

# 2012

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии



Питер-Консалт

Питер-Консалт

12.01.2012

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

### Оглавление

I. Резюме компании инъекционной косметологии.....	3
II. Основная идея проекта .....	4
III. Анализ рынка .....	5
3.1. Виды услуг .....	5
3.2. Спрос.....	12
3.3. Конкуренция.....	14
3.4. План продаж.....	15
3.5. Тактика и план маркетинга.....	21
IV. Обоснование ресурсов.....	22
4.1. Производственные мощности.....	22
4.2. Капитальные затраты.....	22
4.3. Персонал и расходы на оплату труда .....	23
4.4. Текущие затраты .....	23
4.5. Сводный календарный план .....	24
V. Организационный план.....	24
6.1. Выбор организационно-правовой формы предприятия .....	24
VI. Финансовый план .....	25
7.1. Бюджет доходов и расходов (руб.).....	25
7.2. Кэш-фло (руб.) .....	26
7.3. Баланс (руб.) .....	27
7.4. Финансовые показатели .....	28
7.5. Эффективность инвестиций.....	29
7.6. Анализ безубыточности .....	30
VII. Анализ рисков .....	31
VIII. Приложение 1.....	31
10.1. Препараты для контурной пластики, биоревитализации и биоармирования Princess filler.....	31
IX. Приложение 2 .....	31

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

### I. Резюме компании инъекционной косметологии

#### Основная услуга:

Снабжение врачей и косметологов-эстетистов ассортиментом препаратов контурной пластики, биоревитализации и биоармирования.

#### Дополнительная услуга:

Обучение врачей методикам работы с препаратами.

#### Покупатели:

Частнопрактикующие врачи, косметические салоны (салоны красоты), обладающие лицензией на медицинскую деятельность, косметологические клиники.

#### Объем продаж (выручка от реализации) за первый год работы:

\*\* \*\*\* \*\* руб.

#### Организационно - правовая форма предприятия:

Индивидуальный предприниматель.

Будет привлечено наемных работников: \* чел.

Требуемый объем финансирования проекта: \* \*\*\* \*\* руб.

#### Источники финансирования проекта:

Собственные средства инициатора проекта.

#### Основные показатели проекта за период планирования:

Показатель	Рубли	Доллар США
Ставка дисконтирования, %	* **, ,	* **, ,
Период окупаемости - РВ, мес.	**	**
Дисконтированный период окупаемости - ДРВ, мес.	**	**
Средняя норма рентабельности - ARR, %	** **, ,	** **, ,
Чистый приведенный доход - NPV	* *** **	*** **
Индекс прибыльности - PI	* **, ,	* **, ,
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	*** **, ,	*** **, ,
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	** **, ,	** **, ,

Период расчета интегральных показателей - \*\* мес.

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что

.....

## II. Основная идея проекта

В бизнес-плане компании инъекционной косметологии рассматриваются экономические и организационные аспекты будущего предприятия, дается прогноз развития и рисков.

Целью проекта является создание рентабельного предприятия на рынке препаратов эстетической медицины и косметологии верхнего сегмента.

Для успешной реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. ....

**Проблемы, ожидаемые на пути к решению поставленных задач:**

.....

**Действия для преодоления описанных проблем планируется:**

1. Тактика маркетинга.

- .....

2. ....

**Аргументы в пользу успешной реализации проекта:**

- .....

SWOT-анализ проекта по результатам изучения его сильных и слабых сторон:

	<b>ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ</b>
<b>СИЛЫ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li><li>• .....</li></ul>	<b>ВОЗМОЖНОСТИ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li></ul>
<b>СЛАБОСТИ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li></ul>	<b>УГРОЗЫ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li></ul>

## **III. Анализ рынка**

### **3.1. Виды услуг**

В бизнес-плане компании инъекционной косметологии рассматривается дистрибуция ряда препаратов и медицинских инструментов, предложенных поставщиком как наиболее ликвидные. В дальнейшем ассортимент может быть расширен.

Более подробное описание препаратов смотрите в Приложении \*.

#### ***3.1.1. Препараты для контурной пластики, биоревитализации и биоармирования Princess filler***

PRINCESS - самые популярные в Европе препараты контурной пластики. В \*\*\*\* году эта серия филлеров была представлена в Монако как «Бренд года» и имеет по праву имидж самого универсального и безопасного инструмента эстетической медицины.

