



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

| Тема работы |
|--|
| Бизнес-план открытия лаборатории косметических и массажных услуг |

УДК
005.411:338.467.5:687.5
Обучающийся

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|---------------|---------|------|
| ЗН91 | Ростова А. С. | | |

Руководитель ВКР

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|-----------|--------------|------------------------|---------|------|
| Доцент | Шамина О. Б. | к.т.н., доцент | | |

КОНСУЛЬТАНТЫ ПО РАЗДЕЛАМ:

По разделу «Социальная ответственность»

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|-------------------|----------------|------------------------|---------|------|
| ст. преподаватель | Феденкова А.С. | - | | |

Нормоконтроль

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|-----------------------|---------------|------------------------|---------|------|
| старший преподаватель | Громова Т. В. | | | |

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

| Руководитель ООП/ОПОП, должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|----------------------------------|------------------|------------------------|---------|------|
| доцент | Калашникова Т.В. | к.т.н., доцент | | |

Томск – 2023 г.

Планируемые результаты освоения ООП/ОПОП

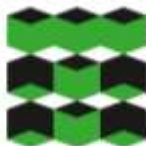
27.03.05 Инноватика

| Код компетенции | Наименование компетенции |
|---|---|
| Универсальные компетенции | |
| УК(У)-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач |
| УК(У)-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| УК(У)-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |
| УК(У)-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (-ых) языке |
| УК(У)-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| УК(У)-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |
| УК(У)-7 | Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| УК(У)-8 | Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций |
| УК(У)-9 | Способен проявлять предприимчивость в профессиональной деятельности, в т. ч. в рамках разработки коммерчески перспективного продукта на основе научно-технической идеи |
| Общепрофессиональные компетенции | |
| ОПК(У)-1 | Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности |
| ОПК(У)-2 | Способен использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту |
| ОПК(У)-3 | Способен использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать компьютерные технологии и базы данных, пакеты прикладных программ управления проектами |
| ОПК(У)-4 | Способен обосновывать принятие технического решения при разработке проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения |
| ОПК(У)-5 | Способен использовать правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности и нормы охраны труда |
| ОПК(У)-6 | Способен работать в коллективе, организации работы малых коллективов (команды) исполнителей |
| ОПК(У)-7 | Способен применять знания математики, физики и естествознания, химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии в |

| | |
|-------------------------------------|---|
| | инновационной деятельности |
| ОПК(У)-8 | Способен применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов |
| Профессиональные компетенции | |
| ПК(У)-1 | Способен использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности |
| ПК(У)-2 | Способен использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту |
| ПК(У)-3 | Способен использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности; использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом |
| ПК(У)-4 | Способен анализировать проект (инновацию) как объект управления |
| ПК(У)-5 | Способен определять стоимостную оценку основных ресурсов и затрат по реализации проекта |
| ПК(У)-6 | Способен организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда |
| ПК(У)-7 | Способен систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов |
| ПК(У)-8 | Способен применять конвергентные и мультидисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта с использованием вычислительной техники и соответствующих программных комплексов |
| ПК(У)-9 | Способен использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования |
| ПК(У)-10 | Способность спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее |
| ПК(У)-11 | Способен готовить презентации, научно-технические отчеты по результатам выполненной работы, оформлять результаты исследований в виде статей и докладов |
| ПК(У)-12 | Способен разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять комплект документов по проекту |
| ПК(У)-13 | Способен использовать информационные технологии и инструментальные средства при разработке проектов |
| ПК(У)-14 | Способен разрабатывать компьютерные модели исследуемых процессов и систем |
| ПК(У)-15 | Способен конструктивно мыслить, применять методы анализа вариантов проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального |
| ПК(У)-16 | Способен выполнять работы по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами |
| ПК(У)-17 | Способен вести базы данных и документацию по проекту |

Профессиональные компетенции университета

| | |
|-----------------|--|
| ДПК(У)-1 | Способность к экономическому планированию деятельности структурного подразделения промышленной организации, которое направлено на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка, обеспечение участия работников структурного подразделения промышленной организации в проведении маркетинговых исследований |
|-----------------|--|



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности

УТВЕРЖДАЮ:

Руководитель ООП/ОПОП

_____ Калашникова Т.В.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Обучающийся:

| Группа | ФИО |
|--------|-------------------------|
| ЗН91 | Ростова Алёна Сергеевна |

Тема работы:

| |
|--|
| Бизнес-план открытия лаборатории косметических и массажных услуг |
| <i>Утверждена приказом директора (дата, номер)</i> |

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

| | |
|---|---|
| Исходные данные к работе | Лаборатория косметических и массажных услуг - захват сегмента рынка г. Томска: Объектом исследования является спектр оказания косметических и массажных услуг. Предметом исследования является лаборатория косметических и массажных услуг. |
| Перечень разделов пояснительной записки подлежащих исследованию, проектированию и разработке | <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализировать рынок косметических и массажных услуг России. 2. Оценить современное состояние и перспективы применения аппаратной косметологии. 3. Определить целевую аудиторию косметически и массажных услуг. 4. Провести сравнительных анализ конкурентов и оценить параметры эффективности оборудования, необходимого для открытия лаборатории. |

| | |
|--|--|
| | <p>5. Разработать бизнес-план открытия лаборатории. 6. Рассчитать финансовые показатели бизнес-плана.</p> |
| Перечень графического материала | <p>Таблица 1 – Интегральная оценка конкурентов Таблица 2 - План продаж косметических и массажных услуг Таблица 3 – План продаж лаборатории Таблица 4 - Календарный план Таблица 5 – Кадровое обеспечение проекта Таблица 6 - Инвестиции на открытие, руб Таблица 7- Смета затрат на оборудование зала ожидания Таблица 8 - Смета затрат на оборудование производственного помещения Таблица 9 - Перечень зданий, сооружений, помещений Таблица 10 – Расчет себестоимости услуги экспресс-анализа Таблица 11 - Структура основных производственных фондов (ОПФ) Таблица 12 - Структура персонала предприятия. Расчет ФЗП и ФОТ, руб. в месяц Таблица 13 - Калькуляция постоянных затрат, руб. Таблица 14 – Калькуляция переменных затрат (косметология, массаж, лабораторные услуги), руб. Таблица 15 - План производства Таблица 16 – План поступлений и выплат (Cash Flow), руб. Таблица 17 – Определение целей КСО на предприятии Таблица 18 – Определение стейкхолдеров программ КСО Таблица 19 – Определение элементов программы КСО Таблица 20 – Затраты на мероприятия КСО Таблица 21 – Ожидаемая эффективность программ КСО</p> |

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

(с указанием разделов)

| Раздел | Консультант |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Социальная ответственность | Феденкова А.С. |

| | |
|---|--|
| Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику | |
|---|--|

Задание выдал руководитель:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------|---------------------------|-------------------------------|----------------|-------------|
| доцент | Шамина Ольга Борисовна | к.т.н., доцент | | |

Задание принял к исполнению обучающийся:

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|---------------|--------------------------------|----------------|-------------|
| ЗН91 | Ростова Алёна Сергеевна | | |



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности
Уровень образования бакалавриат
Период выполнения весенний семестр 2022/2023 учебного года

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы**

Обучающийся:

| Группа | ФИО |
|--------|-------------------------|
| ЗН91 | Ростова Алёна Сергеевна |

Тема работы:

| |
|--|
| Бизнес-план открытия лаборатории косметических и массажных услуг |
|--|

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:

| Дата контроля | Название раздела (модуля) / вид работы (исследования) | Максимальный балл раздела (модуля) |
|---------------|---|------------------------------------|
| 23.11.2022 | Определение темы ВКР и получение задания | 5 |
| 01.02.2022 | Согласование плана ВКР с руководителем. Составление окончательного плана работы | 5 |
| 10.03.2023 | Сбор и проработка материала для написания первой главы. Отправка главы руководителю на проверку | 15 |
| 10.04.2023 | Сбор и проработка материала для написания второй главы. Отправка главы руководителю на проверку | 20 |
| 01.05.2023 | Сбор и проработка материала для написания третьей главы. Отправка главы руководителю на проверку | 15 |
| 20.05.22 | Сбор и проработка фактического материала для написания главы «Социальная ответственность». Отправка главы на проверку консультанту по разделу | 5 |
| 23.05.22 | Исправление замечаний консультанта по разделу «Социальная ответственность» | 5 |
| 10.06.2023 | Исправление замечаний и доработка ВКР, оформление согласно стандартам, отправка готовой работы руководителю на проверку | 15 |
| 12.06.2023 | Подготовка презентации для защиты ВКР и доклада | 15 |
| Итого: | | 100 |

СОСТАВИЛ:

Руководитель ВКР

| Должность | ФИО | Ученая | Подпись | Дата |
|-----------|-----|--------|---------|------|
| | | | | |

| | | | | |
|---------------|---------------------|----------------------------|--|--|
| | | степень, звание | | |
| Доцент | Шамина О. Б. | к.т.н., доцент | | |

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП/ОПОП

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------|-------------------------|---------------------------------------|----------------|-------------|
| доцент | Калашникова Т.В. | к.т.н., доцент | | |

Обучающийся

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|---------------|----------------------|----------------|-------------|
| ЗН91 | Ростова А. С. | | |

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 92 страницы, 11 рисунков, 21 таблицу, 22 использованных источника, 4 приложения.

Ключевые слова: SWOT-анализ, конкурентный анализ, сравнительный анализ, синтез, косметические и массажные услуги, лаборатория.

Объектом исследования является спектр оказания косметических и массажных услуг.

Предметом исследования является лаборатория косметических и массажных услуг.

Цель ВКР – разработка бизнес-плана открытия лаборатории косметических и массажных услуг.

В процессе разработки бизнес-плана проводилась работа по анализу рынка, анализу конкурентов, присутствующих на рынке. Так же проводились работы и были применены различные маркетинговые инструменты для идентификации целевой аудитории, конкурентных преимуществ и разработки способов продвижения услуг на рынке. Представлено экономическое обоснование бизнес-плана и его оценка эффективности.

В будущем планируется протестировать минимальный жизнеспособный продукт, развивать проект и выводить на рынок.

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение..... | 13 |
| 1 Анализ рынка косметических и массажных услуг в России..... | 15 |
| 1.1 Рынок массажных услуг в России..... | 15 |
| 1.2 Рынок косметических услуг в России | 18 |
| 1.3 Оценка современного состояния и перспективы применения аппаратной косметологии | 22 |
| 1.4 Сравнительный анализ конкурентов | 26 |
| 2 Бизнес-план лаборатории косметических и массажных услуг | 32 |
| 2.1 Организационно-правовая форма | 32 |
| 2.2 Направления деятельности лаборатории косметических и массажных услуг | 33 |
| 2.3 Определение целевой аудитории | 34 |
| 2.4 Расчет объема рынка | 35 |
| 3 Финансовые показатели бизнес-плана | 41 |
| 3.1 Затраты на открытие..... | 41 |
| 3.2 Текущие расходы, расчет себестоимости..... | 45 |
| 3.3 Доходы проекта..... | 53 |
| 3.4 Показатели эффективности проекта | 58 |
| 4 Социальная ответственность | 64 |
| 4.1 Определение целей и задач КСО..... | 65 |
| 4.2 Стейкхолдеры программы КСО | 66 |
| 4.3 Определение элементов программы КСО..... | 67 |
| 4.4 Затраты на программы КСО | 68 |
| 4.5 Ожидаемая эффективность программ КСО | 69 |
| Список использованных источников..... | 72 |

| | |
|--|----|
| Заключение | 75 |
| Приложение 1 - Описание косметических и массажных услуг | 77 |
| Приложение 2 - Аппараты для косметологического кабинета | 88 |
| Приложение 3 - Сегменты целевой аудитории в косметологии | 91 |
| Приложение 4 - Сегменты целевой аудитории массажного дела..... | 93 |

Введение

В настоящее время спрос на ведущие способы в косметологии и массажном деле стал спадать. Одни женщины на себе испытали разные последствия косметической хирургии, когда вначале эффект от процедуры удивляет, а по истечении недолгого времени появляется ослабление кожных тканей, и в это время требуется повторный сеанс процедуры или новые инъекции в двойном размере. Кроме такого, отмечено большое число летальных исходов, если инъекции или пластические операции делает дилетант, главной целью которого представляет собой денежные средства. В РФ насчитывается около 8,5 млн больных дерматологическими заболеваниями. Общая заболеваемость кожи и подкожной клетчатки с 2010 по 2020 год увеличилась с 5513,2 до 6152,3 на 100 тыс. граждан, или на 11,6%. Каждый год от заболеваний кожи и подкожной клетчатки умирает около 1,8 тыс. человек, смертность представляет 1,3 на 100 тысяч граждан. Каждый год регистрируется около 7,5 млн новых случаев заболеваний кожи и подкожной клетчатки, уровень первичной заболеваемости с 2010 по 2020 год увеличился с 4402,3 до 4817,1, или на 9,4% [1]. В РФ распространенность болезней кожи и подкожной клетчатки в 2021 г. стала на уровне 6221,3, а заболеваемость – 4813,1 на 100 тыс. граждан [2]. Обращаемость к врачу с болезнями кожи занимает четвертое место в структуре первичной заболеваемости взрослого граждан [3]. Обеспеченность граждан врачами-дерматовенерологами снизилась с 2014 по 2021 г. на 14%, составив в 2021 г. 0,6 на 10 тыс. граждан [4]. Ученые в тандеме с ведущими специалистами приводят глубокие исследования и динамично внедряют новые методики, которые исключают жёсткое хирургическое вмешательство. Одними из данных обнадеживающих разветвлений стала лазерная косметология и разные типы аппаратно-вакуумного массажа.

Объектом исследования является спектр оказания косметических и массажных услуг.

Предметом исследования является лаборатория косметических и массажных услуг.

Цель ВКР – разработка бизнес-плана открытия лаборатории косметических и массажных услуг.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать рынок косметических и массажных услуг России.
2. Оценить современное состояние и перспективы применения аппаратной косметологии.
3. Выявить целевую аудиторию косметических и массажных услуг.
4. Провести сравнительный анализ конкурентов и оценить параметры эффективности оборудования, необходимого для открытия лаборатории.
5. Разработать бизнес-план открытия лаборатории.
6. Рассчитать финансовые показатели бизнес-плана.

Методы исследования: изучение и анализ научной литературы, SWOT-анализ, конкурентный анализ, сравнительный анализ, синтез.

Одной из отличительных особенностей выпускной квалификационной работы является проектирование совмещённой лаборатории косметических и массажных услуг. Такая лаборатория необходима для сдачи анализов на совместимость препарата с организмом клиента (при необходимости) перед выбором процедуры и предоставление по результатам анализов разных видов косметических и массажных услуг с применением аппаратного оборудования.

1 Анализ рынка косметических и массажных услуг в России

1.1 Рынок массажных услуг в России

При открытии лаборатории косметических и массажных услуг необходимо принимать во внимание не только рынок Томска, но и России. Не так давно массаж считался исключительно медицинской услугой, оказанием которой могли заниматься соответствующие учреждения – больница или поликлиника. На данный момент предоставление массажных услуг можно встретить в парикмахерских, фитнес-клубах, салонах красоты и, конечно же, массажных салонах.

Особенности массажного рынка в России:

- массаж является медицинской услугой, на рынке наблюдается стабильный рост;
- рост спроса на платные услуги массажистов как результата низкого качества или длинных очередей при получении услуги в бесплатных медицинских государственных учреждениях;
- доля платных медицинских услуг в России постепенно растет;
- низкий уровень консолидации рынка (крупные холдинги составляют около 9 % от емкости рынка платных медицинских услуг);
- спрос на массаж не имеет определенной сезонности, однако, в течение года наблюдается пик (новогодние каникулы) и спады (период отпусков);
- ёмкость рынка массажных услуг составляет около 20 миллионов человек;
- около 17 процентов населения России пользуется услугами массажиста;
- средний чек за массаж – 1800 рублей;
- за массаж готовы платить 48 % российского населения;

- по данным на 2021 год, 31 % россиян готовы потратить в месяц более 5 тысяч рублей на платные медицинские услуги;
- конкурентная борьба между участниками рынка направлена на сохранение собственной клиентской базы, а не на вытеснение соперников;
- основные конкуренты массажных салонов: косметологические центры, массажные кабинеты, лечебные центры, частные массажисты.

Рассмотрим статистические данные пользования услугой массажа и проанализируем объём российского рынка платных медицинских услуг. На рис.1 представлена диаграмма статистики пользования услугой массаж, на котором выведены 4 группы людей. Люди, которые проходят только лечебный курс, группа людей, которые пользуются услугой на постоянной основе, группа людей которые редко используют услугу, и люди, которые не планируют использовать услугу массаж.

