

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
« ___ » _____ 2018 г.

Разработка бизнес-плана открытия салона красоты «Долорес»
в городе Челябинске
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.02.2018.247.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ И.Д. Дягелец
« ___ » _____ 2017 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ–488
_____ О.О. Цыганова
« ___ » _____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
« ___ » _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Цыганова О.О. Бизнес-план открытия салона красоты «Долорес» в г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-488, 74 с., 14 рис., 26 табл., библиогр., список – 30 наим., приложения –1.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки «Бизнес-плана открытия салона красоты в г. Челябинск».

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы был разработан бизнес-план открытия салона красоты «Долорес».

Объектом исследования является инвестиционная привлекательность открытия Салона красоты «Долорес».

Предметом исследования является – инвестиционная деятельность предприятия.

Целью работы является разработка бизнес-плана открытия ранее не существовавшего салона красоты «Долорес» в г. Челябинск.

Актуальность исследования обусловлена потребностью оценки экономической эффективности проекта с целью принятия решения о целесообразности его реализации.

ANNOTATION

Tsyganova O.O. Business plan for Opening a beauty salon «Dolores» to Chelyabinsk. – Chelyabinsk: South Ural State University, the HSEM-488, 74 pages, 14 drawings, 26 tables, bibliography – 30 names, 1 applications.

Graduation qualification work is performed for the purpose of development of "The business plan of opening of beauty shop to Chelyabinsk".

During performance of final qualification work the business plan of opening of beauty shop "Dolores" has been developed.

Object of a research is the investment attractiveness of opening of Beauty shop "Dolores".

Object of research is – investment activities of the enterprise.

The purpose of work is development of the business plan of opening of earlier not existing beauty shop "Dolores" to Chelyabinsk.

The relevance of a research is caused by requirement of assessment of economic efficiency of the project with the purpose of making decision on expediency of his realization.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	
1.1 Бизнес-планирование: сущность, значения и цели.....	9
1.2 Классификация различных типов бизнес-планов.....	10
1.3 Структура бизнес-плана.....	12
1.4 Показатели эффективности инвестиционного проекта.....	15
1.5 Российские и зарубежные методики бизнес-планирования.....	23
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ САЛОНА КРАСОТЫ	
2.1 Резюме проекта.....	29
2.2. Описание отрасли.....	30
2.3 SWOT-анализ.....	35
2.4 Характеристика объекта.....	37
2.5 План маркетинга.....	38
2.6 Анализ потребителей.....	41
2.7 Инвестиционный план.....	49
2.8 Производственный план.....	53
2.9 Финансовый план.....	56
2.10 Анализ рисков и чувствительности инвестиционного проекта.....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	71
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Цены на услуги.....	74

ВВЕДЕНИЕ

Салон красоты – это общественное, частное предприятие, оказывающее косметические и парикмахерские услуги для женщин и мужчин. А также, в салоне красоты возможно оказание различных услуг по уходу за телом.

Целевой аудиторией салонов красоты являются все слои населения, так как каждый человек посещает как минимум парикмахера, а как максимум потребителем может быть тот, кто следит за собой, своим здоровьем, красотой и желает быть красивым и здоровым. Поэтому салонный бизнес становится привлекательным со всех точек зрения: инвестиционной, социальной, экономической и организационной.

На сегодняшний день имеется большое число салонов красоты, поэтому, разрабатывая бизнес-план нами будут рассмотрены услуги, предлагаемые конкурентами, их виды, цены, качество, и на основе анализа существующих в городе Челябинске салонов красоты разработан бизнес-план, связанный с открытием нового салона «Долорес».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические основы инвестиционного и бизнес-планирования, а также проанализировать современные зарубежные и отечественные методики бизнес-планирования и оценки экономической эффективности проекта;
- провести маркетинговое исследование рынка салонов красоты города Челябинска;
- составить организационно-производственный план;
- определить величину необходимых инвестиций;
- рассчитать текущие затраты и денежные потоки проекта;
- провести анализ экономической эффективности проекта и оценить его риски.

Объект работы – этапы разработки бизнес-плана открытия салона красоты.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Бизнес-планирование: сущность, значения и цели

План – это намеченная на определенный период работа с указанием ее целей, содержания, объема, методов, последовательности действий, сроков и исполнителей, намеченная система мероприятий, предусматривающая порядок, последовательность и сроки ведения работ [16].

Бизнес план – это документ, дающий развернутое обоснование проекта и возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект [5].

Как один из наиболее распространенных видов планов, бизнес-план представляет собой:

- рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы;
- обширную программу (рационально организованных мер, действий) осуществления бизнес-плана, предусматривающую оценку доходов и расходов;
- документ, характеризующий основные стороны деятельности развития предприятия;
- оценку затрат, необходимых для изготовления и сбыта продукции, предоставленных на рынке работ или услуг [16].

Наиболее важная роль бизнес-плана заключается в том, чтобы реализовать видение предпринимателя, относительно экономической эффективности и целесообразности данного проекта, убеждая инвесторов финансировать этот проект [8].

Решение потенциального спонсора рассмотреть предложение будет зависеть от качества бизнес-плана, поддерживаемого предложением финансирования. Для этого предприниматель должен сформулировать бизнес-план таким образом, чтобы он удовлетворял всем аспектам, которые учитывают инвесторы:

1.Резюме плана: этот раздел играет важную роль в качестве его первого

документа, который смотрит инвестор, и принимает быстрое решение по предложениям. Он должен быть максимально кратким, с подробным описанием всех важных аспектов бизнеса, выполняющих ожидания инвесторов.

2. Продукт, история и конкуренты. Инвестор также учитывает такие факторы как: историю и уникальность продукта; а также маркетинговый анализ риска рынка, который помогает инвесторам анализировать, каков размер рынка и каково будущее, которое приготовлено для них, и как они собираются развиваться [17].

Бизнес-план призван показать работникам и потенциальным инвесторам целостность предлагаемого курса, продемонстрировать, как одно вытекает из другого [17].

На рисунке 1.1 представлены роли инвестора и предпринимателя в бизнес-плане.

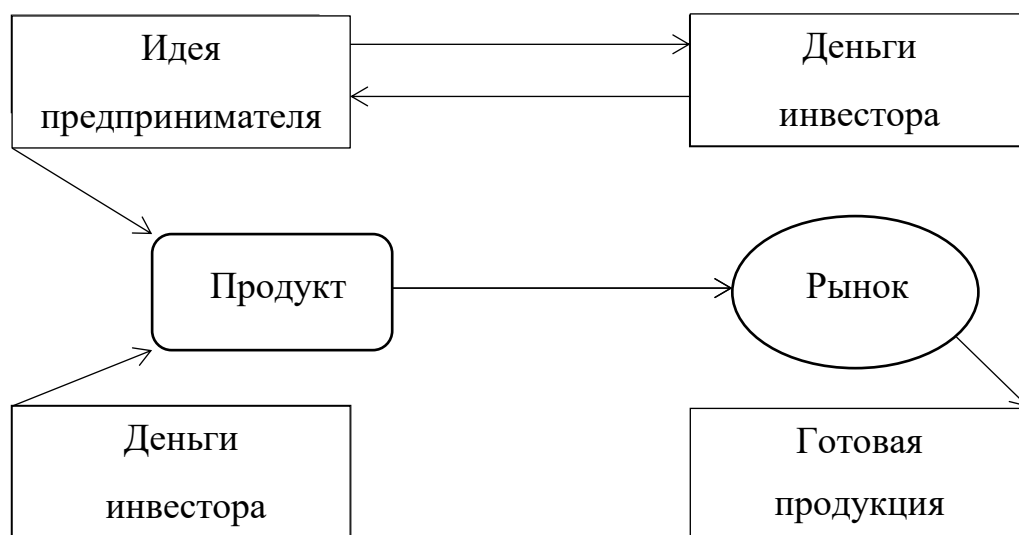


Рисунок 1.1 – Отражение роли инвестора и предпринимателя в бизнес-плане

1.2 Классификация различных типов бизнес-планов

В условиях рыночной экономики возможно существование множества версий бизнес-планов по форме, содержанию, структуре и так далее. Наибольшие различия наблюдаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости от

назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения); по предприятию в целом (новому или действующему) [10].

Классификация бизнес-планов по объектам бизнеса представлена на рисунке 1.2.

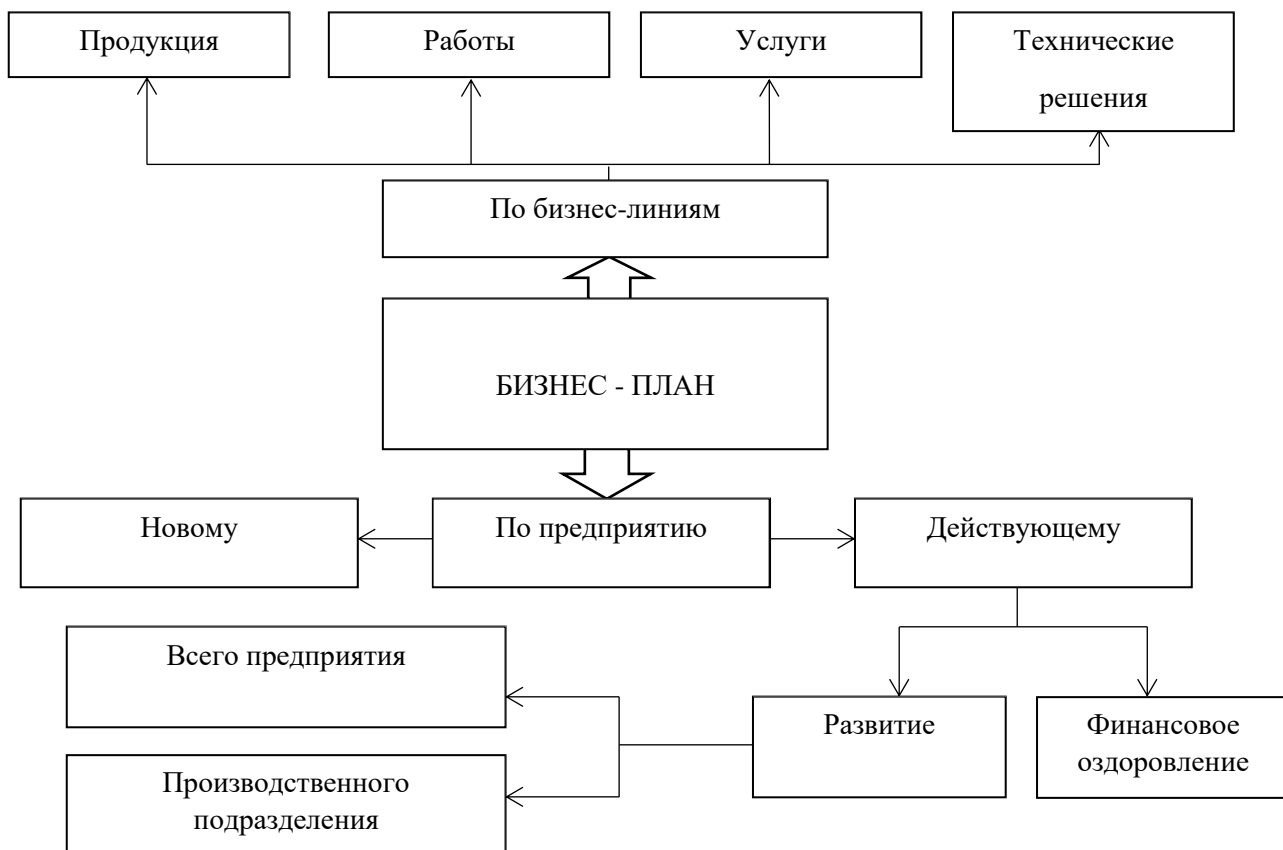


Рисунок 1.2 – Классификация бизнес-планов по объектам бизнеса

Соответственно рисунку 1.2 можно с достаточной определенностью сказать, что бизнес планы разрабатываются либо для нового предприятия, либо для действующего. И в рамках одной организации может разрабатываться весь комплекс целей и отдельные бизнес-планы по приведенной выше типологии. Они могут существенно различаться сферой приложения, составом предметной области, масштабом, деятельностью, составом участников, степенью сложности, влиянием результатов и т.д. Разнообразие бизнес-планов может быть классифицировано по различным показателям [11].

Ядро бизнес-плана – концентрирование финансовых ресурсов для решения стратегических задач, он призван помочь предпринимателю решить следующие основные задачи, связанные с функционированием фирмы:

1. Сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения.
2. Определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках.
3. Выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям.
4. Оценить производственные и непроизводственные издержки.
5. Определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию и т.п.
6. Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей и т.д. [17].

1.3 Структура бизнес-плана

Структура бизнес-плана зависит от различных факторов:

1. Размеров предприятия.
2. Полноты составных частей (укрупненный или детализированный).
3. Назначения (в качестве плана обоснования инвестиций, для финансовых партнеров, привлечения партнеров, контрактов с персоналом фирмы).
4. Периода планирования (на один год или несколько лет).
5. Размеров предлагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив роста создаваемого предприятия, поскольку, чем крупнее рынок сбыта, тем большее количество его сегментов необходимо учитывать, а наличие большого количества конкурентов требует изучения наиболее крупных из них, их товаров и

услуг, что требует усложнения структуры бизнес-плана, разделы могут разрабатываться с той или иной степенью конкретизации.

6. Квалификации составителя [16].

Как правило, в структуре бизнес-плана предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия и удовлетворения им потребностей рынка, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения фирмы на определенных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый проект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста предприятия [16].

В бизнес-плане также могут быть некоторые ограничения. Независимо от того, насколько инновационным является продукт, но, если бизнес-план не сформулирован надлежащим образом, могут возникнуть некоторые проблемы, которые будет испытывать инвестор, и это помешает ему инвестировать в ваш бизнес.

Ограничения могут быть следующими:

1. Бизнес-план составляла команда, не имеющая опыта в области бизнес планирования и хорошей репутации успешного завершения своих проектов, а также команда, не имеющая надлежащего уровня, диапазона навыков и глубины знаний, приведет к отказу инвесторов от плана. Следовательно, команда должна содержать людей с проверенной репутацией, а также их необходимым резюме.

2. Если анализ рынка не выполняется должным образом, на котором компания продвигает свой продукт, исследуя интерес клиента, как они собираются ориентироваться на свой рынок и по какой цене они будут продавать товар и так далее, тогда инвестор может отказать в инвестировании средств, поскольку он будет чувствовать, что предприниматель не имеет надлежащего анализа своего целевого рынка [14].

Определенный бизнес-план показывает, что конкуренция невелика, что подразумевает отсутствие достаточного количества клиентов для поддержки

продукта или услуги. Следовательно, необходимо провести надлежащий маркетинговый анализ, показывающий, что существует широкий рынок для продукта, а также дать уверенность инвестору в том, что если руководство будет хорошо работать, то фирма может получить значительную прибыль. Инвесторам также необходимо знать, какова сила и слабость конкурентов, какова их доля на рынке и каковы угрозы входа в эту отрасль [8].

