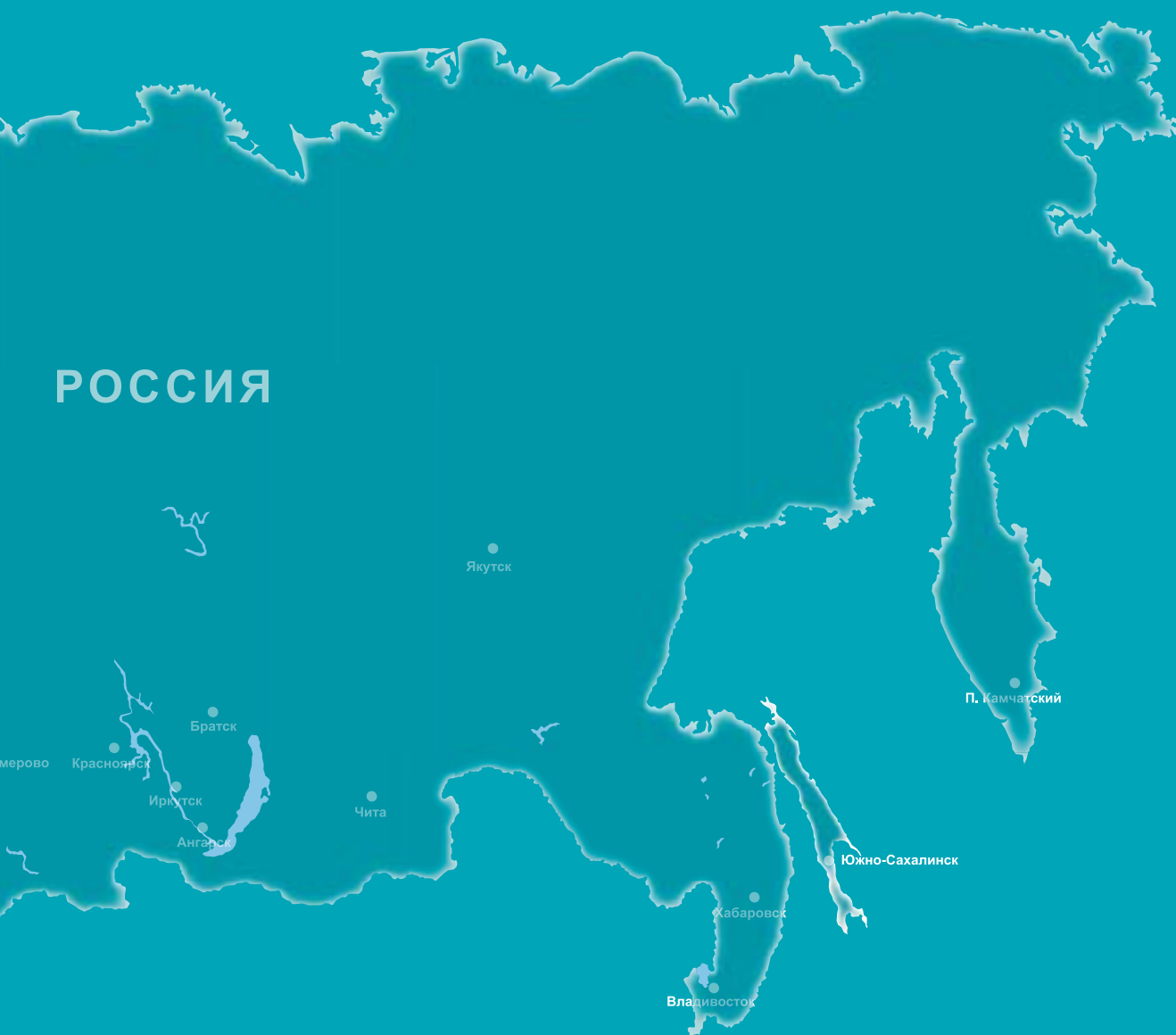


Более 950
медицинских офисов



Открываем более 100
медицинских офисов в год

РОССИЯ



Более 11 500 000
пациентов ежегодно



Более 4 000
корпоративных
клиентов



Более 1700 видов
лабораторных исследований



Соответствие стандартам
ISO 15189-2009 и ISO 9001-2011



ЛАБОРАТОРНЫЕ КОМПЛЕКСЫ ИНВИТРО

ИНВИТРО использует принцип «золотого стандарта» в лабораторной диагностике, не применяет суррогатных реагентов и не зарегистрированных на территории РФ методов исследований.

ИНВИТРО использует автоматические анализаторы и модульные системы ведущих компаний по производству лабораторного оборудования, в которых применяются высокочувствительные и специфичные современные методы лабораторного анализа (Abbott, США; Roche Diagnostics, Швейцария; Beckman Coulter, США; Siemens, США; Sysmex Corporation, Япония; Bio-Rad, США; Instrumentation Laboratory, США и др.). Штрихкодирование проб обеспечивает уникальную идентификацию биоматериала и минимизирует вероятность ошибок.

В ИНВИТРО используется лабораторная информационная система CGM Analytix (CompuGroup Medical LAB AB, Швеция), которая обеспечивает объединение всех анализаторов и программного обеспечения в единую сеть с автоматической передачей заданий в приборы, а полученных результатов исследований — в базу данных. Минимизация ручных способов передачи информации практически исключает возможность потери и искажения данных.

ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

ИНВИТРО приняла на себя обязательства обеспечивать, постоянно поддерживать и совершенствовать высокий уровень качества и расширять ассортимент услуг клинической лабораторной диагностики и иных медицинских услуг, предоставляемых своим клиентам, как юридическим, так и физическим лицам; расширять географическое присутствие на рынке лабораторной диагностики за счет российских и зарубежных потребителей.

Выполнение этих обязательств гарантирует:

- использование соответствующих кадровых процедур, обеспечивающих тщательный подбор высококвалифицированного персонала, вовлечение его в процесс непрерывного профессионального роста;
- обеспечение, поддержание и регулярный пересмотр высоких стандартов в отношении оснащения и оборудования. Все лабораторные исследования проводятся на современных автоматических анализаторах, которые позволяют обеспечить высокую воспроизводимость и качество результатов;
- внедрение стандартных операционных процедур, учитывающих последние рекомендации регуляторных органов в области клинической лабораторной диагностики и включающих лучшие из существующих утвержденных методологий;
- внедрение эффективной политики «управления риском».

Система менеджмента качества ИНВИТРО соответствует требованиям нормативных документов ISO 15189:2012 «Медицинские лаборатории. Особые требования к качеству и компетентности». Кроме того, система менеджмента качества применительно к услугам медицинской (клинико-диагностической) лаборатории соответствует требованиям ГОСТ ISO 9001-2011 (ISO 9001:2008).

ИНВИТРО принимает участие в нескольких системах внешней оценки качества: ФСВОК – Федеральная система внешней оценки качества клинических лабораторных исследований (Россия); RIQAS – Randox (Великобритания); EQAS – BIO-Rad (США).

На европейской части континента ИНВИТРО стала первой медицинской компанией, прошедшей сертификацию по программе верификации «Шесть сигм», причем впервые за время существования программы оценивалась уникальная комбинация двух анализаторов с 27 и 25 аналитами. Основная часть оценки качества базировалась на анализе долгосрочных данных по каждому из тех тестов, которые компания выполняет наиболее регулярно. ИНВИТРО получила лучшие среди участников программы результаты. Большинство аналитов показали себя блестяще – они набрали существенно больше требуемых шести сигм. В дополнение к этому ключевые сотрудники лабораторного комплекса ИНВИТРО прошли курс обучения (это не обязательный, но возможный этап участия в программе верификации), сдали экзамены по базовым принципам QC и «Шести сигм».



2015 год – научно-социальный проект ИНВИТРО «Экспедиция в поисках самого здорового человека» стал лучшим по итогам IX премии «HR-бренд». Компания удостоена награды в номинации «Федерация».

2015 год – ИНВИТРО уже второй раз получила премию народного доверия «Марка №1 в России» в категории «Сеть диагностических лабораторий».

2016 год – ИНВИТРО – лауреат премии в номинации «Лучший поставщик услуг медицинского назначения».

2016 год – ИНВИТРО получает две премии международного конкурса Loyalty Awards Russia 2016 в номинациях «Лучшая программа лояльности в сфере услуг» и «Лучшая зарубежная программа лояльности (регион Средняя Азия)».

