

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 «Прикладная экономика»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
д.э.н., доцент
_____ Т.А. Худякова
_____ 2020 г.

Оценка инвестиционной привлекательности открытия салона красоты
в г. Челябинск

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.01.2020.27. ПЗ ВКР

Руководитель работы,
д.э.н., доцент
_____ Т.А. Худякова
_____ 2020 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ-439
_____ Д.С. Губанова
_____ 2020 г.

Нормоконтролер,
старший преподаватель
_____ Н.В. Тихонова
_____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Губанова Д.С. Оценка инвестиционной привлекательности открытия салона красоты в г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-439, ПЭ, 2020. – 88 с., 13 ил., 29 табл., библиографический список – 75 наим., 15 л. раздаточного материала ф. А4.

Выпускная квалификационная работа представляет собой бизнес-проект открытия нового салона красоты в городе Челябинске.

Работа включает в себя три главы. Первая глава – теоретическая часть, в которой рассмотрены теоретические основы понятия инвестиционной деятельности, методы оценки эффективности инвестиционного проекта, анализ безубыточности и чувствительности проекта.

Вторая глава – это анализ рынка услуг красоты за рубежом, в России и в городе Челябинске. Здесь представлены основные услуги индустрии красоты, динамика объемов реализации косметологических услуг зарубежом, в России и в Челябинске.

Третья глава выпускной квалификационной работы – практическая часть. Она включает разработку бизнес-плана открытия салона красоты в городе Челябинске, план маркетинга, организационный план, финансовый план, оценку эффективности проекта, а также оценку рисков проекта.

В результате проведенной работы был составлен бизнес-проект открытия салона красоты, выявлены основные направления деятельности салона, рассчитаны затраты на открытие салона красоты и проведена оценка его эффективности.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА	10
1.1 Теоретические основы инвестиционного анализа.....	10
1.2 Методы оценки экономической целесообразности инвестиционного проекта	16
1.3 Инвестиционный анализ проекта в условиях риска.....	24
2 АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.....	32
2.1 Анализ зарубежного рынка индустрии красоты	32
2.2 Анализ российского рынка индустрии красоты.....	40
2.3 Анализ развития рынка индустрии красоты в городе Челябинске.....	49
3 АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ САЛОНА КРАСОТЫ В ГОРОДЕ ЧЕЛЯБИНСКЕ.....	60
3.1 Описание бизнес-идеи открытия салона красоты	60
3.2 Оценка инвестиционной привлекательности проекта недисконтированными и дисконтированными методами.....	69
3.3 Анализ инвестиционной привлекательности с учетом рисков.....	75
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	80
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	82

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия возникает практически при всех трансформациях: при покупке и продаже предприятия, его акционировании, слиянии и поглощении, а также во многих других ситуациях. Знание величины рыночной стоимости дает возможность собственнику объекта усовершенствовать процесс производства, разработать комплекс мероприятий направленных на увеличение рыночной стоимости предприятия. Периодически проводимая оценка стоимости позволяет повысить эффективность управления и, следовательно, избежать банкротства и разорения.

Оценка помогает принять правильное инвестиционное решение, сократив при этом традиционные издержки. Если бы каждый участник предполагаемой сделки попытался самостоятельно оценить тот или иной объект, то его расходы оказались бы довольно существенными, т.к. пришлось бы сформировать определенную информационную базу, приобрести компьютерные программы и т.п., которые использовались бы всего один-два раза и не смогли бы себя окупить.

оценка стоимости в макроэкономическом аспекте является одним из рычагов управления и регулирования экономики со стороны государства, особое значение оценка имеет при управлении государственной и муниципальной собственностью.

Таким образом, выбранная тема исследования носит актуальный характер.

Цель работы – исследовать экономическую эффективность и целесообразность инвестирования денежных средств в открытие нового салона красоты.

Задачи работы:

- 1) изучить динамику развития мирового и Российского рынка индустрии красоты;
- 2) определить основные тенденции развития отрасли салонов красоты;
- 3) описать план проекта по открытию нового салона красоты;

4) произвести расчеты инвестиционной привлекательности простым и дисконтированным способом;

5) найти точку безубыточности и провести анализ рисков на основе чувствительности проекта к изменениям.

Объект исследования – проект открытия салона красоты в городе Челябинске.

Предмет исследования – бизнес-идея открытия салона красоты в городе Челябинске.

Теоретическая база исследования. При рассмотрении теоретических аспектов инвестиционного анализа были рассмотрены труды: Алексеев В.Н., Аньшин В.М., Аскинадзи В.М., Баскакова О.В., Баринов В.А., Бочаров В.В., Виленский П.Л., Головань С.И., Грачев А.В., Грузинов В.П., Киселева О.В., Корчагин Ю.А., Маркова В.Д., Теплова Т.В., Худякова Т.А. и других.

По вопросам анализа Российского и зарубежного рынка индустрии красоты и открытия салона рассмотрены труды: Андреева Ю.И., Дмитриева Л.М., Дрибноход Ю.Ю., Михайлов Д.М., Цыганов А.М., Шевчук Д.А. и других.

Информационная база исследования. В качестве информационной базы исследования выступили данные о конкурентах в г. Челябинск, данные о состоянии внутренней и внешней среды организации (маркетинговом окружении), аналитические и информационные материалы, опубликованные в российской периодической печати и представленные в компьютерной сети Интернет, справочные материалы, связанные с выбранной темой исследования, данные о конкурентах, результаты экономической деятельности ООО «Михаэль», где была пройдена преддипломная практика и пр.

Методы исследований. При написании выпускной квалификационной работы использовались простые и дисконтированные методы оценки инвестиционного проекта, анализ точки безубыточности и анализ чувствительности.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа структурно состоит из следующих элементов: введение, три основные главы, заключение,

библиографический список.

Первая глава – теоретическая часть, в которой рассмотрены теоретические основы понятия инвестиционной деятельности, методы оценки эффективности инвестиционного проекта, анализ безубыточности и чувствительности проекта.

Вторая глава – это анализ рынка услуг красоты за рубежом, в России и в городе Челябинске. Здесь представлены основные услуги индустрии красоты, динамика объемов реализации косметологических услуг зарубежом, в России и в Челябинске.

Третья глава выпускной квалификационной работы – практическая часть. Она включает разработку бизнес-плана открытия салона красоты в городе Челябинске, план маркетинга, организационный план, финансовый план, оценку эффективности проекта, а также оценку рисков проекта.

Объём основного материала пояснительной записки составляет 87 страницы, количество рисунков – 13, таблиц – 29, число наименований списка использованных источников и литературы – 75.

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные результаты исследования могут быть использованы для открытия нового салона красоты в городе Челябинске.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА

1.1 Теоретические основы инвестиционного анализа

Самая основная черта в экономике рынка – это способ распределения всех ресурсов на основе рыночного механизма. Рыночный механизм, в определенной степени, функционирует на основе модели равновесия спроса и предложения на необходимые ресурсы. Экономическая система находит ответы на главные вопросы экономики путем установления рыночного равновесия:

- сколько всего необходимо производить товаров;
- какие конкретно товары производить;
- для кого необходимо производить товары;
- как производить.

Функционирование любой фирмы всегда связано с вложением денег во все виды активов. Их приобретение нужно для осуществления и дальнейшего функционирования деятельности данной фирмы. Для того, чтобы увеличить рентабельность, компания может вкладывать свободные финансы в некоторые виды активов, которые могут приносить хороший доход, но при этом не участвующих в основной деятельности фирмы. Такая деятельность компании называется инвестиционной [3].

Термин «инвестиции» происходит от латинского *invest*, что значит «вложение».

Можно дать следующее понятие инвестициям. Это некие вложения свободного капитала инвестиционный проект, которые в будущем будут приносить прибыль или другие результаты инвестору. Но результат, который будет вследствие инвестирования денег, должен обязательно превышать сумму вложенных инвестиций, то есть сумму вложенных денег в данный проект [8].

Согласно федеральному закону «Об инвестиционной деятельности», инвестиционная деятельность – это вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта [1].

Инвестициям можно дать следующее определение. Это вклад свободного собственного капитала инвестором на определенный срок с целью его сохранения, получения прибыли или какого-то другого положительного результата [4].

Чтобы инвестор мог оценить целесообразность вкладываемых инвестиций, необходимо проводить инвестиционный анализ. Инвестиционный анализ представляет собой набор некоторых методов и приемов для оценки целесообразности инвестирования денежных средств в тот или иной проект. Инвестиции – это долгосрочные либо краткосрочные вложения свободных ресурсов в конкретный проект или производство [9].

Инвестиционный анализ предусматривает создание четкой организационной схемы для конкретного проекта, от начального этапа проекта до запуска его в жизнь и получение прибыли. На первом этапе производится сбор данных о сфере инвестирования. Потом вся информация анализируется, а дальше формируется структура инвестиционного проекта на основе собранных данных. Если выявляются факторы риска создания инвестиционного проекта и недостатки, то принимаются меры для их устранения или минимизации.

Первая группа лиц, которые заинтересованы в инвестиционном анализе – это сами инвесторы, например, собственники компании или руководство. Приоритетными направлениями анализа в этом случае будут доходность вложенного капитала, финансовая устойчивость компании в связи с потенциальным влиянием на нее инвестиционных проектов.

Еще одна группа заинтересованных лиц – это собственники компаний, которые стремятся привлечь инвесторов. В данном случае анализ проводится для того, чтобы понять, насколько бизнес привлекателен для инвесторов и что необходимо сделать, чтобы увеличить привлекательность [12].

Инвестиционный анализ может быть интересен и контрагентам компании, поскольку позволяет им понять способность организации выполнять договорные обязательства с позиции оценки возможного изменения ее финансового

состояния, вызванного инвестиционной деятельностью. Также инвестиционный анализ может быть интересен для кредиторов фирмы, так как для них анализ интересен и важен с целью оценки кредитоспособности компании, ее платежеспособности и ликвидности баланса. Представители государственных органов также могут быть заинтересованы в проведении инвестиционного анализа для решения о предоставлении финансовой поддержки со стороны государства [28].

Главной целью инвестиционного анализа является объективная оценка целесообразности осуществления краткосрочных и долгосрочных инвестиций для дальнейшего получения прибыли, а также разработка необходимых ориентиров инвестиционной политики компании [55].

Основные задачи инвестиционного анализа:

- оценка необходимости инвестирования свободных средств, а также наличия требуемых условий для инвестирования;
- формулирование выбора определенных источников финансирования инвестиционного проекта и их цены;
- выделение конкретных факторов, которые могут повлиять на отклонение получившихся результатов инвестирования свободного капитала от запланированных заранее;
- обоснование необходимых инвестиционных решений, которые усиливают конкурентность компании и согласуются с ее целями;
- обоснование и доказательство параметров риска и доходности, которые будут приемлемы для инвестора;
- разработка необходимых рекомендаций по принятию мер для улучшения количественных и качественных результатов инвестирования проекта [37].

В основе обоснования аналитического процесса принятия решений по управлению инвестициями лежат оценка и сравнение предполагаемых инвестиций и будущих поступлений денежных средств. Инвестиционный анализ, заключающийся в использовании незначительных критериев, состоит в сравнении

суммы инвестиций, которые необходимы для инвестиционного проекта с ожидаемым будущим доходом. Главная проблема при составлении проекта и разработке инвестиционного анализа это проблема сопоставимости показателей, ведь все показатели, которые между собой сравниваются будут относиться к разным временным точкам [41].

В процессе оценки эффективности инвестиционного проекта могут возникать некоторые трудности и критические моменты, например:

- прогноз объемов продаж товаров и услуг, что связано с возможным спросом на определенные товары и услуги, так как практически все проекты связаны с дополнительным производством и выпуском продукции;
- оценка притока денежных средств по годам;
- оценка наличия необходимых источников финансирования для инвестиционного проекта;
- оценка приемлемой стоимости капитальных вложений [11].

Грамотное проведение инвестиционного анализа дает более высокие шансы точно оценить:

- необходимые денежные средства на инвестиционный проект, стоимость данного проекта;
- риски инвестиционного проекта;
- экономическую целесообразность разработки данного инвестиционного проекта на основе расчета простых и дисконтированных показателей эффективности проекта, таких как NPV, NV, PI, IRR и т.д.;
- денежные потоки инвестиционного проекта и их приведенную стоимость;
- сроки реализации и запуска проекта в жизнь;
- уровень дисконтной ставки для проекта;
- объем источников денежных средств для инвестиционного проекта и их структуру;
- уровень воздействия инфляции на основные показатели проекта;
- инвестиционную привлекательность проекта и компании [16].

Объектом инвестиционного анализа являются определенные виды реальных инвестиций, которые могут быть подвержены анализу со стороны субъекта. Объект инвестиционного анализа – это финансово-экономическая деятельность предприятий, цель деятельности которых заключается в получении прибыли. Можно разделить объекты инвестиционного анализа в зависимости от того, проводится ли анализ реальных инвестиций и финансовых вложений или нет.

Субъектами инвестиционного анализа является круг людей, осуществляющих анализ. К ним могут относиться разные структурные подразделения компании, которые осуществляют вложение капитала, например: бухгалтерия, маркетинговая служба, служба главного инженера, финансовый отдел, отдел строительства, капитального вложения, юридический отдел и так далее.

Также субъектом инвестиционного анализа являются отделы финансирования проектов и кредитные организации [28].

Если говорить о финансовых вложениях в тот или иной проект, то субъектом анализа являются отделы операций с ценными бумагами коммерческих банков, финансовые менеджеры инвестиционных и негосударственных пенсионных фондов, страховые организации, частные инвесторы, аудиторские компании, консалтинговые фирмы, финансовые брокеры [15].

Основные функции инвестиционного анализа проекта:

- производство установленной структуры сбора данных для проекта, обеспечивающее эффективное регулирование мероприятий при разработке инвестиционных проектов;
- улучшение процесса принятия основных решений на основе анализа различных вариантов, определения очередности выполнения мероприятий и выбора оптимальных для инвестиций технологий;
- точное решение различных проблем (например, финансовые, организационные, социальные, технологические), которые могут возникнуть на разных стадиях разработки инвестиционного проекта;

– поддержка принятия наиболее лучших решений о целесообразности и рациональности использования финансовых средств [36].

Главный приоритет для инвесторов – это отбор компаний, которые на их взгляд кажутся наиболее прибыльными. Они хотят там размещать свободный капитал и денежные средства, чтобы в дальнейшем получать прибыль при возможных уровнях риска.

Существует несколько групп инвесторов, которые хотят вкладывать свободные средства для получения прибыли в будущем:

– стратегические инвесторы. Такие инвесторы интересуются аспектами долгосрочной финансовой устойчивости компании, характеристиками наличия имеющегося производственного потенциала и перспективности развития предприятия;

– портфельные инвесторы. Целевые интересы данной группы инвесторов определяются рыночной капитализацией компании и произвольными от нее показателями;

– финансовые инвесторы. Интересы данных инвесторов – это критерии ликвидности, кредитоспособности и платежеспособности [64].

И внутренние и внешние субъекты компании могут проводить анализ инвестиционной привлекательности предприятия. Возможности субъектов при реализации различных исследований зависят от наличия информационной базы [34].

Когда анализ проводится без инвестора или согласия компании, то проводится только внешний анализ положения предприятия и прогнозный анализ рисков проекта. Владелец компании может пользоваться возможностью осуществления инвестиционного анализа во всех направлениях деятельности. Владельцы компании и инвесторы могут проводить разные исследования, такие как анализ спроса и предложения на рынке, анализ конкурентной среды компании, положение предприятия в отрасли экономики, анализ значимости компании и другие исследования [19].

Если аналитические процедуры выполняются во всех областях исследований, то принимаются определенные решения в отношении некоторые частей анализа, которые были определены в ходе анализа задач. Это приведет субъекта к достижению цели исследования. В этом случае инвестор сможет принять правильное решение о необходимости инвестировать свободный капитал в тот или иной инвестиционный проект, таким образом владелец сможет разработать точную систему мер для формирования положительного имиджа компании и тем самым повысить инвестиционную привлекательность компании [25].

Инвестиционный проект должен обеспечить:

- возмещение вложенных денежных средств;
- получение такой прибыли, которая сможет обеспечить рентабельность вложенных инвестиций не ниже уровня, который желает инвестор;
- окупаемость вложенных инвестиций в пределах срока, который приемлем для инвестора проекта [13].

Можно сделать вывод, что ключевой целью любого предприятия является получение максимального дохода от деятельности, повышение экономического потенциала компании за счет всех вложенных финансов в данный проект. Инвестиционная деятельность играет основную роль в главных экономических процессах, протекающих на уровне всей экономики и отдельных предприятий [6].

1.2 Методы оценки экономической целесообразности инвестиционного проекта

Одним из основных элементов инвестиционного анализа является оценка эффективности инвестиционных проектов. Это основной инструмент выбора из разных инвестиционных проектов наиболее эффективного и с минимальными рисками [7].

Различные методы оценки инвестиционных проектов могут быть едиными не всегда, поскольку инвестиционные проекты сильно различаются по стоимости, долговечности и полезным результатам.

Для принятия инвестиционных решений необходима оценка эффективности, которая нужна как для определения привлекательности или непривлекательности инвестиционного проекта для потенциального инвестора, так и для определения уровня эффективности взаимозаменяемых проектов при оценке вероятности принятия одного из двух или нескольких вариантов различных проектов [24].

Оценка инвестиционных проектов позволяет определить, какова рентабельность инвестиций, каковы сроки окупаемости и каковы риски.

При оценке эффективности инвестиционного проекта, оценка всех затрат и результатов проекта проводится в течение расчетного периода, продолжительность которого (горизонт расчета) определяется с учетом:

- продолжительности создания, эксплуатации и ликвидации предприятия;
- срока полезного использования основных средств;
- срока аренды земельного участка, зданий, сооружений;
- достижения заданных характеристик прибыли;
- требований инвестора [32].

Денежные потоки инвестиционного проекта используются для оценки экономической эффективности и жизнеспособности данного инвестиционного проекта.

С помощью методов оценки эффективности инвестиционного проекта решаются такие задачи, как: определение эффективности того или иного инвестиционного проекта и его независимости, а так же определение эффективности других инвестиционных проектов для оценки возможности принятия одного из нескольких проектов [39].

Эффективность инвестиционного проекта характеризуется системой показателей, которые отражают соотношение затрат и результатов проекта применительно к интересам его участников [21].

Существует два метода оценки экономической эффективности инвестиционного проекта:

– простой метод оценки инвестиционного проекта (оценка недискотированных показателей);

– метод оценки эффективности инвестиционного проекта с помощью метода дисконтирования денежных потоков (оценка дисконтированных показателей).

