**БИЗНЕС-ПЛАН**

**САМОЗАНЯТОЙ**

**ТКАЧЕНКО АЛИНЫ СЕРГЕЕВНЫ**

**по проекту**

***«РАЗВИТИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОГО КАБИНЕТА »***

**Автор проекта**:

Ткаченко Алина Сергеевна

**Организационно-правовая форма:**самозанятость (ИНН 236903657402)

**Стоимость проекта**: 548 000 рублей.

**г. Ростов-на-Дону**

**2023 г.**

1. **Общая информация о заявителе и проекте**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ф.И.О. заявителя** | Ткаченко Алина Сергеевна |
| **Дата рождения** | 15.02.1999 г. |
| **Адрес регистрации по месту жительства** | 344022, Ростовская обл., г. Ростов-на- Дону, ул. Седова, д. 45, кв. 25 |
| **Фактический адрес проживания** | 344022, Ростовская обл., г. Ростов-на- Дону, ул. Седова, д. 45, кв. 25 |
| **Контактный номер телефона** | +7 918 572-00-81 |
| **Адрес электронной почты** | [alinaafanaseva2k17@gmail.com](mailto:alinaafanaseva2k17@gmail.com) |
| **ИНН** | 236903657402 |
| **Образование** | Полное среднее образование 2006-2017 г.  Незаконченное высшее образование, РостГМУ, специальность - «Педиатрия», 2017-2025 г. |
| **Основной вид деятельности** | Косметологические услуги |
| **Дополнительный(е) вид(ы) деятельности** | - |
| **Плановая дата регистрации в качестве субъекта малого**  **предпринимательства (заполняется, если на дату подачи заявления**  **гражданин не является индивидуальным предпринимателем либо налогоплательщиком налога**  **на профессиональный доход (далее – самозанятый)** | -  Фактическая дата регистрации в качестве самозанятой - 13.09.2023 г. |
| **Режим(ы) налогообложения** | Налог на профессиональный доход. (НПД 4, 6 %) |
| **Общая стоимость проекта (тысяч рублей)** | 548 000 рублей |
| **Объем средств социального контракта (тысяч рублей)** | 380 000 рублей |
| **Объем собственных вложений в проект (тысяч рублей) (прошлых) (заполняется, если на дату подачи заявления гражданин является**  **индивидуальным предпринимателем)** | 50 000 рублей |
| **Объем собственных вложений**  **в проект (тысяч рублей) (будущих)** | 118 000 рублей |
| **Опыт работы, связанный с проектом** | Отсутствует |
| **Наличие постоянного**  **или дополнительного места работы, отличного от предпринимательской деятельности (организация, должность)** | Отсутствует |

1. **Описание предприятия и отрасли**

**2.1. Каковы причины начала Вами предпринимательской деятельности. Почему Вы выбрали именно данное направление деятельности?**

|  |
| --- |
| Первой и основной причиной запуска проекта «Развитие деятельности косметологического кабинета» является большое желание вести деятельность в данном направлении и совершенствовать свои профессиональные навыки.  Мне очень интересно изучать, развиваться и оказывать услуги в сфере косметологии, поэтому я решила начать заниматься данной деятельностью на профессиональном уровне. На это есть ряд причин. Во-первых, в данный момент я обучаюсь по программе высшего медицинского образования, это дает мне возможность расширения дальнейшей практики косметолога.  Второй причиной, по которой данный проект является интересным для меня, как для предпринимателя, это актуальность проекта и постоянно имеющийся спрос на данные виды услуг.    В последнее время современные женщины и мужчины огромное количество времени уделяют своему здоровью и внешнему виду, посещая различные косметологические кабинеты и кабинеты красоты, в частности и кабинеты аппаратной косметологии.    В настоящее время открытие кабинета косметологии является выгодным вложением собственных средств. На это есть ряд причин. Комплекс оздоровительных методов помогает поддерживать лицо в прекрасном состоянии, корректировать недостатки, укрепить здоровье, а также получить заряд бодрости. По оценкам экспертов более 40% салонов красоты предоставляют услуги косметологии в различных его проявлениях, уже не говоря о количестве spa-центров и кабинетов.  По результатам опросов выяснилось, что чаще всего такими услугами пользуются девушки и женщины в возрасте 18-55 лет. Возрастной диапазон достаточно широкий. Именно поэтому бизнес в данной сфере считается наиболее выгодным. Главное в этой области – высокое качество предоставляемых услуг.  В - третьих, большинство людей сталкиваются с различными проблемами на коже лица, желанием подкорректировать некоторые недостатки (неровный тон кожи, рубцы и др.). В результате, это приводит к росту спроса на услуги косметолога. Для успешного начала деятельности мне требуются материалы и оборудование, которые я планирую приобрести на средства, полученные при заключении Социального контракта. Получение дохода по данной деятельности позволит мне выйти из тяжелого материального положения  **Основные факторы успеха массажного кабинета:**  - квалификация мастера;  - большой ассортимент предоставляемых услуг (я постоянно учусь новому);  - возможность предоставить услуги разного ценового сегмента, соответственно возможность сделать на многие процедуры весомую наценку;  - предложение качественной услуги своим клиентам (постоянное обучение);  - наличие эффективных методов рекламы и продвижения собственных услуг;  - возможность регулирования цен, акции под каждого клиента, без дополнительной нагрузки на клиента (индивидуальная работа, без салонной наценки).  Сейчас очень удобное время для того, чтобы заняться данным видом деятельности, поскольку рынок еще не сформировался окончательно. Конкуренция хоть и достаточно велика, но образована она из-за избытка мастеров, не проходивших специального обучения, так называемых «самоучек». Исходя из этого можно предположить, что в премиальном сегменте умелый мастер будет востребован и займет свою нишу на рынке.  **Финансирование открытия проекта** планируется осуществить за счет средств государственной финансовой поддержки на основании социального контракта.  Кроме того, данный вид деятельности имеет свои определенные преимущества:  - постоянная востребованность данного вида услуг;  - относительно небольшие финансовые вложения при запуске проекта (350 000 – 400 000 рублей);  - относительно быстрая окупаемость;  - возможность быстрого старта сразу после покупки оборудования и инструментов;  - стабильный высокий спрос;  - конкурентные цены;  - высокое качество предоставляемых услуг, а также большая база знаний в данном сегменте. |

**2.2. Опишите, чем Вы занимаетесь (будете заниматься) как индивидуальный предприниматель/самозанятый:**

|  |
| --- |
| **Суть проекта** заключается в организации и развитии деятельности кабинета косметологии в г. Ростове-на-Дону, укомплектование его необходимым профессиональным оборудованием и качественной косметикой, чтобы предоставить жителям города высококачественные услуги по уходу за кожей лица. Основными услугами кабинета будет:  - чистка лица;  - пилинг;  - маска;  - Безинъекционная мезотерапия;  - Массаж лица;  - Консультация по подбору ухода.  Деятельность планируется вести в статусе самозанятой (осуществлена регистрация).  **Задачи проекта:**   * приобрести необходимое профессиональное оборудование и расходные материалы; * найти помещения для ведения деятельности, установить оборудование, подготовить рабочее место; * провести рекламную кампанию; * начать ведение деятельности по оказанию услуг косметолога - эстетиста. |

**2.3. Сколько средств Вы уже вложили в реализацию проекта? Каков источник финансирования (собственные средства, заем, кредит)?**

|  |
| --- |
| В данный момент времени я занимаюсь оказанием косметологических услуг на оборудовании, взятом в аренду. Сейчас финансирование ведется из личного бюджета. Ремонт ходовой части автомобилей  На сегодняшний день по причине наличия трудной финансовой ситуации (статус малоимущей) не представляется возможным развитие проекта, а именно закупка профессионального оборудования, качественных расходных материалов, заниматься продвижением услуг.  Из-за высоких текущих расходов сложно вести деятельность на профессиональном уровне, поэтому мне требуется субсидия для осуществления деятельности и профессионального роста в данной сфере |

**2.4. Опишите специфику ведения Вашего вида деятельности (сезонность, время работы и другие особенности, связанные со сферой бизнеса или используемыми ресурсами).**

|  |
| --- |
| Косметологические услуги не пользуются сезонным спросом. Единственное, что нужно помнить, что в предпраздничный период количество клиентов становится больше, чем обычно, ведь женщины хотят выглядеть красиво в праздничные дни особенно.  Работы будут проводиться по следующему графику:  - Понедельник – выходной;  - Вторник 10:00 – 21:00;  - Среда 10:00 – 21:00;  - Четверг 10:00 – 21:00;  - Пятница 10:00 – 21:00;  - Суббота 10:00 – 21:00;  - Воскресенье 10:00 – 21:00.  Режим работы в силу специфики деятельности не ограничивается нормированным рабочим днём. Деятельность может осуществляться и в вечернее время и в праздничные дни, особенно, когда в наличии записи большого количества клиентов.  Обычно рабочий день косметолога начинается с утра и заканчивается вечером, иногда с перерывом на обед. Начало рабочего дня и его конец могут быть кардинально разными , так как большая часть косметологов работает по предварительной записи клиентов, что позволяет оптимизировать рабочее время по своему желанию.  При использовании ресурсов стоит учесть, что косметолог работает с разными химическими средствами, которые могут вызывать аллергические реакции или раздражение кожи. Важно соблюдать технику безопасности и использовать средства индивидуальной защиты. |