2017 год – ИНВИТРО получает специальную награду Международной академии франчайзинга «За вклад в развитие франчайзинга в области лабораторных и медицинских услуг».

Лидер первого
профессионального
рейтинга Golden Brand

Член Российской
ассоциации
франчайзинга
с 2008 года

Лидер рейтинга
франшиз среди
медицинских компаний
по версии портала
БиБосс

Многократный лауреат премии «Золотой бренд»

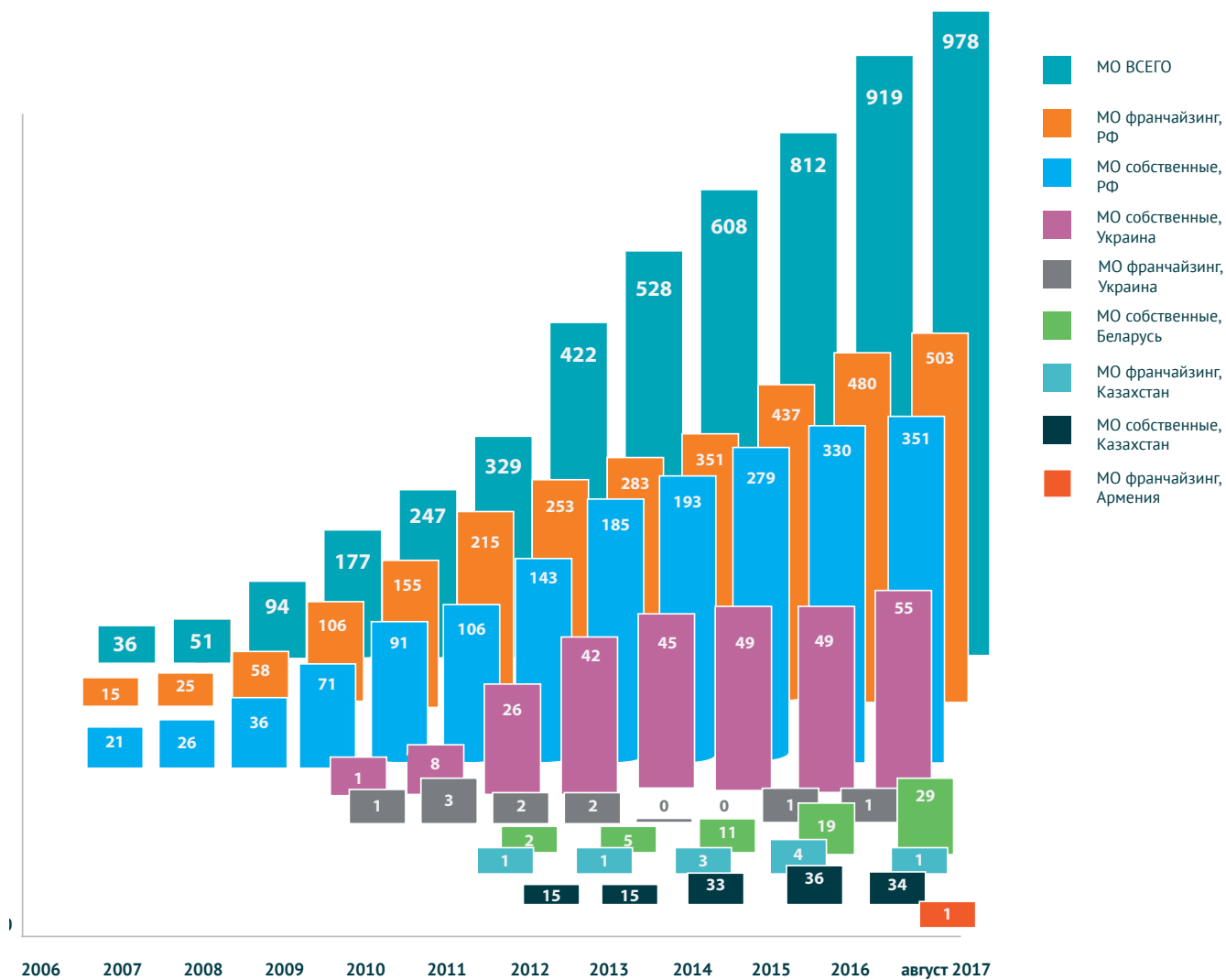
2009, 2012, 2013 годы – победа в номинации «Золотая франшиза».

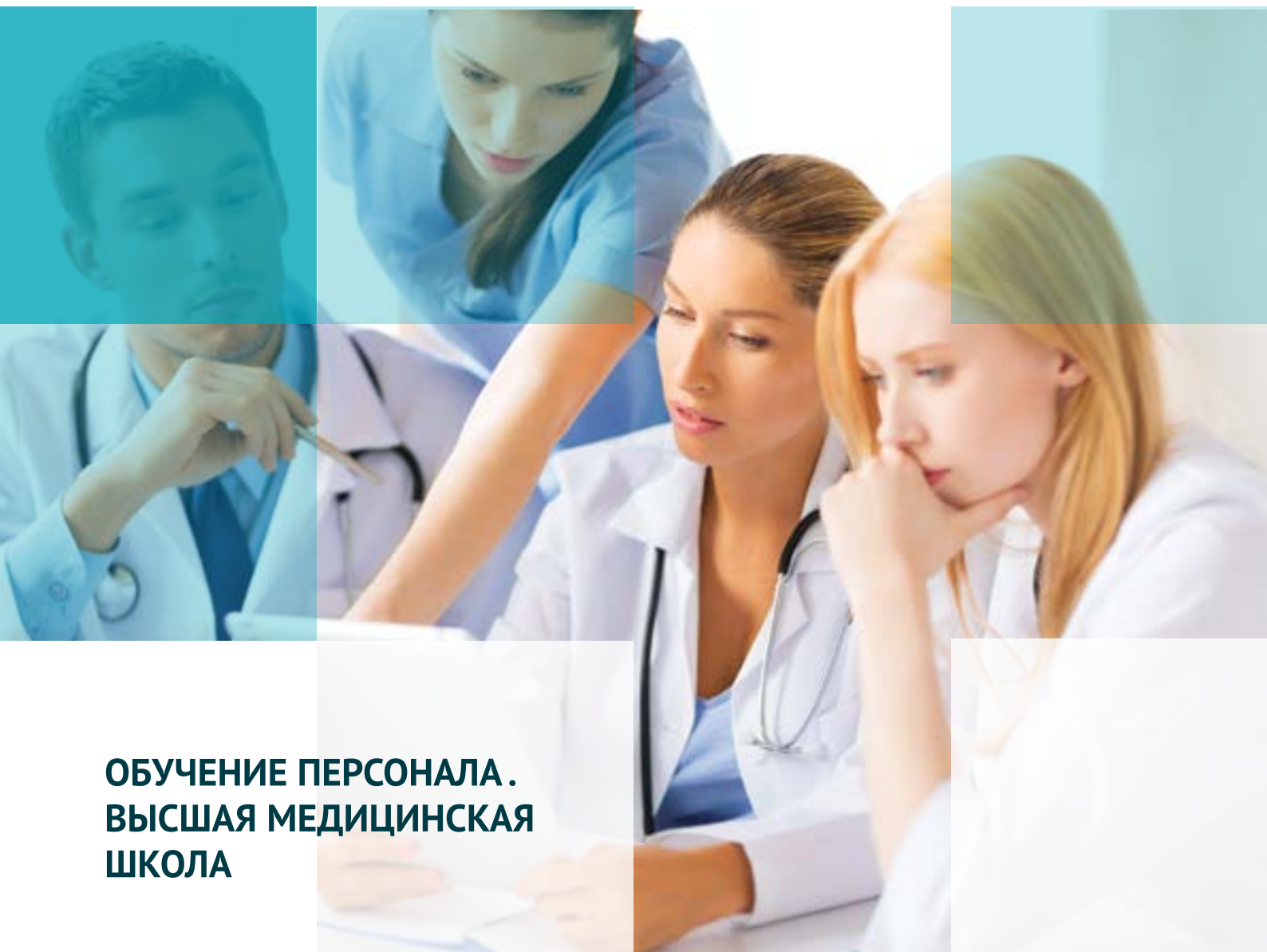
2010, 2011 годы – победа в номинации «Франчайзер года».

2006, 2008 годы – победа в номинации «Социально значимый бренд».