Рассмотрим простые показатели оценки эффективности инвестиционного проекта, характеризующие целесообразность реализации проекта [29].

Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта на основе простого метода оценки планирует расчет следующих показателей:

- чистый доход от проекта (NV);
- средняя норма доходности от проекта (ARR);
- недисконтированный срок окупаемости проекта (PB);
- недисконтированный индекс рентабельности проекта (PI) [27].

Чистый доход (NV) – этот показатель характеризует эффективность инвестиций в абсолютном выражении, то есть без учета времени и временной стоимости денег. Он рассчитывается по формуле (1):

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

где TR_t – выручка за расчетный период, руб.;

TC_t – затраты предприятия за расчетный период, руб.;

I_t – недисконтированная сумма чистой прибыли предприятия и амортизационных отчислений (денежный поток), руб.;

T – количество периодов, горизонт расчета, лет;

t – срок расчета инвестиционного проекта, лет [35].

Норма прибыли (ARR) – средняя норма прибыли проекта означает среднюю доходность проекта и характеризует прибыльность и эффективность его инвестиций.

Этот показатель рассчитывается по формуле (2):

$$ARR = \frac{Pr}{It} \cdot 100\%, \quad (2)$$

где Pr – среднегодовая прибыль от проекта, руб.;

I_t – общая стоимость инвестиций, руб.

Средняя норма прибыли зависит от стоимости капитала, средней прибыли для конкретной отрасли и прибыли определенного предприятия. Не существует определенного уровня приемлемости нормы прибыли, он варьируется в зависимости от отрасли. Определенного норматива значения ARR нет, но чем выше значение показателя, тем проект будет являться привлекательнее [6].

Недисконтированный срок окупаемости (PB) – характеризует временной период, в течении которого чистый денежный поток покрывает инвестиционные затраты на проект. Период окупаемости обычно измеряют в годах или месяцах.

Рассчитываем по формуле (3):

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

где CF – среднегодовая прибыль от проекта, руб.;

I – общая стоимость инвестиций, руб.

Проект можно считать приемлемым к реализации, если показатель недисконтированного периода окупаемости проекта меньше горизонта планирования.

Недисконтированный индекс доходности (PI) – данный показатель характеризует отдачу проекта на единицу вложенных в него средств. Он показывает отношение дисконтированных доходов от проекта к размеру инвестиций. Находим данный показатель по формуле (4):

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

Критерием приемлемости проекта является индекс доходности, больший 1, то есть $PI > 1$ [12].

В таблице 1 представлены нормативные значения недисконтированных показателей.

Таблица 1 – Нормативные значения недисконтированных показателей

Показатель	Нормативное значение
Чистый доход (NV), руб.	$NV > 0$
Норма прибыли (ARR), %	$ARR > 0$
Недисконтированный срок окупаемости (PB), лет	$PB < \text{горизонт планирования (T)}$
Недисконтированный индекс доходности (PI), руб.	$PI > 1$

Простые методы имеют ряд существенных недостатков, так как они не учитывают фактор времени, и поэтому их использование не всегда может дать объективный и точный результат, так как значения показателей недисконтированных методов выше, чем значения дисконтированных методов. Для более объективной оценки эффективности проекта следует рассчитывать ряд дисконтированных показателей, которые приведут будущие притоки и оттоки денежных средств к настоящему моменту [25].

Более точную и справедливую основу для оценки инвестиционного проекта можно получить с помощью оценки показателей, которые предполагают использование дисконтирования, то есть при расчетах показателей учитывается фактор времени. Дисконтирование предполагает определение стоимости денежных потоков путем перевода стоимости всех платежей в определенный момент времени.

Для того, чтобы рассчитать дисконтированные показатели, необходимо рассчитать ставку дисконта. Это норма прибыли, которая требуется инвестором и которая должна отражать стоимость возможности инвестировать в конкретный проект.

Ставка дисконтирования определяется в соответствии с сокращенной формулой Фишера (5):

$$r \approx r_m + j + R, \quad (5)$$

где r_m – минимальная фактическая доходность;

j – уровень инфляции;

R – премия за риск [41].

Дисконтированные показатели оценки эффективности инвестиционной привлекательности проекта включают в себя следующие:

- NPV – чистый дисконтированный доход;
- DPI – дисконтированный индекс доходности;
- DPB – дисконтированный срок окупаемости;
- IRR – внутренняя норма доходности;
- NTV – чистая терминальная стоимость;
- MIRR – модифицированная внутренняя норма доходности.

Чистый дисконтированный доход (NPV) – данный показатель показывает текущую стоимость будущих доходов за исключением затрат текущего периода. Он показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, связанные с осуществлением проекта. Данный показатель рассчитывается по формуле (6):

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_t \frac{I(t)}{(1+r)^t}, \quad (6)$$

где I_t – суммарные приведенные инвестиционные затраты;

T – горизонт планирования.

Чистый дисконтированный доход подразумевает дисконтирование денежных потоков для определения эффективности инвестиций.

Если $NPV > 0$, то проект можно считать эффективным [50].

Дисконтированный индекс доходности (DPI) – дисконтированный индекс доходности в разных источниках информации, также как и простой показатель, можно назвать дисконтированным индексом рентабельности проекта. DPI характеризует существующую доходность инвестиций в заданных величинах.

Индекс доходности будет показывать отношение располагаемого дохода к различным затратам проекта. Также DPI будет результатом расчетов проекта. Этот показатель отражает уровень выручки на единицу затрат, будет рассчитываться по формуле (7):

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

Проект является приемлемым, если дисконтированный индекс доходности больше 1 [3].

Дисконтированный период окупаемости (DPB) – этот показатель показывает время, которое необходимо для покрытия первоначальных инвестиций за счет чистого дисконтированного потока. Метод дисконтированного периода окупаемости, в отличие от простого метода необходим для определения точного срока окупаемости проекта с учетом фактора времени.

Дисконтированный период окупаемости должен быть больше, чем горизонт расчета. Он рассчитывается по формуле (8):

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

Дисконтированная норма прибыли (внутренняя норма прибыли) (IRR) – этот показатель показывает такую ставку дисконтирования, когда инвестиционный проект будет безубыточным. IRR показывает ту ожидаемую доходность проекта и допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть связаны с проектом и рассчитывается по формуле (9):

$$IRR = \sum_{t=0}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t} = 0, \quad (9)$$

IRR должен превышать ставку дисконтирования. Чем выше IRR, тем эффективнее проект.

Одним из способов расчета внутренне нормы доходности является метод подбора.

Также можно найти IRR графическим методом [36].

Чистая терминальная стоимость (NTV) – под чистой терминальной стоимостью понимается разность суммы элементов возвратного потока и исходных инвестиций, наращенных к моменту окончания оцениваемого

проекта. Если по-другому характеризовать NTV, то это увеличенные чистые доходы на конец периода.

Показатель считается по формуле (10):

$$NTV = \sum_T CF(t) \cdot (1 + r)^{t-k} - I \cdot (1 + r)^{t-k}, \quad (10)$$

где k – анализируемый период.

Результаты расчета этого показателя разъясняются следующим образом:

- если $NTV > 0$, то проект необходимо принять;
- если $NTV < 0$, то проект убыточен, его следует отвергнуть;
- если $NTV = 0$, то проект не сказывается на величине ценности фирмы, а потому решение о целесообразности его принятия должно основываться на оценке дополнительных аргументов.

Модифицированная внутренняя норма доходности (MIRR) – этот показатель показывает внутреннюю норму доходности, скорректированную по ставке реинвестирования. Инвестиционный проект будет считаться приемлемым, когда модифицированная норма прибыли выше, чем ставка реинвестирования. Показатель рассчитывается по формуле (11):

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

где R_t – приток денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности на t -м шаге расчета;

I_t – денежный поток средств от инвестиционной и операционной деятельности на t -м шаге расчета.

Проект считается приемлем к реализации, если модифицированная норма доходности больше нормы реинвестиций [37].

В таблице 2 представлены нормативные значения дисконтированных показателей.

Таблица 2 – Нормативные значения дисконтированных показателей

Показатель	Нормативное значение
Чистый дисконтированный доход (NPV), руб.	$NPV > 0$
Дисконтированный индекс доходности (DPI), доли	$DPI > 1$
Дисконтированный период окупаемости (DPB), лет	$DPB < \text{горизонт планирования}$
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	$IRR > r$
Чистая терминальная стоимость (NTV)	$NTV > 0$
MIRR	$MIRR > \text{норма реинвестиций}$

Можно сделать вывод, что эффективность инвестиционного проекта можно оценить с использованием простого метода оценки (недисконтированного) и дисконтированного метода, который основан на дисконтировании денежных потоков. Простой метод оценки обычно используют тогда, когда срок реализации проекта не превышает один год. Дисконтированные показатели оценки инвестиционного проекта, которые предполагают дисконтирование денежных потоков, считаются более эффективными по сравнению с простыми, так как они предполагают учет фактора временной стоимости денег.

Следует акцентировать внимание на том, что наиболее объективную и показательную оценку эти методы могут дать только в совокупности, поскольку они отлично дополняют друг друга [50].

1.3 Инвестиционный анализ проекта в условиях риска

При анализе эффективности долгосрочных и краткосрочных инвестиций предполагается, что значения возникающих денежных потоков известны и их возможно точно определить для всех периодов. Но вообще, такие случаи скорее всего являются исключением, чем нормой. В рыночных условиях, когда колеблются цены на сырье и материалы, происходит изменение спроса на продукцию, изменение процентных ставок в банках, денежные потоки могут сильно отличаться от плана.

Из-за этого необходимо прогнозировать вероятность некоторых отклонений фактических сумм от тех, которые запланированы заранее. Так как возможность

отклонения результатов денежных операций, которые мы ожидаем от данного проекта, может зависеть от степени рискованности, нужно оценить эффективность инвестиционного проекта в условиях риска [53].

Осуществимость и эффективность проекта в основном зависят от различных характеристик самого проекта, а также от характеристик условий окружающей среды, где осуществляется инвестиционный проект. Термины неопределенность и риск подразумевают, что фактические условия разработки и реализации проекта точно не известны или описаны не совсем полностью [21].

Под неопределенностью понимается неточность какой-либо информации об условиях осуществления данного проекта. Также под неопределенностью понимается отсутствие какой-либо информации об условиях осуществления проекта, но тогда учитывается неопределенность проекта и это сводится к далекому от реальности требованию получения всей информации.

Риск означает потенциальную вероятность неблагоприятных ситуаций и в дальнейшем связанных с ними убытков, потерь или ущерба. Иногда это может доходить до банкротства или ликвидации предприятия из-за нестабильности, неблагоприятных экономических обстоятельств, получения неудовлетворительного результата и итога в зависимости от экономического решения, которое необходимо принять [20].

Поэтому инвестиционная деятельность может осуществляться в условиях неопределенности и рискованности, и это будет взаимосвязано. С точки зрения количественного отношения, нестабильность и рискованность указывают на возможность отклонения результатов от ожидаемых значений в меньшей или большей степени.

Главными процедурами количественного измерения рискованности являются:

- анализ уровня безубыточности;
- анализ инвестиционной чувствительности [53].

Анализ безубыточности проекта является одним из наиболее важных видов информации, используемая при оценке эффективности проекта. Инвестор проекта

должен знать, когда его проект станет безубыточным, сколько необходимо сделать объем производства, чтобы выйти в ноль. Необходимо установить такой объем, ниже которой компания будет терять прибыль, а выше – получать.

Для того, чтобы рассчитать точку безубыточности, необходимо использовать показатели постоянных, переменных и общих затрат. Тем не менее, следует иметь в виду, что нет абсолютно постоянных затрат, так как наблюдается рост аренды, рост затрат на электроэнергию, расходов на заработную плату администрации и руководства. Следовательно, расчет точки безубыточности может быть пересчитан для всех периодов заново, если произошли какие-либо изменения в структуре текущих расходов или в системе финансового состояния предприятия [33].

Точка безубыточности предусматривает стоимость выручки от продаж, когда компания не несет убытки и не получает прибыли, то есть является результатом продажи товаров после возмещения переменных затрат. В этом случае маржинального дохода хватит для того, чтобы покрыть постоянные затраты в нашем проекте, а прибыль будет равна нулю.

Для определения величины безубыточности рекомендуют соблюдать следующие условия:

- затраты является линейной функцией объема производства, который равняется объему продаж;
- цена на единицу товара всегда постоянна во времени, а стоимость ее продажи является линейной функцией объема продаж;
- переменные и постоянные затраты на единицу продукции постоянны;
- ассортимент продукции всегда постоянен [10].

Анализ безубыточности проекта основан на сходстве доходов и текущих затрат производства, и на делении всех затрат на постоянные и переменные.

Это можно расписать в следующем виде (12):

$$\begin{aligned} TR &= TC, \\ Q \cdot P &= Q \cdot AVC + FC \end{aligned} \quad (12)$$

где TR – валовая выручка;

TC – общие затраты;

Q – объем реализации продукции;

P – цена продукции (товаров, услуг и т.д.);

AVC – средние переменные затраты;

FC – общие постоянные затраты.

Точку безубыточности необходимо рассчитывать в натуральном и стоимостном выражении. Для ее определения нужно рассчитывать некоторые значения, такие как переменные затраты на единицу продукции, цена, выручка, постоянные затраты.

Формула для расчета точки безубыточности в натуральном выражении (13):

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

где FC – общие постоянные затраты (руб.);

P – цена услуги (руб.);

AVC – средние переменные затраты (руб.).

Точка безубыточности в стоимостном выражении (14):

$$Q_{\text{кр.}} = \frac{B \cdot FC}{B - VC}, \quad (14)$$

где B – выручка в стоимостном выражении (руб.);

VC – переменные затраты (руб.) [12].

Построение графика точки безубыточности:

– на график наносим линию переменных затрат, выбираем на оси абсцисс (x) определенную точку, то есть какое-то значение объема;

– значение общих затрат находим следующим образом: переменные затраты мы плюсуем с постоянными (VC+FC), далее на графике строим линию постоянных и переменных затрат, они располагаются параллельно друг другу, поскольку значение постоянных затрат не изменятся при любом количестве производства;

– линия выручки формируется также, как и условно-переменные затраты.

На рисунке 1 изображен пример построения графика точки безубыточности инвестиционного проекта.

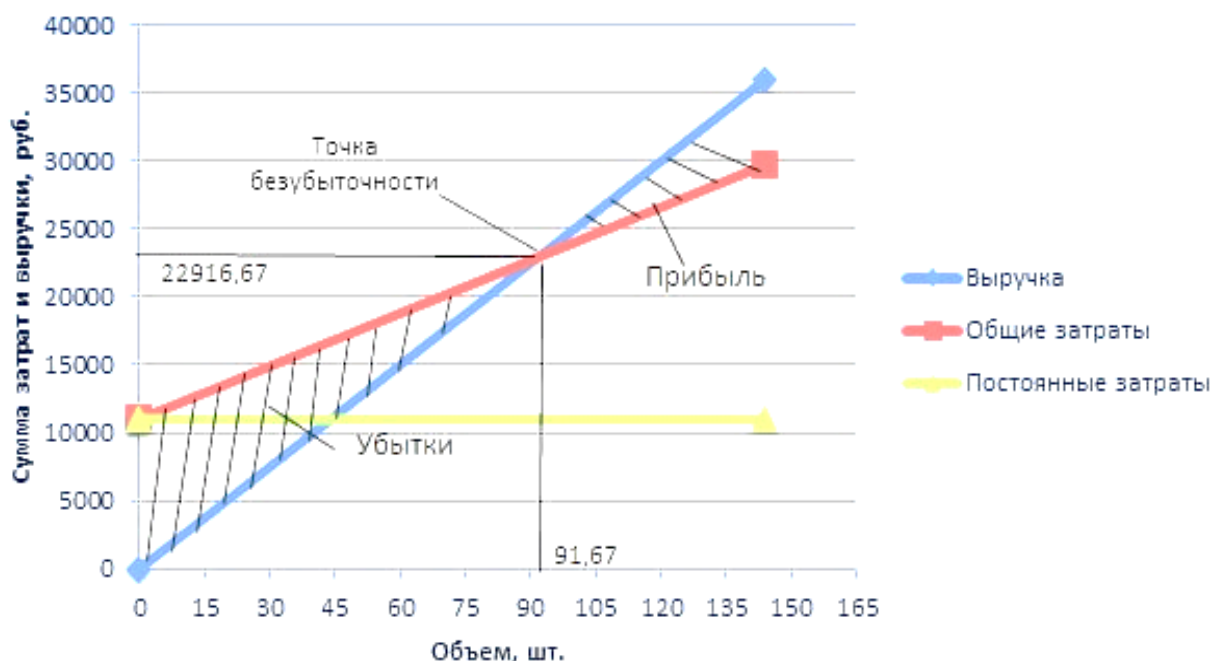


Рисунок 1 – График точки безубыточности

Механизм контроля, помощь в определении степени риска, прибыли, цены и взаимосвязи между постоянными и переменными затратами – это главный смысл точки безубыточности производства [16].

Можно сделать вывод, что как только определенное количество проданной продукции достигнет предела, который достаточен для покрытия всех затрат, тогда компания будет получать прибыль, которая будет расти быстрее чем рост производства продукции. Тот же эффект имеет место при сокращении объема экономической деятельности, то есть когда снижение прибыли и увеличение потерь превышают темпы снижения продаж. Степень увеличения или уменьшения прибыли зависит от соотношения условно-постоянных и условно-переменных затрат в структуре затрат производства и реализации продукции [37].

Для того, чтобы провести учет и прогноз влияния изменений разных изначальных параметров, таких как инвестиционные затраты, уровень

реинвестиций, приток денежных средств необходимо проводить анализ чувствительности инвестиционного проекта. Целью данного анализа является оценка влияния изменений в каждом или в нескольких параметрах, чтобы предугадать наихудшую ситуацию в инвестиционном проекте.

Обычно выбирают такие показатели как NPV и IRR, для того чтобы провести анализ чувствительности.

Этот тип анализа позволяет оценить наиболее важные и критические переменные, которые могут сильно повлиять на реализацию и эффективность проекта [53].

При анализе чувствительности обычно используются показатели в качестве изменяемых переменных:

- цена за единицу продукции;
- общая сумма постоянных затрат;
- уровень инфляции;
- переменные затраты на единицу;
- инвестиционные затраты на проект;
- коэффициент дисконтирования.

Анализ чувствительности проекта заключается в оценке влияния изменений начальных параметров проекта на его окончательные показатели, в качестве которых мы используем чистый дисконтированный доход (NPV) [6].

