

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)  
Институт спорта, туризма и сервиса  
Кафедра «Экономика и менеджмент сервиса»



ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

Т.А. Худякова /

«10» июня 2016 г.

Оценка инвестиционной привлекательности создания студии красоты «Fashion Forward» в г. Челябинске

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ЮУрГУ – 080200.62. 2016. 041. ВКР

Руководитель, к.э.н., доцент

Т.А. Худякова /

«10» июня 2016 г.

Автор

студент группы ИСТС – 471

Журба М.А. /

«10» июня 2016 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

К.В. Айхель /

«10» июня 2016 г.

Челябинск, 2016

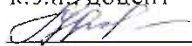
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

|             |                                           |
|-------------|-------------------------------------------|
| Кафедра     | <u>Институт спорта, туризма и сервиса</u> |
| Направление | <u>Экономика и менеджмент сервиса</u>     |
| Профиль     | <u>Менеджмент</u>                         |
|             | <u>Управление малым бизнесом</u>          |

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

К.Э.Н., доцент



Т.А. Худякова

10 июня 2016 г.

**ЗАДАНИЕ**

на выпускную квалификационную работу студента

Журба Марии Александровны

Группа 471

1 Тема работы

Влияние инвентуризации привлекательности туризма  
студент проекта «Fashion Forward» в г. Челябинске

утверждена приказом по университету от 15 апреля 2016 г. № 661

2 Срок сдачи студентом законченной работы 09 июня 2016 г.

3 Исходные данные к работе

В теоретической части используются следующие  
источники: учебники по маркетингу, инвентуризации, туризму,  
рекламе, туризму, маркетингу, инвентуризации, статистическим  
и аналитическим материалам по туризму, представленные  
сопровождающие и учебные материалы

4 Перечень вопросов, подлежащих разработке

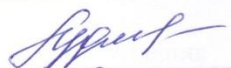
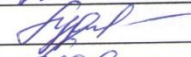
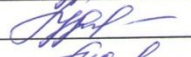
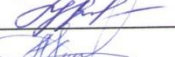
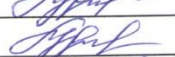
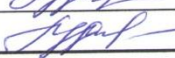
В данной работе необходимо изучить теоретические  
аспекты оценки инвентуризации привлекательности,  
туризма и фэшн-индустрии, возможность применения полученных  
данных для оценки туристического потенциала Челябинска.

субъективной привлекательности проекта создания  
студии красоты «Fashion Forward» посредством  
прямых методов и методов опосредованные. Привести  
оценку будущности проекта и его чувствительность  
к рискам

##### 5 Иллюстративный материал

В работе представлены следующие иллюстрации:  
предполагаемая структура будущей студии; доли  
каналов красоты в Челябинске по их возвратам;  
сплошная диаграмма каналов и доли по рынкам; частота  
посещений каналов красоты в г. Челябинске; каналы  
красоты г. Челябинске; возрасты из которых ресурсный  
уровень удовлетворенности своим видом ресурсный;  
наиболее эффективный способ повышения привлекательности  
ресурсный; график ресурсный, характеризующий влияние  
улучшения внешности с помощью косметологии; график,  
который ресурсный готов заплатить за услугу  
приобретения; график индекса уровня проекта; график  
IRR; оценку будущей стоимости проекта с учетом создания  
студии «Fashion Forward»; график чувствительности

6 Календарный план

| Наименование этапов<br>Бакалаврской работы                 | Срок выполнения<br>этапов | Отметка о<br>выполнении                                                             |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Введение, обзор литературы,<br>актуальность выбранной темы | 22.03.16 - 30.03.16       |  |
| Аналитическая часть                                        | 30.03.16 - 02.04.16       |  |
| Экономическая часть                                        | 19.04.16 - 01.05.16       |  |
| Организационная часть                                      | 01.05.16 - 20.05.16       |  |
| Процентовка (70% готовности)                               | 01.05.16 - 20.05.16       |  |
| Нормоконтроль                                              | 4.06.16 - 10.06.16        |  |
| Допуск к защите                                            | 4.06.16 - 10.06.16        |  |
| Получение рецензии, отзыва                                 | 4.06.16 - 10.06.16        |  |
| Защита бакалаврской работы                                 | 14.06.2016                |  |

Зав. кафедрой



Т.А. Худякова 2016 г.

Руководитель работы



Т.А. Худякова 2016 г.

Студент-дипломник



М.А. Журба 2016 г.

## АННОТАЦИЯ

Журба М.А. Оценка инвестиционной привлекательности создания студии красоты «Fashion Forward» в г. Челябинске – Челябинск, ЮУрГУ, ИСТС– 471, 83 с., 23 ил., 21 табл., библиогр. список – 74наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа инвестиционной привлекательности создания студии красоты «Fashion Forward» в г. Челябинск.

В ходе работы проведен анализ российского и челябинского рынков индустрии красоты .

В выпускной квалификационной работе проанализирована инвестиционная привлекательность открытия студии красоты «Fashion Forward» путем применения простых (расчет  $NV$ ,  $PB$ ,  $PB$  и  $ARR$ ) и дисконтированных (расчет  $NPV$ ,  $DPB$ ,  $DPI$  и  $IRR$ ) методов оценки инвестиций. Также был проведен анализ чувствительности проекта к изменению факторов, оказывающих наиболее сильное влияние на показатель  $NPV$ : цена туров ( $p$ ), объем продаж ( $Q$ ) и постоянные издержки ( $FC$ ). На основе полученных данных были сделаны выводы об эффективности и экономической целесообразности внедрения данного инвестиционного проекта.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВВЕДЕНИЕ.....                                                                                                           | 5  |
| 1 ОБЩИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ .....                                                                 | 7  |
| 1.1 Теоретические аспекты инвестиций и инвестиционной деятельности.....                                                 | 7  |
| 1.2 Эффективность инвестиционного проекта: содержание, виды и методы<br>оценки.....                                     | 20 |
| 1.3 Анализ рисков инвестиционных проектов.....                                                                          | 30 |
| 2. АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В РОССИИ И<br>ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ. ....                                               | 37 |
| 2.1 Анализ развития индустрии красоты в России.....                                                                     | 37 |
| 2.2 Анализ рынка индустрии красоты в Челябинске.....                                                                    | 45 |
| 2.3 Концепция создания студии красоты «Fashion Forward» .....                                                           | 52 |
| 3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА<br>СОЗДАНИЯ СТУДИИ КРАСОТЫ .....                                        | 63 |
| 3.1 Расчет простых показателей оценки эффективности инвестиционного<br>проекта.....                                     | 63 |
| 3.2 Расчет дисконтированных показателей эффективности инвестиционного<br>проекта.....                                   | 64 |
| 3.3 Анализ безубыточности и чувствительности проекта к рискам .....                                                     | 66 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....                                                                                          | 74 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А Анкета для выявления спроса потенциальных потребителей<br>на услуги студии красоты «Fashion Forward» ..... | 81 |

## ВВЕДЕНИЕ

Инвестиции играют важнейшую роль как на макро -, так и на микроуровне. По сути, они определяют будущее страны в целом, отдельного субъекта хозяйствования и являются локомотивом в развитии экономики.

В настоящее время одной из наиболее острых проблем России остается обеспечение поступательного развития экономики. В числе факторов, влияющих непосредственно на процессы экономического развития, решающую роль играет инвестирование. В условиях экономического перехода к рыночным условиям хозяйствования кардинальные изменения произошли и в организации инвестиционного процесса. Возникла необходимость формирования принципов нового механизма финансирования инвестиционной деятельности, как на микро уровне, так и в масштабах всего государства. Этим обуславливается интерес, проявляемый к исследованиям в области инвестирования.

Традиционно под инвестициями принято понимать осуществление определенных экономических проектов в настоящем с расчетом получить доход в будущем. Такой подход к пониманию инвестиций является преобладающим как в отечественной, так и зарубежной экономической литературе. В широком смысле, под инвестициями принято понимать денежные средства, имущественные и интеллектуальные ценности государства, юридических и физических лиц, направленные на создание новых предприятий, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих, приобретение недвижимости, акций, облигаций и других ценных бумаг и активов с целью получения прибыли и (или) иного положительного эффекта.

Актуальность темы: в настоящее время очень актуален вопрос внешней привлекательности. Популяризация программ о преображении, стремление к известности в социальных сетях мотивирует девушек, женщин и даже мужчин серьезно задумываться о своем внешнем виде. Потребители не стремятся экономить на своем внешнем облике и на создание своего образа в обществе в частности. Сегодня потребители предпочитают проходить процедуру

преобразования в комплексе, тем самым не затрачивая большие суммы и при этом заранее обговаривая конечный результат.

Объектом данной работы является проект по открытию студии красоты «Fashion Forward». Предмет исследования – методы оценки инвестиционной привлекательности.

Целью данной работы является анализ экономической целесообразности открытия студии красоты «Fashion Forward». Достижение поставленной цели осуществляется с помощью решения следующих задач:

- 1) раскрытие сущности инвестиций и инвестиционной деятельности;
- 2) характеристика методов анализа привлекательности инвестиционного проекта;
- 3) анализ динамики развития рынка индустрии красоты в России и г. Челябинске.
- 4) расчет показателей эффективности инвестиционного проекта;
- 5) оценка рисков проекта.

В процессе проведения исследования была использована теоретическая и методологическая литература, статьи, публикации, справочная литература, электронные ресурсы, нормативные и законодательные документы и акты.

# 1 ОБЩИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ

## 1.1 Теоретические аспекты инвестиций и инвестиционной деятельности

Инвестиции – это достаточно новый для нашей экономики термин. В рамках централизованной плановой системы использовалось только одно понятие «капитальные вложения», под которыми понимались все затраты на воспроизводство основных фондов, включая затраты на их ремонт [3].

В научной литературе эти два понятия в последние годы трактуются по-разному. Под инвестициями принято понимать осуществление экономических проектов в настоящем, с расчетом получить доходы в будущем. В Законе РФ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» №39 ФЗ от 25 февраля 1999 года, дается такое определение инвестициям: *«...инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного положительного эффекта»* [1].

Основными признаками инвестиций являются:

1. Реализация вложений лицами (инвесторами), которые имеют определенные цели, не всегда совпадающие с общеэкономической выгодой;
2. Предполагаемая способность инвестиций приносить доход;
3. Определенный срок вложения средств (всегда индивидуальный);
4. Сконцентрированный характер вложения капитала в объекты и инструменты инвестирования;
5. Использование различных ресурсов инвестиций, которые характеризуются спросом, предложением и ценой, в процессе осуществления инвестиций;
6. Наличие риска вложения капитала.

Цель инвестирования состоит в поиске и определении такого варианта вложения инвестиций, при котором обеспечивался бы требуемый уровень доходности и минимальный риск.

На инвестирование оказывают воздействие различные факторы:

- временной фактор. Инвестирование предполагает означает отказ от использования дохода на текущее потребление, чтобы в будущем иметь большую сумму. Другими словами, инвестор намерен получить в будущем сумму денег, превосходящую отложенную в текущий момент, как плату за то, что он не потратил деньги на себя, а предоставил их в долг.

- инфляционный фактор. Под инфляцией понимается устойчивое, неуклонное повышение общего уровня цен. Инвестор, предполагая, что цены на необходимые ему товары и услуги возрастут, должен компенсировать подобное повышение цен, когда он вкладывает свои средства в тот или другой вид инвестиций. Иначе ему невыгодно осуществлять инвестирование. Инфляционное давление на рубль в сентябре 2015 и по 20 марта 2016 года было значительным. Соответственно те немногие любители национальной валюты, держащие рубль в натуральной форме, лишились официальных двух процентов. Любые банковские рублевые вложения данного периода, хотя и улучшили отрицательную доходность, но тоже были убыточными. Даже годовые вклады на значительные суммы не предполагали в 2016 г более 12 процентов. А месячная инфляция в годовом исчислении была в два раза больше. Соответственно держатели длинных вкладов получили минусовую доходность (– 1%) [19,26].

- фактор риска. Риск – это возможность не получения от инвестиций желаемого результата. Когда инвестирование сопряжено с риском для инвестора, то для последнего важно возмещение за риск при вложении средств в инвестиционный объект.

В инвестиционном бизнесе особенную роль играет инвестиционный или холдинговый период. Холдинговый период – это период времени от

момента приобретения инвестиции до ее окончательной реализации или ликвидации (превращения в наличные деньги) [2].

В зависимости от различных факторов существуют различные виды инвестирования. Таким образом, инвестирование подразделяют на:

- инвестирование в финансовые активы;
- инвестирование в нефинансовые активы;
- инвестирование в материальные активы;
- инвестирование в нематериальные ценности.

Инвестирование в финансовые активы предполагает вложение средств в различные ценные бумаги: акции, облигации, депозитные и сберегательные денежные сертификаты, фьючерсы и т.п. [34].

Инвестирование в нефинансовые активы предполагает вложение средств в драгоценные камни, драгоценные металлы, предметы коллекционирования.

Инвестирование в материальные активы включает в себя вложение средств в производственные здания, сооружения, станки, оборудование, строительство жилых и других помещений [56].

Под инвестированием в нематериальные ценности подразумевается вложение денежных средств в знания, переподготовку персонала, в здравоохранение, научные исследования и разработки.

Так же инвестиции по объектам вложения средств принято делить на портфельные и реальные. Портфельные инвестиции – вложения в акции, облигации, другие ценные бумаги, активы других предприятий. Реальные инвестиции – вложения в создание новых, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий. В этом случае предприятие–инвестор, вкладывая средства, увеличивает свой производственный капитал – основные производственные фонды и необходимые для их функционирования оборотные средства [2].

По цели инвестирования выделяют прямые и портфельные (непрямые) инвестиции. Прямые инвестиции выступают как вложения в уставные

капиталы предприятий (фирм, компаний) с целью установления непосредственного контроля и управления объектом инвестирования. Они направлены на расширение сферы влияния, обеспечение будущих финансовых интересов, а не только на получение дохода. Портфельные инвестиции представляют собой средства, вложенные в экономические активы с целью извлечения дохода (в форме прироста рыночной стоимости инвестиционных объектов, дивидендов, процентов, других денежных выплат) и диверсификации рисков. Как правило, портфельные инвестиции являются вложениями в приобретение принадлежащих различным эмитентам ценных бумаг, других активов [54].

Инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений, подразделяются на:

1. Оборотные инвестиции (направленные на снижение риска по приобретению сырья, комплектующих изделий, на удержание уровня цен, защиту от конкурентов и т.д.);
2. Наступательные инвестиции (обусловленные поиском новых технологий и разработок, с целью поддержания высокого научно-технического уровня производимой продукции);
3. Социальные инвестиции (улучшение условий труда персонала); обязательные инвестиции (удовлетворение государственных требований в части экологических стандартов, безопасности продукции, иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены за счет только совершенствования менеджмента);
4. Представительские инвестиции (на поддержание престижа предприятия).

В зависимости от направленности действий выделяют:

1. Начальные инвестиции (нетто-инвестиции), осуществляемые при приобретении или основании предприятия;
2. Экстенсивные инвестиции, направленные на расширение производственного потенциала;

3. Реинвестиции, под которыми понимают вложение высвободившихся инвестиционных средств в покупку или изготовление новых средств производства;

4. Брутто-инвестиции, включающие нетто-инвестиции и реинвестиции.

Инвестиции играют весьма важную роль в экономике. Они объективно необходимы для стабильного развития экономики, обеспечения устойчивого экономического роста. Активный инвестиционный процесс предопределяет экономический потенциал страны в целом, способствует повышению жизненного уровня населения. Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов зависит в значительной степени от объемов и форм осуществляемых инвестиций [5].