ДИНАМИКА РОСТА СЕТИ





ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА. ВЫСШАЯ МЕДИЦИНСКАЯ ШКОЛА

Все сотрудники каждого медицинского офиса, действующего под брендом INVITRO, в обязательном порядке проходят обучение стандартам работы, качества и обслуживания в Высшей медицинской школе (ВМШ) — собственном учебном центре ИНВИТРО. Обучение медицинского персонала проводится на базе ВМШ в Москве или по фактическому адресу медицинского офиса с участием тренеров ВМШ. После этого обязательно проводится экзамен, по результатам которого франчайзер сообщает франчайзи о том, можно или нет допускать сотрудника к самостоятельной работе. В случае недостаточного количества набранных в результате аттестации баллов франчайзер дает рекомендации, как повысить уровень квалификации претендентов. Франчайзи также могут принять участие в обучении. Высшая медицинская школа проводит для сотрудников стажировки, тренинги, семинары, онлайн-конференции и вебинары, в том числе по увеличению продаж медицинского офиса и повышению лояльности к пациентам. Регулярно проводится оценка знаний и навыков сотрудников.

Администратор медицинского офиса	Медицинская сестра	Врач-консультант	Врач УЗИ
Прием пациента	Взятие биологических проб и отработка навыков выполнения манипуляций	Работа с пациентом	Работа с пациентом
Оформление заказа	Ведение документации	Рекомендации по процедурам	Рекомендации по процедурам
Перечень услуг* Работа с кассой	Обеспечение качества работы	Перечень услуг*	Перечень услуг*
Работа с программным обеспечением	Ответственность медицинской сестры	Тематические семинары для врачей**	Тематические семинары для врачей**
Работа с курьерской службой	Практикум для процедурных медицинских сестер		

* Знание спектра лабораторных исследований, предлагаемых в ИНВИТРО; умение ориентироваться в материале. Правильное выполнение манипуляций (врачи – гинекологи); знание сред для сбора биоматериала, ограничений по приему биологического материала и т.д.

** Семинары проводятся в процессе работы медицинского офиса с целью повышения квалификации врача-консультанта.



Франчайзинговый пакет «СТАНДАРТ»

Франчайзинговый пакет «Стандарт» подразумевает открытие медицинского офиса под брендом компании в следующих форматах:

1. Медицинский офис, в котором оказываются только услуги лабораторной диагностики.
2. Медицинский офис, в котором оказываются услуги лабораторной диагностики, а также дополнительные услуги (УЗИ, ЭКГ).

В медицинском офисе проводится взятие биологического материала у физических лиц для его исследования по различным параметрам. Взятый биоматериал передается на исследование в лабораторный комплекс франчайзера.

В рамках агентского договора в части лабораторных услуг франчайзи получает агентское вознаграждение. Доход от предоставления услуг УЗИ и ЭКГ — полностью доход франчайзи. Франчайзер рекламирует эти услуги на сайте www.invitro.ru и в Федеральной справочной службе ИНВИТРО при условии соблюдения корпоративных стандартов и требований франчайзера. Закупку оборудования для оснащения медицинского офиса франчайзи осуществляет самостоятельно, но с соблюдением предложенного перечня оборудования, параметров и норм, установленных франчайзером. По просьбе франчайзи франчайзер может рекомендовать поставщиков.

Снабжение франчайзи медицинскими расходными материалами для взятия биологического материала на всем протяжении функционирования медицинского офиса осуществляет франчайзер. Франчайзи нельзя приобретать эти материалы у третьих лиц. Стандартный набор оборудования располагается в помещении общей площадью от 60 м² для медицинского офиса варианта №1 и от 80 м² для медицинского офиса варианта №2.

ОТНОШЕНИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА И ФРАНЧАЙЗИ НА ЭТАПЕ ПОКУПКИ ФРАНШИЗНОГО ПАКЕТА

На всех этапах сотрудничества (на момент открытия и работы медицинского офиса) для каждого франчайзи выделяется персональный менеджер-куратор, отвечающий за решение всех оперативных задач и взаимодействие франчайзи с подразделениями франчайзера (департаментом маркетинга и рекламы, департаментом информационных технологий, технологическим департаментом и др.). Четко налаженное взаимодействие между франчайзи и менеджером является залогом успешной работы медицинского офиса.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА. РЕМОНТ

На этапе подбора помещения франчайзер оказывает франчайзи консультационную поддержку. Если франчайзи нашел помещение, в котором он планирует открыть медицинский офис, ему необходимо выполнить следующие условия:

- направить франчайзеру заявку на согласование помещения под медицинский офис с описанием района, проходимости, самого помещения;
- организовать предварительный показ помещения представителю франчайзера;
- ознакомить франчайзера с проектом плана медицинского офиса (архитектурным проектом), при разработке которого учитываются требования по оформлению и оснащению, уровень ремонта, планирование размещения основных рабочих зон медицинского офиса, размещение фирменной символики. Франчайзер утверждает и контролирует исполнение плана (архитектурного проекта);
- согласовать с франчайзером проект рекламной кампании для первичного привлечения пациентов;
- ознакомиться с документами арендодателя/собственника на предмет заключения договора аренды и проинформировать франчайзера о результатах проведенной проверки.

ДОКУМЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА АРЕНДЫ

- Документы БТИ (план БТИ, выписка из техпаспорта помещения, экспликация помещения*, справка БТИ о состоянии здания).
- Свидетельство о государственной регистрации права на недвижимое имущество и сделок с ним.
- Свидетельство о государственной регистрации помещения.
- Протокол назначения генерального директора (собственник).

*Если прямое назначение помещения не совпадает с планируемым, арендодатель/арендатор согласовывают данный вопрос с уполномоченным органом государственной/муниципальной власти.

Франчайзер дает франчайзи рекомендации по оценке помещения с точки зрения коммерческой перспективы открытия медицинского офиса, а также по возможностям изменения планировки и проведению проверки юридической чистоты помещения.

После выполнения всех вышеперечисленных условий и положительного решения франчайзера франчайзи готовит план ремонта помещения. В плане ремонта франчайзер указывает элементы, которые носят обязательный или рекомендательный характер для исполнения. Выполнение обязательных пунктов плана является основанием для приема помещения медицинского офиса в работу. Ремонт помещения выполняется франчайзи самостоятельно с соблюдением единых стандартов франчайзера.

ЗАКУПКА, НАЛАДКА И ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ

После подписания договора коммерческой концессии франчайзи осуществляет закупку и наладку необходимого оборудования самостоятельно, но с соблюдением предложенного перечня оборудования, параметров и норм, установленных франчайзером. Франчайзи имеет право закупать оборудование как у поставщиков, найденных собственными силами, так и у рекомендованных франчайзером.

Франчайзер оказывает техническую поддержку в процессе установки и наладки программного обеспечения АРМПС-2 (автоматизированное рабочее место процедурной сестры), камеры видеонаблюдения. Франчайзи обеспечивает установку и наладку технического оборудования.

Ответственность за эксплуатацию и обслуживание оборудования в течение всего срока действия договора коммерческой концессии возлагается на франчайзи.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

В процессе налаживания работы оргтехники франчайзер передает франчайзи все необходимые настройки программного обеспечения АРМПС-2 (автоматизированное рабочее место процедурной сестры) для обеспечения доступа и работы франчайзи в единой лабораторной информационной системе (CGM Analytix).

Франчайзер в процессе работы медицинского офиса выполняет мероприятия по его развитию, а также оказывает консультационную и техническую поддержку, в том числе в случае сбоя в работе, связанного с программой АРМПС-2.

РЕКЛАМНАЯ ПОДДЕРЖКА

Франчайзер обеспечивает рекламное сопровождение открытия и дальнейшей работы медицинского офиса следующим образом:

- создавая персональную страницу медицинского офиса на сайте www.invitro.ru;
- размещая информацию о медицинском офисе в Федеральной справочной службе ИНВИТРО (ФСС);
- размещая информацию о медицинском офисе в своих рекламных материалах и СМИ;
- разрабатывая макеты рекламных материалов;
- предоставляя корпоративные рекламные материалы.

Франчайзи самостоятельно изготавливает и размещает всю рекламу, которая необходима для четкой навигации медицинского офиса, в объеме, необходимом для функционирования медицинского офиса. Вся реклама подлежит обязательному предварительному согласованию с франчайзером. Франчайзер оказывает консультационную поддержку в вопросах оптимального использования рекламных носителей.



ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ

В процессе работы франчайзи по своему усмотрению осуществляет рекламу медицинских офисов, работающих под брендом INVITRO. Затраты на локальную рекламу франчайзи несет самостоятельно. Франчайзи обязан участвовать во всех рекламных мероприятиях, проводимых франчайзером. Финансовые условия проводимых рекламных кампаний оговариваются дополнительным соглашением к агентскому договору.

С целью привлечения пациентов франчайзер проводит рекламные акции, в рамках которых пациентам сети медицинских офисов INVITRO предоставляются скидки на лабораторные услуги. Порядок и механизм взаиморасчетов определяются дополнительным соглашением к агентскому договору.

ПОСТАВКА РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В течение всего срока действия агентского договора франчайзер бесплатно обеспечивает медицинский офис франчайзи медицинскими расходными материалами. Поставка расходных материалов осуществляется в соответствии с заказом, составленным сотрудником медицинского офиса франчайзи и отправленным франчайзеру по web-форме. При этом франчайзер оставляет за собой право проводить оценку потребности медицинского офиса в расходных материалах и осуществлять корректировку заявок в зависимости от его посещаемости.

Приобретение франчайзи медицинских расходных материалов для оказания лабораторных услуг у третьих лиц запрещено.

Франчайзи самостоятельно обеспечивает персонал медицинского офиса специальной одеждой, соответствующей стандартам и требованиям INVITRO.

РАСЧЕТ ИНВЕСТИЦИЙ

Сводная таблица параметров франшизного пакета «Стандарт»				
	Сумма паушального взноса (руб.)	Общая сумма инвестиций (руб., примерно)	Срок окупаемости (год)	Сумма роялти (руб. в месяц)
Москва	700 000	3 750 000 - 4 900 000*	2 - 2,5	28 000 (с 4-го месяца работы включительно)
Московская область	450 000	3 500 000 - 4 700 000*		28 000 (с 25-го месяца работы включительно)
Город с численностью населения от 1 млн жителей	500 000	2 500 000 - 3 700 000*		28 000 (с 25-го месяца работы включительно)
Город с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн жителей	400 000	2 400 000 - 3 600 000*		28 000 (с 25-го месяца работы включительно)
Город с численностью населения от 100 тыс. до 500 тыс. жителей	300 000	2 300 000 - 3 500 000*		28 000 (с 25-го месяца работы включительно)
* Медицинский офис без доп. услуг/с доп. услугами.				

Сводная таблица параметров франшизного пакета «Стандарт»				
Вид платежа	Сумма (руб.)			
	Москва и Московская область	Город с численностью населения (от 1 млн жителей)	Город с численностью населения (от 500 тыс. до 1 млн жителей)	Город с численностью населения (от 100 до 500 тыс. жителей)
Приобретение оборудования, необходимого для работы медицинского офиса	300 000 / 1 460 000*			
Ремонт помещения (80 м ²), включая работу и материалы	1 500 000	750 000	750 000	750 000
Аренда помещения (80 м ²)	200 000 x 4 = 800 000 (по цене 2 500 руб/м ² на время ремонта)	160 000 x 4 = 640 000 (по цене 2 000 руб/м ² на время ремонта)	160 000 x 4 = 640 000 (по цене 2 000 руб/м ² на время ремонта)	160 000 x 4 = 640 000 (по цене 2 000 руб/м ² на время ремонта)
Паушальный взнос	700 000 (Москва) 450 000 (Моск. обл.)	500 000	400 000	300 000
Юридическое оформление	20 000**	15 000**	15 000**	15 000**
Расходы на продвижение медицинского офиса (световой короб и маркетинговые материалы)	200 000	160 000	160 000	160 000
ФОТ (+ 30,2 % налоги) 1 мес.	230 000	126 000	126 000	126 000
Обучение персонала	бесплатно	бесплатно	63 000*****	63 000*****
ИТОГО	Москва 3 750 000 - 4 900 000**** Моск. обл. 3 500 000 - 4 700 000 ****	2 500 000 - 3 700 000	2 400 000 - 3 600 000****	2 300 000 - 3 500 000

* Оборудование: процедурный кабинет + кабинет гинеколога + кабинет УЗИ.

** Регистрация юридического лица в ФНС и у нотариуса, государственная пошлина, открытие банковского счёта, изготовление печатей и т. д.

*** Процедурный кабинет + кабинет гинеколога.

**** Процедурный кабинет + кабинет гинеколога + кабинет УЗИ.

***** Дополнительно оплачивается проезд тренера ВМШ до места обучения.

Ежемесячные расходы медицинского офиса		
Вид платежа	Сумма (руб.)	
	Москва Московская область	Регионы
Аренда помещения (80 м²)	200 000	160 000
ФОТ* (+30,2 % налоги)	230 000	126 000
Коммунальные платежи	12 000	4 000
Затраты на АХО	6 600	4 400
Оплата услуг телефонии и Интернета	5 000	5 000
Роялти	28 000 (в Москве с 4-го месяца работы, вкл.; в Моск. обл. с 25 месяца работы, вкл.)	28 000 (с 25-го месяца работы, вкл.)
Налог (УСН)	доходы, уменьшенные на величину расходов	
ИТОГО	481 600 + налог** (453 600 до 4-го месяца)	327 400 + налог** (299 400 до 25-го месяца)

* Персонал (5 человек: 2 медсестры и 2 администратора, 1 врач-консультант).

** Зависит от выбранной системы налогообложения.

ДОХОДЫ МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

Для расчета ежемесячной доходной части медицинского офиса необходимо использовать следующие показатели:

- агентское вознаграждение франчайзи за предоставляемые услуги от основного прайс-листа — 35 % в Москве, 40 % — в регионах;
- доход франчайзи от взятия проб биологического материала, по статистике ИНВИТРО, составляет около 10 % от общей выручки медицинского офиса по лабораторным исследованиям;
- количество рабочих дней медицинского офиса в месяц — от 26 до 31;
- средний чек — 2 300 руб. в Москве, 1 500 руб. — в регионах;
- количество пациентов в день: рекомендуем иметь в виду, что посещаемость офиса может варьироваться от 15 до 150 человек в день.



ВНЕШНИЙ ВИД МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

Внешний вид медицинского офиса должен соответствовать единым стандартам ИНВИТРО. Франчайзер обеспечивает франчайзи брендбуком с полным перечнем макетов рекламных и информационных носителей. Франчайзи обязан соблюдать требования брендбука, а также согласовывать каждый рекламный макет с франчайзером.

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОТНОШЕНИЙ ФРАНЧАЙЗЕРА С ФРАНЧАЙЗИ

- Подписание договора коммерческой концессии.
- Подписание агентского договора.
- Оплата паушального взноса.
- Передача франчайзером франчайзи учебника «Руководство пользователя по организации работы медицинских офисов ИНВИТРО».

Франчайзи согласно рекомендациям франчайзера и под его контролем осуществляет следующие процедуры:

- разрабатывает архитектурный проект и план ремонта помещения медицинского офиса;
- ремонт помещения, закупку, расстановку оборудования и т. п.;
- поиск и найм персонала для работы в медицинском офисе;
- обучение персонала;
- получение лицензии;
- организацию и проведение рекламной кампании;
- подписание акта-приемки помещения.