Использование препаратов серии PRINCESS S.M.A.R.T для решения комплексных задач контурной пластики, в том числе восполнения дефицита объема тканей, биоармирования и лифтинга:

- для коррекции морщин
- для stretch и lift-up биоармирования мягких тканей лица, шеи и тела
- для биоревитализации, оживления и придания упругости коже лица и шеи, лифтинга
- для моделирования формы и увеличения губ, устранения «кругов» под глазами
- для моделирования рельефа и контуров лица и тела

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии



Интрадермальный филлер гиалуроновой кислоты для коррекции поверхностных и средне-глубоких морщин, лифтинга и биоармирования

23 мг/мл +++

Интрадермальный филлер гиалуроновой кислоты для коррекции глубоких морщин, биоармирования и лифтинга

23 мг/мл ++++

Препарат гиалуроновой кислоты для биоревитализации, коррекции поверхностных морщин, лифтинга и омоложения

18 мг/мл ++

ГК в препарате имеет концентрацию, максимально приближенную к физиологической - \*\* мг/мл.

Длительность эффекта при имплантации PRINCESS Filler и PRINCESS Volume составляет от \*-\* до \*\* месяцев.

Распространение препаратов серии Princess не требует лицензирования. Вся продукция сертифицирована, сертификаты будут предоставлены поставщиком.

### ***3.1.2. Медицинский микронидлинг - мезотерапевтическая комплексная система Clinical Resolution***

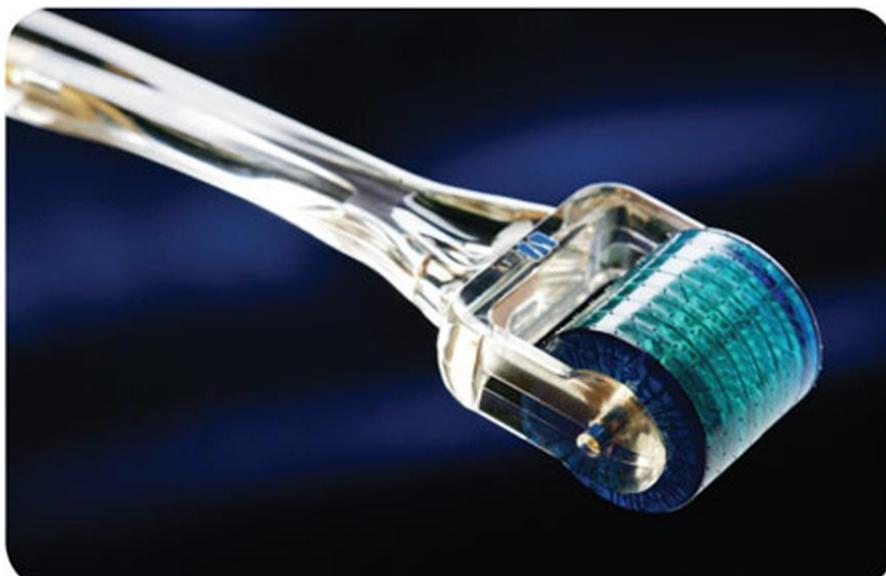
Клинические программы с применением факторов роста и пептидных комплексов:

- Омоложение, биоревитализация
- Стабилизация пигментации
- Лечение растяжек
- Репарация тканей, лечение рубцов
- Лечение целлюлита

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

- Предотвращение выпадения и стимулирование роста волос  
Производство США. Сертифицировано FDA.

### MTS ROLLER - Роллер для терапии микроиглами



Инструмент для терапии микроиглами

*Возможная длина иглы: \*,\* мм, \*,\* мм, \*,\* мм. \* мм, \* мм, 3мм*

Процедура терапии микроиглами стимулирует кожу к неоколлагенезу, таким образом, сокращая морщины и улучшая текстуру кожи. Роллер с очень тонкими иглами разработан для того, чтобы создавать в коже множество микроскопических каналов и стимулирует вашу кожу к созданию нового коллагена. Эти каналы заметно улучшают проникновение терапевтически-активных ингредиентов таких, как и полипептиды, витамины или любых других. Уход MTS роллером стимулирует обновление кожи, таким образом позволяет коже выглядеть свежее и моложе.

#### **Ключевые преимущества**

- Лечение практически безболезненно
- Побочных эффектов не выявлено
- Можно использовать дома (до \*,\* мм)
- Высокоточный, сделанный в Германии инструмент, которого хватит на сотни процедур
- Процесс стимулирует физиологическую реакцию кожи

## **Бизнес-план компании инъекционной косметологии**

### **VITAL WH - Мезораствор Анти-эйдж**

Данный мезораствор против морщин позволяет:

- Глубоко увлажнить клетки кожи.
- Уменьшить количество и видимость морщин, благодаря уплотнению кожи и увеличению уровня производства коллагена.
- Добиться шелковистой, гладкой текстуры кожи.
- Прекрасно подходит для любого типа кожи, не имеет побочных эффектов.

### **VITAL WH - Мезораствор репаративный**

Ключевые преимущества:

Данный мезораствор не только помогает в заживлении любых открытых ран, но также формирует антитела, помогающие организму бороться с патогенными бактериями и вирусами. Дополнительно увлажняет, тем самым, играет важную роль в процессе заживления ран. Увлажненные раны преимущественно заживают быстрее с меньшим риском образования шрамов. Все ингредиенты в составе данного мезораствора помогают добиться достаточной гидратации после процедуры MTS микронидлинга.

