

2015

Бизнес-план торговли зубными имплантатами на территории РФ



<b>1. Резюме бизнес-плана торговли имплантами</b>	<b>3</b>
<b>2. Предпосылки и история Компании</b>	<b>3</b>
<b>3. Анализ рынка и концепция маркетинга</b>	<b>4</b>
3.1. Анализ рынка	4
3.2. Концепция маркетинга	6
3.3. Цели и прогноз продаж	7
3.4. Ценообразование	7
3.5. Организационный план	7
3.6. Реклама и продвижение	8
<b>4. Финансовый план</b>	<b>9</b>
4.1. Допущения	9
4.2. Инвестиционные расходы	9
4.3. Косвенные расходы	9
4.4. Расходы на персонал	9
4.5. Бюджет рекламы и продвижения	9
4.6. Потребность в инвестициях	9
<b>5. Риски проекта</b>	<b>10</b>
5.1. Организационный и управленческий риск	10
5.2. Финансовые риски	10

## **1. Резюме бизнес-плана торговли имплантами**

В настоящем бизнес-плане торговли имплантами представлен проект развития на территории Российской Федерации дистрибуции стоматологических имплантов и абатментов бренда ХХХ силами группы компаний, осуществляющих поставки современного медицинского оборудования и расходных материалов на рынок Российской Федерации (далее Компания).

В результате проведённого анализа рынка и возможностей Компании был сформирован план продаж, и, как следствие, план закупок, приведенный на следующей диаграмме.

.....

### ***Диаграмма 1. Планируемый объем закупок***

Для реализации бизнес-плана торговли имплантами Компания просит производителя продукции ХХХ предоставить следующие условия дистрибуции:

1. ....

Обоснование необходимости этих условий для успешной дистрибуции приведено в настоящем бизнес-плане торговли имплантами.

## **2. Предпосылки и история Компании**

В данном разделе представлена информация об инициаторе проекта. Группа компаний состоит из четырех юридических лиц:

2. ....

В своей работе на рынке Компания опирается на поддержку профессионалов медицинского рынка. Нашими партнёрами являются руководители городских комитетов здравоохранения, главные врачи, руководители отделений и специалисты крупных медицинских учреждений. Среди друзей Компании:

• .....

Нам доверяют ведущие бренды рынка медицинского оборудования.

.....

### ***Диаграмма 2. Бренды, которые нам доверяют***

Поддержка заказчиков и поставщиков позволила Компании наращивать объёмы продаж быстрыми темпами.

.....

### ***Диаграмма 3. Объемы поставок***

Сотрудники Компании являются постоянными участниками всех значительных событий отрасли. Только в последние годы мы внесли свой вклад в работу следующих форумов.

.....

**Диаграмма 4. Международные форумы, в которых участвует Компания**

Особую роль в развитии Компании играет один из её владельцев, .....

Среди наших перспективных планов – .....

Мы хотели бы также приложить усилия для вывода на российский рынок продукции ХХХ и наши цели в этом направлении весьма амбициозны.

.....

**Диаграмма 5. Планы Компании на перспективу до \*\*\*\* г.**

Для реализации этого проекта Компания готова использовать всю свою существующую структуру.

**3. Анализ рынка и концепция маркетинга**

**3.1. Анализ рынка**

В течение последних лет наблюдается бурное развитие рынка зубных имплантов во всем мире. Наглядно это демонстрирует следующая диаграмма.<sup>1</sup>

.....

**Диаграмма 6. Динамика рынка зубных имплантов по регионам мира**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

**В \*\*\*\* г. общий объем рынка зубных имплантов по рассмотренным регионам превысил аналогичный показатель \*\*\*\* г. в \*,\* раза. Средний темп прироста рынка составил \*% в год.**

.....

**Диаграмма 7. Структура европейского рынка зубных имплантов по странам**

Как видно из представленной выше диаграммы,<sup>2</sup> .....

На основании данных об объеме европейского рынка и доли РФ можно оценить объем рынка имплантов РФ. Результаты расчета приведены на следующей диаграмме.

.....

**Диаграмма 8. Динамика российского рынка зубных имплантов**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

---

<sup>1</sup> .....: ..... .....

<sup>2</sup> .....: ..... .....

По экспертным оценкам,<sup>3</sup> доля импорта на рынке имплантов РФ составляет \*\*-%.

На следующей диаграмме приведены данные по объему импорта по ТНВЭД \*\*\*\*\*,<sup>4</sup> в рамках которого учитываются внешнеторговые операции с зубными имплантами и абатментами.

.....

**Диаграмма 9. Динамика объема импорта по ТНВЭД \*\*\*\*\***

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Важным показателем при оценке рынка является также уровень проникновения имплантов на рынок страны, выражающийся в количестве потребленной продукции (имплантов) на душу населения. Данные по этому показателю приведены на следующей диаграмме.<sup>5</sup>

.....

**Диаграмма 10. Проникновение зубных имплантов на рынки по странам**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Фактор	Проявление	Значение для проекта
.....	. ****_**** ..... ..... * , * ..... *% . ....	.....
.....	..... **-%	.....
.....	..... ****_**** ..... ..... **%, ..... **%	.....
.....	..... ** ..... ** ..... .....	.....
.....	..... **** ..... ..... ** ..... ** .....	.....
.....	.....	.....