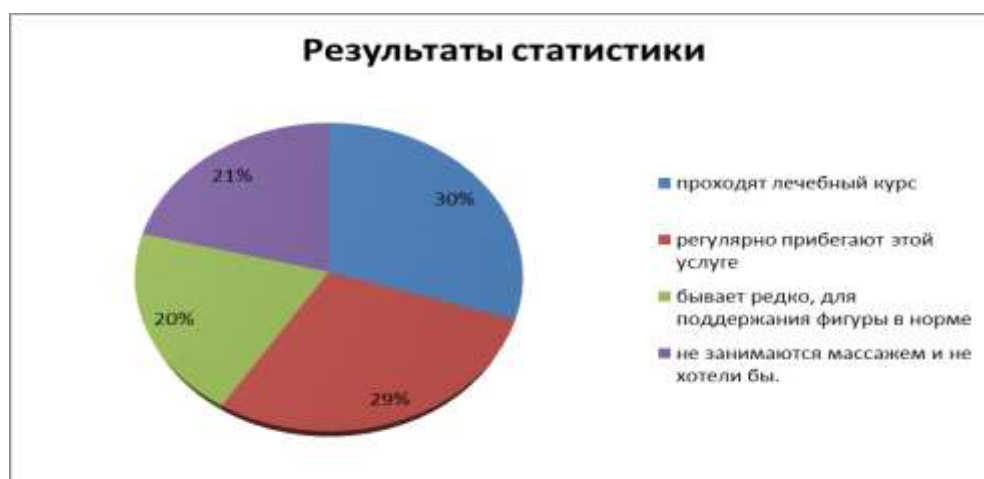


Рисунок 1 – Результат статистики пользования услугой массажа

Как видно из рис. 1 пользуются услугой массажа: около 30% потребителей проходят полный лечебный курс, 29% – регулярно используют услугу, 20% – бывают редко, для поддержания фигуры. 21%- не планируют воспользоваться услугами массажа.

На рис. 2 представлена динамика объема рынка платных медицинских услуг в России за период 2007 по 2022 год, на котором видно как изменялся темп прироста.

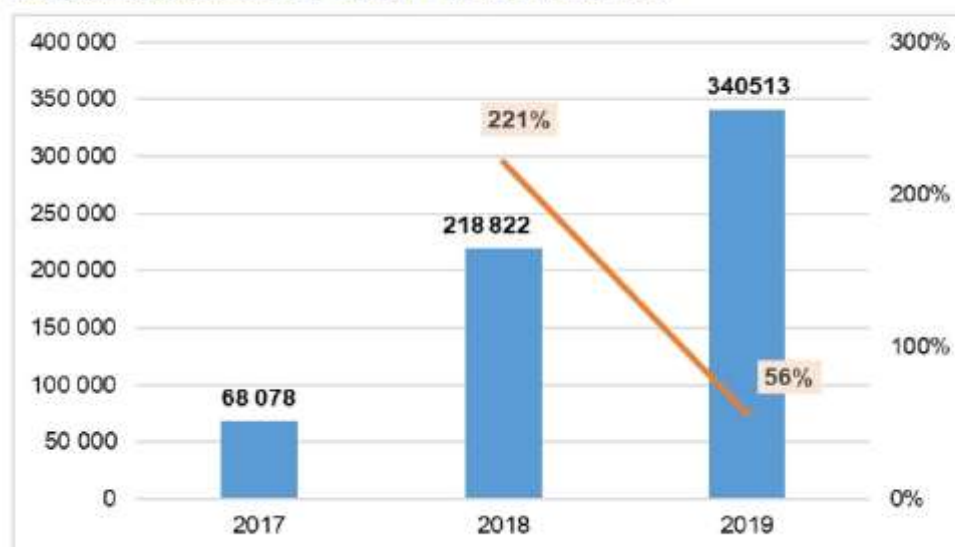


Рисунок 2 – Объём рынка медицинских платных услуг в РФ за 2007-2022 гг., млрд. рублей

В 2021 году объем рынка платных медицинских услуг в России составил 1 077 млрд. рублей, рост рынка составил 1% в сопоставимых ценах по отношению к 2020 году и, тем самым, не достиг значения доковидного 2019 года. Несмотря на устойчивость медицинской отрасли к кризисным явлениям, наблюдается двухлетняя «просадка» объема рынка в реальном выражении [5]. Пандемия covid-19 полностью поменяла ситуацию. Объекты, которые оказывают услуги населению, были запрещены, потенциальные потребители услуг перешли в режим самоизоляции, который постепенно начал смягчать ситуацию только в июне 2020 года.

На рис. 3 изображена вариация выручки предприятий по виду деятельности «Деятельность массажных салонов» в РФ с 2017 по 2019 год, на котором виден прирост на 221 %.

Динамика выручки предприятий по виду деятельности «Деятельность массажных салонов» в РФ, 2017 – 2019 гг., тыс. руб.



Источник: ГК Step by Step

Рисунок 3 – Динамика выручки предприятий массажных салонов в РФ за 2017-2019 гг., тыс. руб.

Рынок массажных салонов России в последние годы показал динамичный рост, так по итогам 2018 года прирост выручки салонов по ОКВЭД «Деятельность массажных салонов» составил 221%, а по итогам 2019 года – 56% [6].

Таким образом, в настоящее время наблюдается тенденция изменения показателей по применению массажных услуг, растут объем рынка медицинских платных услуг, а также наблюдается положительная динамика выручки предприятий массажных салонов на территории РФ.

1.2 Рынок косметических услуг в России

В настоящее время ведутся работы и приняты нормативные акты, которые регулируют оказание косметологических услуг. Определенно разделены косметология и косметологические процедуры, указаны требования к квалифицированной подготовке специалистов в области косметологии, требования к площади и оснащению кабинетов косметологов, оборудованию массажных и процедурных кабинетов.

Косметологические услуги, в отличие от косметологических услуг, выступают медицинскими услугами и должны быть лицензированы.

По данным Росдравнадзора, в 2015 году лицензии на оказание медицинских услуг косметологического профиля в Российской Федерации имели 7495 организаций, или вблизи 13% всевозможных компаний, которые работают в сфере российского здравоохранения [7].

По мнению специалистов, сложно исследовать размер российского рынка эстетической медицины, так как формальной статистики нет. Информация о рынке получена на базе не прямых источников, в связи с этим оценки разных специалистов и аналитических агентств могут различаться, но, по мнению большинства экспертов, невзирая на кризисные обстоятельства за крайние два года, российский рыночный механизм эстетической медицины динамично повышается.

В первую очередь, это изменения в стиле и уровне существования граждан в Российской Федерации, популяризация динамичного и здорового образа существования и сохранения молодости. Также отмечается расширение круга возможных потребителей услуг эстетической медицины. Так, по этим исследования «Face Value Beauty Survey» в Российской Федерации, процедуры омоложения лица и фигуры применяют 7% женщин в возрасте от 18 до 64 лет, планируют использовать в ближайшее время – еще 8% женщин. По мнению ряда экспертов, наблюдается подъём спроса на услуги эстетической медицины со стороны мужского населения: на текущий момент в Российской Федерации процедуры омоложения лица и фигуры одобряет 14% мужчин в возрасте от 18 до 64 лет.

Посещение частных медицинских учреждений у женщин (37%), россиян от 18-44 лет (39-37%), граждан с высшим образованием (43%), оценивающих собственные поступления как неплохие (35% vs. 24% в группе недовольных доходами), граждан городов-миллионников (43%), Центрального и Северо-Западного федеральных округов (по 35%), активных посетителей интернета (39%) [8]. По мнению специалистов, годовой темп прироста российского рынка

эстетической медицины составит в среднем 10-15%. По оценкам организации Step by Step текущий показатель лежит в диапазоне 7-12%. В результате исследования российского рынка эстетической медицины, который проведён при поддержке организации «Мерц Фарма», был спрогнозирован семикратный рост объема рынка в промежуток с 2013 по 2023 гг., что отвечает среднегодовому темпу прироста рынка в 20-21% [9].

По оценке экспертов очень востребованные косметологические технологии последних лет - контурная пластика -31%, биоревитализация - 22%, лазерные методики - 20% и ботулотоксин - 9%, данные представлены на рисунке 4 [10].



Рисунок 4 - Структура наиболее популярных косметологических услуг.

Перспективы нужд косметологических процедур во всем мире приблизительно совпадают. По данным ежегодного статистического отчета, составленного американскими исследователями рынка эстетической медицины, в 2013 году самыми актуальными были лазерные процедуры, в 2014 году в топ вышел ботокс. Второе место занимают инъекции филлеров, 80% из которых составляют инъекции гиалуроновой кислоты. На третьем месте химические пилинги, следом за которыми идет лазерная эпиляция. Что касается хирургических процедур, то их число уменьшается, уступая место минимально вторгающимся процедурам. Темп снижения невысокий, но стабильный: 5% - снижение количества процедур блефаропластики, 5% - круговой подтяжки и т.д. [10].

По оценке Дидье Дюбуа [10], члена правления Федерации профсоюзов докторов эстетической и антивозрастной медицины Франции, 10-15 лет назад 85% процедур были хирургическими, а 15% занимала эстетическая косметология. Теперь все наоборот – 15% это удельный вес пластической хирургии, а остальные 85% приходится на долю эстетической косметологии.

Очень динамично возрастающим сегментом рынка выступают anti-age процедуры, то имеется приемы омоложения лица и фигуры. Кроме того хирургические методики становятся все более облегченными, а нехирургические (массажи, пилинги, мезотерапия, пролог наполнителей морщин-филлеров и т.п.), наоборот, более радикальными. По этим организации Merz [10], за крайние 10 лет, степень одобрения таких процедур в мире среди женщин возросла в 3 раза, среди мужчин - практически в 2 раза, а в будущее десятилетие их станут одобрять 70% женщин и 55% мужчин. И хотя в Российской Федерации пока одобряют их одинаково 14% женщин и мужчин, уже применяют их 7% женщин, планируют использовать в ближайшее время еще 8%, а 33% в принципе рассматривают вероятность использования для себя. Около 77% россиянок боятся постареть, 60% из них задумываются о процедурах омоложения. [11]

Наблюдается снижение возраста контрагентов, прибегающих к услугам эстетической медицины, - еще один вектор российского рынка. По данным организации Step by Step, женщины теперь чаще прибегают к подобным услугам в возрасте 25-34 лет [12].

Экономическая ситуация, которая сложилась в настоящее время к повышению цен косметологических услуг в среднем на 30–40 %. Как следствие, возросло в стоимости само косметологическое направление, и не все граждане России готовы тратить такие денежные средства на уход за лицом и телом. Некоторые пациенты стали искать альтернативу, уходя к псевдоспециалистам, которые работают на дому. В данном направлении активизировались разные кооператоры, которые предлагают услуги по более не

высоким ценам или несертифицированные препараты, или фальсификат, что может привести к необратимым последствиям.

1.3 Оценка современного состояния и перспективы применения аппаратной косметологии

Сегодня аппаратные методы в косметологии для коррекции кожи и устранения эстетических недостатков стали обязательной составляющей медицинской косметологии.

Омоложение кожи с применением различных фракционных технологий

К классике применения аппаратных технологий для антивозрастной коррекции кожи относят лазерную шлифовку кожи. Полная, или тотальная (нефракционная), шлифовка кожи лица показана при наличии сильно выраженных признаков старения кожи. Лазерная шлифовка кожи лица – метод, который базируется на воздействии лазерным излучением высокой мощности для получения эффективной термической зоны вапоризации. Однако такой метод требует применения наркоза, отличается большой травматичностью, риском развития серьезных осложнений, длительным реабилитационным периодом, довольно широким рядом ограничений (абсолютных и относительных противопоказаний).

Основной тренд в современной косметологии – минимизация агрессивности воздействия, риска осложнений, времени на реабилитацию кожи. Эти условия обеспечивают различные фракционные методики, причем сегодня речь идёт уже о фракционированном воздействии электромагнитного излучения не только оптического диапазона (лазеров), но и радиочастотного (аппарат для безоперационного RF лифтинга), а также энергии ультразвуковых волн (HIFU терапия – High Intensity Focused Ultrasound, то есть генерирующих высокоинтенсивный сфокусированный ультразвук).

Лазерные фракционные технологии, известность которым принес аппарат Fraxel (название, ставшее практически именем нарицательным), базируются на принципе фракционного фототермолиза. Эта сфера представлена самыми разными лазерами: эрбиевым, александритовым, неодимовым, углекислотным. С целью фракционной абляции наиболее широко используются эрбиевый лазер (Er:YAG) и углекислотный лазер (CO₂), так как их излучение имеет высокий коэффициент поглощения водой. Импульсные фракционные режимы позволяют увеличить глубину воздействия.

Фракционное воздействие на кожу радиочастотной энергией

Лежит в основе как микроигльчатого, так и безыгольчатого RF лифтинга кожи (применяют мультиэлектроды). Эффект достигается за счет объемного нагрева тканей. RF-лифтинг можно проводить пациентам с любым типом старения кожи, а для антивозрастной коррекции деликатных зон и кожи, стареющей по мелкоморщинистому типу, его можно считать методом выбора.

HIFU smas лифтинг

Новый метод омоложения кожи путем воздействия на нее фракционированным сфокусированным ультразвуком. HIFU проникает на выбранную глубину фокусировки, где нагревает ткань от 70 до 100 °С, в результате достигается ее точечная коагуляция. Применяются как более традиционные приборы с глубиной подачи энергии 3 и 4,5 мм для лифтинга тканей на уровне поверхностной мышечно-апоневротической системы лица (SMAS), так и новая насадка, обеспечивающая неагрессивное воздействие на глубине 1,5 мм, то есть на уровне дермы.

IPL-омоложение кожи

В этой области основное внимание разработчики уделяют увеличению срока эксплуатации ламп. Все активнее применяются для омоложения кожи принципы и подходы фотодинамической терапии лица (ФДТ), хорошо известного метода лечения новообразований и акне с помощью света и фотосенсибилизаторов. Источники света для фотодинамической терапии в косметологии могут быть как лазерными (лазер на парах золота, лазер на красителях с накачкой, лазер на парах меди, твердотельные лазеры с удвоенной частотой излучения), так и не лазерными (ксеноновые и ртутные лампы), и просто солнечный свет.

Коррекция рубцов

Лечение гипертрофических рубцов почти во всех случаях требует полноценной абляции или хирургического вмешательства. В косметологической коррекции нормотрофических и атрофических рубцов, например лечение рубцов постакне, приоритетными считают фракционные лазерные методики. Чаще всего используют СО₂-лазеры, как в качестве монотерапии, так и в сочетании с PDL. Комбинированный подход позволяет уменьшить васкуляризацию рубцовой ткани. Неаблятивные лазеры применяются для уменьшения риска развития вторичной гиперпигментации, особенно при рубцах кожи, склонной к гиперхромии. Для коррекции атрофических и нормотрофических рубцов кожи 4–6-го фототипов по Фитцпатрику рекомендуют использовать пикосекундные лазеры. В последнее время все чаще для лечения рубцов стали применять RF-терапию.

Наиболее эффективно сочетание фракционных RF-методик с инъекциями в рубец препаратов ботулинического токсина типа А (тем самым снимается натяжение ткани, уменьшается риск формирования плотного рубца), с коллагенотерапией (введением геля «Коллост» для активизации процесса выработки собственных коллагеновых волокон кожи и замещения

патологических рубцовых тканей здоровыми), с филлерами на основе гиалуроновой кислоты (для возмещения дефицита ткани).

В лечении пигментных нарушений наиболее эффективными сегодня признаны пикосекундные лазеры и Q-switch (Qs) с модулированной добротностью: неодимовый лазер (Nd:YAG), 1064 нм, и александритовый, 755 нм. Излучение всех этих аппаратов хорошо поглощается хромофором (меланином), их действие базируется не на нагреве ткани, а на фотомеханическом и фотоакустическом (Q-switch) эффектах, что позволяет избежать стимуляции меланогенеза и, следовательно, вторичной гиперпигментации.

Лазерные методики коррекции сосудистых дефектов кожи

Лазерные методики коррекции сосудистых дефектов кожи применяют и в качестве монотерапевтических, и в сочетании с сосудистыми препаратами.

Результаты лазерной эпиляции удаления волос зависят от того, удалось ли добиться коагуляции фолликула волоса. С этой целью применяются александритовый (855 нм), неодимовый (1064 нм) лазеры. Перспективны динамические лазеры (со специальной технологией, условно называемой «в движении») – диодные или александритовые – с высокой мощностью многократных импульсов и низкой плотностью излучения. Динамические лазеры позволяют минимизировать болезненность процедуры, удалять тонкие и светлые волосы, проводить эпиляцию на смуглой коже.