Анализ чувствительности необходимо проводить в несколько этапов;

- для начала выбираем ключевой показатель эффективности инвестиций;
- далее возьмем факторы, которые оказывают сильное влияние на NPV – цена за единицу (P), переменные издержки (VC) и постоянные издержки (FC);
- каждый показатель увеличиваем или уменьшаем (например, на 10% и 20%);
- при изменении каждого из факторов мы рассчитываем NPV;
- строим график чувствительности проекта [64].

Далее переменные сортируются по степени влияния на результат проекта на основании результатов расчета всех показателей чувствительности проекта.

И чем выше значение показателя эластичности, тем более чувствителен к изменениям конкретного фактора наш проект, и тем больше наш проект подвергается определенному риску.

На рисунке 2 изображен пример графика анализа чувствительности.

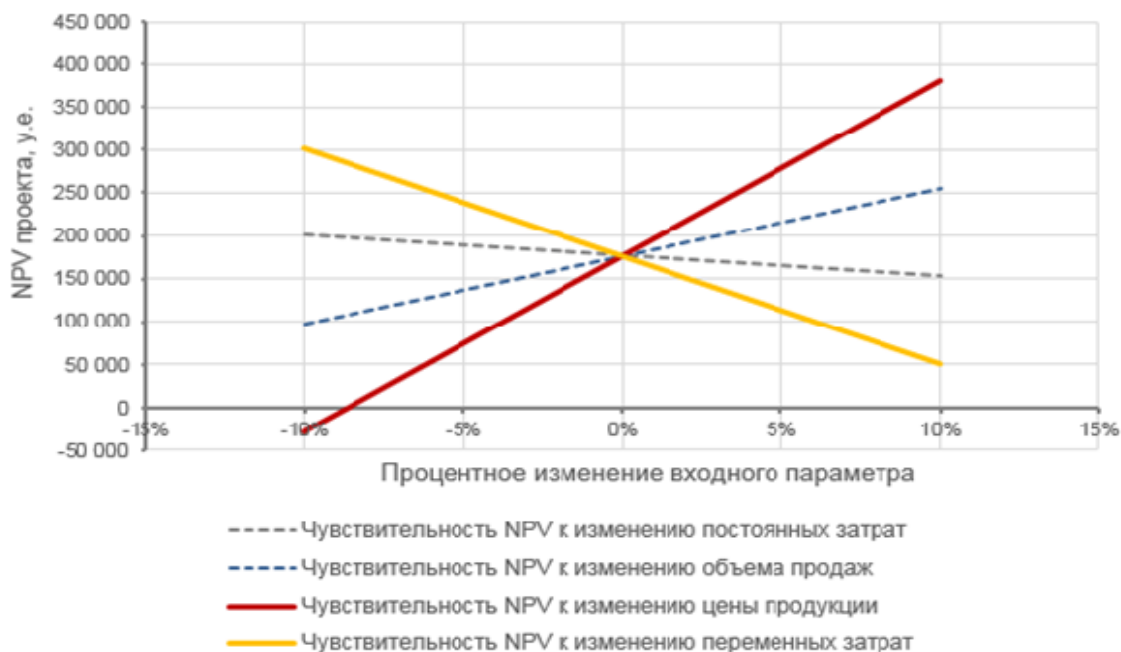


Рисунок 2 – Анализ чувствительности

Мы выбираем такой инвестиционный проект, который в наименьшей степени чувствителен к ухудшению входных параметров. Анализ чувствительности проекта заключается не в снижении риска инвестирования в тот или иной проект, а в демонстрации последствий неправильной или некорректной оценки определенных величин [9].

Проанализировав влияние внешней среды на инвестиционный проект можно сделать выводы, что анализ безубыточности и чувствительности инвестиционного проекта очень важны для него. Анализ безубыточности является одним из самых важных элементов информации, так как инвесторунеобходимо знать, при каком объеме производства его проект будет безубыточным. Анализ безубыточности помогает в принятии необходимых и главных управленческих решений. Анализ чувствительности помогает определить, какие показатели проекта в наибольшей степени оказывают влияние на экономическую эффективность проекта [4].

Выводы по разделу один

При изучении теории инвестиционного анализа были изложены общие принципы оценки инвестиционной привлекательности проекта. Были рассмотрены цели инвестиционного анализа. Можно сделать вывод, что инвестиционный анализ необходим для оценки целесообразности вложения инвестиций в конкретный проект и дальнейшего получения прибыли от него, и для минимизации возможных рисков.

Выделены два метода оценки экономической эффективности инвестиционного проекта:

- недисконтированные методы оценки;
- дисконтированные методы оценки.

Рассмотрено, как рассчитывать простые показатели, такие как: чистый доход NV , норма прибыли ARR , период окупаемости PB , индекс доходности PI .

Также было определено как произвести оценку инвестиционной привлекательности с помощью дисконтированных методов, рассмотрены такие показатели как: чистый дисконтированный доход NPV , дисконтированный индекс доходности DPI , дисконтированный период окупаемости DPB , дисконтированная норма прибыли IRR , чистая терминальная стоимость NTV , модифицированная внутренняя норма прибыли $MIRR$.

Проанализированы анализ безубыточности инвестиционного проекта и анализ чувствительности.

2 АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

2.1 Анализ зарубежного рынка индустрии красоты

Один из самых быстрорастущих сегментов мирового рынка косметических услуг является индустрия красоты. Все больше женщин и мужчин хотят выглядеть ухоженными и красивыми ежедневно. Индустрия красоты это один из самых популярных и востребованных секторов бизнеса. Косметическая индустрия представляет собой отрасль, которая занимается косметическим обслуживанием населения. Индустрия красоты в основном заполнена салонными услугами, а точнее салонами красоты, куда ежедневно приходят люди, чтобы выглядеть привлекательнее. К услугам салонов красоты относятся: парикмахерские услуги, косметология, ногтевой сервис (маникюр, педикюр), уходы за кожей лица и тела, омолаживающие спа-процедуры, оформление ресниц, бровей и так далее. Также индустрия красоты включает в себя производство и продажу косметики [42].

Сегмент индустрии красоты можно назвать самым быстроразвивающимся из всей сферы бытовых услуг, ведь услуги красоты востребованы в повседневной жизни у людей и считаются самыми массовыми в Российской Федерации и зарубежом [43].

Предприятия салонов красоты можно классифицировать следующим образом (таблица 3).

Таблица 3 – Классификация предприятий индустрии красоты

Классы	Типы
Эконом-класс	Парикмахерская
Средний класс	Салон красоты
VIP-класс	Косметический центр

Главным типом предприятий, которые оказывают услуги красоты на рынке являются парикмахерские и салоны красоты. Их доля на рынке составляет почти 85–90 % от общего числа компаний. В то же время инвестиционная

привлекательность данных компаний равна 50 % из-за того, что это самая насыщенная часть рыночной экономики, и требующая минимальных начальных затрат для открытия. К повышению привлекательности инвестиций и экономической эффективности компании может привести расширение спектра услуг, которые предоставляются салоном красоты.

Независимы салоны красоты составляют большую часть мирового рынка индустрии красоты. Они предлагают своим клиентам расширенный и традиционный спектр услуг, например: парикмахерские услуги, маникюр, педикюр, массаж, услуги косметолога, макияж, наращивание ресниц, оформление бровей. Основные услуги таких салонов – это парикмахерские, такие как стрижка, окрашивание волос [59].

2019 год для мирового рынка индустрии красоты был достаточно насыщенным. Было произведено улучшение каналов продаж и сбыта продукции, появились новые подходы к продвижению менее известных брендов, разрабатывались новые стратегии поглощения и взаимосвязи более крупных и известных брендов с менее известными и независимыми брендами. Благодаря этим факторам мировой рынок индустрии красоты обрел стабильное и перспективное развитие. В 2016 году рынок салонов красоты оценивался в 205 миллиардов евро, с каждым годом эта цифра увеличивалась. Так в 2019 году рынок стал оцениваться в 218 миллиардов евро. Каждый год рост составляет около 2–3 %. Все эти данные отражены на рисунке 3 [67].

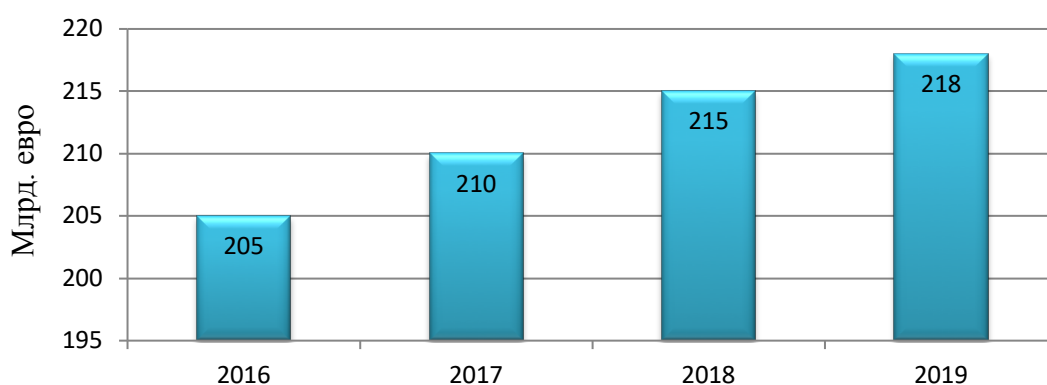


Рисунок 3 – Мировой объем рынка индустрии красоты, млрд. евро

Косметическая продукция служит одним из основных показателей рынка красоты. В 2019 году рынок косметической продукции достиг 530,4 млрд. долларов, а к 2023 году планируется, что объем продаж увеличится до 800,6 млрд. долларов, а рост с 2019 по 2023 год составит примерно 7 %. В эти показатели входят следующие косметические товары: средства ухода за волосами, товары ухода за кожей лица и тела, крема для загара, крема для рук и тела, гели для душа, мыло, шампуни, уход за лицом, средства для полости рта. Косметическая продукция распространяется по всему миру, каналы распространения данной продукции – это магазины, супермаркеты, салоны красоты, аптеки, прямые продажи.

Мировой рынок спа-салонов и салонов красоты оценивается в 129,50 млрд. долларов в 2019 году. Планируется, что к 2023 году рынок салонов красоты и спа-процедур достигнет примерно 189,8 млрд. долларов США, произойдет увеличение примерно на 5,7% между 2019 и 2023 годами [42].

Мировой рынок салонов красоты имеет огромный потенциал и ожидает прогресс. В 2018 году во всем мире было примерно 130 000 салонов красоты, что принесло примерно 100 млрд. долларов. США – самый крупный рынок салонов красоты и спа-центров, у них насчитывается примерно 21 000 салонов и доход от них примерно 16 млрд. долларов. США крупнейший рынок салонов красоты, планируется что общий доход в этом сегменте возрастет до 65 миллиардов долларов в 2021 году и будет расти.

Мировой рынок продолжает расти, особенно на рынках Евразии, Южной Америки, Северной Америки [72].

Сейчас возникает вопрос, кто же станет главным двигателем рынка индустрии красоты? Ожидается, что Азиатско-Тихоокеанский регион может стать самым быстроразвивающимся регионом в промышленности индустрии красоты в ближайшие годы. Это в основном связано с большим количеством молодого населения, которое готово тратить большие деньги на салоны красоты, услуги косметолога, различные спа-процедуры, процедуры, которые смогут снять стресс.

Из-за быстрой миграции сельского населения в крупные города по всему миру, такие страны как Индия, Япония, Китай и Корея смогут стать основными поставщиками услуг салонов красоты и спа-салонов в своем регионе и могут значительно увеличить свою долю на мировом рынке.

Огромный потенциал роста в мировом рынке красоты имеет Индия, ведь там индустрия красоты и здоровья переживает сильный рост. Этот рынок растет и набирает обороты намного быстрее, чем США и города Европы. Эта страна является вторым по величине потребительским рынком во всем мире [45].

Индия является благоприятной страной для развития салонов красоты и создания косметики, в основном благодаря своим демографическим особенностям, особенностям расположения страны. Индия занимает второе место по численности населения во всем мире, но это самая молодая страна, почти 60 % населения в возрасте до 35 лет. Это, конечно, сильно влияет на развитие индустрии красоты в данной стране, влияет на спрос на косметику и услуги косметолога. Также в этой стране неблагоприятные погодные условия, жаркий климат, загрязнение окружающей среды, все эти факторы приводят к проблемам, связанные с кожей лица. Но при этом индийцы в большей степени интересуют натуральной и органической косметикой, которая содержит природные компоненты, такие как мед, масла, компоненты сандалового дерева, куркумы, миндаля и орехов. Иностранные продукты, содержащие парабены, ароматизаторы, красители и синтетические ингредиенты у них не так востребованы и не имеют высокий спрос [67].

Российский рынок индустрии красоты салонов красоты также обладает потенциалом для роста и также считается достаточно привлекательным для мировых брендов. В России девушки тратят на услуги красоты достаточно много денег, намного больше чем девушки стран Европы и Азии, при чем зарплаты в России в двое меньше. Например, в Испании, Греции, Португалии тратят примерно 250 долларов в год на услуги красоты, в Швейцарии около 230 долларов, а в Великобритании 190 долларов в год. В России зарплаты

намного меньше выше описанных стран, но при этом девушки тратят примерно 100 долларов в год на салоны. Большая часть девушек России регулярно посещают парикмахерские, косметологов, спа-салона [44].

Омолаживающие процедуры для лица и тела всегда будут востребованными, щадящие методики в области косметологии, такие как массаж, пилинги, инъекции, гиалуроновая кислота более востребованы чем хирургические вмешательства для поддержания красоты.

На рисунке 4 можно визуальнo посмотреть сколько тратят женщины на услуги красоты в различных странах мира [51].

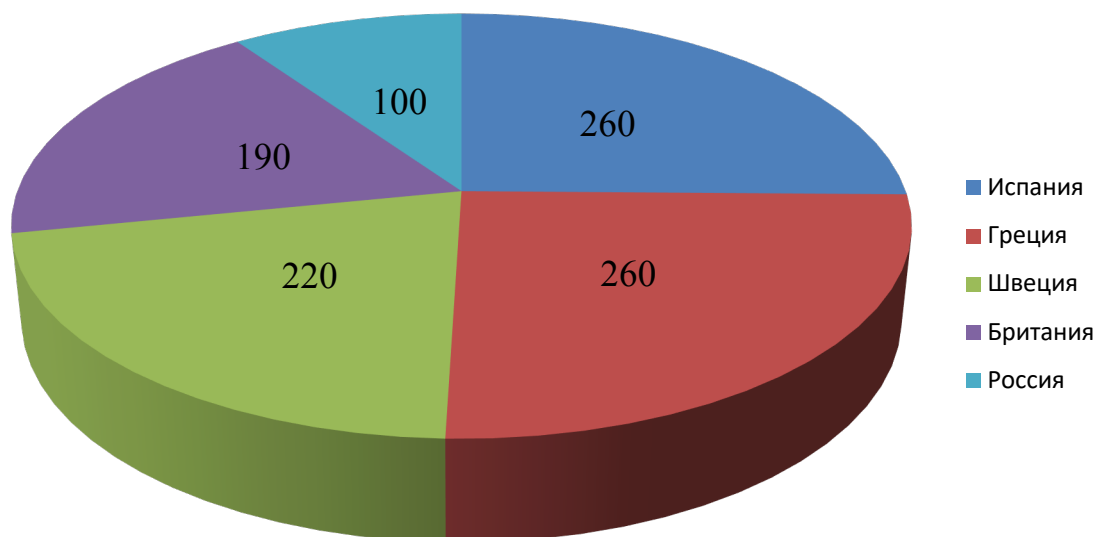


Рисунок 4 – Расходы на услуги красоты различных стран мира, млрд. долл США

В Японии рынок индустрии красоты, в основном, связан с предоставлением косметологических услуг для кожи лица и тела вместе с традиционными методами и процедурами. Для исправления фигуры и улучшения кожи лица используются процедуры нетрадиционной медицины, объединяющие массажи, иглоукалывание, воздействие радиоволн, что в свою очередь улучшает кровообращение и состояние организма. Стоимость таких процедур составляет примерно 100 долларов. Когда дело доходит до ухода за кожей, существует

кислородная капсула. На лицо клиента наносят препарат (натуральная косметика из различных отваров и трав, которая способствует восстановлению кожи), затем его помещают в эту капсулу. Это приводит к разглаживанию кожи и морщин. Также существует HIFU-терапия, с помощью которой можно избавиться от лишнего целлюлита благодаря воздействию ультразвуковых волн высокой плотности, а также использование тепла, которое разрушает жировой слой.

В Италии будут появляться методы омолаживания и ухода из древнего Рима, так как владельцы салонов вдохновляются идеями красоты из Рима. Еще в древние времена римские бани, которые стали примером для создания современных спа-центров, были востребованы как места, где можно было позаботиться о внешности, расслабиться и получить чувство благополучия. В некоторых салонах красоты хотят сделать наравне со всеми известными нам процедурами методы сенсорной стимуляцией, что будет способствовать получению незабываемых впечатлений и расслаблению. Целью данного метода является привлечение новых постоянных клиентов, которые будут в дальнейшем приносить доход вашему салону [42].

Планируется, что в скором времени, прибыль от мирового рынка красоты будет увеличиваться из-за роста чистого дохода на душу населения. Потребители будут готовы платить немного больше для того, чтобы воспользоваться салоном красоты для получения более профессиональных услуг. С 2013 года увеличение дохода среднего класса изменило их образ жизни и отношение к салонам красоты, увеличилась готовность людей покупать товары и услуги для себя. В 2019 году люди начали намного больше посещать салоны и покупать косметическую продукцию.

В таблице 4 расписаны розничные продажи в глобальном масштабе по категориям продуктов 2013–2019 годах [49].

Таблица 4 – Розничные продажи в глобальном масштабе, млрд. долларов

Категория продукта	2013	2019
Уход за кожей лица	28,8	50,1
Стрижки и укладки	36,9	37
Покраска волос	23,4	26,7
Косметика и парфюмерия	23	27

Общие розничные продажи в 2013 году составили 111,7 миллиардов долларов, а в 2019 – 140,8 млрд. долларов.

В 2019 году объем продаж увеличился по сравнению с 2013 годом почти на 20%. Самым популярным сегментом в 2013 году был уход за волосами (стрижки, укладки, кератиновое выпрямление), на его долю приходилось более 20% продаж в мире. А в 2019 году самым востребованным сегмент стал уход за кожей лица и тела, составил 24% доли мирового рынка. На мировой рынок средств по уходу за кожей приходится 2/3 от общего объема продаж. Уход за кожей тела и руками тоже является предпосылкой для процветания индустрии красоты. В странах Азии всегда предпочитали отбеливающую косметику для тела, ведь у них бледная кожа считается идеалом красоты. Поэтому у них основную роль в уходе за кожей лица и тела играет такая косметика, которая отбеливает кожу [5].

