



Бизнес-план

Проект: «Медицинский туризм»

Интернет-платформа для организации медицинского туризма

Руководитель проекта

---

Москва 2020г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Резюме проекта.....	4
Инвестиционные показатели .....	4
Плановые финансовые показатели проекта .....	5
Описание проекта .....	6
Цели и задачи его реализации.....	7
Цели проекта .....	7
Задачи проекта .....	7
Организационный план развития проекта.....	9
Календарный план реализации проекта .....	9
Описание продукта .....	10
Продукт .....	10
Уникальное конкурентное преимущество .....	10
Основные риски .....	10
Продуктовая линейка.....	10
Описание работы платформы .....	11
Структура основного бизнес-процесса .....	12
Цены и ценообразование .....	13
Анализ и описание рынка.....	14
Мировой рынок .....	14
Российский рынок .....	14
Планы и прогноз Российского рынка.....	14
Государство.....	15
Внутренний рынок медицинского туризма .....	15
Оздоровительный туризм.....	15
Информация об аналогичных проектах, конкурентная среда.....	16
Источники информации .....	16
Целевая аудитория .....	17
Маркетинговая политика, стратегии продвижения проекта .....	18
Каналы продвижения.....	18
Стратегии продвижения проекта .....	18
Производственный план .....	19
Описание производственного процесса .....	19
Этапы разработки платформы.....	19
Модульная структура платформы .....	20
Организационная структура группы разработки .....	21
Проект сметы доходов и расхода на реализацию проекта .....	22
План продаж .....	22
Проект сметы расходов на реализацию проекта.....	23

Оценка Себестоимости производственных издержек .....	23
Активы проекта .....	24
АХО затраты, связанные с обслуживанием проекта .....	24
ФОТ и план найма персонала .....	26
Определение и описание ключевых ролей.....	26
Описание ключевых ролей .....	26
Проект организационной структуры.....	27
Оплата труда.....	28
SWOT анализ .....	29
Инвестиционная привлекательность .....	31
Ставка дисконтирования .....	32
Прогнозы.....	33
Финансирование .....	34
Источники, структура финансирования проекта .....	34
Риски .....	35
Рыночные риски .....	35
Организационные риски.....	35
Плановые финансовые показатели проекта .....	36
Отчет о прибылях и убытках 2020 (x1000)(P&L) (RUR) .....	36
Отчет о прибылях и убытках 2021-2024 (x1000)(P&L) (RUR).....	39
Движение денежных средств 2020 (x1000) (Cash flow) (RUR).....	41
Движение денежных средств 2021-2024 (x1000) (Cash flow) (RUR) .....	46
Итоговые финансовые показатели 2020-2024 (x1000) (RUR) .....	49
Анализ финансовых результатов 2020-2024 (x1000) (RUR) .....	50
Прогнозный баланс 2020-2024 (x1000)(Balance) (RUR) .....	51
Анализ безубыточности (RUR) .....	52
Приложение .....	53
Термины.....	53

## РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

**Проект:** «Медицинский туризм»

**Идея проекта**

Удовлетворение спроса на предоставления качественных медицинских услуг в области медицинского туризма в России. Поиск и предоставление комплекса услуг от поиска до сопровождения в поездке включая покупку билетов, страховку, визовую поддержку, трансфер. Основу технического обеспечения услуги составляет интернет площадка «МедПлатформа».

Старт проекта..... Январь 2020

Налоговый режим ..... ОСНО

Горизонт планирования..... 5 лет

Потребность в инвестициях составляет (x1000)(RUR) ..... 51,3 млн.руб.

Срок окупаемости ..... 4 года 3 мес.

Общий объем финансирования ..... 60 млн.руб.

Структура финансирования (x1000) (RUR)

Структура финансирования проекта:	сумма	доля
Займы и кредиты	57 000,00	95%
субсидии, невозвратное финансирование	3 000,00	5%
собственный капитал	0,00	0%

**Текущее состояние проекта.**

- Разработана стратегия выхода на рынок.
- Проработана первичная партнёрская сеть из 155 контрагентов.
- Создан стратегический и маркетинговый план расширения географии продаж.

**ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

Показатель	Ед.изм.	показатель
Ставка дисконтирования в %	%	11%
финансирование (x1000)	RUR	60 000,00
NPV - чистая приведенная стоимость (net present value)(x1000)	RUR	3 033 877
IRR - внутренняя норма доходности (internal rate of return)	%	22%
PI - индекс прибыльности (profitability Index)	коэф.	14,47
PP - срок окупаемости (payback period)	лет	4 года 3 мес
DPP - дисконтированный период окупаемости (discounted payback period)	лет	4 года 10 мес

## ПЛАНОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

(x1000) (RUR)

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Выручка и прочие поступления	18 417	164 083	241 250	260 000	297 500
Переменные затраты	15 067	58 800	78 800	78 800	78 800
Постоянные затраты (аренда, коммерч., управл., персонал.)	35 133	73 667	74 700	74 700	74 700
Активы, модернизация, обслуживание ОС	3 667	3 000	500	458	333
Финансирование	60 000	0	0	0	0
Возврат займов	0	17 649	17 649	17 649	16 178
Налоги	6 210	22 440	32 535	43 630	51 601
ЕБИТ	-31 783	36 754	91 577	108 879	144 781
ЕБИТДА	-31 594	37 698	92 938	110 051	145 197
Дивиденды акционерам	0	0	0	0	0
Чистая прибыль	-38 183	3 095	50 027	59 319	91 202
Баланс денежных средств	18 340	6 868	43 935	88 698	164 586

## ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Проект планирует создать международную интернет платформу позволяющую предоставить услуги поиска и предоставления качественных медицинских услуг в области медицинского туризма в России.

Проект предполагает реализовать полный спектр туристических услуг в части сопровождения и поддержки выбравших Россию с целью получения медицинских услуг.

Медицинский туризм, как за рубежом, так и в России имеет огромный потенциал. Последние года медицинский туризм в России пользуется повышенным спросом зарубежном, в основном, за счёт сравнительно высокого качества предоставляемых медицинских услуг и относительной финансовой доступности. Этому способствуют поддержка Правительства РФ, заслуги отечественной медицины, которые получили признанные во всем мире.

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

### ЦЕЛИ ПРОЕКТА

1. Создать международный информационный портал, предоставляющий посетителям возможность узнать лучшие решения в области предоставления медико-профилактических услуг в России.
2. Предоставить российским и зарубежным гражданам возможность воспользоваться единым интернет-сервисом поиска в области медицинского туризма в России.
3. Создать брэнд безусловного доверия у граждан при выборе инструмента поиска и подбора медицинских услуг в России.

### ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

В рамках описанных целей бизнес планирует решить следующие задачи:

1. Запустить первичный сервис, обеспечить заданный уровень качества, реализовать основной бизнес-процесс:
  - a. В период до 2022 года предоставить доступ жителям из-за рубежа и россиянам перспективные туристические маршруты и в области медицины и профилактики заболеваний.
  - b. В период до 2021 года создать ведущий инструмент публикации ключевых событий в области медицины России, обеспечить доступ к информации масс-медиа площадкам.
  - c. В период до 2022 года создать механизм эффективного взаимодействия заинтересованных контрагентов с площадкой, обеспечить аудит и подключение.
  - d. Создать систему контроля качества исполнителей, правила оплаты и оценки.
  - e. Определить структуру финансирования.
2. Для достижения цели предоставления российским и зарубежным гражданам интернет-сервиса поиска услуг медицинского туризма.
  - a. Разработать интернет платформу. Для этого:
    - i. Создать основной бизнес-процесс работы интернет-поисковой платформы.
    - ii. Сформировать техническое задание на создание платформы в соответствии с требованиями основного бизнес-процесса.
    - iii. Обеспечить разработки и тестирование.
    - iv. Обеспечить запуск прототипа проекта в периоде 6 месяцев от начала разработки.
    - v. Разработать систему монетизации услуг.
    - vi. Обеспечить запуск рабочего проекта в течение 12 месяцев от начала реализации проекта.
  - b. В период до мая 2021 года создать базу данных партнёров, готовых оказывать услуги в предметной области. Обеспечить ее пополнение.
  - c. В период до мая 2021 создать базу данных туристических агентств, готовых предоставлять услуги по обеспечению трансфера и сопутствующих услуг.

- d. Разработать маркетинговую стратегию выхода на рынок и продвижения платформы на российском и западном рынках, для чего в период до декабря 2020 года заключить стратегические партнёрские соглашения с основными медиа группами, зарубежными агентствами, с целью обеспечения маркетинговой стратегии продвижения.
  - e. Создать систему оценки качества партнёров, обратной связи потребителей, систему автоматизации ранжирования.
  - f. Определить исполнителей, правила оплаты и оценки качества.
  - g. Определить структуру финансирования.
3. Реализовать долгосрочную стратегию создания бренда безусловного доверия.
- a. Разработать и реализовать стратегию предоставления комплекса качественных услуг.
  - b. Разработать и реализовать долгосрочную PR стратегию платформы и услуг, оказываемых ею.
  - c. Разработать систему мониторинга партнёров в СМИ, социальных площадок, иных информационных источников с целью принятия оперативных мер по предотвращению рекламаций.
  - d. Разработать систему интегрированной оценки внешнего восприятия платформы как инструмента безусловного доверия при выборе услуг.



## ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА

Организационный план проекта составлен на 5 лет. В основе организационного плана лежит стратегический план реализации проекта.