Совсем недавно появилась новая методика эпиляции – микроволновая. С помощью СВЧ-лучей нагревают область кожи с волосяными фолликулами, сжигая их. Процедура довольно болезненная. По мнению экспертов, эта технология требует дальнейшего изучения, особенно в плане отдаленных побочных эффектов.

Аппаратное введение косметологических средств

Постепенно возрождается интерес к лазер-ассистированному введению лекарственных и косметологических препаратов, что обеспечивает их двойной эффект – заданное действие препарата и ускорение реабилитации кожи после лазерной процедуры. Препараты наносят на кожу перед проведением лазерной обработки или мгновенно сразу после нее, пока раскрыты фракционные каналы. Метод рекомендуют использовать также для лечения актинического кератоза, базальноклеточного рака.

Моделирование контуров тела

В сфере коррекции контуров тела на первом месте ультразвуковые (HIFU) и радиочастотные (RF) методики.

Большое внимание привлекает к себе криолиполиз. Однако эта технология воспринимается пока неоднозначно. Так, возможны парадоксальные результаты – в литературе описаны случаи применения криолиполиза у мужчин, вызвавшие увеличение жировой ткани [13].

Арсенал высокотехнологичных способов устранения или снижения выраженности эстетических недостатков кожи, которым располагает современная косметология, довольно широк. Успех работы будет зависеть от адекватности выбора метода, параметров воздействия, реальности ожиданий (как врача, так и пациента), то есть от профессиональной подготовки специалиста.

1.4 Сравнительный анализ конкурентов

Конкурентами являются салоны, которые оказывают услуги массажа и косметологии и совмещенные лаборатории для сдачи анализов на совместимость медицинских препаратов с организмом пациента. Для оценки конкурентов использовалась 10-бальная шкала, в которой 10 - максимальный

балл, 1 - минимальный балл. При исследовании рынка города Томска, выяснилось, что на сегодняшний день в Томске :

- 188 салонов красоты (услуги массажа, косметологии и СПА процедуры)[14];

- в салонах нет объединенных лабораторий для сдачи анализов.

При этом есть салоны, совмещающие услуги косметологии и массажа:

Студия эстетики лица и тела «Dar Dary» [15].

Студия эстетики лица и тела, имеет франшизу которую используют в 25 городах, как в маленьких, так и с населением от миллиона и более. Салон предоставляет более 30 услуг. От авторских техник до современных процедур. Имеется большой спектр услуг по массажному делу, косметологии. Цены начинаются от 300 рублей на услугу массажа рук и возрастает до 25 070 рублей на комплексную программу за уходом лица и тела которая включает в себя:

- 5 уходовых процедур
- 3 скульптурно-букакальных комплекса
- 3 скульптурных комплекса
- 2 фито-солевых комплекса
- коррекция тела

Специалисты в студии подбираются со стажем от двух лет, с медицинским образованием, так как необходима тщательная подготовка, индивидуальный подход к каждому из клиентов, высокая компетентность и профессионализм.

В салоне нет возможности сдать экспресс-анализ на совместимость лекарственных препаратов с организмом клиента.

Центр красоты и здоровья «Эверест» [16]

Медицинский центр «Эверест» предоставляет полный спектр косметологических услуг — контурная пластика, ботокс, чистка лица, уходовые процедуры, профессиональное осуществление прокола ушей, фотоэпиляция, массаж. Более 16 лет на рынке, имеют 12 специалистов со стажем более двух лет.

Проколы осуществляет сертифицированный врач-дерматолог-косметолог, прошедший специальную подготовку и имеющий опыт работы более пяти лет. Все основные виды проколов осуществляем с обезболиванием.

В салоне нет возможности сдать экспресс-анализ на совместимость лекарственных препаратов с организмом клиента, но имеется сдача крови на состояние кожи, волос, слизистых.

Клиника Современной Косметологии Medical G [17]

Клиника имеет огромный спектр услуг косметологии, массажа, а так же использует эффективное удаление родинок, удаление бородавок, удаление папиллом и других новообразований. В клинике работают специалисты с высоким стажем. На официальном сайте предоставлены лицензии, что не маловажно при выборе салона.

В салоне нет возможности сдать экспресс-анализ на совместимость лекарственных препаратов с организмом клиента.

Лаборатория красоты «INGENIUM»[18]

Лечебно-диагностический центр, многопрофильное медицинское учреждение, которое успешно осуществляет свою деятельность уже более 10 лет. Основные направления лаборатории являются: косметология, массаж, детский массаж, инъекционные процедуры, косметическая хирургия. Салон

на рынке более 15 лет, квалифицированные специалисты со стажем более 5 лет.

В салоне нет возможности сдать экспресс-анализ на совместимость лекарственных препаратов с организмом клиента.

В связи с запросами потребителей, были выявлены наиболее важные критерии для сравнения конкурентов на рынке города Томска, подробный анализ конкурентов представлен в таблице 1.

1 Таблица 1 – Интегральная оценка конкурентов

| Конкурент/Критерий | Услуги косметологии (не менее 7 услуг) | Услуги массажа (не менее 4 услуг) | Наличие совмещенной лаборатории | Возможность сдать экспресс-анализ на совместимость с препаратом | Специалисты с опытом работы (от 2ух лет) | Итого |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---|--|------------|
| Весовой коэффициент | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | |
| Студия эстетики лица и тела «Dag Dary» | 8 | 10 | 0 | 0 | Нет информации на сайте | 180 |
| Центр красоты и здоровья «Эверест» | 10 | 10 | 0 | 7 (сдача крови на состояние кожи, волос, слизистых) | 10 | 370 |
| Клиника Современной Косметологии Medical G | 9 | 4 | 0 | 0 | 7 | 200 |
| Лаборатория массажных и косметических услуг | 7 | 8 | 5 | 10 | 6 | 360 |
| Лаборатория красоты «INGENIUM» | 9 | 5 | 0 | 0 | 10 | 260 |

2

По итогам интегральной оценки конкурентов большее количество баллов набрали Лаборатория косметических и массажных услуг – 360 баллов, а также Центр красоты и здоровья «Эверест» - 370 баллов. Максимальный балл (10 из 10) Центр красоты и здоровья «Эверест» получила по критериям: «Услуги косметологии (не менее 7 услуг)», «Услуги массажа (не менее 4 услуг)», «Специалисты с опытом работы (от 2-х лет)», но проигрывает в критерии о наличии совмещенной лаборатории. Лаборатория косметических и массажных услуг выигрывает у всех остальных конкурентов наличием совмещенной лаборатории и возможностью сдать анализы на совместимость с препаратом. Из всех конкурентов Лаборатория косметических и массажных услуг находится на 2 месте, проигрывает по критериям «Услуги косметологии (не менее 7 услуг)», «Услуги массажа (не менее 4 услуг)», «Специалисты с опытом работы (от 2-х лет)». Следовательно, необходимо на постоянной основе следить за тенденцией различных современных методик косметологии и массажного дела и применять их в работе с пациентами, а также предоставлять возможность повышения квалификации специалистам не менее одного раза в год.

По результатам интегральной оценки выигрышными критериями являются «Возможность сдать экспресс-анализ на совместимость с препаратом» и «Совмещенная лаборатория», так же критерии выступают как отличительное преимущество по сравнению с другими конкурентами на рынке города Томска.

2 Бизнес-план лаборатории косметических и массажных услуг

Целью бизнес-плана является обоснование целесообразности организации услуг и расчет экономической эффективности инвестиций в лабораторию косметических и массажных услуг.

2.1 Организационно-правовая форма

Для реализации лаборатории косметических и массажных услуг потребуется выбор организационно-правовой формы для ведения коммерческой деятельности. Из существующих организационно-правовых норм наиболее подходящей формой является ИП.

Индивидуальный предприниматель (ИП) – это физическое лицо, которое в установленном законом порядке зарегистрировано в ЕГРИП (Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей) для ведения предпринимательской деятельности [19].

Помимо этого, ИП обладает рядом преимуществ, а именно:

- менее строгие последствия за неоднократные нарушения;
- низкие штрафы;
- упрощенная ликвидация;
- простая и быстрая процедура регистрации;
- возможность выбора налогового режима;
- предоставление упрощённой формы отчётности.

Несмотря на все имеющиеся преимущества, ИП имеет и некоторые недостатки:

- в случае банкротства владелец рискует своим имуществом;
- ограничения на некоторые виды деятельности;
- постоянная оплата страховых взносов;
- ограничения годовой выручки.

Также была выбрана упрощенная система налогового обложения для ИП. Упрощённая система налогообложения (УСН «Доходы-минус-Расходы») — налоговый режим в России, направленный на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого бизнеса, а также облегчение и упрощение ведения налогового учёта и бухгалтерского учёта. В данном случае необходимо платить налог в размере 15% от всей выручки.

2.2 Направления деятельности лаборатории косметических и массажных услуг

Лаборатория косметических и массажных услуг будет помощником в жизни любого человека, который следит за своим здоровьем, внешним видом. Лаборатория поможет избавиться людям от комплексов, от боли в теле, также возможность определить совместимость препаратов с организмом, подобрать нужную технику массажа для любой зоны тела, а также предоставит возможность проработки всех триггерных зон оборудованием/спец. техникой нового поколения.

На момент открытия салона предусмотрено протестировать следующие услуги, более подробная информация про каждую услугу описана в приложении А:

Массажное дело:

- классический - оздоровительный;
- точечный;
- лечебный;
- аппаратный. LPG массаж.

Косметология:

- химический пилинг лица (поверхностный, срединный, глубокий);
- PRP-терапия;
- аппаратная терапия;
- ANTI-AGE терапия.

Во многих салонах Томска, не имеется возможности сдать анализы для совместимости препарата, также выявить противопоказания или аллергическую реакцию на тот или иной препарат. Для такого случая людей отправляют в другие лаборатории/больницы для сдачи анализов, которые находятся не близко.

Преимущества услуг по сравнению с аналогами:

- совмещенная лаборатория, следовательно сэкономленное время;
- повышение квалификации персонала у лучших специалистов, в дальнейшем планируется у зарубежных;
- лицензированный персонал;
- натуральный состав продукции;
- онлайн/офлайн-консультация, видео консультация напрямую со специалистом, до и после процедуры;
- лицензия (при необходимости в связи с видом оборудования) на оборудование для работы персонала;
- сайт с информацией о салоне, подробная информация о каждой услуге, актуальных акциях;
- продажа уходовых средств;
- предоставление рекомендаций (по уходу, по восстановлению при необходимости) после использования услуг
- лицензия на деятельность по лабораторному делу – лицензия на выполнение работ(услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологической, скорой и санитарно-курортной медицинской помощи.
- комфортная и обустроенная зона ожидания для клиентов.

2.3 Определение целевой аудитории

Целевая аудитория лаборатории косметических и массажных услуг - это люди, которые имеют проблемы с кожей, патологии, ограниченность в

передвижении, которым важны качество оказываемых услуг, гарантия улучшения здоровья, индивидуальный подход, экономия времени в результате возможности сдать анализы в совмещенной с косметологическим центром лаборатории. Важной является также готовность приобретать услуги и использовать натуральную продукцию.

Более подробно описать целевую аудиторию можно с помощью сегментирования и выделения целевого сегмента для дальнейшего продвижения продукции, направленного на данный сегмент. Описание сегментов представлено в приложении 3, приложении 4.

Стратегия сегментации выбрана дифференцированная, поскольку она позволяет продавать разные услуги разным сегментам целевой аудитории и не ограничивать их в выборе товара. В свою очередь дифференцированный подход позволяет увеличить объёмы продаж и уменьшить риски, если продавать услуги разным группам. Детальное изучение целевой аудитории помогает выявить основные характеристики клиентов. Это поможет лучше понять нашу аудиторию и разработать индивидуальное лечение для каждого клиента.

2.4 Расчет объёма рынка

Динамика и сезонность рынка характеризуется периодическими колебаниями, которые повторяются каждый сезон. Они могут быть ежегодными, реже — ежеквартальными или ежемесячными. Чем больше период, тем значительнее сами колебания в спросе и других параметрах.

В конкретные времена года наблюдается спад продаж в любом салоне красоты. Это сопряжено как с беспристрастными причинами, так и определенными стереотипами потребления людей. Чтобы с сезонностью бороться, важно научиться пользоваться услугами с помощью маркетинговых ходов и рекламных кампаний. При грамотном управлении не трудно достигнуть выравнивания экономических показателей без серьезных провалов в записи.

Время рецессии. Покупатели отказываются пользоваться услугами салонов косметических и массажных услуг по различным причинам в следующие периоды:

- январь — время новогоднего затишья;
- февраль (в основном первая половина) — до настоящей весны еще далеко, поэтому небольшое количество клиентов интересуется уходом за собой;
- август — «мертвый» период у многих салонов красоты, т. к. люди заняты подготовкой к новому учебному году, разъезжаются по дачам и жарким странам, чтобы догнать уходящее лето;
- октябрь — наступают холода, клиенты в осенний период часто жалуются на боли в теле, также кожа начинает сушиться, однозначно спрос на услуги есть;
- ноябрь — люди начинают экономить деньги в преддверии новогодних праздников.

Чтобы оценить заинтересованность клиентов в салонных услугах, необходимо ознакомиться со статистикой запросов в [yandex.wordstat](https://yandex.ru/wordstat/) (рис. 5,6) [20]. Спад продаж во многом зависит от специфики услуг. К примеру, эпиляция, равно как и косметология лица, пользуется спросом с февраля по май из-за запрета загорать после процедур. Процедуры массажных разновидностей люди делают круглый год.

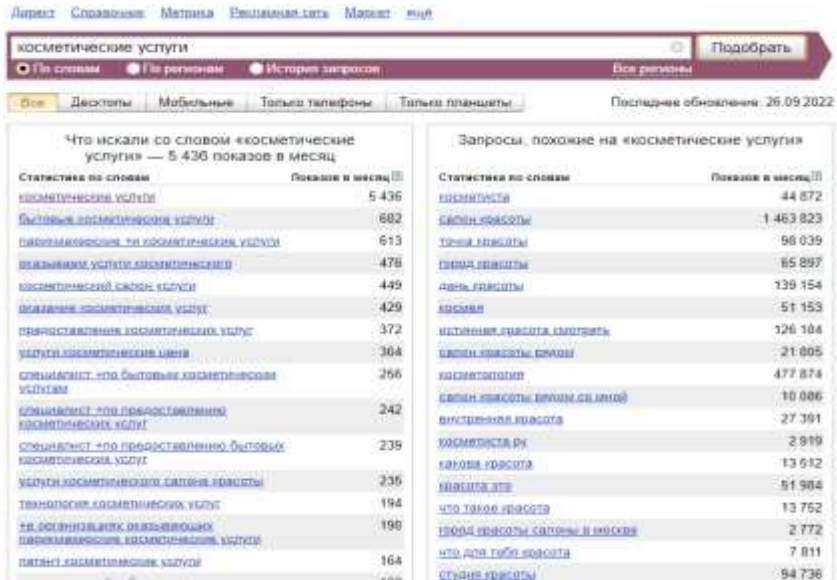


Рисунок 5 - Статистика запросов косметических услуг

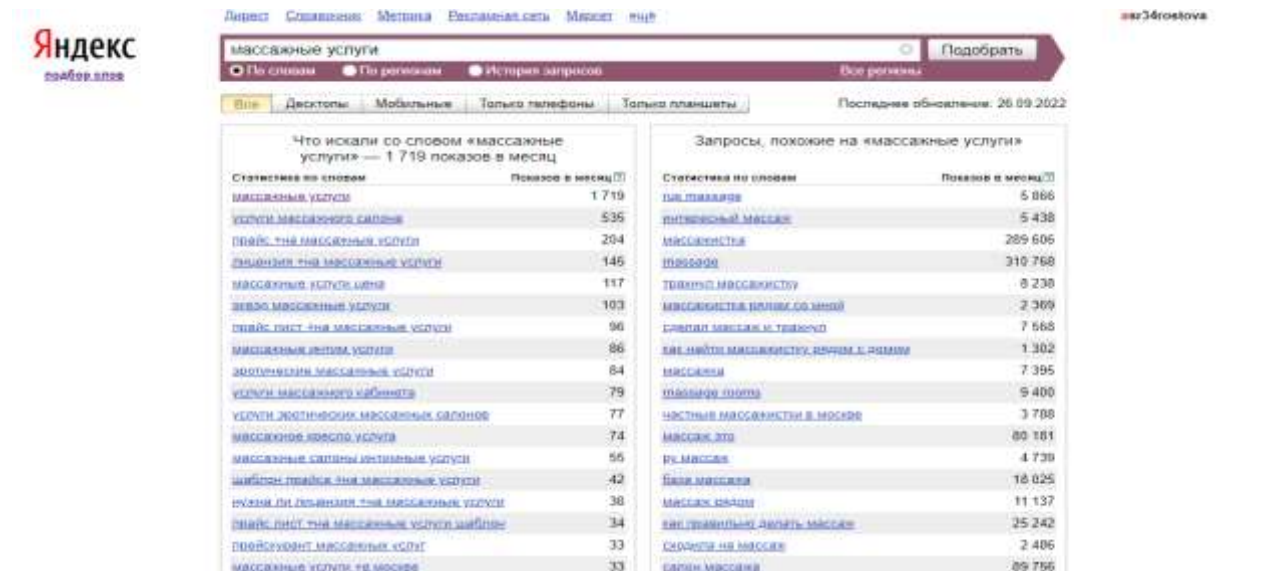


Рисунок 6 - Статистика запросов массажных услуг

Потенциальная ёмкость рынка рассчитывалась исходя из численности населения в г. Томске с дальнейшим подбором по необходимым критериям. Всего на 1 ноября 2022 в Томска постоянно проживают 256 655 мужчин (44.51%) и 319 969 женщин (55.49%) Всего количество официально занятого населения Томска составляет 343 668 человек (59.6%), в возрасте от 18 до 40 лет, данные взяты из источника. Исходя из этого, процент людей с заработком

от 25 000 до 40 000 рублей в месяц составляет 20,9 %, данные взяты из источника [21].

