

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Д. е. н. професор Андрейченко А.В.

“08” травня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
БЬЮТІ СТУДІЇ»**

Виконавець:

студентка ЦЗВФН

Комарницька Валерія Ігорівна _____

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Карпов Володимир Анатолійович _____

АНОТАЦІЯ

Комарницька В. І. «Економічне обґрунтування проєкту створення б'юті студії».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». Одеський національний економічний університет. Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні засади започаткування власної справи у сфері краси: розглянуто бізнес-ідею започаткування власної справи; досліджується нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у сфері краси; обґрунтовані організаційно-правова форма и система оподаткування новоствореної б'юті студії.

Проаналізовано конкурентне середовище у сфері краси м. Ізмаїл та визначені внутрішні переваги створюваного б'юті студії.

Запропоновано проєкт створення б'юті студії. Сформовано стартовий капітал на реалізацію проєкту, розраховані поточні витрати та спрогнозовано прибуток від реалізації послуг б'юті студії.

Здійснено економічне обґрунтування доцільності реалізації проєкту, охарактеризовані можливі ризики реалізації проєкту та шляхи їх мінімізації.

Ключові слова: бізнес-ідея, підприємницька діяльність, б'юті студія, організаційно-правова форма, економічна ефективність, ризики.

ANNOTATION

Komarnitska V. I. "Economic substantiation of the project of creating the beauty studio."

Qualifying work on obtaining for a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities» for the educational program «Economic and business planning». Odessa National Economics University. Odesa, 2024.

The paper examines the theoretical principles of starting one's own business in the sphere of beauty: the business idea of the beginning of power supply is examined; the regulatory and legal regulation of business activities in Ukraine is being monitored; the organizational and legal form and support system for the newly created beauty studio have been established.

The competitive environment in the sphere of beauty in Izmail has been analyzed and the internal advantages of the created beauty studio have been identified.

The project for the creation the beauty studio has been approved. The starting capital for the implementation of the project has been generated, the expenditure flow has been allocated and the income from the sale of the beauty studio's services has been predicted.

An assessment of the economic efficiency of the project was carried out. Possible risks are analyzed and measures to minimize them are proposed.

Keywords: business idea, entrepreneurial activity, beauty studio, organizational and legal form, economic efficiency, risks.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ КРАСИ	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку у сфері індустрії краси.....	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні.....	11
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування бьюті студії.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ БЬЮТІ СТУДІЇ	19
2.1. Аналіз ринку студії краси м. Ізмаїл.....	19
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнесу.....	22
2.3. Формування витрат на відкриття бьюті студії.....	26
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ БЬЮТІ СТУДІЇ	41
3.1. Розрахунок та аналіз показників ефективності проєкту.....	41
3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання...	53
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах ринкової економіки підприємці не можуть досягти стійкого успіху, якщо вони не планують свою діяльність чітко і ефективно. Вони повинні мати чітке уявлення про свої фінансові, матеріальні, трудові та майбутні потреби, вміти точно розрахувати ефективність використання наявних коштів у процесі розвитку бізнесу.

Складання бізнес-плану визначає розробку стратегії і тактики ведення бізнесу. Метою розробки бізнес-плану є прогнозування та планування найближчої довгострокової діяльності підприємства на основі потреб ринку та довгострокових перспектив. Вона полягає у прогнозуванні та плануванні найближчої та довгострокової діяльності підприємства на основі потреб ринку і діяльності підприємства щодо задоволення цих потреб.

Бізнес-план - це план здійснення діяльності компанії, що включає інформацію о компанії, її продукції, виробництві, ринках, маркетингу, організації роботи та ефективності, і в той же час необхідний інструмент для виробництва продукції та надання послуг відповідно до потреб ринку і поточними умовами.

Перед початком роботи із складання бізнес-плану необхідна ключова інформація, яка допомагає зрозуміти бізнес-ідею. Цей документ треба складати за певними загальними правилами. При формулюванні слід зазначити не тільки те чого треба досягти, а й те чого можна досягти.