этап	Название этапа	Описание	дата начала	длительность	дата окончания
этап 1	подготовка к финансированию	работы, связанные с обоснованием инвестиционной привлекательности и получение финансирования	Январь 2020	6	Июнь 2020
этап 2	инвестиционный период	создание прототипа платформы	Июнь 2020	12	Май 2021
этап 3	выход на рынок 1 год жизни	старт продаж и первый год жизни проекта	Май 2020	12	Апрель 2021
этап 4	создание абонентской службы	создание основного конкурентного преимущества	Июнь 2020	23	Апрель 2022
этап 5	модернизация платформы	период наращивания клиентской базы, интенсивный рост	Апрель 2021		Декабрь 2024
этап 6	создание брэнда и капитализация	период качественного роста создание брэнда	Январь 2022		Декабрь 2024

## КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

### Перечень ключевых вех реализации проекта

1. Создание команды проекта .....февраль 2020
2. Финансирование проекта.....март 2020
3. Реализация маркетинговой компании выхода на рынок.....апрель 2020
4. Создание прототипа платформы и выход на рынок.....май 2020
5. Выход на рынок, реализация плана 1 года жизни.....май 2020
6. Создание абонентской службы.....апрель 2021
7. Создание службы информационной безопасности .....декабрь 2021
8. Поддержка и модернизация платформы, увеличение объема продаж...июнь 2023
9. Начало монетизация платформы.....август 2021
10. Создание брэнда .....2024

## ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

---

### ПРОДУКТ

Услуга поиска и предоставления качественных медицинских услуг в области медицинского туризма в России. Поиск услуг осуществляется через интернет на специально созданной платформе.

---

### УНИКАЛЬНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Организация сопровождения приезжающих в Россию для профилактики и/или лечения в режиме 24x7 на протяжении всего периода пребывания.

---

### ОСНОВНЫЕ РИСКИ

1. Визовый режим.
2. Россия занимает значительную территорию, протянувшуюся на 11 часовых зон, имеет средний уровень развития логистической и транспортной инфраструктуры.
3. Низкий лингвистический порог в РФ. Низкая плотность владения иностранными языками в интересующей зоне влияния.
4. Отсутствие контролируемой системы стандартов качества оказываемых медицинских услуг.
5. Негативный информационный фон иностранных СМИ.

Предполагается при создании продуктовой линейки сосредоточится на получении максимально возможной положительной обратной связи от иностранных заказчиков. Для проекта будут принципиально важны «повторные продажи». С этой целью все разрабатываемые продукты должны быть, в первую очередь, направлены на снижение рисков, связанных с возможными негативными последствиями, ассоциированными с РФ.

---

### ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА

Разработка пакетов услуг предполагает непосредственное участие компаний-партнёров. Должен быть разработан внутренний стандарт качества предоставляемых услуг, согласован и принят сторонами как обязательный к исполнению.

Основу составят три пакета услуг.

1. Базовый пакет
2. Расширенный пакет
3. Всё включено 24x7

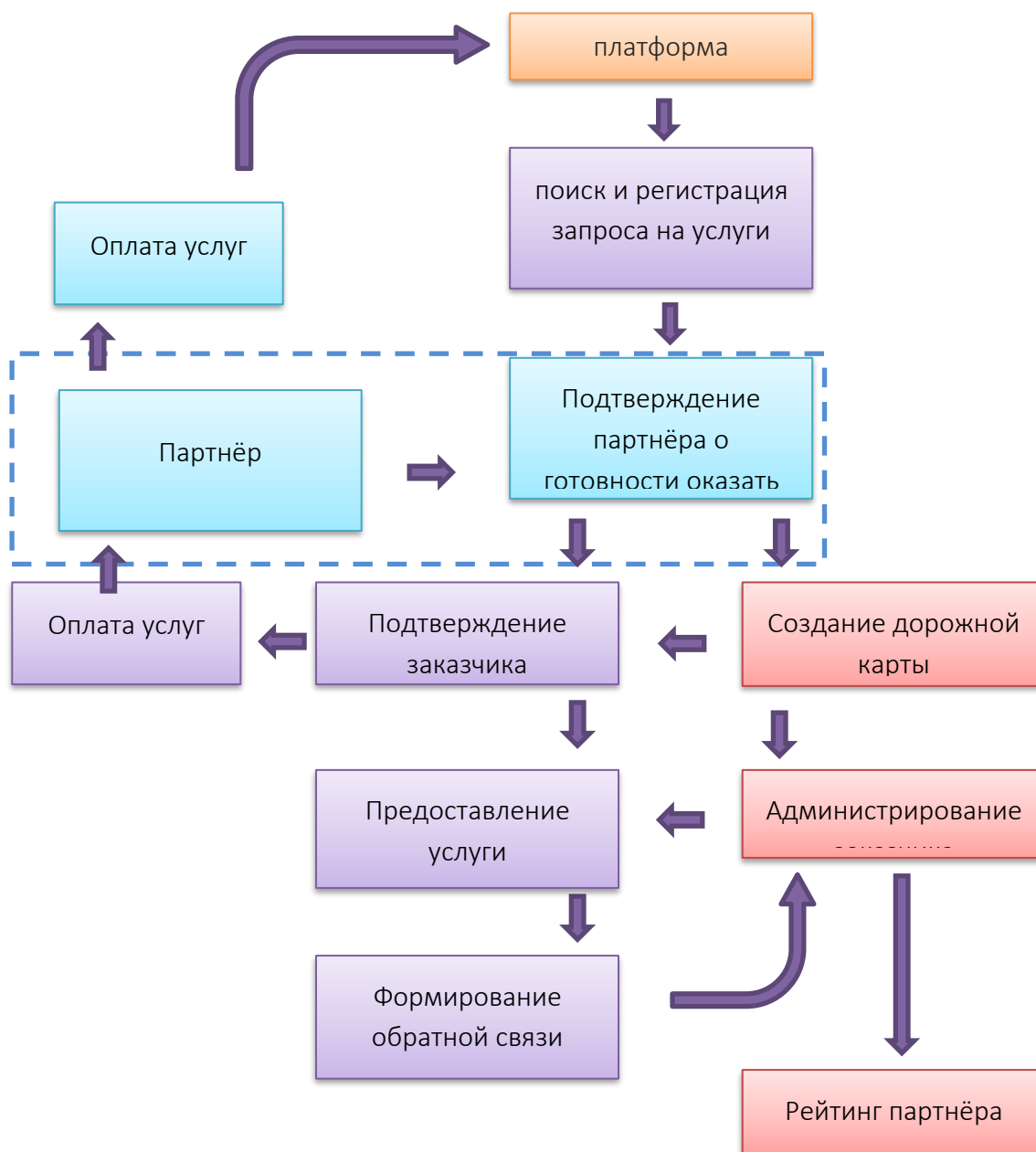
Основное различие пакетов - в составе предлагаемых дополнительных услуг.

---

## ОПИСАНИЕ РАБОТЫ ПЛАТФОРМЫ

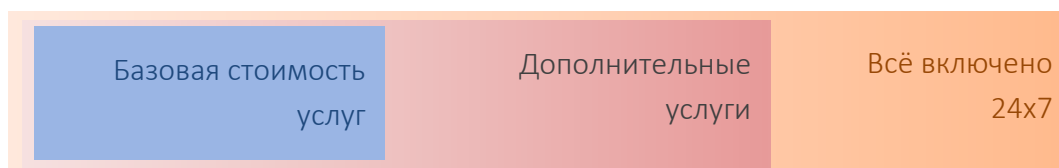
1. Регистрация Партнёра.
  - a. Размещение ключевой информации о предоставляемых услугах.
  - b. Модерация партнёра со стороны платформы, присвоение рейтинга.
  - c. Авторизация партнёра в поисковой системе выдачи по запросу заказчика.
2. Поиск услуги.
  - a. Заказчик осуществляет поиск информации о партнёрах, предоставляющих интересующие заказчика услуги.
  - b. Найдя нужную информацию, заказчик формирует on-line запрос на оказание услуги в заданный временной период.
  - c. Запрос отправляется выбранному партнёру для подтверждения и готовности предоставить запрошенный набор услуг в выбранный период времени.
  - d. По факту подтверждения партнёром готовности оказать услугу, платформой формируется «дорожная карта» оказания услуги.
  - e. Сформированный документ «дорожная карта» отправляется заказчику с предложением ознакомиться и оплатить услуги.
3. Предоставление услуги.
  - a. Для каждого заказчика платформа выделяет персонального «администратора».
  - b. Роль «Администратор» включает в себя организационно-программный комплекс решений направленных на:
    - i. Информирование партнёра о возможных изменениях в порядке оказания услуги.
    - ii. Сопровождение заказчика в пути и на территории России в режиме 24x7.
    - iii. Обеспечение поддержки в момент пребывания на территории клиники.
    - iv. Получение обратной связи об оказанных услугах.

СТРУКТУРА ОСНОВНОГО БИЗНЕС-ПРОЦЕССА



## ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Цены не подлежат стандартизации. Каждый партнёр самостоятельно формирует свою стоимость услуг, и она служит базой создаваемых пакетов.



Партнёр в праве определить расширенный набор услуг, дополнительные медицинские сервисы, которые будут предоставлены потенциальному покупателю как возможность расширения базового набора.

Площадка предлагает совместно с партнерами и/или самостоятельно наращивать свой набор дополнительных услуг, связанных с визовой поддержкой, трансфером, поддержкой пребывания на территории РФ, дополнительными туристическими услугами.

Развитие попутных услуг туризма (экскурсионно-познавательных, историко-этнографических, событийных, образовательных, социального туризма), разработка и реализация маркетинговой стратегии.

### Ценообразование.

Способ формирования цены на продукцию – на основе рыночных цен с учетом производственных издержек.

### Политика ценообразования

Цена на услуги для партнёров формируются исходя из:

1. Оценки стоимости привлечённых туристов.
2. Эффективности затрат на рекламной кампанию и прочих производственных издержек, связанных с продвижением проекта, обеспечения поддержки, работы в режиме 24x7.

Компания планирует обеспечить рост продаж за 5 лет:

- в денежном выражении в 1,8 раза с 164,1 млн.руб в 2021 году до 297,5 млн.руб. в 2024 году

Выход на запланированный объем продаж – 12 мес.

Плановый рост объёма продаж – 17-20 % в год.