**2.5. В какой отрасли Ваш бизнес? Каково текущее состояние этой отрасли? Насколько она крупная? Кто самые крупные участники в отрасли? Каково их участие и доля на рынке?**

|  |
| --- |
| Деятельность косметолога-эстетиста относится к бьюти-индустрии.  Российский рынок услуг красоты входит в число наиболее динамично развивающихся сфер малого бизнеса. По итогам прошедшего года, услуги в сфере красоты показали значительный прирост, став лидером по темпам роста среди всех рыночных сегментов.  Согласно исследованию рынка косметических и парикмахерских услуг, проведенному в России, можно сделать вывод о том, что данный рынок демонстрирует высокие темпы развития, а его объем увеличился практически вдвое за последние 10 лет. Это утверждение наглядно иллюстрируется на Рис. 1.    *Рис. 1. Динамика объема рынка парикмахерских и косметических услуг в России, 2014-2024гг., млрд. руб., %. На основе данных «Роистат» и расчётов аналитического агенства «Нео Аналитикс».*  В результате серьезного спада, вызванного пандемией в 2020 году, индустрия красоты активно восстанавливается и демонстрирует значительный рост.  Аналитики Авито Услуг совместно с агентством Data Insight отметили, что количество заявок на услуги в сфере красоты в России возросло в два раза по сравнению с предыдущим годом и достигло 690 млн. Это указывает на растущий спрос на услуги, связанные с уходом за внешностью среди россиян.  Кроме того, число специалистов и малых предприятий в данной области увеличилось на 35% в течение года, подтверждая активный рост сегмента. Каждый десятый представитель микробизнеса занимается работой в сфере красоты.  Число заявок на услуги красоты среди россиян возросло вдвое по сравнению с прошлым годом и достигло 690 млн (по сравнению с 335 млн в марте 2021 г.). Сегмент услуг в области красоты составил 27% от всего объема рынка, то есть каждый четвертый запрос был связан с данной индустрией.  В России зарегистрировано около 90 тысяч представителей микробизнеса, занимающихся оказанием услуг в сфере красоты, что составляет около 10% от общего числа предпринимателей.  В результате серьезного спада, вызванного пандемией в 2020 году, индустрия красоты активно восстанавливается и демонстрирует значительный рост.  Аналитики Авито Услуг совместно с агентством Data Insight отметили, что количество заявок на услуги в сфере красоты в России возросло в два раза по сравнению с предыдущим годом и достигло 690 млн. Это указывает на растущий спрос на услуги, связанные с уходом за внешностью среди россиян.  Кроме того, число специалистов и малых предприятий в данной области увеличилось на 35% в течение года, подтверждая активный рост сегмента. Каждый десятый представитель микробизнеса занимается работой в сфере красоты.  Число заявок на услуги красоты среди россиян возросло вдвое по сравнению с прошлым годом и достигло 690 млн (по сравнению с 335 млн в марте 2021 г.). Сегмент услуг в области красоты составил 27% от всего объема рынка, то есть каждый четвертый запрос был связан с данной индустрией.  В России зарегистрировано около 90 тысяч представителей микробизнеса, занимающихся оказанием услуг в сфере красоты, что составляет около 10% от общего числа предпринимателей.  Бьюти индустрия в России переживает невероятный рост и пользуется огромным спросом среди клиентов, которые стремятся выглядеть и чувствовать себя лучше. Среди популярных услуг на рынке бьюти индустрии в России можно выделить инъекционные процедуры, процедуры эстетической косметологии, аппаратную косметологию.  Эстетическая косметология является растущей индустрией, которая предлагает широкий спектр процедур и методов для улучшения внешнего вида. Отрасль включает в себя косметологические процедуры, пластическую хирургию, лазерную терапию и многое другое.  В настоящее время в отрасли работают тысячи специалистов, которые предоставляют свои услуги миллионам людей по всему миру. Наиболее крупными участниками отрасли являются компании, производящие оборудование и препараты для эстетической медицины, а также медицинские центры и клиники, специализирующиеся на эстетической медицине.  Помимо инъекционных процедур, востребованы и процедуры эстетической косметологии. Одной из популярных процедур является химический пилинг, который помогает улучшить текстуру и тон кожи, а также устранить пигментацию и морщины. Другой популярной процедурой является лазерное омоложение, которое способствует стимуляции процессов регенерации кожи и улучшает ее состояние. Так же к косметологу-эстетисту обращаются за нетравматической чисткой лица, уходом, в том числе безинъекционной мезотерапией.  В процессе анализа отрасли были найдены одни из самых крупных компаний отрасли в качестве примера:   * DESSANGE - это премиальный бренд салонов красоты с широким спектром услуг и товаров высочайшего качества. Основанный в 1954 году, на сегодняшний день бренд насчитывает более 330 салонов в 36 странах. В России успешно работают 13 салонов, открытых по франшизе. * Сеть клиник “Подружки” - это крупнейшая сеть студий лазерной эпиляции и косметологии в России и СНГ. Она включает в себя более 120 филиалов в 96 городах двух стран. Недавно был открыт новый филиал в Дубае. Клиники “Подружки” предлагают широкий спектр услуг по уходу за телом и лицом, включая лазерную эпиляцию различных зон, процедуры по омоложению кожи, а также консультации специалистов по вопросам здоровья и красоты. * “Skinerica” - это сеть косметологических центров, работающих в России с 2010 года. Они предлагают профессиональные услуги по уходу за кожей лица и тела, и в настоящее время имеют шесть центров в городах Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Новосибирск и Москва. * “ЛИНЛАЙН” - это крупнейшая сеть клиник лазерной косметологии в России, которая работает уже более 20 лет. Первая клиника была открыта еще в 1999 году, и с тех пор компания стала одной из самых технологически продвинутых в мире. В сети клиник используется самый большой парк лазерной техники - 216 аппаратов, и проводится огромное количество лазерных процедур - около 1000 в день.   По данным опроса представителей бьюти-индустрии в Ростовской области, спрос на услуги увеличился на 30% в течение 2023 года. Согласно информации от руководителя направления “Красота и здоровье” на интернет- портале “Авито Услуги”, спрос на эти услуги в Ростове-на-Дону возрос на 93%.  Для сбора информации использовались источники:   * https://[www.kommersant.ru/](http://www.kommersant.ru/) * https://partnerkin.com/ * [https://rbc.ru/](https://kavkaz.rbc.ru/kavkaz/07/03/2023/6406ed3e9a7947c104071c02) |

**2.6. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| Планируется пройти профессиональный курс «Косметолог-эстетист» в Учебном центре косметологии «EsteLife Academy», Лицензия № Л035-01218- 23/00345820 . Для прохождения данного курса прошу дополнительно выделить мне 30 000 рублей на прохождение обучения. Полная стоимость обучения по данной программе курса составляет 40 000 рублей. Недостающие средства будут выделены из собственных сбережений. |