На общеэкономическом уровне инвестиции требуются для:

- расширения воспроизводства;
- структурных преобразований в стране;
- повышения конкурентоспособности отечественной продукции;
- решения социально-экономических проблем, в частности проблем

безработицы, экологии, здравоохранения, развития системы образования и др.

На микроуровне инвестиции способствуют:

1. Развитию и упрочнению позиции компании.
2. Обновлению основных фондов.
3. Росту технического уровня фирмы.
4. Стабилизации финансового состояния.
5. Повышению конкурентоспособности предприятия.
6. Повышению квалификации кадрового состава.
7. Совершенствованию методов управления.

Любой вид инвестирования предполагает определение двух основных параметров: доходности и риска.

Инвестиционный проект – это любое вложение капитала на срок с целью получения последующего дохода. В экономической литературе по инвестиционному проектированию и проектному анализу инвестиционный

проект рассматривается как комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение определенных целей в течение ограниченного периода времени [34].

Инвестиционный проект – это, прежде всего, полный и структурированный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий и оборудования, подготовку кадров и т.п., направленных на создание нового или модернизацию действующего производства товаров (работ, услуг) с целью получения прибыли. Инвестиционный проект всегда порождается некоторым проектом, обоснование целесообразности и характеристики которого он содержит. Поэтому, под теми или иными свойствами, характеристиками, параметрами инвестиционного проекта (продолжительность, реализация, денежные потоки и т.п.) понимаются свойства, характеристики, параметры порождающего его проекта.

Эксперты дают следующую классификацию инвестиционных проектов. В зависимости от их взаимного влияния инвестиционные проекты можно разделить на:

- независимые, когда решение о принятии одного проекта не влияет на решение о принятии другого. Для того чтобы инвестиционный проект А был независим от проекта В должны выполняться два условия:
  - должны быть возможности (технические, технологические) осуществить проект А вне зависимости от того, будет или не будет принят проект В;
  - на денежные потоки, ожидаемые от проекта А, не должно влиять принятие или отказ от проекта В.

Каждая стадия инвестиционного проекта должна способствовать предотвращению неожиданностей и возможных рисков на последующих стадиях, помогать поиску самых экономичных путей достижения заданных результатов, оценке эффективности инвестиционного проекта и разработке его бизнес-плана.

На прединвестиционной фазе необходимо сформулировать инвестиционный замысел (идентифицировать проект). Идеи осуществления инвестиционного проекта появляются в связи с неудовлетворительным спросом на товары и услуги, наличием временно свободных средств, желанием реализовать предпринимательские способности и т.п. Как правило, рассматривается несколько вариантов бизнес-идеи и отклоняются варианты, предполагающие высокую стоимость, чрезмерный риск, отсутствие надежных источников финансирования.

Как правило, оценка осуществляется с помощью методов анализа эффективности проектов.

При принятии решения об инвестировании денежных средств в проект важную роль играет экспертиза проекта. Экспертиза – оценка проекта в целях предотвращения создания объектов, использование которых нарушает интересы государства, права физических и юридических лиц или не отвечает установленным требованиям стандартов, а также для определения эффективности осуществляемых вложений. Инвестиционные проекты, которые осуществляются за счёт или с участием бюджета различного уровня, которые требуют государственной поддержки или гарантии, подлежат государственной комплексной экспертизе.

Работа по проведению экспертизы осуществляется группой экспертов, которая готовит заключение, где содержатся окончательные выводы о целесообразности реализации проекта, а также оценка технических, финансовых, экономических, экологических и социальных аспектов проекта.

Завершающим этапом прединвестиционных исследований является разработка технико-экономического обоснования (ТЭО). Технико-экономическое обоснование – это комплект расчётно-аналитических документов, отражающих исходные данные по проекту, основные технические, технологические, расчётно-сметные, оценочные, конструктивные, природоохранные решения, на основе которых возможно определить эффективность и социальные последствия проекта.

ТЭО является обязательным документом при финансировании капитальных вложений из государственного бюджета (полностью или на долевых началах), централизованных фондов министерств и ведомств, собственных ресурсов государственных предприятий.

Разработка ТЭО осуществляется юридическими и физическими лицами, получившими лицензию на выполнение соответствующих видов проектных работ.

На практике не существует единой, универсальной модели ТЭО. Но зарубежный и отечественный опыт позволяет дать примерную структуру разделов ТЭО:

1. Предпосылки и основная идея проекта.
2. Анализ рынка и маркетинговая стратегия.
3. Обеспеченность ресурсами.
4. Место размещения инвестиционного объекта и окружающая среда.
5. Проектирование и технология.
6. Организационная схема и управление предприятием.
7. Трудовые ресурсы.
8. Реализация проекта.
9. Финансовый анализ и оценка инвестиций.
10. Резюме.

Инвестиционная фаза заключается в принятии стратегических плановых решений, которые должны позволить инвесторам определить объемы и сроки инвестирования, а также составить наиболее оптимальный план финансирования проекта. В рамках этой фазы осуществляется заключение контрактов и договоров подряда, проводятся капитальные вложения, строительство объектов, пуско-наладочные работы и др.

Операционная (производственная) фаза инвестиционного проекта заключается в текущей деятельности по проекту: закупка сырья, производство и сбыт продукции, проведение маркетинговых мероприятий и т.п. На этой стадии проводятся непосредственно производственные операции, связанные с взаиморасчетами с контрагентами (поставщиками, подрядчиками,

покупателями, посредниками), формирующие денежные потоки, анализ которых позволяет оценивать экономическую эффективность данного инвестиционного проекта.

Ликвидационная фаза связана с этапом окончания инвестиционного проекта, когда он выполнил поставленные цели либо исчерпал заложенные в нем возможности. На данной стадии инвесторы и пользователи объектов капитальных вложений определяют остаточную стоимость основных средств с учетом амортизации, оценивают их возможную рыночную стоимость, реализуют или консервируют выбывающее оборудование, устраняют в необходимых случаях последствия осуществления ИП.

Ликвидационная фаза может возникнуть и в случае преждевременного закрытия проекта независимо от степени достижения поставленных целей. Подобное решение может быть вызвано изменением планов инвестора, недостатком средств на осуществление проекта, ошибками в расчетах, появлением альтернативных проектов и др. Если имеется потенциальная вероятность возобновления проекта, процесс закрытия должен предусматривать подготовку к будущему восстановлению организационной структуры проекта и возможность возобновления работ.

Когда проект пришел к нормальному или преждевременному завершению, проблему закрытия проекта следует рассматривать как особый проект, одноразовую уникальную задачу со специфическими ограничениями ресурсов.

Одной из важнейших проблем при реализации инвестиционного проекта является его финансирование, которое должно обеспечить:

- реализацию проекта в проектируемом объеме;
- оптимальную структуру инвестиций и требуемых платежей (налогов, процентных выплат по кредиту);
- снижение риска проектов;
- необходимое соотношение между заёмными и собственными средствами.

Система финансирования включает:

1. Источники финансирования проекта.
2. Формы финансирования.

Источники финансирования инвестиционного проекта. Источники финансирования проектов можно классифицировать по следующим критериям:

1. По отношениям собственности.
2. По видам собственности.

По отношениям собственности источники финансирования делятся на:

1. Собственные;
2. Привлеченные.

К собственным источникам относятся:

1. Прибыль;
2. Амортизационные отчисления;
3. Страховые суммы в виде возмещения потерь от аварий, стихийных бедствий и др.;
4. Денежные накопления и сбережения граждан и юридических лиц, переданные на безвозвратной основе (благотворительные взносы, пожертвования и т.п.).

К привлеченным источникам:

- средства, получаемые от продажи акций, паевые и иные взносы членов трудовых коллективов, граждан, юридических лиц;
- заемные финансовые средства инвесторов (банковские и бюджетные кредиты, облигационные займы и другие средства);
- денежные средства, централизуемые объединениями (союзами) предприятий в установленном порядке;
- инвестиционные ассигнования из бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов;
- иностранные инвестиции.

По видам собственности источники финансирования делятся на:

1. Государственные инвестиционные ресурсы:

- бюджетные средства;
- средства внебюджетных фондов;
- привлеченные (государственные займы, международные кредиты).

2. Частные инвестиционные ресурсы коммерческих и некоммерческих организаций, общественных объединений, физических лиц);

3. Инвестиционные ресурсы иностранных инвесторов.

Различают следующие формы финансирования: бюджетное, акционерное, кредитование, проектное.

Бюджетное финансирование предполагает инвестиционные вложения за счёт средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов РФ, предоставляемых на возвратной и безвозвратной основе.

Акционерное финансирование – это форма получения инвестиционных ресурсов путём эмиссии ценных бумаг.

Как правило, данный вид финансирования инвестиционных проектов предполагает:

- дополнительную эмиссию ценных бумаг под конкретный проект;
- создание инвестиционных компаний, фондов с эмиссией ценных бумаг для финансирования инвестиционных проектов.

Кредитование является довольно распространенной формой финансирования инвестиционных проектов в мировой практике. Однако, в нашей стране кредитование долгосрочных проектов пока не получило должного развития.

Положительными чертами кредитов как источников получения средств для инвестиционных проектов являются:

- значительный объём средств;
- внешний контроль за использованием предоставленных ресурсов.

Негативные особенности банковского кредитования проектов заключаются:

- потере части прибыли в связи с необходимостью уплаты процентов по кредиту;
- необходимости предоставления залога или гарантий;
- увеличении степени риска из-за несвоевременного возврата кредита.

Проектное финансирование – это финансирование инвестиционных проектов, при котором источником обслуживания долговых обязательств являются денежные потоки, генерируемые проектом. Специфика этого вида инвестирования состоит в том, что оценка затрат и доходов осуществляется с учетом распределения риска между участниками проекта.

Проектное финансирование принимает следующие формы:

- с полным регрессом на заемщика;
- без регресса на заемщика;
- с ограниченным регрессом на заемщика.

Первая форма применяется, как правило, при финансировании некрупных, малоприбыльных, некоммерческих проектов. В этом случае заемщик принимает на себя риск, а кредитор – нет, при этом стоимость заемных средств должна быть ниже.

Вторая форма предусматривает, что все риски, связанные с проектом, берет на себя кредитор, соответственно стоимость привлеченного капитала высокая. Подобное финансирование используется не часто, как правило, для проектов по выпуску конкурентоспособной продукции и обеспечивающих высокий уровень рентабельности.

Третья форма является наиболее распространенной, она означает, что все участники проекта распределяют генерируемые проектом риски и соответственно каждый заинтересован в положительных результатах реализации проекта на каждой стадии его осуществления.

Проектное финансирование в отличие от других форм обеспечивает:

- более достоверную оценку платежеспособности и надежности заемщика;

- адекватное выявление жизнеспособности, реализуемости и эффективности проекта и его рисков.

Данная форма финансирования пока не получила должного распространения в нашей стране. Она применяется главным образом в рамках реализации закона о соглашении о разделе продукции. Создан Федеральный центр проектного финансирования. Его основной задачей является работа по подготовке и реализации проектов, предусмотренных соглашениями между Россией и международными организациями, а также финансируемых из других внешних источников.

В последние годы в России стали распространяться такие формы финансирования инвестиционных проектов, которые зарекомендовали себя в мировой практике как довольно эффективные для предприятий и в целом для развертывания инвестиционного процесса. К ним можно отнести лизинг и инвестиционный налоговый кредит.

Лизинг именно в кризисные годы во многих странах способствовал обновлению основного капитала. Федеральный Закон "О лизинге" определяет лизинг как вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передачи его на основании договора физическим или юридическим лицам за определенную плату, на обусловленный срок и на оговоренных в договоре условиях с правом выкупа имущества лизингополучателем. В соответствии с Законом лизинг относится к прямым инвестициям. Лизингополучатель должен возместить лизингодателю инвестиционные затраты и выплатить вознаграждение.

С введением первой части Налогового кодекса РФ предприятия могут использовать инвестиционный налоговый кредит. Последний предоставляется на условиях платности, возвратности и срочности. Проценты за пользование подобным кредитом устанавливаются в диапазоне от 50 до 75% от ставки рефинансирования ЦБ РФ.

Инвестиционный налоговый кредит предоставляется на:

- проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ или технического перевооружения собственного производства, в том

числе направленного на создание рабочих мест для инвалидов и защиту окружающей среды. Размер кредита в этом случае составляет 30% стоимости приобретенного оборудования, используемого в указанных целях;

- осуществление внедренческой или инновационной деятельности, создание новых или совершенствование применяемых технологий, создание новых видов сырья или материалов. Размер кредита определяется по соглашению между предприятием – налогоплательщиком и уполномоченным органом;

- выполнение организацией особо важного заказа по социально-экономическому развитию региона или предоставление особо важных услуг населению. В этом случае размер кредита также определяется по соглашению.

## 1.2 Эффективность инвестиционного проекта: содержание, виды и методы оценки

Инвестиционные проекты можно оценивать по многим критериям с точки зрения их социальной значимости, масштабам воздействия на окружающую среду, степени вовлечения трудовых ресурсов и т.п. Однако центральное место в этих оценках принадлежит эффективности инвестиционного проекта, под которой понимают соответствие полученных от проекта результатов – как экономических (в частности прибыли), так и внеэкономических (снятие социальной напряженности в регионе) – и затрат на проект. Согласно “Методическим рекомендациям”, эффективность инвестиционного проекта – это категория, отражающая соответствие проекта, порождающего этот ИП, целям и интересам участников проекта, под которыми понимаются субъекты инвестиционной деятельности (рассмотрены выше) и общество в целом.

Поэтому в термин «эффективность инвестиционного проекта» понимается как «эффективность проекта». То же относится и к показателям эффективности.

Среди адаптированных для условий перехода к рыночной экономике основных принципов и подходов, сложившихся в мировой практике к оценке эффективности инвестиционных проектов, можно выделить следующие:

- моделирование потоков продукции, ресурсов и денежных средств;
- учет результатов анализа рынка, финансового состояния предприятия, претендующего на реализацию проекта, степени доверия к руководителям проекта, влияние реализации проекта на окружающую природную среду и т.д.;
- определение эффекта посредством сопоставления предстоящих результатов и затрат с ориентацией на достижение требуемой нормы дохода на капитал и иных критериев;
- приведение предстоящих разновременных расходов и доходов к условиям их соизмеримости по экономической ценности в начальном периоде;
- учет влияния инфляции, задержек платежей и других факторов, влияющих на ценность используемых денежных средств;
- учет неопределенности и рисков, связанных с осуществлением проекта.

Эксперты предлагают оценивать следующие виды эффективности:

1. Эффективность проекта в целом.
2. Эффективность участия в проекте.

1. Эффективность проекта в целом оценивается для того, чтобы определить потенциальную привлекательность проекта, целесообразность его принятия для возможных участников. Она показывает объективную приемлемость ИП вне зависимости от финансовых возможностей его участников. Данная эффективность, в свою очередь, включает в себя:

- общественную (социально-экономическую) эффективность проекта;
- коммерческую эффективность проекта.

Общественная эффективность учитывает социально-экономические последствия реализации инвестиционного проекта для общества в целом, в

том числе как непосредственные затраты на проект и результаты от проекта, так и «внешние эффекты» – социальные, экологические и иные эффекты.

Коммерческая эффективность инвестиционного проекта показывает финансовые последствия его осуществления для участника инвестиционного проекта, в предположении, что он самостоятельно производит все необходимые затраты на проект и пользуется всеми его результатами. Иными словами, при оценке коммерческой эффективности следует абстрагироваться от возможностей участников проекта по финансированию затрат на инвестиционный проект, условно полагая, что необходимые средства имеются.