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Выручка и прочие поступления	18 417	164 083	241 250	260 000	297 500

## АНАЛИЗ И ОПИСАНИЕ РЫНКА

---

(краткий обзор)

---

### МИРОВОЙ РЫНОК

Мировой рынок медицинского туризма в 2017 году продолжил интенсивный рост. Темпы роста превысили 4%. (мировой ВВП за год вырос на 3%). ..

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

---

### РОССИЙСКИЙ РЫНОК

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

---

### ПЛАНЫ И ПРОГНОЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

## ГОСУДАРСТВО

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

---

## ВНУТРЕННИЙ РЫНОК МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

---

## ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ.

(полная версия см раздел Бизнес-планы)

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АНАЛОГИЧНЫХ ПРОЕКТАХ, КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

На рынке действуют три основные бизнес-группы, предоставляющие услуги медицинского туризма:

1. Международные клиники.
2. Агентства.
3. Интернет агрегаторы.

Предоставляемые группами услуги подразделяются по:

- Региональной принадлежности
- Сетевому принципу
- Ценовой категории
- Профилированию оказываемых услуг
- Способам предоставления услуг
- Уникальности услуг

В силу широты спектра и географии медицинских услуг ни одно из направлений не имеет явного лидера. Некоторое преимущество имеют компании, которым оказывается поддержка в рамках государственной программы.

---

### ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Новостной портал финансовой информации Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/>

Электронное издание International Medical Travel Journal (IMTJ) <https://www.imtj.com/>

Новостной медицинский сайт <http://medbe.ru/> .

Ассоциацию Медицинского Туризма России /АМТР/ – RHTC (Russian Healthcare Travel Council)  
<http://www.rhtc.org>



## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Основу проекта составляет интернет платформа. Соответственно и успех продвижения и поиск целевой аудитории связан с продвижением в интернете.

### **SEO и поисковая выдача.**

Потенциальный потребитель, которому требуется медицинская поддержка, прибегает к поиску информации о лечении в интернете. SEO органическая выдача информация о доступном сервисе, первое что должно приходить к человеку при поиске медицинских услуг. По сути все, чей интерес совпадает с предложением наших партнёров, полностью или частично наша целевая аудитория.

Работа над подготовкой целевого контента на сайте и соответствием его требованиям поисковых систем позволяет точно попасть в целевую аудиторию. Все остальные способы мы будем считать дополнительными.

### **Контекстная реклама**

Кроме этого, мы уделяем повышенное внимание контекстной и узко таргетированной рекламе. Это необходимо для реализации сезонных предложений, акций, горячих туров, выгодных ценовых предложений, и других форм реализации. Если потенциальный покупатель ищет информацию о доступном лечении зарубежном, то, он будет это делать с некоторой продолжительностью и периодичностью, подбирая в интернете доступные варианты лечения через поиск. Контекстная реклама на Платформу – это именно то, что поможет привлечь целевую аудиторию.

### **Контент-маркетинг**

Контент-маркетинг используется на Платформе с целью продвижения новых направлений медицинских услуг. Это помогает выстраивать доверительные отношения с целевой аудиторией. Врачи вступают в непосредственное общение по средствам блог, статей о болезнях, методах лечения, и их профилактике. Это позволит повысить доверие к Платформе, если целевая аудитория будет видеть не просто площадку для информационную профессионализм, и целевой ресурс высок квалифицированных врачей.

## МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА

Маркетинговая стратегия продвижения строиться на опыте ключевых сотрудников проекта в области реализации высоко нагруженных социальных проектов.

Основной канал продвижения – интернет-пространство, социальные сети, коммерческая и медиа реклама.

В основе успеха реализации маркетинговой политики заложено глубокое понимание механизмов интернет продвижения, нейролингвистики, глубокого информационного проникновения на всех социальных уровнях, социального тиражирования, и государственной поддержки.

---

### КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

СМИ – статьи в российских и зарубежных СМИ.

Туристические агентства - зарубежные и российские туристические агентства.

Медиа – целевой медиа контент, вирусное видео.

Целевая реклама – клиники, больницы, места лечебно-профилактического характера.

Целевые страховые программы.

Создание механизмов государственно-частного партнерства в сфере медицины и популяризации здорового образа жизни.

Использование санаторно-курортных зон как информационных PR площадок.

Создание специального информационного портала на базе платформы или отдельного ресурса для продвижения и информационного сопровождения российского курортного пространства.

---

### СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА

В основе успеха стратегии продвижение лежит постоянно высокий уровень качества предоставляемых услуг, управления рисками, и поддержание объективно высокой оценки уровня сервиса.

К участию в проекте будут допущены партнёры, отвечающие базовым критериям качества. Критерии качества предоставляемых услуг должны быть разработаны в соответствие с мировыми стандартами в области туризма и оказания медицинских услуг.

Каждый пользующийся услугами медицинского туризма в России должен попадать в привычную комфортную среду.

С этой целью предполагается создать комплексный пакет услуг «всё включено 24x7», который бы позволял обеспечить круглосуточную поддержку.

## ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

### ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

В основе технической реализации проекта стоит задача разработки специализированного программного обеспечения – «Платформы»

### ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПЛАТФОРМЫ

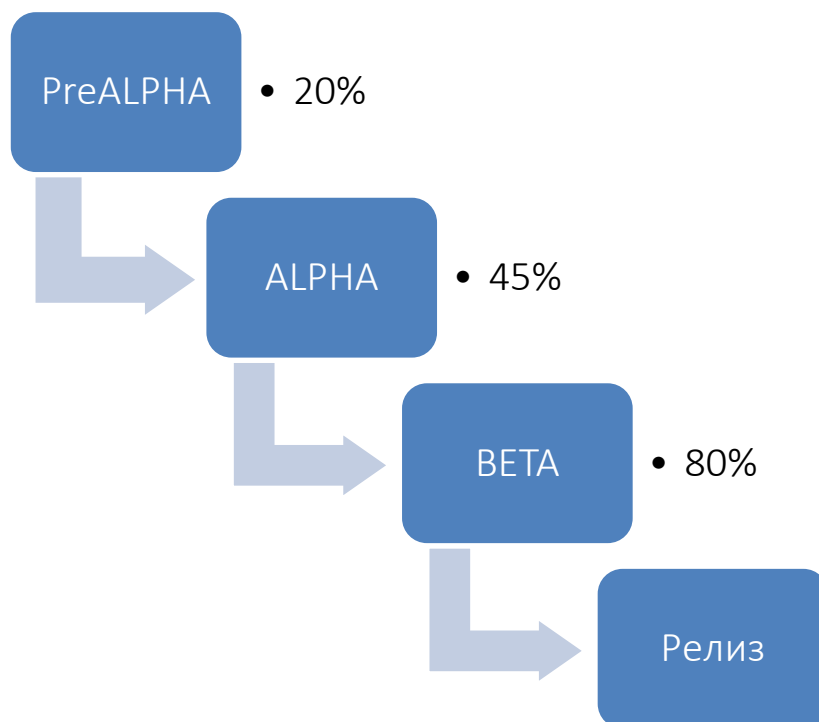
1. Pre-Alpha релиз – май 2019 (4-6 мес)
2. Alpha релиз(Прототип) – январь 2020 (до 12 мес)
3. Beta релиз– сентябрь 2020 (до 20 мес)
4. Релиз– март 2021 (до 24 мес)

**Pre-Alpha релиз** – Программная реализация с базовым интерфейсом функциональной структурой и минимальным набором реализации.

**Alpha релиз(Прототип)** – Реализация структуры на 70 %, Функциональная реализация – 60%, Основной программный контур ~ 80 %

**Beta релиз** – Реализация структуры 100%, функциональная реализация – 90%, Основной программный контур - 100 %

**Релиз** – полностью готовый продукт версии 1.0



## МОДУЛЬНАЯ СТРУКТУРА ПЛАТФОРМЫ

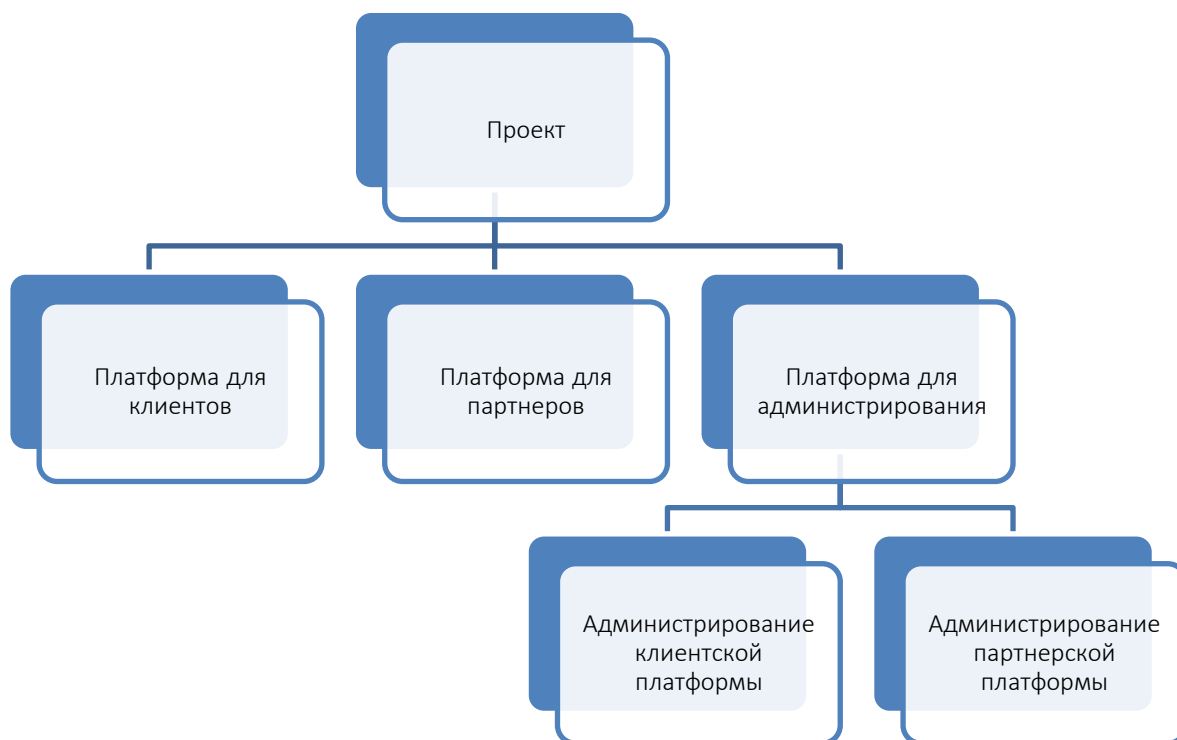
Платформа имеет модульную структура.