Стрижка волос является одной из самой распространенных услуг во всем мире. Рассмотрим, какова стоимость таких услуг в различных крупных городах мира.

В таблице 5 и 6 рассмотрена стоимость самых дорогих и дешевых стрижек в мире.

Таблица 5 – Цены женских стрижек в крупных городах мира

Самые дорогие женские стрижки, в долл.		Самые дешевые женские стрижки, в долл.	
Осло, Норвегия	95,04	Джакарта, Индонезия	4,63
Цюрих, Швейцария	86,71	Манила, Филиппины	6,18
Женева, Швейцария	83,97	Пекин, Китай	9,27

Таблица 6 – Цены мужских стрижек в крупных городах мира

Самые дорогие мужские стрижки, в долл.		Самые дешевые мужские стрижки, в долл.	
Осло, Норвегия	77,72	Джакарта, Индонезия	4,5
Копенгаген, Швейцария	52,55	Пекин, Китай	5,24
Цюрих, Швейцария	50,79	Нью-Дели	5,29

Стрижки у женщин в среднем на 40% дороже, чем мужские по всему миру [51].

С 2013 года рынок индустрии красоты достаточно динамично развивается, все это из-за возрастания потребности в косметологических услугах населения. Раньше услугами салонов красоты и спа-процедур пользовались исключительно представительницы женского пола, а за последние 10–12 лет увеличилось количество мужчин, которые регулярно посещают салоны. И концепция салонов красоты очень сильно продвинулась вперед. Посетители салонов стали готовы платить еще больше денег для получения более профессиональных косметологических услуг и процедур.

За последние 6–8 лет сильно изменилось отношение к привлечению постоянных клиентов. Владельцы и администраторы салонов ориентируются на более целевые группы потребителей, они подбирают для них специальные услуги, которые смогут подойти именно для этих групп посетителей. Создают сайты с примерами своих работ, чтобы люди смогли увидеть к какому мастеру они попадут и как им сделают ту или иную процедуру. Также маркетологи разрабатывают стратегию ведения салонного бизнеса таким образом, чтобы максимально привлечь постоянных клиентов, вводя в эксплуатацию различные бонусы для клиентов, программы лояльности, скидочные карты, выдают образцы люксовой косметики [52].

Наиболее популярными услугами в сфере салонов красоты являются следующие;

– парикмахерские услуги (укладки, окрашивание, стрижки, и т.д). Это самые популярные услуги в салонах красоты, ведь за волосами следят практически все люди в разных странах мира. Владельцы салонов красоты именно поэтому

подбирают хороший стилистов и мастеров по уходу за волосами, ведь имидж салона напрямую зависит от услуг, связанных с волосами;

- процедуры, связанные с уходом за ногтями. Сейчас почти во всех салонах есть мастер маникюра и педикюра. Они оказывают услуги и женщинам, и мужчинам. Ногтевой сервис набирает все большую популярность;

- услуги косметолога. Уход за кожей лица и тела является очень популярной услугой. Косметологи предоставляют широкий спектр услуг. Очень распространенными услугами являются пилинги. Маски, чистки, инъекции гиалуроновой кислотой, увеличение губ и коррекция скул. Также салоны предлагают услуги по лечению различных кожных заболеваний;

- массаж. В салонах иногда есть услуги массажиста. Проводятся специальные процедуры для кожи головы, тела и лица;

- макияж;

- наращивание ресниц, оформление бровей;

- эпиляция. Удаление волос на данный момент можно осуществить различными способами, такими как лазерная эпиляция, шугаринг, восковая эпиляция, электролиз [72].

Во всех салонах красоты предоставляется широкий спектр услуг для женщин и мужчин. Ведущие салоны красоты и компании по выпуску косметических средств это зарубежные, ведь там выпускается самое большое количество косметики различных марок, и там лучшие бренды косметики. Америка и Европа ведущие страны по созданию косметических средств и количеству салонов красоты.

2.2 Анализ российского рынка индустрии красоты

Мировой рынок индустрии красоты достаточно динамичен и постоянно меняется за небольшое количество времени. Можно выделить несколько основных причин, которые этому способствуют: появление на рынке различных новых цифровых и косметических технологий, расширение списка новейших

услуг и товаров, и самая основная причина – это цель людей по всему миру соответствовать моде и выглядеть красиво ежедневно.

На сферу индустрии красоты оказывают влияние различные социальные, экономические и финансовые факторы, например, изменение доходов населения страны, ухудшение или улучшение ситуации в стране. Это связано с тем, что индустрия красоты тесно связана с экономикой страны в целом. Можно сказать, что от того, какое экономическое положение в нашей стране, будет зависеть дальнейшее развитие сферы салонов красоты и способность населения пользоваться их услугами.

На данный момент в Российской Федерации можно насчитать примерно 60 тысяч салонов красоты, которые зарегистрированы официально. Есть и такие салоны, которые работают на дому, в арендных помещениях, как правило такие салоны не зарегистрированы официально, и мастера работают сами на себя, при этом платят только аренду за помещение. Рынок салонов красоты нельзя назвать перенасыщенным или даже насыщенным, поскольку с каждым днем количество салонов только увеличивается, мастеров становится все больше, а люди готовы все больше и больше обращаться за услугами красоты [44].

На Москву приходится около 10% салонов красоты. В 2018 году насыщенность в России рынков салонов красоты достигла 80%, поэтому можно предположить, что данный бизнес является достаточно конкурентным, но ведь совсем недавно этот рынок был более менее свободным для новых компаний.

Заинтересованность во вложении свободных средств в салон красоты очень даже высокая. За последние несколько лет стало расти число салонов красоты, которые специализируются на особом качестве предоставляемых услуг. Такие салоны создаются в основном топовыми мастерами и стилистами, которые готовы сами принимать своих клиентов у себя в студии. Они приносят в свой бизнес новые технологии, тем самым привлекая постоянных клиентов [42].

Согласно данным исследованиям NeoAnalytics, в России насчитывается примерно 90 тысяч салонов красоты. На салонном рынке есть четыре уровня

ценовых сегментов. Примерно 50 процентов всех салонов – это средний класс. Около 30 процентов это салоны эконом класса, 10 процентов – салоны класса люкс, 10 – VIP салоны. На рисунке 5 расположена структура услуг всех салонов красоты по ценовым сегментам.

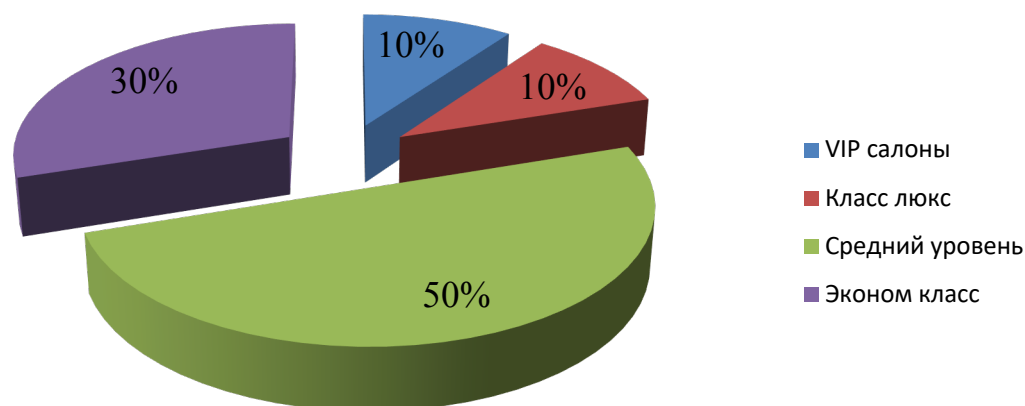


Рисунок 5 – Структура рынка услуг салонов красоты по ценовым сегментам

За последние 15 лет российский рынок индустрии красоты очень стремительно развивается, хотя данному рынку не более 30 лет. Можно отметить, что до 2016 года российский рынок салонов красоты имел прирост примерно на 25% в год, это можно сравнить с рынком рекламы в России. До 2017 года рынок услуг красоты в России можно было считать самым быстроразвивающимся рынком во всем мире. В странах запада рост проданных услуг салонов красоты составлял примерно 15%, а в России темпы роста соответствовали 25–30%. 2018 год стал благоприятным для салонов красоты. Данный сектор занимал 6 место на рынке предоставления услуг населению в сфере быта и составлял почти 4% от всех услуг, которые предоставляются населению [69].

В начале 2000 годов стали появляться самые первые настоящие салоны красоты, которые предлагали традиционный спектр услуг по уходу за волосами, телом и лицом. Их открывали производители люксовой косметики, например,

такие как Ives Rocher и Wella. Далее стали открываться салоны красоты и парикмахерские по франшизе или под собственным брендом – это был новый этап в развитии рынка индустрии красоты. В основном, по франшизе открывали салоны представители бизнеса или предприниматели. А салоны красоты под собственной маркой открывали в основном сами мастера и стилисты, которые имели раскрученную клиентскую базу, либо это были жены бизнесменов [65].

Салоны и парикмахерские среднего класса наиболее сложившиеся на рынке. Данный сегмент является наиболее привлекательным для инвесторов, и он дает возможность зарабатывать неплохие деньги при небольших вложениях денежных средств в проект. Открытие салона красоты среднего уровня обойдется примерно в 2–3 миллиона рублей. Этот сегмент рынка красоты был почти самым большим по выручке среди оборота из всей сферы бытовых услуг в 2016 году. Прирост денежных средств в 2018 году составил примерно 9% с учетом инфляции и составил 32 млрд. рублей. Рынок услуг красоты демонстрирует рост. Согласно данным одной известной маркетинговой компании, объем оказываемых услуг населению в сфере красоты оценивался почти в 2,5 млрд. долларов год только в Москве. Это почти 3% всех денег людей города Москва, при этом в сумме доходы жителей столицы составляют примерно 156 млрд. долларов по итогам 2019 года.

Рынок услуг красоты в 2018 году превысил 170 млрд. долларов. Но основная часть испытывает небольшие проблемы, так как на рынок вышли новые игроки, такие как моностудии, барбершопы для мужчин, мастера, которые работают на дому. Появляется сильная конкуренция для больших салонно красоты, где предоставляется широкий спектр услуг, поэтому динамика продаж обычных салонов красоты в 50% случаев была отрицательна в 2016–2018 годах. Так, на рисунке 6 видно изменение объемов рынка индустрии красоты с 2016 по 2018 год [60].

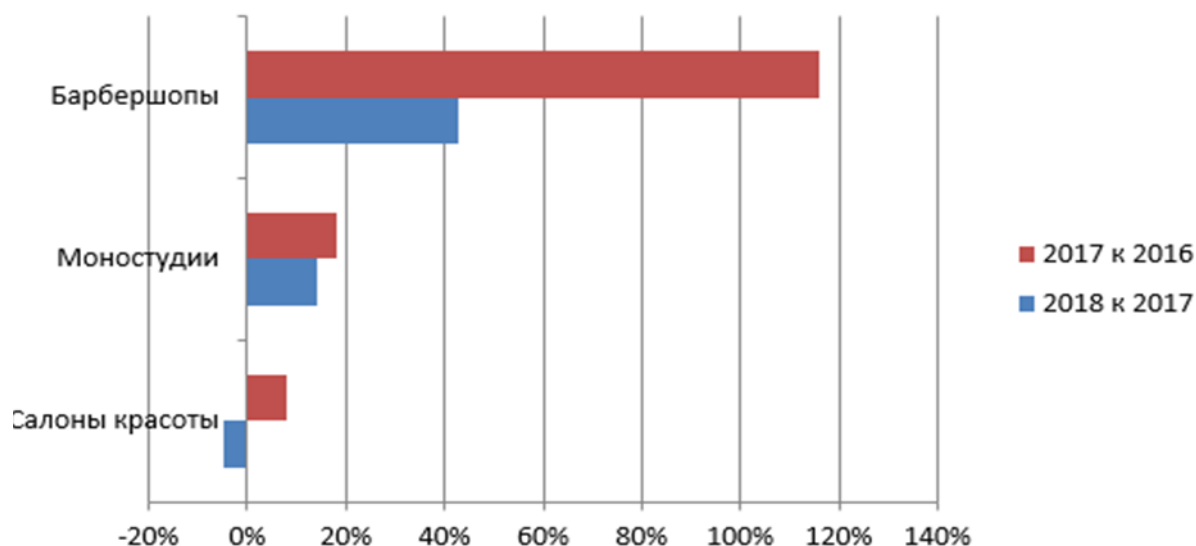


Рисунок 6 – Изменение объемов рынка

Кризис в 2012 году не сильно отразился на салонах красоты и производстве косметической продукции. Не было сильного падения спроса на услуги красоты, даже наоборот был рост потребителей в данном секторе экономики. Но при этом рынок индустрии красоты растет не особо быстрыми темпами, поэтому он обрел устойчивое положение в стране, несмотря на небольшие сдвиги в экономике.

Проведя небольшие исследования в сфере оказания услуг, можно сказать, что закрываются и теряют своих клиентов те салоны красоты, которые имели непрофессиональный подход к развитию бизнеса и оказанию услуг, и которые совсем не планировали развиваться. Закрытие предприятий среднего уровня повлияло на увеличение спроса среди потребителей на услуги салонов эконом-класса.

Российский рынок индустрии красоты стоит на четвертом месте в Европе. Он достиг объема почти в 180 млрд. долларов. Доля рынка составляет 4% в общей мировой структуре. За последние годы сектор салонов красоты увеличивался благодаря тому, что благосостояние населения улучшилось, увеличилось количество магазинов с косметикой и салонов красоты. Также появлялись специализированные магазины. Преобладает импорт в отрасли, на него приходится почти 65% продукции [55].

В России на 2019 год зарегистрировано почти 12 тысяч салонов, это только в Центральном округе России. Тогда же жители Московской области потратили на салоны красоты и спа-процедуры примерно 70 млрд. рублей.

Если почитать опросы населения, то можно сделать вывод, что от походов к косметологам, в салоны красоты и спа-центры готовы отказаться всего 3% девушек в России. Также, выглядеть ухоженно в последнее время стало важным для имиджа для всех слоев населения. Таким образом, салоны красоты и парикмахерские это неотъемлемая часть города.

В Москве расположено примерно 3 500 салонов. Наиболее распространены в городе обычные парикмахерские, частные студии и салоны красоты.

Выбор косметики для салонов красоты это очень важная составляющая ведения салонного бизнеса. Иногда салоны красоты конкурируют именно по количеству использования профессиональной косметики. Основные поставщики профессиональной косметики в салоны: Schwarzkopf Professional, Goldwell, L'Oréal, Wella. Около 80% рынка индустрии красоты работает на этих брендах. Примерно 30–35% салонов работают на одном бренде, обычно это самый лучший бренд, около 25% – на двух, 13% – на трех, 32% – на пяти и более марках [60].

Парикмахерские услуги, такие как окрашивание, стрижка и укладка, ногтевой сервис, массаж, косметология являются самыми популярными процедурами в России. Косметология – это в основном пилинги и чистка лица.

Даже если женщины всегда будут ходить в салоны красоты и оставлять там не маленькую сумму денег, они все равно будут стараться сэкономить свои деньги, что конечно же может отразиться на рынке индустрии красоты. Иногда люди переходят в салоны эконом-класса или более бюджетные салоны из салонов класса люкс. Особенно, когда наступает кризис в стране. Либо люди вынуждены совсем перестать ходить в салоны, либо найти парикмахерские с более приемлемыми ценами. Но для кого-то уменьшение доходов не влияет на смену любимого салона красоты.

В таблице 7 можно увидеть классификацию салонов и их основные характеристики [61].

Таблица 7 – Классификация салонов и их основные характеристики

Тип салона	Наценка	Стоимость минимального визита	Доля на рынке
Эконом-класс	30–40%	500–700 руб.	30 %
Средний класс	100–150%	1 000–3 500 руб.	25 %
Класс люкс	250–270%	3 500–6 000 руб.	15 %
VIP-салон	300–400%	От 6 000 руб.	5 %

Владельцы салонов стали более серьезно подходить к ведению своего бизнеса. Они берут на работу только опытных мастеров, косметологов с медицинской лицензией, также они начали вести документацию, получать медицинские лицензии для своего салона, нанимать бухгалтеров для ведения всех отчетов. Вследствие этого будет рост прибыли у тех салонов, которые смогут оптимизировать структуру доходов и расходов своего предприятия.

Для того, чтобы привлекать новых постоянных клиентов и сохранять существующих, владельцы салонов внедряют скидочные карты, вводят системы лояльности, запускают в действие экспресс-процедуры, которые на порядок дешевле обычных услуг.

На текущий момент тенденция к росту в отрасли сохраняется, в рынке все больше начинают лидировать предприятия, имеющие многолетний опыт работы и более чем успешную практику. Основным лидером среди самых лучших салонов красоты России является салон «Персона Лаб». Также среди лидирующих салонов можно выделить салон «Моне», «Дессанж», «Аида», «Салон красоты Александра Тодчука».

Эти салоны имеют несколько филиалов и располагаются по всей России. В таблице 8 расположено количество лидирующих салонов красоты.

Таблица 8 – Лидирующие салоны красоты по России

Название салона	Количество предприятий
Салон «Персона Лаб»	50
Салон «Моне»	22
Салон «Дессанж»	20
«Салон красоты Александра Тодчука»	15
«Аида»	10

Согласно представленным данным, среди салонов, входящих в сетевые группы, сохраняется здоровая конкуренция, но рынок для них остается недоступным. Подавляющее большинство профильных организаций продолжают работать в традиционном формате.

Предпринимаются попытки расширения бизнеса на регионы. Так, сеть салонов «Персона» представлена в таких городах, как Екатеринбург, Петербург и Краснодар. Предприятия с лейблом «Моне» можно встретить в Туле, Твери и Самаре. Бренд официально запустил франчайзинг [56].

Рынок салонов красоты постоянно растет. Это происходит приблизительно на 20–25% в год по мнению людей, которые постоянно мониторят индустрию красоты. За прошлый год в России потратили почти 2,5 миллиарда долларов на посещение салонов. Эксперты отмечают, что рынок такими темпами будет расти постоянно. Примерно за 1–2 года окупаются салоны красоты и начинают приносить прибыль.

На российский рынок индустрии красоты стали выходить крупные предприятия салонов красоты, ведь до этого он был насыщен в основном небольшими предпринимателями, имеющие салонный бизнес на протяжении долгого времени. В Москве и крупных городах России конкуренция постоянно растет, отрасль салонного бизнеса постоянно увеличивается, пополняется новыми игроками.