Більшість економістів на даний час дотримується думки, що бізнес-план є не лише документом, що інформаційно підтримує початок підприємницької діяльності, а й застосовується у подальшому шляхом внесення необхідних змін, його адаптації до зовнішнього та внутрішнього середовищ, що динамічно розвиваються. Над проблемами бізнес-планування працювали такі вчені, як: Л. М. Жарова [12], Н. Гончаренко [4], Л. Б. Чорна [43], О. Ломанова [22], В. А. Карпов [16], Яркіна Н. М [44] та багато інших.

Бьюті бізнес - це красиво та перспективно. Попит на якісний догляд за

собою у різній ціновій категорії залишається високим. Ефективність концепції салону краси безпосередньо пов'язана з бізнес-чуттям, вмінням аналізувати ситуацію на ринку професійних салонних послуг, помічати зміни в поведінці споживачів, знання маркетингу та основ бізнес-планування.

Бізнес б'юті студії може бути дуже прибутковим при правильній організації з самого початку. Для цього необхідно скласти детальний бізнес-план, що враховує всі деталі.

Метою роботи є оцінка доцільності організації та економічне обґрунтування проекту зі створення бізнесу в індустрії краси.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- охарактеризувати бізнес-ідею та розглянути особливості бізнес-планування у сфері індустрії краси;
- провести аналіз динаміки розвитку підприємств індустрії краси як загалом в Україні, так і в Ізмаїлі зокрема;
- охарактеризувати основні організаційно-правові форми власності організації;
- провести аналіз організаційно-виробничих, маркетингових заходів, спрямованих на створення студії краси;
- сформулювати витрати на започаткування б'юті студії;
- оцінити економічну ефективність організації бізнесу;
- оцінити внутрішні конкурентні переваги створюваного підприємства;
- проаналізувати можливі ризики та здійснити планування заходів щодо їх запобігання.

Об'єктом дослідження є обґрунтування та створення бізнес-структури в ринкових умовах господарювання.

Предметом дослідження є економічне обґрунтування проекту зі створення б'юті студії.

Методи дослідження.

В процесі дослідження використано методи порівняння, аналізу та синтезу

(при дослідженні бізнес-ідеї започаткування власної справи на ринку), дедукції та індукції (при дослідженні організації та здійснення підприємницької діяльності), наукової абстракції та узагальнення (при формулюванні висновків), табличний та графічний методи (при оформленні результатів дослідження), прогностичний метод (при прогнозуванні виручки), коефіцієнтний метод (при розрахунку економічної ефективності проекту) та інші.

Інформаційна база дослідження включає нормативно-правові акти, які регламентують бізнес-планування, результати маркетингового дослідження ринку послуг краси в Україні та м. Ізмаїл; наукові статті на маркетингову тематику та бізнес-планування, підручники та монографії.

Структура та обсяг. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (44 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 61 сторінках. Робота містить 23 таблиць, 3 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ КРАСИ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку у сфері індустрії краси

У ринкових умовах нереально досягти стійкого успіху в бізнесі, якщо немає можливості ефективно планувати його розвиток, а також відсутній постійний збір інформації про власний стан і перспективи розвитку цільового ринку, розташування конкурентів і т. д.

Перш ніж розпочати складати бізнес-план, необхідно зібрати всю необхідну інформацію. Необхідно визначитися із внутрішніми та зовнішніми проблемами бізнес-планування, варто подумати про можливість їх перекриття, що приверне додаткову увагу до проекту.

Зацікавленість у косметологічному сервісі продовжує зростати, і за правильного підходу підприємець може впевнено зайняти своє місце у салонній бізнес-ніші.

Про красу вісказувався ще Папа Бенедикт XVI. «Краса - це одна з найбільших потреб людства, це корінь, з якого виростають гілки світу та плоди нашої надії. Краса відкриває нам Бога, тому що, як Він, робота над красою дає чисті плоди, закликає нас до свободи і віддаляє від егоїзму».

Докторка наук з економіки Любов Жарова стверджує, що жінки мимоволі майже з дитинства втягуються в мир економіки краси, витрачаючи дедалі більше й більше грошей, використовуючи ширший асортимент продуктів і послуг у прагненні стати кращими, ніж є [12].