Угрозы могут быть таковыми, если:

- его географическое положение находится в невыгодном месте, без квалифицированных работников или с недорогой рабочей силой, это может помешать инвестору инвестировать;

- прогнозируются нереалистичные продажи, то есть ожидание невообразимой продажи, когда на рынке не будет спроса;

- в плане не отображаются прогнозы прибыли и отчеты о движении денежных средств. Следовательно, инвесторы стремятся выяснить, указаны ли пиковая потребность и максимальная доступность наличных денег и какова ожидаемая финансовая прибыль, то есть рентабельность инвестиций (ROI).

- надлежащая балансировка актива и обязательств не будет выполнена;

- правильный анализ безубыточности не выполняется, так как инвестору интересно знать, на каком уровне продаж произойдет разрыв.

- правильное планирование фонда, использование средств и погашение средств не отображаются должным образом, то инвестор может не инвестировать в бизнес;

- анализ чувствительности не выполняется, инвестор может не одобрить план, так как это критическая часть финансового плана [10].

Поскольку финансовые данные сделаны на основе допущений и могут со временем меняться, следовательно, необходимо вычислить изменения в рентабельности путем изменения критических параметров финансового плана, а также оценить, сможет ли фирма погасить все свои долги и обязательства [13].

Большинство инвесторов не вычисляют риск, связанный с бизнесом, и это

может также помешать инвестору инвестировать. Они хотят оценить, какие риски связаны с бизнесом, и каковы способы смягчения этих рисков. При расширении существующего бизнеса кредитный долгосрочный рейтинг должен быть привязан, так как инвесторы хотели бы видеть, как компания будет работать в течение последующих нескольких лет [14].

Бизнес-план в основном является основой предпринимательского финансирования. Поскольку у некоторых предпринимателей возникают трудности с передачей своих идей инвестору, бизнес-план становится важным средством коммуникации для передачи своих идей. Бизнес-план не может гарантировать успех бизнеса, если у предпринимателя нет необходимых навыков, знаний и рвения, чтобы воплотить этот план в реальность [10].

При разработке бизнес-плана предприниматель должен помнить о государственной политике страны. Бизнес-план, который может быть весьма привлекательным и перспективным в открытой экономике, может оказаться неэффективным в экономике закрытых дверей. Предприниматель при запуске нового предприятия не должен повлечь за собой большой капиталоемкий план, поскольку фактор риска высок. Он должен выбрать план средних размеров, который можно лично контролировать [4].

1.4 Показатели эффективности инвестиционного проекта

В независимости от типа инвестиционного проекта инвестору необходимо принять решение о целесообразности долгосрочных вложений. Задачей финансового анализа инвестиционных проектов является получение информации для принятия подобного рода решений, т.е. определение возможной эффективности капиталовложений. Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования [8].

Привлекательность инвестиционного проекта может быть оценена по большому числу факторов и критериев: ситуации на рынке инвестиций, состоянию финансового рынка, профессиональным интересам и навыкам инвестора, финансовой состоятельности проекта, геополитическому фактору и т.д. Однако на практике существуют универсальные методы инвестиционной привлекательности проектов, которые дают формальный ответ: выгодно или невыгодно вкладывать деньги в данный проект; какой проект предпочесть при выборе из нескольких вариантов [10].

Инвестирование с точки зрения владельца капитала означает отказ от сиюминутных выгод ради получения дохода в будущем. Проблема оценки инвестиционной привлекательности состоит в анализе предполагаемых вложений в проект и потока доходов от его использования. Аналитик должен оценить, насколько предполагаемые результаты отвечают требованиям инвестора по уровню доходности и сроку окупаемости [10].

Для принятия решения по инвестиционному проекту необходимо располагать информацией о характере полного возмещения затрат, а также о соответствии уровня дополнительного получаемого дохода степени риска неопределенности достижения конечного результата [15].

Различают простые (статические) и усложненные методы оценки, основанные на теории изменения стоимости денег во времени.

1. Чистый доход (от англ. - Net Value, NV) представляет собой накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период:

Формула расчета показателя чистого дохода проекта:

$$NP = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (1)$$

где CF_t – денежный поток t -го периода;

I_t – инвестиции t -го периода;

T – горизонт расчета проекта.

Критерием приемлемости проекта является положительный чистый доход, то есть $NP > 0$. Однако данный показатель не даёт объективной и полноценной оценки привлекательности инвестиционного проекта, так как является абсолютным и не учитывает фактора времени [15].

2. Коэффициент рентабельности инвестиций или инвестиционного проекта (англ. Accounting Rate of Return, ARR, учетная норма прибыли) – показатель отражающий прибыльность объекта инвестиций без учета дисконтирования. Формула расчета коэффициента рентабельности инвестиций:

$$ARR = \frac{Pr}{I} * 100\%, \quad (2)$$

где Pr – средний чистый денежный поток объекта инвестиций за рассматриваемый период (год);

I – инвестиционный капитал, первоначальные затраты инвестора в объект вложения.

Данный показатель используется для сравнения различных альтернативных инвестиционных проектов. Чем выше ARR, тем выше привлекательность данного проекта для инвестора [15].

3. Срок окупаемости инвестиций (англ. PP, payback period) – это минимальный период времени возврата вложенных средств в инвестиционный проект, бизнес или любую другую инвестицию. Срок окупаемости является ключевым показателем оценки инвестиционной привлекательности бизнес плана, проекта и любого другого объекта инвестирования. Формула расчёта недисконтированного срока окупаемости:

$$PP = \frac{I}{Pr}, \quad (3)$$

где I – первоначальные инвестиционные затраты в проекте;

Pr – средний чистый денежный поток объекта инвестиций за рассматриваемый период (год).

Критерием приемлемости проекта является меньший срок окупаемости проекта, чем горизонт расчета проекта, то есть $PP < T$ [15].

4. Индекс доходности (англ. PI, Profitability Index) – показатель эффективности инвестиции, представляющий собой отношение дисконтированных доходов к размеру инвестиционного капитала. Данный показатель характеризует доход на единицу инвестиционных затрат.

Формула расчета показателя индекса доходности проекта:

$$PI = \frac{NV}{I} + 1, \quad (4)$$

где NV – чистый доход,

I – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

Рассмотрим интерпретацию значений PI:

- $PI > 1$ – проект прибыльный;
- $PI = 1$ – проект ни прибыльный, ни убыточный;
- $PI < 1$ – проект убыточный.

Данный показатель удобен при выборе одного проекта из альтернативных, имеющих одинаковый NPV [15].

5. Чистый дисконтированный доход – Net Present Value (ЧДД, чистая дисконтированная стоимость, NPV) представляет собой разность суммы элементов возвратного потока и исходной инвестиции, приведенных к началу действия оцениваемого проекта. Данный метод основан на сопоставлении величины исходной инвестиции с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, генерируемых ею в течение прогнозируемого срока [7].

В случае, когда проект предполагает разовую инвестицию на начальном этапе, то используется формула 5:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - IC, \quad (5)$$

где CF_k – доходы (сальдо от операционной деятельности) по шагам проекта;
 IC – единовременные инвестиции в начале проекта;
 r – ставка дисконтирования, используемая в проекте;
 k – номер шага;
 n – количество шагов в проекте.

В случае, если проект предполагает последовательное инвестирование в течение m лет, то используется формула 6:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - \sum_{j=1}^m \frac{IC_j}{(1+i)^j}, \quad (6)$$

где j – прогнозируемый средний темп инфляции.
 CF_k – доходы (сальдо от операционной деятельности) по шагам проекта;
 IC – единовременные инвестиции в начале проекта;
 r – ставка дисконтирования, используемая в проекте;
 k – номер шага;
 n – количество шагов в проекте.

Чтобы рассчитать чистый дисконтированный денежный поток проекта необходимо знать установить значение ставки дисконтирования. Одним из подходов при определении ставки дисконтирования является формула Фишера 7:

$$r = r_m + j + R, \quad (7)$$

где r_m – минимальная реальная доходность;
 j – уровень инфляции;
 R – рисковая премия.

Показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае реализации рассматриваемого проекта, причем оценка делается на момент окончания проекта, но с позиции начала проекта [15].

6. Внутренняя норма прибыли – Internal Rate of Return (IRR, внутренняя доходность, норма доходности) это такая ставка дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, то есть чистый дисконтированный доход равен нулю. Внутренняя норма прибыли рассчитывается путем нахождения коэффициента дисконтирования, при котором приведенная стоимость будущих денежных поступлений становится равна приведённой стоимости потока затрат на проект, то есть при которой $NPV = 0$. При этом период дисконтирования должен быть привязан к сроку жизни проекта [15].

Представим внутреннюю норму доходности на рисунке 1.3:

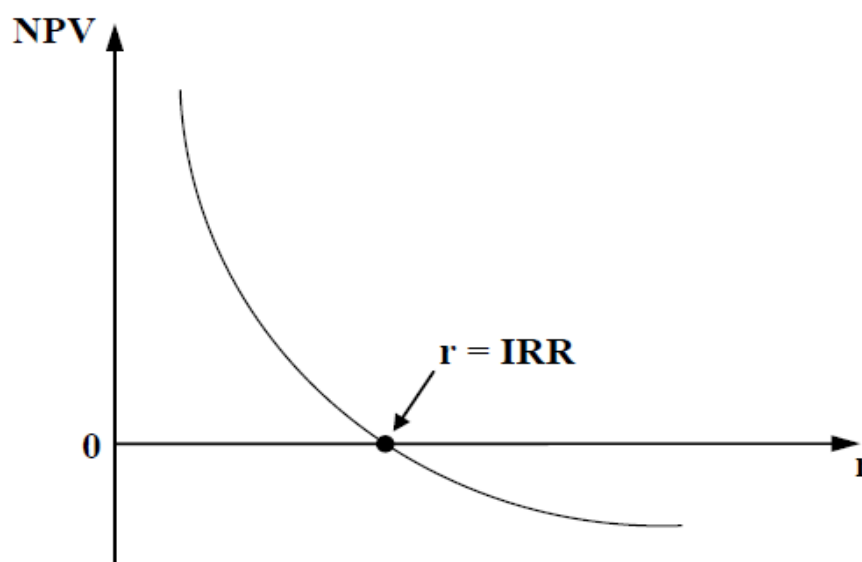


Рисунок 1.3 – IRR

Рассмотрим алгоритм расчета IRR методом интерполяции:

1. Необходимо выбрать два значения ставки дисконтирования и рассчитать NPV. При одном значении NPV должно быть ниже нуля, при другом — выше нуля;
2. Полученные значения ставок дисконтирования и соответствующих им NPV подставляются в формулу 8:

$$IRR = d_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (d_2 - d_1), \quad (8)$$

где d_1 – норма дисконта, при которой NPV выше нуля;
 NPV_1 – значение положительного NPV;
 d_2 – норма дисконта, при которой NPV ниже нуля;
 NPV_2 – значение отрицательного NPV.

Показатель IRR отражается в процентах и определяет максимально допустимый уровень затрат по финансированию проекта, при достижении которого реализация проекта не приносит прибыли, но и не дает убытка. Если проект полностью финансируется за счет кредитных средств, то значение IRR показывает границу банковской процентной ставки, превышение которой делает проект убыточным [15].

7. Дисконтированный срок окупаемости инвестиционных проектов (Discounted Payback Period, DPP) – это временной период окупаемости первоначальных инвестиций (затрат) в инвестиционный проект в текущей стоимости. Главное отличие от простой формулы срока окупаемости – это дисконтирование денежных потоков и приведение будущих денежных поступлений к текущему времени [9].

Формула расчета дисконтированного срока окупаемости инвестиций:

$$DPP = 2 + \frac{IN - ДДП1}{ДДП2}, \quad (9)$$

где IN – инвестиционные затраты, тыс.руб.;

ДДП1 – дисконтированный денежный поток нарастающим итогом в момент времени 2.

ДДП2 – дисконтированный денежный поток нарастающим итогом в момент времени 3.

Интерпретация значений DPP заключается в том, что:

- проект принимается, если окупаемость имеет место;
- проект принимается, если срок окупаемости не превышает заранее установленной величины, то есть целесообразно учитывать окупаемость аналогичных проектов [15].

8. Модифицированная внутренняя норма прибыли (MIRR) – это ставка дисконтирования, уравнивающая притоки и оттоки денежных средств по проекту. Критерий MIRR рассчитывают, прежде всего, для анализа неординарных денежных потоков с учетом того, что критерий IRR для них непригоден. Однако модифицированная норма доходности может быть определена и для проектов, генерирующих стандартные денежные потоки. Применение скорректированной с учетом нормы реинвестиции внутренней нормы доходности MIRR позволяет нивелировать искажение, свойственное показателю IRR и снимает проблему множественности его значений. Кроме того, модифицированная внутренняя норма доходности рассчитывается проще, чем IRR именно вследствие сделанного предположения о реинвестиции [8].

Данный показатель отражает внутреннюю норму доходности, скорректированную с учетом нормы реинвестиции и рассчитывается по формуле:

$$MIRR = \left(\frac{\sum_{T=0}^T CF_t (1+r)^{T-t}}{\sum_{t=0}^t I_t (1+r)^{-1}} \right)^{\frac{1}{T}} - 1, \quad (10)$$

где T – горизонт планирования проекта;

t – текущий период реализации проекта;

I_t – отток денежных средств в t-м периоде;

CF_t – приток денежных средств в t-м периоде;

r – стоимость капитала, по которой реинвестируются денежные притоки, в долях единицы.

Критерий MIRR всегда имеет единственное значение и может применяться вместо показателя IRR для оценки проектов с неординарными денежными потоками.

9. Чистая терминальная стоимость (NTV). Критерий NPV основан на приведении денежного потока к началу действия инвестиционного проекта, то

есть в его основе заложена операцию дисконтирования. Если все элементы денежного потока приводить к моменту окончания проекта, то есть воспользоваться для приведения обратной операцией — наращением, то моделируется критерий, который получил название «чистая терминальная стоимость» – NTV. Формула для расчета этого критерия следующая:

$$NTV = \sum_{t=0}^T CF_t * (1 + r)^{t-k} - I(1 + r)^{t-k}, \quad (11)$$

где T – горизонт планирования проекта;
t – текущий период реализации проекта;
It – первоначальный затраченный инвестиционный капитал;
CFt – приток денежных средств в t-м периоде;
r – ставка дисконтирования;
k – анализируемый период.

Условия принятия проекта на основе критерия NTV аналогичны тем, которые используют при применении критерия NPV, то есть:

- если $NTV > 0$, то проект прибыльный, его следует принять,
- если $NTV < 0$, то проект убыточный, его следует отвергнуть,
- если $NTV = 0$, то проект ни прибыльный, ни убыточный [15].