### **VITAL HR - Мезораствор для роста волос**

Мезораствор для роста волос - это результат особых научных исследований биохимических сигналов, контролирующих процесс роста волос. Данный препарат является самым последним словом в технологии восстановления роста волос как для женщин, так и для мужчин.

Направленно стимулирует фазу анагена (активного роста) с активацией необходимых для волос молекул-факторов роста.

### **VITAL SM - Мезораствор против растяжек**

Стабилизированный пептид, разработанный для питания кожи, устойчив к разрушению энзимами. Выполняет функции TGF-βB путем активации рецептора второго типа TβRII трансформирующего фактора роста-βB запуская синтез коллагена. Уменьшает морщины посредством увеличения уровня коллагена в коже и включает ген, отвечающий за производство коллагена.

## **Бизнес-план компании инъекционной косметологии**

### **VITAL CL - Мезораствор антицеллюлитный**

Кофеин, экстракт корня иглицы колючей, чайный гидроиодит, экстракт плюща, карнитин, трипептид-\*, карагинан. В данном мезорастворе эти ингредиенты предлагают комплексный подход, соединяя ингибирование адипоцитов, липолитическую активность, реактивацию микроциркуляции, а также выведение токсином для максимального эффекта. Все это предоставляет уникальное средство для борьбы с целлюлитом.

### **PEPTIDE AQUA GEL MASK - Пептидно аквагелевая маска**

MTS пептидная маска была разработана для косметического использования, чтобы успокоить и увлажнить кожу после процедуры MTS микронидлинга. Маска была разработана с применением инновационной технологии ТКД (Трансдермальная косметическая доставка), что позволяет эффективным ингредиентам активизироваться от температуры тела. Результатом является быстрое и эффективное проникновение этих ингредиентов в глубокие слои кожи.

### **STEM CELL/PEPTIDE/EGF - Необходимый уход при прохождении процедур MTS роллером**

Революционная комбинация содержания запатентованных стволовых клеток растительного происхождения с инновационными активными ингредиентами и омолаживающими пептидами, с увлажняющим и осветляющим эффектом.

### **MTS SUN PROTECTIVE CREAM - MTS солнцезащитный крем**

Не содержащий «химии» солнцезащитный крем является легчайшим средством. Содержит силиконовый эластомер. Данная структура позволяет достичь шелковистости при использовании на коже лица. В дополнение этот продукт не содержит агрессивных или сомнительных УФ-отражающих агентов и не оставляет белого налета, который может появиться при использовании других солнцезащитных кремов. Дополнен запатентованными липопептидами, продемонстрировавшими в изучении клеток кожи стимуляцию коллагена и производство эластина с минимальной выработкой проста тандина.

### **MTS ANTI-AGING COMPLEX MTS - Анти-возрастной комплекс**

В большинстве случаев способность проникновения активных ингредиентов через эпидермальный барьер (роговой слой) и через межклеточные каналы составляет примерно \*.\*%, и связано с такими характеристиками как, например,

## **Бизнес-план компании инъекционной косметологии**

кератинизация. Но даже это количество проникающих активных ингредиентов не всегда может быть предсказуемым.

Новая концепция состоит в том, чтобы увеличить проникающую способность эпидермиса, путем создания нового трансклеточного пути и сконструировать новую систему доставки лечебных компонентов.

### **MTS HAIR RESTORATION COMPLEX - MTS комплекс для восстановления волос**

Применяется в системе микронидлинга для наиболее эффективного механизма трансдермальной доставки активных ингредиентов в глубокие слои кожи.

- За восемь недель \*\*\*% мужчин, применявших процедуру с MTS комплексом восстановления волос заметили увеличение роста волос и в среднем на \*\*\*% уменьшение потери волос.
- \*\*-недельные исследования выявили уменьшение количества вырабатываемого кожного сала у \*\*% испытуемых, применявших MTS пептидный HR комплекс.

### **MTS HR MATRIX - MTS пептидный лосьон для восстановления роста волос**

MTS пептидный лосьон для восстановления роста волос - это первый и единственный в своем классе продукт, который направленно стимулирует фазу анагена в цикле роста волос, снабжая волосы необходимыми факторами роста. Данный продукт также укорачивает фазы катагена и телогена жизненного цикла волосяного фолликула.

### **MTS LASHPEP - MTS Кондиционер для ресниц с реконструирующей пептидной формулой**

Это средство не является лекарством и не обладает какими-либо побочными эффектами, имеющимися у прочих продуктов для стимуляции роста ресниц. МТ\* кондиционер для ресниц содержит косметически одобренный, высоко концентрированный и запатентованный пептид активирующий сигнал роста ресниц.