Бізнес студії краси - це відносно швидка окупність інвестицій, соціальний престиж і естетика в одному пакеті. Це салон краси, якій надає величезний комплекс б'юті послуг. Наша студія буде створена для успішних людей, які впевнені в собі, люблять красу і готові нести цю красу у світ.

Прибутковість бізнесу в промисловості краси залежить від особливості закладу, правильно чи неправильно розрахованої економіки студії, способів просування та управлінських можливостей. Для організації власного бізнесу студії краси насамперед необхідно:

- розробити концепцію студії краси;
- скласти фінансову модель;
- зареєструвати бізнес;
- вибрати приміщення;
- скласти дизайн-проект, закупити обладнання та зробити ремонт;
- найняти працівників;
- оформити дозвільні документи;
- залучити перших клієнтів.

Н. Гончаренко у своїй роботі пише, що правильно складений бізнес-план перукарні, SPA салону або студії манікюру покаже не тільки в які терміни, але і як досягти бажаних фінансових показників роботи салону краси. Правильно складений бізнес-план – це панель управління для директора салону краси. Він дозволяє не смикатися, в режимі реального часу вносити зміни в ті чи інші заплановані показники, орієнтуючись на поточну ситуацію на ринку та інші, що впливають на розвиток підприємства фактори [4].

Проведемо аналіз та особливості бізнес-планування у сфері індустрії краси. При плануванні необхідно провести визначення рівня салону краси та розглянути всі переваги та недоліки відкриття бьюті студії.

Як і будь-який інший бізнес, бізнес краси має свої переваги та недоліки. Переваги студії краси як бізнесу:

- Незалежність. Нам не потрібно ні перед ким відповідати і можна керувати ним так, як хочемо. Також маємо фінансову незалежність, щоб вести бізнес таким чином, що відповідає нашим фінансовим можливостям. Можна наймати людей, з якими найкомфортніше працюватиме. Наявність персоналу дозволить спокійно піти у відпустку та знати, що все одно буде прибуток.

-Відсутність сезонності. Попит на б'юті-послуги завжди залишається. Стрижки, манікюр, косметолог завжди потрібні жінкам та чоловікам. Студія краси здатний забезпечити прибуток навіть у кризу.

-Простір у розвиток. У студії краси можна постійно відкривати додаткові зали, розширювати список послуг, що надаються, і штат професіоналів.

-Можливість вибору постачальника. Як правило, у майстрів з'являється можливість вибору постачальника. Інтернет-магазини з цією категорією можуть запропонувати широкий асортимент товарів. Відрізнитися все це буде сервісом, швидкістю та умовами доставки, а також цінами.

Недоліки студії краси як бізнесу.

Будь-який бізнес має недоліки, які слід враховувати перед запуском власної справи. У б'юті-індустрії це такі:

-Капітал. Доведеться вкласти початковий капітал для того, щоб бізнес функціонував. Початкові витрати включатимуть орендну плату, обладнання, меблі, витратні матеріали, рекламу послуг, зарплати персоналу та їхній дрес-код. Для відкриття студії також знадобляться дозволи, ліцензії та сертифікати. Страхівка також буде обов'язковою для студії краси. Якщо надавати клієнтам косметичку для покупки, то доведеться заздалегідь підготувати достатню кількість продукції, щоб мати їх у наявності.

-Конкуренція. Індустрія краси – дуже конкурентна галузь в Україні. Необхідно дізнатися, які послуги інші салони в нашому регіоні надають своїм клієнтам і запропонувати те, чого вони не мають, або перевершити за якістю послуг. Також дізнайтеся, яких клієнтів вони націлені, щоб знати, ким має бути наша маркетингова аудиторія.

Відповідно до концепції бізнес-плану відкриття б'юті студії, ми будемо працювати в наступних базових напрямках, які за статистикою користуються хорошим попитом у цільовій аудиторії:

- перукарські послуги;
- косметологічні сервіси;

- педикюр, манікюр;
- догляд за обличчям та тілом;
- солярій.