1.5 Российские и зарубежные методики бизнес-планирования

Методы планирования напрямую связаны с организационными соображениями, стилем управления, зрелостью организации и профессионализмом сотрудников. Эти факторы различаются в разных отраслях и даже среди аналогичных компаний. Тем не менее, все руководство, применяя научный метод для планирования, выполняет аналогичные этапы. Время, затрачиваемое на каждый этап, зависит от компании. Однако завершение каждого из этапов является предпосылкой успешного планирования [19].

Основные этапы:

1. Проведение диагностики для определения возможностей.
2. Оценка бизнес-среды для возможных рисков.
3. Определение направляющих целей.
4. Определение сроков и количественных показателей.
5. Прогнозирование рыночных условий, которые влияют на цели и задачи.
6. Указание действий и поиск ресурсов, необходимых для достижения целей.
7. Оценка предлагаемых действий и выбор наиболее подходящих.
8. Контроль реализации и выполнения плана.

В российской и международной практике бизнес-планирования существует большое количество корпоративных методик, разрабатываемых и используемых отдельными компаниями и банками. В целом корпоративные методики также соответствуют требованиям международной методики UNIDO (расшифровывается UNIDO как United Nations Industrial Development Organization - Организация Объединенных Наций по промышленному развитию) [19].

Отметим основные методы бизнес-планирования среди российских и зарубежных:

1. Метод экономического анализа позволяет расчленить экономические процессы (явления) на отдельные составные части, исследовать их содержание и взаимодействие между собой, а также влияние в целом на весь бизнес- процесс. Определяются факторы, влияющие на решение основных задач бизнес-плана, в результате чего разрабатываются мероприятия, позволяющие достичь основных целей организации.

2. Балансовый метод дает возможность согласовать потребности и возможности организации. Создаются балансы по материальным, трудовым, финансовым ресурсам, т. е. по всем производственным ресурсам.

3. Нормативный метод строится на использовании норм и нормативов, с помощью которых количественно обосновывают плановые показатели. Поэтому достоверность расчетов в бизнес-плане напрямую зависит от качества разработки нормативной базы данной организации.

4. Экономико-математический метод базируется на применении теории вероятности, сетевого планирования, линейного программирования и других математических методов.

5. Прогнозный метод планирования основывается на прогнозировании. Результаты прогнозов не могут восприниматься как достоверная и гарантированная информация. Но от реалистичности прогноза исходных данных, используемых при составлении бизнес-плана, зависит дальнейшее существование бизнеса хозяйствующего субъекта [19].

В российской методике бизнес-планирования делается более сильный акцент на отдельных содержательных и аналитических моментах бизнес-плана, подаваемого претендентом на рассмотрение, в соответствии с направлением своей деятельности [19].

Например, лизинговые компании при рассмотрении инвестиционного бизнес-плана претендента основное внимание обращают на блок вопросов и плановых расчетов, связанных с предоставлением кредита в виде лизинга оборудования, срока погашения кредита, размера и графика лизинговых платежей, бухгалтерского учета и порядка списания оборудования, принимаемого на лизинг [19].

Коммерческие банки основное внимание при рассмотрении бизнес-плана претендента обращают на залоговое и гарантийное обеспечение предоставляемого кредита, на структуру и размер оборотного капитала, прибыли и ликвидности активов компании, необходимых для расчета оптимального графика погашения кредита. В Российской Федерации практически каждый институциональный инвестор, коммерческий банк имеет собственную методику разработки и предоставления бизнес-плана претендентом на получение финансирования. Это во многом связано с продолжающимся процессом становления и развития банковской системы, недостатков в нормативно-правовом регулировании банковской и инвестиционной деятельности [24].

Американский и британский подходы к бизнес-планированию имеют ряд существенных отличий друг от друга, но оба они рассматривают бизнес-план как план обоснования инвестиций, что, на мой взгляд, и является основной функцией данного документа. Бизнес-план составляется для привлечения инвестиций и должен включать в себя такие основные разделы, как маркетинг, организация производства и финансовые данные. Вышеприведенные методики, несмотря на кажущиеся различия, содержат общие основные разделы [24].

В основу немецкой методики бизнес-планирования заложены идеи немецких консалтинговых фирм, адаптированные к условиям российской экономики и системе комплексного внутрифирменного планирования. Согласно немецкой методике, бизнес-план состоит из четырех разделов: характеристика предприятия и инвестиционного проекта; план маркетинга; план производства и финансовый план. Методика дает возможность получить информацию об эффективности инвестиционного проекта, еще не составляя финансового плана [25].

Рассматривая современную дефиницию зарубежных методик бизнес-планирования необходимо отметить следующее, что универсальных методик в современном экономическом мире не существует. С уверенностью можно сказать лишь одно, для любого бизнес-плана совершенно необходимо отражение плана маркетинга, плана производства, финансового плана, организационного плана. Причем если три первые части должны быть именно в таком порядке, дабы последовательно получить выручку, себестоимость, рентабельность, то план организационный должен пронизывать все перечисленные разделы [26].

Любой бизнес-план, в отличие от других видов планирования на предприятии, обеспечивает взаимосвязь внутренних целей лиц из внешней среды, в участии которых заинтересован предприниматель. Вполне допустимо, что банк, например, предъявит иные требования, сконцентрировавшись не на плане производства, а отдавая предпочтение финансовому плану. Аналогичным образом поступит разработчик внутреннего бизнес-плана предприятия, которое осваивает на

имеющихся мощностях новый вид продукции – для него, в данном случае, более важным является вопрос не как произвести, а стоит ли это делать (план маркетинга) [16].

Нет необходимости доказывать, что ключевым разделом в любой ситуации является финансовый план. Аккумулируя информацию других разделов, финансовый план дает ответы на самый важный вопрос – что нужно вложить и какова отдача, поскольку предпринимательская деятельность есть не что иное, как деятельность на свой страх и риск с целью извлечения выгоды [16].

Полнота охвата финансовым планом результатов осуществления инвестиционного проекта также может меняться в зависимости от степени сложности самого проекта и требований инвестора. Перечень вопросов, приведенных выше, на которые должен ответить бизнес-план, стандартен для небольших проектов или проектов «с нуля». Для предприятий, осуществляющих проект в рамках текущей деятельности, и особенно для тех, кто не проводит зависимости между успешностью проекта и его прибыльностью, было бы разумным, начав бизнес-план с краткого анализа текущей деятельности предприятия (как это описано выше) и закончить его (в финансовом плане) анализом измерений, которые произойдут в деятельности предприятия в целом, после реализации проекта [8].

Таким образом, определив, что инвестиции – это главная форма реализации стратегии предприятия, дав характеристику инвесторам и охарактеризовав формы инвестиций, можно с полной уверенностью сказать, что бизнес-планирование является основным этапом подготовки любого инвестиционного проекта в форме реальных инвестиций и определяет собой, так называемую прединвестиционную стадию [16].

Выводы по разделу один

В первом разделе выпускной квалификационной работы были рассмотрены следующие моменты:

1. Были раскрыты основные понятия бизнес - планирования, задачи и цели планирования, основные функции бизнес-планов. Таким образом, можно сделать вывод, что планирование бизнеса играет важную роль в достижении поставленных задач и целей. Грамотно составленный бизнес-план выступает одним из условий успешной реализации проекта.

2. Была рассмотрена классификация бизнес-планов по кругу задач, которые они решают. Сделан вывод, что применение бизнес-планов не ограничивается только созданием нового предприятия.

3. Рассмотрели структуру бизнес-планов. Существует несколько вариантов содержания бизнес-плана, однако все они содержат основные разделы, которые необходимы для анализа конкретных аспектов бизнес-плана. К основным разделам относят: резюме, описание бизнес-идеи, анализ рынка и стратегия маркетинга, производственный, организационный, инвестиционный и финансовые планы, анализ рисков.

4. Для обоснования эффективности бизнес-плана следует учитывать такие показатели как: NP, ARR, PP, PI, NPV, IRR, DPP, MIRR, NTV.

5. Рассмотрели российские и зарубежные методики бизнес-планирования. Выяснили, что основой всех методик является одна цель – получение прибыли.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ САЛОНА КРАСОТЫ

2.1 Резюме проекта

Идея, цель и суть проекта

Идея проекта – открытие салона красоты, оказывающего стандартные услуги массового потребления.

Название: Салон красоты «Долорес».

Для регистрации такого предприятия в налоговой службе лучше использовать форму Индивидуальный предприниматель, без образования юридического лица.

Выбор обусловлен следующим:

1. Открытие бизнеса при такой организационно-правовой форме – сравнительно простая процедура.
2. Открытие не требует указания юридического адреса – ИП регистрируется по месту проживания.
3. Нет необходимости формировать уставной капитал;
4. Предоставление отчетности носит упрощенный характер;
5. Льготный режим налогообложения. Система налогообложения выбрана в форме ЕНВД (единый налог на вмененный доход), схема расчета налоговой базы = «Вмененный доход = Базовая доходность * Физический показатель». Деятельность открываемого салона красоты подходит под условия принятия этого режима.
6. Упрощенный процесс закрытия ИП.

Миссия проекта: «Сделать каждую женщину ухоженной и красивой».

Цель проекта: открытие салона красоты «Долорес» в Челябинске для обеспечения населения парикмахерскими и косметологическими услугами на высшем уровне.

Задачи проекта:

1. Изучить внутреннюю и внешнюю среду и произвести SWOT-Анализ;
2. Проанализировать инвестиционные и текущие затраты;

3. Рассчитать экономическую эффективность инвестиционного проекта простым и дисконтированным методами;
4. Проанализировать возможные риски инвестиционного проекта.

Направленность проекта и оказываемые услуги

Направленность проекта: в основном женщины и мужчины от 17 до 50 лет, также предусмотрены детские стрижки и укладки. Проект будет интересен всем людям, следящим за своей внешностью.

2.2 Описание отрасли

Основной вид деятельности Салона красоты «Долорес»:

- Парикмахерские услуги всех видов: мужские, женские, детские
- Все виды маникюра
- Визаж
- Косметологические услуги
- Солярий

Не основной вид деятельности Салона красоты «Долорес»:

- Предполагается оказание парикмахерских и косметических услуг на дому у клиентов;
- Предполагается проведение курсов «макияж для себя»;
- Обучение прическам и укладкам
- Проведение мастер-классов

Для осуществления деятельности салона красоты необходим штат сотрудников.

Следовательно, форма ИП выбрана в виде индивидуального предпринимателя с официальным штатом.

Организационная структура представлена на рисунке 2.1:

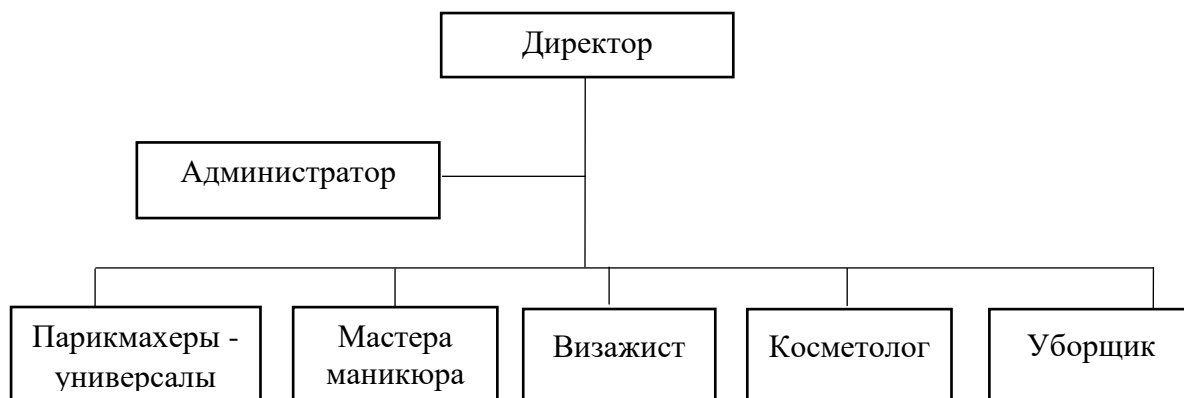


Рисунок 2.1 – Организационная структура салона красоты «Долорес»

Для организации полного штата необходимо:

1. Индивидуальный предприниматель (Директор). Следит за организацией процесса работы сотрудников, и отвечает за своевременное устранение неполадок. Так же выполняет функции экспедитора, ведет документооборот, ежедневно принимает кассу, принимает управленческие решения. На первоначальном этапе функционирования салона считаем, что обороты будут сравнительно небольшими, и совмещение этих обязанностей возможно в рамках одной должности. Должность предполагает 5-дневный рабочий график с 09.00-18.00 с обеденным перерывом с 12.00 до 13.00.

2. Администратор (2 человека). Человек, который в первую очередь должен будет работать с клиентами – встречать их, доброжелательно отвечать на вопросы и создавать для них комфортные условия; консультировать по предоставляемым услугам, бонусным программам и акциям, которые в данный момент доступны клиентам; принимать заявки, вести прием, информировать о записи сотрудников, вести учет клиентской базы данных; обеспечивать чистоту и порядок в салоне; также следить за работой уборщиц и всего персонала; при необходимости уметь ликвидировать конфликтную ситуацию; обязанности администратора в салоне красоты предусматривают и контроль работников по соблюдению ими трудовой и производственной дисциплины; также в них входит проверять технику безопасности на рабочем месте, требования производственной гигиены и

санитарии; своевременно сообщать руководству о наличии недостатков по обслуживанию клиентов и принимать все меры к их ликвидации; должен выполнять отдельные поручения своего непосредственного начальника. Рабочий график с 09.00-21.00 с обеденным перерывом с 13.00 до 14.00, смена 2/2.

3. Парикмахер-универсал (4 человека). Мастера, специализирующиеся на женских, мужских и детских стрижках, укладках, прическах, окраске, умеющие завивать, укладывать и красить, знающие, как правильно подбирать средства по уходу за волосами, разбирающиеся в тонкостях воздействия на волосы различных масок, шампуней и кондиционеров. Рабочий график с 09.00-21.00, смена 2/2. График может измениться в связи с вызовом мастера на дом в другое время и день недели.

4. Мастер маникюра (2 человека). Мастер обязан разбираться в современной ногтевой моде, уметь подобрать актуальную и красивую форму ногтевой пластины, порекомендовать эффективный способ ухода за ногтями и помочь выбрать наиболее подходящий дизайн ногтей и главное, осуществить качественный маникюр. Мастер маникюра выполняет косметическую обработку ногтей, придает им форму, проводит гигиеническую чистку, шлифовку, лечение. Мастеру необходимо разбираться в структуре ногтей, уметь определять возможные заболевания, знать способы укрепления и лечения хрупких и ломких ногтей. Должность предполагает 6-дневный рабочий график с 09.00-21.00.