2. Эффективность участия в проекте определяется с целью проверки финансовой реализуемости проекта и заинтересованности в нем всех его участников. Данная эффективность включает:

- эффективность участия предприятий в проекте (его эффективность для предприятий–участников инвестиционного проекта);
- эффективность инвестирования в акции предприятия (эффективность для акционеров АО – участников инвестиционного проекта);
- эффективность участия в проекте структур более высокого уровня по отношению к предприятиям – участникам инвестиционного проекта (народнохозяйственная, региональная, отраслевая и т.п. эффективности);
- бюджетная эффективность инвестиционного проекта (эффективность участия государства в проекте с точки зрения расходов и доходов бюджетов всех уровней).

Общая схема оценки эффективности инвестиционного проекта. Прежде всего, определяется общественная значимость проекта, а затем в два этапа проводится оценка эффективности инвестиционного проекта.

На первом этапе рассчитываются показатели эффективности проекта в целом. При этом:

- если проект не является общественно значимым (локальный проект), то оценивается только его коммерческая эффективность;

- для общественно значимых проектов оценивается сначала их общественная эффективность [34]. Если такая эффективность неудовлетворительная, то проект не рекомендуется к реализации и не может претендовать на государственную поддержку. Если же общественная эффективность оказывается приемлемой, то оценивается коммерческая эффективность. При недостаточной коммерческой эффективности общественно значимого ИП необходимо рассмотреть различные варианты его поддержки, которые позволили бы повысить коммерческую эффективность ИП до приемлемого уровня. Если условия и источники финансирования общественно значимых проектов уже известны, то их коммерческую эффективность можно не оценивать.

Второй этап оценки осуществляется после выработки схемы финансирования. На этом этапе уточняется состав участников и определяются финансовая реализуемость и эффективность участия в проекте каждого из них.

Можно сформулировать основные задачи, которые приходится решать при оценке эффективности инвестиционных проектов:

1. Оценка реализуемости проекта – проверка удовлетворения всем реально существующим ограничениям технического, экологического, финансового и другого характера. Обычно все ограничения, кроме финансовой реализуемости, проверяются на ранних стадиях формирования проекта. Финансовая реализуемость инвестиционного проекта – это обеспечение такой структуры денежных потоков, при которой на каждом шаге расчета имеется достаточное количество денег для осуществления проекта, порождающего этот инвестиционный проект. Поэтому, термин «эффективность инвестиционного проекта» понимается как эффективность породившего его проекта. Соответственно, и «денежные потоки инвестиционного проекта» понимаются как денежные потоки проекта, связанного с этим ИП.

2. Оценка потенциальной целесообразности реализации проекта, его абсолютной эффективности, то есть проверка условия, согласно которому

совокупные результаты по проектам не менее ценны, чем требуемые затраты всех видов.

3. Оценка сравнительной эффективности проекта, под которой понимают оценку преимуществ рассматриваемого проекта по сравнению с альтернативным.

4. Оценка наиболее эффективной совокупности проектов из всего их множества. По существу, это – задача оптимизации инвестиционного проекта и она обобщает предыдущие три задачи.

К простым методам экономической оценки эффективности проекта относятся расчет следующих показателей:

1. Чистый доход (NV).
2. Норма прибыли (ARR).
3. Недисконтированный срок окупаемости (PB).
4. Недисконтированный индекс доходности (PI).

К дисконтированным методам экономической оценки эффективности проекта принадлежат следующие показатели:

1. Чистый дисконтированный доход (NPV).
2. Внутренняя норма доходности (IRR).
3. Дисконтированный срок окупаемости (DPB).
4. Индекс доходности (DPI).

Чистый доход (Net Value, NV) – это накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Чистый доход предполагает расчет по данной формуле:

$$NV = \sum_{t=0}^T (TR_t - TC_t) - \sum_{t=1}^T I_t, \quad (1)$$

где  $TR_t$  – выручка за расчетный период, руб.;  
 $TC_t$  – затраты предприятия за расчетный период, руб.;  
 $I_t$  – инвестиции в определенный период  $t$ , руб.;  
 $T$  – количество периодов, горизонт расчета, лет.

Если  $NV > 0$ , значит, проект эффективный и со стороны инвестора важным фактором является то, что показатель  $NV$  будет положительным.

Норма прибыли ( $ARR$ ) – показывает среднюю величину прибыльности проекта. Он отражает эффективность инвестиций в виде процентного отношения денежных поступлений к сумме первоначальных инвестиций и рассчитывается по формуле:

$$ARR = \frac{\overline{CF}}{I}, \quad (2)$$

где  $\overline{CF}$  – среднегодовая прибыль предприятия от инвестиционного проекта, руб.;

$I$  – общая стоимость инвестиций, руб.

Показатель нормы прибыли необходимо сравнивать со средним показателем по отрасли, в котором функционирует предприятие.

Период окупаемости ( $PB$ ) – это время, которое требуется для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока. Недисконтированный период окупаемости рассчитывается по следующей формуле:

$$PB = \frac{I}{\overline{CF}}, \quad (3)$$

где  $\overline{CF}$  – среднегодовая прибыль предприятия от инвестиционного проекта, руб.;

$I$  – общая стоимость инвестиций, руб.

Недисконтированный период окупаемости проекта можно рассчитывать, когда:

- все сопоставляемые с его помощью инвестиционные проекты имеют одинаковый срок жизни;
- все проекты предполагают разовое вложение первоначальных инвестиций;
- после завершения вложения средств инвестор за каждый расчетный период начинает получать примерно одинаковую прибыль.

Инвестиционный проект считается эффективным, если период окупаемости (PB) больше его горизонта расчета, т.е.  $PB > T$ .

Индекс доходности (PI) – показатель окупаемости инвестиционного проекта, его рентабельности. Он рассчитывается по формуле:

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T TR_t - TC_t}{\sum_{t=0}^T I_t} \quad (4)$$

где  $TR_t$  – выручка за расчетный период, руб.;

$TC_t$  – общие затраты предприятия за расчетный период, руб.;

$I_t$  – инвестиции в определенный период  $t$ , руб.;

$T$  – горизонт расчета, лет.

Чтобы проект был признан эффективным, значение PI должно быть больше единицы.

Простые методы оценки эффективности инвестиций имеют свои достоинства и недостатки. К плюсам использования данного метода расчета простых показателей можно отнести простоту расчета, а также данные показатели удобны для встраивания их в систему стимулирования руководящего персонала фирм. Недостатками простого метода является то, что в расчете не учитывают разные цены денежных средств во времени, игнорирование различия в продолжительности эксплуатации активов, созданных благодаря инвестированию, а также отсутствие связи с жизненным циклом проекта.

Существует также методы дисконтированных наличных потоков. Данные методы являются более объективной основой для оценки и выбора инвестиционного проекта, ведь они учитывают и размер, и согласуют ожидаемых наличных потоков в каждом периоде жизненного цикла проекта.

Дисконтирование является универсальной методикой приведения будущих денежных потоков к настоящему моменту, основанной на понятиях сложных процентов. Ставка дисконтирования  $r$  обычно определяется в виде процентов в год. Базовое определение ставки дисконтирования – это ставка

дохода, который можно получать на свои деньги, если отказаться от анализируемых инвестиций и поместить их в инвестиционные инструменты, не связанные с различным риском (банковские депозиты, стабильные ценные бумаги и т.п.), т.е. ставка «естественного прироста денег».

Одним из методов расчета ставки дисконтирования является расчет по полной формуле Фишера.

$$(1 + K) = (1 + r_m) \times (1 + j) \times (1 + r), \quad (5)$$

где  $K$  – в данной формуле ставка дисконтирования (далее  $r$ ), %;

$r_m$  – минимальная реальная доходность, %;

$r$  – премия за риск, %;

$j$  – уровень инфляции, %.

$r_m$  зачастую приравнивают к ставке рефинансирования банка. В данном случае ставка рефинансирования ЦБ РФ = 11%.

Величина риска  $r$  подразделяется на несколько категорий:

1. Низкий (3–5%) – вложения при интенсификации на базе освоенной техники;
2. Средний (5 – 10%) – увеличение объема продаж существующей продукции;
3. Высокий (10 – 15%) – производство и продвижение на рынок нового продукта;
4. Очень высокий (15 – 20%) – вложения в исследования и инновации.

Ставку дисконтирования также можно рассчитать по сокращенной формуле Фишера:

$$K = r_m + j + r, \quad (6)$$

где  $K$  – в данной формуле ставка дисконтирования (далее  $r$ ), %;

$r_m$  – минимальная реальная доходность, %;

$r$  – премия за риск, %;

$j$  – уровень инфляции, %.

Рассчитав ставку дисконтирования, можно приступить к расчету дисконтированных показателей оценки эффективности инвестиционного

проекта. Дисконтированные методы оценки эффективности проекта являются самыми полезными в произведении расчета инвестиционной привлекательности, потому что учитывают различные виды инфляции, изменения процентной ставки, нормы доходности и т.д., поэтому являются более точными. К этим показателям относятся чистый дисконтированный доход (NPV), дисконтированный индекс доходности (DPI), дисконтированный срок окупаемости (DPB), внутренняя норма доходности (IRR).

Чистый дисконтированный доход (ЧДД, NPV) – это сумма ожидаемого потока платежей, приведенная к стоимости на настоящий момент времени. Расчет происходит по формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t} \quad (7)$$

где  $CF(t)$  – денежный поток предприятия за  $t$ -й период, руб.;

$I(t)$  – инвестиции за  $t$ -й период, руб.;

$r$  – ставка дисконтирования, %;

$T$  – горизонт расчета, лет.

Проект считается эффективным, если чистый дисконтированный доход больше нуля, т.е.  $NPV \geq 0$ .

Дисконтированный индекс доходности (DPI) характеризует эффективность инвестиции и определяется как отношение суммы всех дисконтированных денежных потоков, к дисконтированному инвестиционному расходу. DPI равен увеличенному на единицу отношению NPV к накопленному дисконтированному объему инвестиций. Дисконтированный индекс доходности рассчитывается по формуле:

$$DPI = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}} = 1 + \frac{NPV}{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}}, \quad (8)$$

где  $CF(t)$  – денежный поток за  $t$ -й период, руб.;

$I(t)$  – инвестиции за  $t$ -й период, руб.;

$r$  – ставка дисконтирования, %;

$T$  – горизонт расчета, лет;

NPV – чистый дисконтированный доход предприятия, руб.

Если  $DPI \geq 1$ , то инвестиционный проект признается эффективным и становится интересен для предполагаемых инвесторов.

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) помогает выяснить и оценить то, насколько ликвидным будут капитальные вложения в проект, а также все возможные риски, связанные с реализацией данного проекта, точнее, чем показатель обычного периода окупаемости проекта. Расчет производится по формуле:

$$DPB = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t}}, \quad (9)$$

где  $I$  – инвестиции предприятия, руб.;

$\overline{CF}$  – средний денежный поток проекта за расчетный период, руб.;

$r$  – ставка дисконтирования, %;

$T$  – горизонт расчета, лет.

Инвестиционный проект считается эффективным, если дисконтированный срок окупаемости больше горизонта расчета, т.е.  $DPB \geq T$ .

Внутренняя норма доходности (IRR). Внутренняя норма доходности (IRR) представляет собой такую ставку дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, т.е.  $NPV = 0$ . IRR рассчитывается на основе расчет NPV:

$$NPV(IRR) = \sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t} = 0, \quad (10)$$

где  $CF$  – денежный поток за  $t$ -й период, руб.;

$I$  – инвестиции, руб.;

$r$  – ставка дисконтирования, %;

$T$  – горизонт расчета, лет.

Проект считается эффективным, если внутренняя норма доходности больше ставки дисконтирования ( $IRR > r$ ). Если же внутренняя норма доходности меньше ставки дисконтирования ( $IRR < r$ ), то такой проект признается неприемлемым. Если же данные показатели равны между собой ( $IRR = r$ ), то считается, что проект окупается и приносит минимальную величину прибыли.

### 1.3 Анализ рисков инвестиционных проектов

В условиях рыночных отношений проблема анализа и оценки рисков на стадии инвестиционного проектирования приобретает все большее самостоятельное значение как важная составная часть теории и практики управления. Потребность в исследованиях в данной области не только является актуальной, но и существенно возрастает в период динамичных изменений в экономическом и социальном развитии страны. Особое значение проблема измерения рисков инвестиций приобретает в производственной сфере.

Инвестирование развития промышленных предприятий сопряжено с риском неполучения ожидаемых результатов в желаемые сроки. Чтобы выжить в условиях рыночной экономики, предприятиям нужно решаться на внедрение технических новшеств, на смелые, нетривиальные действия, а это усиливает риск. В связи с этим возникает необходимость анализа и оценки степени риска инвестиций с тем, чтобы заранее, еще до осуществления инвестиций, потенциальные инвесторы, включая и само предприятие, планирующее инвестиционный проект, могли иметь ясную картину реальных перспектив возврата денежных средств и получения прибыли. Отсюда следует, что предприятиям надо уметь управлять риском в процессе, стремясь снизить его до наименьшего уровня. Корректно полученные оценки риска инвестиций

имеют ценность не столько сами по себе, сколько в связи с необходимостью принятия инвестиционных решений в конкретных ситуациях. Таким образом, основная цель данной статьи заключается в расширении знаний о качественных и количественных свойствах инвестиционных процессов с учетом риска как характерного фактора современной экономики посредством освещения теоретических и практических аспектов моделирования и измерения рисков в процессе инвестиционного проектирования, осуществляемого предприятиями производственной сферы [66]. Анализ рисков происходит по двум направлениям:

1. Анализ безубыточности.
2. Анализ чувствительности.

Точка безубыточности определяет порог прибыльности от реализации товара и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки компании будут равны выручке от реализации (т.е. прибыль = 0). Точка безубыточности предприятия является контрольной точкой для разработки стратегии ценообразования, установления цены на товар, значений максимальных скидок и проведения ценовой дискриминации. Понятие точки безубыточности производства широко используется для защиты инвестиционных проектов, утверждения бизнес плана компании. По факту точка безубыточности показывает, каким должен быть объем продаж компании при прогнозируемом уровне затрат для получения нулевой прибыли от проекта.

При расчете точки безубыточности вы должны определить ее значение в денежном выражении (объем продаж или выручка) и в натуральном выражении (в единицах продукции). Иногда рассчитывают необходимый уровень маржинальной прибыли в точке безубыточности, который означает рентабельность продаж при текущих переменных затратах на производство.

Универсальная формула для расчета точки безубыточности выглядит следующим образом:

$$Q_0 = \frac{FC}{p - AVC}, \quad (11)$$

где FC – постоянные издержки проекта (предприятия), руб.;  
AVC – переменные издержки предприятия на единицу продукции, руб.;  
p – цена единицы продукции, руб.

Данная формула рассчитывает точку безубыточности в количественном выражении. Для определения точки безубыточности в стоимостном выражении необходимо применить следующую формулу:

$$Q_6 = \frac{TR \times FC}{TR - VC}, \quad (12)$$

где TR – выручка предприятия за определенный период, руб.;  
FC – постоянные издержки предприятия, руб.;  
VC – переменные издержки предприятия, руб.

Определить точку безубыточности проекта можно также графическим методом. Для того, чтобы построить график для нахождения точки безубыточности вам необходимо знать:

1. Уровень постоянных затрат
2. Себестоимость 1 единицы товара
3. Цена продажи 1 единицы товара.

Затем идет построение двух кривых.:

1. Первая кривая будет являться суммой всех издержек компании (и зависеть от объема производства).

2. Вторая кривая будет означать выручку от продажи товара, которая будет зависеть от объема производства компании. Пересечение двух данных кривых и будет являться точкой безубыточности проекта.

