

ООО «Т-Хелпер»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1 млн.

Описание компании

1. **Дата создания** – май 2004 г. Компания «Т-Хелпер» является международным научно-медицинским центром по разработке и внедрению мультимедийных маркетинговых и обучающих программ в стоматологии, фармации и косметологии.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 767 тыс.; в том числе: \$ 317 тыс. – собственные средства, \$ 450 тыс. – ФЦНТП.
3. **Продукция** – мультимедийные информационно-образовательные программы (ММП), услуги по созданию мультимедийных продуктов.
4. **Область применения продукции** – маркетинг и реклама в стоматологии, офтальмологии, косметологии, фармацевтике, медицинские услуги и оборудование, программное обеспечение.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 354 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 451 тыс. – интеллектуальная собственность, основные средства (производственное оборудование, компьютерное оборудование) – \$ 185 тыс., материально-техническая база (материалы, макеты, литература) – \$ 56 тыс.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – авторское свидетельство, патент РФ на ММП «Понятная стоматология», патент РФ на прикладную программу для базы данных.
8. **Знаки общественного признания** – Инициатива создания ММП «Понятная стоматология» одобрена Стоматологической Ассоциацией России и поддержана Главным стоматологом России.

Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Мультимедийный комплекс «Понятная стоматология» (представляет собой набор анимационных фильмов в двух- и трехмерной компьютерной графике, объединенных в многофункциональный интерфейс). Мультимедийный комплекс используется врачами-стоматологами как инструмент продаж для информирования пациента о стоматологических заболеваниях, методах их лечения, возможных последствий в случае не лечения заболеваний и необходимых профилактических мероприятиях.

Разрабатываемая продукция – мультимедийные анимационные фильмы, демонстрирующие основные заболевания и методы лечения в косметологии, а также специализированные фильмы о наиболее актуальных заболеваниях и методах лечения в медицине.

Рынки и конкуренция

Объем рынка демонстрационных мультимедийных продуктов в медицинской сфере в России составит в 2005 г. около \$ 1,5 млн. К 2009 г. за счёт расширения ассортимента продукции и географии сбыта, а также развития рынка медицинского обслуживания в России, рынок для компании может расшириться до \$ 100 млн., включив в себя Европейский и Азиатский регионы. Наиболее привлекательными сегментами этого рынка, по оценке менеджмента Компании, будут оставаться стоматология, косметология, офтальмология и фармацевтика. Компания планирует занимать на данных сегментах к

2009 г. доли от 10% до 70%. Стратегической целью Компании является достижение к 2010 г. 30% доли рынка продаж мультимедийных маркетинговых программных продуктов во всех областях медицины в Европе и СНГ при удержании не менее 50% доли аналогичного рынка в России.

	Показатель	T-Хелпер	Отечественные производители	Импортные производители
География – Россия, СНГ. Объем рынка \$ 1,5 млн.				
2005	Доля компании на рынке, \$ тыс./%	354 / 20%	150 / 10%	1 050 / 70%
География – Россия, СНГ, Европа, Азия. Объем рынка \$ 100 млн.				
2009	Доля компании на рынке, \$ тыс./%	10 000 / 10%	5 000 / 5%	85 000 / 85%

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. НИОКР (Разработка программного обеспечения (ПО) - 50%;
2. Приобретение основных средств (спецоборудование для научных и экспериментальных работ) - 32%;
3. Маркетинг (исследования рынка России) - 7%;
4. Оборотные средства - 11%.

Внебюджетное финансирование будет потрачено на исследования рынка, материально-техническое оснащение производства и офиса, разработку и тестирование программного продукта, проведение маркетинговых мероприятий по продвижению продукта и стимулированию сбыта. Основными целями является:

1. Создание научно-технической базы.
2. Разработка мультимедийных продуктов по основным областям медицины.
3. Внедрение мультимедийных продуктов в образовательный процесс в медицинских учебных заведениях. Получение признания в научном сообществе.
4. Продвижение разработанной продукции в странах СНГ, Европы, Америки.

Маркетинг и каналы сбыта

Продукт позиционируется как инструмент продаж медицинских услуг и оборудования. Использование ММП позволяет врачу наглядно объяснить пациенту преимущества новых методов лечения по сравнению с обычными технологиями. Соответственно помогает врачу увеличить объем предоставленных услуг и возможность повысить стоимость часа. Продажи ММП производятся путем активных прямых продаж. На сегодняшний день существует отдел продаж, в составе 4 человека, 3 из которых врачи-стоматологи. Потребителями являются частные медицинские учреждения (стоматологические клиники, частные кабинеты), производители медицинского оборудования, образовательные медицинские учреждения. Активно продвигается сайт www.t-helper.org. Также на сегодняшний день существуют компании-дистрибьюторы в регионах России, в странах дальнего и ближнего зарубежья, таких как Румыния.