**3. Описание товара (работы, услуги)**

**3.1. Опишите товар (работу, услугу), который Вы предлагаете:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование товара (работы, услуги)** | **Назначение и область применения** | **Краткое описание**  **и основные характеристики** |
| **Чистка лица** | Косметическая процедура, предназначенная для удаления омертвевших клеток, избыточного кожного жира и загрязнений с поверхности кожи | Чистка лица заключается в механическом удалении загрязнений и отмерших клеток с помощью специальных инструментов и косметических средств. Эта процедура улучшает кровообращение, стимулирует обновление клеток и придает коже свежий и здоровый вид. Основные характеристики чистки лица включают длительность процедуры (обычно около 1-2 часов), количество сеансов (обычно достаточно одной процедуры в месяц), а также возможные противопоказания (например, наличие воспалений или повреждений кожи). |
| **Пилинг** | Косметическая процедура, которая используется для удаления верхнего слоя кожи, что позволяет улучшить ее текстуру, тон и общее состояние | Пилинг может быть выполнен различными способами, включая химический пилинг с использованием кислот, механический пилинг с использованием абразивных частиц и энзимный пилинг с использованием ферментов. Основные характеристики пилинга включают время проведения процедуры (обычно от 15 минут до 1 часа), частоту проведения (обычно 1-2 раза в неделю) и возможные противопоказания, такие как наличие открытых ран или воспалений на коже. |
| **Маска** | Косметическое средство, которое наносится на кожу для увлажнения, питания, лечения или омоложения. | Маски могут быть сделаны из различных ингредиентов, таких как глина, водоросли, масла и экстракты растений. Основные характеристики масок включают время нанесения (обычно от 10 до 30 минут), частоту использования (обычно 2-3 раза в неделю) и тип кожи, для которого они предназначены. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Безинъекционная мезотерапия** | Косметологическая  процедура, обеспечивающая доступ препаратов в глубокие слои кожи с помощью ультразвука. Процедура  позволяет исправить различные проблемы кожи, замедлить и профилактировать возрастные изменения, уменьшить отечность. | Препараты для мезотерапии содержат различные активные вещества, препарат подбирается по проблеме и запросу клиента. Процедура состоит из подготовки кожи, нанесении мезококтейля или биоревитализанта и контактного геля и далее проводится воздействие ультразвуком на кожу с помощью аппарата фонофореза. Этот метод предпочтительнее перед инъекционной мезотерапией в виду меньшей травматизации. |
| **Массаж лица** | Косметологическая  процедура, которая позволяет улучшить состояние кожи лица, разгладить мелкие морщины, улучшить кровообращение и лимфоотток. | В ходе процедуры используются различные косметические масла и кремы, оказывающие ухаживающий эффект, процедура улучшает цвет лица,тонус и цвет кожи. |
| **Консультация по подбору ухода** | Консультативный прием клиента в ходе которого обсуждается его тип кожи и активные компоненты косметики, которые ему необходимы для улучшения внешнего вида и оздоровления. | Сейчас огромное количество качественной уходовой косметики, содержащей различные активные компоненты, в которых сложно разобраться без профильного образования и составить грамотную и эффективную схему ухода. |

**3.2. Опишите конкурентоспособность товара (работы, услуги):**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование товара (работы, услуги)** | **По каким параметрам превосходит конкурентов** | **По каким параметрам уступает конкурентам** |
| **Чистка лица** | * стоимость * клиентоориентированность * наличие медицинского образования * стерильность процедур | - Конкуренция в данном виде бизнеса высокая, мастеров много. Но действительно профессионалов мало. Необходимо постоянно обучаться, если есть цель расти как мастер, работать с приемлемыми ценами и увеличивать доходность бизнеса.  - Отсутствие большого количества клиентов;  - Отсутствие сформированной базы постоянных клиентов;  - Отсутствие большого бюджета на продвижение услуг. |
| **Пилинг** | * стоимость * клиентоориентированность * наличие медицинского образования * стерильность процедур |
| **Маска** | * стоимость * клиентоориентированность * наличие медицинского образования * стерильность процедур |
| **Безинъекционная мезотерапия** | * стоимость * клиентоориентированность * качество препаратов * наличие медицинского образования * стерильность процедур |
| **Массаж лица** | * стоимость * клиентоориентированность * качество препаратов * наличие медицинского образования * стерильность процедур |
| **Консультация по подбору ухода** | * стоимость * клиентоориентированность * наличие медицинского образования |
| **Уходовые процедуры по типу кожи** | * стоимость * качество препаратов * клиентоориентированность |

**3.3. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| - |

# **4. Анализ рынка**

**4.1. Опишите своих потенциальных клиентов – граждан, юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей. Если какие-либо характеристики не указаны, укажите. Если какие-либо характеристики не имеют значения, укажите.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Граждане, юридические лица и (или) индивидуальные предприниматели**  **Основной контингент кабинета** – **женщины в возрасте от 18 до 35 лет**, имеющие доход от 50 000 рублей. Они активны, занимаются спортом, следят за своей внешностью, телом, весом, качеством кожи, склонны пробовать новое и не ограничены в средствах. Такие женщины готовы затратить на процедуру порядка 2 000 – 5 000 рублей за одно посещение. **Женщины в возрасте от 45 лет** реже пользуются услугами, они не склонны экспериментировать и не готовы тратить значительные суммы.  Порядка 5% посетителей – **мужчины**. Реже за такими услугами обращаются состоятельные представители сильного пола, следящие за своей внешностью.  **Ядро целевой аудитории** — работающая девушка в возрасте 18 - 35 лет. Эту группу покупателей можно считать основной по части генерации выручки кабинета красоты: они следят за собой, с возрастом уход становиться все сложнее и нужнее. | | |
| **№**  **п/п** | **Характеристика** | **Значение** |
| 1. | Вид деятельности  (род занятия) | - Люди, заботящиеся о своей красоте и желающие поддерживать упругость и здоровье кожи.  - Женщины возрастом 25-40 лет, которые стремятся сохранить молодость и красоту кожи.  - Люди с чувствительной кожей, нуждающиеся в специальном и деликатном уходе.  - Люди, страдающие от тусклой и уставшей кожи, которым нужен антивозрастной уход.  - Люди, испытывающие стрессовое воздействие на кожу, ищущие продукты и процедуры для снятия напряжения и релаксации.  - Люди, желающие улучшить текстуру и структуру кожи, ищущие процедуры и продукты для стимуляции коллагена и эластина.  - Люди с проблемами потери объема и упругости кожи, ищущие средства и процедуры для восстановления ее эластичности.  - Люди, желающие улучшить контур и форму лица, ищущие услуги и продукты для моделирования и подтяжки кожи.  - Люди, испытывающие проблемы сухости и обезвоживания кожи, ищущие увлажняющие и питательные средства для восстановления уровня влаги.  - Люди, стремящиеся к сохранению молодости и предотвращению признаков старения, ищущие антивозрастные продукты и процедуры для поддержания молодой кожи.  - Люди, испытывающие проблемы с тусклой и уставшей кожей, ищущие средства для оживления и придания сияния коже.  - Люди, испытывающие проблемы с потерей упругости и эластичности кожи, ищущие средства и процедуры для подтяжки и укрепления кожи.  - Люди, желающие осветлить и выровнять тон кожи, справиться с пигментацией и получить более равномерный и светлый цвет кожи. |
| 2. | Место нахождения (место жительства) | Ростовская область, город Ростов-на-Дону |
| 3. | Среднемесячный доход | 50 000 р. в месяц и более |
| 4. | Пол | Не имеет значения |
| 5. | Возраст | От 18 до 50 лет |
| 6. | Регулярно посещают | Работу, кафе, рестораны, места отдыха (парки, скверы и т.п.) |
| 7. | Интересы | Салоны красоты, медицинские учреждения, предприятия бьюти-сферы. |

**4.2. Опишите своих основных конкурентов:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование и место**  **нахождения** | **Описание товара (работы, услуги)** | **Недостатки** | **Преимущества** |
| 1. | «Diana (Авито)»  г. Ростов-на-Донуул.  Серафимовича  , 60 | - Инъекционные процедуры | * реальная стоимость услуг отличается от указанных; * некачественные консультации клиентов; * мало информации в интернете | - узкая специализация |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2. | «Полина»(Авито) | - Инъекционные процедуры | * реальная стоимость услуг отличается от указанных; * мало информации в интернете; | - заявленный стаж 15 лет |
| 3. | «Filara clinic» | * Инъекционные процедуры * Физиотерапия | - высокая стоимость;  - местоположение. | - широкий спектр услуг |
| 4. | «Салон красоты Merci» | * Косметология * Массаж * Коррекция фигуры * СПА * Эпиляция * Брови и ресницы * Пирсинг | * реальная стоимость услуг отличается от указанных; * высокая стоимость | * большое   количество услуг и мастеров;   * качественный маркетинг |