### **POREX MASK - Органическая маска для сужения пор/отшелушивающая маска**

Ценные компоненты этого препарата, извлеченные из тыквы, помогают бережно ремоделировать и отшелушивать кожу. Улучшают ее внешний вид, уменьшая видимость мелких морщин, возрастных пятен, веснушек, делая кожу гладкой.

## **Бизнес-план компании инъекционной косметологии**

Не только сужают поры и борются с несовершенствами кожи, но в тоже время стимулируют рост новых здоровых клеток кожи.

### **MTS VITAPER SERUM - MTS Сыворотка с витапептидами**

Сыворотка мгновенно увеличивает уровень увлажненности кожи и усиливает ее сопротивляемость негативным факторам окружающей среды. В ее состав входит значительное количество витамина С (\*\*%), который является сильным антиоксидантом, но не содержит воды. Улучшает тон кожи лица, увлажняет, делает кожу шелковистой и сияющей. Сыворотка обеспечивает разглаживающий, антиоксидантный эффект; придает сияние и создает защиту для всех типов кожи, на которой начинают проявляться признаки старения. При использовании перед макияжем, продукт поможет сформировать дышащий, увлажняющий слой и поможет достигнуть гладкости даже при использовании с макияжем.

### **MTS PEPTIDE MOISTURIZER - MTS Пептидный увлажнитель**

MTS крем с пептидами - помощник в обновлении кожи; он поможет ей выглядеть свежей, здоровой и постепенно уменьшит видимость глубоких и мелких морщин. Обогащен натуральными ингредиентами, такими как алоэ; редкими маслами. Содержит аминокислоты, которые, как показали клинические исследования, уменьшают видимость морщин до \*\*%. Данный крем нормализует уровень увлажненности, доставляет необходимое количество влаги в кожу после процедуры микронидлинга MTS.

### **MTS AMINO PEPTIDE SERUM MTS Аминопептидная сыворотка**

Анти-возрастная, лечебная, защитная сыворотка. Стимулирует выработку натурального коллагена I, III и IV типов, фибронектина (естественно участвующего в процессе восстановления клеток и заживлении тканей) и гликозаминогликана.

#### ***3.1.3. Seventy bg***

### **Профессиональная линия SkinProject NanoPeel**

SkinProject NanoPeel- инновационная линия профессиональных средств:

- Комплексная комбинированная биоревитализация
- Домашний уход
- Наносомальные пилинги

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

SkinProject NanoPeel позволяет косметологам и дерматологам разрабатывать самые оптимальные и эффективные индивидуальные схемы лечения.

### Средства для биоревитализации кожи Seventy

RUGANTIL	COMB HYAL
Микроинъекции ( гиалуроно- вая кислота *, *% и *, *%)	Ингибитор гиалуронидазы (аскор- бил пальмитат, резвератрол)

Биоревитализация препаратами неретикулированной гиалуроновой кислоты остается одной из самых востребованных процедур на рынке услуг эстетической медицины.

Comb-Hyal применяется в комбинированных процедурах биоревитализации неретикулированной ГК для пролонгирования достигнутого эффекта омоложения и увлажнения кожи.

Препарат представляет из себя безводный крем-гель обладающий двойным действием по защите вводимой с помощью микроинъекций ГК.

### 3.2. Спрос

Целевая аудитория .....

Распределение целевой аудитории между группами:

Группа потребителей	Доля в обороте
• .....	**%
.....	**%
• ..... • .....	**%

Такое распределение объясняется следующими факторами.....

Территориальное расположение будущих покупателей – Санкт-Петербург и ближайшие пригороды.

Хотя непосредственными покупателями препаратов являются врачи и клиники, общий спрос на услуги эстетической медицины и контурной пластики полностью зависит от их клиентов. Поэтому, чтобы оценить риски, связанные со спросом необходимо рассмотреть конечных потребителей препаратов. Это:

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

- .....

### 3.1.4. Динамика рынка

.....

Самым надежным способом спрогнозировать развитие спроса в отсутствие отечественной статистики будет взгляд на рынок США.

Основные факты (Источник – Американское Общество Пластических хирургов):

- В \*\*\*\* году в США было проведено \* миллионов косметических процедур, как хирургических, так и нехирургических. Хирургические составили \*\*% от общего числа и \*\*% оборота, нехирургические – \*\*% и \*\*% соответственно.
- По сравнению с \*\*\*\* годом, общее количество косметических процедур в год увеличилось на \*\*%. Хирургические процедуры увеличились на \*\*%, нехирургические – на \*\*%

.....

Количество хирургических операций (слева) и нехирургических операций (справа) в \*\*\*\*, \*\*\*\* и \*\*\*\* годах. (Источник – Американское Общество Пластических Хирургов):

Топ-\* нехирургических операций в \*\*\*\*:

1. ....