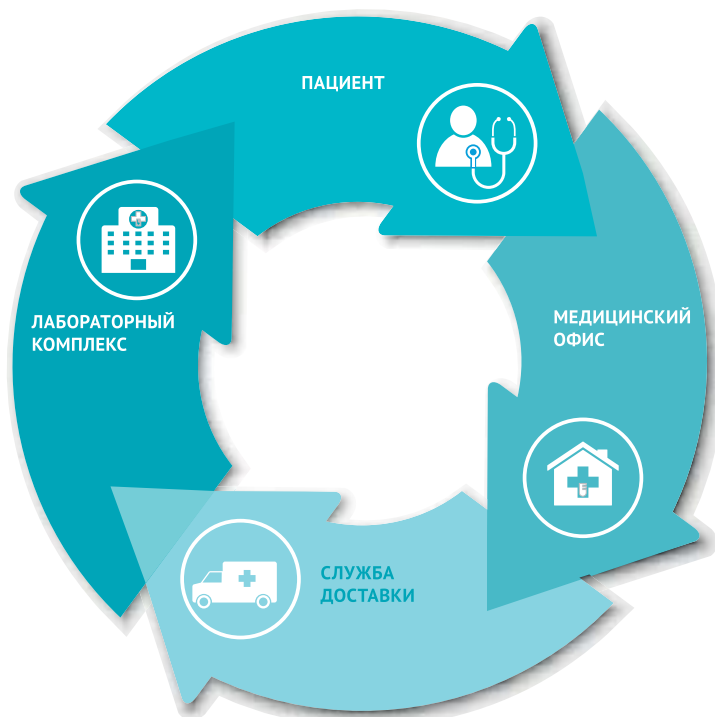
КУРЬЕРСКИЕ УСЛУГИ

Франчайзер обеспечивает франчайзи курьерскими услугами от медицинского офиса (Москва, Московская область) или от транспортного терминала в городе, где расположен медицинский офис франчайзи (регионы), до лабораторного комплекса в объеме, необходимом для нормальной работы медицинского офиса. Франчайзи (регионы) обязуется доставлять пробы биологического материала своими силами и с соблюдением соответствующих требований преаналитики в транспортный терминал, месторасположение которого укажет франчайзер.

Пакет курьерских услуг франчайзера:

- прием и доставка проб биологического материала в лабораторный комплекс;
- контроль температурного режима доставки проб биологического материала в лабораторный комплекс;
- доставка бланков, документов, которые используются при работе медицинского офиса;
- доставка расходных медицинских материалов.

ОТНОШЕНИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА И ФРАНЧАЙЗИ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

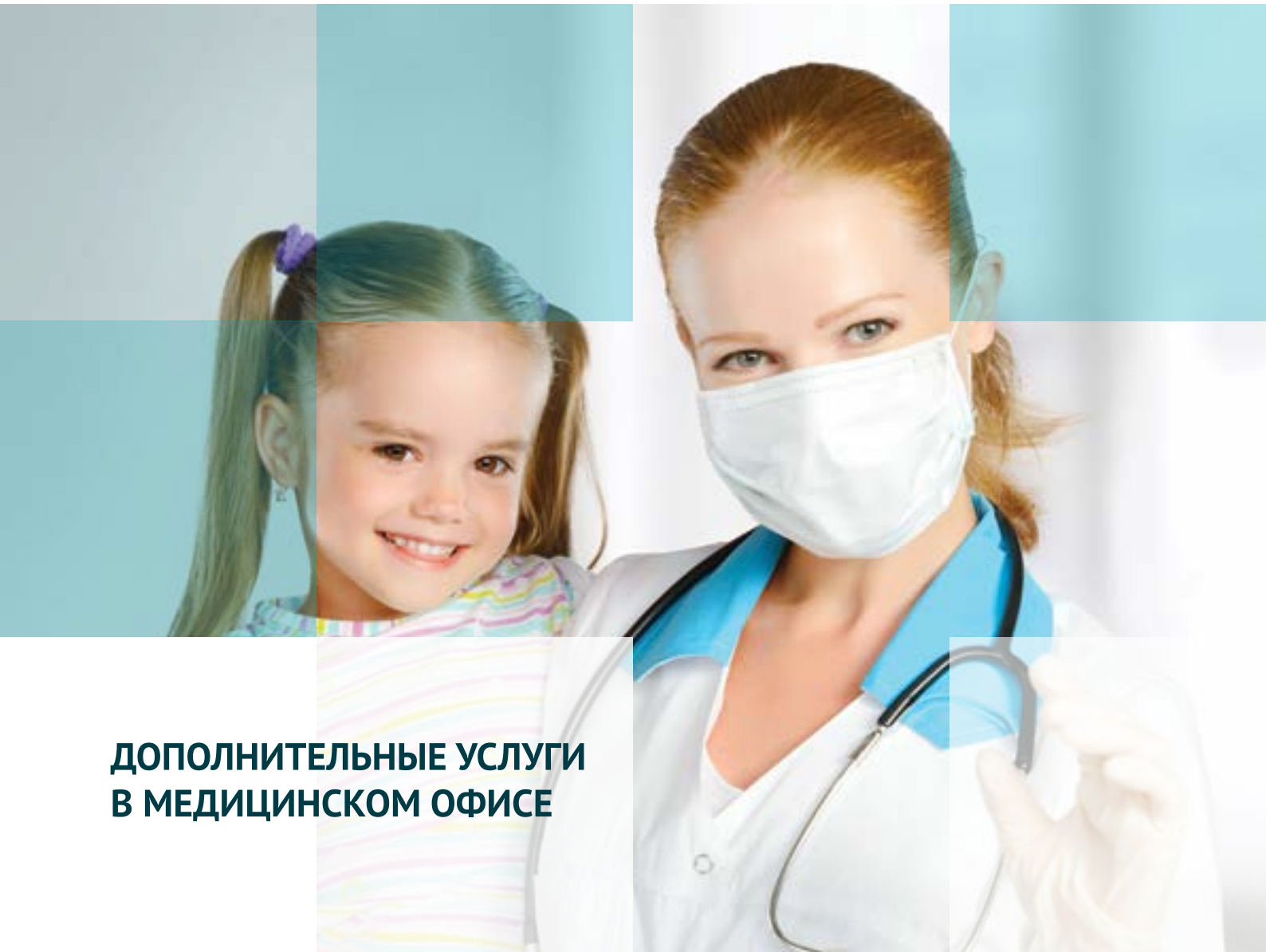


ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕДУРЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА И ФРАНЧАЙЗИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ЛАБОРАТОРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ БИОЛОГИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Биологический материал, взятый в медицинском офисе, передается курьеру франчайзера или транспортной компании, сотрудничающей с франчайзи, которые доставляют пробы в лабораторный комплекс франчайзера.

Сотрудники медицинского офиса франчайзи получают информацию о результатах проведенного лабораторного исследования в электронном виде. Информация может быть подтверждена на бумажном носителе.

Пациент по желанию может получить результаты на бумажном носителе лично в медицинском офисе, по электронной почте, а также по телефону Федеральной справочной службы ИНВИТРО и в разделе «Личный кабинет» на сайте www.invitro.ru.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В МЕДИЦИНСКОМ ОФИСЕ

ДОХОДНАЯ ЧАСТЬ ФРАНЧАЙЗИ

Доходная часть франчайзи складывается из оказания пациентам медицинского офиса основных и дополнительных услуг.

Основные

- взятие проб биологического материала;
- проведение лабораторных исследований — 35 % от стоимости лабораторного исследования (Москва);
- 40 % от стоимости лабораторного исследования (Московская область и регионы).

Дополнительные

- УЗ-диагностика;
- ЭКГ;
- вакцинация;
- предрейсовый осмотр водителей.

Все услуги стандартизированы и оказываются по единому алгоритму, утвержденному франчайзером. Дополнительные услуги подлежат обязательному лицензированию.

Наименование доходной статьи	Доход франчайзи (Москва/регионы)
Стоимость лабораторного исследования	35 % (Москва) 40 % (Московская область и регионы)
Стоимость взятия биоматериала	100 %
Дополнительные услуги	100 %

РАСЧЕТЫ МЕЖДУ ФРАНЧАЙЗЕРОМ И ФРАНЧАЙЗИ

ОПЛАТА ПАУШАЛЬНОГО ВЗНОСА

Сумма паушального взноса составляет 700 тыс. руб. в Москве/450 тыс. руб. в Московской области/ 300-500 тыс. руб. в регионах РФ.

ВЗАИМОРАСЧЕТЫ

Все расчеты в процессе работы медицинского офиса осуществляются по безналичной форме оплаты. Франчайзи ежемесячно (до 15-го числа месяца, следующего за отчетным месяцем) выплачивает франчайзеру:

- денежные средства, подлежащие уплате франчайзеру за проведенные лабораторные исследования в соответствии с агентским договором;
- установленную договором коммерческой концессии сумму роялти.

Сумма роялти составляет 28 000 рублей (за каждый открытый медицинский офис) в месяц и выплачивается с 4-го месяца (включительно) после начала работы медицинского офиса в Москве и с 25-го месяца (включительно) после начала работы медицинского офиса в Московской области и регионах.

ОКУПАЕМОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ. ДОХОДНАЯ И РАСХОДНАЯ ЧАСТИ ФРАНЧАЙЗИ

Территориальное расположение медицинского офиса оказывает прямое влияние на окупаемость инвестиций, поскольку от месторасположения медицинского офиса зависят характеристики проходимости (количество пациентов в день) и величина арендной платы.



КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА РАБОТЫ МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

СОБЛЮДЕНИЕ ЕДИНОГО СТИЛЯ СЕТИ ИНВИТРО

В соответствии с договором коммерческой концессии и учебником франчайзи обязан соблюдать единый стиль и символику ИНВИТРО. Размещение несогласованных рекламных носителей приравнивается к нарушению единого стиля сети и регламентируется условиями договора коммерческой концессии.

СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВИЛ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНВИТРО

Франчайзи должен соблюдать требования, установленные договором коммерческой концессии, агентским договором, СОПами и учебником в сфере соблюдения качества предоставляемых услуг и правил ведения бизнеса в сети ИНВИТРО.

Контроль выполнения этих требований осуществляет франчайзер.

Основные направления проверки работы франчайзи:

- выполнение условий договоров и учебника;
- соблюдение единой символики, стиля и правил использования торговой марки ИНВИТРО;
- соблюдение процедур работы медицинского офиса и стандартов обслуживания пациентов;
- соблюдение правил единой ценовой политики.

Способы проверки качества оказываемых медицинских услуг и соблюдения правил ведения бизнеса:

- посещение медицинского офиса представителями франчайзера;
- плановые и внеплановые проверки медицинского офиса;
- собеседование с сотрудниками медицинского офиса;
- проверка документации, связанной с презентацией услуг медицинского офиса и ценами.

ТИПОВАЯ ПЛАНИРОВКА

Минимальная площадь — 60 м².



Франчайзи обязан беспрепятственно осуществлять допуск представителей франчайзера в медицинский офис. Процедуры по контролю осуществляются франчайзером, в том числе без согласования с франчайзи. Количество и частоту проверок франчайзер определяет самостоятельно. В случае выявления нарушений к франчайзи могут быть применены штрафные санкции. Любые разногласия между франчайзером и франчайзи устраняются путем переговоров. Обе стороны должны руководствоваться подписанными договорами, действующим российским законодательством и здравым смыслом.

ЕДИНАЯ ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И МЕТОДЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Под единой ценовой политикой понимается предоставление медицинских услуг в сети медицинских офисов по прайс-листу, утвержденному франчайзером. Франчайзи обязан придерживаться цен прайс-листа, подписанного обеими сторонами.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА

Для начала работы по системе франчайзинга ИНВИТРО франчайзи необходимо предоставить франчайзеру на согласование помещение под медицинский офис, соответствующее следующим требованиям:

- первый этаж, первая линия домов;
- минимальная площадь помещения — 60 м²;
- высота потолков помещения не менее — 2,6 м;
- отдельный вход;
- наличие санузла или возможность его установки;
- наличие раковины и локтевого смесителя в процедурном кабинете, кабинетах врачей или техническая возможность их установки;
- свободный доступ для пациентов;
- один телефонный номер;
- нежилое помещение может располагаться в жилом доме при условии, что вход не сопряжен с жилым подъездом.



ТРЕБОВАНИЯ К ПОМЕЩЕНИЮ

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗЕРА

- максимальная площадь помещения не ограничивается, оптимальная площадь — 80 м²;
- аренда сроком не менее трех лет с государственной регистрацией договора аренды в Регистрационной палате;
- наличие у собственника свидетельства собственности помещения;
- шаговая доступность от станции метро или остановки общественного транспорта (не более 10 минут).

ТРЕБОВАНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО САНИТАРНО-ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО НАДЗОРА

- максимально допустимое заглубление стен медицинского офиса ниже уровня земли — не более 1 м;
- площадь процедурного кабинета — не менее 12 м² в изолированном помещении;
- площадь кабинета гинеколога — не менее 18 м² в изолированном помещении;
- площадь кабинета УЗИ — не менее 16 м² в изолированном помещении;
- для проведения профилактических осмотров необходимо иметь помещение, состоящее из двух комнат: комнаты ожидания и комнаты проведения осмотров;
- для осуществления услуги вакцинации также необходимо иметь кабинет терапевта - площадью 12 м²;
- наличие естественного освещения в процедурном кабинете и кабинетах врачей;
- достаточное искусственное освещение;
- пол из моющихся материалов (кафель);
- наличие комнаты отдыха для персонала (рекомендуемая площадь — 6 м²);
- наличие зоны ресепшен (площадь и расположение относительно процедурного кабинета не регламентируется).

ТРЕБОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПОЖАРНОГО НАДЗОРА

- наличие договора на установку и обслуживание противопожарной сигнализации. При соответствии вышеперечисленным требованиям могут быть использованы помещения поликлиник, медицинских центров, стоматологических кабинетов, аптек, салонов красоты, парикмахерских.

МЕТОДИКА ПОДСЧЕТА ПРОХОДИМОСТИ МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

Проходимость замеряется три раза в день по 1 минуте:

- В утреннее время, когда люди идут на работу, с 07:00 до 09:00.
- В обеденное время — с 13:00 до 14:00.
- В вечернее время, когда люди идут с работы, с 18:00 до 19:00.

ПРАВИЛА ЗАМЕРА ПРОХОДИМОСТИ

Подсчитываются все люди, прошедшие мимо объекта (потенциального медицинского офиса), включая людей, движущихся по противоположной стороне улицы (если улица неширокая и не разделена бульваром). Люди, проезжающие мимо объекта в автотранспорте, не подсчитываются. Полученные суммы округляются в большую сторону. Если люди идут в стороне, то это учитывается как отрицательный фактор («в стороне» означает не менее 10 метров в сторону).