Підприємства краси діляться за трьома складовими: за типами, за видами, класами (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Класифікація підприємств індустрії краси

За типами	Варіанти комплектації, розташування та орієнтація на цільові групи клієнтів	
За видами	Ступінь відкритості та доступності для клієнтів	відкриті та закриті
За класами	Рівні бізнесу, що характеризують нішу на ринку	економ-клас, клас середнього та середньо-високого рівня, преміум-клас, VIP-клас

Джерело: складено автором

За видами студії краси бувають: відкриті та закриті. До відкритого виду належить більшість існуючих підприємств, що їх відрізняє доступність послуг. У закритих підприємствах послуги надаються суворо обмеженому колу клієнтів та певних умов.

Виділяють 4 категорії салонів у залежності від набору послуг, цін, брендів використовуваної косметики, географічного розташування та статусу:

- Салон економ-класу (частка 40-50%) — середній рахунок 70-200 грн. Частка таких салонів активно зростала за рахунок закладів формату «експрес-стрижка».

- Салон середнього та середньо-високого рівня (частка 25-30%) — середній рахунок 200-1000 грн.

- Салон преміум-класу (частка 10-15%) — середній рахунок 800-1500 грн.
- VIP-салон (5-10%) — середній рахунок більше 2000 грн.

Наша студія відноситься до відкритого типу та орієнтована на клієнтів преміум-класу, а це найширший спектр послуг, окрім створення зачіски, макіяжу, надання косметологічних послуг, тут можна отримати послуги від стиліста, масажиста та багато іншого. Головною особливістю студії краси такого рівня має стати індивідуальність у підході до кожного клієнта. Клієнтська база зазвичай характеризується високим ступенем стабільності та рідко оновлюється. Ми пропонуватиме своїм клієнтам послуги апаратної медицини, ряд терапевтичних програм.

Важливе значення в асортименті та комплексності послуг студії має застосування автоматизованих технологій, різних програм, що дозволяють змінювати зовнішність, підібрати клієнту зачіску, створити або поміняти імідж. Усі види послуг у салоні краси повинні здійснюватися фахівцями високого класу. Основні працівники підприємства салонного бізнесу - це перукарі, стилісти, масажисти, косметологи, майстри манікюру та педикюру[5].

Для забезпечення нормальної життєдіяльності бізнесу необхідна чітко вироблена стратегія підприємства, бачення цілей та місії, висока культура, правильно розроблена маркетингова та фінансова стратегії та інші фактори, що сприяють підвищенню та підтримці конкурентоспроможності підприємства індустрії краси.

Бьюті студії відвідують різні люди, тому психологія спілкування з клієнтами — безцінне знання. Існує безліч класифікацій, які складені з урахуванням різних критеріїв.

Суть одна — у кожної групи людей є особливості і чим краще в них орієнтується працівник бьюті студії, тим простіше йому побудувати комунікацію, уникнути помилок та отримати лояльного відвідувача.

У сфері надання послуг з метою сегментації можливих клієнтів важливі такі аспекти:

Статева приналежність – жінки значно частіше користуються пропозиціями студій краси, ніж чоловіки. Спрямованість у забезпеченні салонних послуг жіночої аудиторії гарантує широку область потенційних клієнтів.

Вікова ознака є обслуговування, які найбільш популярні у молодих осіб. Наприклад, збільшення вій, татуаж, шугаринг більше проводять клієнти категорії 20-35 років. А складні комплекси, що омолоджують, найбільш популярні у старших людей.

Рівень доходів необхідно встановити, на людей з яким ступенем достатку націлені послуги студії краси. В елітному салоні необхідно працювати у напрямку клієнтів із високим соціальним статусом та рівнем доходу.

Таким чином, для успішного ведення бізнесу та залучення клієнтів, для кожного клієнта, незалежно від його типу, дуже важливо приділити увагу персонально їм і поставитися з розумінням до їх особливостей. Саме тому необхідно враховувати особливості, працювати з базою клієнтів та сегментацією та працювати з кожним сегментом окремо.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні

Для здійснення підприємницької діяльності необхідно провести ряд організаційно-виробничих заходів. Відкриття ФОП – це проста і доступна процедура державної реєстрації, а також прекрасна можливість розпочати підприємницьку діяльність.

Підприємництво відповідно до положень п. 1 ст. 42 ГК України є самостійною, ініціативною, систематичною, господарською діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) на власний ризик з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Важливим є положення ст. 45 ГК України, за яким підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір

підприємця [8].