Данная статистика позволяет прогнозировать дальнейший рост рынка эстетической медицины и в России, так как менталитет населения крупных городов РФ, являющегося основным потребителем эстетической медицины, в сфере ухода за собой стремится к западному.

Объем американского рынка коммерческой медицины превышает \* трлн долларов – это в \*\*\* раз больше, чем в России. С \*\*\*\* по \*\*\*\* год объем российского рынка коммерческой медицины вырос с \*\*\* до \*\*\* млрд. руб. Ежегодный прирост составляет \*\*%, это одна из самых динамично развивающихся отраслей (Источник - Павел Гагарин, председатель совета директоров аудиторско-консалтинговой группы «Градиент Альфа»).

### Факторы спроса:

- .....

По данным исследования маркетингового агентства BusinesStat в \*\*\*\* г стоимостный объем рынка медицинских услуг Санкт-Петербурга вырос на \*\*, % и

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

достиг \*\*, \* млрд. руб. Доля Санкт-Петербурга в общем обороте коммерческого рынка медицинских услуг России составила \*, \*%.

По данным исследования группы компаний Step by Step, На Москву приходится \*\*% оборота коммерческой медицины. Оборот московского рынка пластической хирургии составляет порядка \*, \* млрд. рублей. Спроецировав данное соотношение на рынок пластической хирургии Санкт-Петербурга, можно приблизительно оценить его объем:

$$x = *, * \% (\text{доля СПб в рынке коммерческой медицины}) * * \text{***} \text{***} \text{***} \text{руб.} \\ (\text{объем рынка пластической хирургии Москвы}) / **\% (\text{доля Москвы в рынке коммерческой медицины}) = \text{***} \text{***} \text{***} \text{руб.}$$

Если предположить, что соотношение нехирургических и хирургических операций в области эстетической медицины в Санкт-Петербурге стремится к американскому, объем рынка Санкт-Петербурга нехирургических операций в сфере эстетической медицины составляет:

$$x = **\% (\text{доля нехирургических операций в обороте эстетической медицины США}) * \text{***} \text{***} \text{***} \text{руб.} (\text{объем рынка пластической хирургии СПб}) / **\% (\text{доля хирургических операций в обороте эстетической медицины США}) = \text{***} \text{***} \text{***} \text{руб. в год или **} \text{***} \text{***} \text{руб. в месяц.}$$

При этом, среди нехирургических пластических процедур в России лидируют инъекции гиалуроновой кислоты (\*\*\*\*\* операций за \*\*\*\*\* год). В условиях растущего рынка, при достаточных усилиях в продвижении, к началу \*\*\*\*\* года возможно занять \*% (пессимистический сценарий) - \*% (оптимистический сценарий - оборот, спрогнозированный поставщиком) рынка. План продаж исходит из реалистического сценария, при котором расчетная доля рынка составит \*, \*% через год продаж к марту \*\*\*\*\* и \*, \* % к маю \*\*\*\*\* года.

### 3.3. Конкуренция

Сводная таблица конкурирующих препаратов представлена в Приложении \*.

Как видно из таблицы, наиболее близкими конкурентными препаратами по цене и по концентрации ГК (гиалуроновой кислоты) являются Perfectha Derm и Belotero.

Компания «Мартинекс», являющаяся дистрибутором Perfectha Derm, не имеет представительства или филиала в Санкт-Петербурге, процедуры с исполь-

## **Бизнес-план компании инъекционной косметологии**

зованием данного препарата предлагаются только в клинике GERNetic на Васильевском острове.

.....

Препарат Belotero, предлагаемый компанией «Маруга», присутствует в ряде клиник, на сайте компании размещены контакты представительства в Санкт-Петербурге.

Таким образом, главным конкурентом для основного продукта в линейке нашей компании будет являться Belotero. Нужно отметить, что данный препарат производится компанией Merz – лидером индустрии. Кроме Belotero, компания выпускает Radiesse, который также распространяется компанией «Маруга». Данная компания очень хорошо известна на рынке и вкладывает значительные средства в продвижение.

.....

Компания «Маруга» регулярно участвует в выставках «Intercharm professional» и проводит обучающие семинары по продуктам, однако среди списка семинаров по Belotero нет.

Также возможен иной вид конкуренции – со стороны частных перевозчиков препарата, работающих без сертификата и, как правило, эпизодическим образом. Объем такой конкуренции, по мнению поставщика, незначителен.

### **3.4. План продаж**

Спрос на препараты для контурной пластики имеет ярко выраженную сезонность. По данным поставщика, отмечается резкое падение продаж в январе и в летний период.

Кривая плана продаж будет характеризоваться умеренным ростом на начальном этапе, определяемым временем, требующимся для составления клиентской базы и обучения продавцов. Также она отражает сезонные колебания спроса. В летний период, когда спрос на услуги резко падает, рост будет происходить лишь за счет активного набора клиентов. С начала осени рост объема продаж будет отражать эффект отложенного спроса. В январе ожидается резкий спад продаж.