6. Визажист. Мастер, который знает, какие оттенки цвета подойдут для определенной внешности, одежды, формы лица. Какую косметику лучше использовать для вечернего, а какую - для ежедневного макияжа. В какое время года, в какую погоду следует пользоваться определенной косметикой. Должность предполагает 6-дневный рабочий график с 09.00-21.00, график может измениться в связи с вызовом мастера на дом в другое время и день недели.

7. Косметолог. Медицинский специалист, который определяет состояние кожи человека, диагностирует проблемы и находит эффективные пути их устранения. Косметолог должен владеть знаниями в области дерматологии и уметь применять

на практике физиотерапевтические процедуры. Нашему салону требуется косметолог-эстетист – не имеющий медицинского образования, который может проводить несложные манипуляции по чистке лица. Должность предполагает 6-дневный рабочий график с 09.00-21.00.

8.Уборщик. В любом салоне красоты необходимо проводить ежедневную уборку. Выполнение этого правила не просто влияет на имидж заведения, но и является обязательной санитарной нормой. Кроме того, еженедельно должна проводиться генеральная уборка салона красоты, которой подлежат все помещения, включая подсобные. Уборщики выполняют также немаловажную роль в салоне, благодаря им создается чистота и порядок.

Должность предполагает 6-дневный рабочий график (уборка только утром и вечером) с 08.00-9.00 и с 20.00 до 21.00.

Таким образом, штат сотрудников состоит из 12 человек. В таблице 1 отражена заработная плата каждого сотрудника.

Таблица 2.1 – Формирование заработной платы сотрудников

Должность	Оклад, руб.
Директор	35 000
Администратор	30 000
Парикмахер-универсал	20 000
Визажист	20 000
Мастер маникюра	20 000
Косметолог	20 000
Уборщик	10 000

Заработная плата складывается из чистого оклада, представленного в таблице, а также из надбавок за прием больше планируемого количества клиентов и работе вне салона красоты (выезд на дом к клиентам).

График работы салона: ежедневно с 09:00 до 21:00. Без обеденного перерыва.

Месторасположение: г. Челябинск, ул. Бейвеля, 14, первый этаж, 80 кв.м.

Покупка готового бизнеса обойдется в 650 000 рублей, с арендной платой 28 000 рублей.

На рисунке 2.2 представлено расположение арендуемого помещения:

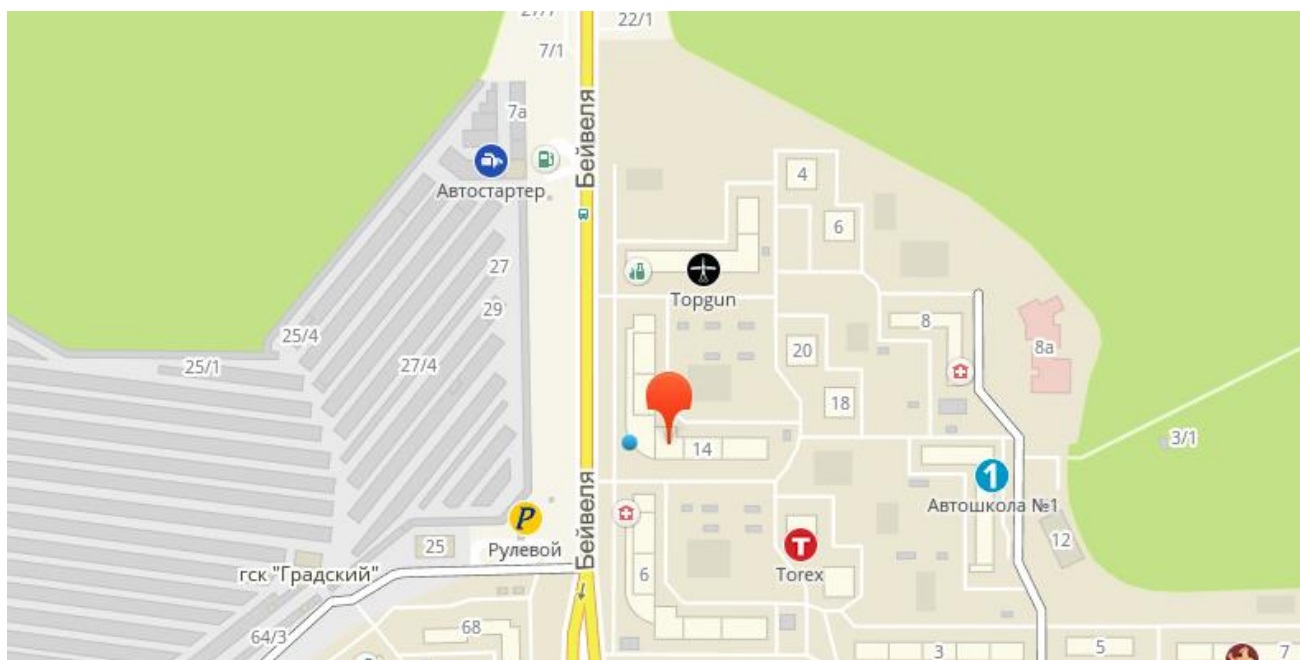


Рисунок 2.2 – Расположение салона красоты «Долорес»

Для анализа рациональности размещения салона в данном месте приведем возможные плюсы и минусы.

Плюсы:

- наименее развитая инфраструктура данного района;
- обширный поток клиентов в связи с постройкой новых домов;
- люди со средним достатком и выше.

Минусы:

- возможность появления новых конкурентов, в связи с расширением микрорайона

2.3 SWOT-анализ

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации, и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weakness (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы).

Применяемый для анализа среды метод SWOT-анализа является широко признанным подходом, позволяющим провести изучение:

- сильных сторон салона красоты «Долорес»;
- слабых сторон салона красоты «Долорес»;
- возможностей рынка;
- потенциальных угроз.

Проведем SWOT-анализ салона красоты «Долорес»

Таблица 2.2 – Сильные стороны салона красоты «Долорес»

Сильные стороны	Комментарий
1. Наличие гипоаллергенной краски для волос	Привлечение большего количества клиентов
2.Выезд на дом специалиста	Для удобства клиентов и обслуживания большего количества человек
3.Защищенность от сильного конкурентного давления	Имеет достаточные информационные и административные ресурсы
4.Высокая квалификация сотрудников	Лучшие специалисты – выпускники академий парикмахерского искусства
5.Новейшее оборудование	Современный салон с новейшим оборудованием
6.Проведение скидок/акций	Привлечение большего количества клиентов
8.Преимущество в области конкуренции	Будет успешно конкурировать на рынке салонов красоты
9.Возможность получения экономии от роста объема продаж	Салон ориентирован на оказание услуг высокого качества

Таблица 2.3 – Слабые стороны салона красоты «Долорес»

Слабые стороны	Комментарий
1. Отсутствие четких стратегических направлений	Отсутствие сигналов о том, что руководство не понимает необходимость адекватной стратегии
2. Возможность уменьшения цен на услуги у конкурентов	Проведение изменений цен на базовые услуги салона красоты у конкурентов.
3. Ухудшающаяся конкурентная позиция	Явные сигналы об ухудшении конкурентных позиций отсутствуют.
4. Уязвимость по отношению к конкурентному давлению	Большое количество конкурентов. Стремление более сильных конкурентов усилить свои позиции.

Таблица 2.4 – Возможности салона красоты «Долорес»

Возможности	Комментарий
1. Выход на новый сегмент рынка	Возможность привлечения клиентов с других регионов
2. Расширение номенклатуры услуг	Возможность салона оказывать новые виды услуг
3. Использование инновационных технологий в области оказываемых услуг	Возможность салона обновлять существующие технологические ресурсы
4. Вертикальная интеграция	Не стремится
5. Горизонтальная интеграция	Объединение с другими предприятиями не планируется

Таблица 2.5 – Угрозы салона красоты «Долорес»

Угрозы	Комментарий
1. Возможность появления новых конкурентов	Насыщенность рынка, высокие барьеры для вхождения в бизнес
2. Нестабильность курса валюты	Рост курса влияет на закупку ресурсов, повышение курса поведет за собой рост переменных затрат
3. Возрастающее конкурентное давление	Ряд конкурентов усиливает свои позиции на рынке

2.4 Характеристика объекта

Чтобы выяснить конкурентное преимущество салона красоты «Долорес», для начала была поставлена задача узнать, какие салоны красоты являются популярными.

Среды жителей Курчатовского района был проведен опрос: «Услугами каких салонов красоты Вы пользовались?»

На рисунке 2.3 представлены результаты опроса.

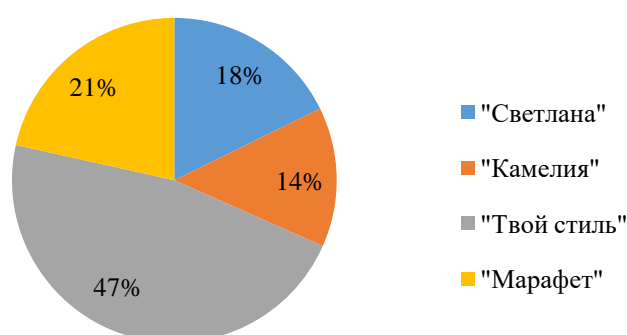


Рисунок 2.3 – Результаты опроса «Услугами каких салонов красоты Вы пользовались?»

Далее, для оценки качества предоставляемых услуг в салонах, которые пользуются популярностью, среди жителей Курчатовского района был проведен опрос: «Довольны ли Вы качеством оказываемых услуг в салонах?». Результаты опроса представлены на рисунке 2.4

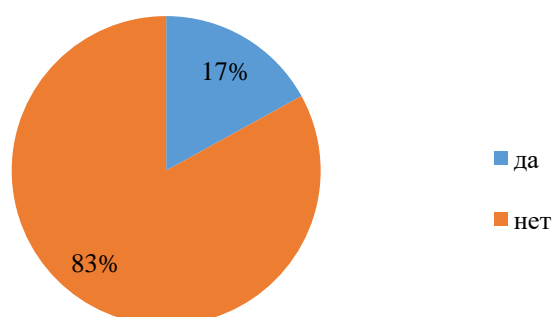


Рисунок 2.4 – Результаты опроса «Довольны ли Вы качеством оказываемых услуг в салонах?»

Основными услугами салона красоты являются парикмахерские, ногтевые услуги, услуги визажиста, косметолога, а также солярий. Наиболее популярными услугами в сфере парикмахерских услуг являются: стрижка и окрашивание волос, в сфере ногтевого сервиса: маникюр, покрытие гель-лак.

Услуги косметолога и визажиста также являются популярными и не имеют сезонности спроса, что касается солярия – здесь ситуация наоборот, солярий считается сезонной услугой, но его наличие немаловажно, так как солярий в определенные периоды несет значительную выручку.

В ПРИЛОЖЕНИИ А представлен прейскурант цен исходя из ценовой категории услуг конкурентов.

2.5 План маркетинга

Салон красоты было решено открыть в микрорайоне ЖК Александровский, т.к. на данный момент там находятся 2 салона красоты, всего же на территории Челябинска и прилегающего к нему городу Копейску имеется 1650 организаций.

В Курчатовском районе имеется 107 салонов красоты, из них 4 салона являются популярными, но исходя из опроса практически все люди, живущие в Курчатовском районе, недовольны тем, что нет, как правило, квалифицированных специалистов и качество услуг оставляет желать лучшего.

Конкурентоспособность является одной из важнейших интегральных характеристик, используемых для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Конкурентоспособность простыми словами означает способность данного субъекта (потенциальную или реальную) выдержать конкуренцию.

Для оценки конкурентоспособности салона красоты «Долорес» проведем сравнительный анализ конкурентоспособности ближайших конкурентов, оказывающих аналогичные услуги в Курчатовском районе города Челябинск.

Исходя из опроса, представленного на рисунке 2.3, выделяем 2 салона красоты – «Светлана» и «Твой стиль». Они являются ближайшими конкурентами к открываемому салону красоты «Долорес».

В таблице 2.6 представлен анализ ближайших конкурентов салона красоты «Долорес».

Таблица 2.6 – Анализ конкурентов

Критерии	Твой стиль	Светлана	Долорес
Расположение	Скульптора Головницкого, 4	Краснопольский проспект, 17а	Бейвеля, 14
Организационно- правовая форма	ИП	ИП	ИП
График работы	09:00-19:00	10:00-19:00	09:00-21:00
Ср. стоимость женской стрижки, руб.	700	800	600
Ср. стоимость мужской стрижки, руб.	400	600	400
Маникюр	600	700	500
Кабинет косметолога	–	–	+
Наличие солярия	–	1 минута – 12 руб.	1 минута – 10 руб.
Услуги визажиста	–	–	+
Окрашивание гипоаллергенной краской	+	–	+
Выезд мастеров на дом	–	–	+
Проведение мастер- классов	–	–	+
Проведение обучающих курсов	–	–	+

Проанализировав конкурентов, находящихся в непосредственной близости, можно определить основные преимущества салона красоты «Долорес»:

1. Удобный график работы. Несмотря на то, что открывается салон в то же время что и остальные конкуренты, работает он на час дольше, что очень удобно, если нужно собраться на мероприятие позднее.

2. Установление средней цены на стрижку. Цены в салоне красоты «Долорес» будут установлены для всех слоев населения, что позволит всем осуществить уход за собой за меньшие деньги, чем это было бы сделано у конкурентов.

3. Маникюрный, косметологический кабинет, услуги визажиста и солярий. На сегодняшний день важно все успеть за день, ездить из одного салона в другой в поисках определенной оказываемой услугой – пустая трата времени. В нашем салоне осуществляются все ходовые услуги салонов красоты, то есть не только стрижка и укладка, но и визаж, маникюр, посещение косметолога и солярий.

4. Окрашивание гипоаллергенной краской. Каждой женщине хочется быть красивой, но противостоять этому может аллергия на краску, ведь ее химический состав имеет огромное количество аллергенов. В салоне красоты «Долорес» есть возможность осуществить окрашивание головы гипоаллергенной краской, она не принесет никакого вреда клиенту, а лишь сделает волосы красивыми и ухоженными.

5. Выезд мастера на дом. В салоне красоты «Долорес» есть возможность вызвать мастера на дом, в любое удобное, даже не рабочее время, к примеру, к человеку с ограниченными возможностями, которому сложно добраться до салона. А также сбор невесты начинается очень рано, примерно в 06:00 утра, в «Долорес» возможен вызов мастера на дом и в такое раннее время.

6. Проведение мастер-классов. На сегодняшний день каждой женщине хочется быть в курсе всех последних модных тенденций в области визажа и парикмахерского искусства, салон «Долорес» периодически готов проводить мастер-классы всем интересующимся, погружая их в атмосферу моды последнего времени.

7. Проведение обучающих курсов. Для углубленного изучения техник визажа и причесок салон готов обучать интересующихся маленькими группами по 3-4 человека.

Салон красоты «Долорес» использует обходной маневр тактики конкурентной борьбы. Цель – привлечение и расширение клиентской базы путем установления цен ниже конкурентов, при этом оказывая услуги на высочайшем уровне.