ФОП може зареєструвати безкоштовно будь-який громадянин України старше 16-ти років, який має офіційно зареєстроване місце проживання.

Є два способи реєстрації ФОП:

- у державного реєстратора;
- онлайн, на сайті Міністерства Юстиції України (для цього потрібен електронний цифровий підпис).

Якщо реєстрація проходить у державного реєстратора, потрібно:

1. Подати заяву на реєстрацію ФОП;

Документи подаються до центру надання адміністративних послуг (далі – ЦНАП) або до нотаріуса, який є державним реєстратором. В першому випадку процедура буде безкоштовною, однак триватиме близько 3-4 днів. В другому – слід буде оплатити послуги нотаріуса, однак вже на наступний день матимете документ про реєстрацію (Виписку).

Якщо фізична особа подає документи самостійно, їй слід мати з собою паспорт та ідентифікаційний код (реєстраційний номер облікової картки платника податків). Закон передбачає можливість реєстрації ФОПом з 16 років, але в такому випадку особа має подати нотаріально посвідчену згоду батьків.

Впродовж 24 годин з моменту отримання документів реєстратор проводить державну реєстрацію. Після цього податкова та інші органи автоматично беруть підприємця на облік.

2. Юридична адреса.

Для кожного бізнесу – своя адреса. Щодо даних, то їх застосовують для того, щоб:

- здійснити реєстрацію;
- проводити перевірки;
- кореспонденція.

Вибрати КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності). Обрання КВЕДів не зобов'язує здійснювати всі обрані види діяльності, але оскільки в

майбутньому планується розширити бізнес – краще обрати одразу всі заплановані КВЕДи.

Послуги студії-краси відносяться до класу 96.02 «Послуги перукарень і салонів краси», КВЕД 47.75 «Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними приналежностями в спеціалізованих магазинах», КВЕД 86.90 «Інша діяльність у сфері охорони здоров'я», оскільки будемо надавати послуги косметолога[9].

Подати заяву на податок та зареєструвати книгу обліку доходів. Заяву можна подати державному реєстратору разом з документами при реєстрації підприємця.

Салонний бізнес – складний та багатогранний. Його здійснення можливе лише за дотримання нормативної бази України.

Щоб визначити, чи потрібна медична ліцензія салону краси, необхідно класифікувати послуги, які салони краси надають своїм клієнтам. Їх можна поділити на дві групи:

- естетичні;
- медичні.

Згідно з українським законодавством, медична практика підлягає ліцензуванню. Надання медичних послуг вимагає наявності ліцензії, виданої Міністерством охорони здоров'я. Таким чином, при наданні таких послуг салоном краси буде потрібна відповідна ліцензія. Ця класифікація вкрай важлива, оскільки надання медичних послуг обов'язкова медична ліцензія, а естетичних – не обов'язкова[14].

Також доведеться отримати санітарні висновки на приміщення. Для цього потрібні:

- договір оренди чи власності на приміщення салону;
- ліцензії;
- прайс на товари та послуги;
- сертифікати на апарати для стерилізації;

- договір на утилізацію відходів;
- журнал стерилізації;
- договір на утримання та планове технічне обслуговування систем вентиляції;

Також отримати:

- реєстрацію касового апарату у податковій та договір з обслуговуючою організацією;
- документацію, що підтверджує кваліфікацію персоналу.
- медичні книжки;
- сертифікат відповідності;

ФОП в Україні може обрати:

1) загальну систему оподаткування, В цьому випадку ФОП буде сплачувати:

- ЄСВ за кожного працівника;
- ПДФО 18%;
- військовий збір 1,5%;
- ПДВ (якщо зареєстрований платником);
- інші податки залежно від виду діяльності (наприклад, акцизний податок).

2) спрощену систему оподаткування зі сплатою єдиного податку.

В нашому випадку найбільш доцільно обрати спрощену систему оподаткування.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування бізнесу

Вибір правильної та зручної організаційно-правової форми для бізнесу дозволить уникнути складнощів у поточній роботі. Організація може мати різну організаційно-правову форму власності у вигляді фізичної особи та юридичної особи: товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство тощо. Бізнесу планується відкрити індивідуальному підприємцю.