Период (месяц)	мар.**	апр.**	май.**	июн.**	июл.**	авг.**	сен.**	окт.**	ноя.**	дек.**	янв.**	фев.**
Объём продаж (тыс. рублей)	**,*	***,*	***,*	***,*	***	***,*	****	****,*	****,*	****,*	****,*	****,*
Объём продаж (штук)	**	**	**	**	**	**	***	***	***	***	***	***

Период (месяц)	мар.**	апр.**	май.**	июн.**	июл.**	авг.**	сен.**	окт.**	ноя.**	дек.**	янв.**	фев.**
Объём продаж (тыс. рублей)	****,*	****,*	****,*	***,*	***	***,*	****,*	****,*	****,*	****,*	****,*	****,*
Объём продаж (штук)	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

.....

### 3.5. Тактика и план маркетинга

Как показано в разделе \*.\* , на рынке уже существует ряд препаратов гиалуроновой кислоты, с которыми придется конкурировать. Для того чтобы отвоевать долю рынка, необходимо, с одной стороны, привлекать врачей, только рассматривающих использование препаратов ГК в профессиональной деятельности, с другой - стимулировать остальных переходить на препараты Princess.

В первом случае маркетинговые усилия должны быть направлены на:

- .....

Во втором случае стоит задача преодолеть естественную инертность целевой аудитории. Опытный врач с неохотой переходит на новый препарат, даже если его преимущества перед старым обоснованы вызывающими доверие данными клинических исследований и мнением коллег.

К сожалению, и в том и другом случае, кроме точечного маркетинга, очень важно грамотное продвижение бренда, которое полностью зависит от поставщика. Таким образом, остается:

- .....

Новые клиенты	Средний месячный чек, тыс. рублей	мар.**	апр.**	май.**	июн.**	июл.**	авг.**	сен.**	окт.**	ноя.**	дек.**	январ.**	фев.**
Объем продаж, тыс. рублей		** ,	*** ,	*** ,	*** ,	***	*** ,	****	**** ,	**** ,	**** ,	**** ,	**** ,
Новые клиенты - врачи	** ,	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Новые клиенты - клиники и салоны	**	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*
Требуемое количество пробников		**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Требуемые качества услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• .....</li> </ul>
Цены	.....
Каналы сбыта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• .....</li> </ul>
Продвижение и реклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>• .....</li> </ul>

.....

## IV. Обоснование ресурсов

### 4.1. Производственные мощности

Выбор месторасположения офиса диктуется, прежде всего, близостью к клиентам – клиникам. Здесь под клиниками понимаются не только сами организации, но работающие там косметологи, которым должно быть удобно заезжать в офис по дороге в/из клиники или ожидать приезда курьера в течение получаса. Таким образом, офис должен располагаться в одном из бизнес-кластеров в центре.

#### Информация по производственным мощностям

Производственные мощности	У кого, по каким ценам будут приобретаться	Месяц приобретения
офис, аренда		
конференц-зал, аренда		
Мебель для офиса		
Компьютеры, видеонаблюдение		

### 4.2. Капитальные затраты

Укрупненный перечень необходимого оборудования приведен в таблице:

#### Информация по капитальным затратам

Основные средства и нематериальные активы	Цена за единицу *)	Кол-во	Период оплаты (месяц)
Комплект офисной мебели на 7 человек, включая два шкафа и стулья			
Компьютеры			
Сейф			
Видеонаблюдение – камера и монтаж			

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

ВСЕГО:			
--------	--	--	--

\*) – включая цену приобретения, затраты на доставку и пуско-наладочные работы

### 4.3. Персонал и расходы на оплату труда

#### Штатное расписание

Должность	Оклад , руб.	Метод премирования	Месяц, год приема на работу
Генеральный директор			
Начальник отдела продаж			
Менеджер продаж 1			
Менеджер продаж 2			
Менеджер продаж 3			
Менеджер продаж 4			
Офис-менеджер			
Курьер			

Комментарии к штатному расписанию:

Порядок набора сотрудников отдела продаж обусловлен следующими соображениями. ....

### 4.4. Текущие затраты

Название	Сумма (руб.)	Платежи
<b>Управление</b>		
Бухгалтерские услуги		
Юридическая помощь		
<b>Производство</b>		
Расходные материалы для офиса		
Аренда офиса		
Интернет		

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

Телефония		
<b>Маркетинг</b>		
Семинар		
Пробники		
Сайт		
Рекламные материалы		

### 4.5. Сводный календарный план

.....  
.....

## V. Организационный план

На предприятии предполагается следующее распределение обязанностей и ответственности:

1. Генеральный директор

- .....

2. Начальник отдела продаж

- .....