3 .....: ..... «.....»

4 .....: .....

5 .....: .....

Фактор	Проявление	Значение для проекта
....., .....	..... ....., .....	..... ..... .....
.....		.....

**Таблица 1. Комплексный анализ рыночных факторов**

Как видно из приведенного выше комплексного анализа, .....

На основании приведенных выше данных составлен прогноз перспективных объемов российского рынка зубных протезов. Для целей расчета принято допущение, что темпы роста рынка на перспективу до \*\*\*\* г. будут соответствовать средним темпам периода \*\*\*\*-\*\*\*\* гг., составляющим \*%.

.....

**Диаграмма 11. Оценка перспективных объемов российского рынка зубных имплантов**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....<sup>6</sup>

**3.2. Концепция маркетинга**

Основной инструмент продвижения на рынке зубных имплантов и абатментов – .....

Накопив опыт и заручившись рекомендациями ведущих специалистов и авторитетных организаторов здравоохранения, Компания будет нанимать персонал для продвижения в регионы. Работы в регионах Российской Федерации будет организована в \*-х формах:

- .....

Решение о форме продвижения будет приниматься индивидуально по каждому региону в зависимости от конкурентной обстановки.

<sup>6</sup> См. 3.3 Цели и прогноз продаж

### 3.3. Цели и прогноз продаж

Как уже было указано ранее, Компания планирует занять \*\*% российского рынка в \*\*\*\* г.

Учитывая наш прогноз развития рынка, мы планируем следующий объём продаж в случае предоставления Компании эксклюзивных прав на территории РФ.

Показатели	****	****	****	****	****
Объём закупок продукции ХХХ, млн. Евро	*	*,*	*,*	*,*	*,*
<b>Объём продаж продукции ХХХ в ценах реализации, млн. Евро</b>	*	*,*	*	**	**
Объём российского рынка, млн. Евро	***	***	***	***	***
<i>Доля продукции ХХХ на российском рынке, %</i>	*%	*%	*%	*%	**%

**Таблица 2. Планируемый объём продаж**

### 3.4. Ценообразование

Учитывая конкурентный характер рынка, Компания будет формировать цены на свои услуги на основе мониторинга цен конкурентов.

Планируемая средняя торговая наценка на реализуемые импланты и абатменты составляет \*\*\*%.

Планируемый уровень цен:

- Импланты – \*\*\*\_\*\*\* Евро за \* ед.
- Абатменты – \*\* Евро за \* ед.

Необходимо отметить, что для успешной реализации товара на складе необходимо иметь достаточный запас всего ассортимента продукции,<sup>7</sup> также необходимо учитывать, что спрос на реализуемую продукцию неравномерен.

**В связи с вышесказанным, .....**

### 3.5. Организационный план

В случае заключения дистрибьюторского контракта между производителем продукции ХХХ и Компанией, будут предприняты следующие организационные шаги:

1. .... \*\_-. .... ..  
 .. .....  
 .. .....
2. .... ..

<sup>7</sup> Импланты, абатменты, наборы инструментов для работы с имплантами и абатментами.

3. ....  
..... \* ..... \*\*\_\*\* .....
4. ...., .....
5. .... \*\*\*\* .....
6. ...., .....
7. ....
8. ....

### 3.6. Реклама и продвижение

Компания планирует следующие мероприятия по продвижению продукции ХХХ на российском рынке:

1. ....  
.....  
.....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....  
.....  
.....



#### **4. Финансовый план**

##### **4.1. Допущения**

Экономика проекта дистрибуции рассчитана с использованием следующих допущений:

1. ....

##### **4.2. Инвестиционные расходы**

.....

###### **Таблица 3. Инвестиционные расходы**

.....

##### **4.3. Косвенные расходы**

.....

###### **Таблица 4. Косвенные расходы**

##### **4.4. Расходы на персонал**

.....

###### **Таблица 5. Расходы на персонал, тыс. Евро**

##### **4.5. Бюджет рекламы и продвижения**

.....

###### **Таблица 6. Бюджет рекламы и продвижения**

##### **4.6. Потребность в инвестициях**

.....

###### **Таблица 7. EBITDA, Евро**

Как видно из приведенной выше таблицы, .....

.....

В результате моделирования было установлено, что проект имеет высокую устойчивость к рискам невыполнения плана продаж, снижения рыночной цены и другим негативным обстоятельствам.

## **5. Риски проекта**

### **5.1. Организационный и управленческий риск**

Основным организационно-управленческим риском является срыв плана продаж.

Для минимизации данного риска в области рекламы планируется:

- .....

Для минимизации данного риска в продажах планируется:

- .....

### **5.2. Финансовые риски**

Финансовый риск связан, прежде всего, с возможностью несвоевременной оплаты со стороны покупателей. С целью минимизации данного риска следует:

- При работе с отсрочкой платежа:
  - .....
- Осуществлять планирование и контроль бюджетов предприятия.