**4.3. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| После проведенного анализа конкурентов было выявлено, что большая часть конкурентов завышают цены на услуги, а так же не указывают реальную стоимость услуги для клиентов из-за сложного и не понятного ценообразования для конечного потребителя. По данному проекту планируется выставлять более низкую итоговую стоимость услуг клиентам за счёт полностью самостоятельного ведения деятельности, отсутствия наёмных сотрудников, отсутствия аренды больших помещений и более низкие налоговые ставки в сравнении с салонами красоты. Так же планируется показывать актуальный и реалистичный прайс на услуги, запускать качественные маркетинговые кампании, не вводящие потребителей в заблуждение, держать высокий уровень клиентоориентированности, чтобы добиться достаточного уровня конкурентоспособности.  Был проведён анализ конкурентов на услуги косметолога в городе Ростов-на-Дону при помощи сервисов «Яндекс Услуги» и «Авито». На портале «Яндекс Услуги» конкуренция присутствует, найдено около 100 профилей косметологов и центров косметологии, но большая часть профилей исполнителей и компаний не заполнены должным образом.  На самой популярной в России доске объявлений «Авито» размещено 798 объявлений по запросу «косметолог», 240 объявлений по запросу увеличение губ, 233 объявления по запросу «мезотерапия», 303 объявления по запросу«чистка лица». Почти все объявления по выше перечисленными запросам дублируются в запросах, а так же размещено по несколько объявлений от одних и тех же пользователей. Большая часть объявлений не имеет продвижения, а так же почти не имеет описаний услуг и качественных фотографий и инфографики, а так же у большинства профилей отсутствуют отзывы. Существенная маркетинговая конкуренция на сервисе «Авито» - единичная и не представляет значимой угрозы ведению деятельности по данному проекту, так как планируется сделать сильный упор на качественное маркетинговое продвижение.  Был произведён обзвон конкурентов и анализ объявлений, после чего были сделаны следующие выводы:   * Плохая клиентоориентированность — многие из исполнителей грубо общаются и очень не охотно консультируют в режиме телефонного разговора. * Несоответствие цен — большая часть исполнителей указывают в объявлениях стоимость, не соответствующую действительности, так как либо специально занижают её, что бы выделиться, либо не следят за актуальностью размещаемой информации.   Были проанализированы отзывы в интернете о специалистах косметологии для выявления недостатков и их устранения для данного проекта с целью оказывать качественные услуги и избежать негативных отзывов:   * Плохая консультация клиентов во время и после процедур из-за чего, например - клиенты ожидают эффекта от процедур раньше положенного срока, так как мастер плохо сориентировал по срокам достижения требуемого результата. * У некоторых мастеров есть проблемы с вежливостью и лояльностью в отношении клиентов.   Мастера специализирующиеся на эконом сегменте используют слишком некачественные материалы и препараты из-за чего услуги не дают ожидаемого результата, а иногда и наносят вред здоровью клиентов |

**5. План маркетинга**

**5.1. Какой ассортимент товара или услуг Вы предлагаете? Будет ли он шире, чем у конкурентов?**

|  |
| --- |
| Предлагаемые услуги:   * Чистка лица * Пилинг * Маска * Массаж лица * Консультация по подбору домашнего ухода * Безинъекционная мезотерапия * Уходовые процедуры по типу кожи   Фактическое количество услуг может быть шире и дополняться. Данные услуги представлены в качестве примера. |

**5.2. Чем товар будет привлекателен для клиентов? Как он будет выглядеть (упаковка, состав и так далее)? Кто его производитель? Чем услуга/работа будет привлекательна для заказчика? Какие материалы будут использоваться? Какие работы планируется выполнить?**

В городе Ростов-на-Дону множество салонов красоты и мастеров- косметологов имеют слабый уровень клиентоориентированности, а так же недостаточное качество оказания услуг из-за некачественного оборудования, использования некачественных препаратов и косметических средств. В этом можно убедиться, посмотрев отзывы. По данному проекту планируется оказывать качественные косметологические услуги населению, используя только качественные препараты, косметические средства и современное оборудование, а так же делать сильный упор на клиентоориентированность.

Преимущества:

* Широкий спектр услуг
* Индивидуальный подход
* Высокое качество услуг и сервиса
* Наличие медицинского образования
* Комфорт клиента во время процедур
* Доступные цены
* Использование качественных препаратов и косметических средства
* Стерильность
* Акции и скидки для клиентов
* Предложение кофе и чая во время предварительной консультации
* Простой сайт с возможностью онлайн-записи на процедуры

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование товара (работы, услуги)** | **Процесс** |
| Чистка лица | Консультация с косметологом, подготовка кожи, дезинкрустация, нанесение составов, ультразвуковая чистка, вакуумный массаж, успокаивающая маска |
| Пилинг | Консультация с косметологом, подготовка кожи, применение пилинга, нейтрализация, увлажнение и питание |
| Маска | Консультация с косметологом, подготовка кожи, нанесение маски, время экспозиции, снятие маски и завершающий этап |
| Массаж лица | Консультация с косметологом, подготовка к процедуре, нанесение косметических средств, массаж лица, завершающий этап |
| Консультация по подбору домашнего ухода | Консультация с косметологом в онлайн или очном формате |
| Безинъекционная мезотерапия | Консультация с косметологом, подготовка кожи, нанесение биоревитализанта, нанесение геля, использование фонофореза, завершающий этап |
| Уход по типу кожи | Консультация с косметологом, подготовка кожи, нанесение составов, завершающий этап |

Для данных услуг будут применяться расходные материалы:

* Одноразовые полотенца
* Ватные диски
* Дезинфицирующее средство
* Специальные инструменты для механической чистки (ложка Уно, игла Видаля и др.)
* Химические растворы пилинга
* Нейтрализатор пилинга
* Увлажняющие крема
* Успокаивающие крема
* Специальные составы масок
* Перчатки нитриловые
* Одноразовые шприцы
* Простыни одноразовые
* Антисептические растворы
* Обезболивающий гель
* Мезококтейли
* Биоревитализанты
* Стерильные иглы
* Стерильные иглы или канюли
* Косметика для чистки лица

Применяемые материалы зависят непосредственно от предоставляемой услуги, а так же от требований клиента и типа кожи и определяется при первичной консультации с клиентом. Список материалов при фактическом оказании услуг клиентам может быть шире.

Для данной деятельности будет использоваться оборудование и инструменты, соответствующие всем требованиям проверяющих органов, проходящие процедуру стерилизации перед каждой процедурой. Деятельность будет осуществляться с соблюдением всех требований СанПиН 2.1.3678 - 20 и других, регулирующих сферу услуг салонов красоты и косметологических кабинетов.

**5.3. Где Вы будете реализовывать товар или оказывать услугу? Как будет выглядеть это место? Чем оно будет привлекательно для клиентов? Легко ли будет до него добраться?**

|  |
| --- |
| Прием клиентов планируется осуществлять в отдельном уютном арендуемом кабинете, который будет оснащен всем необходимым оборудованием, комфортной зоной ожидания для клиентов, кулером с холодной и горячей водой. |

**5.4. Какая будет цена на товар, услугу или работу? По сравнению с конкурентами она будет выше, ниже или на том же уровне? Почему?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ценовая политика**  Любая стоимость на рынке формируется из себестоимости и наценки - суммы заработка исполнителя процедуры. Услуги аппаратного массажа - не исключение.  Цена процедуры также состоит из себестоимости, в которую входит:  • Затраты на предоставление расходных материалов: гели, салфетки, одноразовые маски и бахилы и пр. - все, что используется во время оказания услуги заложено в ее себестоимость;  • Оборудование. Качественное оборудование, мебель, освещение стоят больших денег. И эти затраты необходимо окупить;  • Различные вещи для предоставления комфорта клиенту. Сюда входят средства гигиены в уборной, угощения, напитки.  • Затраты на оплату коммунальных услуг;  • Оплата всевозможной рекламы услуг кабинета.  **Основные критерии при установлении цены:**  - себестоимость услуги;  - мониторинг цен конкурентов;  - уникальность ассортимента услуг;  - сезонность продаж;  - платежеспособность контингента постоянных покупателей.  Цены планирую устанавливать почти идентичные по сравнению с аналогичной продукцией у конкурентов, чтобы более высокая цена не стала препятствием для дальнейшего маркетинга. После постепенного укрепления позиций на рынке услуг, планируем формировать ценовую политику так, чтобы сдерживать рост цен, обеспечивая достаточную долю прибыли.  **Виды услуг, предлагаемые потребителям:**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Наименование продукции (товаров, работ, услуг)** | **Себестоимость в рублях** | **Отпускная цена в рублях** | | 1 | Чистка лица | 312,91 | 2000 | | 2 | Пилинг | 213,92 | 1500 | | 3 | Маска | 87,43 | 700 | | 4 | Массаж лица | 101,8 | 1300 | | 5 | Подбор домашнего ухода | 0 | 1000 | | 6 | Безинъекционная мезотерапия | 1112,44 | 2500 | | 7 | Уход по типу кожи | 320 | 1500 |   Фактическая себестоимость и отпускная цена могут значительно отличаться, так как итоговые расходные материалы, длительность процедур, препараты и другие факторы влияния на цену зависят от анамнеза клиента, типов кожи и целей клиента. Себестоимость в данной таблице рассчитана на основе расчётов в п.7.1 данного бизнес-плана.  Планируется выстраивать для клиентов щадящую ценовую политику, при которой можно будет получать достаточный доход от деятельности и при этом делать услуги доступными. Поэтому стоимость услуг была выбрана ниже среднего. При этом планируется не уступать конкурентам по качеству услуг, используя только качественные препараты и расходные материалы.  Ценообразование в косметологии выстраивается в зависимости от типов используемых препаратов, их количества, а так же в зависимости от типа кожи и мест введения препаратов, что определяется во время предварительной консультации с клиентом. В связи с чем стоимость на услуги сугубо индивидуальная. Но для отображения в объявлениях стоимости максимально приближенной к реальности планируется использовать усреднённые цены на процедуры с учётом дозировки препаратов и типа кожи. Это позволит отображать в интернете более прозрачный прайс лист в отличии от большинства конкурентов.  Для упрощения расчётов финансового плана были использованы определённые популярные услуги и выбраны препараты и места введения, популярные у потенциальной целевой аудитории данного проекта. С более детальной информацией о себестоимости процедур и использующихся препаратах можно ознакомиться в разделе №7 «Производственный план». |