Будут использованы следующие источники профессиональной поддержки (аутсорсинга):

.....

### 5.1. Выбор организационно-правовой формы предприятия

Для данного вида деятельности более всего подходит юридический статус индивидуального предпринимателя. Это позволит:

- .....

Продажи препаратов потребуют копии сертификатов, которыми располагает поставщик.

Регистрация предприятия потребует начальных затрат на сумму 4000 рублей.

Отношения с поставщиком будут оформляться в виде договора поставки на реализацию. Отношения с персоналом – на основе трудового договора и договора о неразглашении коммерческой тайны.

Система налогообложения – упрощенная: 10% от (доходы – расходы)

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

Для того, чтобы извлечь максимальную выгоду из такой организации предприятия, .....

### VI. Финансовый план

#### 6.1. Бюджет доходов и расходов (руб.)

Строка	*- *.*** *	*кв. ****Г.	*- *.***							
Валовый объем продаж	** ** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Налоги с продаж	* ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *
Чистый объем продаж	** ** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Материалы и комплектующие	** ** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Суммарные прямые издержки	** ** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Валовая прибыль	** ** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Административные издержки	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *	** ** ** *
Производственные издержки	** ** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *
Маркетинговые издержки	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *
Зарплата административного персонала	** ** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *
Зарплата производственного персонала	** ** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	** ** ** *
Зарплата маркетингового персонала	** ** ** *	*** ** *	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	*** ** *
Суммарные постоянные издержки	*** ** *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *	* ** * *
Амортизация		* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Суммарные непроизводственные издержки		* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Другие издержки	* ** *									
Убытки предыдущих периодов					** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *
Прибыль до выплаты налога	- *** ** *	- *** ** *	- *** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *
Налогооблагае-				*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *	*** ** *

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

мая прибыль						**		**	
<b>Чистая прибыль</b>	- *** ** *	- *** **	- *** **	*** **	*** **	*** **	*** **	* ** *	*** **

Как видно из таблицы, компания начинает показывать операционную прибыль с четвертого квартала первого года продаж.

### 6.2. Кэш-фло (руб.)

Строка	*- *.****	*КВ. ****Г.	*- *.****						
Поступления от продаж	** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Затраты на материалы и комплектующие	* **	*** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Суммарные прямые издержки	* **	*** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Общие издержки	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Затраты на персонал	*** **	*** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	*** **
Суммарные постоянные издержки	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Налоги	** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Кэш-фло от операционной деятельности	- *** **	- *** **	- *** **	*** **	*** **	*** **	* ** *	* ** *	*** **
Затраты на приобретение активов	*** **		* ** *						
Другие издержки подготовительного периода	* **								
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	- *** **		_** **						
Собственный (акционерный) капитал	* ** *								
Выплаты дивидендов						*** **	* ** *	*** **	
Кэш-фло от финансовой деятельности	* ** *					- *** **	_** **	- *** **	
Баланс наличности на начало периода		* ** *	*** **	* ** *	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
<b>Баланс наличности на конец периода</b>	* ** *	*** **	* ** *	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

Свободные денежные средства уменьшаются в течение первых трех кварталов проекта и, после прохождения точки безубыточности, начинают накапливаться, достигая к концу периода планирования более \*-х млн. руб..

### 6.3. Баланс (руб.)

Строка	*- *.****	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*кв. ****г.	*- *.****
Денежные средства	* ** * **	*** **	** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Счета к получению	** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Сырье, материалы и комплектующие	** **	** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Краткосрочные prepaid расходы	***	* **	* **	* **	* **	***	* **			
Суммарные текущие активы	* ** * **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
Основные средства	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Накопленная амортизация		* **	** **	** **	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Остаточная стоимость основных средств:	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Оборудование	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **	*** **
Инвестиции в основные фонды										
<b>СУММАРНЫЙ АКТИВ</b>	* ** * **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
Отсроченные налоговые платежи	* **	** **	** **	** **	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Счета к оплате	*** **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
Суммарные краткосрочные обязательства	*** **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
Обыкновенные акции	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
Резервные фонды						*** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *
Нераспределенная прибыль	- *** **	- * ** * **			*** **					
Суммарный собственный капитал	* ** * **	*** **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **
<b>СУММАРНЫЙ ПАССИВ</b>	* ** * **	*** **	*** **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **	* ** * **

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

Мы видим, что собственный капитал планируемого бизнеса начинает накапливаться с \*-ого квартала продаж и значительными темпами растёт до конца периода планирования.