Основными методами преодоления конкуренции являются:

– способность удовлетворять потребности клиентов;

- повышение качества предоставляемых услуг;
- низкая стоимость услуг.

Таким образом, салон красоты «Долорес» вполне может составить конкуренцию на местном рынке вследствие установления более низкой цены, качественного спектра предоставляемых услуг, при условии грамотной маркетинговой политики.

2.6 Анализ потребителей

Курчатовский район Челябинска – самый молодой из административных районов города.

Население составляет – 223,6 тыс. человек (табл. 2.7), площадь – 60,1 км².

Таблица 2.7 – Численность населения Курчатовского района

Количество человек						
2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
189 794	195 684	201 704	210 164	215 019	219 883	223 566

Проведем анализ клиентов салонов красоты по половому признаку. Результат представлен на рисунке 2.5.

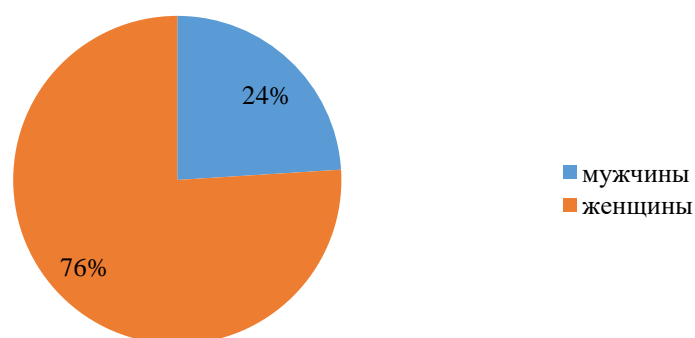


Рисунок 2.5 – Процентное соотношение клиентов салонов красоты по половому признаку

В результате опроса было выяснено, что услугами салонов красоты в среднем пользуются в большей части женщины – 76%, мужчины соответственно – 24%.

Среди опрошенных были люди разных возрастов, от 17 до 40 лет, проживающие в Челябинске.

Далее был проведен по такому признаку как: «Если бы Вам понравился салон красоты, но от Вашего дома он находится далеко, стали бы Вы его посещать?»

Результаты опроса представлены на рисунке 2.6.

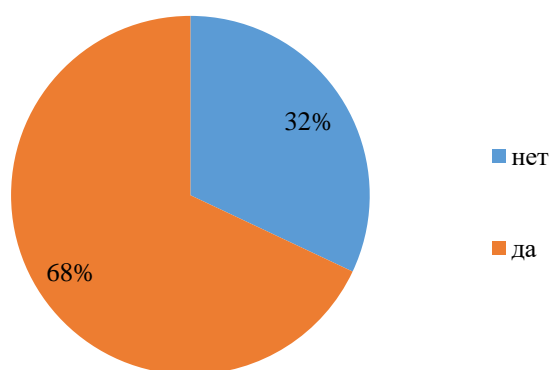


Рисунок 2.6 – Результаты опроса по месторасположению

По результатам опроса 68% готовы ездить в другой район города, учитывая высокое качество предоставляемых услуг.

Далее, была поставлена задача узнать, на какие именно процедуры в салон красоты чаще всего записываются женщины.

Результаты опроса представлены на рисунке 2.7.

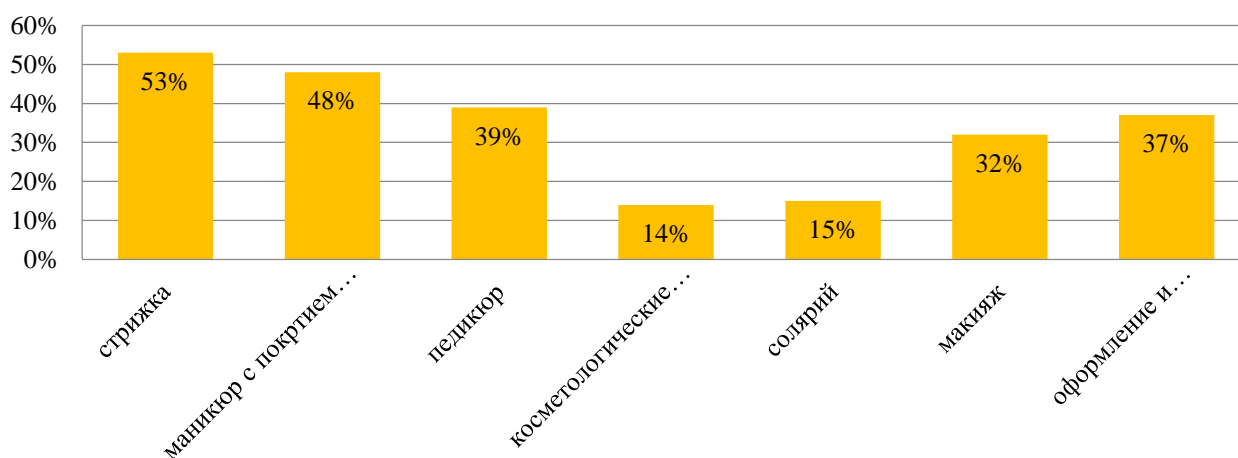


Рисунок 2.7 – Результаты опроса по видам предоставляемых услуг

По результатам опроса, первой по популярности оказываемой в салоне красоты услугой – является стрижка – 53%, далее маникюр с покрытием гель-лак – 48%, педикюр – 39%, оформление и окрашивание бровей – 37%, менее популярные, но все же посещаемые процедуры в салоне — это макияж, услуги косметолога и солярий.

Затем, среди людей, проживающих в Челябинске, был проведен опрос: «Сколько в среднем Вы готовы потратить на услуги в салоне красоты?», был выбран денежный диапазон в размере:

- от 600 до 1000 рублей
- от 1000 и более рублей

Результаты опроса представлены на рисунке 2.8.

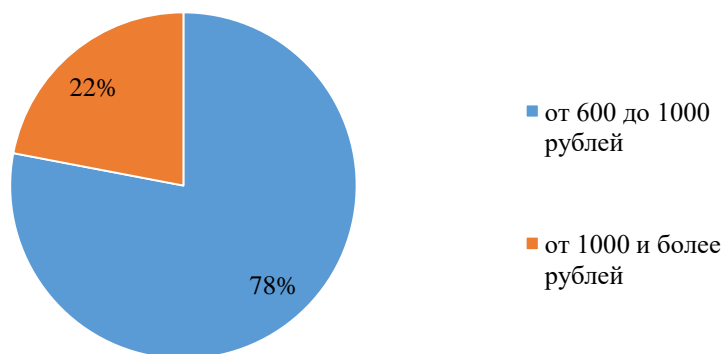


Рисунок 2.8 – Результаты опроса по стоимости предоставляемых услуг

По результатам опроса 78% женщин готовы тратить в салоне от 600 до 1000 рублей, в основном пользуясь услугами стрижка и маникюр с покрытием гель-лак. Оставшиеся же 22% – готовы потратить в салоне от 1000 и более рублей, пользуясь услугами стрижка, маникюр с покрытием гель-лак, педикюр, а также посещение солярия и косметолога.

Таким образом, анализируя полученные данные, можно сделать вывод о том, что цены на услуги открываемого салона красоты «Долорес» будут установлены исходя, из средней стоимости услуг и предпочтений посетителей.

Исходя из проведенного анализа потребителей, можно составить таблицу средней загруженности клиентов салона по объему оказываемых услуг. Салон красоты «Долорес» будет оказывать следующие услуги по месяцам из планируемой средней загруженности в день по плану, представленному в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – План посещения

Месяц \ Услуги	Количество человек												
	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	в мес. ср.
Парикмахерский зал	130	148	146	142	144	146	142	160	145	165	170	168	150
Маникюрный зал	60	65	68	72	80	82	75	85	70	75	85	90	75
Визаж	40	30	41	40	50	35	30	50	32	35	40	30	37
Косметология	15	20	25	21	22	25	20	20	30	25	32	36	24
Солярий	16	18	20	22	20	25	30	40	42	50	46	40	30
Итого в месяц	261	281	300	297	316	313	297	355	319	350	373	364	316

По данным планируемой посещаемости салона с разбивкой в среднем по месяцам (табл. 2.8) составим планируемое получение выручки. Количество рабочих дней салона – 30. Исходя из среднего количества посетителей в месяц – 316, делим на количество рабочих дней - 30, получается, что в среднем ежедневно будет 10 клиентов. Планируемая выручка салона красоты представлена в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Планируемая выручка

Наименование услуги	Среднее кол-во человек в месяц	Средняя стоимость услуги (руб.)	Планируемая выручка от оказания услуги в месяц (руб.)	Планируемая выручка от оказания услуги в год (руб.)
Парикмахерский зал	150	600	90 000	1 080 000
Маникюрный зал	75	600	45 000	540 000

Окончание таблицы 2.9

Визажист (включая услуги бровиста)	37	900	33 300	399 600
Косметолог	24	1 600	38 400	460 800
Солярий	30	160	4 800	57 600
Итого	316	–	211 500	2 538 000

Средняя стоимость стрижки и укладки согласно подсчетам, составляет 600 рублей. Таким образом, прибыль от парикмахерского зала за месяц составляет 90 000 рублей. А в год эта цифра составит примерно 1 080 000 рублей.

Маникюр в среднем обойдется клиенту в 600 рублей, таким образом, в месяц эта цифра установится в районе 45 000 рублей, в год 540 000 рублей.

Услуги визажиста в среднем обойдутся клиенту в 900 рублей, таким образом, в месяц эта цифра установится в районе 33 300 рублей, в год 399 600 рублей.

Услуги косметолога в среднем обойдутся клиенту в 1 600 рублей, таким образом, в месяц эта цифра установится в районе 38 400 рублей, в год 460 800 рублей.

Посещение солярия в среднем составит 160 рублей, таким образом, в месяц эта цифра установится в районе 4 800, в год 57 600 рублей.

Суммируем все полученные доходы. Итого в месяц от оказания всех услуг мы получаем 211 500 рублей в месяц, 2 538 000 рублей в год.

Далее, составим таблицу постоянных затрат за месяц салона красоты «Долорес».

Таблица 2.10 – Постоянные затраты

Постоянные затраты		
Вид затрат	Сумма, руб., в месяц	Сумма, руб., в год
Арендная плата	28 000	336 000
Заработная плата, в том числе:		
Управляющий	35 000	420 000
Администратор	30 000	360 000
Парикмахер-универсал (4 чел.)	80 000	960 000
Мастер маникюра (2 чел.)	40 000	480 000
Визажист	20 000	240 000
Косметолог	20 000	240 000

Окончание таблицы 2.10

Уборщик	10 000	120 000
Итого:	263 000	3 156 000

Реклама. Чтобы люди узнали о новом открывающемся салоне красоты и были заинтересованы его посетить, нужно грамотно подойти к его рекламированию и заинтересовать человека.

В настоящее время используется достаточно разнообразное количество видов рекламы.

Большинство салонов красоты используют рекламу продвижения в социальных сетях, а самым главным способом рекламы в данной сфере играет так называемое «сарафанное радио».

Хотелось бы дать краткую характеристику таким видам рекламы, которые доступны малому бизнесу, это такие как: наружная реклама, радио, телевидение, интернет, пресса.

Наружная реклама – реклама в городе: различные стенды, растяжки, баннеры, а также реклама на остановках и в общественном транспорте. Стоимость рекламы зависит от ее расположения, чем ближе к центру города, тем выше стоимость, та же различается по видам изготавливаемого материала и сложности изготовления самой рекламы. Вид данной рекламы считается не особо дорогим, при этом охватывает достаточно большое количество людей.

Виды наружной рекламы: 1. Вывески; 2. Щиты; 3. Растяжки; 4. Штендеры; 5. Реклама в общественном транспорте; 6. Указатели; 7. Пневмофигуры (объемные надувные куклы); 8. Реклама на подъездах, лифтах, остановках.

Интернет. Самый популярный и наиболее доступный вид рекламы, с каждым днем он все больше и больше набирает обороты. Большинство людей используют смартфоны, в которые установлены мобильные приложения, доступные для рассылки информации. Всевозможные социальные сети – это наиболее доступный и действенный вид рекламы, чаще всего он является бесплатным, возможная платная услуга при выборе данного вида рекламы – это набор

подписчиков в группу, то есть это определенное количество людей, за определенную сумму, однако не каждый выберет эту услугу, если есть возможность своими усилиями продвигать рекламу. Возможность размещения рекламы в интернете – это всевозможная функция радио, телевидения и прессы, так как таким образом о салоне «Долорес» и об оказываемым им услугами могут увидеть, услышать, а также прочитать.

Виды рекламы в интернете:

1. Баннер (прямоугольное графическое изображение) – стоимость данной рекламы зависит от размера (чем больше, тем дороже), а так же места расположения (наиболее популярные сайты являются затратными). Баннер должен иметь яркую цветовую гамму, для привлечения людей, а так же находиться в верхней части страницы.

2. Текстовая реклама.

3. Видеоролики (дорогой вид рекламы).

Так же популярным является «вирусная реклама», в ней содержится скрытая информация о продукте. Данным видом рекламы хочется поделиться с друзьями, прокомментировать его, в итоге попробовать данную услугу (товар).

4. Мобильные приложения – в последнее время все чаще становится популярным рассылки в данных приложениях, таких как «Instagram», «Viber», «Telegram», «WhatsApp», «VKontakte», «Facebook» и т.д., большинство людей пользуются гаджетами, возможен запуск рассылки.

5. Контекстная реклама. Пресса. Данный вид рекламы наиболее распространен в СМИ (газеты, журналы), это наиболее традиционный способ распространения рекламы. Целевая аудитория платежеспособна и образована.

Виды рекламы в прессе:

- модульная реклама (определенная часть полосы);
- рубричная реклама (очень дешевый вид рекламы);
- текстовая реклама (реклама продукта).

Такая реклама считается дорогой, и читают ее не все люди. Привлечь клиентов, используя данный вид рекламы можно поместив ее несколько раз, при этом она должна быть яркой и заметной.

Телевидение. Это самый популярный вид СМИ, но также он является и наиболее дорогим.

Виды рекламы на телевидении:

- видеоролики (самый распространенный вид);
- бегущая строка (плохо воспринимается и запоминается);
- спонсорство (поддержание имиджа).

Затраты на рекламу представлены в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Затраты на рекламу (единоразовые)

Вид рекламы	Затраты, руб.
Вывеска	10 000
Билборды (2 шт.)	40 000
Изготовление листовок для раздачи промоутером	5 000
Услуги рекламного агентства по раздаче листовок	4 000
Баннеры «Скоро открытие», «Мы открылись!»	3 000
Оформление шарами и раздача гелиевых шаров в день открытия (100 шт.)	5 000
Итого	67 000

В таблице 2.12 представлены затраты на рекламу, которые в дальнейшем будут являться постоянными, к ним относятся обновление и аренда билбордов, а также изготовление листовок.