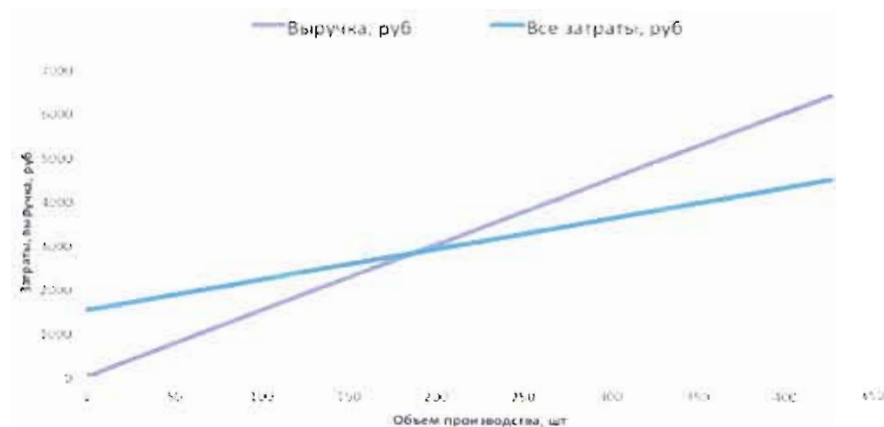


Рисунок 1.1 – Графическое представление точки безубыточности

Реализация инвестиционного проекта, как правило, происходит в ситуации, отличной от той, на которую он планировался, т.е. при разработке инвестиционного проекта предусматриваются одни условия, а практически могут существовать другие. Поэтому, разрабатывая инвестиционный проект, необходимо задаваться вопросом: «А что произойдет, если..?». Получение ответа на данный вопрос лежит в основе так называемого анализа чувствительности.

Анализ чувствительности проекта относится к методам повышения надежности результатов проводимых расчетов. Он не оценивает риск всего проекта, а выявляет наиболее критические его факторы.

Анализ чувствительности проекта позволяет оценить потенциальное воздействие риска на эффективность проекта. Не измеряя риска как такового, анализ чувствительности отвечает на вопрос, насколько сильно каждый конкретный параметр инвестиционного проекта может измениться в неблагоприятную сторону (при неизменности других параметров), прежде чем это повлияет на решение о выгодности проекта.

Цель анализа чувствительности состоит в том, насколько сильно изменится эффективность проекта при определенном изменении одного из исходных параметров проекта. Чем сильнее эта зависимость, тем выше риск

реализации проекта, т.е. незначительное отклонение от первоначального замысла окажет серьезное влияние на успех всего проекта.

Анализ чувствительности проекта может применяться для определения факторов, в наибольшей степени оказывающих влияние на эффективность проекта.

Алгоритм анализа чувствительности:

1. Определение наиболее вероятных базовых значений основных параметров инвестиционного проекта (объема продаж, цены реализации, издержек производства и т.п.).

2. Расчет показателей эффективности проекта при базовых значениях исходных параметров.

3. Выбор показателя эффективности инвестиций (основного ключевого показателя), относительно которого производится оценка чувствительности. Таким ключевым показателем, в принципе, может быть любой из дисконтированных показателей эффективности инвестиций: чистый дисконтированный доход NPV, индекс доходности ИД, внутренняя норма доходности ВНД или период возврата инвестиций  $T_{\text{ж}}$ .

Однако вследствие сложности анализа чувствительности, рекомендуется выбирать наиболее значимые для оценки эффективности инвестиционного проекта. Чаще всего в качестве ключевых показателей принимается чистый дисконтированный доход NPV или внутренняя норма доходности ВНД:

- чистый дисконтированный доход NPV следует выбирать, когда инвестор уже определен и известны его требования к доходности инвестиций, т.е. его будет интересовать чувствительность сегодняшней стоимости инвестиционного проекта в абсолютном выражении

- внутренняя норма доходности ВНД характеризует эффективность проекта в целом, поэтому показатель ВНД следует выбирать, если интересует чувствительность эффективности проекта в целом;

Выбор основных факторов, относительно которых определяется чувствительность основного ключевого показателя (NPV, ВНД), а,

следовательно, и проекта в целом. Факторы, варьируемые в процессе анализа чувствительности, можно разделить:

1. Факторы прямого действия (непосредственно влияющие на объем поступлений и затрат).
2. Расчет значений ключевого показателя при изменении основных факторов.

Анализ чувствительности позволяет учитывать риск и неопределенность при реализации инвестиционного проекта: например, если критическим фактором оказалась цена продукции, то можно усилить программу маркетинга или снизить стоимость проекта; если проект оказался более чувствительным к объему производства, то следует обратить внимание на возможность роста производительности труда (обучение рабочих, улучшение организации и управления и др.). В США около 40% нефтяных компаний используют этот метод как средство сокращения риска.

Недостатками метода анализа чувствительности являются:

- не является всеобъемлющим, так как не рассчитан для учета всех возможных обстоятельств;
- не уточняет вероятность осуществления альтернативных вариантов; чувствительность различных факторов не всегда может быть сопоставлена непосредственно;
- факторы не являются взаимно независимыми и могут изменяться одновременно (например, изменение цен ведет к изменению объема продаж).

**ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.** Таким образом, инвестиционная деятельность в той или иной степени присуща любому предприятию. В соответствии с Федеральным законом от 25.02.1999 № 39 – ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» инвестициями являются денежные средства, ценные бумаги и иное имущество, в том числе имущественные права и иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемы в объекты

предпринимательской и/или другой видов деятельности в целях получения прибыли и/или достижения иного полезного эффекта [64].

Оценка эффективности инвестиций – важный этап в процессе управления инвестициями. Эффективность инвестиционного проекта – это категория, отражающая соответствие результатов инвестиционного проекта целям и интересам его участников.

Для оценки эффективность инвестиционных проектов применяются такие методы, как простые (расчет NV, PB, PB и ARR) и дисконтированные (расчет NPV, DPB, DPI и IRR).

## 2. АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В РОССИИ И ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ.

### 2.1 Анализ развития индустрии красоты в России

За последние годы развитие индустрия красоты в России набирает обороты. Салоны красоты и различные производные этой сферы бизнеса есть в любом городе страны в больших количествах. В маленьких городах салоны располагаются преимущественно на центральных улицах, а на окраинах доживают свои дни парикмахерские, оставшиеся от советского прошлого. Чем больше город, тем больше салонов будет располагаться не только в центре, но и в спальных районах. Несмотря на обилие салонов, оказывающих различные услуги, в России еще нет такого органа, который бы вел точный учет количества салонов, задействованных в индустрии «красивого» бизнеса. К ним относятся:

- салоны красоты,
- спа-салоны,
- массажные салоны,
- ногтевые студии,
- клиники косметологии,
- студии загара.

Точное количество салонов красоты неизвестно. Однако существует множество различных инстанций и инспекций, которые следят за салонами. В частности это Роспотребнадзор, который контролирует многие сферы бытовых услуг, а также Роспотребнадзор, который контролирует все, что относится к медицинским услугам. Перечисленные службы являются «основными», но есть и другие. Они отвечают за пожарную безопасность, налоги и прочее. На вопрос о том, «можно ли считать салонный бизнес отдельной отраслью?», нельзя ответить однозначно. С юридической стороны такой отрасли не существует. Но с тем, что салонный бизнес обеспечивает рабочими местами и формирует часть бюджета с помощью налогов, никто не

поспорит. Ежедневно по всей стране обслуживается несколько миллионов клиентов. В первую очередь существование салонной отрасли признают владельцы и работники данной сферы услуг.

В них входят: парикмахеры, визажисты, стилисты, косметологи, специалисты по дизайну ногтей и прочие. Однако кроме этих людей есть и множество других участников, которые не могут отрицать существования салонной индустрии. Как правило, это:

1. Поставщики и производители различных средств по уходу за волосами, ногтями, кожей и прочее. В частности к ним относятся крупнейшие мировые бренды, такие как Schwarzkopf & Henkel, L'Oreal, Procter & Gamble, Unilever.

2. Производители и поставщики специального оборудования и мебели для салонов, спа-комнат и прочее.

3. Архитектурные и дизайн студии, работающие над оформлением салонных интерьеров.

4. Фирмы, занимающиеся ремонтом и обустройством помещений под салонную деятельность.

5. Транспортные и логистические компании, занимающиеся доставкой оборудования, косметических средств по всей стране.

6. Центры по обучению и подготовке специалистов, начиная от визажиста и заканчивая руководителем.

7. Кадровые центры по подбору персонала.

8. Агентства, занимающиеся куплей-продажей салонов. Как правило, этим занимается либо небольшая узкоспециализированная организация, либо отдел агентства, где есть квалифицированные специалисты в данной области.

9. Фирмы, оказывающие аудиторские и юридические услуги.

10. Профессиональные и специализированные издания. К ним можно отнести как «глянец», так и интернет-журналы. В них публикуются материалы и статьи о новинках и модных тенденциях. Целевой аудиторией таких изданий являются профессионалы и посетители салонов.

11. Ежегодные выставки салонного оборудования, косметических средств и мебели.

12. Рекламные агентства, занимающиеся стратегическим планированием, разработкой маркетинговой политики, фирменного стиля, рекламы, сайта и прочим.

13. Консалтинговые фирмы.

14. Компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения и программ для салонов.

Существует целое множество организаций и предприятий, которые обслуживают салонный бизнес, что в свою очередь говорит о том, что данная индустрия все же существует.

Ежегодно растет количество выставок и конференций, которые посвящены «красивому» бизнесу. Компании организуют и проводят мероприятия не только в России, но и в странах ближнего зарубежья. На такие конференции приходят владельцы бизнеса и руководители, чтобы обсудить и поделиться последними достижениями и нововведениями в области управления салонным бизнесом. Крупнейшим представителем подобных конференций является Inter Charm Professional, которая ежегодно проводит конференцию «Менеджмент салонов красоты».

Интересным фактом становления салонного бизнеса является количество инвесторов, которые хотят вложить средства именно в салонный бизнес. Поэтому вторичный рынок салонного бизнеса активно развивается. В качестве примера можно привести Москву, где существует большое количество фирм, занимающихся торговлей готового бизнеса. У таких фирм существуют базы данных, которые насчитывают сотни инвесторов, ждущих подходящего варианта для вложения средств в салонный бизнес. Кроме того, существуют специальные франчайзинговые программы, при помощи которых ведущие салоны красоты предлагают предпринимателям, желающим обзавестись салонным бизнесом. В стандартный «пакет» обычно входят все составляющие, которые сводят все риски к минимуму. Однако большая часть представленных франшиз принадлежит премиум – и бизнес-классам. Эти два

сегмента являются не только самыми насыщенными и дорогими, но и самыми бесперспективными. Дальнейший рост в них практически отсутствует. Поэтому спрос среди предпринимателей крайне мал. Франшизы предоставляют такие ведущие компании, как:

- «Персона» (франшизы: «Персона Lab», «Персона Family»);
- «Аида»;
- Aldo Coppola;
- Jean-Claude Biguine;
- «Мысин Студио»;
- Dessange (франшизы: «Dessange», «Camille Albane», «Frederic Moreno»);
- Infanta;
- Franck Provost;
- «АШ2О»;
- «Алессандро»;
- «Иночи»;
- «Созвездие».

Несмотря на множество организаций, которые помогают предпринимателям и инвесторам открывать все новые и новые салоны красоты, существует определенный риск, который заключается в разорении и закрытии салона. Любой здравомыслящий человек понимает, что для того, чтобы бизнес в любой сфере начал приносить доход им, нужно эффективно управлять. Для этого существует так называемая информационная поддержка салонного бизнеса. Зайдя в любой крупный магазин, где торгуют книгами, можно с легкостью найти специальную литературу, где подробно описывается технология открытия салона красоты. Кроме того, каждый месяц выпускаются новые тиражи книжных изданий по эффективному салонному маркетингу и менеджменту. Однако в книгах обычно описывается чужой опыт или теоретический курс, который имеет минимальное отношение к действительности. В таком случае предприниматели начинают искать место для «практики и тренировки». Для этого существует, по меньшей мере,

несколько десятков бизнес-школ, где бизнесменов обучают всем тайнам салонного бизнеса. Как правило, стоимость таких курсов, продолжительность которых составляет от недели до полу года, доходит до нескольких тысяч евро.

Отдельно стоит обратить внимание на консалтинговые услуги, которые могут оказывать как фирмы, так и «одиночки». Так обычно называют людей, которые работают на себя и имеют опыт работы в салонном бизнесе. Они специализируются на помощи в различных ситуациях, которые возникают у владельцев бизнеса. Несмотря на то, что их услуги дороги, это намного выгоднее, чем исправление ошибок, которые можно было предотвратить.

В связи с тем, что салонов индустрии красоты множество, неудивительно, что они объединяются в союзы и создают ассоциации. Это может быть союз парикмахеров или визажистов, косметологов и специалистов по ногтевым покрытиям и дизайну. Существует даже «Национальное общество мезотерапии», Совет «Национальной Ассоциации Загара» и «Национальная ассоциация предприятий индустрии красоты».

Непоколебимый интерес к индустрии красоты подтверждают владельцы печатных и интернет-изданий, которые постепенно увеличивают объем тиражей, а также следят за статистикой посещения сайта и поисковых запросов. Они отмечают, что их сайты ежегодно посещает несколько десятков тысяч человек. Наиболее популярными участниками процесса становления салонной индустрии являются такие города, как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов, Казань и далее, по убывающей, практически все регионы России. Конкуренция в этих городах год от года увеличивается. Такой бум развития индустрии красоты, пришедший к нам с запада с 20-летним опозданием, похож скорее на моду. Если раньше это считалось типично женским бизнесом, то теперь им активно занимаются и мужчины.

Это в первую очередь связано с тем, что маржа салона составляет около 30–35%. Финансовые риски можно минимизировать, пользуясь грамотным менеджментом и новейшими технологиями по минимизации издержек и воровства персонала. С каждым годом салонный бизнес меняется и преобразовывается. Еще несколько лет назад он в большинстве своем

представлял собой место, где производились банальные парикмахерские услуги, а также делался маникюр и педикюр. Всего за несколько лет салоны перешли на «более» медицинские и сложные услуги. Салоны предлагают оздоровительные услуги, где предлагаются процедуры, которые помогают остановить причины старения кожи и возникновения недостатков фигуры.

Салоны красоты конкурируют не только друг с другом, но и создают здоровую конкуренцию баням и саунам. Они конкурируют даже с туристическим бизнесом, захватывая сферу релаксации и борясь со стрессами и хронической усталостью. Рост салонного бизнеса меняет жизнь людей, чей доход постепенно растет и потребности тоже. В связи с этим люди стараются выглядеть более молодо и могут позволить себе омолаживание кожи, коррекцию фигуры и многое другое. В моду прочно вошла мысль о том, что неприлично появляться в обществе неухоженным и стареющим по годам. Это порой мешает карьере и имиджу. Неудивительно, что около одной четверти посетителей салонов становятся мужчины. Если раньше лучше домашних процедур и бабушкиных рецептов ничего не было, то теперь люди начали понимать, что салон ничем не хуже самодельных масок. В салоне люди получают положительные эмоции и экономят свое время и дольше остаются молодыми.