### 6.4. Финансовые показатели

Строка	*_*.****	*кв. ****Г.	*_*.****						
Коэффициент текущей ликвидности (CR), %	* **	***	**	***	***	***	***	***	***
Коэффициент срочной ликвидности (QR), %	* **	***	**	**	***	***	***	***	***
Чистый оборотный капитал (NWC), руб.	* ** *	*** **	-	*** **	*** **	* ** *	* ** *	* ** *	* ** *
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	** **	** **	_*	** **	** **	** **	** **	** **	** **
Коэфф. оборачиваем. запасов (ST)	*	**	**	**	**	**	**	**	**
Коэфф. оборачиваем. дебиторской задолж. (CP)	**	*	*	*	*	*	*	*	*
Коэфф. оборачиваем. кредиторской задолж. (CPR)	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Коэфф. оборачиваем. рабочего капитала (NCT)	*	*	_***	**	**	**	**	**	*
Коэфф. оборачиваем. основных средств (FAT)	*	**	**	***	***	***	***	***	***
Коэфф. оборачиваем. активов (TAT)	*	*	**	**	**	*	*	*	*
Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %	*	**	**	**	**	**	**	**	**
Суммарные обязательства к собств. кап. (TD/EQ), %	*	**	***	***	***	**	**	**	**
Коэфф. рентабельности ва-	**	**	**	**	**	**	**	**	**

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

ловой прибыли (GPM), %									
Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	***	**	**	**	**	**	*	**	**
Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	***	**	**	**	**	**	*	**	**

Показатели ликвидности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Рекомендуемые значения - коэффициент срочной ликвидности: \*.\* – \*, текущей – \*-\*. Как видно из таблицы, .....

Чистый оборотный капитал .....

### **Справка:**

#### **Показатели ликвидности (Liquidity Ratios).**

Показатели ликвидности характеризует способность компании погашать краткосрочные обязательства.

**Коэффициент текущей ликвидности (Current Ratio)** рассчитывается как отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам (в процентах).

$$CR = \frac{\text{Total Current Assets}}{\text{Total Current Liabilities}}$$

При расчете используются средние значения балансовых показателей за расчетный период. Этот коэффициент показывает, достаточно ли у предприятия средств, которые могут быть использованы для погашения краткосрочных обязательств.

**Коэффициент срочной ликвидности (Quick ratio)** определяется как отношение наиболее ликвидной части оборотных активов (денежных средств, дебиторской задолженности, краткосрочных финансовых вложений) к краткосрочным обязательствам (в процентах).

$$QR = \frac{\text{Total Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Total Current Liabilities}}$$

При расчете используются средние значения балансовых показателей за расчетный период.

## 6.5. Эффективность инвестиций

Показатель	Рубли	Доллар США
Ставка дисконтирования, %	*,**	*,**

## Бизнес-план компании инъекционной косметологии

Период окупаемости - РВ, мес.	**	**
Дисконтированный период окупаемости - ДРВ, мес.	**	**
Средняя норма рентабельности - ARR, %	** **	** **
Чистый приведенный доход - NPV	* *** **	*** **
Индекс прибыльности - PI	* **	* **
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	*** **	*** **
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	** **	** **

Период расчета интегральных показателей - \*\* мес.

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что

.....

### 6.6. Анализ безубыточности

Анализ безубыточности показывает .....

*Анализ безубыточности - Точка безубыточности (руб.)*

Подразделение	*- *.****	*КВ. ****Г.	*- *.****							
Компания	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **	* ** **

Запас финансовой прочности в абсолютном выражении .....

*Анализ безубыточности - Запас финансовой прочности (руб.)*

Подразделение	*- *.*** **	*КВ. **** Г.	*КВ. **** Г.	*КВ. ****Г.	*КВ. ****Г.	*КВ. ****Г.	*КВ. ****Г.	*КВ. ****Г.	*- *.*****
Компания	X	X	X	* ** **	* ** **	* ** **	*** ** **	* ** **	* ** **

Запас прочности в относительном выражении:

*Анализ безубыточности - Запас финансовой прочности (%)*

Подразделение	*- *.****	*КВ. ****Г.	*- *.****							
Компания	X	X	X	** **	** **	** **	* **	** **	** **	

Это означает, что .....

Проект умеренно чувствителен к .....

*Анализ безубыточности - Операционный рычаг (раз)*

Подразделение	*- *.****	*КВ. ****Г.	*- *.****							
Компания	* **	* **	* **	* **	* **	* **	** **	* **	* **	

## VII. Анализ рисков

Анализ возможных вариантов развития бизнеса и рисков показывает, что данное предприятие следует признать высокорисковым.

Основная группа рисков связана с зависимостью от поставщика:

1. ....
2. ....

Минимизировать данные риски возможно .....

Меры безопасности, связанные с данными рисками, следующие:

- .....

Следующая группа рисков связана с логистикой:

1. ....

Меры по минимизации и компенсации последствий:

- .....

.....

Последняя группа рисков связана с влиянием внешних факторов – макро-экономической ситуации и законодательства:

1. ....
  2. ....
- .....

## VIII. Приложение \*

### 9.1. Препараты для контурной пластики, биоревитализации и биоармирования Princess filler

.....

## IX. Приложение \*. Конкуренты

.....