Таблица 2.12 – Постоянные затраты на рекламу

Вид рекламы	Затраты, руб.
Билборды (2 шт.)	20 000
Изготовление листовок для раздачи промоутером	5 000
Итого	25 000

2.7 Инвестиционный план

Так как, для осуществления деятельности салона красоты «Долорес» был приобретен готовый бизнес, стоимость которого составляет 650 000 рублей и все основное оборудование уже присутствует, для полного его функционирования и открытия нам необходимо лишь провести ремонт.

В таблице 2.13 представлен список оборудования, включенный в стоимость готового помещения.

Таблица 2.13 – Инвестиционные затраты

Статья затрат	Количество, шт.	Сумма, руб.
Стоимость готового бизнеса, в том числе:		650 000
Стол для маникюра	2	40 000
Стулья для маникюрного стола	4	12 000
Маникюрные инструменты (набор)	2	20 000
Стерилизатор	2	6 000
Лампа с УФ-лучами маникюрная	2	6 000
Аппарат «Климазон»	1	25 000
Парикмахерская мойка	1	15 000
Парикмахерское кресло	4	24 000
Тележка парикмахерская	4	12 000
Утюжок	2	14 000
Фен	2	10 000
Зеркало большое	4	28 000
Косметологический комбайн	1	90 000
Кушетка косметологическая	1	15 000
Стерилизатор	1	4 000
Стул для косметолога	1	5 000
Лампа	1	3 000
Зеркало для визажиста	1	10 000
Стол для визажиста	1	5 000
Стул для клиента	1	5 000
Солярий	1	205 000
Стойка администратора	1	10 000
Диван 2-х местный	2	15 000
Кресло	1	5 000
Плазменный телевизор	2	40 000
Компьютер для учета клиентов	1	20 000
Столик журнальный	1	6 000
Итого		650 000

Далее рассчитаем затраты на ремонт приобретаемого помещения. В основном нужно лишь поменять напольное покрытие и перекрасить стены. Затраты представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Затраты на ремонт

Наименование	Стоимость за 1 м ² , руб.	Общая стоимость, руб.
Напольное покрытие, линолеум	310	24 800
Краска для стен	30	15 000
Настенная плитка	400	16 000
Входная дверь	–	30 000
Итого		85 000

Для работы салона необходимы такие ресурсы как электроэнергия и вода. Затраты на коммунальные платежи и интернет представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Коммунальные платежи и интернет

В рублях

Месяц						
Вид платежа	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Коммунальные платежи	6 135	6 135	6 135	6 135	6 135	9 255
Интернет	900	900	900	900	900	900
Месяц						
Вид платежа	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель
Коммунальные платежи	9 681,4	9 681,4	9 681,4	9 681,4	9 681,4	9 681,4
Интернет	900	900	900	900	900	900
Итого в год: Коммунальные платежи						98 018,4
Интернет						10 800
Итого сумма в год						108 818,4

Для осуществления деятельности салона красоты система налогообложения выбрана в форме ЕНВД (единый налог на вмененный доход), схема расчета налоговой базы = «Вмененный доход= Базовая доходность*Физический показатель». В таблице 2.16 приведен расчет налогового платежа за квартал.

Таблица 2.16 – Уплата налога

В рублях

Описание	Расчеты	Результат
Определяем базовую доходность для деятельности: «Парикмахерские и косметические услуги, оказываемые организациями коммунально-бытового назначения». (код 019300)	Доходность в расчете на одного работника салона красоты – 7500 рублей за месяц, соответственно: Базовая доходность = (7 500*12)	90 000
Коэффициент-дефлятор (К1)	1,868	1,868
Корректирующий коэффициент (К2)	0,7	0,7
Считаем налоговую базу (базовая доходность x физ. показатель * К2 * кол. дней деятельности / кол. дней месяца)	$90\,000 * 0,7 * 1,868 * (30/30)$	117 684
Сумма ЕНВД = (Вмененный доход)*(Ставка налога)	$117\,684 * 0.15$	17 652,6
Итого сумма налога за месяц		17 652,6
Итого сумма налога за год		211 831,2

Страховые взносы ИП на обязательное пенсионное страхование (ОПС) в 2018 году составляют фиксированную сумму, установленную Правительством РФ – 26 545 рублей за полный год. Такая формула действует при расчете взносов, если только доходы ИП за 2018 год не превысили 300 тыс. руб. Если же полученный доход больше, то сумма страховых взносов увеличивается еще на 1% доходов, полученных сверх этого лимита. Предусмотрен и верхний предел размера страховых взносов в пенсионный фонд России – не более 212 360 рублей.

Страховые взносы индивидуального предпринимателя на обязательное медицинское страхование (ОМС) на 2018 год установлены в размере 5 840 рублей. Взносы на обязательное медицинское страхование составляют неизменную сумму. Также индивидуальный предприниматель должен выплачивать страховые взносы и за своих работников.

В общих случаях страховые взносы за работников состоят из:

- 1) выплат на обязательное пенсионное страхование в ПФР – 22%;

- 2) выплат на обязательное социальное страхование в ФСС – 2,9%;
- 3) выплат на обязательное медицинское страхование в ФОМС – 5,1%.

Допустим, доход составил 2 538 000 рублей в год. Далее определим страховые взносы за работников.

Среднегодовая заработная плата составляет 402 857 рублей.

Следовательно,

- выплаты в ПФР составят 88 628,54 рублей в год,
- выплаты в ФСС – 11 682,853 рублей в год,
- выплаты в ФОМС – 20 545,707 рублей в год.

Сумма выплат составит 120 857,1 рублей в год.

Сумма страховых взносов в год на медицинское страхование, которую ИП платит за себя, составляет 5 840 рублей.

Сумму налогов в бюджет уменьшаем на сумму страховых взносов, следовательно, $28\,190,33 - 10\,071,36 = 18\,118,97$

В таблице 2.17 представлена сумма налогов за год.

Таблица 2.17 – Сумма налогов, уплачиваемая ИП «Долорес»

В рублях	
Вид отчисления	Сумма
ЕНВД	17 652,6
Взносы ИП на обязательное пенсионное страхование	2 012,08
Страховые взносы ИП на обязательное медицинское страхование	5 840
Выплаты в ПФР за работников	7 385,71
Выплаты в ФСС за работников	973,51
Выплаты в ФОМС за работников	1 712,14
Итоговая сумма за месяц	18 118,97
Итоговая сумма за год	253 003,68

Итоговая сумма инвестиционных затрат представлена в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Сумма инвестиционных затрат

В рублях	
Статья затрат	Сумма
Покупка готового бизнеса	650 000
Аренда помещения	28 000
Ремонт помещения	85 000

Окончание таблицы 2.18

Реклама	67 000
Коммунальные платежи	6 135
Интернет	900
Итого	837 035

Итого по приведенным расчетам, для открытия салона красоты «Долорес» потребуются инвестиции в размере 837 035 рублей.

2.8 Производственный план

Салон красоты «Долорес» будет оказывать услуг лицам ниже среднего, средним и высоким заработком. Салон красоты расположен в Курчатовском районе г. Челябинска с населением в 223 566 человек. Рядом расположены новостройки. В качестве месторасположения выбрано место на оживленной улице вблизи остановки общественного транспорта.

Для открытия салона был куплен готовый бизнес, размером в 80 кв. метров.

Помещение салона будет включать в себя 9 зон:

1. Стойка администрации с гардеробом и местом ожидания для клиентов – 12 кв. метров.
2. Парикмахерский зал – 28 кв. метров.
3. Зона для визажа, оформления и окрашивания бровей – 6 кв. метров.
4. Кабинет маникюра – 9 кв. метров.
5. Кабинет косметолога – 10 кв. метров.
6. Солярий – 6 кв. метров.
7. Подсобное помещение для хранения используемых средств и дезинфекции материалов – 3 кв. метра.
8. Сан. узел – 3 кв. метра.
9. Служебное помещение – 3 кв. метра.

На рисунке 2.9 представлен план помещения салона красоты «Долорес»



Рисунок 2.9 – План помещения салона красоты «Долорес»

В основе постоянных затрат были выделены следующие статьи:

- аренда;
- заработная плата персонала;
- налоговые отчисления;
- коммунальные платежи;
- интернет;
- реклама.

Расчеты на постоянные затраты в месяц представлены в таблице 15.

Таблица 2.19 – Постоянные затраты

Вид затрат	В рублях	
	Сумма, в месяц	Сумма, в год
Аренда	28 000	336 000
Заработная плата	265 000	3180000
Налоговые отчисления	18 118,97	217 427,64
Коммунальные платежи	6 135	73 620
Интернет	900	10 800
Реклама	25 000	300 000
Итого в месяц	343 153,97	
Итого в год		4 117 847,64

К переменным затратам отнесем затраты на закупку ресурсов. Расчеты представлены в таблице 2.20.

Таблица 2.20 – Затраты на закупку материалов

В рублях

Вид	Фирма	Количество	Цена	Сумма
Краска для волос	«Wella Professional»	100 тюбиков	1 тюбик – 120 рублей	24 000
	«ESTEL Professional»	100 тюбиков	1 тюбик – 120 рублей	
Гипоаллергенная краска для волос	«VIVASAN»	40 тюбиков	1 тюбик – 150 рублей	6 000
Окислитель	«Wella Professional»	100 тюбиков	1 тюбик – 40 рублей	9 000
	«ESTEL Professional»	100 тюбиков	1 тюбик – 50 рублей	
Фольга для окрашивания	Eagle Fortress	15 пачек по 100 м	1 пачка – 150 рублей	2 250
Шампунь для волос	«Wella Professional»	15 бутылей по 1000 мл	1 бутылка – 500 рублей	7 500
Бальзам для волос	«Wella Professional»	10 бутылей по 1000 мл	1 бутылка – 300 рублей	3 000
Средство для ламинирования	«Ollin Professional»	10 бутылей по 500 мл	1 бутылка – 250 рублей	2 500
Гель для химической завивки волос	«Ollin Professional»	20 бутылей по 500 мл	1 бутылка – 200 рублей	4 000
Крем для лица	«Eldman»	10 туб по 250 мл	1 туба – 200 рублей	6 000
	«Dermaquest»	10 туб по 250 мл	1 туба – 200 рублей	
	«GI GI»	10 туб по 250 мл	1 туба – 200 рублей	
Скраб для лица	«Eldman»	5 туб по 500 мл	1 туба – 400 рублей	4 500
	«Dermaquest»	5 туб по 500 мл	1 туба – 500 рублей	
	«GI GI»			
Пилинг для лица	«Eldman»	10 туб по 250 мл	1 туба – 200 рублей	4 000
	«Dermaquest»	10 туб по 250 мл	1 туба – 200 рублей	
	«GI GI»			
Итого примерная сумма затрат, в месяц	–	–	–	69 750
Итого примерная сумма затрат, в год	–	–	–	837 000

Итого переменные затраты месяц составят 69 750 рублей. В год: 837 000 рублей.

2.9 Финансовый план

В финансовом анализе проведены расчеты, которые помогли сформировать отчет о финансовых результатах. Отчет представлен в таблице 2.21.

Таблица 2.21 – Отчет о финансовых результатах

Отчет о финансовых результатах						
Номер шага	1	2	3	4	5	6
Длительность шага, мес	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	2 538 000	5 076 000	7 614 000	10 152 000	12 690 000	15 228 000
Текущие затраты	4 546 691	4 431 691	4 862 191	5 292 691	5 723 191	6 153 691
Сырьё и материалы	837 000	837 000	1 255 500	1 674 000	2 092 500	2 511 000
Затраты на ремонт	85 000					
Аренда	336 000	348 000	360 000	372 000	384 000	396 000
Реклама	342 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
Фонд оплаты труда	2 820 000	2 820 000	2 820 000	2 820 000	2 820 000	2 820 000
Страховые взносы	120 851	120 851	120 851	120 851	120 851	120 851
Страховые взносы ИП	5840	5840	5840	5840	5840	5 840
Прибыль до налогообложения	-2 008 691	644 309	2 751 809	4 859 309	6 966 809	9 074 309
ЕНВД	90 975	90 975	90 975	90 975	90 975	90 975
Чистая прибыль (убыток)	-2 099 666	553 334	2 660 834	4 768 334	6 875 834	8 983 334

Далее в финансовом плане проведем анализ экономической эффективности инвестиционного проекта.

Анализ экономической эффективности инвестиционного проекта простыми методами

1. Чистый доход – накопленный чистый доход за весь расчетный период

Формула расчета показателя чистого дохода проекта:

$$NP = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T It, \quad (1)$$

где CF_t – денежный поток t -го периода;

I_t – инвестиции t -го периода;
 T – горизонт расчета проекта.

$$NP = 2\,538\,000 - (837\,035 + 837\,000) = 863\,965 \text{ рублей.}$$

Критерием приемлемости проекта является положительный чистый доход, то есть $NP > 0$. Данному критерию проект удовлетворяет.

2. Средняя норма прибыли (ARR) представляет доходность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями и его реализации и величиной начальных инвестиций.

Формула расчета коэффициента рентабельности инвестиций:

$$ARR = \frac{Pr}{I} * 100\%, \quad (2)$$

где Pr – средний чистый денежный поток объекта инвестиций за рассматриваемый период (год);

I – инвестиционный капитал, первоначальные затраты инвестора в объект вложения.

$$ARR = \frac{2\,538\,000}{837\,035} * 100\% = 30,3\%$$

Данный показатель используется для сравнения различных альтернативных инвестиционных проектов. Чем выше ARR, тем выше привлекательность данного проекта для инвестора.

3. Срок окупаемости – это промежуток времени, по прошествии которого сумма вложенных средств сравнивается с суммой полученных доходов.

Формула расчета не дисконтированного срока окупаемости:

$$PP = \frac{I}{Pr}, \quad (3)$$

где I – первоначальные инвестиционные затраты в проекте;

Pr – средний чистый денежный поток объекта инвестиций за рассматриваемый период (год).

$$PP = \frac{837\,035}{2\,538\,000} = 0,329$$

Критерием приемлемости проекта является меньший срок окупаемости проекта, чем горизонт расчета проекта, то есть $PP < T$. Таким образом проект открытия магазина по данному методу является приемлемым, так как $0,3 < 3$.

4. Недисконтированный индекс доходности

Индекс доходности инвестиций даёт инвестору наглядное представление о целесообразности вложений при выборе проектов. Этот показатель показывает уровень отдачи на вложенный рубль инвестиций.

Формула расчета показателя индекса доходности проекта:

$$PI = \frac{NV}{I} + 1, \quad (4)$$

где NV – чистый доход,

I – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

$$PI = \frac{2\,538\,000}{837\,035} + 1 = 4,03$$

Это означает, что каждый вложенный в предприятие рубль по истечении срока двух лет принесет 4 рубля 3 копейки прибыли.

Значение $PI > 1$ свидетельствует об инвестиционной привлекательности анализируемого проекта.