В небольших городах России собственники салонного бизнеса в основном ориентируются на посетителей, которые имеют средний доход. В своих салонах они предусматривают в основном весь спектр услуг. В Москве и Московской области расположена большая часть салонов. Москва же занимает первое место

среди региональных рынков услуг красоты в Российской Федерации по стоимости объема рынка, который продолжает набирать рост. Но в регионах России также существует рост рынка салонов красоты. В России существует пять самых основных регионов по стоимости объемов рынка [62]:

- первый регион – Москва. Здесь за последние несколько лет темп роста цен на услуги салонов красоты составляет примерно 115%, цены на спектр услуг выросли, а, следовательно, уменьшилось количество потребителей;

- следующий регион – Краснодарский край. Он занимает долю в 5,2% от всего стоимостного объема в России, хотя данный регион намного меньше чем, Москва;

- республика Татарстан. Она занимает примерно 4,4% стоимостного объема рынка;

- Ростовская область. На нее приходится примерно 4,2% стоимости;

- Московская область. Здесь приходится примерно 5,0% стоимости.

Лидерами Российского рынка услуг красоты среди регионов с наиболее большими объемами потребления услуг на одного человека стали Мурманск, Псковская область, город Белгород, Хабаровский край, Сахалин, Карачаево-Черкесская Республика. На рынках Чечни и Республики Ингушетия можно наблюдать максимальный рост потребления услуг салонов красоты [45].

С появлением новых технологий, более современной техники для индустрии красоты, салоны в скором будущем будут развиваться еще быстрее, смогут предоставлять еще больший спектр услуг. Они будут ориентироваться на активность людей, их здоровье, красоту, гармоничность, а главное создание успешного имиджа. Скорее всего, в будущем произойдет слияние салонов красоты и клиник по оздоровлению, таким образом возможно появление нового направления бизнеса, что в свою очередь станет популярным в современном мире и экономике.

Социальное предпринимательство должно стать важной частью социальной инфраструктуры в регионах. Можно констатировать, что в будущем на рынке салонов красоты в России будет происходить рост конкуренции, расширение

основных участников рынка, создание партнерских сетей под одним брендом. Рынок салонов красоты будет расти год за годом под влиянием новейших технологий и успехов в косметической индустрии, что будет все больше показывать основные модные тенденции в этом направлении 48].

На рынке индустрии красоты в России еще есть возможности для создания новых салонов и их развития, наш рынок является недостаточно насыщенным.

2.3 Анализ развития рынка индустрии красоты в городе Челябинске

Салоны красоты города Челябинска предоставляют достаточно широкий перечень услуг, которые пользуются спросом у потребителей и формируют выручку салона. В такой перечень услуг входят:

- парикмахерские услуги (стрижка, окрашивание, укладка);
- ногтевой сервис;
- наращивание ресниц, оформление бровей;
- депиляция;
- массаж;
- косметологические услуги;
- наращивание волос;
- солярий.

Эти услуги составляют около 80% от общей выручки салона красоты. Также есть менее популярные услуги, которые менее востребованы у посетителей. Например, макияж, массаж, спа-процедуры и другие. Но они все равно приносят небольшую выручку для владельцев салонов [74].

В Челябинской области за последнее время произошло снижение покупательской способности населения, этому способствовало повышение цен на большое количество товаров и услуг. Но несмотря на это, люди не перестали посещать парикмахерские и салоны красоты, ходить к косметологам и следить за своим здоровьем.

Несмотря на то, что Челябинск не входит в топ городов, где индустрия

красоты в главной степени развита, в столице Южного Урала сфера салонов красоты динамично развивается и имеет перспективы.

Примерно 30% в год составляет рост рынка услуг салонов красоты и косметологических услуг. Это можно объяснить тем, что жители нашего города хотят выглядеть хорошо, следить за своим внешним видом и здоровьем кожи. Специалисты отмечают, что спрос на услуги салонов красоты постоянно растет, ежегодный рост составляет примерно 5–10% [68].

В городе Челябинске можно разделить услуги салонов красоты на несколько групп: косметологические услуги, спа-услуги и имиджевые.

Косметологические услуги, или медицинские связаны с коррекцией и увлажнением кожи лица, антицеллюлитными процедурами так далее. Не во всех салонах есть данные процедуры, так как это дорогостоящее удовольствие. Косметологи должны иметь высшее медицинское образование и лицензию на оказание данных услуг, постоянно посещать курсы и тренинги по повышению своей квалификации.

Услуги спа-центров помогают расслабиться после тяжелого дня. Салоны красоты нанимают специалистов в этой области, вводят в перечень услуг предоставление SPA-процедур, различные массажи, обертывание, ароматерапию. Данные процедуры на сегодняшний день достаточно востребованы в бизнес-кругах. Также открываются специальные спа-центры, которые специализируются именно на этих услугах.

Самые востребованные услуги в городе Челябинск – это имиджевые. Они связаны с внешним видом посетителей. Туда входит уход за волосами, за ногтями, ресницами, бровями и так далее. Также туда относится пирсинг, солярий и татуирование. На сегодняшний день почти в каждом салоне есть основной перечень услуг [61].

В Челябинске более 3 000 салонов красоты, которые оказывают различные услуги по поддержанию красоты. Косметологические услуги и услуги, связанные с уходом за волосами в Челябинске самые востребованные и находятся на стадии

зрелости. Поэтому при выходе на рынок других салонов, появляются небольшие трудности с конкуренцией с другими участниками данного рынка в этой сфере услуг.

Beauty-салоны занимают небольшие по размеру площади: приблизительно 100–150 квадратных метров. Почти все салоны располагаются на первых этажах домов, рядом с которыми расположены магазины, стоматологии, торговые центры, гостиницы, чтобы люди смогли совмещать все вместе. Салоны обычно располагаются там, где большая проходимость людей и удобная парковка. Почти все салоны красоты с хорошим ремонтом, приятной атмосферой. Салона люкс-класса могут располагаться в отдельных зданиях, но в Челябинске таких салонов пока нет [17].

На данный момент в Челябинске в основном работают свои мастера и салоны красоты, на Челябинском рынке практически нет столичных компаний. Хотя из Москвы началось быстрое распространение их предприятий в различные регионы России и ранок Челябинска тоже может заполниться Московскими игроками.

Салоны красоты в Челябинске делятся на три категории: салоны эконом-класса, среднего класса и класса люкс.

Салоны эконом-класса – это самые обычные парикмахерские во дворе. Они занимают основную часть рынка, на территории всей России их большая часть, к ним относится почти 70% всех салонов. Количество сотрудников в таких салонах составляет примерно 2–4 человека, площадь салона занимает приблизительно 30–50 метров квадратных. Мастера в данных салонов обычно делают сразу несколько процедур, умеют делать стандартный набор услуг, таких как парикмахерские услуги и уход за ногтями. Стоимость процедур в среднем обычно составляет 700–1 000 рублей, поэтому спрос на услуги данных салонов всегда существует. Небольшие парикмахерские располагаются обычно во дворах домов, в спальных районах, в небольших населенных пунктах, куда ходят посетители с небольшим достатком. Рентабельность там не очень высокая.

Салоны среднего класса довольно распространены у нас в городе и вообще на всей территории России и занимают широкую нишу. В таких салонах можно встретить очень широкий перечень услуг, в отличие от салонов эконом-класса. В основном на каждые процедуры есть отдельные кабинеты, особенно для косметолога. Количество таких салонов примерно 15–20% от всех салонов в городе. Количество персонала достаточно велико, так как предоставляется большое количество процедур. Площадь составляет 90–100 квадратных метров, а средний чек располагается в диапазоне от 3 500 до 6 000 рублей.

Меньше всего в Челябинске салонов класса люкс. Они предлагают более качественные и дорогие услуги своим посетителям, ориентированы на клиентов со средним достатком и выше. Такие салоны располагаются обычно в отдельных зданиях или занимают несколько этажей в дома. Там работают более 10 человек персонала, в основном это лучшие мастера города, топовые стилисты и визажисты, и посетителям оказывается очень широкий спектр услуг. Средний чек – около 15 тысяч рублей.

Совсем недавно на рынке появились салоны сверхэконом класса. Они выглядят как обычная парикмахерская, только там оказывается широкий спектр услуг и цены на них очень низкие. Подстричь волосы можно всего за 200 рублей, сделать маникюр за 400–500 рублей. В основном такие салоны располагаются в торговых центрах, небольших магазинах, посередине торговых площадей. Средний чек здесь составит примерно 300 рублей, а работают там в основном студенты, стажеры и начинающие специалисты. Инвестиций для открытия такого салона нужно совсем немного, но рентабельность в таких заведениях достаточно низкая. Данные салоны в основном открываются по франшизе, там постоянная текучка кадров из-за небольших зарплат [61].

Основные конкуренты для нового салона красоты в Челябинске – это салоны среднего класса. Они представлены такими салонами как «L'Orange», «Biolage», «Комильфо», «Этуаль де Жэнесс», «H-Club». Популярные салоны красоты города Челябинска и наши основные конкуренты представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Популярные салоны красоты города Челябинска и основные конкуренты

Салон	Рейтинг	Адрес	Время работы
Biolage	4,4	Ул. Пушкина, 60	Ежедневно 09:00–20:00
Комильфо	4	Ул. Елькина, 43	Ежедневно 09:00 – 20:00
Этуаль де Женесс	4,7	Ул. Карла Маркса, 48	Ежедневно 08:00 – 20:00
H-Club	4,6	Ул. Цвиллинга, 39	Ежедневно 09:00 – 20:00
L'Orange	4,8	Ул. Комсомольский проспект, 48а	Ежедневно 09:30 – 19:30

Можно сделать вывод, что самые популярные салоны красоты города Челябинска имеют практически одинаковый рейтинг, большинство салонов находится в центре города.

Салон красоты «Biolage» располагается в центре города и имеет достаточно широкий спектр услуг, таких как стрижки, укладки, окрашивание, ногтевой сервис, процедуры для бровей, макияж, солярий. Эти данные взяты с их официального аккаунта в Инстаграмм. Это салон среднего класса, цены там средние по Челябинску.

«Комильфо» также считается салоном среднего класса, располагается в самом центре города, недалеко от Арбата. Около него есть удобная парковка, много магазинов и кафе. Ценовая категория там чуть выше среднего, перечень услуг в основном ориентирован на косметологию и оздоровление. Услуги салона: косметология лица, тела, узи, маникюр, педикюр, парикмахерский зал. Данные взяты с официального сайта.

Салон «Этуаль де Женесс» также располагается в центре города, располагается на нескольких этажах и имеет достаточно высокую ценовую категорию. Салон ориентирован больше на парикмахерские услуги, на окрашивание и уход за волосами. Также там есть ногтевой сервис, косметология, наращивание ресниц, уход за бровями, массаж, солярий и другие.

Салон «H-Club» располагается на улице Цвиллинга, в центре города. Ценовая

политика – средняя. Предоставляются такие услуги, как уход за волосами на самой профессиональной косметике, эстетика для лица и тела: косметология, уход за ногтями, массаж, спа-уход, депиляция.

«L`Orange» располагается в Курчатовском районе, имеет большое количество посетителей. Цены там средние. Услуги салона: парикмахерский зал, массаж, услуги для детей, косметология, эпиляция, солярий, макияж, коррекция фигуры, ногтевой сервис [68,75].

Сравнительный анализ конкурентов представлен в таблице 10. Он был основан на анализе расположения салонов красоты, количестве предоставляемых ими услуг, отзывах посетителей данных салонов на различных сайтах, анализе ценовой политики. Также были просмотрены официальные сайты, где можно изучить их деятельность, оценить сайт, систему лояльности, акции и также прочитать отзывы посетителей. Исходя из этого были сравнены салоны, выставлены им баллы от 1 до 10.

Таблица 10 – Сравнительный анализ конкурентов

Предмет сравнения	Biolage	Комильфо	Этуаль де Жэнесс	H-Club	L`Orange
Площадь	7	10	10	8	9
Стоянка	8	9	9	9	10
Количество услуг	7	9	10	7	8
Удобство расположения	9	10	10	8	7
Система лояльности	7	8	9	9	8
Качество услуг	9	10	10	8	7
Сайт	6	9	8	9	8
Имидж	9	10	10	10	9
Итого	62	75	76	68	66

Наиболее важными признаками являются: площадь помещения, удобство расположения, система лояльности. Потенциальными конкурентами, получившими наибольшее количество баллов, являются «Комильфо» и «Этуаль де Жэнесс», которые получили 75 и 76 баллов соответственно.

Конкурентоспособность оценивается по 8 критериям по 10 балльной шкале.

Коэффициент конкурентоспособности определяется как отношение балльных оценок компаний к балльным оценкам лидера. Лидер – это компания, получившая наивысшую суммарную балльную оценку, ему присваивается коэффициент, равный 1. В данном случае студия «Этуаль де Жэнесс» с суммарным баллом 76. Высокий уровень конкурентоспособности достигается при коэффициенте от 1,0 до 0,9. Средний уровень – при коэффициенте от 0,9 до 0,7. Низкий уровень конкурентоспособности – при коэффициенте ниже 0,7.

Алгоритм оценки конкурентоспособности:

- подсчитываются баллы по каждому конкуренту;
- выявляются конкуренты максимальным числом баллов, его коэффициент конкурентоспособности устанавливается равным 1;
- устанавливается коэффициент конкурентоспособности для конкурентов путем соотнесения суммы баллов каждого из них к сумме баллов лидера:
«Violage» = $62 / 76 = 0,81$ – средний уровень конкурентоспособности; «L`Orange» = $66 / 76 = 0,86$ – средний уровень конкурентоспособности; «H-Club» = $68 / 76 = 0,89$ – средний уровень конкурентоспособности; «Комильфо» = $75 / 76 = 0,98$ – высокий уровень конкурентоспособности.

В зависимости от значения коэффициента конкурентоспособности всем конкурентам присваиваются места. Наибольший уровень конкурентоспособности имеет «Этуаль де Жэнесс» ($K = 1$). На втором месте «Комильфо», имеющий высокий уровень конкурентоспособности ($K = 0,98$). Далее «H-Club» ($K = 0,89$), «Violage» ($K = 0,81$) и «L`Orange» ($K = 0,86$) занимают третье, четвертое и пятое места со средним уровнем конкурентоспособности.

На рисунке 7 изображен многоугольник конкурентов.

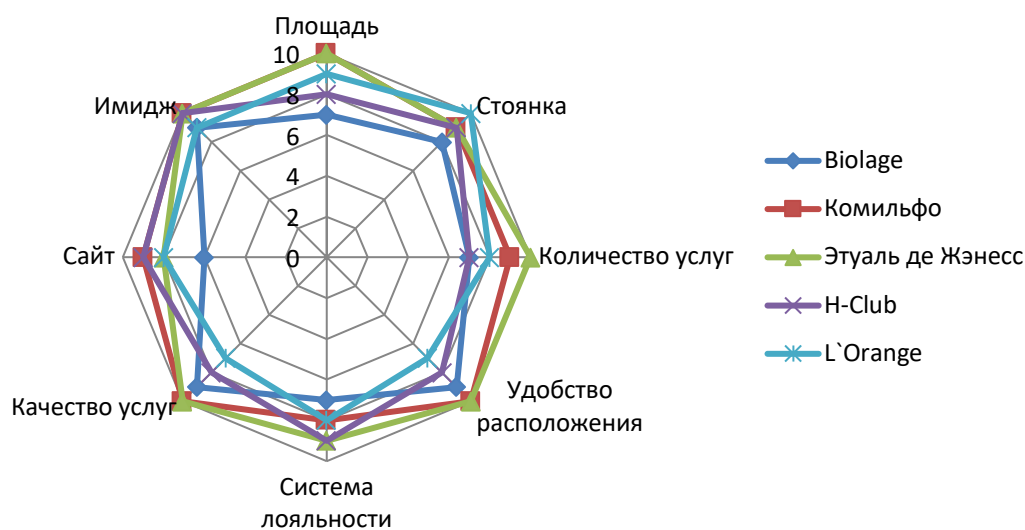


Рисунок 7 – Многоугольник конкурентов

Исходя из сравнительного анализа конкурентов, можно сделать следующие выводы: главным конкурентом является салон «Этуаль де Жэнесс», также салоны «Комильфо» и «H-Club» занимают лидирующие позиции.

В основном все салоны красоты специализируются на уходе за волосами и уделяют большое внимание косметике для ухода за волосами. В основном салоны среднего класса и класса люкс работают на профессиональной косметике.

Так, на рынке Челябинска представлены известные мировые бренды косметики: L'Oreal Professionnel, Shwarzkopf, Wella, Cutrin, Keune, Londa, Goldwell, Matrix, Dikson, PaulMitchel, Selective, Opalis и многие другие. Лидерами являются L'Oreal и Matrix. Shwarzkopf и Wella используются в основном в салонах эконом-класса.

Помимо салонов красоты, которые предоставляют парикмахерские и косметические услуги, на рынке также есть узкопрофильные игроки – эстетические и медицинские центры, солярии, маникюрные бары. В последнее время также была отвергнута традиционная концепция «салона красоты» и создание оздоровительных, световых и фитнес-центров, предлагающих более широкий спектр услуг, включающий в себя тренажерный зал, сауну, парикмахерскую и косметические услуги по уходу за лицом и телом [44].

Специалисты посчитали, что около тысячи рублей тратит каждый житель города Челябинска. Жители России тратят около 15% своей зарплаты на услуги салонов красоты, это в два раза больше жителей Европы. Но все же посетители тратят деньги не на все подряд, а тщательно выбирают услуги.

При выборе салона жители Челябинска и других городов в первую очередь руководствуются его местоположением. Мало кто поедет из одной части города в другую, чтобы сделать стрижку или маникюр. Но так как рынок довольно насыщенный и в каждом районе города Челябинска достаточно много салонов, то из них тоже приходится выбирать куда пойти.

В Центральном районе города Челябинска располагается наибольшее число салонов. Там в основном салоны класса люкс и среднего класса, так как цена за аренду достаточно высокая. Меньше всего салонов находится в Металлургическом и Ленинском районах. Там располагаются салоны эконом-класса и парикмахерские в спальнях районах [66].

На рисунке 8 изображено количество парикмахерских и салонов красоты в городе Челябинске.