**5.5. Кто будет реализовывать товар или оказывать услугу? Как эти люди будут способствовать продвижению товара (услуги)?**

|  |
| --- |
| Деятельность планируется вести самостоятельно в статусе самозанятого, необходимость в привлечении дополнительных рабочих мест отсутствует. Разработкой маркетинговой кампании и продвижением услуг будет заниматься непосредственно руководитель проекта (самозанятая Ткаченко Алина Сергеевна). В дальнейшем при получении достаточного стабильного дохода возможно привлечение сторонних организаций или самозанятых (маркетологов, smm специалистов). |

**5.6. Как Вы будете продвигать товар (услугу)? Если реклама, то какая, в каких средствах массовой информации? Почему именно такая реклама? Почему именно эти средства массовой информации? Если другие способы, то укажите, какие и почему. Каковы необходимые затраты на эти цели в месяц?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **К каналам продвижения услуг моего бьюти - кабинета относятся:**   * + раздача флаеров и листовок;   + размещение визиток в местах скопления целевой аудитории;   + создание профилей в социальных сетях;   + проведение различных акций и разработка программ лояльности;   + использование клиентоориентированных техник: поздравление с праздниками, предоставление бонусов постоянным клиентам.   Наиболее эффективна реклама кабинета аппаратного массажа - на интернет-ресурсах. Выбирая кабинет, потенциальные клиенты предпочитают заходить в соцсети, чтобы прочитать отзывы, посмотреть примеры работ и стоимость услуг, задать вопрос. В профиле можно размещать примеры работ, полезную информацию, описание новых услуг, информацию о действующих акциях и т.д.  Оказание услуг аппаратного массажа будет производиться с помощью предварительной телефонной и онлайн записи. В качестве методов рекламы планируется использование социальных сетей:  - Вконтакте,  - Одноклассники,  - Телеграм.  и интернет-сервисов размещения рекламы:  - Авито,  - Юла,  - Яндекс.услуги и т.п.  Данный выбор обусловлен отсутствием постоянных издержек (ведение групп) и большой концентрацией целевой аудитории (таргетинговая реклама). На поддержание работы групп и аккаунтов и наполнение их контентом в дальнейшем планируется выделять от 2 000 рублей в месяц.  **Возможные способы привлечение новых клиентов:**  - реклама в социальных сетях;  - реклама в интернет-сервисах;  - раздача промо-листовок.  Для достижения успеха в высоком ценовом сегменте необходимо:  • **Сформировать и поддерживать личный бренд мастера**, его уникальность и аутентичность. Это большой объем работы, который включает в себя ведение социальных сетей (основная площадка для рекламы в наше время), создание продающих фотографий (их редактирование в графических редакторах для создания гармоничных композиций) и информационных текстов, привлекающих нужную аудиторию.  • **Предоставить клиентам высокий сервис и развивать клиентоориентированность**: чай, кофе, минеральная вода, конфеты, трубочки и сахар в индивидуальной упаковке, средства для устранения грязи с одежды и обуви, гигиенические принадлежности для женщин.  • **Выполнять услугу за короткое время**, используя самое производительное оборудование и самые удобные материалы, которые сократят время процедуры. Клиенты так же сделают выбор в пользу мастера, работающего с безопасными материалами класса люкс.  • Важным условием скорости является сосредоточенность мастера на **алгоритме действий.** Для достижения этого состояния необходимо переключить внимание клиента. В этом отлично поможет компьютер — клиент будет рад во время процедуры насладиться любимым сериалом или передачей, а мастер не будет вынужден отвлекаться на разговоры. Несомненно, и лояльность клиента будет повышена, благодаря такому сервису и заботе.  • Мастер должен постоянно **изучать новую информацию**, т. к. сфера услуг аппаратного массажа появилась не так давно и многие процессы постоянно меняются, совершенствуются. Например, топовые мастера стали уделять пристальное внимание химическому составу материалов, начали тестировать продукцию на предмет негативного влияния на здоровье человека. Курсы по этой и многим другим темам можно изучать в режиме онлайн, собирая знания со всех уголков мира.  После проведения анализа ниши косметологических услуг в Ростове- на-Дону, были выбраны каналы продвижения проекта:   1. Доски объявлений    * Авито      + Планируется создать профиль на Авито, добавив   фотографии рабочего места, себя, а так же сертификаты и дипломы. Важно разработать привлекательные описания услуг с указанием реальной стоимости, продолжительности  процедур и ключевых результатов для клиентов. Фотографии будут содержать инфографику, которая позволит сильно выделиться среди конкурентов. Также планируется включать дополнительное платное продвижение объявлений на платформе. Для привлечения новых клиентов будут  организованы акции и скидки. Необходимо быстро и вежливо отвечать на звонки и сообщения клиентов, демонстрируя  компетентность. Планируется регулярное обновление информации об услугах и регулярный анализ конкурентов на данной доске объявлений.   * + Яндекс Услуги     - На Яндекс Услугах планируется создание профиля косметолога с фотографиями рабочего места и   сертификатами. Разработка привлекательных описаний услуг с ценами, продолжительностью и результатами для клиентов. Тексты будут написаны с учётом ключевых  запросов пользователей сети интернет, благодаря чему получится бесплатно поднять профиль, как внутри сервиса, так и на поиске Яндекс. Организация акций и скидок для новых клиентов. Создание пакетных предложений. Быстрое и вежливое общение с клиентами с демонстрацией  компетентности. Регулярное обновление информации об услугах и слежение за маркетингом конкурентов.   * + Profi.ru     - На данном сервисе стратегия продвижения аналогичная сервису Яндекс Услуги, с единственным различием —   обязательная оплата услуг сервиса для получения с него заказов.   1. Картографические сервисы   - 2GIS, Яндекс Карты, Google карты. На всех этих сервисах планируется качественно оформить профили с указанием точного адреса, контактной информации, фотографий   1. Социальные сети    * Вконтакте.      + Планируется создание сообщества ВКонтакте с   профессиональными фотографиями и информацией об услугах. Регулярное размещение интересного и полезного контента, проведение акций, конкурсов и розыгрышей.  Размещение отзывов клиентов и фотографий “до и после”.  Вступление в контакт с подписчиками через личные сообщения и комментарии в схожих сообществах,  предложение услуг. Постоянное обновление информации о новинках и предложениях.   1. Контекстная и таргетированная реклама    * Сайт. Для более эффективного запуска рекламных кампаний, а так же для удобства получения информации новыми клиентами будет создан информационный сайт, на котором можно будет оставить заявку на предварительную консультацию.    * Яндекс      + Сбор ключевых запросов пользователей и запуск контекстной рекламы. Для новичков в контекстной рекламе компания Яндекс бесплатно предоставляет менеджера,   который подготовит полностью запуск рекламной компании и проконсультирует по дальнейшему её ведению и  настройкам. Так же сейчас за счёт развития машинного обучения реклама на сервисах Яндекса создаётся почти  автоматизировано, включая не только настройки, но и даже фото и видео макеты, что позволит легко справляться с  рекламными кампаниями самостоятельно.   * + Вконтакте     - Самые интересные и популярные акции будут запускаться в рекламу на целевую аудиторию проекта.  1. Нетворкинг    * Планируется посещение разнообразных мероприятий в Ростове, связанных с индустрией красоты, медициной и других, где будет возможность презентовать себя, как специалиста перед аудиторией. Нетворкинг позволяет привлекать клиентов проще, чем онлайн-маркетинг за счёт живого общения, что позволяет потенциальным клиентам сильнее довериться. 2. Партнёрства    * Планируется создавать коллаборации с другими мастерами бьюти-индустрии и салонами красоты с целью запуска совместных акций, розыгрышей и других маркетинговых мероприятий. 3. Работа с блогерами    * Планируется найти блогеров в социальных сетях, подписчики которых в большей степени соответствуют портрету целевой аудитории данного проекта. Для работы с блогерами планируется использовать бартер, так как это поможет   сэкономить денежные средства и при этом получить не просто рекламу у блогера, а живой отзыв блогера, который привлечет больше аудитории, чем обычная купленная реклама у  блогеров.  Планируется организовать акции: Пакетные предложения Подарок за отзыв и подписку Скидка новому клиенту  Планируется делать большой упор на развитие  клиентоориентированности для достижения максимального эффекта от  «сарафанного радио», то есть от получения новых клиентов через советы знакомым от действующих клиентов.  Во всех вариантах продвижения имеется высокий спрос в данной нише, по данным ресурсов wordstat.yandex.ru, avito.ru и др.  В качестве маркетинговых расходов будет выделяться 14 000 рублей ежемесячно. Эти средства планируется расходовать на запуск рекламных кампаний и другого платного продвижения, указанного выше.   |  |  | | --- | --- | | **Канал продвижения** | **Планируемый ежемесячный расход на старте деятельности** | | Авито | 5000 | | Яндекс Услуги | 1000 | | Профи.ру | 1000 | | Контекстная реклама | 5000 | | Таргетированная реклама | 2000 | | Итого | 14000 | |