### Модули

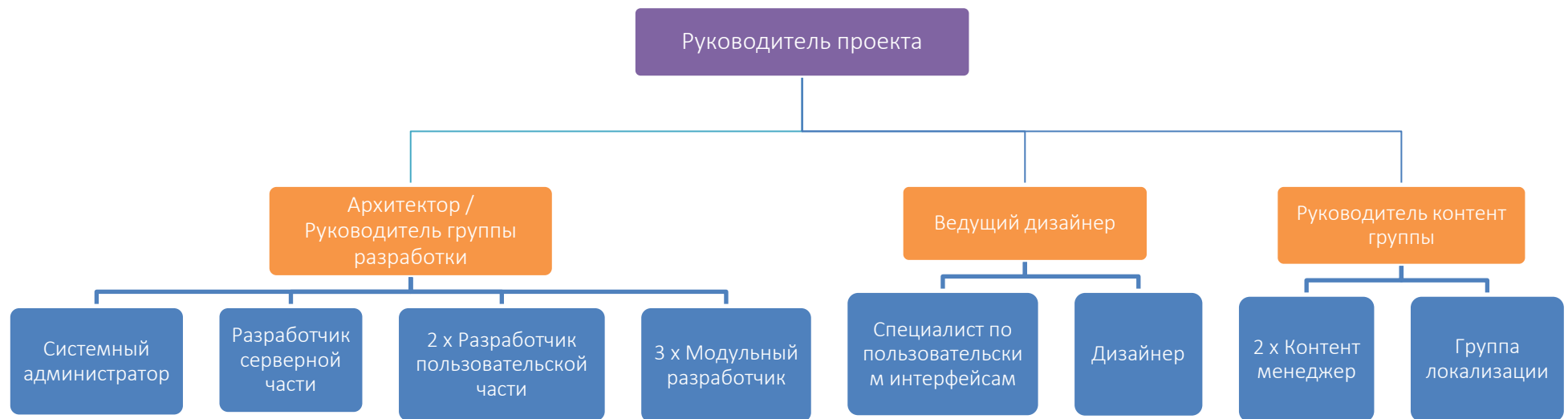
**Платформа для клиентов** - представляет собой внешнюю часть проекта доступную пользователям.

**Платформа для партнеров** – административная часть партнеров для персонального управления.

**Платформа для администрирования** – управление и администрирование проектом.



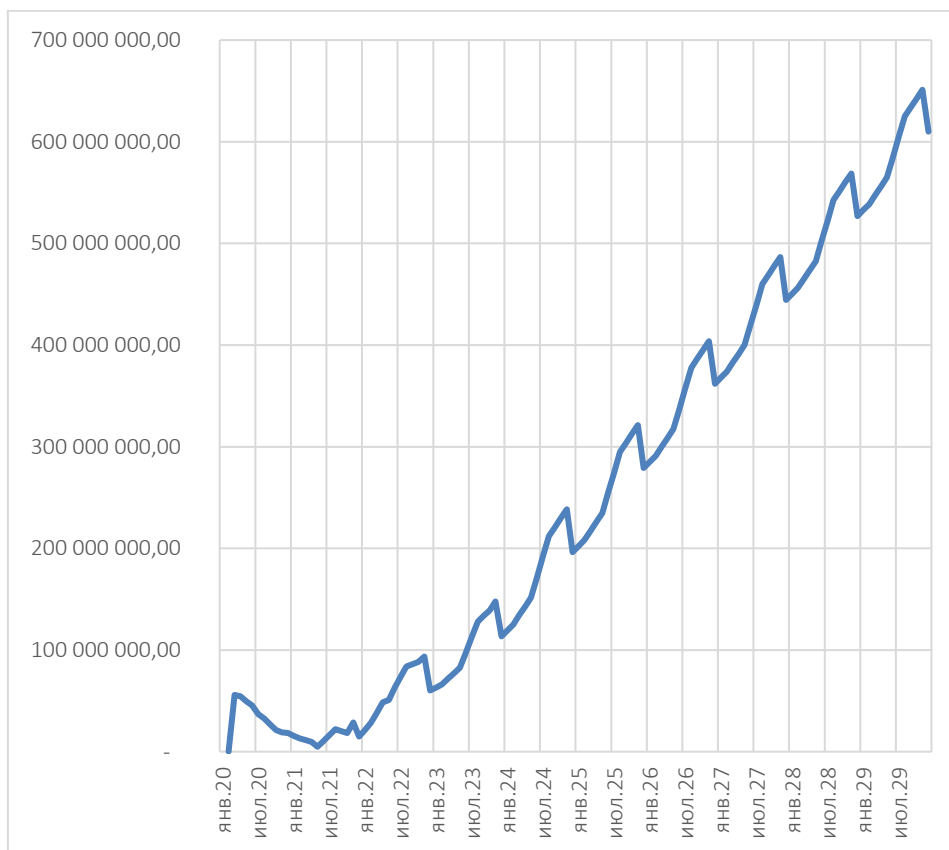
## ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ГРУППЫ РАЗРАБОТКИ



## ПРОЕКТ СМЕТЫ ДОХОДОВ И РАСХОДА НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

### ПЛАН ПРОДАЖ

План продаж имеет ярко выраженную сезонную зависимость. Этот риск планируется компенсировать за счёт обеспечения целевых программ, групповых предложений.



План продаж (x1000) (RUR)

Наименование продукта или услуги	итого реализация	2020	2021	2022	2023	2024
продажи 3 мес	2 667	2 667	0	0	0	0
продажи 6 мес	7 000	7 000	0	0	0	0
продажи 9 мес	12 833	8 750	4 083	0	0	0
продажи 12 мес	315 000	0	78 750	78 750	78 750	78 750
продажи 2 года	87 500	0	62 500	25 000	0	0
продажи 3 года	131 250	0	18 750	112 500	0	0
продажи 4 года	175 000	0	0	25 000	150 000	0
продажи 5 года	250 000	0	0	0	31 250	218 750

## ПРОЕКТ СМЕТЫ РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

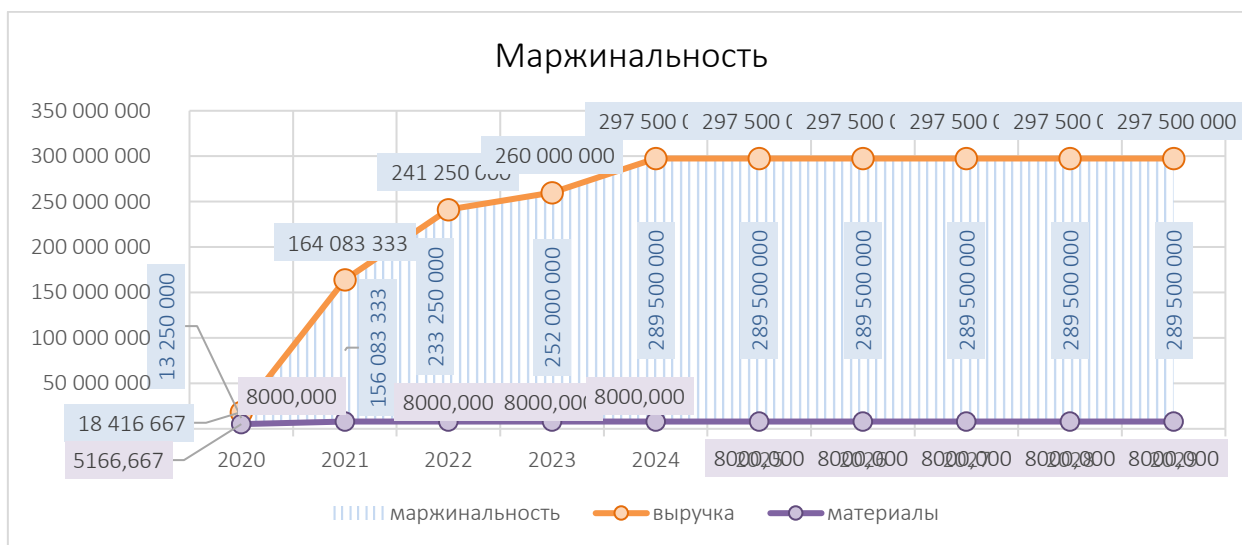
## ОЦЕНКА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ИЗДЕРЖЕК

Основу производственных затрат составляет разработка целевых программ для поддержки партнёров.

План производственных затрат (x1000) (RUR)

Наименование материала, услуги	итого планируется закупить	2020	2021	2022	2023	2024
обеспечение поддержки заказчиков	22 917	2 917	5 000	5 000	5 000	5 000
обеспечение поддержки партнёров	13 500	1 500	3 000	3 000	3 000	3 000
создание команды проекта, ОРД	500	500	0	0	0	0
командировки и прочие	250	250	0	0	0	0

## Анализ маржинальности



## АКТИВЫ ПРОЕКТА

Проект планирует вложения в основные средства. За 5 лет вложения составят 7,9 млн. руб.

Сумма затрат инвестиционного периода составит 7,1 млн. руб.