Здійснення підприємницької діяльності фізичними особами без створення юридичної особи є найпростішою формою підприємництва, що здійснюється від свого імені, на свій ризик громадянами, які відповідають всім майном, що належить їм на праві приватної власності, за своїми зобов'язаннями у сфері підприємництва.

Перевагою наданою організаційно-правової форми є:

- можливість реєстрації підприємництва не тільки за основним, але і за тимчасовим місцем проживання громадянина;
- незалежне прийняття рішень щодо управління майном, виділеним для заняття підприємницькою діяльністю;
- можливість легкого вилучення прибутку та незв'язаність такого вилучення з формальностями;
- список потрібної документації та порядок її ведення;
- можливість тимчасового призупинення обраної діяльності та наступного поновлення у вигідний для себе час;
- мінімальний розмір грошових витрат громадянина при необхідності оплати реєстраційного збору, при одержанні ліцензій;
- спрощений порядок бухгалтерського обліку та звітності, в тому числі податкової;
- спрощений порядок оподаткування;
- немає жорсткої залежності від механізму ціноутворення, характерного для комерційних структур.

Вибір системи оподаткування є важливим кроком створення б'юті студії. Від цього вибору залежатимуть витрати, що зменшують прибуток студії.

Недоліками підприємництва без утворення юридичної особи є:

- обов'язок фізичної особи відповідати по зобов'язаннях, що виникли у процесі його діяльності як підприємця, усім своїм майном;
- законодавчі обмеження стосовно предмета передбачуваної підприємницької діяльності;

– обмеження, обумовлені нездатністю громадянина здійснювати максимально широкий спектр бажаних видів діяльності, наявністю професійних, освітніх і матеріальних можливостей підприємця.

Обов'язковою вимогою для індивідуальних підприємців є державна реєстрація. Статтею 50 ЦК України передбачено, що право на здійснення підприємницької діяльності, яку не заборонено законом, має фізична особа з повною цивільною дієздатністю[8].

У разі подання державному реєстратору електронних документів фізичної особи до них додається електронний документ, що засвідчує повноваження особи, пов'язані з підготовкою електронних документів фізичної особи.

За відсутності підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи-підприємця державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи підприємця.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця є датою державної реєстрації фізичної особи-підприємця.

Важливо враховувати, що ФОП може бути трьох груп:

Перша група. Підійде для майстра, який самостійно працює в своєму кабінеті. Дохід на рік може становити до 1 185 700 грн на рік.

Друга група. Оформлення цієї групи дозволяє наймати до 10 працівників і навіть займатися власним виробництвом. Ліміт доходу для 2 групи – 834 мінімальних зарплат, що у 2024 році становить 5 921 400 грн на рік.

Третя група. Ця група підходить для великих салонів. Дозволяє наймати необмежену кількість співробітників і не має соціальних обмежень за видами діяльності. Ліміт доходу для 3 групи – 1167 мінімальних зарплат, що становить 8 285 700 грн на рік. На відміну від фіксованих сум ЄП для груп 1 та 2, ставки ЄП для групи 3 встановлені згідно із п. 293.3 ПКУ у розмірі:

- 3% доходу та обрано додатково сплату ПДВ;
- 5% доходу – якщо ПДВ не сплачують.

Четверта група – ФОП-фермери. Вести діяльність на спрощеній системі можуть лише в межах фермерського господарства сімейного типу. Голова фермерського господарства – член сім'ї, визначений декларацією про створення такого господарства, він і реєструється ФОП. У ФОП-фермерів об'єкт оподаткування – земельні площі, база оподаткування – нормативна грошова оцінка землі з урахуванням коефіцієнта індексації порядку[16].

При виборі системи оподаткування було обрано спрощену систему без ПДВ на 3 групі. Оформлення ФОП 3 групи дозволяє підприємцю бути самозайнятим, наймати працівників без обмежень (у нашому випадку 13 найнятих працівників, тому 2 група не підходить), ліміт доходу складає 8 285 700 грн на рік.