**5.7. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| - |

**6. Персонал и управление**

**6.1. Количество рабочих мест, созданных и (или) создаваемых в рамках реализации бизнес-плана:**

|  |
| --- |
| Деятельность планируется вести самостоятельно в статусе самозанятого, необходимость в привлечении дополнительных рабочих мест отсутствует. |

**6.2. Опишите персонал, который требуется для реализации проекта**:

|  |
| --- |
| Деятельность планируется вести самостоятельно в статусе самозанятого, необходимость в привлечении дополнительных рабочих мест отсутствует. |

**6.3. Опишите, кто из работников уже принят и кого еще необходимо принять? Как будет происходить поиск? Как будет происходить отбор?**

|  |
| --- |
| Деятельность планируется вести самостоятельно в статусе самозанятого, необходимость в привлечении дополнительных рабочих мест отсутствует. |

**6.4. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| **-** |

**7. Производственный план**

**7.1. Какой товар или материалы требуются для реализации проекта? Как  часто необходимо пополнять запасы? Каковы затраты на пополнение товарных и материальных запасов в месяц?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Один из самых важных моментов - покупка профессионального оборудования и принадлежностей для оказания услуг аппаратного массажа. При закупке важно уделить внимание качеству товаров, их техническим характеристикам. Приобретать их в проверенных и сертифицированных магазинах. На этой статье расходов не стоит экономить, так как от этого напрямую зависит качество оказываемых услуг, а также безопасность мастера и клиентов.  Весь перечень затрат представлен в п. 9.2. Кроме того, необходимо будет пополнять материально-производственные запасы (расходные и одноразовые материалы).  Для реализации проекта требуются расходные материалы:   * Одноразовые полотенца * Ватные диски * Дезинфицирующее средство * Специальные инструменты для механической чистки (ложка Уно, игла Видаля и др.) * Химические растворы пилинга * Нейтрализатор пилинга * Увлажняющие крема * Успокаивающие крема * Специальные составы масок * Перчатки нитриловые * Одноразовые шприцы * Простыни одноразовые * Антисептические растворы * Обезболивающий гель * Мезококтейли * Биоревитализанты * Стерильные иглы * Стерильные иглы или канюли * Косметика для чистки лица   Ежемесячный расход средств зависит индивидуально от каждой оказанной услуги и их количества, поэтому фиксированного ежемесячного списка закупки расходных материалов нет. Планируется закупать материалы по мере необходимости. Расчёт того, какое количество средств будет расходоваться ежемесячно на закупку расходных материалов был сделан на основе расчётов по себестоимости услуг, а именно на основе среднего процента себестоимости услуг по отношению к их средней отпускной стоимости.  **Расчёт себестоимости услуг:**  Для расчёта себестоимости берутся самые частые виды услуги. Себестоимость, как и отпускная стоимость на каждую отдельную услугу для клиента может отличаться, так как это зависит от типа кожи, объемов работы, личным выбором клиента и других факторов, которые определяются во время первичной консультации с клиентом.  Чистка кожи. Ориентировочный срок оказания услуги - 1 час 40 минут   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | **Расходные материалы** | **Стоимость упаковки** | **Количество** | **Стоимость** | | 1 | Одноразовые полотенца | 500 р. за 250 шт. | 10 шт. | 20,00 ₽ | | 2 | Ватные диски | 300 р. За 125  шт. | 6 шт. | 14,40 ₽ | | 3 | Одноразовые перчатки | 300 р. за 50 пар | 1 пара | 6,00 ₽ | | 4 | Дезинфицирующее средство | 301 р. за 1 литр | 10 мл. | 3,01 ₽ | | 5 | Крафт пакеты для стерилизации | 500 р. за 200 шт. | 1 шт. | 2,50 ₽ | | 6 | Косметика для чистки кожи | 12000р за 9шт | 150мл | 267 ₽ | |  |  |  | Итого: | 312,91 ₽ |   Пилинг. Ориентировочный срок оказания услуги - 1 час   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | Расходные материалы | Стоимость упаковки | Количество | Стоимость | | 1 | Одноразовые полотенца | 500 р. за 250 шт. | 10 шт. | 20,00 ₽ | | 2 | Ватные диски | 300 р. За 125  шт. | 6 шт. | 14,40 ₽ | | 3 | Одноразовые перчатки | 300 р. за 50 пар | 1 пара | 6,00 ₽ | | 4 | Дезинфицирующее средство | 301 р. за 1 литр | 10 мл. | 3,01 ₽ | | 5 | Химический раствор пилинга | 700 р. за 150 мл. | 10 мл. | 140,00 ₽ | | 6 | Увлажняющий крем | 240 р. за 50 мл. | 3 мл. | 14,40 ₽ | | 7 | Успокаивающий крем | 537 р. за 100 мл. | 3 мл. | 16,11 ₽ | |  |  |  | Итого: | 213,92 ₽ |   Маска. Ориентировочный срок оказания услуги - 1 час   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | Расходные материалы | Стоимость упаковки | Количество | Стоимость | | 1 | Одноразовые полотенца | 500 р. за 250 шт. | 4 шт. | 8,00 ₽ | | 2 | Ватные диски | 300 р. За 125  шт. | 2 шт. | 4,80 ₽ | | 3 | Одноразовые перчатки | 300 р. за 50 пар | 1 пара | 6,00 ₽ | | 4 | Дезинфицирующее средство | 301 р. за 1 литр | 10 мл. | 3,01 ₽ | | 5 | Специальный состав маски | 300 р. за 100 мл. | 20 мл. | 60,00 ₽ | | 6 | Одноразовые маски | 281 р. за 50 шт. | 1 шт. | 5,62 ₽ | |  |  |  | Итого: | 87,43 ₽ |   Массаж лица. Ориентировочный срок оказания услуги - 1 час   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | Расходные материалы | Стоимость упаковки | Количество | Стоимость | | 1 | Одноразовые полотенца | 500 р. за 250 шт. | 4 шт. | 8,00 ₽ | | 2 | Ватные диски | 300 р. За 125  шт. | 2 шт. | 4,80 ₽ | | 3 | Одноразовые перчатки | 300 р. за 50 пар | 1 пара | 6,00 ₽ | | 4 | Дезинфицирующее средство | 301 р. за 1 литр | 10 мл. | 3,01 ₽ | | 5 | Антисептик | 571 р. за 1 л. | 10 мл. | 5,71 ₽ | | 6 | Масло косметическое | 1300р за 350 мл | 20 мл | 74,28 ₽ | |  |  |  | Итого: | 101,8 ₽ |   Безинъекционная мезотерапия. Ориентировочный срок оказания услуги - 1 час   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | Расходные материалы | Стоимость упаковки | Количество | Стоимость | | 1 | Одноразовые полотенца | 500 р. за 250 шт. | 4 шт. | 8,00 ₽ | | 2 | Ватные диски | 300 р. За 125  шт. | 2 шт. | 4,80 ₽ | | 3 | Одноразовые перчатки | 300 р. за 50 пар | 1 пара | 6,00 ₽ |   Уходовые процедуры по типу кожи. Срок оказания услуги-40мин   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Расходные материалы | Стоимость упаковки | Количество | Стоимость | | Одноразовые полотенца | 500р за 250шт | 4шт | 8,00р | | Ватные диски | 300р за 125шт | 2шт | 4,8р | | Антисептик | 571р за 1 л | 10мл | 5,7р | | Простынь одноразовая | 350р за 100шт | 1шт | 3,5р | | Косметические составы | 8000 за шт | 5шт по 20мл | 290,3 | | Перчатки нитриловые | 385р за 50пар | 1пара | 7,7р |   За средний чек было взято значение 1 800 рублей, что является округлённой средней отпускной стоимостью выше перечисленных услуг. Это было сделано для удобства расчётов средней себестоимости услуг и финансового плана в целом. Средняя себестоимость услуг в % эквиваленте от средней отпускной стоимости услуг — 18,92%. Эта соотношение было решено использовать для расчёта среднего ежемесячного расхода на расходные материалы, а так же примерно такое количество расходных материалов в соотношении от общего числа планируется приобретать в месяц.  Так как стоимость некоторых расходных материалов \ препаратов довольно высокая и часто меняется в цене у поставщиков, планируется покупать препараты по факту заказа услуги и предоплаты, что минимизирует риски высоких стартовых расходов и избавит от списания препаратов. |