План инвестиционных вложений (x1000) (RUR)

Наименование	Стоимость	кол-во	Итого	дата вложений
создание прототипа ПО платформы	1 500,00	1	1 500,00	Февраль 2020
оборудование офиса	1 000,00	1	833,33	Июль 2020
оборудование для разработки	600,00	1	500,00	Июль 2020
оборудование платформы	3 000,00	1	2 500,00	Май 2021
дополнительное оборудование разработки	300,00	1	250,00	Май 2020
создание БД партнёров	700,00	1	583,33	Май 2020

## АХО ЗАТРАТЫ, СВЯЗАННЫЕ С ОБСЛУЖИВАНИЕМ ПРОЕКТА

Основу не производственных затрат проекта составляют издержки на рекламу и продвижение, фонд оплаты труда сотрудников.

За 5 лет компания планирует потратить:

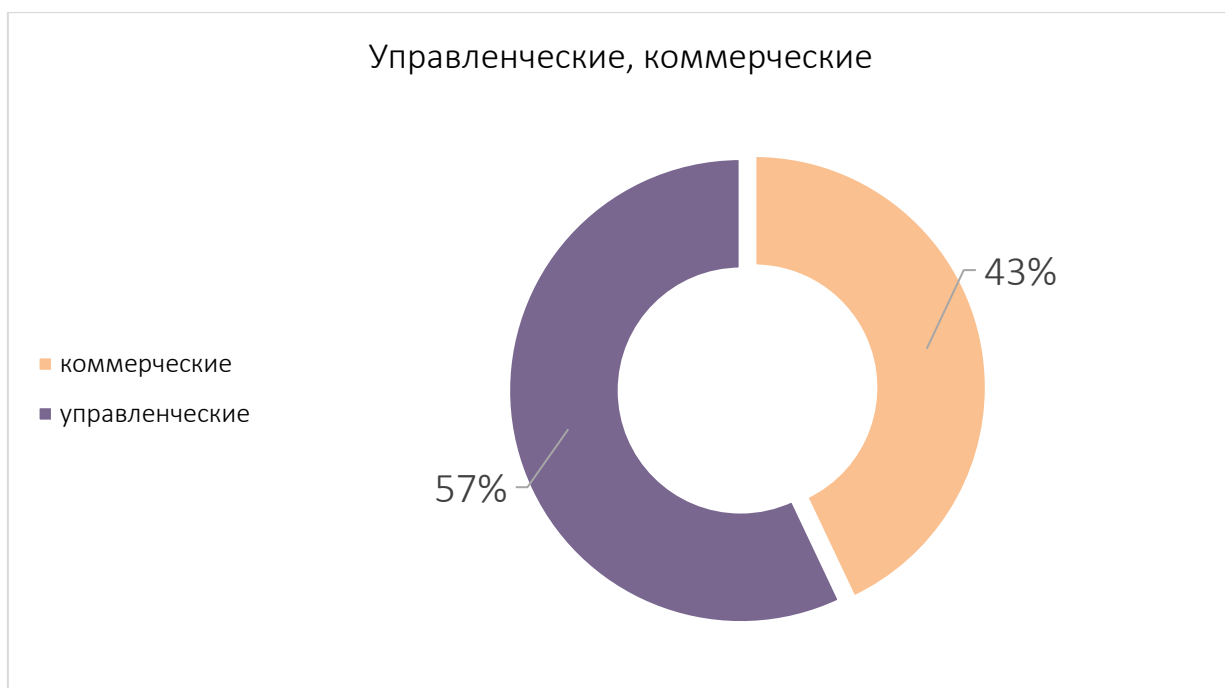
- на рекламу и продвижение – 148,5 млн.руб.
- на оплату труда сотрудников – 110,4 млн.руб.

Структура постоянных затрат (x1000) (RUR)

Наименование	итого	доля	2020	2021	2022	2023	2024
Постоянные затраты	332 900	100%	35 133	73 667	74 700	74 700	74 700
коммерческие	148 500	45%	20 333	35 167	31 000	31 000	31 000
управленческие	184 400	55%	14 800	38 500	43 700	43 700	43 700
└─ в том числе ФОТ АХ	110 400	60%	10 800	24 000	25 200	25 200	25 200



### Структура не производственных затрат



## ФОТ И ПЛАН НАЙМА ПЕРСОНАЛА

Для достижения высокого качества уровня оказываемых услуг планируется создать команду высококвалифицированного персонала.

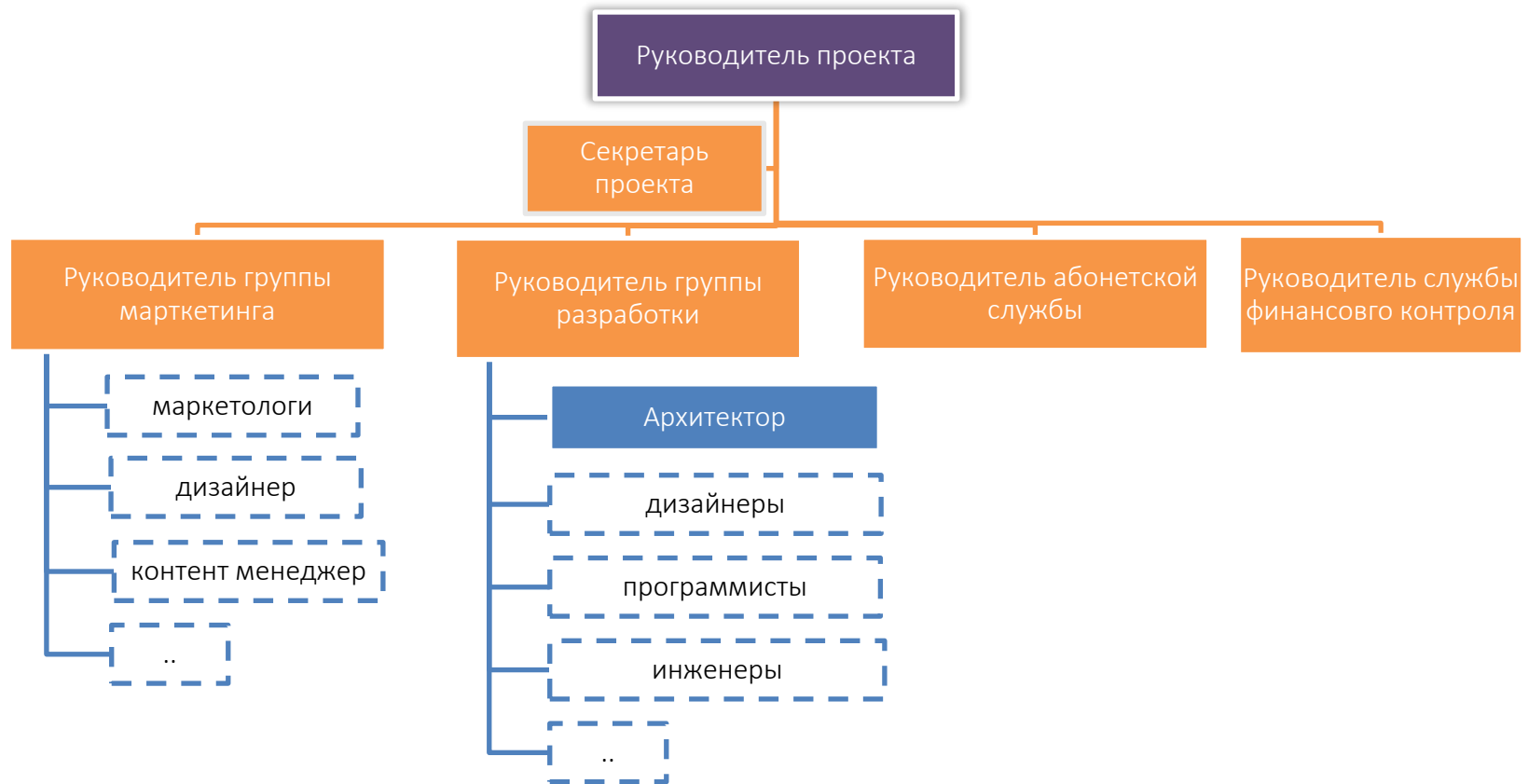
### ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОПИСАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ РОЛЕЙ

1. Руководитель проекта (PM) .....	1
2. Секретарь проекта.....	1
3. Руководитель группы маркетинга проекта.....	1
4. Руководитель группы разработки .....	1
5. Архитектор .....	1
6. Руководитель абонентской службы.....	1
7. Руководитель службы финансового контроля .....	1

### ОПИСАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ РОЛЕЙ

- **РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА**  
 Обязанности: организация управления, соблюдение сроков реализации, соблюдение бюджета проекта.
- **СЕКРЕТАРЬ ПРОЕКТА**  
 Обязанности: Техническое документирование проекта, организация встреч, документальное оформление протоколов, коммуникации внутри проекта, back office.  
 Подчинение – Руководителю проекта.
- **РУКОВОДИТЕЛЬ ГРУППЫ РАЗРАБОТКИ**  
 Обязанности: осуществляет техническое руководство разработкой платформы.  
 Подчинение – Руководителю проекта.
- **АРХИТЕКТОР – создание архитектуры платформы.**  
 Обязанности: создаёт архитектуру платформы, осуществляет техническое руководство проектными работами, авторский надзор, ввод в действие заявленный функционал.  
 Подчинение – Руководителю группы разработки. Заместитель Руководителя группы разработки.
- **РУКОВОДИТЕЛЬ АБОНЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ**  
 Обязанности: обеспечивает разработку и реализацию политики сопровождения клиентов.  
 Подчинение – Руководителю проекта.
- **РУКОВОДИТЕЛЬ ГРУППЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ.**  
 Обязанности: разработка финансовой системы платформы, организация финансирования проекта, контроль бюджета, формирование отчётности.  
 Подчинение – Руководителю проекта.

## ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ

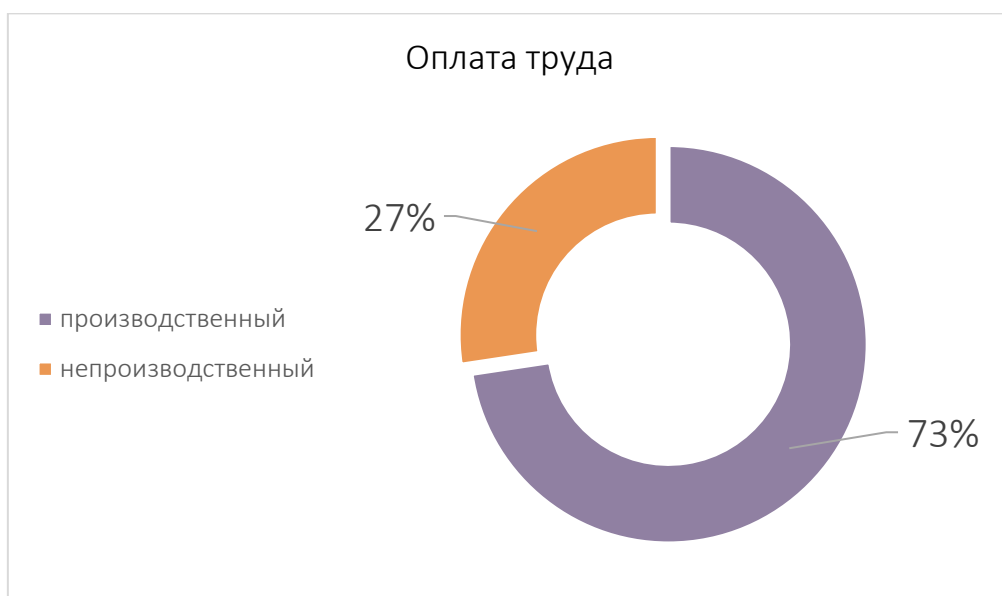


## ОПЛАТА ТРУДА

Проект планирует в период с 2020 до 2022 года расширять штат сотрудников.

ФОТ персонал (x1000) (RUR)

Наименование	итого	доля	2020	2021	2022	2023	2024
ФОТ персонал	383 500	100%	20 700	74 800	96 000	96 000	96 000
производственный	273 100	71%	9 900	50 800	70 800	70 800	70 800
непроизводственный	110 400	29%	10 800	24 000	25 200	25 200	25 200



## SWOT АНАЛИЗ

Эффективный SWOT анализ проводится на уже действующем бизнесе. В нашем случае проект опирается на проектные задачи по обеспечению реализации общего стратегического плана. На основании этих данных была составлена матрица SWOT-анализа.

<b>Сильные стороны (Strengths, S)</b>	<b>Слабые стороны (Weaknesses, W)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Опытные руководители</li><li>2. Конкурентные цены</li><li>3. Высокая мобильность</li><li>4. Низкая бюрократическая составляющая</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Низкий уровень автоматизации текущей деятельности</li><li>2. Начальный уровень системы мониторинга внешней среды</li><li>3. Невозможность делегировать полномочия</li><li>4. Низкий уровень обеспечения безопасности</li></ol>

<b>Возможности (Opportunities, O)</b>	<b>Угрозы (Threats, T)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокая эффективность продаж в пересчёте на одного сотрудника</li><li>2. Привлечение партнёров для расширения бизнеса</li><li>3. Быстрое привлечение кратковременного финансирования</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Большой численный состав сотрудников</li><li>2. Валютные операции</li><li>3. Кредитная политика</li></ol>

Таким образом, в результате SWOT-анализа были разработаны следующие стратегии:

- создание подразделения «коммерческий отдел» с целью оперативного поиска месторасположения и усиления направления продаж;
- создание и расширение сети партнёров поставщиков продуктов;
- создание стратегии по выводу на рынок новых продуктов с заданной периодичностью;
- усиление активности в части оперативного расширения зоны охвата;
- выделение дополнительных финансовых средств для разработки и реализации маркетинговых мероприятий для проведения

предварительного анализа будущего месторасположения и выявления потенциального спроса.

- С целью обеспечения оперативного управления, создать автоматизированную систему управленческого учёта для оперативного сбора информации и формирования отчётности.

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Для расчета показателей эффективности проекта был построен денежный поток на инвестированный капитал.

### Инвестиционные показатели

Индекс прибыльности (PI) демонстрирует высокую доходности для данного вида бизнес - проекта. Он определяет сумму прибыли на единицу вложенных средств. Значение данного показателя по проекту превышает единицу и составляет 14,5.

Это свидетельствует о положительном экономическом эффекте, подтверждаемом также положительной величиной чистого приведенного дохода (NPV), равного 30,3 млн. руб.

Внутренняя норма рентабельности (IRR) равна 22% и превышает ставку дисконтирования 11%.

Эффективность проекта оценивается как высокая для данного уровня инвестиций и аналогичных проектов.

Показатель	Ед.изм.	показатель
Ставка дисконтирования в %%	%	11%
финансирование (x1000)	RUR	60 000,00
NPV - чистая приведенная стоимость (x1000)	RUR	3 033 876,96
IRR - внутренняя норма доходности	%	22%
PI - индекс прибыльности	коэф.	14,47
PP - срок окупаемости	лет	4 года 3 мес
DPP - дисконтированный период окупаемости	лет	4 года 10 мес
ARR - коэффициент рентабельности инвестиций	%	57%
WACC - средневзвешенная стоимость капитала	%	19%

---

## СТАВКА ДИСКОНТИРОВАНИЯ

Ставка дисконтирования ( $r$ ) =  $R_f + I + R_{pu}$

где,

$R_f$  (безрисковая ставка) где,  $R_f$  (ЦБ) – ставка рефинансирования ЦБ, (2020) 6,0 %

$I$  - темп роста инфляции 3-4%, принимаем 3,75

Согласно прогнозу Центробанка, темп роста инфляции в апреле - мае 2020 составили 3,7% - 5,2%. Но годовая инфляция к концу 2020 в начале 2021 году вернется к 3,5%-4%. В целях расчёт  $I$  принят на уровне 3,75%

$R_{pu}$  — премия за несистематический риск для конкретной компании - 1,5%

$$r = 6,0 + 3,75 + 1,5 = 11,25\%$$

Принимаем  $r = 11\%$



## ПРОГНОЗЫ

Прогнозы построены с учётом плана возможного падения и роста продаж в периоде планирования до 5 лет.

### Плановые отклонения прогноза продаж

Вариант прогноза	2020	2021	2022	2023	2024
реалистичный прогноз	0%	0%	0%	0%	0%
оптимистичный прогноз	+10%	+20%	+20%	+20%	+20%
пессимистичный прогноз	-20%	-15%	-10%	-5%	0%

(x1000)

Показатель	Реалистичный	Оптимистичный	Пессимистичный
Финансирование (RUR)	60 000,00	46 000 000,00	80 000 000,00
NPV (RUR)	3 033 876,96	419 157 948,9	236 580 412,4
IRR	22%	67%	31%
PI	14,47	61,04	41,74
PP	4 года 3 мес	4 года 7 мес	6 лет 5 мес
DPP	4 года 10 мес	6 лет 1 мес	9 лет 0 мес

## ФИНАНСИРОВАНИЕ

Для реализации проект планирует привлечь внешнее финансирование в размере 60 млн.руб.

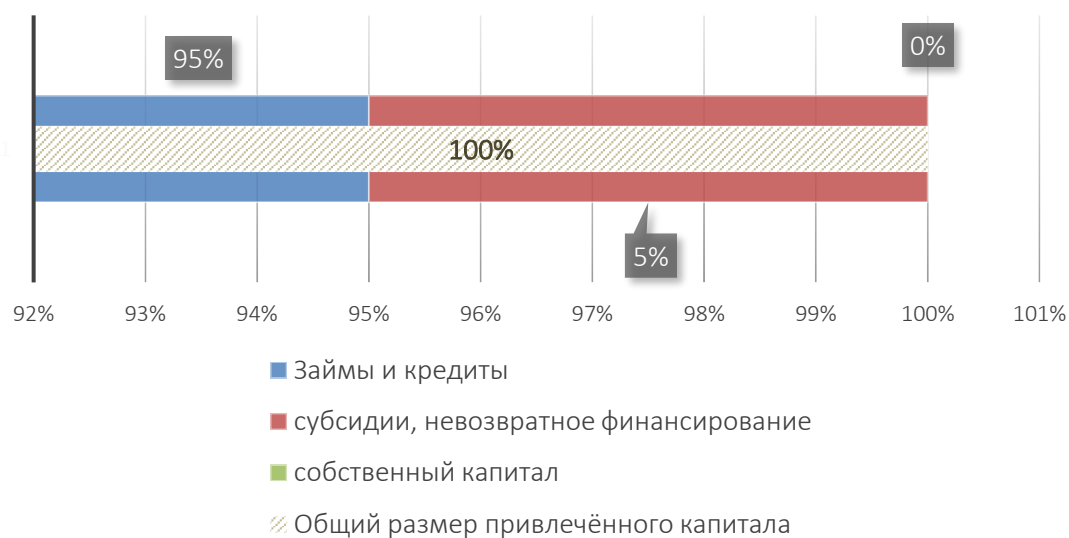
Структура финансирования проекта:	сумма	доля
займы и кредиты	57 000,00	95%
субсидии, невозвратное финансирование	3 000,00	5%
собственный капитал	0,00	0%

### ИСТОЧНИКИ, СТРУКТУРА ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

План финансирования (x1000) (RUR)

этапы	сумма	Форма финансирования	Проц. ставка	Плановая дата финанс-я	Плановая дата возврата
Этап 1	3 000,00	грант	-	Февраль 2020	
Этап 2	57 000,00	кредит	10%	Март 2020	Декабрь 2024

Общая стоимость обслуживания кредита за 5 лет составит 12,1 млн. руб.



### РЫНОЧНЫЕ РИСКИ

#### **Риск 1: Падение продаж от колебаний сезонного спроса.**

Зима является неблагоприятным сезоном для медицинского туризма в России. При работе с оптовыми партнёрами сезонность менее явно выражена. Оптовые покупатели производят подготовку к весне и закупают расходные материалы зимой.