Фактическая емкость рынка определялась по количеству людей, которые пользуются услугами косметолога более 5 раз в год. Численность данного населения в Томской области составила 6,9% от общего населения в Томской области, и составляет 39 787 человек. Численность людей, которые пользуются массажными услугами более 2 раз в год, равна 2,7% от общего населения в Томской области, и составляет 15 569 человек. Данные взяты с ресурса [21].

Фактическая емкость рынка зависит от количества пользования жителей других регионов услугами косметологии и массажа. Спрос на услуги эстетической медицины в 2021 году вырос на 30%. Но, согласно прогнозу GxP News, опубликованному ранее, только инъекционных процедур по итогам 2020 года составляет 31,5 млрд. руб., что в денежном выражении оказалось на 18% ниже, чем в 2019 году. Для объективного расчета фактической емкости согласно данным, бьюти-индустрия оказалась самой быстрорастущей категорией услуг на рынке в сегменте микробизнеса. Россияне за прошедший год сделали в 2 раза больше заказов услуг в сфере красоты, чем годом ранее - 690 млн рублей против 335 млн рублей по состоянию на март 2021 года [22].

На основании представленных данных, с учетом конкурентов, существующих на рынке, составлен предполагаемый план продаж косметических, массажных и лабораторных услуг (Таблица 2,3).

Таблица 2 - План продаж косметических и массажных услуг

| Показатели | 1 год | | | | | | | | | | | | 3 год 6 000 | |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|----------------|--|
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес | | |
| План Продаж (пакет расходных материалов) | 220 | 240 | 260 | 270 | 280 | 290 | 300 | 310 | 320 | 330 | 350 | 370 | | |
| | 2 год | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес | | |
| | 370 | 380 | 390 | 400 | 420 | 440 | 460 | 480 | 500 | 520 | 540 | 560 | | |

Таблица 3 – План продаж лаборатории

| Показатели | 1 год | | | | | | | | | | | | 3 год 8 500 | |
|-------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|----------------|--|
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес | | |
| План Продаж услуг | 510 | 520 | 530 | 540 | 550 | 570 | 590 | 600 | 610 | 620 | 630 | 650 | | |
| | 2 год | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес | | |
| | 650 | 660 | 670 | 680 | 700 | 710 | 730 | 750 | 770 | 790 | 800 | 810 | | |

План продаж - таблица/документ, в которой планируется определенное использование пакетов расходного материала на одного клиента при предоставлении услуг косметологии и массажа. План продаж нужен, чтобы донести до всей команды цели работы, стратегию, а также контролировать эффективность работы.

По итогам данного раздела, для лаборатории косметических и массажных услуг выбрана организационно – правовая форма – ИП. Также была выбрана упрощенная система налогового обложения, в данном случае необходимо платить налог в размере 15% от всей выручки. Выявлены

преимущества лаборатории косметических и массажных услуг, и определена целевая аудитория, которая направлена на помощь, а так же позволяет продавать разные услуги разным сегментам целевой аудитории и не ограничивать их в выборе услуг. Рассчитан объем рынка, который позволяет определить процентное соотношение клиентов.

3 Финансовые показатели бизнес-плана

3.1 Затраты на открытие

Система налогообложения, используемая на предприятии – упрощенная (УСН: доходы, уменьшенные на сумму расходов), ставка 15 %.

Календарное планирование – это процесс формирования и утверждения календарного плана-графика проекта. Цель календарного планирования – создать максимально точный план проекта с учетом плановых и прогнозных сроков выполнения задач (работ), их длительностей, а также оценить возможные трудозатраты по задачам (таблица 4).

Таблица 4 - Календарный план

| Этап | Недели | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Организационные вопросы | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Работа с документами | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Открытие расчетного счета | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Подбор персонала | | | | | | | | | | | | | | |
| Подготовка помещения | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Поиск помещения, заключение договора аренды | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Разработка дизайн-проекта помещения | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Косметический ремонт помещения | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Покупка оборудования, мебели, материалов | | | | | | | | | | | | | | |
| Продвижение проекта | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Изготовление и монтаж вывески | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Разработка сайта, создание и наполнение страницы VK | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Запуск таргетированной рекламы VK | | | | | | | | | | | | | | |
| Прием первых клиентов | | | | | | | | | | | | | | |

В таблице 5 прописано кадровое обеспечение проекта, необходимое количество человек, требования при трудоустройстве, определение заработной платы в месяц и количество ставок.

Таблица 5 – Кадровое обеспечение проекта

| № п/п | Наименование должностей | Кол-во чел | Требования | Оклад в месяц (рублей) | Количество ставок |
|-------|-----------------------------------|------------|---|------------------------|-------------------|
| 1 | Директор | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • высшее образование «Менеджмент», «Экономика»; • опыт работы от 2 лет в данной сфере. | 60 000 | 1 |
| 2 | Специалист в области косметологии | 2 | <ul style="list-style-type: none"> • высшее/среднее медицинское образование; • сертификат(1,2); • диплом (1,2); • опыт работы не менее 2 лет; • быстрая обучаемость; • коммуникабельность; • пунктуальность. | 40 000 | 2 |
| 3 | Специалист по массажному делу | 2 | <ul style="list-style-type: none"> • высшее/среднее медицинское образование; • сертификат(1,2); • диплом (1,2); • опыт работы не менее 2 лет; • быстрая обучаемость; • коммуникабельность; • пунктуальность. | 40 000 | 2 |
| 4 | Администратор | 1 | Опыт работы в данной сфере не менее года. | 35 000 | 1 |
| 5 | SMM-специалист | 1 | Опыт работы в данной сфере не менее года. | 38 000 | 1 |
| 6 | Врач | 2 | Высшее медицинское образование, стаж более 3 лет | 40 000 | 1 |

В таблице 6 рассчитаны необходимые инвестиции на открытие лаборатории косметических и массажных услуг.

Таблица 6 - Инвестиции на открытие, руб.

| Инвестиции на открытие | Цена руб. |
|---|-----------|
| Регистрация ИП (госпошлина), включая получение лицензий | 50 000 |
| Разрешительная документация | 21 000 |

| | |
|-----------------------------------|----------------|
| Ремонт | 100 000 |
| Вывеска | 15 000 |
| Аренда помещения на время ремонта | 90 000 |
| Закупка оборудования | 77 400 |
| CRM для учета и записи клиентов | 12 800 |
| Итого: | 366 200 |

Поставщики и подрядчики

Основными претендентами на поставку полотенец, халатов, разовых простыней и прочие материалы будут являться оптовые компании города, предоставляющие накопительные скидки для постоянных клиентов. Закуп расходных материалов будет возложен на индивидуального предпринимателя – руководителя лаборатории.

Оборудование, мебель и техника для студии также будут приобретаться в магазинах и на оптовых базах города. Преимущество будет отдано продукции российского производства, что облегчит дальнейшее обслуживание техники и оборудования и их ремонт.

Ремонт помещения будет выполняться привлеченной строительной компанией, которая уже имеет опыт подготовки помещений с учетом требований СЭС и других надзорных органов.

В таблице 7 и в таблице 8 рассчитана смета затрат на оборудование зала ожидания и на оборудование производственного помещения. Смета нужна для планирования бюджета перед началом строительных, монтажных, реставрационных, ремонтных работ. Учитывает все статьи расходов, отражает затраты на выполнение проекта и помогает не допустить значительного перерасхода средств.

Таблица 7- Смета затрат на оборудование зала ожидания

| № | Наименование | Цена. руб. | Кол-во, шт | Стоимость руб. |
|---|------------------|------------|------------|----------------|
| 1 | Стойка ресепшн | 12 000 | 1 | 12 000 |
| 2 | Гардеробный шкаф | 15 000 | 1 | 15 000 |

| | | | | |
|---------------|---------------------|--------|----|---------------|
| 3 | Кресло | 5 000 | 2 | 10 000 |
| 4 | Телевизор | 10 000 | 1 | 10 000 |
| 5 | Журнальный столик | 3 500 | 1 | 3 500 |
| 6 | Стул администратора | 3 000 | 1 | 3 000 |
| 7 | Вешалки | 150 | 20 | 3 000 |
| 8 | Диван для клиентов | 20 000 | 1 | 20 000 |
| Итого: | | | | 76 500 |

Таблица 8 - Смета затрат на оборудование производственного помещения

| Наименование | Количество | Цена за 1 шт. | Общая сумма руб. |
|---|------------|---------------|------------------|
| Массажный стол | 4 | 15 000 | 60 000 |
| Шкаф | 5 | 4 500 | 22 500 |
| Стиральная машинка | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Стол | 5 | 3 500 | 17 500 |
| Стулья для специалистов | 10 | 2 500 | 25 000 |
| Аппарат вакуумно-роликового массажа NF-600 / BL-600 / NV-600 | 2 | 15 900 | 31 800 |
| Костюм для LPG оборудование | 4 | 790 | 3 160 |
| Настольный vaporизатор Nova NV-168 | 2 | 6 900 | 13 800 |
| Аппарат алмазной микродермабразии + спрей LB197 | 2 | 15 900 | 31 800 |
| Кассовый аппарат, сенсорный терминал АТОЛ ViVA Smart | 1 | 48 300 | 48 300 |
| Ноутбук, ASUS X515EA-BQ1189W/90NB0TY1-M25390/Core i3 | 1 | 47 990 | 47 990 |
| Принтер лазерный HP LaserJet Pro M402dne | 1 | 44 000 | 44 000 |
| Оборудование лаборатории | | | |
| термостат электрический суховоздушный или водяная баня: | 1 | 1 | 30 900 |
| стерилизатор медицинский воздушный; | 1 | 1 | 29 900 |
| микроскоп бинокулярный; | 1 | 1 | 11 350 |
| центрифуга лабораторная; | 1 | 1 | 32 900 |
| холодильник фармацевтический (медицинский) (+2 - +6°C); | | 1 | 21 900 |
| холодильник медицинский (ниже -25°C); | 1 | 1 | 26 320 |
| автоматический иммуногематологический анализатор для проведения иммуногематологических исследований; | 1 | 1 | 350 000 |
| система полуавтоматического оборудования/набор полуавтоматического оборудования для проведения иммуногематологических исследований в составе центрифуги и инкубатора; | 1 | 1 | 1 110 000 |

| | | | |
|--|---|---|------------------|
| автоматический дозатор одноканальный переменного объема. | 1 | 1 | 5 400 |
| Итого: | | | 1 974 520 |

В таблице 9 рассчитана сумма затрат на ежемесячную аренду помещения, в котором планируется открыть лабораторию косметических и массажных услуг.

Таблица 9 - Перечень зданий, сооружений, помещений

| Название помещения | Цена за единицу, р./кв.м | Площадь, кв. м | Стоимость, руб. | Характер владения (собственность/аренда) |
|----------------------------|--------------------------|----------------|-----------------|--|
| Торговый зал | 900 | 20 | 18 000 | Аренда в месяц |
| Производственное помещение | 900 | 85 | 76 500 | Аренда в месяц |
| Итого | | 105 | 94 500 | |

Для открытия лаборатории косметических и массажных услуг понадобится аренда помещения 105 м², оборудование рабочего места и зала ожидания, расходные материалы. Кабинет организуется в форме самозанятого в лице, где будут оказываться услуги по массажному делу и косметологии. Работа будет осуществляться с привлечением кадровых работников.

3.2 Текущие расходы, расчет себестоимости

Расчет постоянных затрат

Постоянные расходы не зависят от количества оказанных услуг. Сколько бы услуг ни было оказано – стоимость постоянных издержек остается неизменной. В данном проекте к постоянным издержкам мы отнесём (прим. «Калькуляция постоянных затрат»):

Итого: средняя сумма постоянных издержек в месяц составляет 399 024,5 руб. (4 788 294/12)

Планируемое количество оказанных услуг в месяц (услуги массажа и косметические услуги) в период первого года работы салона в среднем - 295 (прим. «План продаж»)

В результате себестоимость 1 услуги с учётом постоянных расходов = 1 353 руб. $(399\,024,5/295)$.

Учёт переменных расходов на услуги массажа

Переменные расходы зависят от объёма оказанных услуг. Соответственно, с большим привлечением клиентов будет расходовано большее количество материала. Следовательно, если оказание услуг будет минимальным, то и расход материалов будет практически нулевым.

Переменные расходы на услуги массажа в месяц (в среднем) – 36 875 руб. $(442\,500/12)$ (прим. «Калькуляция переменных затрат»)

Переменные расходы на услуги массажа в месяц на 1 чел. – 250 руб $(36\,875/147)$

Себестоимость 1 услуги массажа с учётом постоянных и переменных издержек составляет 1 603 руб., цена средней стоимости услуги будет составлять 2000 руб., соответственно наценка составляет 397 руб.

Учет переменных расходов на услуги косметолога

Переменные расходы на услуги косметолога в месяц (в среднем)– 66 375 руб. $(796\,500/12)$ (прим. «Калькуляция переменных затрат»)

Переменные расходы на услуги косметолога в месяц на 1 чел. – 451 руб. $(66\,375/147\text{ чел.})$

Себестоимость 1 услуги косметолога с учётом постоянных и переменных издержек составляет 1 804 руб., цена средней стоимости услуги будет составлять 2 500 руб., соответственно наценка составляет 696 руб.

Расчет себестоимости услуги экспресс-анализа на совместимость препарата с организмом клиента предоставлен в таблице 10.

Таблица 10 – Расчет себестоимости услуги экспресс-анализа

| Медицинские изделия: | | | |
|--|---------|-----------|-------------------------|
| Наименование | Кол-во | Стоимость | Стоимость на 1 человека |
| вакуумные системы для забора крови; | 50 шт. | 140 | 2,8 |
| пробирки вакуумные для получения плазмы и/или сыворотки: | 50 шт. | 900 | 18 |
| пипетка Пастеровская с делениями, нестерильная; | 100 шт. | 300 | 3 |
| предметное стекло; | 100 шт. | 600 | 6 |
| пробирки одноразовые стеклянные объемом 2, 5, 10 мл; | 100 шт. | 700 | 7 |
| штативы для пробирок; | 20 шт. | 150 | 7,5 |
| планшеты одноразовые для изосерологических исследований; | 3 шт. | 542 | 17 |
| перчатки медицинские нестерильные; | 100 шт. | 695 | 6,95 |
| реагенты моноклональные диагностические жидкие для определения антигенов эритроцитов человека; | 5 шт. | 378 | 75,6 |
| панель тест-эритроцитов для определения групп крови системы АВО; | 1 шт. | 455 | 455 |
| панель тест-эритроцитов для скрининга аллоантител; | 1 шт. | 730 | 730 |
| панель тест-эритроцитов для идентификации аллоантител; | 1 шт. | 1070 | 1070 |
| антиглобулиновая сыворотка для проведения антиглобулинового теста. | 1 шт. | 870 | 870 |
| Лекарственные средства и химические реактивы: | | | |
| раствор желатина 10%; | 10 мл | 37,5 | 3,75 |

| | | | |
|---|--------|-----|-----|
| изотонический 0,9% раствор хлорида натрия стерильный; | 100 мл | 592 | 296 |
| раствор 33% полиглюкина. | 400 мл | 150 | 15 |

Итого: средняя себестоимость экспресс-анализа на совместимость препаратов с организмом клиента = 1 125 руб. (при учёте различных использованных материалов, для разного формата (скрининг/идентификация, антиглобулиновый тест, определение группы крови)). Стоимость одного пакета расходного материала на одного клиента = 458,6 (без учета взятия крови из вены)

Себестоимость услуги – это сумма расходов, понесенных в ходе ее выполнения. Также в показатель включают и другие затраты, без которых работа была бы невозможна. Например, амортизацию оборудования. В дальнейшем показатель используется для оценки финансового состояния, результатов деятельности и принятия важных для лаборатории решений (таблица 11).