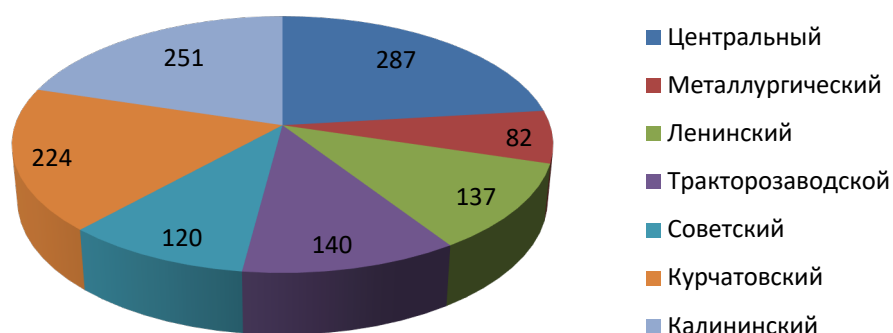


Рисунок 8 – Количество салонов красоты в разных районах города Челябинска
Люди, у которых хороший заработок и которые относятся к классу люкс, более избирательны в выборе салона. Они выбирают качество услуги, для них не имеет значения местонахождение салона. Они ориентируются на бренд, качество косметической продукции, опыт мастеров, цену. В городе Челябинске

достаточно много топовых мастеров и стилистов, которые вышли на мировой ранок. Они открывают свои студии в Челябинске и других городах России. Цены на их услуги достаточно высокие, а качество не уступает московским специалистам [46].

Рентабельность салонов красоты Челябинска составляет около 25%. Падения спроса на услуги салонов красоты, по данным опросов, не наблюдается, ведь посетители всегда хотят выглядеть привлекательно. Закрытие салонов может быть связано с неправильным подходом к управлению, неграмотным начальством и неправильных стратегических целей компании.

Рынок красоты в городе Челябинске ожидает дальнейшее развития и перспективы. Этому способствуют различные факторы: развития мировой эстетической индустрии, развитие тенденций моды, появление новых школ по развитию стиля и обучению новых мастеров. Россия сегодня стремится не отставать в вопросах моды и красоты от своих западных коллег и делает это довольно успешно, воспитывая собственных стилистов, дизайнеров, мастеров парикмахерского искусства и косметологии [26].

Выводы по разделу два

Можно сказать, что салонный бизнес – это динамично развивающаяся индустрия. Рынок разделен на эстетическую и медицинскую косметологию, сочетание эстетической и медицинской косметологии приводит к усилению конкуренции между салонами красоты и специализированными клиниками.

Данный бизнес всегда был перспективным и имел спрос у потребителей. Спрос на перечень салонных услуг более менее устойчив и ожидает дальнейший рост.

Зарубежный и российский рынок профессиональных услуг красоты – это очень стремительно развивающаяся отрасль на мировом рынке. А главное, что эта сфера имеет спрос.

За последние несколько лет данный рынок стабильно растет, но иногда темпы роста снижаются из-за некоторых факторов. Но все же этот рынок достаточно перспективен.

На мировом рынке условия быстро меняются, а количество салонов, созданных талантливыми предпринимателями и новичками, приносит в бизнес что-то новое.

Из-за стабильного роста рынка индустрии красоты, можно сделать вывод, что на мировом и российском рынке еще есть места для новых компаний, оказывающих услуги красоты.

Что касается Челябинского рынка индустрии красоты и косметологии, он так же достаточно хорошо развит, имеет сильные стороны и в дальнейшем ожидает интенсивное развитие. На рынок Челябинска постоянно выходят новые игроки, большинство из них достаточно быстро развиваются. Так же как и на российском рынке, в Челябинске есть места для новых компаний, поэтому необходимо проводить оценку инвестиционной привлекательности проекта по открытию салона красоты «La Rose» в городе Челябинске.

3 АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ САЛОНА КРАСОТЫ В ГОРОДЕ ЧЕЛЯБИНСКЕ

3.1 Описание бизнес-идеи открытия салона красоты

Целью данной работы является оценка инвестиционной привлекательности салона красоты «La Rose». На основе проанализированной информации о рынке индустрии красоты в городе Челябинске было выявлено, что заниматься таким бизнесом достаточно выгодно и перспективно.

Проект салона красоты «La Rose» ориентирован на приобщение жителей Центрального района города Челябинска с невысоким достатком к новейшим тенденциям парикмахерских услуг, с помощью удовлетворения потребностей клиентов благодаря сочетанию приемлемых цен и качественного сервиса, а также внимательное отношение к каждому из посетителей. Цель – оправдать возможности салона Beauty-услуг и этим самым удовлетворить потребности каждого клиента.

Задачи – создать благоприятную атмосферу при посещении салона; обеспечить доступность новейших тенденций в отрасли красоты для клиентов со средним достатком; повысить уровень обслуживания населения, за счет внедрения новых технологий, видов услуг и форм обслуживания; увеличить количество посещений салона.

Потенциальными клиентами салона красоты будут люди со средним уровнем дохода, преимущественно женщины от 23 до 45 лет и старше, также мужчины и дети. Посетителям будут предоставляться такие услуги как:

- парикмахерские услуги, в том числе женские стрижки, мужские стрижки, детские стрижки, покраска волос, укладки, прически;
- маникюр и педикюр;
- визаж;
- услуги косметолога.

Салон будет работать в форме индивидуального предпринимательства. ИП просто зарегистрировать, при ИП не ведется бухгалтерская отчетность,

небольшие штрафы и налоги, вся выручка от деятельности является собственностью владельца.

Календарный план проекта составляется для определения времени осуществления мероприятий, которые направлены на достижение целей данного проекта. Также для установления взаимосвязей между ними по временному параметру с учетом рисков событий.

Календарное планирование реализации проекта представлено в таблице 11.

Таблица 11 – Календарное планирование

№ этапа	Планируемые мероприятия	Дата начала	Дата окончания	Продолжительность, дни
Подготовительный этап				
1	Регистрация ИП	01.05.2020	05.05.2020	4
2	Поиск помещения и заключение договора аренды	03.05.2020	10.05.2020	7
3	Ремонт помещения	10.05.2020	26.05.2020	16
4	Закупка оборудования	15.05.2020	07.06.2020	22
5	Установка выбранного оборудования	01.06.2020	13.06.2020	12
6	Поиск поставщиков	09.06.2020	15.06.2020	6
7	Проведение рекламной компании	13.06.2020	05.07.2020	23
8	Наем и обучение персонала	03.07.2020	24.07.2020	21
Этап реализации				
9	Открытие салона красоты	15.08.2020	–	–
Итого длительность подготовительного этапа				85

Открытие салона планируется 15 августа 2020 года.

Подготовительный этап, включающий прединвестиционную и инвестиционную стадии, занимает 85 дней.

Этапы, указанные в таблице 11 наглядно отражены на рисунке 9 в диаграмме Ганта.

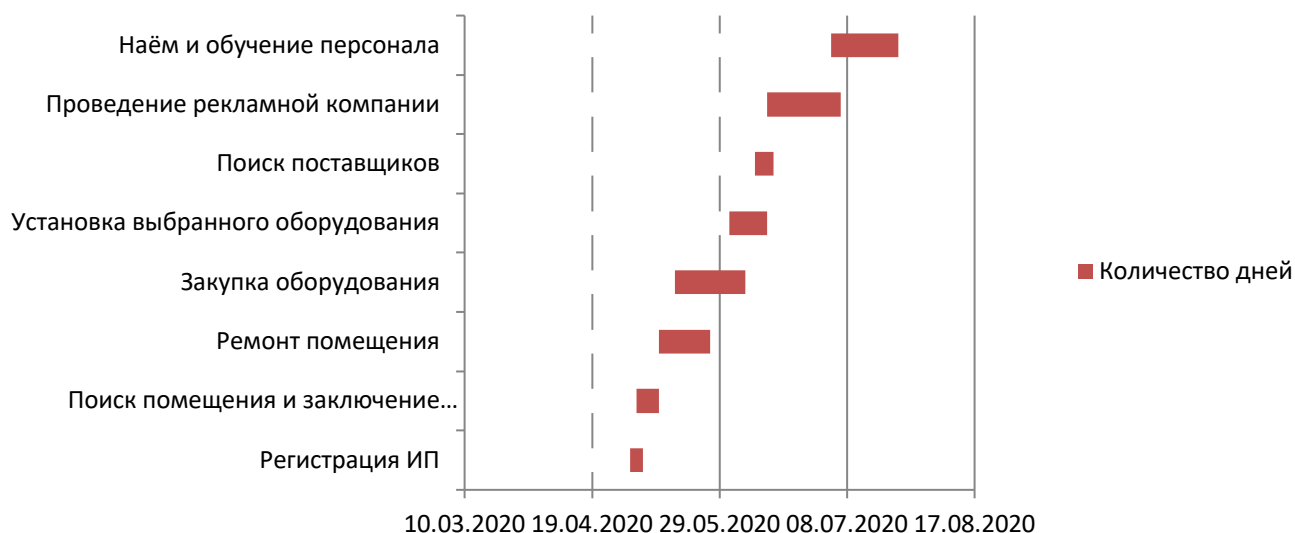


Рисунок 9 – Диаграмма Ганта

Необходимо выбрать систему налогообложения.

В качестве системы налогообложения выбрана упрощенная система налогообложения с процентной ставкой 6%. При УСН отменяется ряд налогов. Предприятие уплачивает только налог на доход в размере 6% и отчисления во внебюджетные фонды.

Для открытия салона, который будет приносить хорошую прибыль, необходимо подобрать рентабельное помещение. Для аренды помещения выбрано здание в центральном районе, по адресу улица Ленина, дом 30. В этом доме располагаются организации, которые имеют высокий рейтинг, такие как: стоматология «Скиф», туристическая компания «Дан», ресторан доставки «Кимпаб», различные банки. Также преимуществом данного места является удобное месторасположение, хорошая проходимость, удобная транспортная развязка. Стоимость аренды составит 40 000 рублей в месяц (коммунальные услуги включены), в год эта сумма составит 480 000 рублей.

Салон красоты «La Rose» будет работать ежедневно с 9:00 до 20:00.

Месторасположение салона красоты «La Rose» представлено на рисунке 10.

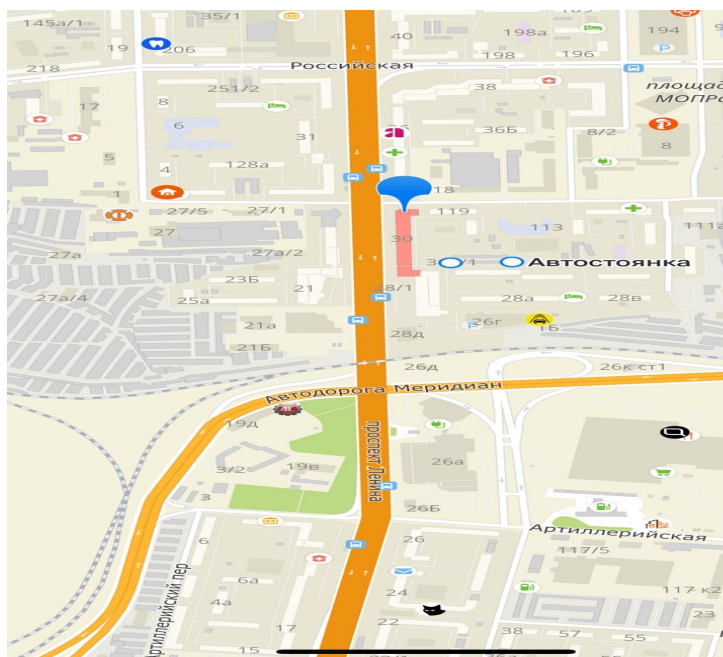


Рисунок 10 – Месторасположение салона красоты «La Rose»

Также необходимо рассчитать инвестиционные затраты на открытие фирмы. Затраты на оборудование проекта представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Затраты на оборудование проекта

Наименование оборудования	Кол-во, шт	Стоимость, руб.	
		Цена за единицу	Всего
Диван для гостей	2	21 000	42 000
Шкаф-купе	1	20 500	20 500
Журнальный столик	2	1 880	3 760
Кресло парикмахерское	4	12 380	49 520
Фен	4	5 300	21 200
Выпрямитель для волос	2	3 600	7 200
Набор ножниц	4	4 000	16 000
Зеркала	4	6 400	25 600
Мойка парикмахерская	2	9 100	18 200
Парикмахерская тележка	4	10 200	40 800
Набор расчесок	4	1 750	7 000
Машинка для стрижки	4	5 850	23 400
Шкаф для хранения инструментов	2	13 300	26 600
Маникюрный стол	1	7 900	7 900
Стулья маникюрные	2	3 150	6 300
Сушка для ногтей	1	2 690	2 690
Маникюрный аппарат	1	10 100	10 100
Лампа для УФО	1	4 300	4 300
Кресло для педикюра	1	15 600	15 600
Набор для педикюра	1	3 480	3 480
Педикюрный аппарат	1	5 360	5 360
Набор пилочек	1	2 000	2 000

Окончание таблицы 12

Наименование оборудования	Кол-во, шт	Стоимость, руб.	
		Цена за единицу	Всего
Набор кистей для маникюра	1	1 600	1 600
Кресло для наращивания ресниц	1	5 960	5 960
Массажное кресло	1	10 800	10 800
Место администратора	1	25 300	25 300
Телефон	1	1 200	1 200
Ноутбук	1	20 000	20 000
Кулер	1	5 400	5 400
Итого			429 770

Амортизация на приобретенное оборудование не начисляется, если первоначальная стоимость укладывается в рамки предельной величины, не превышающей 40 000 руб. (п. 5 ПБУ 6/01).

Подбор персонала для салона красоты.

Количество сотрудников в салоне – 10 человек. Нанимать необходимо уже обученных людей: мастеров ногтевого сервиса, парикмахера, визажиста, косметолога(массажиста). Высшее образование обязательно только для косметолога, для остальных работников не обязательно. Средний возраст сотрудников– 25 – 45 лет. План по персоналу представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Фонд оплаты труда

Должность	ФОТ, руб.	Кол-во сотрудников, чел.	Итого ФОТ, руб.
Администратор	20 000	1	20 000
Парикмахер	25 000	4	100 000
Мастер маникюра	24 000	1	24 000
Косметолог	30 000	1	30 000
Визажист	21 000	1	21 000
Технический персонал	13 000	1	13 000
Бухгалтер	23 000	1	23 000
Итого			231 000

Затраты на персонал составили 231 000 рублей в месяц, в год они составят 2 772 000 рублей. Рассчитаем отчисления во внебюджетные фонды, которые включают взносы за пенсионное, социальное и медицинское страхование.

Согласно НК РФ, в 2020 году отчисления во внебюджетные фонды составляют

30% от ФОТ (обязательное пенсионное страхование – 22%, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности – 2,9%, обязательное медицинское страхование – 5,1%).

В таблице 14 рассчитаны отчисления во внебюджетные фонды.

Таблица 14 – Отчисления во внебюджетные фонды

Должность	Фонд оплаты труда в месяц, руб.	Взносы в месяц, руб.	Итого год, руб.
Администратор	20 000	6 000	72 000
Парикмахер (4)	100 000	30 000	360 000
Мастер маникюра	24 000	7 200	86 400
Косметолог	30 000	9 000	108 000
Визажист	21 000	6 300	75 600
Технический персонал	13 000	3 900	46 800
Бухгалтер	23 000	6 900	82 800
Итого	231 000	69 300	831 600

Таким образом, отчисления во внебюджетные фонды составили 69 300 рублей в месяц, в год – 831 600 рублей.

Необходимо учитывать постоянные и переменные затраты предприятия. Постоянные затраты не меняются в зависимости от объемов производства. Они отражены в таблице 15.

Таблица 15 – Постоянные затраты

Наименование	Итого за месяц, руб.	Итого за год, руб.
Аренда офиса	40 000	480 000
Заработная плата	231 000	2 772 000
Отчисления от ФОТ работников	69 300	831 600
Коммунальные платежи, связь, интернет	5 000	60 000
Итого	345 300	4 143 600

Общая сумма переменных и постоянных затрат предприятия составляет суммарные затраты производства. В общей сумме затрат предприятия постоянные занимают большую долю, а переменные лишь малую часть.

Проанализировав цены по России на материалы для салона красоты, рассчитаем переменные затраты салона. Самые востребованные материалы: краска для волос (в среднем – 568 рублей за тюбик), шампуни, бальзамы, маски для волос (около 2 120 руб. за литр); восстанавливающие процедуры для волос (кератин, ботекс – около 10 650 рублей за литр); лаки для ногтей (500 рублей); декоративная косметика (около 19 465 руб.); материалы для наращивания ресниц (10 260 рублей); средства для массажа (5 100 рублей). Исходя из объема услуг в месяц, примерные затраты на сырье и материалы составят 265 657 рублей в месяц.

Переменные затраты меняются в зависимости от изменения объемов производства, они отражены в таблице 16.

Таблица 16 – Затраты на сырье и материалы

Вид издержек	Назначение	Сумма, (руб)
Сырье, материалы	Парфюмерная и косметическая продукция, одноразовый материал	215 657
Расходные материалы	Канцелярские инструменты, одноразовая посуда, салфетки и т.д.	50 000
Итого		265 657

Переменные затраты в месяц составят 265 657 рублей, в год эта сумма будет составлять 3 187 884 рублей. За счет увеличения объема услуг переменные затраты будут расти. За второй год они составят 4 188 364 рублей, за третий год – 5 541 709 руб.

Спектр услуг салона красоты достаточно широк, он представлен в таблице 17.

Таблица 17 – Услуги салона красоты «La Rose»

Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.
Женская стрижка и укладка волос	1 000
Стрижка мужская	700
Окрашивание волос	3 000
Кератиновое выпрямление	3 000
Маникюр+покрытие гель-лаком	1 300
Педикюр+покрытие гель-лаком	1200
Наращивание ресниц	1 400

Окончание таблицы 17

Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.
Оформление бровей	800
Макияж	1 600
Массаж	1 100

Проанализировав данные при анализе рынка конкурентов в городе Челябинске, были установлены цены на услуги салона. На основе этих цен можно спланировать объем выручки для салона красоты. Расчет данных представлен в таблице 18.

Таблица 18 – Планируемый объем услуг и выручки

Наименование услуги	Цена за услугу	Объем услуг в месяц	Объем услуг в год	Выручка за месяц, руб.	Выручка за год, руб.
Женская стрижка и укладка	1 000	100	1 200	100 000	1 200 000
Стрижка мужская	700	110	1 320	70 000	924 000
Окрашивание волос	3 000	70	840	210 000	2 520 000
Кератиновое выпрямление	2 000	60	720	120 000	1 440 000
Маникюр+покрытие гель-лаком	1 300	70	840	91 000	1 092 000
Педикюр+покрытие гель-лаком	1 200	50	600	60 000	720 000
Наращивание ресниц	1 400	40	480	56 000	672 000
Оформление бровей	800	40	480	32 000	384 000
Макияж	1 600	30	360	48 000	576 000
Массаж	1 100	35	420	38 500	462 000
Итого	–	–	–	–	9 270 000

Итак, планируемый объем оказания услуг в первый год составит 7 260 шт., во второй 8 520 шт. и в третий 10 086 шт. Следовательно, выручка за второй год будет 11 286 000 рублей, за третий 13 145 600 рублей.