Оценка риска: средний, 5 из 10

#### **Риск 2: Потери от валютных операций**

Проект международный, предусмотрены валютные операции. Возможны потери ликвидности на скачках курса.

Оценка риска: высокий, 8 из 10

#### **Риск 3: Падение продаж от изменения конъюнктуры рынка.**

Возможная неэффективность рекламной компании или неверное определение ценовых сегментов и ценообразования компенсируется многолетним опытом команды проекта.

Описание риска: низкий, 3 из 10

---

### ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РИСКИ

#### **Риск 1: Снижение объема продаж вследствие отсутствия квалифицированного персонала.**

Для обеспечения высокой эффективности реализации стратегического плана бизнес будет обеспечен необходимым объемом продаж (+ постоянным ростом) благодаря активному развитию дилерской сети.

Оценка риска: средний, 5 из 10

#### **Риск 2: Управленческий риск.**

Для обеспечения устойчивой работы компании в проекте уже была начата реализация полного контура административных сервисов и функций, обеспечивающих объективное и своевременное предоставление управленческой отчетности.

Оценка риска: ниже среднего, 4 из 10

#### **Риск 3: Падение продаж вследствие появления конкурентов, окончания эксклюзивного положения на реализацию услуг на территории РФ.**

Оценка риска: низкий, 2 из 10

ПЛАНОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ 2020 (X1000)(P&L) (RUR)

Наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Финансовый результат													
Выручка от реализации по основной деятельности	0	0	0	0	667	1 000	1 000	3 000	2 000	2 000	4 667	4 083	18 417
Себестоимость	0	1 025	1 025	1 025	1 025	1 442	1 692	1 567	1 567	1 567	1 567	1 567	15 067
Валовая прибыль (убыток)	0	-1 025	-1 025	-1 025	-358	-442	-692	1 433	433	433	3 100	2 517	3 350
Коммерческие расходы	0	0	0	0	2 500	2 500	2 500	2 500	2 583	2 583	2 583	2 583	20 333
Управленческие расходы	0	0	0	0	375	375	2 342	2 342	2 342	2 342	2 342	2 342	14 800
Прибыль (убыток) от продаж	0	-1 025	-1 025	-1 025	-3 233	-3 317	-5 533	-3 408	-4 492	-4 492	-1 825	-2 408	-31 783
Доходы от участия в других организациях													0

Наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
расходы по амортизации	0	0	0	0	0	0	7	7	44	44	44	44	190
Отчисления с ФОТ	0	270	270	270	270	270	810	810	810	810	810	810	6 210
Прочие налоги	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	0	-1 295	-1 295	-1 295	-3 503	-3 587	-6 350	-4 225	-5 346	-5 346	-2 679	-3 262	-38 183
Текущий налог на прибыль	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
в т.ч. постоянные налоговые обязательства	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	259	259	259	701	717	1 270	845	1 069	1 069	536	652	7 637

Наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Начисленный налог на прибыль	0	-259	-259	-259	-701	-717	-1 270	-845	-1 069	-1 069	-536	-652	-7 637
Чистая прибыль до выплаты дивидендов	0	-1 295	-1 295	-1 295	-3 503	-3 587	-6 350	-4 225	-5 346	-5 346	-2 679	-3 262	-38 183

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ 2021-2024 (X1000)(P&L) (RUR)

Наименование		2021			2021	2022	2023	2024
Финансовый результат	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.				
Выручка от реализации по основной деятельности	20 583	37 667	50 667	55 167	164 083	241 250	260 000	297 500
Себестоимость	4 700	14 700	19 700	19 700	58 800	78 800	78 800	78 800
Валовая прибыль (убыток)	15 883	22 967	30 967	35 467	105 283	162 450	181 200	218 700
Коммерческие расходы	11 917	7 750	7 750	7 750	35 167	31 000	31 000	31 000
Управленческие расходы	7 025	9 625	10 925	10 925	38 500	43 700	43 700	43 700
Прибыль (убыток) от продаж	-3 058	5 592	12 292	16 792	31 617	87 750	106 500	144 000
Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	0	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	1 400	1 324	1 246	1 166	5 137	3 827	2 379	781
Прочие доходы	0	0	0	0	0	0	0	0
расходы по амортизации	132	132	340	340	944	1 361	1 171	417
Отчисления с ФОТ	2 430	5 610	7 200	7 200	22 440	28 800	28 800	28 800
Прочие налоги	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	-7 020	-1 474	3 505	8 085	3 095	53 762	74 149	114 003
Текущий налог на прибыль	0	0	0	0	0	3 735	14 830	22 801
в т.ч. постоянные налоговые обязательства	0	0	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	1 404	295	-701	-1 617	-619	-7 018	0	0
Начисленный налог на прибыль	-1 404	-295	701	1 617	619	10 752	14 830	22 801

Наименование		2021			2021	2022	2023	2024
Финансовый результат	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.				
Чистая прибыль до выплаты дивидендов	-7 020	-1 474	3 505	8 085	3 095	50 027	59 319	91 202
Чистая прибыль	-7 020	-1 474	3 505	8 085	3 095	50 027	59 319	91 202



ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ 2020 (X1000) (CASH FLOW) (RUR)

наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Денежные потоки от текущей деятельности													
Поступления - всего, в т.ч.:	0	0	0	0	800	1 200	1 200	3 600	2 400	2 400	5 600	7 550	24 750
от продажи продукции, товаров, работ и услуг (без НДС)	0	0	0	0	667	1 000	1 000	3 000	2 000	2 000	4 667	4 083	18 417
прочие исх. платежи НДС	0	0	0	0	133	200	200	600	400	400	933	817	3 683
прочие поступления вх НДС	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 650	2 650
Платежи - всего, в т.ч.:	0	1 320	1 320	1 320	4 937	5 270	8 377	7 960	8 060	8 060	8 060	8 060	62 743
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	0	1 025	1 025	1 025	3 900	4 317	4 733	4 608	4 692	4 692	4 692	4 692	39 400
Материалы, Аренда произв.	0	1 025	1 025	1 025	1 025	1 442	1 692	1 567	1 567	1 567	1 567	1 567	15 067

наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Коммерческие и Управленческие	0	0	0	0	2 875	2 875	3 042	3 042	3 125	3 125	3 125	3 125	24 333
В связи с оплатой труда работников	0	0	0	0	0	0	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	10 800
Процентов по долговым обязательствам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
налог на прибыль организации	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
прочие налоги	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
страховые отчисления ФОТ	0	270	270	270	270	270	810	810	810	810	810	810	6 210
прочие платежи	0	25	25	25	767	683	1 033	742	758	758	758	758	6 333
прочие платежи исх НДС	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо денежных потоков от текущих операций	0	-1 320	-1 320	-1 320	-4 137	-4 070	-7 177	-4 360	-5 660	-5 660	-2 460	-510	-37 993
Денежные потоки от инвестиционных операций													
Поступления - всего, в т.ч.:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
от возврата предоставленных займов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
прочие поступления	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Платежи - всего, в т.ч.:	0	1 500	0	0	833	0	1 333	0	0	0	0	0	3 667
в связи с приобретением, созданием ОС	0	1 500	0	0	833	0	1 333	0	0	0	0	0	3 667
инвестиционные расходы в связи с модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию ОС	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
в связи с приобретением акций других орг-ций	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
инвестиционного актива													
прочие платежи	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	0	-1 500	0	0	-833	0	-1 333	0	0	0	0	0	-3 667
Денежные потоки от финансовых операций	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Поступления - всего	0	3 000	57 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60 000
получение кредитов и займов	0	0	57 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	57 000
денежные вклады собственников	0	3 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 000
финансирование невозвратное	0	3 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 000
прочие поступления	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Платежи - всего	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

наименование	2020												итого 2020
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
на уплату дивидендов и распр-е прибыли участникам	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
возврат кредитов и займов, погашение долговых бумаг	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
прочие платежи	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	0	3 000	57 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60 000
Сальдо денежных потоков за отчетный период	0	180	55 680	-1 320	-4 970	-4 070	-8 510	-4 360	-5 660	-5 660	-2 460	-510	18 340
Остаток денежных средств на начало отчетного периода	0	0	180	55 860	54 540	49 570	45 500	36 990	32 630	26 970	21 310	18 850	0
Остаток денежных средств на конец отчетного периода	0	180	55 860	54 540	49 570	45 500	36 990	32 630	26 970	21 310	18 850	18 340	18 340

ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ 2021-2024 (X1000) (CASH FLOW) (RUR)

наименование	2021				2021	2022	2023	2024
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв				
Денежные потоки от текущей деятельности								
Поступления - всего, в т.ч.:	24 700	45 200	60 800	66 200	196 900	289 500	312 000	357 000
от продажи продукции, товаров, работ и услуг (без НДС)	20 583	37 667	50 667	55 167	164 083	241 250	260 000	297 500
прочие входящие платежи НДС	4 117	7 533	10 133	11 033	32 817	48 250	52 000	59 500
прочие поступления вх НДС	0	0	0	0	0	0	0	0
Платежи - всего, в т.ч.:	30 605	42 209	49 721	70 325	192 860	238 112	251 509	265 381
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	18 242	26 075	32 075	32 075	108 467	128 300	128 300	128 300
Материалы, Аренда произв	4 700	14 700	19 700	19 700	58 800	78 800	78 800	78 800
Коммерческие и Управленческие	13 542	11 375	12 375	12 375	49 667	49 500	49 500	49 500
В связи с оплатой труда работников	5 400	6 000	6 300	6 300	24 000	25 200	25 200	25 200
Процентов по долговым обязательства	1 400	1 324	1 246	1 166	5 137	3 827	2 379	781
налог на прибыль организации	0	0	0	0	0	3 735	14 830	22 801
прочие налоги	0	0	0	0	0	0	0	0
страховые отчисления ФОТ	2 430	5 610	7 200	7 200	22 440	28 800	28 800	28 800
прочие платежи	3 133	3 200	2 900	2 900	12 133	11 600	11 592	11 567
прочие платежи исх НДС	0	0	0	20 683	20 683	36 650	40 408	47 933