Таблица 11 - Структура основных производственных фондов (ОПФ)

| Вид ОПФ | Стоимость ОПФ, т.р. | Срок службы, лет | Сумма амортизации, руб./год |
|--|---------------------|------------------|-----------------------------|
| Кассовый аппарат, сенсорный терминал АТОЛ ViVA Smart | 48 300 | 5 | 9 660 |
| Ноутбук, ASUS X515EA-BQ1189W/90NB0TY1-M25390/Core i3 | 47 990 | 5 | 9 598 |
| Принтер лазерный HP LaserJet Pro M402dne | 44 000 | 4 | 11 000 |
| Итого | 140 290 | | 30 258 |

В таблице 12 разработана структура персонала лаборатории, рассчитан ФОТ и ФЗП в рублях в месяц для каждого из сотрудников.

Таблица 12 - Структура персонала предприятия. Расчет ФЗП и ФОТ, руб. в месяц

| Должность | Кол-во человек | Оклад, руб. | Размер ставки | Фонд заработной платы, руб | Начисления в социальные внебюджетные фонды (30,2%), руб | Фонд оплаты труда |
|-----------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|
| Директор | 1 | 60 000 | 1 | 60 000 | 18 120 | 78 120 |
| Специалист в области косметологии | 2 | 40 000 | 2 | 80 000 | 12 080 | 52 080 |
| Специалист по массажному делу | 2 | 40 000 | 2 | 80 000 | 12 080 | 52 080 |
| Администратор | 1 | 35 000 | 1 | 35 000 | 10 570 | 45 570 |
| SMM-специалист | 1 | 38 000 | 1 | 38 000 | 11 476 | 49 476 |
| Врач | 2 | 40 000 | 2 | 80 000 | 12 080 | 52 080 |
| Всего | 9 | 253 000 | 9 | 373 000 | 76 406 | 329 406 |

Постоянные затраты - затраты, которые практически не зависят от объема выпущенной продукции. Все постоянные расходы, отнесенные к единице выработанной или произведенной продукции, снижаются при повышении объема производства. Это свидетельствует о росте доходов компании.

Постоянные затраты - это основа для создания производства. Они возникают в тот момент времени, когда предприятие еще не начало производить свой товар (таблица 13).

Таблица 13 - Калькуляция постоянных затрат, руб.

| Статьи затрат | 1 год | | | | | | | | | | | | 2 год | 3 год | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес | | | |
| 1.фонд заработной платы | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 373 000 | 4 576 000 | 4 800 000 |
| 2.начисления на ФОТ | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 76 406 | 13819 52 | 144960 0 |
| 3.амортизация ОПФ | 2 522 | 2 522 | 2 522 | 2 522 | 2 522 | 2 522 | 2 521 | 2 521 | 2 521 | 2 521 | 2 521 | 2 521 | 2 521 | | |
| 4.маркетинговые расходы | 95 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 300 000 | 300 000 |
| 5.аренда помещений | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 94 500 | 1 260 000 | 1 260 000 |
| 6.прочие расходы, всего <ul style="list-style-type: none"> • расходные материалы, канцелярия • услуги связи • коммунальные расходы • теплоэнергия | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 50 000 | 650 000 | 650 000 |
| Услуги сторонних организаций | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 667 | 5 666 | 5 666 | 5 666 | 5 666 | 5 666 | 68 000 | 68 000 |
| Бухгалтер | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 60 000 | 60 000 |
| Амортизация оборудования торгового зала | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | 6 375 | | |
| Амортизация оборудования | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 54 847, 78 | 65817 3,33 | 658173, 33 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| Производственного помещения | | | | | | | | | | | | | | |
| Итого | 763317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693317 ,78 | 693316 ,78 | 693316 ,78 | 693316 ,78 | 693316 ,78 | 89541 25,33 | 925477 3,33 |

Переменные затраты прямо зависят от объема производства. Чем больше объем производства — тем больше переменные затраты и наоборот (таблица 14).

Таблица 14 – Калькуляция переменных затрат (косметология, массаж, лабораторные услуги), руб.

| Статьи затрат | 1 год | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 1 кв. | | | 2 кв. | | | 3 кв. | | | 4 кв. | | |
| Пакет расходного материала (1 чел) на массаж (250 р) | 27 500 | 30 000 | 32 500 | 33 750 | 35 000 | 36 250 | 37 500 | 38 750 | 40 000 | 41 250 | 43 750 | 46 250 |
| Пакет расходного материала (1 чел) косметологии (450 р) | 49 500 | 54 000 | 58 500 | 60 750 | 63 000 | 65 250 | 67 500 | 69 750 | 72 000 | 74 250 | 78 750 | 83 250 |
| Пакет расходного материала на экспресс-анализ (458,6 р на 1 чел.) | 233886 | 238472 | 243058 | 247644 | 252230 | 261402 | 270574 | 275160 | 279746 | 284332 | 288918 | 298090 |
| Итого | 315886 | 322472 | 334058 | 342144 | 350230 | 362902 | 375574 | 383660 | 391746 | 399832 | 411418 | 427590 |
| | 2 год | | | | | | | | | | | |
| Пакет расходного материала (1 чел) на массаж (250 р) | 46 250 | 47 500 | 48 750 | 50 000 | 52 500 | 55 000 | 57 500 | 60 000 | 62 500 | 65 000 | 67 500 | 70 000 |
| Пакет расходного материала (1 чел) косметологии (450 р) | 83 250 | 85 500 | 87 750 | 90 000 | 94 500 | 99 000 | 103 500 | 108 000 | 112500 | 117 000 | 121 500 | 126000 |
| Пакет расходного материала на экспресс-анализ (458,6 р на 1 чел.) | 298090 | 302676 | 307262 | 311848 | 321020 | 325606 | 334778 | 343950 | 353122 | 362294 | 366880 | 371466 |
| Итого | 427590 | 435676 | 443762 | 451848 | 468020 | 479606 | 495778 | 511950 | 528122 | 544294 | 555880 | 567466 |
| Итого затрат | 743476 | 758148 | 777820 | 793992 | 818250 | 842508 | 871352 | 895610 | 919868 | 944126 | 967298 | 995056 |

Общий расчёт по количеству клиентов, на первый квартал составляет использование 360 пакетов расходных материалов на массажные процедуры и 360 пакетов на косметологические, . Для второго квартала составляет использование 420 пакетов расходных материалов на массажные процедуры и 420 пакетов на косметологические. Для третьего квартала составляет использование 465 пакетов расходных материалов на массажные процедуры и 465 пакетов на косметологические. Для четвёртого квартала составляет 525 пакетов расходных материалов на массажные процедуры и 525 пакетов на косметологические.

3.3 Доходы проекта

Точка безубыточности, или точка нулевой рентабельности — объем полученной выручки, при котором компания закрывает все затраты на производство продукта.

Точка безубыточности (в ден. ед) = Постоянные затраты/ (выручка- переменные затраты) * Выручка;

Точка безубыточности (в ден. ед) = $8\,389\,809,36 / (15\,224\,000 - 4\,419\,512) * 15\,224\,000 = 11\,821\,611,3$

Точка безубыточности в натуральном выражении = Постоянные затраты/ (Цена изделия - Переменные затраты на единицу товара);

Точка безубыточности в натуральном выражении = $8\,389\,809,36 / (2\,000 - 250) = 4\,794,18$ (массаж)

Точка безубыточности в натуральном выражении = $8\,389\,809,36 / (2\,500 - 450) = 4\,092,59$ (косметология).

Точка безубыточности в натуральном выражении = $8\,389\,809,36 / (2\,200 - 450) = 4\,794,18$ (лабораторные услуги).

На рисунке 7 представлена динамика переменных, суммарных издержек и объема продаж.

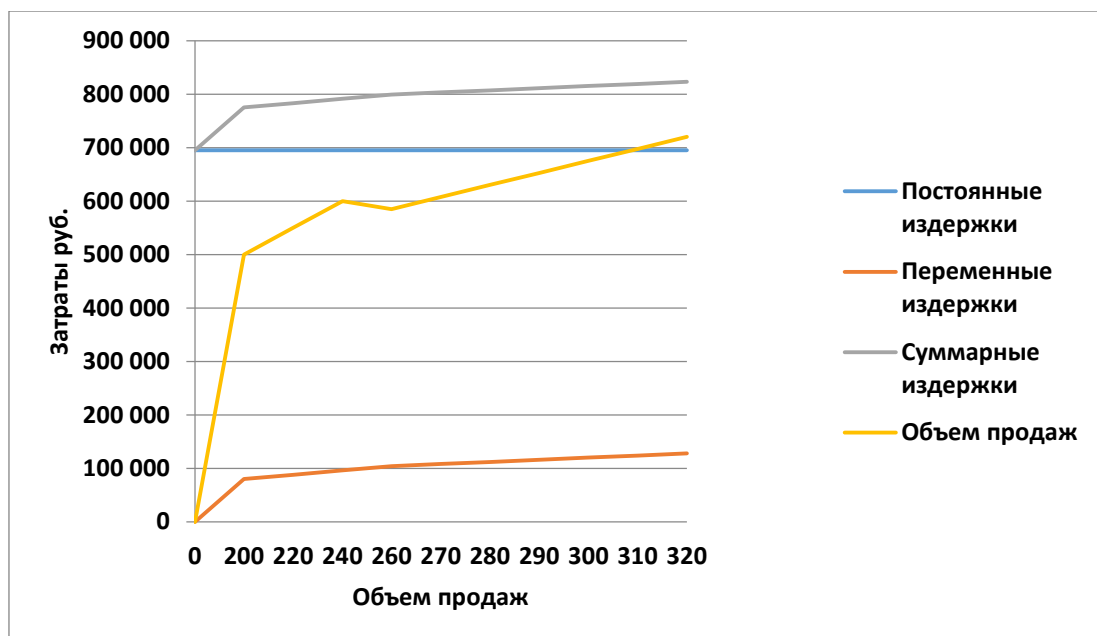


Рисунок 7 - График безубыточности

Точка безубыточности важна для всех — знание своей нулевой точки можно использовать в управленческих решениях, и для того, чтобы оценить общее финансовое состояние бизнеса. Точка безубыточности в денежном выражении. Исходя из рис. 8 видно, что при увеличении объема продаж постоянные издержки не меняются, переменные издержки не увеличивают затраты более чем на 110 000 руб., суммарные издержки варьируются в пределах от 700 000 до 830 000 руб.

6.6 План производства и реализации продукции

Таблица 15 - План производства

| Показатели | 1 год | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес |
| План продаж | 220 | 240 | 260 | 270 | 280 | 290 | 300 | 310 | 320 | 330 | 350 | 370 |
| Цена реализации, руб. для массажа средняя сумма | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 |
| Цена реализации, руб. для косметологии средняя сумма | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 |
| Выручка от продаж, руб. | 495 000 | 540 000 | 585 000 | 607 500 | 630 000 | 652 500 | 675 000 | 697 500 | 720 000 | 742 500 | 787 500 | 832 500 |
| Цена реализации, руб. для экспресс-анализа | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 |
| ИТОГО Выручка | 1617 000 | 1684 000 | 1751 000 | 1795 500 | 1 840 000 | 1 906 500 | 1 973 000 | 2 017 500 | 2 062 000 | 2 106 500 | 2 173 500 | 2 262 500 |
| | 2 год | | | | | | | | | | | |
| | 1 мес. | 2 мес | 3 мес | 4 мес | 5 мес | 6 мес | 7 мес | 8 мес | 9 мес | 10 мес | 11 мес | 12 мес |
| План продаж | 370 | 380 | 390 | 400 | 420 | 440 | 460 | 480 | 500 | 520 | 540 | 560 |
| Цена реализации, руб. для массажа | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| средняя сумма | | | | | | | | | | | | |
| Цена реализации, руб. для косметологии средняя сумма | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 | 2 500 |
| Выручка от продаж, руб. | 832 500 | 855 000 | 877 500 | 900 000 | 945 000 | 990 000 | 1 035 000 | 1 080 000 | 1 125 000 | 1 170 000 | 1 215 000 | 1 260 000 |
| Цена реализации, руб. для экспресс-анализа | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 | 2 200 |
| ИТОГО Выручка | 2 262 500 | 2 307 000 | 2 351 500 | 2 396 000 | 2 485 000 | 2 552 000 | 2 641 000 | 2 730 000 | 2 819 000 | 2 908 000 | 2 975 000 | 3 042 000 |

План движения денежных средств.

Таблица 16 – План поступлений и выплат (Cash Flow), руб.

| Показатель | 1 мес. | 2 мес. | 3 мес. | 4 мес. | 5 мес. | 6 мес. | 7 мес. | 8 мес. | 9 мес. | 10 мес. | 11 мес. | 12 мес. |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| ИТОГО Выручка, руб. | 1617 000 | 1684 000 | 1751 000 | 1795 500 | 1 840 000 | 1 906 500 | 1 973 000 | 2 017 500 | 2 062 000 | 2 106 500 | 2 173 500 | 2 262 500 |
| ИТОГО Затраты руб | 1079203,78 | 1015789,78 | 1027375,78 | 1035461,78 | 1043547,78 | 1056219,78 | 1068891,78 | 1076977,78 | 1085063,78 | 1093149,78 | 1104735,78 | 1120907,78 |
| Суммарные Переменн | 315886 | 322472 | 334058 | 342144 | 350230 | 362902 | 375574 | 383660 | 391746 | 399832 | 411418 | 427590 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ые расходы | | | | | | | | | | | | |
| Сумм. постоянны е затраты | 763317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,7 8 | 693317,78 | 693316,7 8 | 693316,7 8 | 693316,7 8 | 693316,78 |
| Валовая прибыль | 537796,2 2 | 668210,2 2 | 723624,2 2 | 760038,2 2 | 796452,2 2 | 850280,2 2 | 904108,2 2 | 940522,22 | 976936,2 2 | 1013350, 22 | 1068764, 22 | 1141592,2 2 |
| Налог УСН (15%) | 80669,43 | 100231,5 3 | 108543,6 3 | 114005,7 3 | 119467,8 3 | 127542,0 3 | 135616,2 3 | 141078,33 | 146540,4 3 | 152002,5 3 | 160314,6 3 | 171238,83 |
| Чистая прибыль | 457126,7 9 | 567978,6 9 | 615080,5 9 | 646032,4 9 | 676984,3 9 | 722738,1 9 | 768491,9 9 | 799443,89 | 830395,7 9 | 861347,6 9 | 908449,5 9 | 970353,39 |
| Чистая прибыль нарастаю щим итогом | 457126,7 9 | 1025105, 48 | 1640186, 07 | 2286218, 56 | 2963202, 95 | 3685941, 14 | 4454433, 13 | 5253877,0 2 | 6084272, 81 | 6945620, 5 | 7854070, 09 | 8824423,4 8 |

3.4 Показатели эффективности проекта

Налоговое окружение проекта

Система налогообложения, используемая на предприятии – упрощенная (УСН: доходы, уменьшенные на сумму расходов), ставка 15 %.

Основные экономические показатели

Простой срок окупаемости

$$PB = (IC) / CF \quad (1)$$

где

PB (Pay-Back Period) – простой срок окупаемости, выраженный в годах/ месяцах;

IC (Invest Capital) – сумма первоначальных инвестиций;

CF (Cash Flow) – ожидаемый среднегодовой (среднемесячный) денежный поток.

Прибыль за первый год = 8 824 423,48 руб.

Среднемесячная прибыль за первый год = $8\,824\,423,48 / 12 = 735\,368,623$ руб.

Срок окупаемости проекта = $4\,107\,645,34 / 8\,824\,423,48 = 0,5$ мес.