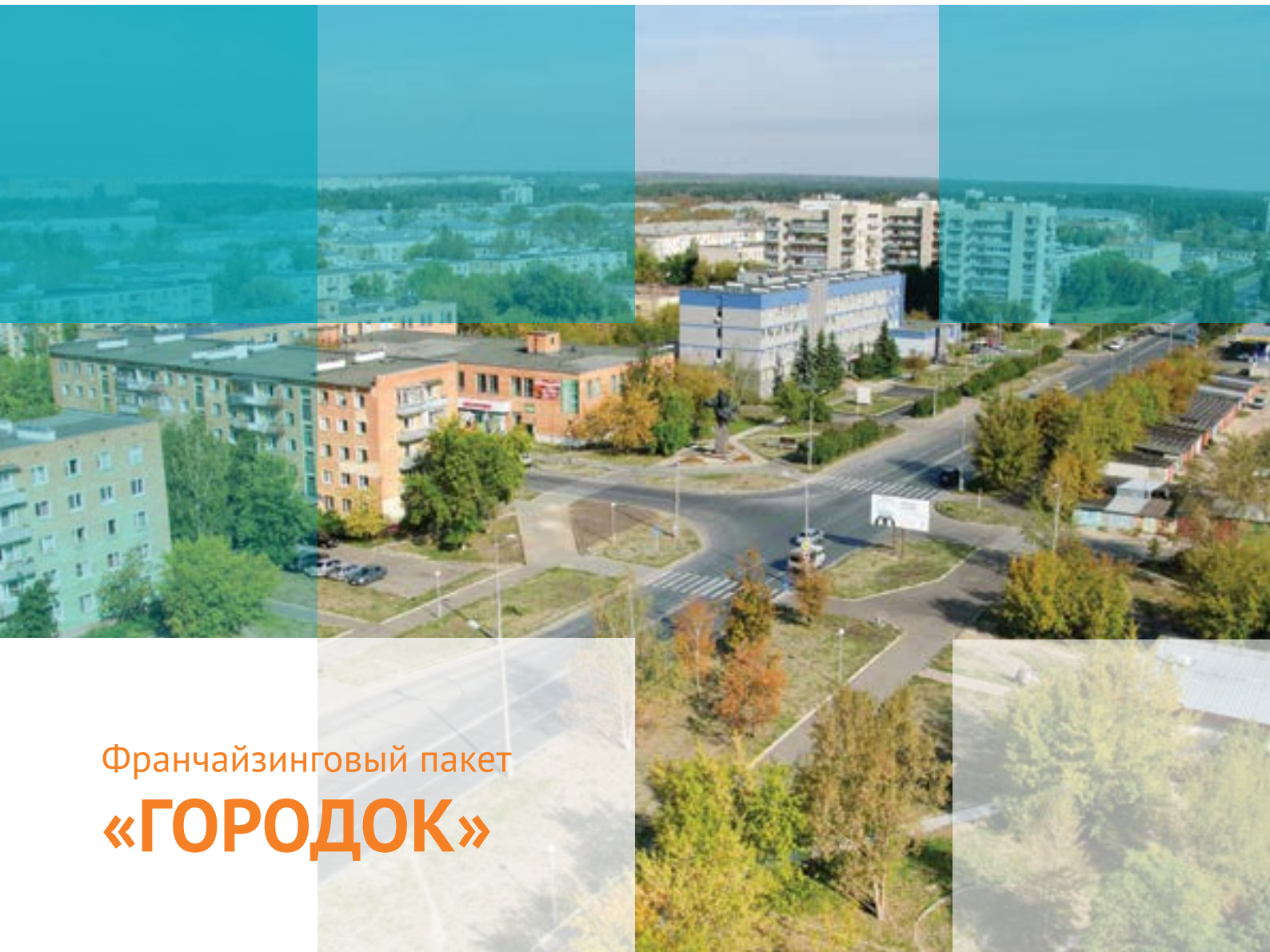
ПРАВИЛА РАСЧЕТА ПРОХОДИМОСТИ

Если замеры проводились три раза, то вычисляется среднее значение. Далее количество людей, прошедших мимо объекта за 1 минуту, умножается на 60 (минут) и умножается на 10 (рабочих часов). Количество жителей города в расчетах проходимости не учитывается, так как открытия проходят в основном в городах с населением более 100 000 человек. Если город небольшой, то, соответственно, проходимость, низкую по расчетам, можно принимать как нормальную.

ГРАНИЦЫ ПРОХОДИМОСТИ

- от 5 000 человек за 10 часов — слабое место.
- от 10 000 человек за 10 часов — хорошее место.
- от 20 000 человек за 10 часов — очень хорошее место.
- от 25 000 человек и выше за 10 часов — отличное место.

Примечание: для малых городов данные по границам проходимости пропорционально ниже.



Франчайзинговый пакет «ГОРОДОК»

Франчайзинговый пакет «Городок» стартовал в 2011 году. На данный момент по нему открыто более 100 медицинских офисов ИНВИТРО в различных регионах России. Территория расположения: населенные пункты с населением 10–50 тысяч жителей. Целевые регионы: все регионы РФ, кроме Москвы, Московской области в пределах Московского большого кольца (МБК).

КОНЦЕПЦИЯ ФРАНШИЗЫ

Франшиза «Городок» позволяет открыть свое дело под сильным и крупным брендом предпринимателям небольших региональных городов, а также городов Московской области за пределами Московского большого кольца (МБК). Инвестиции и регулярные расходы на медицинский офис, открытый по программе «Городок», в 3-5 раз ниже расходов на медицинский офис, открытый по программе «Стандарт».

Формат медицинского офиса «Городок»:

- площадь — от 30 м²;
- нет кабинета гинеколога;
- функционирует в радиусе не более 150 км от медицинского офиса, работающего по программе «Стандарт», и с привязкой к нему.

УСЛОВИЯ ФРАНШИЗЫ

- Инвестиции — около 1 000 000 руб.
- Паушальный взнос — 150 000 руб.
- Роялти — 2 % от оборота с 25-го месяца работы медицинского офиса (включительно), но не более 28 000 руб.
- Выход на безубыточность — с 6-го месяца работы медицинского офиса при условии достижения расчетных показателей.
- Окупаемость проекта — от 2 лет.

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОТНОШЕНИЙ ФРАНЧАЙЗЕРА С ФРАНЧАЙЗИ

- Подписание договора коммерческой концессии.
- Подписание агентского договора.
- Оплата паушального взноса.
- Передача франчайзером франчайзи учебника «Руководство пользователя по организации работы медицинских офисов ИНВИТРО».

Франчайзи согласно рекомендациям франчайзера и под его контролем осуществляет следующие процедуры:

- разработку архитектурного проекта и плана помещения медицинского офиса;
- ремонт помещения, закупку, расстановку оборудования и т. п.;
- поиск и найм персонала для работы в медицинском офисе;
- обучение персонала;
- получение лицензии;
- организацию и проведение рекламной кампании;
- подписание акта-приемки помещения.

ПРИМЕРНЫЙ УРОВЕНЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РАСХОДОВ

Расчеты приведены для помещения площадью 30 м²	
Инвестиционные расходы	(примерно, руб.)
Паушальный взнос	150 000
Аренда на время ремонта 2 мес. (600 руб./м²)	36 000
Лицензия	7 500
Ремонт (9 000 руб./м²)	270 000
Ресепшен (корпусная мебель и IT оборудование)	179 000
Процедурный кабинет (корпусная мебель и медицинское оборудование)	110 000
Комната персонала	30 000
Разное	205 000
Бикс, аптечки, емкости, хозтовары	10 000
Реклама на старте	30 000
Обучение персонала	85 000 (63 000 - программа обучения; 15 000 (min) - оплата проезда тренера ВМШ до места проведения обучения)
Входная группа с учетом минимальной стоимости световых букв	80 000
Прочее	13 500
ИТОГО	1 000 000

ПРИМЕРНЫЙ УРОВЕНЬ ФИНАНСОВЫХ ЗАТРАТ

Расчеты приведены для помещения площадью 30 м²	
Ежемесячные расходы медицинского офиса	Сумма (руб.)
Аренда (600 руб./м²)	18 000
Коммунальные платежи	4 000
Интернет + телефон	5 000
ФОТ	62 500
Логистика (удаленность от транспортного терминала 150 км 1 050 руб./день)	27 000
Канцтовары, хозтовары	5 000
Реклама (min)	10 000
ИТОГО	131 500

ДОХОДЫ МЕДИЦИНСКОГО ОФИСА

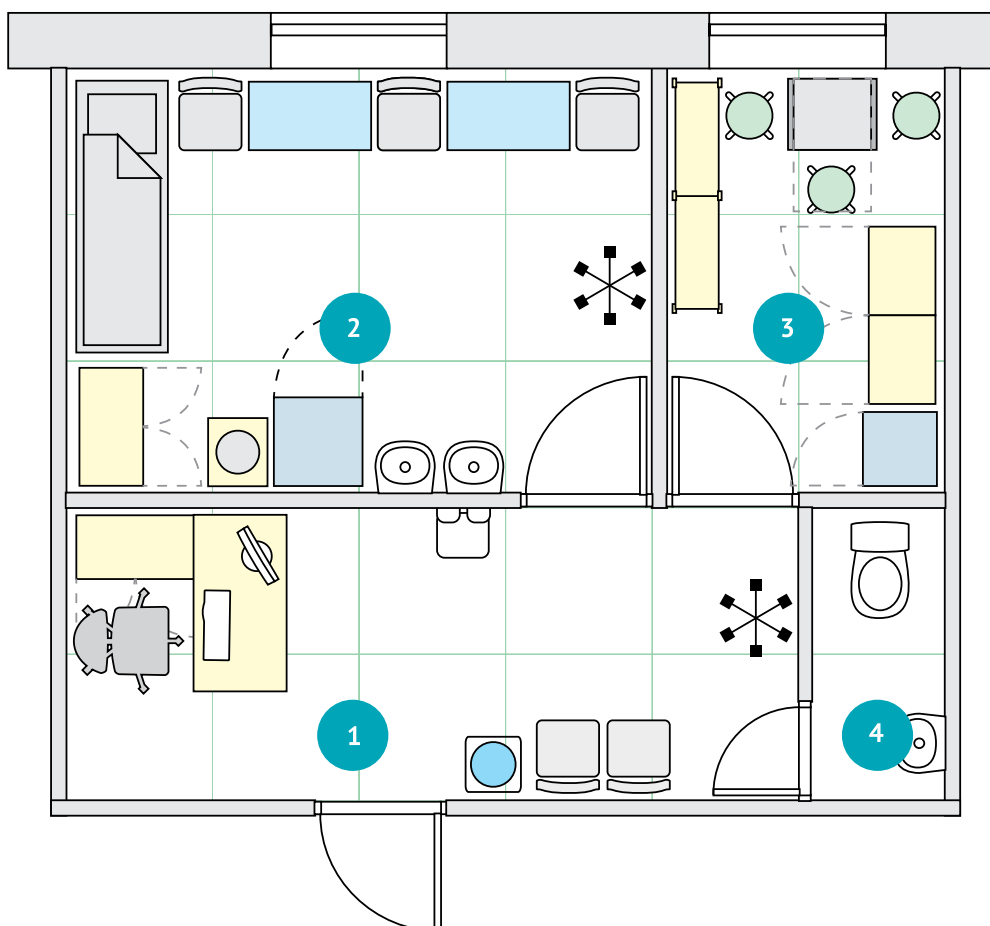
- Агентское вознаграждение франчайзи за предоставляемые услуги от основного прайс-листа — 40 %.
- Доход от взятия проб биологического материала, по статистике ИНВИТРО, составляет около 10 % от общей выручки медицинского офиса по лабораторным исследованиям.
- Количество рабочих дней медицинского офиса в месяц — от 24 до 31.
- Средний чек — 1 100 руб.
- Средняя посещаемость может варьироваться от 9 до 45 человек в день.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОМЕЩЕНИЮ

- Первый этаж, первая линия домов.
- Минимальная площадь — 30 м².
- Отдельный вход (в случае расположения в немедицинском учреждении).
- Наличие санузла или возможность его установки.
- Наличие раковины и смесителя в медицинском офисе или техническая возможность их установки.
- Свободный доступ.
- Нежилое помещение может располагаться в жилом доме при условии, что вход не сопряжен с жилым подъездом.
- Доступность для жителей города.
- Прямая аренда/ право собственности на помещение.

Типовая планировка медицинского офиса, открытого по программе «Городок»

- Ресепшен — 10 м²
- Процедурный кабинет — 12 м²
- Комната персонала — 6 м²
- Санузел — 2 м²



ТИПОВАЯ ПЛАНИРОВКА

Минимальная площадь — 30 м².

1 Ресепшен

3 Комната отдыха персонала

2 Процедурный кабинет

4 Санузел

РЕКЛАМНАЯ ПОДДЕРЖКА

Франчайзер обеспечивает рекламное сопровождение открытия и дальнейшей работы медицинского офиса следующим образом:

- создавая персональную страницу медицинского офиса на сайте www.invitro.ru;
- размещая информацию о медицинском офисе в Федеральной справочной службе ИНВИТРО (ФСС);
- размещая информацию о медицинском офисе в своих рекламных материалах и СМИ;
- разрабатывая макеты рекламных материалов;
- предоставляя корпоративные рекламные материалы.

Франчайзи самостоятельно изготавливает и размещает всю рекламу, которая необходима для четкой навигации медицинского офиса, в объеме, необходимом для функционирования медицинского офиса. Вся реклама подлежит обязательному предварительному согласованию с франчайзером. Франчайзер оказывает консультационную поддержку в вопросах оптимального использования рекламных носителей.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

В процессе налаживания работы оргтехники франчайзер передает франчайзи все необходимые настройки программного обеспечения АРМПС-2 (автоматизированное рабочее место процедурной сестры) для обеспечения доступа и работы франчайзи в единой лабораторной информационной системе (CGM Analytix).

Франчайзер в процессе работы медицинского офиса выполняет мероприятия по его развитию, а также оказывает консультационную и техническую поддержку, в том числе в случае сбоя в работе, связанного с программой АРМПС-2.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА, ОБМЕН ОПЫТОМ

Ежегодные встречи франчайзи, включающие в себя насыщенную деловую программу и развлекательные командообразующие мероприятия, в том числе круглые столы, неформальное общение с руководителями компании, награждения лучших франчайзи.

ИНВИТРО (франчайзер)

ИНВИТРО отправляет расходники в один центральный МО в регионе.



МО ИНВИТРО (франчайзи)

Инвестор распределяет расходники по всем МО.



МО «ГОРОДОК»

Расходные материалы доставляет курьер франчайзи.

Биоматериал в лабораторию поступает в контейнерах из центрального регионального МО.



Биоматериал силами франчайзи собирается в центральном МО и отправляется в Москву.



Ежедневная отправка биоматериала в центральный МО через курьера франчайзи.

МО — медицинский офис

ЛОГИСТИКА

Специалистами ИНВИТРО разработана специальная система доставки биоматериала в лабораторный комплекс из города присутствия офиса, открытого по программе «Городок».

Франчайзи за свой счет и своими силами ежедневно доставляет биоматериал из медицинского офиса в ближайший медицинский офис, работающий по программе «Стандарт» (адрес и контакты передаются франчайзером). Далее биоматериал попадает в транспортный терминал.

Оплату транспортировки биоматериала в лабораторный комплекс из транспортного терминала (аэропорта, ж/д вокзала и т.п.), расположенного в регионе присутствия медицинского офиса франчайзи, франчайзер полностью берет на себя. Биоматериал, взятый у пациента в медицинских офисах, в специальных термоконтейнерах доставляется для исследования в один из лабораторных комплексов сети ИНВИТРО (с помощью курьерской компании, самолетом или поездом). Сотрудники медицинского офиса франчайзи получают информацию о результатах проведенного исследования в электронном виде.

СОДЕРЖАНИЕ

Десять причин выбрать франшизу ИНВИТРО.....	2
Основные термины.....	3
Товарный знак.....	4
История компании.....	4
Краткое описание бизнеса.....	5
Лабораторные комплексы ИНВИТРО.....	8
Политика в области качества.....	9
Награды.....	10-11
Динамика роста сети.....	12
Обучение персонала. Высшая медицинская школа.....	13
Франчайзинговый пакет «Стандарт».....	14
Отношения между франчайзером и франчайзи на этапе покупки франшизного пакета.....	14
Разработка проекта медицинского офиса. Ремонт.....	15
Необходимые документы для заключения договора аренды.....	15
Закупка, наладка и обслуживание оборудования	15
Программное обеспечение.....	15
Рекламная поддержка.....	15
Продвижение торговой марки.....	16
Поставка расходных материалов.....	16
Расчет инвестиций.....	17
Доходы медицинского офиса.....	19
Внешний вид медицинского офиса.....	20
Документальное сопровождение отношений франчайзера и франчайзи	20
Курьерские услуги.....	21
Отношения между франчайзером и франчайзи в процессе работы.....	21
Дополнительные услуги в медицинском офисе.....	22
Расчеты между франчайзером и франчайзи.....	23
Оплата паушального взноса.....	23
Взаиморасчеты.....	23
Окупаемость инвестиций. Доходная и расходная части франчайзи.....	23
Контроль качества работы медицинского офиса.....	24
Соблюдение единого стиля сети ИНВИТРО.....	24
Соблюдение правил ведения бизнеса в сети ИНВИТРО.....	24
Единая ценовая политика и методы ее обеспечения.....	25
Обязательные требования франчайзера.....	25
Требования к помещению. Типовая планировка.....	26
Рекомендательные требования франчайзера.....	26
Требования Центрального государственного санитарно-эпидемиологического надзора.....	26
Требования Управления государственного пожарного надзора.....	26
Методика подсчета проходимости медицинского офиса.....	27
Правила замера проходимости.....	27
Правила расчета проходимости.....	27
Границы проходимости.....	27
Франчайзинговый пакет «Городок».....	28
Концепция франшизы.....	28
Условия франшизы	28
Документальное сопровождение отношений франчайзера и франчайзи.....	29
Примерный уровень инвестиционных расходов	30
Примерный уровень финансовых затрат.....	31
Доходы медицинского офиса.....	31
Требования к помещению.....	31
Типовая планировка	32
Рекламная поддержка.....	32
Программное обеспечение.....	32
Информационная поддержка, обмен опытом	32
Логистика	33
Франчайзинг без границ	35



ФРАНЧАЙЗИНГ БЕЗ ГРАНИЦ

Международный опыт работы.
Стабильность. Надежность. Открытость

Страна	Паушальный взнос, USD	Общая сумма инвестиций, USD	Срок окупаемости, год	Сумма роялти, USD	Агентское вознаграждение, %
Украина	12 000	25 000 - 30 000	2 - 2,5	1000 с 3-го месяца работы	35
Беларусь	3 000	от 80000	3	500 с 25-го месяца работы	35
Армения	5200	33 100 - 81 100	2 - 2,5	500 с 25-го месяца работы	40

iwantfranchise@invitro.ru

Присоединяйтесь к нашей команде!

Отдел организации медицинских офисов ИНВИТРО

8 (495) 258 07 88

8 (800) 200 363 0

iwantfranchise@invitro.ru

www.invitro.ru