Для реализации проекта понадобятся инвестиционные затраты, которые приведены в таблице 19. В стоимость оборотных средств входит аренда и ФОТ.

Таблица 19 – Инвестиционные затраты

Вид издержек	Сумма, руб.
Регистрация ИП	800
Изготовление печати	600
Закупка оборудования	429 770
Косметический ремонт салона	774 700
Реклама, вывеска	96 000
Создание веб-сайта	27 000
Оборотные средства	109 300
Итого	1 438 170

Первоначальные инвестиции составят 1 438 170 рублей.

Систему налогообложения в своем инвестиционном проекте я выбрала упрощенную систему налогообложения с процентной ставкой 6%. Один из плюсов УСН «Доходы» в том, что налог можно уменьшить на страховые взносы сотрудников. Согласно статье 346.21 НК РФ, уменьшить налог УСН для ООО можно лишь наполовину.

Размер страховых взносов для ИП в 2020 году закреплён в НК РФ в виде фиксированной суммы:

– страховые взносы ИП на пенсионное страхование за себя составляют 32 448 рублей;

– страховые взносы ИП на медицинское страхование за себя составляют 8 426 рублей.

ИП с годовым доходом более 300 000 рублей платят за себя 1% от дохода, превышающего 300 000 рублей.

Размер фиксированных платежей для ИП составят:

1 год: $8\,426 + 32\,448 + (9\,270\,000 - 300\,000) \cdot 0,01 = 130\,574$ руб.,

2 год: $8\,426 + 32\,448 + (11\,286\,000 - 300\,000) \cdot 0,01 = 150\,734$ руб.,

3 год: $8\,426 + 32\,448 + (13\,145\,600 - 300\,000) \cdot 0,01 = 169\,330$ руб.

Налог мы платим 6 % от доходов. Страховые взносы за персонал составили 831 600 рублей в год, поэтому можно сократить налоговые отчисления на 50%. Они составят:

1 год: $(9\,270\,000 \cdot 6\%)/2=278\,100$ руб.,

2 год: $(11\,286\,000 \cdot 6\%)/2=338\,580$ руб.,

3 год: $(13\,145\,600 \cdot 6\%)/2=394\,368$ рублей.

На основе полученных результатов мы можем сформировать план прибыли и убытков салона красоты «La Rose». Он представлен в таблице 20.

Таблица 20 – План прибыли и убытков

Показатель	0 год	1 год	2 год	3 год
Инвестиции	-1 438 170			
Выручка		9 270 000	11 286 000	13 145 600
Постоянные затраты		4 143 600	4 143 600	4 143 600
Переменные затраты		3 187 884	4 188 364	5 541 709
Прибыль до НО		1 938 516	2 954 036	3 460 291
Налоговые отчисления		278 100	338 580	394 368
Платежи для ИП		130 574	150 734	169 330
Чистая прибыль		1 529 842	2 464 772	2 896 593

На основе плана прибыли и убытков можно сделать вывод, что наблюдается весомый и стабильный рост чистой прибыли компании.

3.2 Оценка инвестиционной привлекательности проекта недисконтированными и дисконтированными методами

На основании рассчитанных денежных потоков оцениваются показатели эффективности, инвестиционной привлекательности проекта.

Рассчитаем недисконтированные показатели оценки эффективности инвестиционного проекта.

1) Чистый доход (NV)

Данный показатель характеризует эффективность инвестиций в абсолютных значениях (без учета временной стоимости денег).

$$NV = (1\,529\,842 + 2\,464\,772 + 2\,896\,593) - 1\,438\,170 = 5\,453\,037 \text{ руб.}$$

Вывод: критерием приемлемости проекта является положительный чистый

доход, то есть $NV > 0$, значит, наш проект по данному методу является приемлемым, так как $5\,453\,037 > 0$. Таким образом, чистый доход проекта составляет 5 453 037 рублей.

2) Норма прибыли (ARR)

Этот показатель характеризует среднюю величину прибыльности проекта.

$$ARR = ((6\,891\,207/3) / 1\,438\,170) \cdot 100\% = (2\,297\,069 / 1\,438\,170) \cdot 100\% = 159,7\%.$$

Определенного критерия приемлемости проекта нет, но чем выше значение показателя, тем лучше. Таким образом, норма прибыли проекта составляет 159,7%.

3) Недисконтированный срок окупаемости (PB)

Данный показатель характеризует время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет денежного потока.

$$PB = \frac{1\,438\,170}{2\,297\,069} = 0,63 \text{ (8 месяцев)}.$$

Вывод: критерием приемлемости проекта является меньший срок окупаемости проекта чем горизонт расчета проекта, то есть $PB < T$, значит, наш проект по данному методу является приемлемым, так как гораздо меньше 3 лет. Таким образом, простой срок окупаемости проекта составляет 0,63 лет или 8 месяцев.

4) Недисконтированный индекс доходности (PI)

Данный показатель показывает, во сколько раз денежные потоки превышают инвестиции.

$$PI = \left(\frac{5\,453\,037}{1\,438\,688} \right) + 1 = 4,79 \text{ руб.}$$

Вывод: критерием приемлемости проекта является индекс доходности, больший 1, то есть $PI > 1$, значит, наш проект по данному методу является приемлемым, так как $4,79 > 1$. Таким образом, недисконтированный индекс доходности проекта равен 4,79 рублей.

Это означает, что каждый вложенный в предприятие рубль по истечении 3 лет принесет 4,79 рубля прибыли.

В таблице 21 представлены результаты расчетов недисконтированных показателей оценки инвестиционной привлекательности проекта «La Rose», а также нормативные значения.

Таблица 21 – Недисконтированные показатели

Показатель	Нормативное значение	Фактическое значение
Чистый доход (NV), руб.	$NV > 0$	5 453 037
Норма прибыли (ARR), %	$ARR > 0$	159,70
Недисконтированный срок окупаемости (PB), лет	$PB < \text{горизонт планирования (T)}$	0,63 (8 месяцев)
Недисконтированный индекс доходности (PI), руб.	$PI > 1$	4,79

По результатам расчетов недисконтированных показателей проект является инвестиционно-привлекательным.

Рассчитаем дисконтированные показатели оценки эффективности инвестиционного проекта.

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

Ставку дисконтирования определим по сокращенной формуле Фишера.

При определении минимальной реальной доходности за основу была взята ключевая ставка Банка России, которая составляет 5,50%. Уровень инфляции – 4%. Так как планируется открытие нового бизнеса с нуля, то размер премия за риск – высокий. Рисковая премия при реализации нового проекта согласно методике, изложенной в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов бюджета развития Российской Федерации», находится в пределах от 13% до 15%. Для расчета была взята ставка – 15%.

Таким образом, ставка дисконтирования составит:

$$r \approx 5,50 + 4 + 15 = 24,5 \%$$

1) Чистый дисконтированный доход (NPV)

Данный показатель показывает текущую стоимость будущих доходов за минусом затрат текущего периода.

Он предусматривает дисконтирование денежных потоков с целью определения эффективности инвестиций.

Продисконтируем денежные потоки за 3 года.

$$CF_1 = \frac{1\,529\,842}{(1+0,245)^1} = 1\,228\,788,76 \text{ руб.},$$

$$CF_2 = \frac{2\,464\,772}{(1+0,245)^2} = 1\,590\,149,84 \text{ руб.},$$

$$CF_3 = \frac{2\,896\,593}{(1+0,245)^3} = 1\,500\,995,62 \text{ руб.},$$

$$NPV = 2\,881\,764,22 \text{ руб.}$$

Вывод: критерием приемлемости проекта является чистый дисконтированный доход, больший 0, чистый дисконтированный доход от реализации проекта существенно больше нуля, следовательно, данный проект можно считать эффективным.

2) Дисконтированный индекс доходности (DPI)

Данный показатель характеризует эффективность инвестиций, в относительных значениях, отражающий уровень доходов на единицу затрат.

$$DPI = 1 + \frac{2\,881\,764,22}{1\,438\,170} = 3,0.$$

Вывод: проект является приемлемым, если дисконтированный индекс доходности больше 1, следовательно, проект приемлем и на каждый вложенный в проект рубль будет приходиться 3 рубля.

3) Дисконтированный период окупаемости (DPB)

Дисконтированный период окупаемости (DPB). Данный показатель характеризует время, требуемое для покрытия первоначальных инвестиций

за счет чистого дисконтированного потока. Метод дисконтированного периода окупаемости, в отличие от простого, используется для нахождения уточненного срока окупаемости инвестиционного проекта с учетом временной оценки денежных потоков по нему. Дисконтированный период окупаемости должен быть больше, чем горизонт расчета. Для расчета DPB воспользуемся таблицей 22.

Таблица 22 – Расчет дисконтированного периода окупаемости

Год	Инвестиции	ДП	ДДП	ЧДД (NPV)
0	-1 438 170			
1		1 529 842	1 228 788	-209 382
2		2 464 772	1 590 149	1 380 767
3		2 896 593	1 500 995	2 881 762

Следовательно, DPB равен:

$$DPB = 1 + \left(\frac{209\,382}{1\,590\,149} \right) \cdot 12 = 1,13 \text{ или } 1 \text{ год и } 2 \text{ месяца}$$

Вывод: для покрытия первоначальных инвестиций за счет чистого дисконтированного потока понадобится 1 год и 2 месяца, что является ниже горизонта планирования и проект можно считать приемлемым.

4) Дисконтированная норма прибыли (внутренняя норма прибыли) (IRR)

Данный показатель отражает такую ставку дисконтирования, при которой проект становится безубыточным. IRR показывает ту ожидаемую доходность проекта и допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть связаны с проектом.

Одним из способов расчета внутренне нормы доходности является метод подбора, представленный в таблице 23.

Таблица 23 – Зависимость NPV (руб.) от r (%)

r	24	40	60	80	100	120	123	140
NPV	2 881 764	1 967 721	1 187 959	669 146,6	305 018	38 495	0	-163 290

Также можно найти IRR графическим методом. График функции современной стоимости инвестиционного проекта, построенный по найденным точкам из таблицы 23, представлен на рисунке 11.

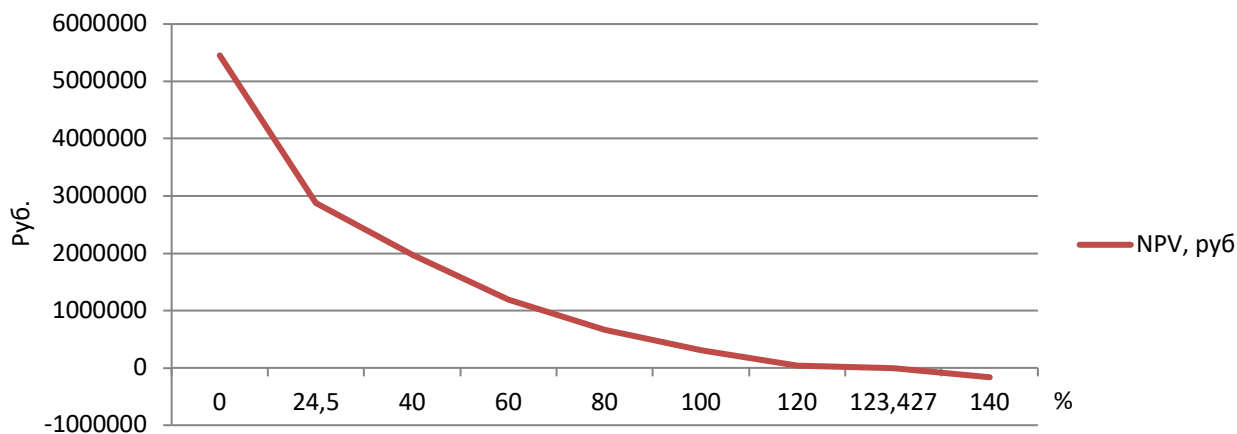


Рисунок 11 – График внутренней нормы прибыли (IRR)

Вывод: решая двумя способами, мы получили IRR равный 123,427%, что намного превышает ставку дисконтирования (24,5%), следовательно, проект можно считать эффективным.

Ниже приведена сводная таблица 24 со значениями всех дисконтированных показателей и их нормативных значений.

Таблица 24 – Значения дисконтированных показателей

Показатель	Нормативное значение	Фактическое значение
Чистый дисконтированный доход (NPV), руб.	$NPV > 0$	2 881 764,22
Дисконтированный индекс доходности (DPI), доли	$DPI > 1$	3,0
Дисконтированный период окупаемости (DPB), лет	$DPB < \text{горизонт планирования}$	1,13
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	$IRR > r$	123,427

Таким образом все рассчитанные показатели соответствуют нормативным значениям. Простые и дисконтированные показатели подходят под свое нормативное значение, и можно сделать вывод, что проект открытия салона красоты «LaRose» инвестиционно привлекателен и может быть принят.

3.3 Анализ инвестиционной привлекательности с учетом рисков

Анализ рисков проекта включает в себя анализ безубыточности и анализ чувствительности.

Важное значение имеет вопрос определения точки критического объема производства ($Q_{кр}$), после достижения которого предприятие начинает получать прибыль. Другими словами, в точке критического объема нет прибыли и нет убытков.

Для расчета точки безубыточности используют показатели переменных, постоянных и общих издержек.

Для определения точки безубыточности в натуральном и стоимостном выражении необходимо рассчитать такие значения как: переменные затраты на единицу продукции, цена, постоянные затраты, выручка. Приведем все рассчитываемые значения в сводную таблицу 25.

Таблица 25 – Расчетные значения для точки безубыточности

Показатель	Значение, руб.
Объем оказываемых услуг	7 260
Цена за ед, руб.	1 410
Постоянные затраты, руб.	4 143 600
Переменные затраты, руб.	3 187 884
Средние переменные затраты	440
Выручка	9 270 000

Рассчитаем безубыточность в натуральном выражении.

$$Q_{кр.} = \frac{4\,143\,600}{1\,410 - 440} = 4\,271 \text{ шт.}$$

Точка безубыточности в стоимостном выражении:

$$Q_{кр.} = \frac{9\,270\,000 * 4\,143\,600}{9\,270\,000 - 3\,187\,884} = 6\,315\,429 \text{ руб.}$$

Итоги расчета точки безубыточности приведены в таблице 26.

Таблица 26 – Расчет точки безубыточности

Показатель	Значение
Точка безубыточности в натуральном выражении, шт.	4 271
Точка безубыточности в стоимостном выражении, руб.	6 315 429

Данные таблицы свидетельствуют о том, что предприятие начнет получать прибыль, когда объем услуг превысит 4 271 выполненных услуг и превысит 6 315 429 рублей.

Для наглядного отображения полученных данных изобразим график точки безубыточности построим график (рисунок 12).

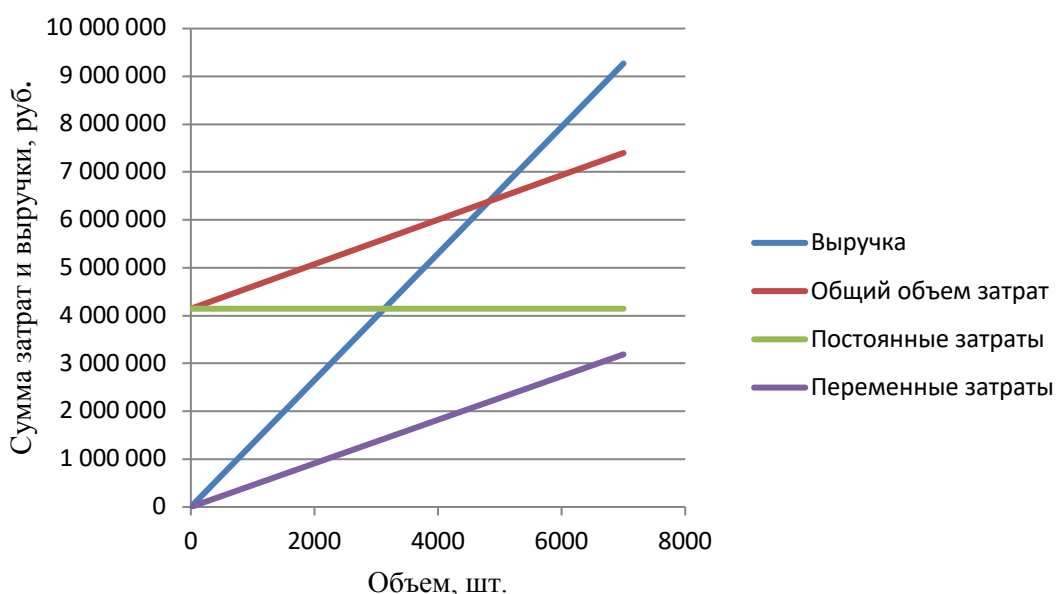


Рисунок 12 – График точки безубыточности

Руководство компании не должно ограничиваться только расчетом и мониторингом финансового положения текущих дел на предприятии. Оно должно проанализировать, что произойдет, если изменятся условия производства и сбыта. Чтобы это спрогнозировать необходимо, изучить чувствительность основных результатов к изменению показателей.

Анализ чувствительности проекта заключается в оценке влияния изменения исходных параметров проекта на его конечные характеристики, в качестве

которых мы используем чистый дисконтированный доход (NPV).

Анализ чувствительности будем проводить в несколько этапов:

– для начала выберем ключевой показатель эффективности инвестиций, которым выступит $NPV = 2\,881\,764,22$ руб.;

– затем, в расчет возьмем те факторы, оказывающие наибольшее влияние на NPV – цена за единицу (P), переменные издержки (VC) и постоянные издержки (FC);

– каждый показатель увеличиваем или уменьшаем на 10 % и 20 %;

– рассчитаем показатель NPV при изменении каждого из выбранных факторов;

– построим график чувствительности.

В таблице 27 представлена чувствительность проекта к изменению цены.

Таблица 27– Чувствительность проекта к изменению цены

Изменение фактора	Цена, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после изменения	
20%	1 410	1 692	2 881 764	7 189 516	+4 307 752
10%	1 410	1 551	2 881 764	5 035 186	+2 153 422
-10%	1 410	1 269	2 881 764	727 074	-2 154 690
-20%	1 410	1 128	2 881 764	-1 426 732	-4 308 496

Следующим фактором для анализа были выбраны переменные затраты проекта. До изменения переменные затраты составляли 3 187 884 рублей. Влияние изменения показано в таблице 28.