наименование	2021				2022				2023				2024			
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв
Сальдо денежных потоков от текущих операций	-5 905	2 991	11 079	-4 125	4 040	51 388	60 491	91 619								
Денежные потоки от инвестиционных операций	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Поступления - всего, в т.ч.:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
от возврата предоставленных займов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
прочие поступления	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Платежи - всего, в т.ч.:	125	2 625	125	125	3 000	500	458	333								
в связи с приобретением, созданием ОС	0	2 500	0	0	2 500	0	0	0								
инвестиционные расходы в связи с модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию ОС	125	125	125	125	500	500	458	333								
в связи с приобретением акций других орг-ций	0	0	0	0	0	0	0	0								
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	0	0	0	0	0	0	0	0								
прочие платежи	0	0	0	0	0	0	0	0								
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	-125	-2 625	-125	-125	-3 000	-500	-458	-333								
	0	0	0	0	0	0	0	0								

наименование	2021				2021	2022	2023	2024
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв				
Денежные потоки от финансовых операций	0	0	0	0	0	0	0	0
Поступления - всего	0	0	0	0	0	0	0	0
получение кредитов и займов	0	0	0	0	0	0	0	0
денежных вкладов собственников	0	0	0	0	0	0	0	0
финансирование невозвратное	0	0	0	0	0	0	0	0
прочие поступления	0	0	0	0	0	0	0	0
Платежи - всего	3 012	3 088	3 166	3 246	12 512	13 822	15 269	15 397
на уплату дивидендов и распре прибыли участникам	0	0	0	0	0	0	0	0
возврат кредитов и займов, погашение долговых бумаг	3 012	3 088	3 166	3 246	12 512	13 822	15 269	15 397
прочие платежи	0	0	0	0	0	0	0	0
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	-3 012	-3 088	-3 166	-3 246	-12 512	-13 822	-15 269	-15 397
Сальдо денежных потоков за отчетный период	-9 042	-2 722	7 788	-7 495	-11 472	37 067	44 763	75 888
Остаток денежных средств на начало отчетного периода	11 629	1 396	16 784	21 372	18 340	6 868	43 935	88 698
Остаток денежных средств на конец отчетного периода	9 298	6 576	14 364	6 868	6 868	43 935	88 698	164 586



ИТОГОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 2020-2024 (X1000) (RUR)

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Выручка и прочие поступления	18 417	164 083	241 250	260 000	297 500
Количество реализованного товара	11	29	34	30	30
Переменные затраты	15 067	58 800	78 800	78 800	78 800
Постоянные затраты (аренда, коммерч., управл., персонал.)	35 133	73 667	74 700	74 700	74 700
Активы, модернизация, обслуживание ОС	3 667	3 000	500	458	333
Финансирование	60 000	0	0	0	0
Возврат займов	0	17 649	17 649	17 649	16 178
Налоги	6 210	22 440	32 535	43 630	51 601
ЕВИТ	-31 783	36 754	91 577	108 879	144 781
ЕВИТДА	-31 594	37 698	92 938	110 051	145 197
Дивиденды акционерам	0	0	0	0	0
Чистая прибыль	-38 183	3 095	50 027	59 319	91 202
Баланс денежных средств	18 340	6 868	43 935	88 698	164 586

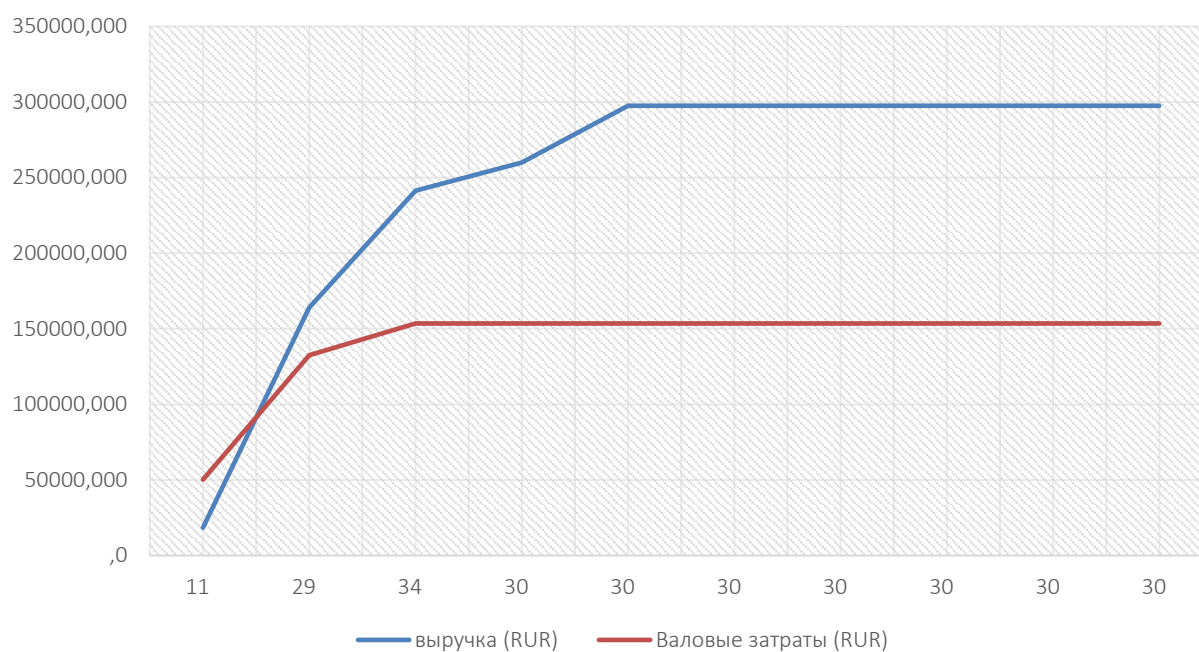
АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ 2020-2024 (X1000) (RUR)

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Рентабельность общая RO, %	-	21%	57%	69%	93%
Рентабельность продаж по чистой прибыли (ROS), %	-	2%	21%	23%	31%
Рентабельность собственного капитала, ROE %	-	-	-%	331%	118%
Рентабельность инвестиционного капитала, ROIC %	-	-%	-%	261%	150%
Коэффициент финансовой независимости	-	-	-	0,2	0,5
Коэффициент покрытия процентов				20,7	37,6

ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС 2020-2024 (X1000)(BALANCE) (RUR)

Статьи	2020	2021	2022	2023	2024
<b>АКТИВ</b>					
Денежные средства	18 340	6 868	43 935	88 698	164 586
Дебиторская задолженность	0	0	0	0	0
Материальные запасы	0	0	0	0	0
Запасы готовой продукции	0	0	0	0	0
Расходы будущих периодов	0	0	0	0	0
<b>ИТОГО Оборотные активы</b>	<b>18 340</b>	<b>6 868</b>	<b>43 935</b>	<b>88 698</b>	<b>164 586</b>
Основные средства	3 477	5 532	4 671	3 958	3 875
<b>ИТОГО Внеоборотные активы</b>	<b>3 477</b>	<b>5 532</b>	<b>4 671</b>	<b>3 958</b>	<b>3 875</b>
<b>ИТОГО АКТИВЫ</b>	<b>21 817</b>	<b>12 401</b>	<b>48 606</b>	<b>92 656</b>	<b>168 461</b>
<b>ПАССИВ</b>					
Краткосрочные обязательства	0	0	0	0	0
Краткосрочная задолженность	0	0	0	0	0
Проценты по кредитам и займам	0	0	0	0	0
Заемные средства	0	0	0	0	0
Налоги	0	0	0	0	0
<b>ИТОГО Краткосрочные обязательства</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Долгосрочные обязательства	57 000	44 488	30 666	15 397	0
<b>ИТОГО Долгосрочные обязательства</b>	<b>57 000</b>	<b>44 488</b>	<b>30 666</b>	<b>15 397</b>	<b>0</b>
<b>ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>	<b>57 000</b>	<b>44 488</b>	<b>30 666</b>	<b>15 397</b>	<b>0</b>
Собственный капитал	0	-35 183	-32 088	17 940	77 259
Добавочный капитал	3 000	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль	-38 183	3 095	50 027	59 319	91 202
Непокрытый убыток	0	0	0	0	0
<b>ИТОГО Капитал</b>	<b>-35 183</b>	<b>-32 088</b>	<b>17 940</b>	<b>77 259</b>	<b>168 461</b>
<b>ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И КАПИТАЛ</b>	<b>21 817</b>	<b>12 401</b>	<b>48 606</b>	<b>92 656</b>	<b>168 461</b>

## АНАЛИЗ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ (RUR)



Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
выручка (RUR)	18 417	164 083	241 250	260 000	297 500
постоянные затраты (RUR)	35 133	73 667	74 700	74 700	74 700
переменные затраты (RUR)	15 067	58 800	78 800	78 800	78 800
Валовые затраты (RUR)	50 200	132 467	153 500	153 500	153 500
Усреднённая цена за единицу товара	1 674,24	5 658,05	7 095,59	8 666,67	9 916,67
Средние переменные издержки	1 369,70	2 027,59	2 317,65	2 626,67	2 626,67
Точка безубыточности (RUR)	193 146	114 809	110 935	107 185	101 615

ТЕРМИНЫ

**Платформа** – рабочее название интернет-информационной среды для агрегирования, осуществления поиска, подбора и резервирования времени получения медицинских услуг.

**Автор** – физическое или юридическое лицо, заинтересованное в финансировании проекта.

**Партнёр** – юридическое лицо, организация, предоставляющая услуги медицинского или профилактического характера.

**Заказчик** – физическое лицо, заинтересованное в получении услуг медицинского характера.

**Дорожная карта (для заказчика Visit card)** – уникальное конкурентное преимущество.

**Администратор** – инструмент платформы, интегрированный функционал, включающий программные решения и реальных исполнителей, обеспечивающих сопровождение сделки оказания услуги.

**Рейтинг** – интегрированная оценка партнёра.