Висновки до розділу 1

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що:

1. Бізнес студії краси - це відносно швидка окупність інвестицій, соціальний престиж і естетика в одному пакеті. Це салон краси, якій надає величезний комплекс б'юті-послуг. Наша студія відноситься до відкритого типу та орієнтована на клієнтів преміум-класу.

2. Було визначено основні умови та вимоги, які встановлені законодавством щодо створення б'юті студії в м. Ізмаїл. Для цього визначено КВЕДи(96.02 «Послуги перукарень і салонів краси», 47.75 «Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними приналежностями в спеціалізованих магазинах», 86.90 «Інша діяльність у сфері охорони здоров'я»), документи, які необхідні для започаткування бізнесу. Згідно з українським законодавством, медична практика підлягає ліцензуванню. Надання медичних послуг вимагає наявності ліцензії, виданої Міністерством охорони здоров'я. Таким чином, при наданні таких послуг

салонем краси буде потрібна відповідна ліцензія.

3. Проведений аналіз дозволив пересвідчитися у необхідності для б'юті студії обрання організаційно-правової форми власності у вигляді ФОП. При виборі системи оподаткування було обрано спрощену систему без ПДВ на 3 групі. Оформлення ФОП 3 групи дозволяє підприємцю наймати працівників без обмежень (у нашому випадку 13 найнятих працівників, тому 2 група не підходить), ліміт доходу складає 8 285 700 грн на рік.

Цей бізнес має свої переваги та недоліки. Переваги б'юті студії це: незалежність, відсутність сезонності, простір у розвиток, можливість вибору постачальника. Недоліки салону як бізнесу це: конкуренція та капітал.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ Б'ЮТІ СТУДІЇ

2.1. Аналіз ринку студії краси в Україні та м. Ізмаїл

Останніми роками структура салонного бізнесу значно змінилася. Гарантується все більше видів послуг, а також медичних, які не тільки здатні покращити зовнішній вигляд, а й кардинально борються з найголовнішими проблемами відвідувачів – старінням шкіри, віковими видозмінами фігури та волосся, целюлітом і навіть стресами.

У кризові часи прийнято економити на багатьох речах. Люди істотно скорочують свої витрати на б'юті послуги, а то і зовсім відмовляються від них. У час військових подій в Україні структура ринку краси дуже видозмінилася. Користувачі салону краси середнього класу перейшли до категорії дешевого сегменту. І лише кризові процеси не зачепили салони преміум-класу. Їх кількість залишається стабільною. У цьому сегменті і ми плануємо працювати.

У чому ж різниця між салоном та студією краси? Студія побудована на зовсім іншому рівні. Кожен майстер проходить найсуворіший відбір з профпридатності. Якщо складається перевантаженість залучаються фахівці з інших салонів. Клієнт може бути впевнений у найкращому результаті. А також дороге матеріальне обладнання студії. Професійне обладнання найсучаснішого зразка уможливить проведення найбільш ефективних процедур.

З точки зору географії, ринок салонів краси України залишається неоднорідним: 45% ринку зосереджено у м. Києві та Київській області. Що стосується регіонального розподілу, то обсяг підприємств в Україні з відповідним КВЕДом «96.02 - Надання послуг перукарнями та салонами краси» представлений у таблиці 2.1 та зображений на діаграмі (рис. 2.1).

Таблиця 2.1

Обсяг підприємств в Україні з КВЕДом «96.02»

№	Область	Кількість підприємств с КВЕДом 96.02,шт
2	Одеська	6288
3	Вінницька	2029
4	Київська	3211
5	Волинська	908
6	Львівська	2945
7	Дніпропетровська	4860
8	Харківська	4422
9	Закарпатська	1582
10	Миколаївська	2046
11	Полтавська	2257
12	Сумська	1634

Джерело: складено автором

Обсяг підприємств в Україні з відповідним КВЕДом «96.02 - Надання послуг перукарнями та салонами краси» зображений на діаграмі (рис. 2.1).