Таблица 28 – Чувствительность проекта к изменению переменных затрат

Изменение фактора	Переменные затраты, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после изменения	
20%	3 187 884	3 825 460	2 881 764	1 254 864	-1 629 900
10%	3 187 884	3 506 672	2 881 764	2 068 297	-813 467
-10%	3 187 884	2 869 095	2 881 764	3 695 168	+813 404
-20%	3 187 884	2 550 307	2 881 764	4 508 603	+1 629 839

Третьим фактором для анализа чувствительности проекта были выбраны постоянные затраты проекта. Постоянные затраты до изменения составляли 4 143 600 рублей. Влияние изменения постоянных затрат показано в таблице 29.

Таблица 29 – Чувствительность проекта к изменению постоянных затрат.

Изменение фактора	Постоянные затраты, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после изменения	
20%	4 143 600	4 972 320	2 881 764	1 252 006	-1 629 758
10%	4 143 600	4 557 960	2 881 764	2 066 869	-814 895
-10%	4 143 600	3 747 240	2 881 764	3 661 197	+779 433
-20%	4 143 600	3 314 880	2 881 764	4 511 457	+1 629 693

Полученные данные мы можем увидеть в графическом отображении на рисунке 13.

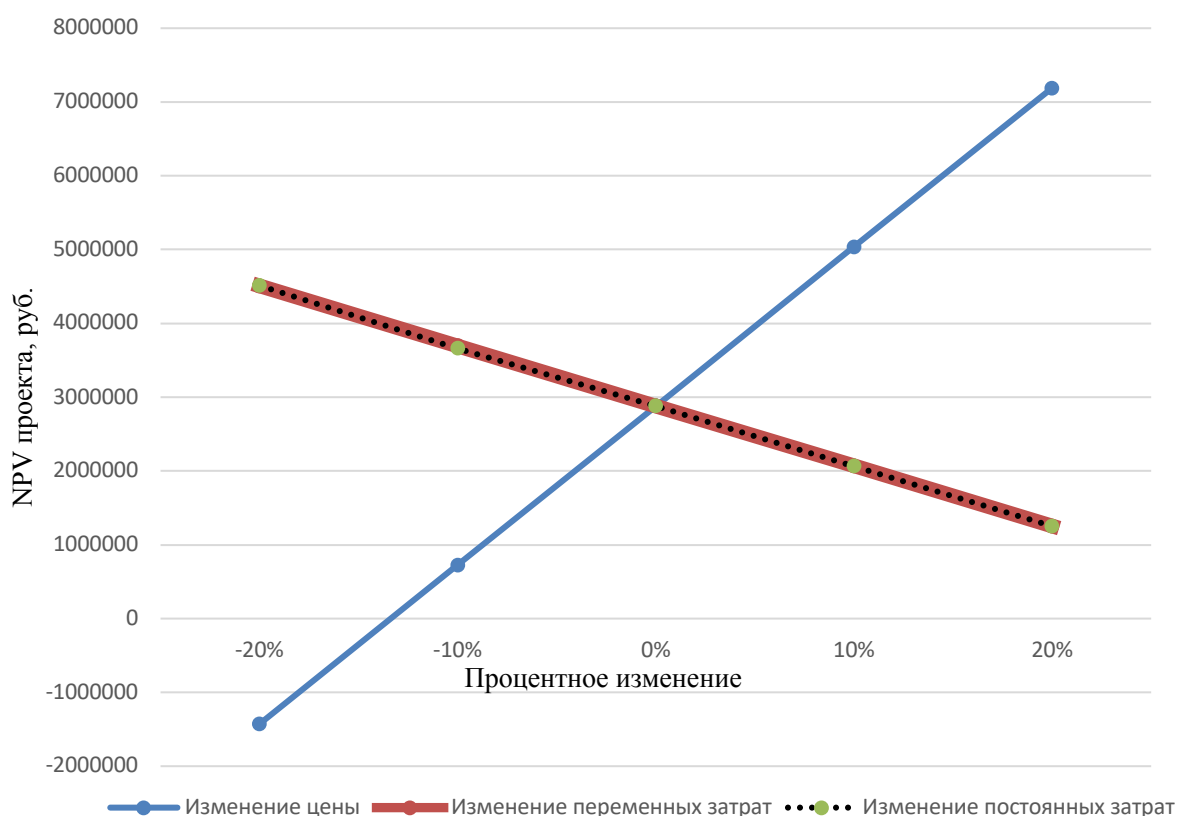


Рисунок 13 – Чувствительность проекта

На основе проведенных расчетов видно, что проект наиболее чувствителен к изменению цены товаров, а наименее чувствителен к изменению переменных и постоянных затрат. Почти одинаковую чувствительность проект проявляет к изменению постоянных и переменных затрат.

Выводы по разделу три

В ходе анализа инвестиционной привлекательности проекта открытия салона красоты было выявлено, что проект является выгодным, целесообразным и эффективным.

Расчет простых и дисконтированных показателей эффективности позволил сделать следующие выводы:

- недисконтированный индекс доходности (PI) составляет 4,79;
- дисконтированный индекс доходности (DPI) составил 3,0;
- недисконтированный срок окупаемости (PB) составил 8 месяцев;
- дисконтированный срок окупаемости (DPB) – 1 год 2 месяца.

Анализ безубыточности показал, что объем проданной продукции в единицах, который позволит проекту быть безубыточным, составил 4 271 ед. При этом выручка от реализации будет составлять 6 315 429 рублей.

Проект более чувствителен к изменению цены.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенной работы была оценена инвестиционная привлекательность открытия салона красоты в городе Челябинске.

В рамках данной были изучены теоретические положения инвестиционного проекта, изучен российский и зарубежный рынок индустрии красоты, который имеет положительную динамику.

При изучении теории инвестиционного анализа были изложены общие принципы оценки инвестиционной привлекательности проекта. Были рассмотрены цели инвестиционного анализа. Можно сделать вывод, что инвестиционный анализ необходим для оценки целесообразности вложения инвестиций в конкретный проект и дальнейшего получения прибыли от него, и для минимизации возможных рисков.

Выделены два метода оценки экономической эффективности инвестиционного проекта:

- недисконтированные методы оценки;
- дисконтированные методы оценки.

Рассмотрено, как рассчитывать простые показатели, такие как: чистый доход NV , норма прибыли ARR , период окупаемости PB , индекс доходности PI .

Зарубежный и российский рынок профессиональных услуг красоты – это очень стремительно развивающаяся отрасль на мировом рынке. А главное, что эта сфера имеет спрос.

За последние несколько лет данный рынок стабильно растет, но иногда темпы роста снижаются из-за некоторых факторов. Но все же этот рынок достаточно перспективен.

На мировом рынке условия быстро меняются, а количество салонов, созданных талантливыми предпринимателями и новичками, приносит в бизнес что-то новое.

Что касается Челябинского рынка индустрии красоты и косметологии, он так же достаточно хорошо развит, имеет сильные стороны и в дальнейшем ожидает

интенсивное развитие. На рынок Челябинска постоянно выходят новые игроки, большинство из них достаточно быстро развиваются. Так же как и на российском рынке, в Челябинске есть места для новых компаний, поэтому необходимо проводить оценку инвестиционной привлекательности проекта по открытию салона красоты «La Rose» в городе Челябинске.

В данной работе были рассчитаны предполагаемые инвестиционные затраты на открытие бизнеса по разведению, текущие издержки, выручка от реализации и планируемая прибыль. Инвестиционные затраты составили 1 438 170 руб.

Расчет недисконтированных показателей показал, что проект удовлетворяет всем требованиям, и может быть принят на первоначальной стадии. Срок окупаемости проекта не превышает период существования и составляет 8 месяцев. Определен чистый денежный доход NV за 3 года, он составит 5 453 037 руб. Недисконтированный индекс доходности составил 4,79 руб., это означает, что на каждый вложенный в проект рубль, мы получаем прибыль равную 4,79 руб.

Расчет дисконтированных методов оценки инвестиционной привлекательности показали наиболее объективную картину эффективности объекта инвестиций. Учет временных показателей сократил чистый денежный поток, NPV составляет 2 881 764,22 руб. Срок окупаемости составляет 1 год и 2 месяца. Показатель внутренней нормы прибыли находится на допустимом уровне 123,427%. Дисконтированный индекс доходности показал, что каждая вложенная единица генерирует 3,0 руб. Проект можно считать приемлемым.

Расчет точки безубыточности показал, что компания должна выполнять свыше 4 271 услуг в год, для того чтобы компенсировать издержки. Минимальный размер выручки составил 6 315 429 рублей.

Таким образом, цель выпускной квалификационной работы достигнута. Инвестиционный проект открытия салона красоты в городе Челябинск является эффективным и экономически целесообразным.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 N 39–ФЗ.
2. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381–ФЗ.
3. Алексеев, В.Н. Формирование инвестиционного проекта и оценка его эффективности: учебно-практическое пособие / В.Н. Алексеев, Н.Н. Шарков. – Москва: Дашков и К, 2017. – 176 с.
4. Аньшин, В.М. Инвестиционный анализ: учебно-практическое пособие / В.М. Аньшин. – 3-е изд., испр. – М.: Дело, 2016. – 280 с.
5. Андреева, Ю. И. Как открыть салон красоты или парикмахерскую: книга / Ю.И. Андреева. – Москва, 2018. – 192 с.
6. Аскинадзи, В.М. Инвестиционное дело: учебник / В.М. Аскинадзи. – М.: Университетская книга, 2019. – 145 с.
7. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2013. – 372 с.
8. Бард, В.С. Инвестиционный потенциал Российской экономики: учебное пособие / В.С. Бард, С.Н. Бузулуков, И.Н. Дрогобыцкий, С.Е. Щепетова – М.: Экзамен, 2016. – 320 с.
9. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: ФОРУМ, 2017. – 256 с.
10. Бочаров, В.В. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2019. – 160 с.
11. Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика: учебное пособие / В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2016. – 888 с.
12. Воронцовский, Т.О. Инвестиции и финансовые методы оценки

и образования: учебное пособие / Т.О. Воронцовский. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2016. – 160 с.

13. Головань, С.И. Бизнес-планирование: учебное пособие / С.И. Головань. – М.: Феникс, 2018. – 320 с.

14. Грачев, А. В. Оценка платежеспособности предприятия за период: учебное пособие / А.В. Грачев. – М.: Проспект, 2016 – 327 с.

15. Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учебное пособие / В.П. Грузинов, В. Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 208 с.

16. Деева, А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Изд-во «Экзамен», 2015. – 436 с.

17. Дмитриева, Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Л.М. Дмитриева. – М.: «Экономист», 2016. – 638 с.

18. Дрибноход, Ю.Ю. Пособие по маникюру и педикюру: учебное пособие / Ю.Ю. Дрибноход. – Издательство: Феникс, 2018. – 389 с.

19. Елисеева, Т.П. Экономика и анализ деятельности предприятий / Т.П. Елисеева, М.Д. Молев, Н.Г. Трегулова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2019. – 480 с.

20. Ионова, А. Ф. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: учебное пособие / А. Ф. Ионова. – М.: Инфра, 2015. – 312 с.

21. Киселева, О.В. Инвестиционный анализ: учебное пособие / О.В. Киселева, Ф.С. Макеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2016. – 208 с.

22. Корчагин, Ю.А. Инвестиции и инвестиционный анализ: учебник / Ю.А. Корчагин, И.П. Маличенко. – М.: Феникс, 2017. – 601 с.

23. Маркова, В.Д. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко. – М.: Проспект, 2019. – 216 с.

24. Маренков, Н.Л. Основы управления инвестициями. учебник для ВУЗов / Н.Л. Маренков. – М.: Эдиториал, 2016. – 480 с.

25. Меркулов, Я.С. Инвестиции: учебное пособие /Я.С. Меркулов. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 420 с.
26. Михайлов, Д.М. Мировой финансовый рынок. Тенденции развития и инструменты / Д.М. Михайлов. – М.: Экзамен, 2015. – 768 с.
27. Миллер, Н.Н. Финансовый анализ в вопросах и ответах: учебное пособие / Н.Н. Миллер. – М.: Экономика, 2017. – 169 с.
28. Нешиной, А.С. Инвестиции: учебник/ А.С. Нешиной. – 6-е изд., перераб. и испр. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 372 с.
29. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании: учебное пособие / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2019. – 152 с.
30. Пансков, В.Г. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.Г. Пансков. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 382 с.
31. Петров, А.Н. Стратегическое планирование развития предприятия: учебное пособие. / А.Н. петров. – СПб.: Издательство СПбУЭФ, 2017. – 377 с.
32. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: учебное пособие для вузов. / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2018. – 333 с.
33. Теплова, Т.В. Инвестиции: учебник / Т.В. Теплова. – М.: ИД Юрайт, 2016. – 241 с.
34. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании: учебное пособие / Э.А. Уткин. – М.: «ЭКМОС», 2017. – 102 с.
35. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании: учебное пособие / В.Н. Фунтов. – СПб.: Питер, 2015. – 400 с.
36. Худякова, Т.А. Инвестиции и инвестиционный анализ: учебное пособие / Т.А. Худякова, А.В. Шмидт. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 73 с.

37. Хазанович, Э.С. Инвестиции: учебное пособие / Э.С. Хазанович. – М.: КноРус, 2019. – 320 с.
38. Цыганов, А.М. Энциклопедия индустрии красоты: книга / А.М. Цыганов. – М.: Аспект пресс, 2017. – 600 с.
39. Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Д.А. Шевчук. – Ростов на-Дону: Феникс, 2018. – 208 с.
40. Шишкин, А.К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ на коммерческих предприятиях: практическое руководство / А.К. Шишкин, С.С. Вартамян, В.А. Микрюков. – М.: Инфра–М, 2016. – 412 с.
41. Янковский, К.П. Инвестиции: учебник / К.П. Янковский. – СПб.: Питер, 201. – 368 с.
42. Анализ мирового и российского рынка индустрии красоты [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mezhdunarodnogo-i-rossiyskogo-gynkov-industrii-krasoty>. (дата обращения 17.04.2020).
43. Анализ рынка салонов красоты 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/analiz-rynka-salonor-krasoty-2019/>. – (Дата обращения: 18.04.2020).
44. Анализ рынка парикмахерских услуг в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://businessstat.ru/blog/analiz_rynka_parikmaherskih_uslug/. – (Дата обращения: 05.05.2020).
45. Анализ рынка маникюрных салонов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/966/>. – (Дата обращения: 03.05.2020).
46. Аренда помещений в городе Челябинске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chelyabinsk.n1.ru/snyat/kommercheskaya/type-universalnye/>. – (Дата обращения: 20.04.2020).
47. Бухгалтерский учет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/accounting/bukhgalterskiy_uchet.html. – (Дата обращения: 09.04.2020).

48. Бизнес идеи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vseidei.biz/business-ideas/biznes-v-sfere-uslug/kak-otkryt-neyl-bar>. – (Дата обращения: 01.05.2020).

49. Бизнес идеи салона красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/gotovyuy-biznes-plan-salona-krasoty/>. – (Дата обращения: 20.04.2020).

50. Дисконтированные показатели оценки эффективности инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: https://studme.org/52477/investirovanie/diskontirovannye_pokazateli_otsenki_effektivnosti_proekta. – (Дата обращения: 19.04.2020).

51. Женские стрижки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hairworld.ru/ru/welcome.html>. – (Дата обращения: 19.05.2020).

52. История создания салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://billionnews.ru/3800-istoriya-sozdaniya-pervogo-salona-krasoty-i-ih-unikalnye-predstaviteli.html>. – (Дата обращения: 19.05.2020).

53. Инвестиционный проект в условиях риска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fd.ru/articles/157251-riski-investitsionnogo-proekta>. – (Дата обращения: 19.04.2020).

54. Задачи и цели инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/qInePSF95eg/all.html>. – (Дата обращения: 10.05.2020).

55. Косметологические процедуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cosmo.ru/beauty/face/kosmetologicheskie-procedury-ot-20-do-40-let-programma-maksimum/>. – (Дата обращения: 29.04.2020).

56. Лучшие салоны красоты России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.glamour.ru/practice/navigator-20-glavnyh-salonor-krasoty-rossii>. – (Дата обращения: 11.06.2020).

57. Основные требования к помещениям салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bn.ru/gazeta/articles/215863/>. – (Дата

обращения: 29.04.2020).

58. Материалы для салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn----8sbkdd1blokct.xn--plai/products>. – (Дата обращения: 30.04.2020).

59. Мировые тенденции рынка красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/special/project/salon-krasoty/mirovye-tendentsii-rynka-krasoty>. – (Дата обращения: 10.04.2020).

60. Обзор Российского рынка услуг красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/28055/>. – (Дата обращения: 03.05.2020).

61. Классификация салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://beautyprosoftware.com/ru/blog/klassifikatsia-salonor-krasoty/>. – (Дата обращения: 07.05.2020).

62. Основы менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m77/>. – (Дата обращения: 10.05.2020).

63. Оборудование для салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vista-centr.ru/catalog/oborudovanie/>. – (Дата обращения: 30.04.2020).

64. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/finanalysis/savchuk/7.shtml>. – (Дата обращения: 29.04.2020).

65. Пособия по управлению салоном красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://maucenter.ru/besplatnaya-chast-posobij/>. – (Дата обращения: 17.05.2020).

66. Расположение салонов красоты в городе Челябинске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://2gis.ru/chelyabinsk>. – (Дата обращения: 01.05.2020).

67. Рынок салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.neoanalytics.ru/pages/beauty_market/. – (Дата обращения: 18.05.2020).

68. Салоны красоты города Челябинска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chelyabinsk.zoon.ru/beauty/>. – (Дата обращения: 15.05.2020).

69. Современные методики бизнес-планирования [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metodiki-biznes-planirovaniya-i-analiz-programm-dlya-sostavleniya-biznes-planov>. – (Дата обращения: 10.05.2020).

70. Состав капитальных вложений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://helpacc.ru/buhgalteria/aktivy/kapitalnye-vlozheniya.html>. – (Дата обращения: 20.04.2020).

71. Страховые взносы для ИП в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/408>. – (Дата обращения: 10.04.2020).

72. Тенденции развития рынка салонов красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-postulat.ru/index.php/Postulat/article/view/346>. – (Дата обращения: 06.05.2020).

73. Функции бизнес-плана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.beboss.ru/journal/15-functions>. – (Дата обращения: 09.05.2020).

74. Центры обучения парикмахерскому искусству [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://boliva.ru/ourlessons/parikmaherskoye-delo/>. – (Дата обращения: 29.04.2020).

75. Центры обучения ногтевому сервису [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90aiifkj5ac3gua.xn--p1ai/>. – (Дата обращения: 07.05.2020).