Анализ экономической эффективности инвестиционного проекта дисконтированными методами

1. Чистый дисконтированный доход (Net Present Value) – это стоимость, полученная путем дисконтирования отдельно на каждый временной период разности всех оттоков и притоков доходов и расходов.

Формула расчета чистого дисконтированного дохода:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I}{(1+r)^t}, \quad (5)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход проекта;
 CF_t – денежный поток в период времени t;
 I – первоначальный затраченный инвестиционный капитал;
 r – ставка дисконтирования (барьерная ставка).

Чтобы рассчитать чистый дисконтированный денежный поток проекта необходимо установить значение ставки дисконтирования.

Номинальная ставка процента – это рыночная процентная ставка без учета инфляции, отражающая текущую оценку денежных активов.

Реальная ставка процента – это рыночная процентная ставка с учетом инфляции.

При пересчете номинальной ставки в реальную и наоборот, целесообразно использовать формулу американского экономиста Фишера, выведенную им еще в 30-е годы.

Формула номинальной ставки дисконта:

$$R_n = R_r + J_{инф} + R_r * J_{инф}, \quad (6)$$

где R_n – номинальная ставка;
 R_r – реальная ставка;
 J_{инф} – годовые темпы прироста инфляции.

Формула реальной ставки дисконта:

$$R_r = (R_n - J_{инф})(1 + J_{инф}), \quad (7)$$

где R_n – номинальная ставка;
 R_r – реальная ставка;
 J_{инф} – годовые темпы прироста инфляции

Реальная ставка процента составляет 10%, годовой темп прироста инфляции в России в 2017 году составил 2,5%. Таким образом, номинальная ставка дисконтирования составит:

$$R_H = 0,1 + 0,024 + 0,1 * 0,024 = 0,12$$

Подставим все полученные значения и рассчитаем NPV:

$$NPV = \frac{837035}{(1 + 0,12)^0} + \frac{2538000}{(1 + 0,12)^1} - \frac{253800}{(1 + 0,12)^3} = 1\,296\,608,16 \text{ руб}$$

Так как, $NPV > 0$, проект привлекателен для инвестирования.

2. Внутренняя норма доходности (internal rate of return, IRR). Внутренняя норма рентабельности выступает положительным числом, что при норме дисконта равной этому числу чистый дисконтированный доход (NPV) проекта обращается в 0.

Формула расчета:

$$IRR = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1 + IRR)^t} = 0, \quad (8)$$

где I – первоначальный затраченный инвестиционный капитал;

CF_t – чистый денежный поток периода t;

T – горизонт планирования проекта;

IRR – внутренняя норма рентабельности.

Значения IRR:

1. Проект считается приемлемым, если рассчитанное значение IRR не ниже требуемой нормы рентабельности, которая определяется инвестиционной политикой компании.

2. При IRR, равном ставке дисконта, NPV равен нулю.

3. IRR сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на капитал, которая должна быть больше, чем в случае безрискового вложения капитала.

Одним из способов определения внутренней нормы доходности является построение графика функции современной стоимости инвестиционного проекта.

Построим график функции современной стоимости инвестиционного проекта (NPV) при разных внутренних нормах доходности и определим такую норму доходности, при которой $NPV = 0$.

Зависимость чистой дисконтированной стоимости от ставки дисконтирования приведена в таблице 2.22:

Таблица 2.22 – Зависимость чистой дисконтированной стоимости от ставки дисконтирования

Значение	1	2	3	4	5	6	7
IRR, %	12%	43%	59%	71%	81%	96%	109%
NPV, руб.	1 296 608,16	829 829,22	220 423,38	0	- 36 194,16	- 224 897,44	- 367 412,22

График функции современной стоимости инвестиционного проекта представлен на рисунке 2.9.

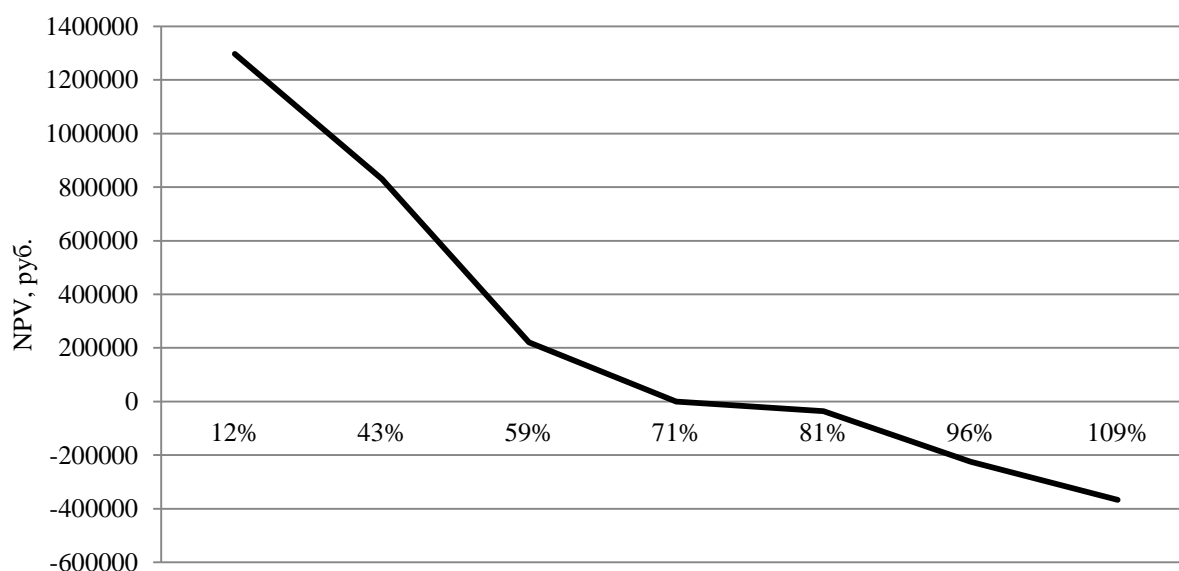


Рисунок 2.9 – График функции дисконтированного чистого дохода

IRR равен 71 %, ставка дисконтирования равна 12% (r). Таким образом, проект открытия салона красоты считается эффективным, так как $r < IRR$.

3. Дисконтированный срок окупаемости инвестиций (Discounted Payback Period, DPP) – это временной период окупаемости первоначальных инвестиций (затрат) в инвестиционный проект в текущей стоимости.

Данные для расчета дисконтированного срока окупаемости представлены в таблице 2.23.

Таблица 2.23 – Расчет дисконтированного срока окупаемости

Шаг расчета	Первоначальные инвестиции, руб.	Денежный поток, руб.	ДП нарастающим итогом, руб.	Дисконтированный денежный поток, руб.	Дисконтированный ДП нарастающим итогом, руб.
0	837 035	-837 035	0	-837 035,00	0
1	-	1 296 608,16	1 296 608,16	1 700 964,94	1 973 119,33
2	-	2 367 743,2	2 746 582,11	3 186 035,25	2 288 818,42
3	-	2 841 291,84	3 295 898,53	3 823 242,3	2 746 582,1

Таким образом инвестиционные затраты составили 837 035 руб., ДДП1 составил 1 973 119,33руб., ДДП2 составил 2 288 818,42 руб.

Формула расчета дисконтированного срока окупаемости инвестиций:

$$DPP = 1 + \frac{ИЗ - ДДП1}{ДДП2}, \quad (9)$$

где ИЗ – инвестиционные затраты;

ДДП 1 - дисконтированный денежный поток нарастающим итогом в момент времени 2.

ДДП 2 - дисконтированный денежный поток нарастающим итогом в момент времени 3.

Таким образом:

$$DPP = 1 + \frac{837\,035 - 1\,973\,119,33}{2\,288\,818,42} = 1,503$$

То есть дисконтированный срок окупаемости составит около 1 года и 5 месяцев.

4. Дисконтированный индекс доходности (Discounted Profitability Index, DPI) показывает эффективность использования капитала в инвестиционном проекте или бизнес плане. Формула следующая:

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

где I_t – первоначальный затраченный инвестиционный капитал;
 r – ставка дисконтирования.

$$DPI = \frac{1 + 1\,296\,608,16}{\frac{837\,035}{(1+12)^0}} = 1,549$$

Так как DPI анализируемого проекта демонстрирует показатель, превышающий единицу, то проект открытия салона красоты принимается для дальнейшего инвестиционного анализа.

5. Модифицированная внутренняя норма прибыли (MIRR) — это ставка дисконтирования, уравнивающая притоки и оттоки денежных средств по проекту.

MIRR вычисляется по формуле:

$$MIRR = \left(\frac{\sum_{T=0}^T CF_t (1+r)^{T-t}}{\sum_{t=0}^t I_t (1+r)^{-1}} \right)^{\frac{1}{T}} - 1, \quad (11)$$

где T – горизонт планирования проекта;
 t – текущий период реализации проекта;
 I_t – отток денежных средств в t -м периоде;
 CF_t – приток денежных средств в t -м периоде;

r – стоимость капитала, по которой реинвестируются денежные притоки, в долях единицы.

Для расчета данного показателя используем минимальную реальную доходность, равную средней ставке Сбербанка по вкладу, как стоимость капитала, по которой реинвестируются денежные притоки.

$$\text{MIRR} = \left(\frac{2\,538\,000 \cdot (1+0,05)^2 + 5\,076\,000 \cdot (1+0,05)^1 + 7\,614\,000 \cdot (1+0,05)^0}{837\,035 \cdot (1+0,05)^{-1}} \right)^{\frac{1}{3}} - 1 = 0,18$$

Таким образом, модифицированная внутренняя норма прибыли равна 18%, что больше нормы реинвестиций (5%). Следовательно, проект приемлем к реализации.

6. Чистая терминальная стоимость (NTV). Критерий основан на приведении денежного потока к началу действия инвестиционного проекта, т. е. в его основе заложена операция дисконтирования. Формула для расчета этого критерия следующая:

$$\text{NTV} = \sum_{t=0}^T \text{CF}_t \cdot (1+r)^{t-k} - I(1+r)^{t-k}, \quad (12)$$

где T – горизонт планирования проекта;
 t – текущий период реализации проекта;
 I – первоначальный затраченный инвестиционный капитал;
 CF_t – приток денежных средств в t -м периоде;
 r – ставка дисконтирования;
 k – анализируемый период.

$$\text{NTV} = 837\,000 \cdot (1+0,12)^3 + 2\,538\,000 \cdot (1+0,12)^2 + 2\,538\,000 \cdot (1+0,12)^1 - 837\,035 \cdot (1+0,12)^3 = 6\,026\,178,028$$

$\text{NTV} > 0$, проект прибыльный, его следует принять.

Инвестиционный анализ проекта открытия салона красоты простыми и дисконтированными методами показал, что проект имеет высокую инвестиционную привлекательность.

2.10 Анализ рисков и чувствительности инвестиционного проекта

Так как проект основывается на предположениях о будущем и связан с неопределенностью, следует оценить его риски. Основной задачей анализа риска является определение вероятности наступления и возможного ущерба от наступления рискового события.

Точка безубыточности показывает значение выручки, при котором предприятие не несет убытков, но и не имеет прибыли. Расчет точки безубыточности производится по каждому отдельному продукту либо по объему продаж в целом. Если рассчитываем безубыточность (в натуральном выражении) по каждому отдельному продукту, то используется формуле:

$$Q_{\text{кр.}} = FC / P - AVC, \quad (13)$$

где FC – постоянные затраты, руб.

P – цена единицы, руб.

AVC – переменные затраты на единицу, руб.

$$Q_{\text{кр.}} = 4\,117\,848,64 / 1229,46 - 837\,000 = 28,33$$

Подставим все необходимые данные в формулу (13) и получим точку безубыточности проекта в натуральном выражении, равную 28,33. Это говорит о том, что проект начнет приносить прибыль тогда, когда количество клиентов в день превысит 28 человек.

Далее рассчитаем стоимостное выражение точки безубыточности по формуле:

$$Q_{кр} = FC / \frac{TR - VC}{TR}, \quad (14)$$

где FC – постоянные затраты, руб.

TR – выручка, руб.

VC – переменные затраты, руб.

$$Q_{кр} = 4\,117\,848,64 / \frac{2\,538\,000 - 837\,000}{2\,538\,000} = 6\,144\,090,13 \text{ руб.}$$

Таким образом, нужно реализовать оказание услуг салона красоты на 6 144 090,13 рублей, чтобы получить нулевую прибыль. Все продажи свыше 6 144 090,13 рублей будут приносить прибыль.

Далее проведем анализ чувствительности проекта. Цель анализа чувствительности определить степень влияния отдельных изменяющихся факторов на финансовые показатели проекта. Обычно рассматривают следующие факторы:

- объем продаж;
- цена реализации;
- темп инфляции;
- объем капитальных вложений;
- переменные издержки;
- постоянные издержки;
- ставка процента по кредиту и т.д.

В рамках проекта рассмотрим изменение выручки, постоянных и переменных затрат по четырем направлениям: увеличение на 20%, 10%, и сокращение на 20%, 10%. Проводя анализ чувствительности, следует оценить к каким из факторов проект наиболее чувствителен.

Для нашего инвестиционного проекта, проведем оценку следующих факторов:

- Чувствительность проекта к изменению переменных затрат;

- Чувствительность проекта к изменению постоянных затрат;
- Чувствительность проекта к изменению выручки.

В таблице 2.24 представлена чувствительность проекта к изменению уровня цены на аренду.

Таблица 2.24 – Чувствительность проекта к изменению переменных затрат

Изменение фактора, %	TVC, руб.		NPV, руб.		Изменение %
	До	После	До	После	
+20%	837 000	1 004 400	1 296 608,16	2 824 816,78	86
+10%	837 000	920 700	1 296 608,16	2 004 708,68	32
-10%	837 000	753 300	1 296 608,16	1 032 728,72	-32
-20%	837 000	669 600	1 296 608,16	212 620,62	-86

Чувствительность проекта к изменению постоянных затрат представлена в таблице 2.25.

Таблица 2.25 – Чувствительность проекта к изменению постоянных затрат

Изменение фактора, %	TFC		NPV, руб.		Изменение %
	До	После	До	После	
+20%	4 238 703,96	5 086 444,75	1 296 608,16	622 674,67	-59
+10%	4 238 703,96	4 662 574,36	1 296 608,16	1 123 851,84	-26
-10%	4 238 703,96	3 814 833,56	1 296 608,16	1 776 900,88	17
-20%	4 238 703,96	3 390 963,17	1 296 608,16	2 141 393,37	41

Чувствительность проекта к изменению выручки представлена в таблице 2.26.