Для более точного предоставления информации простой срок окупаемости был рассчитан в MS Excel. На рисунке 8 видно, что срок окупаемости наступает с 6 месяца.

| | Период, месяц | Доход, руб. | Накопленный доход (покажет момент окупаемости проекта, когда будет положительное значение) |
|----|---------------|--------------|--|
| 1 | | | |
| 2 | 0 | -4 107 645 Р | -4 107 645 Р |
| 3 | 1 | 537 796 Р | -3 569 849 Р |
| 4 | 2 | 668 210 Р | -2 901 639 Р |
| 5 | 3 | 723 624 Р | -2 178 014 Р |
| 6 | 4 | 760 038 Р | -1 417 976 Р |
| 7 | 5 | 796 452 Р | -621 524 Р |
| 8 | 6 | 850 280 Р | 228 756 Р |
| 9 | 7 | 904 108 Р | 1 132 865 Р |
| 10 | 8 | 940 522 Р | 2 073 387 Р |
| 11 | 9 | 976 936 Р | 3 050 323 Р |
| 12 | 10 | 1 013 350 Р | 4 063 673 Р |
| 13 | 11 | 1 068 764 Р | 5 132 437 Р |

Рисунок 8 - Простой срок окупаемости проекта

Дисконтированный период окупаемости - DPP.

$$DPP = \sum_{ni=1} CF_i / (1+r)^i > IC \quad (2)$$

где

DPP (Discounted Pay-Back Period) - дисконтированный срок окупаемости, выраженный в годах/ месяцах;

CF (Cash Flow) – ожидаемые денежные поступления в конкретный период;

IC (Invest Capital) – сумма первоначальных инвестиций;

r – процентная ставка (ставка дисконтирования);

n – количество лет (месяцев) окупаемости.

Дисконтированный срок окупаемости проекта наступает на 5 месяце, данные представлены на рисунке 9.

| Период, месяц | Дисконтированный доход (с учётом инфляции) | Накопленный доход с учётом инфляции (покажет момент окупаемости проекта, когда будет положительное значение) |
|---------------|--|--|
| 0 | -4 107 645 Р | -4 107 645 Р |
| 1 | 537 796 Р | -3 569 849 Р |
| 2 | 668 210 Р | -2 901 639 Р |
| 3 | 723 624 Р | -1 433 004 Р |
| 4 | 760 038 Р | -672 966 Р |
| 5 | 796 452 Р | 123 486 Р |
| 6 | 850 280 Р | 973 767 Р |
| 7 | 904 108 Р | 1 877 875 Р |
| 8 | 940 522 Р | 2 818 397 Р |
| 9 | 976 936 Р | 3 795 333 Р |
| 10 | 1 013 350 Р | 4 808 684 Р |
| 11 | 1 068 764 Р | 5 877 448 Р |

Рисунок 9 - Дисконтированный срок окупаемости проекта

Средняя норма рентабельности (Average Rate of Return) - ARR, %

$$ARR = \frac{\sum_{n=1}^N CF_n}{N \times \sum_{n=1}^N I_n} \times 100\% \equiv \frac{\sum_{n=1}^N CF_n}{N \times I_0} \times 100\% \quad (2)$$

где:

CF_n – чистый денежный поток в n периоде,

I_n – начальные инвестиции в n периоде (или суммарные инвестиции I_0),

N – длительность проекта в годах.

Расчет производился для 3 лет проекта.

$$ARR = (8\,824\,423,48 + 10\,053\,074,2 + 22\,447\,624,3) / 3 * 4\,107\,645,34 * 100\% = 335\%$$

Поскольку средняя норма рентабельности выше 100%, то проект окупает полученные инвестиции.

Чистый приведенный доход - NPV

$$NPV = \sum_{n=1}^N \frac{CF_n}{(1+r)^n} - \sum_{n=1}^N \frac{I_n}{(1+r)^n} \equiv \sum_{n=1}^N \frac{CF_n}{(1+r)^n} - I_0$$

где:

CF_n – чистый дисконтированный денежный поток в n периоде,

I_n – начальные инвестиции в n периоде (или суммарные инвестиции),

r – ставка дисконтирования

$$NPV = \frac{8824\,423,48}{(1+0,075)^1} + \frac{10053074,2}{(1+0,075)^2} + \frac{22447624,3}{(1+0,075)^3} - 40107\,645,34 = 34977\,471,43 \text{ руб.}$$

На рисунке 10 представлено значение чистого приведенного дохода.

Поскольку NPV больше нуля, то проект себя окупает и приносит прибыль.

| | |
|------------------------|-----------------|
| NPV | 34 977 471,43 Р |
| Период, год | Доходы, руб. |
| 1 | 8 824 423 |
| 2 | 10 053 047 |
| 3 | 22 447 624 |
| Ставка дисконтирования | 7,5 |
| Инвестиции | -4 107 645,34 |

Рисунок 10 – NPV

Индекс прибыльности - PI

$$PI = NPV / I \quad (3)$$

где I – инвестиции.

$$PI = 34\,977\,471,43 / 4\,107\,645,34 = 8,52$$

Индекс прибыльности больше 1, следовательно, проект себя окупает и приносит прибыль.

Внутренняя норма рентабельности - IRR, %

| Период, год | Доходы, руб. |
|---------------------------|---------------|
| 0 | -4 107 645,34 |
| 1 | 8 824 423 |
| 2 | 10 053 047 |
| 3 | 22 447 624 |
| Ставка дисконтирования | 7,5 |
| IRR | 236% |

Рисунок 11 - Внутренняя норма рентабельности

Если NPV положительный, следовательно, проект принесет прибыль, чем выше показатель NPV, тем прибыльнее является проект. Обычно при расчете NPV инвестиции не выделяют как отдельный денежный поток, они просто создают отрицательные денежные потоки в начале инвестиционного проекта. Для того, чтобы учесть инвестиции в качестве денежного потока для дисконтирования используют либо свободный денежный поток компании (FCFF), либо свободный денежный поток акционерного капитала (FCFE).

Расчёты финансовых показателей подтвердили инвестиционную привлекательность проекта: NPV составил 34 977 471, 43 рублей, а период окупаемости – 6 месяцев. ARR составил 335 %, поскольку средняя норма рентабельности выше 100%, то проект окупает полученные инвестиции.

ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Обучающемуся:

| | |
|--------|-------------------------|
| Группа | ФИО |
| ЗН91 | Ростова Алёна Сергеевна |

| | | | |
|---------------------|---------------------------------------|----------------------|---|
| Школа | Школа инженерного предпринимательства | | |
| Уровень образования | бакалавриат | Направление/ООП/ОПОП | 27.03.05 Инноватика/ Предпринимательство в инновационной деятельности |

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

| | |
|---|--|
| <p><i>1. Описание организационных условий реализации социальной ответственности</i></p> <p>– заинтересованные стороны (стейкхолдеры) программ социальной ответственности организации, проекта, инновационной разработки, на которых они оказывают воздействие;</p> <p>– стратегические цели организации, проекта, внедрения инновации, которые нуждаются в поддержке социальных программ;</p> <p style="padding-left: 20px;">– цели текущих программ социальной ответственности организации</p> | <p>Для реализации стратегии поставлены следующие цели КСО:</p> <p>1) Использование лучших практик</p> <p>2) Развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке</p> <p>3) Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.</p> <p>Данные цели затрагивают следующих заинтересованных стейкхолдеров:</p> <ul style="list-style-type: none"> – руководство компании; – управленческий персонал; – специалисты лаборатории. <p>Изменить структуру, начать со стейкхолдеров и дальше по структуре задания</p> |
| <p><i>2. Законодательные и нормативные документы</i></p> | <p><i>Коллективный договор, Трудовой кодекс</i></p> |

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

| | |
|--|---|
| <p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях | <ul style="list-style-type: none"> – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки, а так же повышение квалификации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях: отпуск, материальная поддержка; – принципы корпоративной культуры организации: команда лаборатории имеет одну общую цель; в коллективе ценится профессионализм, искренность и трудолюбие; |
| <p><i>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</i></p> <p>спонсорство и корпоративная благотворительность;</p> <p>-ответственность перед потребителями услуг (предоставление качественной продукции),</p> <p>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью</p> | <ul style="list-style-type: none"> – ответственность перед клиентами (предоставление качественных услуг, гарантия результата); - взаимодействие с местным сообществом и местной властью |

Перечень графического материала:

| | |
|--|---|
| <p><i>Таблица 17 – Определение целей КСО на предприятии</i></p> <p><i>Таблица 18 – Определение стейкхолдеров программ КСО</i></p> <p><i>Таблица 19 – Определение элементов программы КСО</i></p> <p><i>Таблица 20 – Затраты на мероприятия КСО</i></p> <p><i>Таблица 21 – Ожидаемая эффективность программ КСО</i></p> | <p><i>Определение целей КСО на предприятии</i></p> <p><i>Определение стейкхолдеров программ КСО</i></p> <p><i>Определение элементов программы КСО</i></p> <p><i>Затраты на мероприятия КСО</i></p> <p><i>Ожидаемая эффективность программ КСО</i></p> |
|--|---|

| | |
|--|--|
| Дата выдачи задания к разделу в соответствии с календарным учебным графиком | |
|--|--|

Задание выдал консультант по разделу «Социальная ответственность»:

| | | | | |
|-------------------|----------------|------------------------|---------|------|
| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
| ст. преподаватель | Феденкова А.С. | - | | |

Задание принял к исполнению обучающийся:

| | | | |
|--------|-------------------------|---------|------|
| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
| ЗН91 | Ростова Алёна Сергеевна | | |

4 Социальная ответственность

Сущность корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (CSR) - это комплекс действий, которые компания выполняет для поддержки экологии, социальных инициатив и других сфер, связанных с бизнесом. CSR является ответом на влияние бизнеса на общество и окружающую среду. Это может включать в себя различные программы и проекты, такие как: улучшение условий труда, защита прав потребителей, сокращение выбросов вредных веществ и т.д. Организации, которые придерживаются CSR, стремятся создать положительный имидж и укрепить свои отношения с заинтересованными сторонами, включая клиентов, сотрудников и общество в целом.

Внутренняя ответственность организации включает в себя некоторые важные элементы, данных как обеспечение безопасности на рабочем месте, стабильная выплата рыночной заработной платы, медицинская страховка, возможности для квалифицированного развития и переподготовки работников, а также финансовая поддержка в неотложных обстоятельствах. Речь о внешней организационной социальной ответственности, по типу благотворительной работы, инвестирование в людей, заботу об экологии, ответственность перед потребителями, а также оптимальное взаимодействие с местными органами власти и сообществами. Для организации важно лишь обеспечить собственных работников для их плодотворной работы, но и заботиться о внешних факторах, которые могут оказать влияние на окружающую среду и общество в целом. Корпоративная социальная ответственность - это не просто стильный вектор, это необходимость в нашей сегодняшней существования. Организации, которые пекутся о собственных сотрудниках и окружающей среде, создают комфортную репутацию и укрепляют свои позиции на рынке.

Также бизнес может работать на разных уровнях корпоративной социальной ответственности. На первом уровне в круг задач компании входят выплата зарплат и налогов, а также, при наличии такой возможности, расширение своего рабочего штата. На втором уровне бизнес должен обеспечить комфортные и безопасные условия для жизни и труда своих сотрудников, а на третьем — активно включиться в благотворительные программы.

В данной главе разработана стратегическая модель корпоративной социальной ответственности для лаборатории косметических и массажных услуг. Этапы разработки КСО, которые составляют основную структуру программы:

- 1) Определение целей и задач программы КСО.
- 2) Определение стейкхолдеров программы КСО.
- 3) Определение элементов программы КСО.
- 4) Определение затрат на программы КСО.
- 5) Ожидаемая эффективность программы КСО.

4.1 Определение целей и задач КСО

Для того чтобы определить цели и задачи КСО, необходимо выработать миссию и стратегию компании. В таблице 17 определена цель КСО.

Таблица 17 – Определение целей КСО на предприятии

| | |
|---------------------------|--|
| Миссия компании | Предоставление через оказание качественных, высококвалифицированных и доступных каждому клиенту косметических и массажных услуг, соответствие высоким стандартам с этической и эстетической стороны beauty- индустрии. |
| Стратегия компании | Стратегия развития компании предполагает улучшение качества обслуживания людей, а также популяризация современных технологий обслуживания |
| Цели КСО | 1. Стабильность и устойчивость развития лаборатории в долгосрочной перспективе 2. Развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов |

| | |
|--|---|
| | на рынке 3. Использование лучших аппаратов |
|--|---|

Для того, чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходимо интегрировать их в стратегию компании. Цели, которые определены для программы КСО, помогают в реализации стратегии компании. Следовательно необходимо выявить главных стейкхолдеров для программы корпоративной социальной ответственности.

4.2 Стейкхолдеры программы КСО

Корпоративная социальная ответственность учитывает интересы многих стейкхолдеров. Стейкхолдеры или заинтересованные лица – сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации.

Цель компании – создать баланс интересов и потребностей различных групп заинтересованных лиц. Определим стейкхолдеров данного бизнес-плана на основании определенных целей программы КСО (таблица 18).

Таблица 18 – Определение стейкхолдеров программ КСО

| № | Цели КСО | Стейкхолдеры |
|---|--|---|
| 1 | Стабильность и устойчивость развития лаборатории в долгосрочной перспективе | Руководство лаборатории |
| 2 | Развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке | Руководство лаборатории/управленческий персонал |
| 3 | Использование лучших аппаратов | Специалисты лаборатории |
| 4 | Улучшение имиджа лаборатории, рост репутации | Клиенты |

Поскольку бизнес-план находится на стадии разработки, руководитель заинтересован в том, чтобы лаборатория косметических и массажных услуг была стабильной и имела устойчивое развитие в будущем. Для того, чтобы лаборатория работала эффективно и выполняла задачи качественно и в срок, необходимо иметь специалистов и повышать их

квалификацию. На первых порах этим будут заниматься руководство и управленческий персонал. Сотрудники лаборатории заинтересованы в использовании лучших аппаратов на рынке, так как это позволит им работать быстрее и в более комфортных условиях. Улучшение имиджа лаборатории и повышение репутации приведет к большей уверенности и привлечению новых клиентов. Положительная репутация также поможет лаборатории стать лидером на региональном и национальном уровне. Дополнительная информация:

Лаборатории косметических и массажных услуг являются популярным направлением в современном мире, основная задача - обеспечить клиентов качественными услугами и создать благоприятную атмосферу для релаксации и ухода за собой. Руководители таких направлений должны постоянно следить за новыми тенденциями в индустрии и уделять большое внимание обучению персонала, чтобы удовлетворить потребности клиентов и оставаться конкурентоспособными на рынке.

4.3 Определение элементов программы КСО

Следующим этапом разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО. Для определения элементов КСО по разрабатываемому бизнес-плану в таблице 19 были сведены стейкхолдеры, их требования и ожидания, которые необходимо осуществить при реализации программ КСО.

Таблица 19 – Определение элементов программы КСО

| № | Стейкхолдеры | Описание элемента | Ожидаемый результат |
|----------|-------------------------|------------------------------|--|
| 1 | Руководство лаборатории | Эквивалентное финансирование | Повышение имиджа лаборатории |
| 2 | Управленческий персонал | Социально значимый маркетинг | Повышение репутации лаборатории, за счет чего появится интерес у потенциальных рекрутов, улучшение внутреннего |

| | | | |
|---|-------------------------|-----------------------------------|--|
| | | | климата в коллективе. |
| 3 | Специалисты лаборатории | Социально-ответственное поведение | Повышение доверия к руководству лаборатории. |
| 4 | Клиенты | Социально значимый маркетинг | Лояльные клиенты, которые будут пользоваться услугами на постоянной основе |

Эквивалентное финансирование – форма адресной помощи, которая заключается в совместном финансировании компаниями, органами государственного управления и некоммерческим сектором социальных программ.

Социально значимый маркетинг – форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара или услуги на проведение социальных программ компании.

Социально-ответственное поведение – форма работы лаборатории, которая представляет разнонаправленные инвестиции, основанные на соблюдении правил этического поведения.

Элементы и стейкхолдеры компании, в большей степени, направлены на внутреннее развитие компании.

4.4 Затраты на программы КСО

Наиболее оптимальной моделью КСО – будет традиционная, так как участие в программе КСО будет зависеть от текущих возможностей организации, поэтому мероприятия будут финансироваться последовательно. Затраты на мероприятия КСО представлены в таблице 20.

Затраты на мероприятия КСО распределяются в зависимости от:

- важности для целей предприятия;
- влияния на стейкхолдеров;
- ожидаемых результатов.

Таблица 20 – Затраты на мероприятия КСО

| № | Мероприятие | Единица измерения | Период | Цена | Стоимость реализации на год |
|---------------|---|-------------------|-----------------|--------|-----------------------------|
| 1 | Курсы повышения квалификации специалистов косметологии | руб. | полугодие | 60 000 | 120 000 |
| 2 | Курсы повышения квалификации специалистов массажного дела | руб. | полугодие | 40 000 | 80 000 |
| 3 | Корпоративные мероприятия | руб. | 1 раз в квартал | 25 000 | 100 000 |
| Итого: | | | | | 300 000 |

Курсы повышения квалификации специалистов направлены на повышение компетентности и улучшение навыков.