Говоря о салонном бизнесе, невозможно не упомянуть о кризисе, который, несомненно, затронул все сферы. Основной причиной закрытия большинства салонов стало повышение требований клиентов. Клиенты стали тратить деньги разумно и требовать от салонов большего комфорта за меньшие деньги. Те салоны, которым удалось быстро «перестроиться», пережили кризис. Они пострадали, но не смертельно. Больше всего это коснулось услуг, которые относятся к роскоши и делают нашу жизнь легкой и приятной. К таким услугам относятся спа-процедуры и ручные методики работы с телом. Простые и повседневные услуги, такие как: стрижка, окраска, маникюр, педикюр, коррекция бровей, депиляция, ботокс, лечение волос, — практически не пострадали. Единственное изменение, которое произошло за

время кризиса – это снижение цен на эти процедуры. Из «завышенных» они превратились в «справедливые»

Время парикмахерских, где стригли и укладывали, а также делали маникюр и педикюр, – прошло. Теперь во всем мире идет жесткая конкурентная борьба за клиентов и технологии в сфере красоты. У данной индустрии есть несколько названий: индустрия красоты, салонный бизнес, бьюти-индустрия, но суть от этого не меняется. Конкуренция растет не только между владельцами салонов, но и между производителями косметических средств. Данная сфера находится на пике популярности во всем мире. Еще никогда возможности косметических средств не были так велики, как сейчас. Из этого следует, что и тенденций развития существует много, поэтому рассматривать нужно основные. К ним относятся:

- направления, связанные с лечебными и профилактическими манипуляциями по лицу и телу (мезотерапия, пилинги, программы против старения, антицеллюлитные программы, лечения кожи головы).
- манипуляций, направленных на неинвазивную скульптурную коррекцию лица и тела (уменьшение объемов, моделирования контуров лица и тела, подтяжка тканей, лифтинг бюста и другое).
- мероприятий по снижению количества жировых отложений (неинвазивный и игольчатый электролиполиз).
- спа-процедуры и прочее.

Рассмотрим подробнее самые интересные мировые тенденции бьюти-индустрии.

- спа – салоны. Основным направлением в спа-индустрии является не релаксация, как было принято считать раньше, а гармония с самим собой и окружающим миром. Спа активно борется с вредными привычками и включает в свои процедуры консультации психологов. Спа становится общедоступным и персонализированным, как в России, так и в мире. Очень популярна онлайн-запись, но это распространяется не только на спа-салоны,

но и на любые другие процедуры. Теперь спа становится неотъемлемой частью жизни общества;

- мезотерапия для лечения кожи головы. Ухудшение экологии напрямую связано с возникновением у клиентов проблем, связанных с потерей волос или болезнями кожи головы. Поэтому салоны, специализирующиеся на парикмахерских услугах, не отстают и предлагают мезотерапию и другие процедуры, связанные с лечением кожи головы и волос. Это в свою очередь составляет конкуренцию шампуням, которые были призваны бороться с перхотью и прочими проблемами в домашних условиях;

- солярии и средства для загара. Идет схватка между производителями соляриев и средств для загара. Потребители стали опасаться за свое здоровье и предпочитают косметические средства;

- маникюр: minx и shellac. Для любителей маникюра появились сразу две новинки: minx и shellac. Minx маникюр – представляет собой наклеивание специальных плёнок минкс на преждевременно обработанную и обезжиренную ногтевую пластину. Shellac это гибрид геля и лака, сочетающий в себе самые лучшие качества профессиональных моделирующих гелей и лаков для ногтей. Обе техники очень популярны среди модниц;

- косметика для чувствительной кожи. Во всем мире очень популярна лечебная косметика для чувствительной кожи. Она находится в особом сегменте рынка и пользуется невероятным спросом в салонах красоты во всем мире. Процедуры для чувствительной кожи вытесняют с рынка услуги программ anti-age. Однако, не смотря на это, программы anti-age пользуются все большей популярностью среди мужской аудитории в возрасте 35 лет. Есть специальные программы и линейки, нацеленные на аудиторию в возрасте 23–25 лет, но физиологи многих стран выступают против идеи того стандарта, что человек должен находиться в состоянии вечной юности;

- салоны для людей с ограниченными возможностями. Еще одной потрясающей тенденцией является создание салонов для людей с ограниченными возможностями. В журналах и газетах все чаще встречаются

статьи о том поддерживать красоту людей, которые всю жизнь борются с недугами. Красота лечит и помогает переносить депрессии и плохое самочувствие;

Процесс создания и продвижения бренда в сфере салонов красоты очень специфическая вещь, в которой нужно учитывать не только профессионализм работы и услуг, но и многие другие факторы. Следует постоянно анализировать тенденции рынка, а также учитывать постоянно растущий рынок и рост конкуренции. Это значит, что конкурентный анализ нужно проводить регулярно, чтобы услуги салона всегда были актуальны для посетителей. Необходимо учитывать и мировые тенденции не только на рынке услуг, но и на рынке кадров. Важно помнить, что клиентами являются люди, которым важен индивидуальный подход, а не просто оказание услуги. Качественное обслуживание в салоне красоты – это микс из персонального общения между персоналом и клиентом. Он включает в себя:

- накопление личной информации о клиенте и использование этих данных в работе;
- формирование корпоративной культуры;
- создание индивидуальных стандартов обслуживания, делающих клиентов счастливыми.

Все эти факторы способствуют формированию лояльности у клиентов. В задачу рекламы входит самое простое – пригласить людей в салон, таким образом, чтобы они поняли, что там ждут именно их. Все остальное зависит исключительно от концепции и внутренней атмосферы салона. В следующей главе мы изучим процесс создания и продвижения бренда в сфере индустрии красоты.

## 2.2 Анализ рынка индустрии красоты в Челябинске

Салон красоты – заведение, занимающееся косметическим обслуживанием мужчин и женщин.

Услуги современных салонов красоты в Челябинске включают:

- все виды парикмахерского обслуживания (разработка нового имиджа, стрижка, окрашивание, уход, укладка, создание причесок);
- услуги визажистов (make-up в различных вариациях);
- косметологические процедуры (уход за кожей лица и тела с применением ручных и аппаратных методик, в т.ч. омолаживающие, лечебные процедуры);
- массажные процедуры;
- услуги маникюра и педикюра;
- солярий, моментальный загар;
- пирсинг, татуировки;
- SPA-процедуры, объединяющие в себе методики косметологии и массажа, с акцентом на релаксацию и оздоровление организма при помощи натуральных средств, ароматерапии и водных процедур.

Наиболее популярными, предлагаемыми в большинстве салонов Челябинска, услугами являются парикмахерские услуги, массаж, эпиляция воском и наращивание ногтей.

На рынке салонов красоты Челябинска присутствуют как «новички», так и салоны красоты, работающие свыше 10 лет. На рисунке отражены доли салонов красоты на рынке города по возрастам.

Салоны красоты условно делятся на несколько типов:

- эконом-класс;
- средний и средневысокий уровень;
- класс люкс;
- vip-салон.

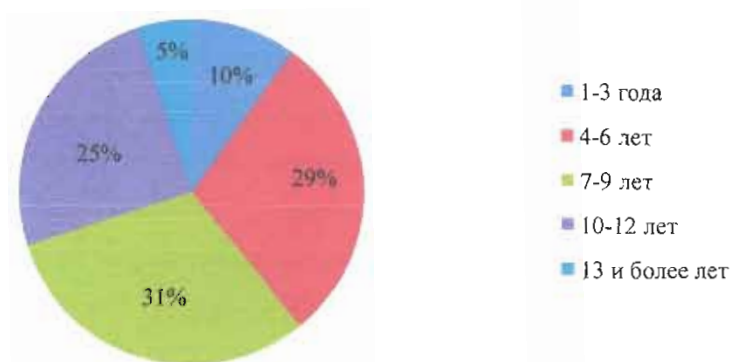


Рисунок 2.1 – Доли салонов красоты в Челябинске по их возрастам, %

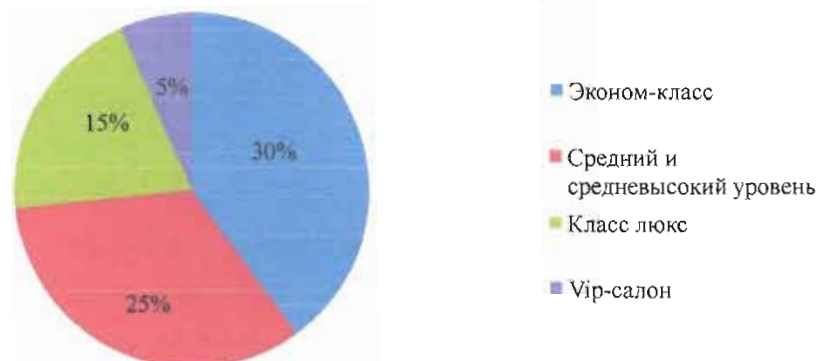


Рисунок 2.2 – Классификация салонов и доля на рынке

Таблица 2.1 – Классификация салонов и их основные характеристики

| Тип салона                      | Наценка, % | Стоимость минимального визита, руб. | Доля на рынке, % |
|---------------------------------|------------|-------------------------------------|------------------|
| Эконом-класс                    | 30–40      | 600–900                             | 30               |
| Средний и средневисокий уровень | 100–150    | 3000–4500                           | 25               |
| Класс люкс                      | 250–250    | 7500 – 9000                         | 15               |
| Vip-салон                       | 300–400    | От 12000                            | 5                |

Салоны эконом-класса представляют собой обычные парикмахерские, в которых помимо стрижки клиентам предлагают педикюр, маникюр и мелкие

косметические услуги. Наценка за услуги здесь небольшая – порядка 30–40%, а расценки минимальные: визит обойдется в 600–900 рублей.

Салоны среднего и средневысокого уровня (последние позиционируют себя как салоны для бизнес-клиентов) отличаются от салонов эконом-класса большим набором услуг, в том числе косметических, и более высоким статусом клиентов. Наценка на услуги в них от 100 до 150%, разовый визит обойдется в 3000–4500 рублей. Пятизвездочные салоны класса люкс сегодня позиционируют себя как имиджевые или корпоративные заведения. Наценка в таких салонах 200–250%, один визит обойдется в 7500–9000 рублей.

VIP-салоны больше напоминают закрытые клубы для избранных – жесткий фейс-контроль, местоположение исключительно в центре города. Как правило, прайс-лист не ограничивается традиционными услугами – здесь есть и собственный ресторанчик, где клиенты могут отдохнуть после процедур. Наценка составляет 300–400%, стоимость разового визита начинается от 12000 рублей. Спрос на услуги салонов красоты достаточно высок и в настоящее время продолжает расти: в Челябинске к профессиональным косметологическим услугам хотя бы раз в месяц сегодня обращается каждый пятый (рисунок 2), спрос на эти услуги, по мнению специалистов рынка, ежегодно растет на 20%.

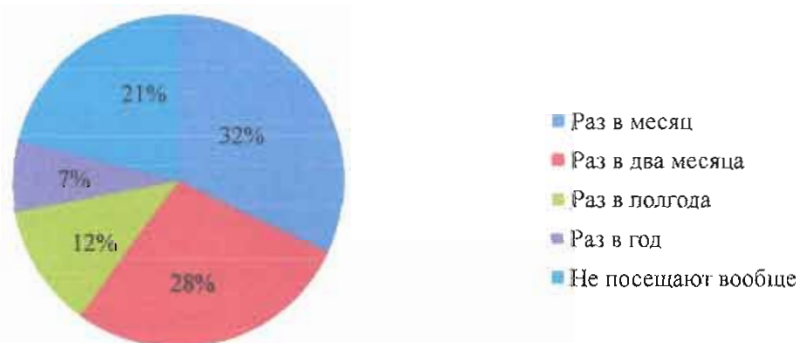


Рисунок 2.3 – Частота посещений салонов красоты в г. Челябинск

Согласно нашему исследованию, в ходе которого было опрошено 30 чел и изучались 5 салонов, условия, являющиеся для клиентов наиболее важными при посещении Салона красоты:

- качество услуг при условии приемлемой цены (30 респондентов);
- близость Салона Красоты от дома (23 респондента);
- внешний вид Салона Красоты и его сотрудников (16 респондентов);
- качество предоставляемых услуг (15 респондентов);
- в первую очередь невысокая стоимость услуг (8 респондентов);
- комплексность косметических услуг (8 респондентов);
- высокое качество услуг, цена роли не играет (2 респондента);

Источники информации, из которых респондент получил информацию о Салоне красоты:

- увидел случайно, проходя мимо (15 респондентов);
- по совету друзей, знакомых (10 респондентов);
- увидел из окна общественного транспорта (1 респондент).

При анализе референтных групп респондентов были выделены следующие «группы влияния»:

- семья;
- соседи;
- друзья;
- вышестоящий коллега по работе и просто общественно известная персона, которая часто появляется на страницах газет и журналов, а также в информационных материалах электронных СМИ;
- самостоятельно принятое решение.

Наиболее активно развиваются сегменты салонов люкс и бизнес-класса – по некоторым данным, за последние годы их количественный рост составлял не менее 20%. Это объясняется не только высокой платежеспособностью клиентов. Спрос здесь определяют по меньшей мере еще два фактора. Во-первых, регулярное посещение дорогого салона красоты стало для состоятельных граждан частью их имиджа, атрибутом принадлежности к

определенному социальному слою. А во-вторых, они более внимательно относятся к собственному здоровью и внешнему виду.

Клиентами салонов красоты уровня люкс являются в основном люди среднего возраста – от 28 – 30 до 45 – 50 лет, что обусловлено доходами: молодежь и пожилые люди редко в состоянии оплачивать дорогие услуги. Разумеется, исключения есть, но их доля не велика.

Среди клиентов люкс-салонов преобладают женщины. Они активно интересуются не только парикмахерскими, но и косметическими услугами, а также услугами маникюрных и педикюрных кабинетов, уходом за телом. Женщины чаще располагают свободным временем: по статистике, большой процент клиенток таких салонов составляют неработающие домохозяйки.

В-третьих, на уход за собой женщины выделяют гораздо больший бюджет, чем мужчины. Несмотря на это мужчины являются для салонов класса люкс очень перспективными клиентами, их количество постоянно растет, так же как увеличивается и ассортимент потребляемых ими услуг.

Что же касается салонов бизнес-уровня, то их клиентов, в основном представители среднего класса, их можно отнести к числу активных и платежеспособных потребителей. Для них, безусловно, важным является соотношение цены и качества услуги. Пока средний класс менее требователен к ассортименту салонов красоты, их посещение пока все же носит больше утилитарный характер. Поэтому почти треть «средних русских» выбирает салон, расположенный вблизи работы или на пути к ней.

Эти клиенты недоверчиво относятся к рекламе, но при прочих равных условиях склонны отдавать предпочтение сетевым салонам красоты, коих все больше появляется на нашем рынке. Между тем попасть в салон бизнес-класса и даже класса люкс имеет право любой человек. В некоторых парикмахерских, в том числе и салонах категории люкс, в обязательном порядке должна предоставляться социально-значимая услуга «стрижка волос простая», цена которой на 20–50% ниже стоимости «модельной стрижки», а малообеспеченные слои граждан могут постричься даже бесплатно.

Многие салоны красоты идут по пути специализации предложения: уже появились мужские салоны и нейл-бары. Меняется и отношение к самим услугам. Все больше потребителей стремятся обращаться к специалистам от косметологии не только в самом крайнем случае, а регулярно, решая свои каждодневные проблемы.

Из проведенного исследования можно сделать вывод, что в Челябинске интенсивность прогресса на рынке индустрии красоты возрастает и растет, прежде всего, качество предоставляемых услуг. В условиях жесткой конкуренции владельцы салонов предпочитают не экономить на оборудовании и расходных материалах, что в целом, так же увеличивает приток клиентов.



Рисунок 2.4 – Салоны красоты г. Челябинска

При выборе салона большинство клиентов ориентируется на территориальную близость. Другой важный фактор – личность мастера. Если уровень его профессионализма устраивает клиента, то при смене мастером места работы около 20% клиентов уходят вместе с ним, пополняя ряды посетителей другого салона. При открытии нового салона мастер обеспечивает его загрузку, приводя наработанную клиентскую базу. На репутацию и бренд салона обращают внимание только в элитном сегменте, так

как посещение престижного заведения лишний раз подтверждает высокое положение на социальной лестнице.