Таблица 2.26 – Чувствительность проекта к изменению выручки

Изменение фактора, %	Выручка, руб.		NPV, руб.		Изменение %
	До	После	До	После	
+20%	2 538 000	3 045 600	1 296 608,16	2 247 703,68	48
+10%	2 538 000	2 791 800	1 296 608,16	1 868 024,00	23
-10%	2 538 000	2 284 200	1 296 608,16	926 418,41	-39
-20%	2 538 000	2 030 400	1 296 608,16	1 245 349,33	-18

Графическое изображение NPV к уровню изменения выручки, постоянных и переменных затрат представлено на рисунке 2.10

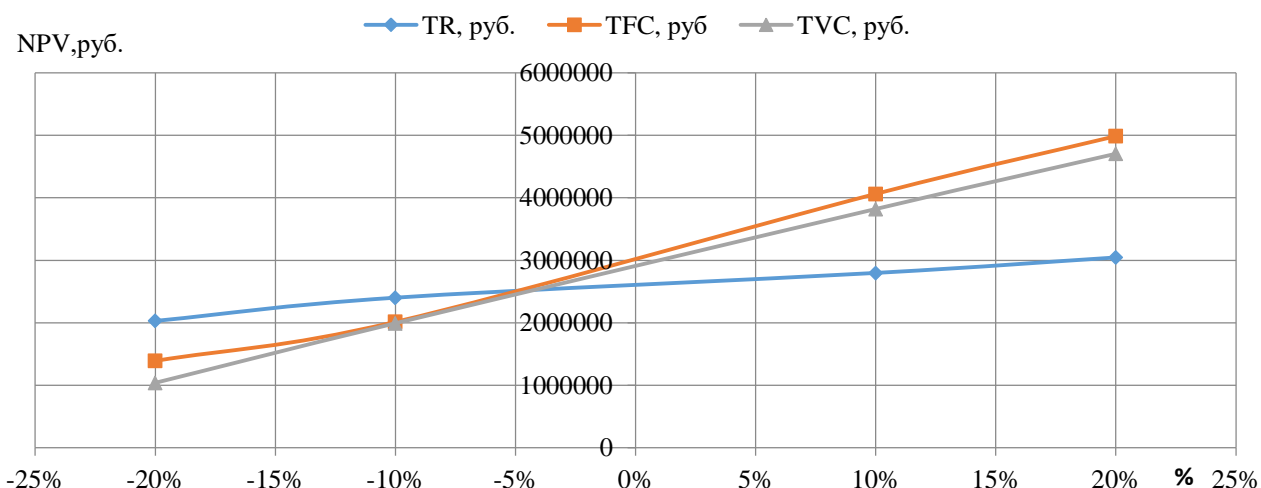


Рисунок 2.10 – Графическое изображение чувствительности NPV к отклонениям влияющих факторов.

На основе приведенных расчетов видно, что проект наименее чувствителен к изменению выручки, а более чувствителен к изменению постоянных затрат.

Выводы по разделу два

Во второй главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены следующие моменты: По предварительной оценке для начала деятельности салона красоты требуются инвестиции в объеме 837 035 рублей, а операционные месячные затраты составили 69 750 рублей. Что суммарно составляет 837 000 рублей в год. Чистая прибыль за 2018 – начало 2019 годы, составила 2 538 000 рублей. Проект отвечает условию финансовой реализуемости, то есть на каждом шаге расчёта имеется достаточное количество средств для его продолжения. Однако проект чувствителен к изменению уровня выручки.

Рассчитанные показатели экономической эффективности проекта свидетельствуют о том, что данный проект является эффективным, так как:

- $NP > 0$;
- ARR демонстрирует высокое значение;
- $PI > 1$;

- $PP < T$;
- $NPV > 0$;
- $r < IRR$;
- $DPP < T$;
- $DPI > 1$;
- $MIRR > r$;
- $NTV > 0$.

Чистый дисконтированный доход, отражающий абсолютную величину прибыли, приведенную к началу реализации проекта, составляет 1 296 608,16 рублей. При этом ставка дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход равен нулю, составляет 71%. Модифицированная внутренняя норма прибыли равна 18%, что больше нормы реинвестиций (5,00%).

Инвестиции, направленные на реализацию проекта, полностью окупятся через 1 год и 155 дней. Значение показателя термальной стоимости проекта составляет 6 144 090, 13 рублей.

С учетом полученных результатов расчетов может быть принято о дальнейшем открытии салона красоты «Долорес».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проделанной работы, на примере салона красоты, были подробно изучены основные аспекты бизнес-планирования, методики составления бизнес-плана. Также освоен комплекс базовых методик маркетинга, изучены и отработаны на практике основные навыки обращения с инструментами бизнес-планирования, инвестирования и проведения анализа различных экономических показателей.

В ходе данной работы, после анализа всех существующих организационно-правовых форм, была выбрана наиболее подходящая к нашему салону красоты организационно-правовая форма ИП.

Также, в работе было проведено исследование рынка услуг салонов красоты в городе Челябинск, оценили потенциал рынка, который, непосредственно, помог принять решение о целесообразности открытия салона красоты. Был проведен анализ потенциальных конкурентов, были определены ключевые факторы успеха и таблица важности показателей, которые, в свою очередь, помогли выбрать наиважнейшие показатели для достойной конкуренции и направленность развития салона красоты. Был составлен перечень всех необходимых инвестиций.

Последней частью бизнес-плана является оценка экономической эффективности проекта. В данном разделе был посчитан показатель чистого дохода (NP) , средняя норма прибыли (ARR) , срок окупаемости (PP), недисконтированный индекс доходности (PI) и чистый дисконтированный доход (NPV).

На основе всего вышеперечисленного составлены прогнозы выручки, прибыли и денежных потоков, затем проведен анализ экономической эффективности проекта.

В результате проведенной работы можно прийти к выводу, что данный проект финансово реализуем и способен принести значительную прибыль.

Таким образом, поэтапным выполнением поставленных задач была достигнута цель дипломной работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Налоговый кодекс Российской Федерации 2017. Части первая и вторая. – М.: ЭКСМО, 2017. – 1488 с.
- 2 План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций. – М.: Юрайт, 2017. – С.177-180.
- 3 Александрова, С.Ю. Развитие малого инновационного бизнеса / С.Ю. Александрова // Вестник Института экономики РАН. – 2014. – № 1. – С. 12-18 с.
- 4 Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие / М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2012. – С. 204-208.
- 5 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А Баринов. – М.: ФОРУМ, 2009. – С. 256-266.
- 6 Буров, В.П. Бизнес-план фирмы / В.П. Буров. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 192 с.
- 7 Гранатуров, В.М. Экономический риск: сущность, методы и измерения, пути снижения / В.М. Гранатуров. – М.: Дело и Сервис, 2013. – 265 с.
- 8 Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2009. – 320 с.
- 9 Гусаков, В.А. Ясная стратегия бизнеса / В.А. Гусаков – М. Вершинина, 2012. – 360 с.
- 10 Зудбинова, Т.Ю. Бизнес-планирование. Лучший способ предотвратить ошибки / Т.Ю. Зудбинова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 240 с.
- 11 Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 409 с.
- 12 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 13 Маренков, Н.Л. Основы управления инвестициями / Н.Л. Маренков. – М.: Едиториал УРСС, 2007. – 480 с.

- 14 Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова. – М.: Проспект, 2009. – 216 с.
- 15 Маховикова, Г.А. Инновационный менеджмент / Г.А. Маховикова. – М.: Эксмо, 2015. – 208 с.
- 16 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 256 с.
- 17 Наумов, В.Н. Организация предпринимательства / В.Н. Наумов. – М.: Книга по Требованию, 2010. – 384 с.
- 18 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – М.: Омега-Л, 2012. – 152 с.
- 19 Показатели эффективности и привлекательности инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://kudainvestiruem.ru/proekt/pokazateli-ehffektivnosti-investicionnogoproekta.htm>
- 20 Теоретический аспект бизнес планирования [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/SYEFta5PVsA.html>
- 21 Методы бизнес-планирования [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://business-plan.jimdo.com/about/>.
- 22 В салонах красоты все больше занимаются менеджментом и маркетингом [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://bishelp.ru/svoe_del_o/otrasl/krasota/2812_salon.php.
- 23 Динамика Российского рынка салонов Красоты 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: www.hitekgroup.ru/articles/2014/?id=256.
- 24 Как открыть салон красоты [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.homearchive.ru/business/hom0021.html>.
- 25 Как заработать на красоте [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.nastol.ru/Go/>

26 Прогнозы и тренды развития рынка косметических услуг 2014 г. [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://sisupr.mrsu.ru/2011-1/PDF/Konev.pdf>

27 Месторасположение салона красоты очень важно для 41 % посетителей [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/7673/>

28 Особенности ведения бизнеса в разных странах [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://businessidei.com/osobennosti-vedeniya-biznesa-v-raznyh-stranah/>

29 Методические подходы к бизнесу и его планированию в разных странах [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: http://studbooks.net/2162876/ekonomika/metodicheskie_podhody_biznesu_planirovaniyu_raznyh_stranah .

30 Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом. [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-biznes-planirovaniya-v-rossii-i-zarubezhom> .

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1– Цены на услуги

№	Наименование услуги	Стоимость, руб.
Стрижка		
1	Женская стрижка, модельная на короткие волосы	500
2	Женская стрижка, модельная на длинные волосы	600
3	Стрижка горячими ножницами	900
4	Авангардная стрижка	700
5	Подравнивание волос	300
6	Стрижка челки	150
7	Мужская стрижка	400
8	Окантовка	250
9	Модельная стрижка	600
10	Креативная стрижка	800
11	Площадка	900
12	Стрижка под машинку	400
13	Окантовка	100
Укладка волос		
14	Укладка комплексная на короткие волосы	400
15	Укладка комплексная на средние волосы	600
16	Укладка комплексная на длинные волосы	800
17	Укладка утюжком	500
18	Укладка на бигуди на короткие волосы	500
19	Укладка на бигуди на средние волосы	600
20	Укладка на бигуди на длинные волосы	700
21	Праздничная укладка (короткие волосы)	1600
22	Праздничная укладка (средние волосы)	1900
23	Праздничная укладка (длинные волосы)	2500
Окрашивание		
24	Классическое (короткие волосы)	1000
25	Классическое (средние волосы)	1500
26	Классическое (длинные волосы)	2000
27	Тонирование волос (короткие волосы)	750
28	Тонирование волос (средние волосы)	1250
29	Тонирование волос (длинные волосы)	1500
30	Фирменное окрашивание путем смешивания цветов (короткие волосы)	1200
31	Фирменное окрашивание путем смешивания цветов (средние волосы)	1400
32	Фирменное окрашивание путем смешивания цветов (длинные волосы)	1600
33	Окрашивание гипоаллергенной краской (короткие волосы)	1500
34	Окрашивание гипоаллергенной краской (средние волосы)	2000
35	Окрашивание гипоаллергенной краской (длинные волосы)	2500
36	Балаяж (короткие волосы)	2000
37	Балаяж (средние волосы)	2500
38	Балаяж (длинные волосы)	3000
39	Омбре (короткие волосы)	1500

Продолжение таблицы А.1

40	Омбре (средние волосы)	2000
41	Омбре (длинные волосы)	2500
42	Мелирование пудрой (короткие волосы)	1000
43	Мелирование пудрой (средние волосы)	1500
44	Мелирование пудрой (длинные волосы)	2000
45	Лечение от выпадения волос	1000
46	Кератиновое выпрямление (короткие волосы)	3000
47	Кератиновое выпрямление (средние волосы)	6000
48	Кератиновое выпрямление (длинные волосы)	9000
49	Ламинирование (короткие волосы)	3000
50	Ламинирование (средние волосы)	3500
51	Ламинирование (длинные волосы)	4000
52	Голливудские локоны (средние волосы)	1000
53	Голливудские локоны (длинные волосы)	1500
54	Химическое выпрямление (короткие волосы)	2000
55	Химическое выпрямление (средние волосы)	2500
56	Химическое выпрямление (длинные волосы)	3000
57	Прически с косами	1 500
58	Плетение французской косы	800
59	Плетение кос	600
Экспресс-услуги		
60	Окраска бровей и ресниц	650
61	Окраска бровей или ресниц	300
62	Форма или коррекция бровей	300
63	Окраска бровей хной	400
Макияж		
64	Макияж дневной	1100
65	Макияж вечерний	1500
66	Демакияж	150
67	Маски в ассортименте	400
68	Маски альгинатные	500
69	Парафинотерапия	700
Женский маникюр		
70	Классический маникюр (обрезной)	600
71	Классический маникюр (снятие лака, база, лак, быстрая сушка)	600
72	Европейский маникюр (снятие лака, база, сушка обычная)	650
73	Аппаратный маникюр (снятие лака, база, лак, сушка обычная)	800
74	Комбинированный маникюр	750
75	Покрытие ногтей	200
76	Покрытие «Френч»	300
77	Покрытие Shellac, Jessica	600
78	Френч-покрытие Shellac	800
79	Маникюр + покрытие Shellac	1200
80	Ремонт ногтя шелком	200
81	Стразы	20

Окончание таблицы А.1

82	Наращивание под лак	1800
Наращивание ногтей		
83	Коррекция гель	1200
84	Наращивание френч гель	1500
85	Снятие ногтей гель	500
86	БИОгель (с маникюром)	1000
87	БИОгель (без маникюра)	500
88	Снятие БИОгель	300
89	Снятие Shellac	500
Мужской маникюр		
90	Классический маникюр	700
91	Европейский маникюр	800
92	Аппаратный маникюр	1000
93	СПА-маникюр	600
94	Покрытие ногтей	200
95	Полировка ногтей	100
Солярий		
96	Одна минута солярия	10
97	Одна минута солярия с вибромассажем	20
98	Крем для загара в солярии	80
99	Стилкини	10
100	Тапочки	10
101	Коврик	10
102	Шапочка	5
Косметологические услуги		
103	Уход за лицом Dermaquest	1000
104	Уход за лицом Eldman	1500
105	Уход за лицом и областью декольте Dermaquest	1500
106	Уход за лицом и областью декольте Eldman	2000
107	Уход с коллагеном Очищение, скраб, массаж, сыворотка, с коллагеном, коллагеновый лист	1500
108	Уход увлажнение Очищение, тонизация, скраб, массаж, увлажняющий комплекс, маска	1400
109	Уход за областью глаз Очищение, пилинг-скатка, точечный массаж, ампульный концентрат	900
110	Термолифтинговый уход с маской на гипсовой основе	1600
111	Чистка (механическая – очищение, распаривание, чистка, маска) GI GI	2000
112	Чистка (механическая – очищение, распаривание, чистка, маска) Dermaquest	2200
113	Ультразвуковая чистка (очищение, пилинг, маска) GI GI	1300
114	Ультразвуковая чистка (очищение, пилинг, маска) Dermaquest	1400
115	Комбинированная чистка GI GI	2000
116	Комбинированная чистка Dermaquest	2200
117	Криотерапия (жидкий азот) лицо	400
118	Криотерапия (жидкий азот) спина	500
119	Поверхностный пилинг	2000
120	Микродермабразия (Алмазный пилинг) лицо	1900