Под корпоративными мероприятиями подразумевается проведение различных мероприятий, к примеру тимбилдинг. Тимбилдинг – это широкий спектр действий, направленных на повышение эффективности взаимодействия сотрудников, его базовой задачей выступает командообразование и формирование коллективной ответственности.

Совокупная сумма затрат на мероприятия КСО составила 300 000 рублей.

4.5 Ожидаемая эффективность программ КСО

Программа КСО соответствует целям стартапа и помогает в реализации стратегии. Для лаборатории преобладает внутреннее КСО, которое выражается в повышении репутации, узнаваемости и качестве оказываемых услуг. Все мероприятия КСО выведены из интересов и ожиданий стейкхолдеров. Эффективность компании представлена в таблице 21.

Таблица 21 – Ожидаемая эффективность программ КСО

| № | Мероприятие | Стоимость реализации на год | Эффект для лаборатории | Эффект для общества |
|---|-------------|-----------------------------|------------------------|---------------------|
|---|-------------|-----------------------------|------------------------|---------------------|

| | | | | |
|---|---|---------|---|--|
| 1 | Курсы повышения квалификации специалистов косметологии | 120 000 | Более профессиональные и компетентные специалисты | Более качественное обслуживание клиентов, увеличение скорости работы |
| 2 | Курсы повышения квалификации специалистов массажного дела | 80 000 | Более профессиональные и компетентные специалисты | Более качественное обслуживание клиентов, увеличение скорости работы |
| 3 | Корпоративные мероприятия | 100 000 | Более сплоченный коллектив | Снижение текучести кадров |

Несмотря на то, что на программы КСО тратятся значительные средства – они приносят значительные положительные эффекты как для лаборатории, так и для общества, и в последствии, данные эффекты могут принести финансовую прибыль. Например, курсы повышения квалификации позволят специалистам работать более эффективно, что позволит компании увеличить прибыль.

Вывод по разделу

Компании, которые заботятся о социальной ответственности, получают не только положительную репутацию в СМИ, но и привлекают к себе лучших специалистов, удовлетворяют своих клиентов и оказывают положительное влияние на сообщества, в которых они работают. Такие компании могут получить финансовые и экономические выгоды, так как они демонстрируют преимущества, такие как удержание сотрудников и увеличение продаж. Кроме того, компании рассматривают социальную ответственность как неотъемлемую часть своего бренда и считают, что клиенты предпочитают бренды, которые заботятся о социальных вопросах. Поэтому, КСО может стать важным аспектом деловых связей с общественностью. Применение мероприятий КСО позволяет компаниям более эффективно достигать своих стратегических целей, улучшать свой имидж, повышать компетентность своих специалистов, увеличивать скорость работы и повышать сплоченность коллектива. Корпоративная социальная ответственность (КСО) - это практика бизнеса, которая включает в себя

добровольные действия компаний, направленные на улучшение социальных, экологических и экономических условий в сообществах, где они работают. КСО может включать в себя различные мероприятия, такие как благотворительность, экологические проекты, социальные программы и другие действия, направленные на улучшение качества жизни людей и окружающей среды.

Список использованных источников

1. Померанцев О.Н., Потекаев Н.Н. Заболеваемость населения болезнями кожи и подкожной клетчатки как медико-социальная проблема. // Клиническая дерматология и венерология. 2021. № 6. С. 4-6 // (дата обращения: 28.05.2023).
2. Кубанова А.А., Кубанов А.А., Мелехина Л.Е., Богданова Е.В., Бутарева М.М. Результаты анализа деятельности медицинских организаций дерматовенерологического профиля в Российской Федерации за 2020 год. // Вестник дерматологии и венерологии. 2021. № 5. С. 21-39 // (дата обращения: 28.05.2023).
3. Потекаев Н.Н., Полев А.В. Предпосылки реорганизации и стратегия развития дерматовенерологической помощи в Москве. // Клиническая дерматология и венерология. 2021. № 1. С. 4-8 // (дата обращения: 28.05.2023).
4. Кубанова А.А., Мелехина Л.Е., Кубанов А.А., Богданова Е.В. Ресурсы и деятельность медицинских организаций дерматовенерологического профиля в Российской Федерации в 2019 году. // Вестник дерматологии и венерологии. 2020. № 3. С. 16-36 // (дата обращения: 28.05.2023).
5. Объём рынка медицинских платных услуг в РФ за 2007-2022 гг., млрд. рублей / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13627/> // (дата обращения: 20.04.2023).
6. Новое на российском рынке салонов массажа | РБК Исследования рынков | Дзен, / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://dzen.ru/a/XyguST2gOG5jHjoQ/> // (дата обращения: 20.04.2023).
7. Вертакова Ю.В., Плотников В.А. Теоретические аспекты учета динамических характеристик социальноэкономических систем в управлении региональным развитием // Известия Русского географического общества. 2011. Т. 143. № 6. С. 42-50 // (дата обращения: 21.04.2023).

8. ВЦИОМ. Государственная медицина в погоне за качеством, / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gosudarstvennaja-medicina-v-pogone-za-kachestvom> // (дата обращения: 21.05.2023).
9. Котляров И.Д. Негативные следствия роста экономики услуг // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2013. № 2. С. 83-90 // (дата обращения: 21.04.2023).
10. Ветитнев А.М. Некоторые подходы к оценке рынка санаторно-курортных услуг // Практический маркетинг. 2002. № 11. С. 8-15 // (дата обращения: 21.04.2023).
11. Кизиллов Д. А. Обзор рынка эстетической медицины в России // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». - 2016. // (дата обращения: 22.05.2023).
12. Высокоинтенсивные процедуры аппаратной косметологии, / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://beautycode.club/articles/anti-age/apparatnye-metody/vysokointensivnye-protsedury-apparatnoj-kosmetologii.html> // (дата обращения: 12.04.2023).
13. Аналитики: за год пандемии число салонов красоты в Томске уменьшилось на 38% , / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://news.vtomske.ru/news/183338-analitiki-za-god-pandemii-chislo-salonor-krasoty-v-tomske-umenshilos-na-38> // (дата обращения: 15.04.2023).
14. Студия эстетики лица и тела «Dar Dary» - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: URL: (<https://dardary.studio/>) // (дата обращения: 29.03.2023);
15. Центр красоты и здоровья «Эверест» - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: URL: (<https://everestmed.ru/>) // (дата обращения: 29.03.2023);

16. Клиника Современной Косметологии Medical G - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: URL: <http://medicalg.ru/> // (дата обращения: 29.03.2023)
17. Лаборатория красоты «INGENIUM» - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: URL: <http://ingenium.tom.ru/index.php/2012-12-17-10-30-33> // (дата обращения: 29.03.2023);
18. Косметологическое оборудование для салонов красоты и косметологов - интернет-магазин MedicalMag / - Текст: электронный // [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://medicalmag.ru/> / / (дата обращения: 20.04.2023).
19. Индивидуальный предприниматель. – Текст: электронный. //Википедия: [сайт]. – 2021. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Индивидуальный_предприниматель_\(Россия\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Индивидуальный_предприниматель_(Россия)) (дата обращения 22.05.2023).
20. Подбор слов- Текст: электронный // [сайт]. 2008–2023.ООО «Яндекс» – URL: Схема доступа: (<https://wordstat.yandex.ru/>)/ (дата обращения: 22.05.2023);
21. Население Томска, численность, занятость, безработица, гендерный состав | BDEX Текст: электронный // [сайт]. 2020-2022– URL: Схема доступа: (<https://bdex.ru/naselenie/tomskaya-oblast/tomsk/>) (дата обращения: 22.05.2023).
22. Оборот косметологических клиник в России с начала года вырос на 30% | Rusbase Текст: электронный // [сайт]. ООО «РБточкаРУ» © 2012-2023– URL: Схема доступа:(<https://rb.ru/news/cosmetology-clinics-revenues/>)(дата обращения: 22.05.2023).

Заключение

Выпускная квалификационная работа посвящена актуальной теме косметических и массажных услуг.

В результате аналитического обзора рынка России показаны тенденции изменения показателей по применению массажных услуг, объем рынка медицинских платных услуг, а также динамика выручки предприятий массажных салонов на территории РФ. Рынок массажных салонов России в последние годы демонстрировал активный рост, так по итогам 2018 года прирост выручки предприятий по ОКВЭД «Деятельность массажных салонов» составил 221%, а по итогам 2019 года – 56%.

Сложившаяся экономическая ситуация привела к повышению цен косметологических услуг в среднем на 30–40 %. Как следствие, выросла в цене сама косметологическая процедура, и не все россияне оказались готовыми тратить такие деньги на уход за лицом и телом. Многие пациенты начали искать альтернативу, уходя к псевдоспециалистам, работающим на дому. В этой связи активизировались различные кооператоры, предлагающие услуги по более низким ценам или несертифицированные препараты, или фальсификат, что может привести к необратимым последствиям.

Для лаборатории косметических и массажных услуг выбрана организационно – правовая форма – ИП. Также была выбрана упрощенная система налогового обложения, в данном случае необходимо платить налог в размере 15% от всей выручки. Выявлены преимущества лаборатории косметических и массажных услуг, и определена целевая аудитория, которая направлена на помощь, а так же позволяет продавать разные услуги разным сегментам целевой аудитории и не ограничивать их в выборе услуг. Рассчитан объем рынка, который позволяет определить процентное соотношение клиентов.

Из краткого обзора современного состояния аппаратной косметологии очевидно, что арсенал высокотехнологичных способов устранения или

снижения выраженности эстетических недостатков кожи, которым располагает современная косметология, довольно широк. Показано, что успех работы будет зависеть от адекватности выбора метода, параметров воздействия, реальности ожиданий (как врача, так и пациента), то есть от профессиональной подготовки специалиста. Сегодня можно четко осознать, что под этим следует подразумевать не только сугубо медицинские умения и навыки специалиста, но и соответствующий уровень его понимания физики высоких энергий, механизмов взаимодействия физических явлений с биотканью.

Для открытия лаборатории косметических и массажных услуг понадобится аренда помещения 105 м², оборудование рабочего места и зала ожидания, расходные материалы. Кабинет организуется в форме самозанятого в лице, где будут оказываться услуги по массажному делу и косметологии. Работа будет осуществляться с привлечением кадровых работников.

Исходя из итогов онлайн-анализа конкурентов, необходимо на постоянной основе следить за тенденцией различных, современных методик косметологии и массажного дела и применять в работе с пациентами. Предоставлять возможность повышения квалификации специалистам не менее одного обучения в год. Необходимо отбирать специалистов по критериям и опыту работы в данной сфере.

Расчёты финансовых показателей подтвердили инвестиционную привлекательность проекта: NPV составил 34 977 471, 43 рублей, а период окупаемости – 6 месяцев. ARR составил 335 %, поскольку средняя норма рентабельности выше 100%, то проект окупает полученные инвестиции.

Приложение 1 - Описание косметических и массажных услуг

| Наименование | Описание | Показания | Противопоказания |
|-------------------------------------|---|---|---|
| Услуги массажа | | | |
| Классический оздоровительный | <p>техника мануального дозированного воздействия на кожу, подлежащие ткани, мышцы, связочный аппарат, органы. Специалист проводит воздействие путем разминания, поглаживания и разнонаправленных растираний. В результате стимулируется кровообращение, улучшается иннервация органов и тканей, лимфоток.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Профилактика заболеваний позвоночника и опорно-двигательного аппарата ● Восстановление микроциркуляции в тканях и кровообращения в целом ● Застойные явления в тканях ● Улучшение психо-эмоционального состояния ● Постоянный стресс, хроническая усталость ● Приступы мигрени ● Сбои в обмене веществ и т.д. | <ul style="list-style-type: none"> ● злокачественных новообразованиях; ● вирусе иммунодефицита человека, воспаленных лимфоузлах; ● заболеваниях психического характера, когда возможна чрезмерная возбудимость; ● кровотечениях и предрасположенности к ним; и т.д. |

| | | | |
|----------|---|--|--|
| Лечебный | <p>Лечебный массаж комбинируют с медикаментозной терапией и используют для лечения болезней нервной, мочеполовой и других систем. Лечебный реабилитационный массаж — способ восстановить функциональность организма после травм и хирургических вмешательств.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● коронарная болезнь; ● язва желудка; ● гастрит; ● нарушения моторики кишечника; ● переломы костей (на стадии реабилит.); ● растяжения связок; ● разрывы мышц; ● ДЦП; ● остеохондроз; ● атеросклероз; ● пониженное/повышенное АД; ● порок сердца; ● невралгии на разных стадиях; ● заболевания половых органов; ● бронхит; ● астма; ● отложение солей; ● диабет; ● сколиоз и другие нарушения осадки; и т.д. | <ul style="list-style-type: none"> ● высокая температура; ● ОРЗ; ● дерматологические заболевания (нагноения на коже, грибковые инфекции и пр.); ● несвертываемость и другие болезни крови; ● аневризма; ● ишемическая болезнь; ● склонность к кровотечениям; ● тромбоз; ● варикоз; ● склероз сосудов мозга; и т.д. |
|----------|---|--|--|

| | | | |
|-----------------|--|--|---|
| Точечный массаж | <p>это механическое воздействие пальцами рук на биологически активные точки на теле человека. Наибольшую популярность получили две техники такого воздействия: китайская называемая акупунктурой и японская – шиацу.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Неврозы – группа заболеваний, обусловленных психотравмирующими воздействиями (депрессивный, истерический, неврозы страха, стресс и др.). <ul style="list-style-type: none"> ● Заболевания органов пищеварительной системы – функциональные расстройства желудка, пищевода, кишечника (панкреатит), желчного пузыря. ● Патологии нервной системы – неврит нервов, ВСД, мигрени, головокружения, невралгия тройничного, тазобедренного и седалищного нерва, шум в ушах, плечевой плексит и другие расстройства неврологии и неврологические симптомы. Остеохондроз позвоночника, проблемы с поясничным отделом и т.д. | <ul style="list-style-type: none"> ● Доброкачественные и злокачественные образования любой локализации. ● 2. Воспалительные заболевания с высокой температурой. ● 3. Заболевания крови. ● 4. Активная форма туберкулеза. ● 5. Органические заболевания сердца и почек. ● 6. Состояние острого психического возбуждения. ● 7. Беременность. ● 8. Инфекционные заболевания. ● 9. Возраст до 2 лет и старше 75 лет. |
|-----------------|--|--|---|

| | | | |
|-------------------------------|---|--|---|
| Аппаратный. LPG массаж | <ul style="list-style-type: none"> ● современная аппаратная методика, основанная на сочетании вакуумного и вибровоздействия на лицо или тело. Принцип основан на механическом воздействии на лицо или тело специальных насадок аппарата. Оборудование для процедуры представляет собой установку с манипулами, оснащенными роликами на концах. Насадки захватывают кожу на высокой скорости, а вакуум обеспечивает дополнительный эффект присасывания. Благодаря комплексному воздействию обеспечивается не только подтяжка кожи, но и разрушение жировых отложений. | <ul style="list-style-type: none"> ● Целлюлитом в различных стадиях. Специалист заранее определяет количество процедур и интенсивность воздействия, что позволяет избавиться от дефекта даже в запущенных состояниях ● Дряблой и обвисшей кожей. Эффективное воздействие обеспечивает разглаживание кожных складок и стимулирует синтез коллагена ● Жировыми отложениями. Жир может удаляться даже из труднодоступных мест, там, где он практически не реагирует даже на самые жесткие диеты и изматывающие физические нагрузки <p>Рубцами и растяжками (в том числе после беременности).</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Стимулирование работы мышечных волокон ● Ускорение темпов кровообращения и лимфотока ● Увеличение скорости деления клеток <p>Временно отложить процедуру следует при:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Менструации ● Беременности ● Повышенной температуре ● Травмах кожных покровов <p>Строго запрещен LPG массаж при:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Злокачественных образованиях ● Нарушениях свертываемости крови ● Эпилепсии ● Тромбозе ● Патологиях эндокринной системы ● Кожных заболеваниях ● Наличии на теле большого количества родинок, папиллом и других образований |
|-------------------------------|---|--|---|

| Косметические услуги | | |
|-------------------------------|---|---|
| Химический пилинг кожи | <p>процедура воздействия на внешний слой кожного покрова специальными веществами-эксфолиантами, которые эффективно удаляют омертвевшие клетки и тем самым стимулируют обновление кожных покровов. Различают три основных вида пилинга.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Поверхностный. Представляет собой щадящее воздействие, в ходе которого очищение происходит на уровне нескольких слоев ороговевших клеток. ● Серединный. Такой химический пилинг для лица позволяет воздействовать на базальную мембрану, а также полностью разрушить роговой слой кожи. ● Глубокий. Рассчитан на обновление всей толщины кожи, отшелушивает эпидермис, влияет на базальную мембрану. Является контролируемым химическим ожогом, после которого происходит интенсивный процесс регенерации тканей. Проводится только в условиях стационара и имеет долгосрочный эффект | <ul style="list-style-type: none"> ● Пигментация ● Дефекты кожных покровов ● Шрамы и рубцы ● Сухость кожи ● Морщины ● Сосудистые звездочки ● Неровности и бугристость ● Потеря эластичности ● Угри ● Вялая кожа |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ● Наличие свежего загара на коже ● Прием препаратов, повышающих чувствительность организма к солнцу ● Период беременности и лактации ● Вирусные и инфекционные кожные заболевания ● Сахарный диабет в стадии декомпенсации ● Тяжелые формы гипертонии, ишемической болезни сердца ● Онкологические заболевания ● Повышенная чувствительность кожи ● Возраст до 18 лет ● Период менструации ● Множественные невусы |

инъекционная процедура, предполагающая введение обогащенной тромбоцитами плазмы пациента в место на его теле, требующее скорейшего заживления, то есть направленная на ускорение регенерации и стимуляции роста собственных клеток организма. Метод достаточно инновационный, однако уже на данном этапе продемонстрировал положительные результаты при лечении спортивных травм (разрывов суставных тканей). Нашел широкое применение в косметологии и трихологии.