Специалисты и участники рынка утверждают, что в среднем каждый житель нашей страны тратит на посещение салона красоты около 13 долларов в год. При этом российские посетители тратят на услуги салонов красоты в три раза больше европейцев, в среднем 13% своего дохода. Потребители тратят деньги не бездумно: они всегда пытаются разобраться, что им предлагают, более требовательны к продуктам и услугам салонов красоты. По мнению участников рынка, среднестатистические российские клиенты салонов красоты на 10 лет моложе европейских, и естественно, что большая часть клиентов – женщины (75–77% в VIP-салонах и около 80% в салонах бизнес-класса), однако в последнее время начинают проявлять активность и мужчины. Потребитель салона красоты, пожалуй, один из самых образованных и взыскательных: высшее образование имеют 100% мужчин-посетителей и 76% женщин.

Рынок красоты продолжает интенсивно расти. По мнению экспертов рынка, в ближайшие два–три года рынок красоты в России будет сформирован. При этом его основой станет средний сегмент – именно там сегодня развиваются наиболее рентабельные проекты. Говоря о тенденциях развития рынка, специалисты отмечают дальнейшее увеличение количества заведений бьюти-индустрии, а также специализацию по приоритетному направлению: SPA, ногтевые студии, имидж –, визаж-салоны.

### 2.3 Концепция создания студии красоты «Fashion Forward»

В рамках данного проекта рассматривается открытие в г. Челябинск студии красоты «Fashion Forward».

Специализация компании «Fashion Forward» – предоставление услуги «Преображение» и работа над имиджем клиента[49].

Преимуществом компании станет процедура «Преображение» – единственная комплексная услуга, включающая в себя:

1. Работа с психологом. К преобразению, изменению образа нужно готовиться, прежде всего, морально. Ведь если резко изменить внешний облик, есть вероятность, что человек не воспримет свой новый образ, отчего могут возникнуть еще большие проблемы. Через беседу с психологом выявляются предпочтения клиента и что не устраивает его в его внешности, выявляются причины неприятия себя и проводится комплексная работа над преодолением своих страхов. К каждому клиенту индивидуальный подход, что позволяет достигнуть высоких результатов и решить подготовить к изменениям. После беседы психолог делает подробный отчет по клиенту, и команда стилистов начинает работу над его преобразованием.

2. После работы с психологом назначается встреча со стилистами. Клиент озвучивает свои предпочтения, и какой результат он хотел бы получить. Стилист на основе предпочтений клиента предлагает несколько образов и подробно рассказывает о каждом. После подробного ликбеза клиента, он выбирает понравившийся образ, и стилист объясняет, как придерживаться такого стиля и отвечает на все интересующие вопросы.

3. После подробного мастер-класса стилист с клиентом совершает шоппинг-тур по бутикам г. Челябинска, где уже на практике объясняет основы сочетания вещей и подбирает вещи, идеально подходящие для клиента (особенности фигуры, цвет волос, глаз). Так же стилист проводит мастер-класс «правильный шоппинг» – как подобрать себе базовый гардероб, который будет актуален несколько сезонов и подчеркивать достоинства фигуры клиента.

4. Следующий этап работы заключается в обучении основам визажа. Визажист создает образ, а после обучает клиента основам нанесения макияжа и проводит консультацию по подбору средств для ухода за кожей клиента, чтобы макияж всегда был идеальным и аккуратным. Клиент закрепляет результат под руководством визажиста, и если возникнет необходимость, то исправить ошибки и поработать над ними.

5. Завершающий этап преобразования – это работа со стилистом-парикмахером. На основе уже выбранной концепции и учета особенностей

лица парикмахер предлагает варианты стрижек и способов окрашивания. После подробной беседы об уходе за волосами и кожей головы, стилист приступает к кардинальной смене имиджа. Далее команда собирает образ воедино и представляет работу клиенту.

Студия ставит перед собой задачу комплексного подхода к смене образа, чтобы клиент поверил в свою уникальность и изменил отношение к себе. Профессиональная команда обеспечит комфортное состояние клиента, «не отчитывая». Все члены команды будут регулярно проходить курсы повышения квалификации для обеспечения качественного сервиса клиентов.

Услуга для г. Челябинска уникальна, поэтому прогнозируется большой спрос. Цена за полный комплекс услуг приемлема и данной услугой сможет воспользоваться каждый. В среднем, по городу данные услуги в 2–3 раза дороже. Это позволяет компании привлекать клиентов и заинтересовывать потенциальных инвесторов.

В ходе работы было проведено анкетирование жителей Челябинска и Челябинской области с целью выявления необходимости открытия студии красоты. Респондентам предлагалось ответить на ряд вопросов, что позволило выделить основной сегмент рынка.

Согласно диаграмме, представленной на рисунке 2.4, более половины респондентов (62,5%) – девушки в возрасте 20–35 лет.

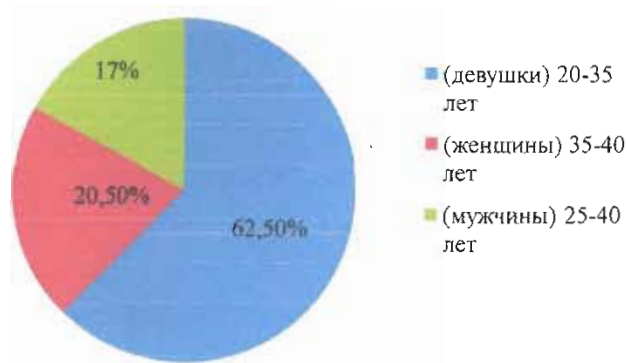


Рисунок 2.4 – Возрастная категория респондентов

Респондентам также был задан вопрос о том, довольны ли они *внешним видом*. Результат опроса представлен на рисунке 2.5. Как видно из диаграммы, более половины респондентов оценивают себя «средне». Лишь 4,8% опрошенных заявили, что их полностью устраивает их внешний вид и ничего менять они не будут. Также 10,8% респондентов ответили, что не задумываются о своем внешнем виде.

На вопрос о наиболее эффективных способах повышения своей привлекательности. Результаты ответов на этот вопрос представлены на рисунке 2.6. 45,6% опрошенных ответили, что наиболее эффективный способ – это покупка новых вещей. Следующий по популярности ответ – изменение прически (цвета волос). Данный вариант выбрали 38,1% респондентов.

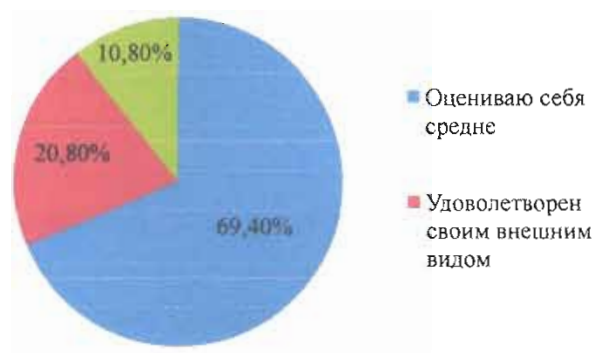


Рисунок 2.5 – Уровень удовлетворённости своим видом респондентов



Рисунок 2.6 – Наиболее эффективный способ повышения привлекательности респондентов

Стоит также отметить, что более половины опрошенных (53,1%) рассматривают изменения своей внешности с помощью стилиста.

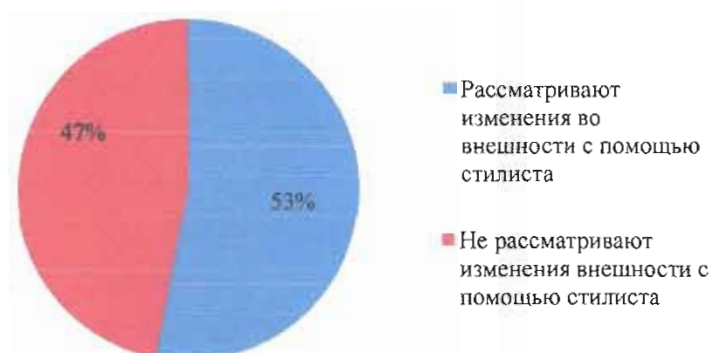


Рисунок 2.7 – Процент респондентов, рассматривающих возможность изменения внешности с помощью стилистов

Также респондентам был задан вопрос о сумме, которую они готовы заплатить за сопровождение преобразования.

Как видно из диаграммы, представленной на рисунке 2.8, 47,6% респондентов считают цену, равной 8 000–15 000 руб., приемлемой для сопровождения стилистом изменения имиджа. Также 23,8% опрошенных сказали, что плохо представляют расценку на такие услуги.

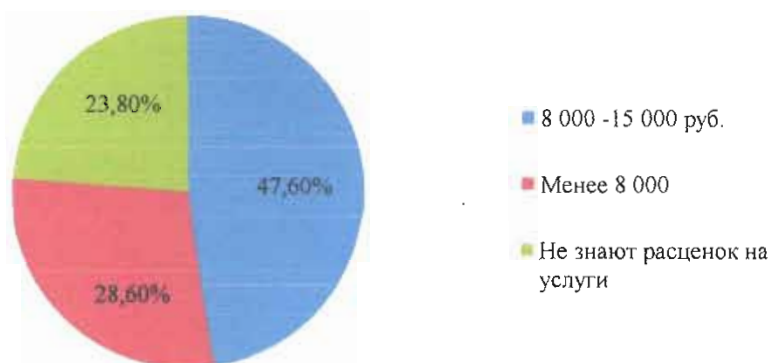


Рисунок 2.8 – Сумма, которую респонденты готовы заплатить за услугу преобразования

Таким образом, согласно опросу более половины респондентов заинтересованы в услугах стилиста. Однако не все участники опроса владеют информацией о компаниях, предоставляющие данные услуги. В связи с этим можно сделать вывод о необходимости открытия студии красоты.

Начало проекта – 01.09.2016. Горизонт расчета – 3 года.

Для запуска проекта, необходимо выполнить следующие задачи:

- регистрация ИП;
- поиск помещения для аренды;
- поиск сотрудников;
- покупка оборудования для оснащения офиса;
- оснащение офиса.

Также необходимо заранее изготовить рекламу (контекстная реклама в интернете, брендмауэр, рекламные буклеты).

В ходе проведения маркетингового исследования были выявлены основные потребности потенциального потребителя.

Для сооружения студии красоты требуется произвести закупку мебели, оборудования. В таблице 3.1 представлены конкретные вложения в основные фонды, необходимые для создания студии красоты.

Таблица 3.1 – Инвестиционные вложения в основные фонды

| Наименование                                    | Цена, руб. | Количество | Итог, руб. |
|-------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| Кресло ПОЭНГ                                    | 12 999     | 2          | 25 998     |
| Рабочий стул<br>ТОРКЕЛЬ                         | 4 299      | 1          | 4 299      |
| Чашка чайная с<br>блюдец<br>ВЭРДЭРА             | 199        | 4          | 796        |
| Чайник<br>заварочный<br>РИКЛИНГ                 | 399        | 1          | 399        |
| Стеллаж<br>БОГУЛЬТ                              | 1 699      | 2          | 3 398      |
| Письменный стол<br>с выдвижной<br>панелью МАЛЬМ | 10 999     | 1          | 10 999     |
| Люстра                                          | 5 999      | 1          | 5 999      |

Продолжение таблицы 3.1

| Наименование                                                   | Цена, руб. | Количество | Итог,руб. |
|----------------------------------------------------------------|------------|------------|-----------|
| Напольная вешалка МУЛИГ                                        | 699        | 2          | 1 398     |
| Компьютер MacBook Air 11.6                                     | 65 990     | 1          | 65 990    |
| LED Телевизор LG 42LB677V                                      | 18 200     | 1          | 18 200    |
| Мойка Дасты с креслом Контакт (черный крокодил) раковина белая | 20 240     | 1          | 20 240    |
| Парикмахерский набор WANL                                      | 17 834     | 1          | 17 834    |
| Набор кистей для визажа                                        | 10 000     | 1          | 10 000    |
| Кресло парикмахерское                                          | 11 385     | 1          | 11 385    |
| Рабочее место парикмахера                                      | 22 195     | 1          | 22 195    |
| Итого                                                          |            |            | 219 130   |

Далее перейдем к расчету плановых издержек и выручки от проекта за год. Сначала рассчитаем плановые годовые издержки:

1. Годовой расход электроэнергии на работу студии красоты производится из расчета потребляемой мощности оборудования, которая согласно техпаспорту составляет 1.45 кВт/час [86]. В связи с тем, что оборудование должно работать 11 часов в сутки на протяжении всего года, т.е. 12 месяцев, общее число часов работы оборудования в год составит: 72 000 в год.

2. Издержки, связанные с зарплатой персонала составляют 864 999 руб.

3. Издержки, связанные с арендой составляют 42 000 руб. в месяц и 504 000 руб. в год, соответственно.

4. Накладными расходами по данному проекту будут являться затраты на рекламу, включающую в себя следующие элементы:

- использование баннера планируется на начальном этапе осуществление проекта – 1 месяц. Его изготовление будет стоить 6 000. Аренда рекламного места будет стоить 10 000 рублей в месяц. Итого расходы будут составлять :  $6\,000 + 10\,000 = 16\,000$  руб.

- продвижение проекта в социальных сетях и интернет справочниках по организациям планируется осуществлять директором предприятия.

- так же основную часть переменных затрат занимает расходные материалы. Шампуни, средства по уходу за волосами, косметические средства для создания образов – в месяц составят 23 067 рублей, а в год – 276 800 руб.

В таблице 3.2 представлены планируемые годовые общие издержки студии красоты.

Обладая информацией о постоянных и переменных издержках проекта, можно оценить вложения в оборотные фонды, необходимые для успешного функционирования студии красоты в первый месяц.

Таблица 3.2 – Годовые общие издержки мехового холодильника

| Постоянные затраты     | Сумма,руб |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|
|                        | 2017      | 2018      | 2019      |
| Аренда                 | 504 000   | 504 000   | 504 000   |
| Коммунальные платежи   | 313 200   | 313 200   | 313 200   |
| Расходы на рекламу     | 192 000   | 192 000   | 180 000   |
| Непредвиденные расходы | 50 000    | 50 000    | 50 000    |
| Итого                  | 1 076 028 | 1 076 028 | 1 064 028 |
| Переменные расходы     |           |           |           |
| Расходные материалы    | 276 800   | 276 800   | 276 800   |
| ФОТ парикмахера        | 441 372   | 529 646   | 529 646   |
| ФОТ уборщицы           | 176 544   | 211 853   | 211 853   |
| Итого                  | 1 018 216 | 1 141 799 | 1 141 799 |

Вложения в оборотные фонды представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Инвестиционные вложения в оборотные фонды

| Инвестиции                  | Сумма,руб. |
|-----------------------------|------------|
| Оснащение студии            | 219 130    |
| Оборотный капитал, в т.ч. : | 56 000     |
| Реклама                     | 16 000     |
| Затраты на оплату труда     | 95 630     |
| Аренда помещения за 1 месяц | 42 000     |
| Вывеска                     | 40 000     |
| Ремонт помещения            | 556 200    |
| Итого                       | 1 005 260  |

Итак, суммируя вложения в основные и оборотные фонды, получим значение капитальных вложений в проект 1 005 260,9 руб.

После проведения маркетингового исследования удалось провести прогноз объемов продаж студии красоты «Fashion Forward». На услугу «Преображение» Предполагается, что в день салон сможет обслуживать, в среднем, 1 клиента в день. Тогда в месяц выходит 30 клиентов и 360 клиентов в год, соответственно.

Так же стоит учесть тот факт, что в первые годы работы загруженность данного бизнеса не будет полной, так как потенциальные потребители узнают о студии не сразу, а лишь после запуска рекламной кампании.