**7.2. Опишите Ваших настоящих или потенциальных поставщиков:**

|  |
| --- |
| **В качестве поставщиков** я планирую выбирать зарубежных и отечественных партнеров, зарекомендовавших себя добросовестными поставщиками на нашем рынке. Это во многом отразится на стоимости предоставляемых услуг.  В качестве поставщиков планируется использовать:   * Яндекс Маркет * Wildberries * Ozon * Filaracosmo ИП Малова Наталья Викторовна * Estelife centre   Так как стоимость на материалы и препараты часто меняется, то планируется следить за ценами у разных поставщиков и приобретать материалы по актуальным выгодным ценам на момент приобретения. |

**7.3. Опишите Ваше(и) помещение(я) (собственность или аренда, с кем, на какой срок, какова оплата в месяц, достоинства и недостатки местоположения, жилое или нежилое, необходимость реконструкции или ремонта, площадь, количество комнат, размещение работников, соблюдение норм пожарной безопасности, наличие охраны, соответствие санитарно-эпидемиологическим и иным обязательным требованиям). Если помещения еще нет, укажите Ваши требования к нему, планируемый способ поиска, наличие предварительной договоренности. Если помещение не требуется, то опишите, почему:**

|  |
| --- |
| Первоочередным шагом в создании косметологического кабинета обычно становится поиск и подбор подходящего помещения. Для осуществления предпринимательской деятельности я планирую арендовать нежилое помещение, расположенное в г. Ростове-на-Дону. В обязательном порядке к помещению должны быть пути для подъезда к зданию легкового транспорта и места для парковки автомобилей клиентов. Здание должно быть удобно расположено по отношению к автобусным остановкам. Фасад здания желательно должен быть обращен к проезжей части, так чтобы все люди, проезжающие по улице, смогли видеть рекламу кабинета. Помещение не должно требовать никаких финансовых вложений в отношении косметического ремонта. Рассматриваемая общая площадь помещения около 10 - 15 кв.м. Размер арендной платы ориентировочно составляет 15 000 – 20 000 рублей. Размер коммунальных платежей составляет около 2 000 – 4 000 рублей. На сегодняшний день рассматривается несколько коммерческих предложений, в частности помещение, расположенное по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160. Договор аренды будет заключаться сроком на 11 месяцев. Помещение является коммерческим нежилым. В ремонте не нуждается. Соответствует всем требованиям и нормам пожарной безопасности и СанПин. Имеется устная договорённость с арендодателем, а также продолжается поиск помещений с целями выявить ещё более подходящее помещение по соотношению цены к качеству\расположению. Договор аренды планируется заключить после получения финансовой поддержки на основании социального контракта. |

**7.4. Опишите Ваш(и) земельный участок(и), на котором реализуется проект (собственность или аренда, с кем, на какой срок, какова оплата в месяц, достоинства и недостатки местоположения, площадь, вид разрешенного использования и категория земель (согласно документам на право пользования данным участком), необходимость подготовительных работ, строительных работ). Если земельного участка еще нет, укажите Ваши требования к нему, планируемый способ поиска, наличие предварительной договоренности. Если земельный участок не требуется, то опишите, почему:**

|  |
| --- |
| Специфика данного вида деятельности не предполагает использование земельного участка. |

**7.5. Укажите ежемесячный план получения дохода в течение года с учетом сезонности (начиная с месяца представления документов):**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Месяц** | **Доход от реализации товара**  **(оказания услуг, выполнения работ) (рублей)** |
| 1. | 1 месяц деятельности | 30 000 рублей |
| 2. | 2 месяц деятельности | 60 000 рублей |
| 3. | 3 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 4. | 4 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 5. | 5 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 6. | 6 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 7. | 7 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 8 | 8 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 9. | 9 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 10. | 10 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 11. | 11 месяц деятельности | 120 000 рублей |
| 12. | 12 месяц деятельности | 120 000 рублей |

**7.6. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| Постоянные расходы во время осуществления деятельности будут в себя включать:  • Амортизация оборудования — 2 000 р. в месяц.  • Маркетинг — 2000 р. в месяц.  • Непредвиденные расходы — 2 000 р . в месяц.  • Оплата коммунальных услуг – 2 500 р. в месяц.  • Аренда помещения — 7 000 р. в месяц  Амортизация оборудования будет в себя включать расходы на потенциальный ремонт и обслуживание техники.  Маркетинговые расходы включают в себя расходы на запуск рекламных кампаний на сайтах и сервисах, в которых будут размещаться объявления, оплату требуемых для маркетинга сервисов, и будут распределяться на основе тестирования маркетинговых стратегий и их результативности.  Выручка в первые месяцы занижена, так как этот период требуется для  «раскрутки».  Для целей налогообложения планируется использовать систему налогообложения НПД. При данной системе налогообложения по информации, полученной от ФНС требуется платить налог в размере 4% от полученного дохода, в случае оказания услуг физическому лицу и в размере 6% от полученного дохода, в случае оказания услуг юридическому лицу. Так как планируется оказывать услуги для физических лиц, то для расчета финансового плана будет применяться налоговая ставка 4% от полученного дохода.  Планируется своевременно оплачивать налоги через приложение «Мой налог». |

**8. Риски и страхование**

**8.1. Какие организационные, рыночные, юридические, производственные и другие риски могут повлиять на реализацию Вашего проекта? Как Вы планируете уменьшить негативные последствия данных рисков?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Риск** | **Меры по предотвращению или уменьшению негативных последствий данного риска** |
| 1 | **Высокая конкуренция** | Представленному косметологическому кабинету придется бороться за клиентов не только с аналогичными заведениями, но и с салонами, специализирующимися на других видах косметологических услуг. Снизить влияние этого фактора можно за счет нескольких мер:  - работа над повышением качества оказываемых услуг. Мастер должен иметь квалификацию и ежегодно посещать мероприятия в области медицины. Дипломы и сертификаты, размещенные на стенах кабинета, помогут мне сформировать доверительное отношение клиента к мастеру;  - выстраивание системы эффективных коммуникаций между мастером и клиентом. Умение грамотно разъяснить особенности услуги и найти подход к посетителю позволит заведению быстро наработать клиентскую базу. Кроме того, комфортная обстановка и вежливый мастер будут способствовать увеличению количества повторных посещений;  - скидки и акции в период сезонного спада. Розыгрыш купонов, сертификатов, а также снижение цен на некоторые виды услуг позволит снизить падение выручки и обеспечить прибыльность салона. |
| 2 | **Снижение спроса** | Причин может быть несколько. Во-первых, это снижение платежеспособных клиентов из-за экономического кризиса. Во-вторых, недостаточно эффективная реклама, малый бюджет расходов на продвижение проекта. Снизить этот вид риска планирую с помощью скидок, расширения клиентской базы и проведения более агрессивной маркетинговой кампании. |
| 3 | **Некачественные расходные материалы** | Экономия на основном расходном материале, а также использование непроверенных марок может вызвать раздражения на коже клиента. Не стоит приобретать продукцию сомнительных производителей, а также не имеющую сертификатов или с истекшим сроком годности. |
| 4 | **Негативные отзывы клиентов и испорченная репутация кабинета.** | Исправить вконец испорченную репутацию сложно и дорого, к тому же это займет слишком много времени. Гораздо проще предотвратить проблемы, регулярно выясняя мнение посетителей об оказанных услугах с помощью небольших вопросников или опросов на странице в социальных сетях. Особое внимание должно отводиться работе с недовольными посетителями и негативными отзывами. Следует не только выяснять, что послужило причиной такой ситуации, а затем предлагать варианты решения проблемы или компенсации. |
| 5 | **Неверно выбранная маркетинговая стратегия и ошибки в реализации рекламной кампании** | Особенность этого вида бизнеса в том, что его можно продвигать также в социальных сетях. Правильное оформление страницы, регулярное размещение интересных материалов и отзывов довольных клиентов позволит привлечь новых посетителей без больших вложений. |
| 6 | **Ошибочная ценовая стратегия** | Акцент на «доступные цены» может обернуться большим (по сравнению с соседними кабинетами) количеством посещений, которые не принесут значительной прибыли, а чрезмерная загруженность приведет к падению качества сервиса. Снизить этот риск можно, регулярно отслеживая прайс-лист конкурентов, проводя акции в период, когда у аналогичных заведений ценник растет. |
| 7. | **Увеличение стоимости расходных материалов** | К сожалению, большинство средств для услуг маникюра и педикюра зависит от курса валют, и снизить данный риск невозможно. Однако я смогу перейти на закуп более дешевых одноразовых салфеток, дезинфицирующих средств, что позволить предотвратить резкий рост себестоимости. |
| 8. | **Увеличение стоимости аренды** | К сожалению, собственник имеет право при продлении договора изменить цену за м.кв. и арендатор будет вынужден согласиться на новые условия, чтобы не потерять хорошее помещение. Чтобы избежать такой ситуации планирую:  • заключать договор на длительный срок.  фиксировать цену на длительный срок, включая пункт о том, что стоимость не может быть изменена в одностороннем порядке, а только по согласованию сторон. |