- Суть способа не в том, чтобы лечить воздействием извне, как это делают лекарственные препараты, а в том, чтобы заставить собственный организм вырабатывать нужное количество клеток для восстановления тканей.

Процедура PRP-терапии состоит из нескольких этапов:

- Забор крови пациента. Осуществляется из локтевой вены, объем может составлять от 20 до 100 мл, в зависимости от обрабатываемой площади тела и длительности курса

- Изготовление обогащенной плазмы. Выполняется в два этапа путем центрифугирования: первый раз из крови удаляются тяжелые форменные элементы (лимфоциты и эритроциты), затем плазма концентрируется до такой степени, чтобы содержание тромбоцитов на миллилитр крови в 5–6 раз превышало естественный для пациента уровень. Препарат разбавляется гепарином, препятствующим агрегации (склеиванию) тромбоцитов

- Введение препарата в поврежденный участок (в зависимости от цели терапии обогащенная плазма может вводиться в сустав, под кожу или внутрикжно)

- При спортивных травмах (растяжениях/разрывах связок, мышц, травмах хрящей)
- В послеоперационном периоде (для скорейшего заживления швов, рубцов, снижения риска инфицирования)
- При ожогах (способствует скорейшей эпителизации кожи, то есть ее восстановлению)
- При трудно заживающих язвах, мокнущих экземах
- При протезировании беззубых челюстей – для скорейшего вживления имплантов, в комплексном лечении болезней десен
- При повреждениях век и роговицы (вводится субконъюнктивально)

Несмотря на хорошую переносимость и мягкость процедуры, существует ряд ограничивающих факторов, делающих плазмолифтинг или PRP-терапию потенциально опасной манипуляцией, поэтому перед началом терапии врач (косметолог, дерматолог или иной специалист, использующий этот метод для лечения заболеваний в своей отрасли) назначит ряд анализов для:

- Определения уровня тромбоцитов в периферической крови
- Диагностики острых или распространенных инфекционных процессов
- Исключения анемии
- Исключения коагулопатий (нарушений баланса между свертывающей и противосвертывающей системами крови) и других заболеваний крови

Фототерапия

Ее проводят с помощью аппарата, излучающего импульсы определенной мощности. Эта процедура позволяет воздействовать на глубокие слои кожи, повышая ее тонус и эластичность. С помощью фототерапии можно лечить акне, устранять сосудистые звездочки на коже, пигментацию, морщины, а также нежелательные волосы. Побочные эффекты от процедуры случаются редко, но при индивидуальной непереносимости может появляться гиперемия, отеки, гематомы, ожоги, рубцы или гиперпигментация.

Показания к фототерапии: 1) псориаз; 2) бляшечный параспориоз; 3) атопический дерматит (нейродермит); 4) экзема; 5) себорейный дерматит; 6) отрубевидный (разноцветный) лишай; 7) грибковидный микоз; 8) очаговое выпадение волос (гнездовая алопеция). Фототерапия может являться монометодом или проводиться одновременно с лекарственным лечением или терапией мазями, если они не содержат фотосенсибилизаторы.

Абсолютными противопоказаниями к фототерапии являются: 1) серьезные заболевания глаз (глаукома, катаракта); 2) повышенная светочувствительность кожи; 3) гипертоническая болезнь на II и III стадиях; 4) туберкулез; 5) эндокринные нарушения; 6) любые доброкачественные и недоброкачественные опухоли; 7) психические расстройства. Относительными показаниями могут быть отдельные препараты, усиливающие восприимчивость кожи к ультрафиолету. К ним относятся нестероидные противовоспалительные, антигистаминные и гипогликемические средства, а также местные антисептики, топические анестетики, антидепрессанты и нейролептики. Прием лекарств из этих групп и облучение ультрафиолетом могут привести к сильным эритемам, ожогам и другим последствиям. По этой причине комбинированное лечение фототерапией и медикаментами должно



| | | |
|--|--|--|
| <p>Безинъекционная мезотерапия</p> <p>Суть процедуры состоит в том, что в кожу с помощью специальных аппаратов (а не путем уколов) вводят так называемые мезотерапевтические коктейли. Как правило, это липидный сбалансированный коктейль, гиалуроновая кислота и некоторые другие компоненты, увлажняющие кожу как снаружи, так и изнутри. После курса мезотерапии (6-10 процедур) кожа становится более гладкой, а морщины выравниваются. В отличие от так называемых уколов красоты, безинъекционная мезотерапия не оставляет после себя следов на коже, папул или шрамов. В салонах красоты такие процедуры проводят для разных зон лица, шеи, декольте, а также кожи головы и кистей рук.</p> | <p>Аппаратная мезотерапия воздействует комплексно, решая различные проблемы с внешностью.</p> <p>Что считается показанием для этой процедуры?</p> <ul style="list-style-type: none"> • тусклая и чрезмерно сухая кожа; • морщины (намечающиеся и глубокие); • пигментные пятна; • угри и прыщи; • шрамы, рубцы и следы от угрей; • "двойной" подбородок; • брыли и "поплывший" овал; • расширенные поры; • повышенная сальность кожи; • сосудистая сеточка (купероз); • отечность; • темные круги и "мешки" под глазами; • растяжки; • целлюлит; • перхоть, зуд головы; • интенсивное выпадение волос и их замедленный рост. • Также безыгольная мезотерапия используется для реабилитации после пластической хирургии или агрессивных косметологических мер (химические и лазерные | <p>Поскольку эта безыгольная манипуляция выполняется без проколов и не нарушает целостности кожного покрова, противопоказаний у нее не много. Это стандартные меры предосторожности для любой косметологической услуги.</p> <ul style="list-style-type: none"> • обострение заболеваний кожи на обрабатываемых участках; • псориаз и экзема; • инфекционные и вирусные заболевания; • беременность и период лактации; • желчнокаменная болезнь (используемые препараты обладают желчегонным действием); • новообразования (доброкачественные и злокачественные); • аллергия на компоненты мезококтейля; • болезни крови; • сахарный диабет; |
|--|--|--|



| | | | |
|--|--|-----------|---|
| | | пилинги). | <ul style="list-style-type: none">• металлические импланты в зонах коррекции;• свежие раны, порезы и ожоги;• патологии центральной нервной системы. |
|--|--|-----------|---|

| | | | |
|-------------------------|--|--|---|
| ANTI-AGE терапия | <p>Нитевые технологии</p> <p>В ходе этой процедуры с помощью специальных нитей (лифтинговых, армирующих или биостимулирующих) подтягивают опустившиеся мягкие ткани лица. Нити позволяют без хирургического вмешательства избавиться от морщин, птоза, второго подбородка, дряблости кожи. Вживление нитей проводят под местной анестезией. Время реабилитации после процедуры – около недели. Преимущества: отсутствие разрезов, рубцов и швов. Некоторое время после процедуры на лице видны синяки, отеки и небольшие гематомы. Если лифтинг сделан неправильно, возможны нарушения мимики, эффект «удивленного лица». У некоторых людей после внедрения нитей возможна аллергия или инфекционно-воспалительная реакция.</p> | <p>Осуществление процедуры нитевого лифтинга рекомендуется при наличии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ярко выраженных морщин; • отчетливых носогубных складок; • опущения мягких тканей в области скул и подбородка; • опущения уголков бровей. | <p>Список противопоказаний к проведению процедуры является более внушительным и включает в себя следующие пункты:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вирусные и инфекционные заболевания; • беременность и период кормления; • плохая свертываемость крови; • воспалительные процессы на коже; • онкозаболевания; • сахарный диабет; • аллергия на анестезию или тот материал, из которого изготовлены нити; • ярко выраженные провисания мягких тканей; • лишний вес; • возраст старше 60 лет. |
| | <p>Ультразвуковой лифтинг</p> <p>Для омоложения кожи в наши дни часто используют технологию ультразвука. Процедура активизирует естественные процессы регенерации кожи, помогает повысить ее упругость и эластичность. По эффективности</p> | <p>Основными показаниями к проведению SMAS-лифтинга являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • отеки; • малярные мешки; • сниженный тонус кожи; | <p>Также процедуру запрещено проводить при:</p> <ul style="list-style-type: none"> • беременности; • лактации; • онкологических |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>УЗ-лифтинг часто сравнивают с хирургическими методами подтяжки лица. Побочные эффекты от процедуры – это обычно покраснение, отек и повышенная чувствительность некоторых участков кожи. Эти симптомы проходят спустя 5-7 дней.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • большая жировая прокладка в области щек; • жировые отложения в области подбородка и живота в сочетании со слабой кожей на этих участках; • нечеткий овал лица. | <p>заболеваниях;</p> <ul style="list-style-type: none"> • инфекционных заболеваниях; • заболеваниях сердечно-сосудистой и эндокринной систем; • психических расстройствах; • использовании кардиостимулятора; • наличии металлических имплантов в зоне воздействия ультразвука, кроме зубных протезов; • гнойных воспалениях; • акне и угрях; • предрасположенности к появлению келоидных рубцов. |
|--|--|--|---|

Приложение 2 - Аппараты для косметологического кабинета

| Наименование аппарата | Описание |
|--|---|
| <p>Косметологический мезоинжектор NV-919</p> | <p>Пистолет с электронным управлением позволяет вводить коктейли с витаминами и минералами, замедляя старение, разглаживая морщины, подтягивая кожу. Аппарат контролирует число капель и глубину введения, используется техника точка за точкой и наппаж. Легкий по весу прибор удобен, имеет два режима работы: ручной и полуавтомат.</p>  |
| <p>Аппарат алмазной микродермабразии + спрей LB197</p> | <p>Прибор подходит для косметологических клиник и частного кабинета, обеспечивает эффективный вакуумный лифтинг, пилинг и увлажнение косметическими средствами. Профессиональную щадящую чистку и омоложение гарантируют насадки алмазного пилинга, спрея и вакуума. Ознакомиться с техническими характеристиками можно на сайте предприятия МедикаМаг.</p>  |
| | |

| | |
|--|--|
| <p>Аппарат для вакуумного массажа NV-600</p> | <p>Аппарат NV-600 – устройство для вакуумного и вакуумно-роликового массажа лица и тела в косметологическом кабинете и СПА-салоне. Широкий функционал обеспечивает безболезненную комплексную обработку зон лица, шеи, декольте и тела. В комплекте множество насадок разного вида. Процедуры массажа способствуют очищению пор, выравниванию рельефа, общему оздоровлению, снижению веса, возвращению тонуса мышцам. Аппарат представлен на выставке косметологического оборудования, МедикалМаг предлагает обучающий мастер-класс на сайте</p>  |
| <p>Ультразвуковой скрабер DIY-103</p> | <p>Предназначен для УЗ пилинга, очищают кожу от омертвевших клеток, обеспечивая проникновение косметических препаратов, лосьонов и гелей.</p> <p>Микромассаж - вторая функция прибора, который выполняется обратной стороной лопатки, при этом кожа насыщается кислородом, увлажняется, ускоряется обмен веществ. О возможности приобретения аппарата на сайте предприятия по ссылке</p>  |
| <p>Настольный vaporизатор Nova NV-168</p> | <p>Прибор предназначен для подготовки к процедурам, распаривания кожи лица, что способствует раскрытию пор и очищению. Компактный аппарат займет мало места в небольшом кабинете, корпус из прочного пластика, есть датчик контроля воды, функции</p> |

ароматерапии и озонирования. Подробные технические характеристики на сайте



Приложение 3 - Сегменты целевой аудитории в косметологии

| Целевая аудитория косметологии | | |
|---|--|---|
| Типаж | Характеристика | Критерий выбора |
| Люди с ограниченной возможностью передвижения или нарушения/патологии, которым необходимо вмешательство массажного дела | Люди которые хотят воплотить мечту в реальность, воспользоваться услугами, которые помогут достичь высокого результата. | Гарантия, лицензия, качество продукции, возможность сдачи анализов на совместимость |
| Люди с болью в суставах и костно-мышечной системы | Мышечные спазмы приводят к дисфункции органов, а фисциальное напряжение становится причиной болей в суставах. Глубокая проработка мышц помогает избавиться от негативных последствий травм, инсультов и инфарктов. | Гарантия, лицензия, качество продукции, возможность сдачи анализов на совместимость |
| Люди с нарушением нервной системы и дыхательных путей | | |
| Люди, имеющие проблемы с сердцем и сосудами | | |
| Люди, имеющие проблемы с органами пищеварения | | |
| Люди, имеющие боли в пояснице, спине, шее | Боли в спине, пояснице , шее не дают человеку возможность передвижения, нарушение сна, | Гарантия, лицензия, профессионализм персонала |
| Люди, которые имеют остеохондроз, невралгии и невриты | Эта патология периферической нервной системы обуславливается преимущественно метаболическими, дегенеративными процессами в нервном волокне, при незначительных воспалительных изменениях в нем. | Гарантия, лицензия, профессионализм персонала |
| Люди, у которых стенокардии и недостаточность сердечной мышцы | Клинический синдром, сопровождающийся чувством дискомфорта или сжимающей, давящей болью в грудной клетке, которая может иррадиировать (отдавать) в левую руку, шею, нижнюю челюсть и | Гарантия, лицензия, профессионализм персонала |

| Целевая аудитория косметологии | | |
|---------------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Типаж | Характеристика | Критерий выбора |
| | эпигастральную область. | |

Приложение 4 - Сегменты целевой аудитории массажного дела

| Целевая аудитория массажного дела | | |
|--|---|---|
| Типаж | Характеристика | Критерий выбора |
| Люди с проблемной кожей | Возникающие проблемы: расширение пор кожи, появление черных угревых точек, возникновение мелких гнойничковых высыпаний, рубцовые изменения кожных покровов в местах угрей, обезвоживание кожи и т. д. | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат, возможность сдачи анализов на совместимость, гарантия |
| Люди, имеющие морщины | Тонкая кожа и подвижная мимика способствует увеличению количества морщин на лице. | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат |
| Люди с постакне, рубцами, пятнами | Устойчивые изменения кожи, которые появляются после угревой сыпи. | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат, гарантия |
| Люди, имеющие пигментные пятна | Появление на коже плоских, овальных участков более темного цвета: от светло- до темно-коричневого в результате старения, инсоляции кожи, гормональных изменений в организме, приема некоторых лекарств, применения косметических средств. | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат, возможность сдачи анализов на совместимость, гарантия |
| Люди, имеющие черные точки, закупорки | Это не воспалительные мелкие узелки белого или чёрного цвета, которые создают на коже ощущение неровности. Они возникают при закупорке устьев волосяных фолликулов. Состоят из клеток кожи — кератиноцитов, и кожного сала — себума. | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат, возможность сдачи анализов на совместимость, гарантия |
| Люди, у которых сухая кожа и шелушение/жирный блеск лица | Сухая кожа Чаще всего на ней практически не видны поры и нет жирного блеска. С одной | Качество продукции, профессионализм персонала, быстрый результат, гарантия |

| Целевая аудитория массажного дела | | |
|--|---|------------------------|
| Типаж | Характеристика | Критерий выбора |
| | <p>стороны, это отлично: нет блеска — нет проблем. А с другой стороны, в этом и есть проблема: сальные железы работают плохо, отсюда острая нехватка липидов, а значит, и защиты. Характеристики сухой кожи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тонкая; • с заметной сеточкой капилляров; • тусклая; • чувствительная к перепадам температур. <p>Характеристики жирной кожа</p> <ul style="list-style-type: none"> • жирная кожа начинает блестеть почти сразу после умывания; • на ней заметны расширенные поры; • имеется склонность к высыпаниям и воспалениям. | |