Таким образом, за установленный период планирования выручка будет следующей:

Таблица 3.4 – Расчет годовой выручки от реализации проекта

| Год  | Сумма выручки, руб. |
|------|---------------------|
| 2017 | 3 600 000           |
| 2018 | 4 795 200           |
| 2019 | 6 593 400           |

Зная капитальные вложения в проект, планируемые годовые издержки и выручку, можно перейти к расчету денежного потока от реализации проекта, но чтобы эти данные были более объективными, следует применить дисконтирование денежного потока, а для этого нужно рассчитать ставку дисконтирования. Итак, используя полное уравнение Фишера, по формуле, рассчитаем ставку дисконтирования, расчет представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Расчет ставки дисконтирования

| Показатель |                               | Значение, % |       |       |
|------------|-------------------------------|-------------|-------|-------|
|            |                               | 1           | 2     | 3     |
| Rm         | Ставка рефинансирования ЦБ РФ | 8,25        | 8,25  | 8,25  |
| J          | Уровень инфляции              | 13,00       | 11,00 | 10,00 |
| R          | Премия за риск                | 10,23       | 10,23 | 10,23 |
| E          | Ставка дисконтирования        | 34,84       | 32,44 | 31,25 |

Уровень инфляции установлен исходя из прогноза Минэкономразвития РФ, составленный в апреле 2016 г. [68].

Премия за риск в 10 % установлена исходя из методики оценки рисков для новых проектов предприятия, относительно текущей деятельности.

Теперь можно приступить к расчету денежных потоков проекта по периодам, расчет представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчет денежных потоков проекта

| Показатель                          | 2017        | 2018         | 2019          |
|-------------------------------------|-------------|--------------|---------------|
| Инвестиционные вложения             | 1 005 260,9 | -            | -             |
| Постоянные издержки без амортизации | 1 049 200   | 1 164 612    | 1 281 073,2   |
| Переменные издержки                 | 894 716     | 1 130 311,89 | 1 243 343,079 |
| Общие затраты                       | 1 943 916   | 2 294 923,89 | 2 524 416,279 |
| Цена                                | 10 000      | 11 100       | 12 210        |

Продолжение таблицы 3.6

| Показатель                  | 2017         | 2018         | 2019         |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Объем продаж                | 360          | 432          | 540          |
| Выручка                     | 3 600 000    | 4 795 200    | 6 593 400    |
| Прибыль до налогообложения  | 1 656 084    | 2 500 276    | 4 068 984    |
| УСН 6%                      | 49 682,52    | 75 008,28    | 122 069,51   |
| CF                          | 1 606 401,5  | 2 425 267,8  | 3 946 914,21 |
| Коэффициент дисконтирования | 1,35         | 1,32         | 1,31         |
| CF дисконтированный         | 1 191 338,98 | 1 831 220,04 | 3 007 172,73 |
| NPV                         | 5 024 470,85 |              |              |

Расчет недисконтированного денежного потока на примере первого года выглядит следующим образом:  $CF_1 = 1\,656\,084 - 49\,682,52 = 1\,606\,401,5$  руб.

Расчет дисконтированного денежного потока на примере пятого года проекта выглядит следующим образом:  $CF_{d5} = 3\,946\,914,21 / (1,35 \times 1,32 \times 1,31) = 3\,007\,172,73$  руб.

Стоит отметить, что в дальнейшем, согласно формулам расчета простых и дисконтированных показателей оценки эффективности проекта, в качестве  $CF_1$  и  $CF_{d1}$  будут использоваться значения денежного потока без учета инвестиционных вложений, таким образом,  $CF_1$  и  $CF_{d1}$  принимаются равными 139 495 руб. и 108 912 руб. соответственно.

### 3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ СТУДИИ КРАСОТЫ

#### 3.1 Расчет простых показателей оценки эффективности инвестиционного проекта

Приступим к расчету простых показателей оценки эффективности проекта:

1. Чистый доход  $NV$  (сальдо денежного потока) рассчитывался по формуле (1):

$$NV = 6\,973\,323 \text{ руб.}$$

Вывод: Проект является эффективным, т.к. чистый доход больше нуля.

2. Норма прибыли  $ARR$  (средняя величина прибыльности проекта) рассчитывалась по формуле (2):

$$ARR = 264 \%$$

Вывод: проект является эффективным, т.к. значение нормы прибыли выше ставки дисконтирования.

3. Недисконтированный срок окупаемости  $PB$  рассчитывался по формуле (3):

$$PB = 5,52 \text{ мес.},$$

Таким образом, проект окупится через 5,52 мес. после запуска проекта.

4. Индекс доходности  $PI$  рассчитывался по формуле (4).

$$PI = 7,73$$

Вывод: инвестиции в данный проект можно считать оправданными, т.к. индекс доходности больше 1. В данном случае на каждый, вложенный в проект рубль будет приходиться 7,73 руб. прибыли.

### 3.2 Расчет дисконтированных показателей эффективности инвестиционного проекта

Для более объективной оценки эффективности проекта следует рассчитать ряд дисконтированных показателей, которые приведут будущие притоки и оттоки денежных средств к настоящему моменту.

1. Чистый дисконтированный доход NPV рассчитывался по формуле (6):

$$NPV = 5\,024\,470,85 \text{ руб.}$$

Вывод: чистый дисконтированный доход от реализации проекта существенно больше нуля, следовательно, данный проект можно считать эффективным.

2. Дисконтированный индекс доходности DPI рассчитывался по формуле (7).

$$DPI = 4,11$$

Вывод: на каждый вложенный в проект рубль будет приходиться 4,11 руб. прибыли, что также отражает эффективность проекта.

3. Дисконтированный период окупаемости DPB будет равен 12,11

На рисунке 3.1 изображен жизненный цикл проекта

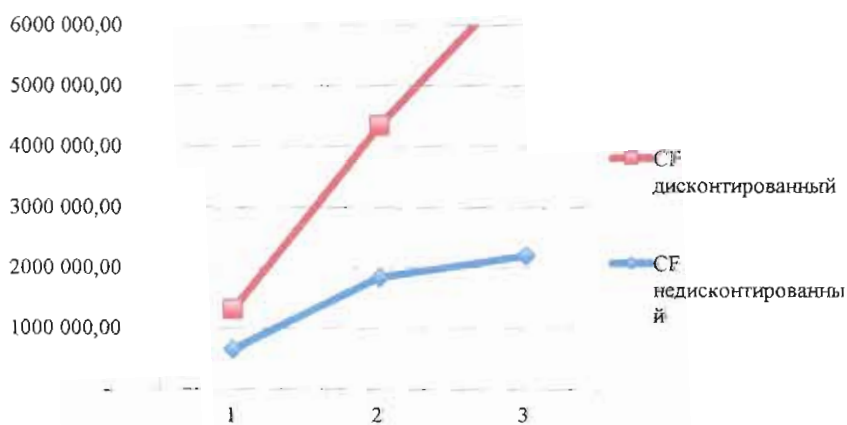


Рисунок 3.1 — График жизненного цикла проекта

4. Дисконтированная норма прибыли IRR (внутренняя норма доходности), график IRR изображен на рисунке 3.2.

Построенный график IRR отражает процентную ставку, при которой чистый дисконтированный доход от реализации проекта будет равным нулю. На графике,  $IRR \approx 152\%$ .

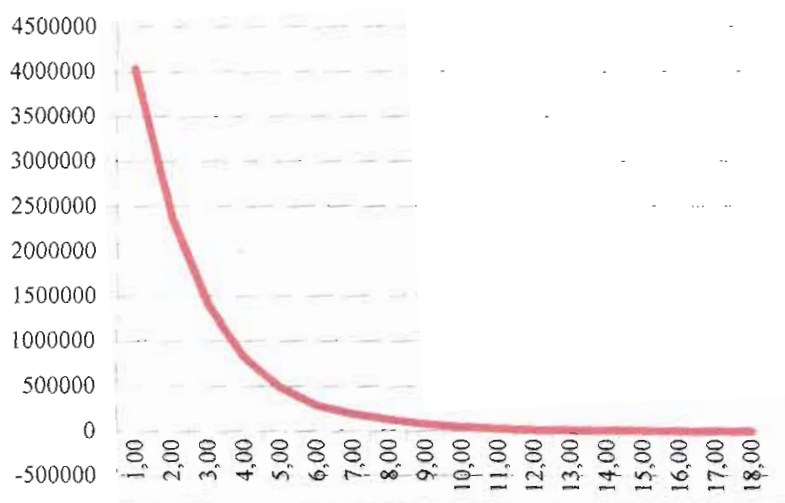


Рисунок 3.2 – График IRR

Таким образом, IRR превышает максимальную, используемую в расчетах, ставку дисконтирования (34 %) на 118 %, а значит, проект можно считать жизнеспособным и эффективным.

Для большей наглядности все рассчитанные простые и дисконтированные показатели эффективности проекта представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Показатели эффективности проекта

| Простые показатели | Значение  |
|--------------------|-----------|
| NV, руб.           | 6 973 323 |
| PI                 | 7,73      |
| PB, мес.           | 5,52      |
| ARR, %             | 264       |

Продолжение таблицы 3.7

| Дисконтированные показатели | Значение     |
|-----------------------------|--------------|
| NPV, руб.                   | 5 024 470,85 |
| DPI                         | 4,11         |
| DPB, мес.                   | 10,31        |
| IRR, %                      | 152          |

### 3.3 Анализ безубыточности и чувствительности проекта к рискам

Анализ безубыточности проекта служит одним из самых важных элементов информации, используемой при оценке эффективности проектов. Инвестору проекта необходимо знать, при каком объеме производства он становится безубыточным, т.е. следует установить такую критическую точку, ниже которой предприятие теряет доходы, а выше – получает их.

Точка безубыточности (порог рентабельности) – это такое значение выручки от реализации, при котором предприятие не имеет убытков, но и не получает прибыли, т. е. в этой точке прибыль равна нулю.

В данном проекте эти показатели будут равны:  $FC = 1\,281\,073$  руб.;  $P = 12\,210$  руб.;  $AVC = 3\,453$  руб.

Тогда точка безубыточности будет равна:

$$T_6 = 1\,281\,073 / (12\,210 - 3\,453) = 143 \text{ клиента.}$$

Таким образом, при предоставлении предприятием 143 клиентам услуги, он окупит свои издержки: предприятие не будет нести убытков, но и прибыли пока приносить не будет.

Также можно определить точку безубыточности в стоимостном выражении:

$$T_6 = (B_p \times FC) / (B_p - VC) = T_6 (\text{в колич. выражении}) \times P = 143 \times 12\,210 = 1\,746\,030 \text{ руб.}$$

Далее построим график безубыточности (Рисунок 3.3):

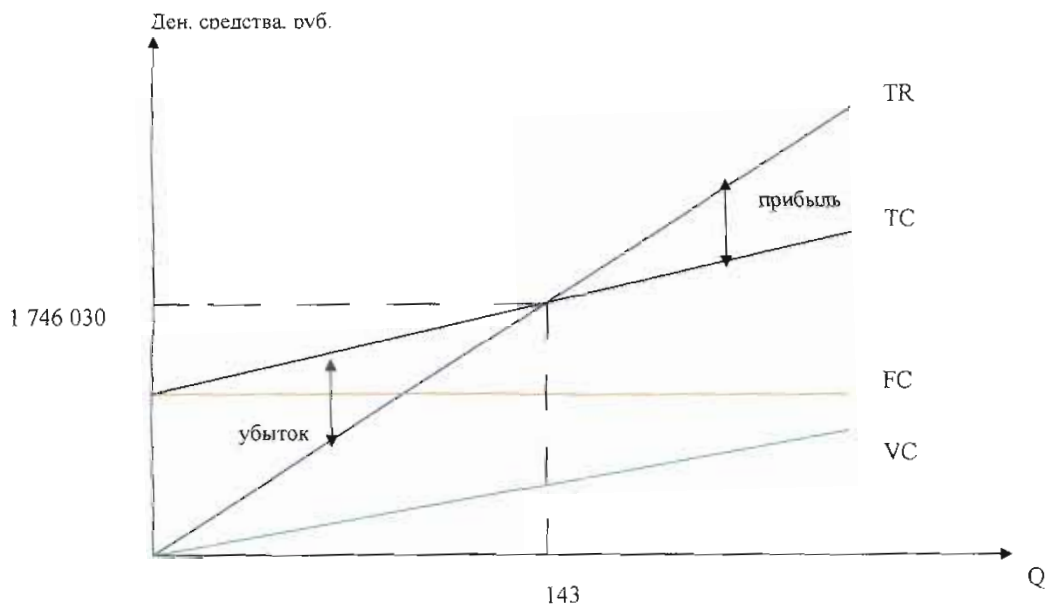


Рисунок 3.3 – Анализ точки безубыточности проекта создания студии красоты «Fashion Forward»

Проведенный анализ безубыточности показал, что проект обладает достаточным запасом финансовой прочности, что делает его более устойчивым к рискам и отражает его привлекательность для инвесторов.

Однако для полноценной оценки эффективности проекта необходимо выявить наиболее опасные факторы, влияющие на его конечные характеристики.

Возьмем NPV в качестве конечной характеристики проекта, а объем услуг, величину постоянных издержек и стоимость предлагаемых услуг – в качестве факторов, влияние которых нужно выявить. Для проведения данного анализа будем поочередно менять величину каждого фактора в интервале от – 20 % до + 20 %, с шагом в 10 %, а затем определять соответствующий изменениям NPV. В заключение анализа будет построен график чувствительности, наглядно отражающий степень влияния каждого фактора на эффективность проекта. Для примера рассмотрим влияние на NPV изменения цены услуг на 20 %, представленное на таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Влияние увеличения стоимости услуг проекта на NPV

| Показатель                                    | Период       |              |              |
|-----------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
|                                               | 2017         | 2018         | 2019         |
| Инвестиционные вложения                       | 1005260,9    |              |              |
| Объем продаж                                  | 360,00       | 432,00       | 540,00       |
| Цена                                          | 12 000,00    | 13 320,00    | 14 652,00    |
| Выручка                                       | 4 320 000,00 | 5 754 240,00 | 7 912 080,00 |
| Постоянные издержки без амортизации           | 1049200      | 1164612      | 1281073,2    |
| Переменные издержки                           | 894716       | 1130311,89   | 1243343,079  |
| Прибыль до налогообложения                    | 2 376 084,00 | 3 459 316,11 | 5 387 663,72 |
| Налог                                         | 129 600,00   | 172 627,20   | 237 362,40   |
| Недисконтированный денежный поток             | 1 241 223,10 | 3 286 688,91 | 5 150 301,32 |
| Накопленный недисконтированный денежный поток | 1 241 223,10 | 4 527 912,01 | 9 678 213,33 |
| Коэффициент дисконтирования                   | 1,35         | 1,32         | 1,31         |
| Дисконтированный денежный поток               | 658 801,32   | 1 844 382,10 | 2 206 244,52 |
| Накопленный дисконтированный денежный поток   | 658 801,32   | 2 503 183,43 | 4 709 427,94 |

Итак, увеличение цен на услуги проекта на 20 %, существенно увеличивает и NPV проекта. После определения влияния на NPV всех интересующих нас факторов, составляется сводная таблица по степени воздействия на NPV всех факторов, данные представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Влияние изменения факторов на NPV

| Факторы | Изменение Факторов |           |           |           |           |
|---------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|         | -20%               | -10%      | 0         | 10%       | 20%       |
| NPV (P) | 2 805 207          | 3 902 662 | 5 000 123 | 6 097 584 | 7 195 045 |
| NPV (Q) | 2 387 077          | 3 660 065 | 5 000 123 | 6 198 364 | 7 215 045 |
| NPV(FC) | 7 187 761          | 6 178 000 | 5 000 123 | 3 760 677 | 2 577 890 |

Стоит отметить, что объем услуг может быть только уменьшен, так как конструкция мехового холодильника имеет фиксированную емкость, максимум которой использовался при расчете денежных потоков проекта.

Далее, исходя из данных таблицы 3.9, можно построить график чувствительности, который отобразит влияние рассмотренных факторов на NPV более наглядно, график представлен на рисунке 3.3.