**8.2. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| - |

# **9.ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

**9.1. Заполните таблицу «Стоимость проекта». Если необходимо, добавьте строки.**

**9.2. В стоимость проекта включаются все расходы, которые были понесены для начала реализации проекта с момента Вашей регистрации в   качестве индивидуального предпринимателя/самозанятого до подачи заявления на предоставление социального контракта, и расходы, которые планируются в течение следующих 12 месяцев, как за счет собственных средств, так и за счет предоставленного социального контракта.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Стоимость проекта** | | | |
| №  п/п | **Статьи расходов** | **Количество** | Сумма |
| **Произведенные расходы** | | | |
| **Собственные средства** | | | |
| 1 | Покупка расходных материалов | - | 50 000 |
| **Итого собственных средств** | | | **50 000 рублей** |
| **Планируемые расходы** | | | |
| **Собственные средства** | | | |
| 1 | Рекламная кампания | 12 месяцев | 24 000 |
| 2 | Аренда помещения | 12 месяцев | 84 000 |
| 3 | Профильное обучение | 1 | 10 000 |
| **Итого собственных средств** | | | **118 000 рублей** |
| **Средства субсидии (гранта)** | | | |
| **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И МЕБЕЛЬ** | | | **120 900** |
| 1 | Тележка косметологическая | 1 | 8 000 |
| 2 | Косметологический инструмент, набор | 2 | 2 500 |
| 3 | Ультразвуковой скрабер для чистки лица | 1 | 10 000 |
| 4 | Холодильник для препаратов  фармацевтический | 1 | 24 000 |
| 5 | Сухожар | 1 | 7 000 |
| 6 | Лоток для инструментов | 1 | 400 |
| 7 | Ультразвуковая мойка | 1 | 6 000 |
| 8 | Кушетка косметологическая | 1 | 40 000 |
| 9 | Лампа кольцевая | 1 | 15 000 |
| 10 | Костюм медицинский | 1 | 7 000 |
| 11 | Зеркало настольное | 1 | 1 000 |
| **РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ** | | | **229 100** |
| 12 | Крафт пакеты для стерилизации | 1 | 500 |
| 13 | Полотенце в рулоне синтетические | 2 | 1 000 |
| 14 | Обувь медицинская | 1 | 1 000 |
| 15 | Халат медицинский | 1 | 5 000 |
| 16 | Органайзеры для хранения | 2 | 2 000 |
| 17 | Полотенца махровые | 4 | 1 500 |
| 18 | Шприцы 3мл,5мл | 1 | 3 000 |
| 19 | Мезопрепараты | 10 | 12 000 |
| 20 | Косметика для чистки лица HL | 1 | 50 000 |
| 21 | Миска стеклянная | 1 | 260 |
| 22 | Перчатки нитриловые S размер | 5 | 2 500 |
| 23 | Кисти косметические набор | 1 | 700 |
| 24 | Система ретиноевого пилинга | 1 | 15 000 |
| 25 | Система гликолиевого пилинга | 1 | 15 000 |
| 26 | Система азелаинового пилинга | 1 | 15 000 |
| 27 | Система миндального/молочного пилинг | 1 | 15 000 |
| 28 | Космецевтика GIGI уходовая по  проблеме (4 комплекта ) | 1 | 60 000 |
| 29 | Космецевтика Sesderma | 1 | 29 140 |
| 30 | Антисептик Эстилодез | 1 | 500 |
| **ПРОФИЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ** | | | **30 000 рублей** |
| 31 | Профильное обучение | 1 | 30 000 |
| **Итого средств субсидии (гранта)** | | | **380 000 рублей** |
| **Итого стоимость проекта** | | | **548 000 рублей** |

**9.3. Планируемый среднемесячный доход гражданина (семьи) после завершения срока действия социального контракта:**

|  |
| --- |
| 69 000 – 70 000 рублей |

**9.4. Дополнительная информация (поле не обязательно для заполнения):**

|  |
| --- |
| Для данной деятельности планируется приобрести качественное профессиональное оборудование и инструменты. Будет выбрано самое оптимальные оборудование по соотношению цены и качества, что бы на надлежащем уровне оказывать косметологические услуги с минимальными вложениями.  Часть средств субсидии планируется направить на расходные материалы и препараты, так как эта статья расходов очень значимая и некоторые препараты, необходимые для оказания косметологических услуг имеют высокую стоимость. По мере получения дохода от проекта планируется покупать препараты и расходные материалы с оборотных средств.  Для чего необходимы в деятельности косметолога указанные выше оборудование, инструменты и расходные материалы:  Косметологический набор инструментов используется косметологом для проведения различных процедур, таких как чистка лица, массаж, пилинг, эпиляция и другие. Каждый инструмент предназначен для определенной процедуры и помогает достичь наилучшего результата. Например, пинцет используется для удаления нежелательных волос, а аппарат для микродермабразии помогает отшелушивать кожу и улучшать ее текстуру.  Ультразвуковой скраббер для чистки лица - это косметологический аппарат, который использует ультразвуковые волны для удаления омертвевших клеток кожи и загрязнений из пор. Он также может использоваться для массажа лица, улучшения кровообращения и стимуляции производства коллагена, процедуры фонофореза.  Холодильник для препаратов используется для хранения медицинских и косметологических препаратов при определенной температуре. Он обеспечивает стабильность и безопасность хранения препаратов, а также продлевает их срок годности.  Сухожар - это аппарат, который используется для стерилизации и дезинфекции инструментов в косметологическом кабинете. Он работает на основе горячего воздуха, который быстро и эффективно уничтожает все бактерии и вирусы на поверхности инструментов. Сухожар является необходимым оборудованием для обеспечения безопасности и гигиены процедур.  Крафт-пакеты используются для стерилизации медицинских и косметологических инструментов. Они обеспечивают надежную защиту от бактерий и вирусов, а также сохраняют стерильность инструментов после стерилизации.  Ультразвуковая мойка используется для очистки и стерилизации косметологических инструментов. Она работает на основе ультразвуковых волн, которые создают микропузырьки, удаляющие загрязнения и бактерии с поверхности инструментов.  Кушетка косметологическая - это необходимый предмет мебели для проведения процедур в косметологическом кабинете. Она обеспечивает комфортное положение клиента во время процедур и позволяет косметологу работать с максимальной эффективностью.  Так же планируется приобрести кольцевую лампу для съемки видео материалов результатов оказываемой услуги и самого процесса, что будет использоваться в рекламе и социальных сетях. Кольцевая лампа очень удобна для съемки подобных услуг и даёт нужное красочное освещение, которое требуется для съемки ярких видеороликов.  Медицинский костюм,халат,обувь - это одежда, которую используют косметологи во время своей работы. Он защищает косметолога от различных загрязнений и бактерий, а также помогает создать профессиональный образ.  Настольное зеркало - необходимый инструмент для косметолога. Оно позволяет клиенту видеть результаты процедур, а также помогает косметологу контролировать процесс работы.  Иглы и шприцы используются в косметологии для проведения различных процедур, таких как пилинг,чистка лица и другие. Они помогают доставить необходимые препараты непосредственнона поверхность кожи без нарушения целостности флаконов.  Медицинская центрифуга используется в косметологии для разделения различных компонентов и отделения жидкостей. Она может использоваться для ускорения процессов в косметических процедурах и повышения их эффективности.  Мезопрепараты - это препараты, которые вводятся в кожу для увлажнения, омоложения и улучшения ее внешнего вида. Они содержат гиалуроновую кислоту и другие активные ингредиенты, которые стимулируют производство коллагена и эластина, улучшают кровообращение и обмен веществ в коже. Биоревитализация помогает бороться с морщинами, сухостью кожи, пигментацией и другими признаками старения. В данном случае будет использоваться с помощью фонофореза.  Косметологическая тележка- необходима во время процедур для хранения и быстрого доступа к препаратам,косметике,инструмента.  Косметика для чистики лица HL- это базовый набор профессиональной косметики для чистки лица,в который входит: средства для эксфолиации,тонизирующие средства,подготавливающие кожу к процедуре,распаривающая маска,атравматические составы для очищения пор,а так же завершающие препараты и постпроцедурные составы.  Системы пилинга(ретиноевый,гликолиевый,азелаиновый,миндальный)- в систему пилинга входят несколько этапов: подготовительный,нанесение состава и экспозиция,нейтрализация,завершающий этап. Каждый пилинг нацелен на решение конкретных задач и под конкретные типы кожи, на всех этапах пилинга используются различные составы,кроме нейтрализатора. |