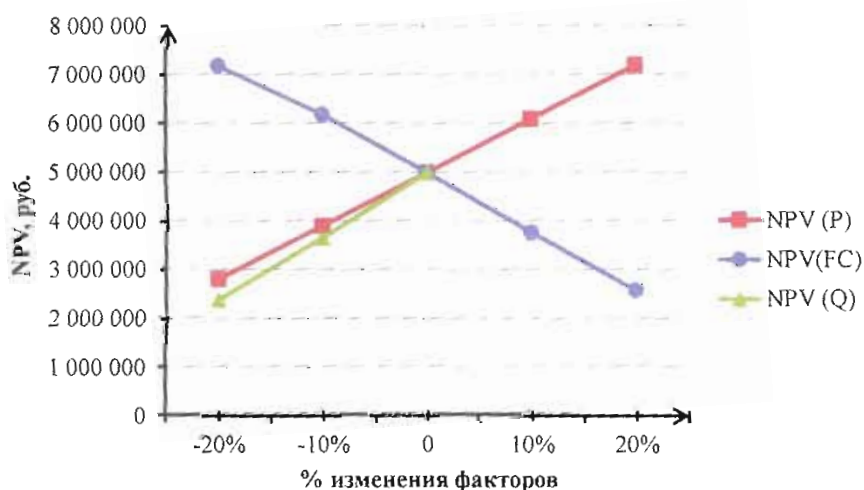


Рисунок 3.4 – График чувствительности

Исходя из графика чувствительности, можно распределить рассмотренные факторы по степени влияния на NPV.

1. Наибольшее влияние оказало изменения цены услуг, при 20 % уменьшении, NPV проекта уменьшился на 36,2 % и составил 7 195 045 руб.
2. Второе по силе влияние на NPV проекта показал фактор изменения объема услуг, при его 20 % уменьшении, NPV проекта снизился на 55,2 % и составил 2 805 207 руб.

Таким образом, анализ чувствительности показал, что наибольшую опасность для проекта представляют факторы снижения цен и объема услуг, что в который раз подчеркивает важность проведения качественной рекламной компании по привлечению клиентов, для сохранения потока клиентов.

**ВЫВОДЫ К ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ:** можно говорить о том, что предложенный проект по созданию студии красоты «Fashion Forward» является жизнеспособным и экономически целесообразным проектом, что отражают результаты простых и дисконтированных показателей оценки эффективности проекта, определенный запас финансовой прочности и проведенный анализ чувствительности проекта к рискам.

Результаты расчетов простых показателей оценки инвестиционной привлекательности проекта создания студии красоты «Fashion Forward» выглядят следующим образом:

1. Чистый доход  $NV = 6\,973\,323$  руб.
2. Норма прибыли  $ARR = 264\%$ .
3.  $PB = 5,52$  мес.
4.  $PI = 7,73$ .

Таким образом, расчет простых показателей эффективности проекта показал, что проект является привлекательным для инвесторов, все показатели выше нормативов, при которых проект можно считать целесообразным.

Результаты расчета дисконтированных показателей эффективности проекта выглядят следующим образом:

1. Чистый приведенный доход (NPV) составил 5 024 470,85 руб., что отражает эффективность проекта, т.к. данный показатель больше нуля.

2. Дисконтированный индекс доходности (DPI) = 4,11, данный показатель также отражает инвестиционную привлекательность проекта, т.к. означает получение инвесторами 1,01 рубля прибыли с каждого вложенного в проект рубля.

3. Дисконтированный срок окупаемости (DPB) = 10,31, что учитывая горизонт расчетов в 3 года, отражает экономическую привлекательность проекта.

4. Внутренняя норма доходности (IRR) = 152 %. IRR превышает максимальную, используемую в расчетах, ставку дисконтирования (34 %) на 118 %, что отражает жизнеспособность и устойчивость проекта к рискам

Результаты анализа безубыточности и чувствительности проекта к рискам:

1. Запас финансовой прочности проекта по планируемым результатам первого года функционирования проекта составил руб., что также отражает устойчивость проекта к рискам.

2. Проведенный анализ чувствительности показал, что наибольшее влияние на NPV проекта оказывают факторы изменения цены и объема услуг, а значит, к этим факторам следует относиться с особым вниманием, однако даже при уменьшении этих факторов на 20% NPV проекта составил руб. и руб. соответственно.

Таким образом, исходя из проведенных расчетов, можно заключить, что проект является привлекательным для инвесторов, как по планируемой доходности, так и по устойчивости к рискам.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном выпускном квалификационном проекте был проведен анализ инвестиционной привлекательности проекта по созданию студии красоты «Fashion Forward» в г. Челябинск. Для проведения этого анализа были выполнены следующие задачи:

1. Раскрыта сущность и ключевые элементы создания нового предприятия.
2. Раскрыта сущность инвестиционного процесса и произведено ознакомление с методикой оценки инвестиционной привлекательности проекта.
3. Произведено ознакомление с теоретическими аспектами анализа безубыточности и чувствительности проекта.
4. Произведено обоснование предполагаемой привлекательности проекта на основе анализа статистической информации.
5. Были смоделированы входные параметры инвестиционного проекта: инвестиционные и капитальные вложения, планируемые издержки и выручку от реализации проекта.
6. Произведена оценка экономической привлекательности проекта, благодаря использованию простых и дисконтированных методов.
7. Произведен анализ безубыточности проекта в стоимостном выражении.
8. Произведена оценка чувствительности чистой приведенной стоимости будущих денежных потоков проекта (NPV) к изменению основных факторов (цена услуг, объем услуг, величина постоянных издержек).

По результатам проведенной оценки инвестиционной привлекательности проекта можно сделать следующие выводы:

1. Бизнес по предоставлению услуг полного преображения в РФ находится в стадии зарождения, в крупнейших городах присутствует 3–4 компании, предлагающих данные услуги. В Челябинске отсутствуют компании, предоставляющие подобные услуги. Таким образом, имеющегося

предложения по услуге полного преображения в городе - миллионнике, в котором официально проживают свыше 20 000 человек, с доходами выше 75 000 руб. в месяц – недостаточно, что подтверждают данные проведенного маркетингового исследования.

Таким образом, открытие новой студии красоты в г. Челябинске является перспективным проектом.

2. Анализ экономической привлекательности проекта простыми и дисконтированными методами показал приемлемость проекта, планируемый NPV за 3 года составил 5 024 470,85 руб., что учитывая применяемую ставку дисконтирования, которая помимо инфляции и премии за риск, включала в себя минимальный уровень доходности, является хорошим показателем для проекта, доходы которого рассматриваются в качестве дополнительных.

3. Расчет внутренней нормы доходности, определение точки безубыточности и проведенный анализ чувствительности показали наличие у проекта необходимого запаса прочности и устойчивости к рискам, для того, чтобы считаться приемлемым для инвестора.

Подводя итог оценке инвестиционной привлекательности проекта по созданию студии красоты «Fashion Forward», можно заключить, что открытие студии красоты «Fashion Forward» является перспективным проектом. Важнейшим фактором, определяющим успех данного проекта, будет являться информированность потенциальных клиентов не только об открытии новой студии красоты в Челябинске, но и о важности комплексного подхода к изменению образа. Таким образом, от качества проведенных рекламных мероприятий, запланированных в данном проекте, в наибольшей степени зависит величина прибыли, которую будет приносить инвесторам рассматриваемый проект.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрютин, М.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебно-практическое пособие. – М.: Дело и сервис, 2010. – 256с.
2. Абрамов, А.Е. Основы анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности предприятий. – М.: АКДИ, 2012. – 145 с.
3. Анышин, В.М. Инвестиционный анализ – М.: Дело, 2010. – 86 с.
4. Баканов, М.И. Теория анализа хозяйственной деятельности / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 158 с.
5. Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – М.: Финансы и статистика, 2009, – 208 с.
6. Балдин, К.В., Воробьев С.Н. Риск-менеджмент: Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2005. – 285 с.
7. Барноглыц, С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий и объединений / С.Б. Барноглыц. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 427 с.
8. Белобтецкий, И.А. Прибыль предприятия. // Финансы. №3, – 2008. – 110 с.
9. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.: Эльга-Н, 2011. – 162 с.
10. Блохина, В.Г. Инвестиционный анализ. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 108 с.
11. Богатин, Ю.В.. Оценка эффективности бизнеса и инвестиций. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 284 с.
12. Борисов, А.Б. Словарь «Борисов А.Б. Большой экономический словарь.» – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
13. Бородина, Е. И. Финансы предприятий / Е.И. Бородина – М.: Банки и биржи, 2010. – 208 с.

14. Боумэн, К.Б. Основы стратегического менеджмента: Пер. с англ. / под ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. - 175 с.
15. Бочаров, В. В. Инвестиции: Учебник /В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2009. – 384 с.
16. Быстров, В.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2011. – с. 164.
17. В каких регионах зарплаты работающих отличаются больше всего [Электронный ресурс] // <http://www.riarating.ru/infografika/20131029/610592843.html> (дата обращения 21.04.2016)
18. Вахрин, П.И. Инвестиции: Учебник. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 384с.
19. Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 356 с.
20. Воронцовский, Т.О. Инвестиции и финансовые методы оценки и образования – С-П.: 2012 – 160с.
21. Глухов, В.В. Менеджмент: учеб. для экон. специальностей вузов / В. В. Глухов СПб. и др. : Питер , 2008. – 608 с.
22. Головань, СИ. Бизнес планирование: Учеб. Пособие – М.: Феникс, 2012 – 180 с.
23. Гончаренко, Л.П. Менеджмент инвестиций и инноваций : учебник / Л.П. Гончаренко. – М. : КНОРУС, 2014. – 160 с.
24. Горбачева, Л.А. Анализ прибыли и рентабельности. – М.: Экономика, 2009. – 195с.
25. Грачев, А.В. Оценка платежеспособности предприятия за период / А.В. Грачев. – М.: Проспект, 2012. – 327 с.
26. Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учебник для ВУЗов / В.П. Грузинов - М.: ЮНИТИ, 2010. – 89 с.
27. Дсева, А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Изд-во «Экзамен», 2009. – 436 с.

28. Динамика потребления населения России в условиях кризиса [Электронный ресурс] // <http://ac.gov.ru/files/publication/a/6157.pdf> (дата обращения 20.04.2016)

29. Ионова, А.Ф. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / А.Ф. Ионова. – М.: Инфра, 2010. – 312с.

30. Как работает реклама с платой за клик [Электронный ресурс] // <https://www.google.ru/adwords/how-it-works>. (дата обращения 28.04.2016)

31. Калининкова, Е.В. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие /Е. В. Калининкова. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 147 с.

32. Карлик, П.Н. Экономика предприятия: Учебное пособие – М.: Феникс, 2002. – 58с.

33. Каталог интернет-магазина «Ашан» [Электронный ресурс] // <https://www.auchan.ru/pokupki/> (дата обращения 19.04.2016)

34. Кибанов, А.Я. Оценка экономической эффективности совершенствования управления предприятием. - М.: Инфра, 2010. – 106с.

35. Киреева, Н.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие: В 3 ч. / Урал. Соц.-эк. ин-т АТиСО. – Челябинск, 2014. – Часть III. – 160с.

36. Ковалев, В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2009. - 768 с.

37. Кожухар, В.М. Практикум по экономической оценке инвестиций: учебное пособие / В. М. Кожухар. – 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. – 147с.

38. Колтынюк, Б.А. Инвестиционные проекты: учебник – М.: 2010. – 33с.

39. Кондратьева, З.А. Роль и значение индивидуального инвестирования в решении задач экономического роста // Финансы и кредит. 2011. – 404 с.

40. Корнеев М. В. Деловая репутация: методология оценки стоимости в отражение в учете / М. В. Корнеев // МСФО и МСА в кредитной организации. 2013. № 1.

41. Кэмпбелл, Д., Стоунхаус, Дж., Хьюстон, Б. Стратегический менеджмент: Учебник / пер. с англ. – М.: Проспект, 2005. – 336с
42. Литвин, М.И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели. // Финансовый менеджмент, № 6, 2009. – 206 с.
43. Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия) : учебно-методический комплекс / А.М.Лопарева. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. – 400 с. – (Высшее образование. Бакалавриат).
44. Любушин, Н.П. Анализ финансового состояния организации / Н.П. Любушин. – М.: Эксмо, 2011. – 308 с.
45. Марголин, А.М. Инвестиционный анализ. – М.: РАГС, 2012. – 139с.
46. Маренков, Н.Л. Основы управления инвестициями. Учебник для ВУЗов – М: Эдиториал, 2013 - 480с.
47. Маркин, Ю.П. Экономический анализ / Ю.П. Маркин. – М.: Омега-Л, 2010. – 315 с.
48. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 7 "Отчет о движении денежных средств" (ред. от 07.05.2013) [Электронный ресурс] // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_123286/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123286/) (дата обращения 14.04.2016)
49. Мордовин, С.К. Управление персоналом: современная российская практика / С.К. Мордовин. – СПб.: Питер, 2013. – 312 с.
50. Общероссийский классификатор профессий [Электронный ресурс] // <http://professions.org.ru> (дата обращения 17.05.2015г.)
51. Овчаренко, Н.П. Организация гостиничного дела / Н.П. Овчаренко. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 368 с.
52. Огвоздин, В.Ю. Управление качеством / В.Ю. Огвоздин. – М.: Дело и Сервис, 2011. – 211 с.
53. Окрепилов, В.В. Управление качеством / В.В. Окрепилов. – М.: Экономика, 2014. – 137 с.
54. Организация производства: учебное пособие / Н.Ю. Варкова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009.

55. Прогноз социально-экономического развития российской федерации на 2017–2019 годы [Электронный ресурс] // <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/macro/prognoz/> (дата обращения 07.05.2016)

56. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов [Электронный ресурс] // <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi?pl=2340006> (дата обращения 21.04.2016)

57. Распределение населения Челябинской области по величине среднедушевых денежных доходов в 2014 году [Электронный ресурс] // [http://chelstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/chelstat/ru/statistics/standards\\_of\\_life/](http://chelstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chelstat/ru/statistics/standards_of_life/) (дата обращения 20.04.2016)

58. Риск-анализ инвестиционного проекта. Учеб. для вузов. М.Грачева. – М.: Экономика и финансы, 2006 г.

59. Романов, А.П., Жариков И.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. - 80 с.

60. Степанова, Е., Каминский Е. Бизнес-планирование на предприятии//Журнал, Бизнес-Информ. май-июнь, 2002 г.

61. Стоимость печати рекламных плакатов и визиток [Электронный ресурс] // <http://port-press.ru/price/naruzhnaja-reklama/plakaty-postery/> (дата обращения 20.04.2016)

62. Студопедия. Инвестиционный проект и этапы его реализации [Электронный ресурс] // <http://studopedia.org/8-134842.html> (дата обращения 23.04.2016)

63. Сухова, Л.Ф., Чернова П.Н. практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия. 2004 г.

64. Услуги контекстной рекламы в Челябинске [Электронный ресурс] // <http://www.dextra.ru/services/marketing/context/> (дата обращения 20.03.2016)

65. Услуги парикмахера- стилиста [Электронный ресурс] // <http://binoklstudio.com/uslugi-parikmahera-stilista/> (дата обращения 17.03.2016)

66. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в

форме

капитальных вложений" [Электронный ресурс]  
// [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_22142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/) (дата обращения  
14.05.2016)

67. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. - СПб: Питер, 2001
68. Эванс, Дж.Р., Берман Б. Маркетинг / М: Сирин 2002. – 422 с.
69. Эллууд, А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности  
товарной марки / Т. Новиковой. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007. – с. 6
70. Янковский, К. П. Инвестиции. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с