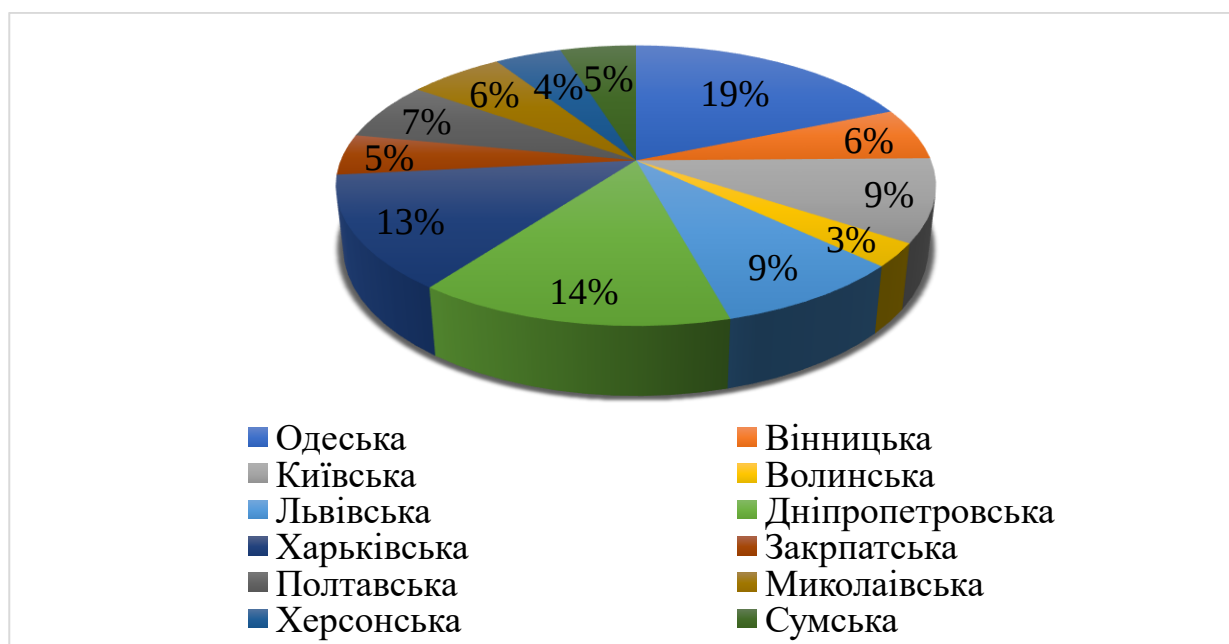


Рис. 2.1. Обсяг підприємств в Україні з КВЕДом «96.02»

Джерело: складено автором

На діаграмі видно, що найбільш підприємств з КВЕДом «96.02 - Надання послуг перукарнями та салонами краси» в Одеській області (19%), найменше - у Волинській області (3%).

Ми плануємо оренду приміщення в Південно-Західному районі м. Ізмаїл Одеської області для відкриття б'юті студії. Проведемо аналіз ринку в м. Ізмаїл та вищевказаного району. В нашому місті налічується близько 16 салонів краси. В Південно-Західному районі - 4 салона краси, 6 перукарень та 5 nail-салонів. Але немає б'юті студії, де надаються всі види послуг в одному салоні.

Ми уважно вивчили карту району, в якому ми плануємо відкрити свою б'юті студію. Південно-західний район вважається одним із найпрестижніших у м. Ізмаїл. Тут розташовані нові елітні житлові комплекси та бутики. Відкриття салону краси в цьому районі може бути високо затребуваним серед людей з високим рівнем доходу, які готові платити за ексклюзивні послуги.

Визначивши місце розташування, ми зможемо скласти портрет цільової аудиторії, деталізувати стать, вік, соціальний статус, місце проживання, приблизний дохід, зробити бренд впізнаваним серед потенційних покупців, підвищити конверсію продажу, правильно визначити потенціал розвитку.

Цільовою аудиторією салону краси можуть бути жінки та чоловіки віком від 18 до 60 років, які прагнуть виглядати привабливо та доглянуто. Як правило, це люди, які приділяють увагу своєму зовнішньому вигляду, стежать за новинками в галузі косметики, парфумерії, модних тенденцій та готові інвестувати у свій зовнішній вигляд.

Наша студія для преміум-клієнтів. Преміальні салони краси – найвищий рівень салонної справи. Клієнти таких салонів – люди забезпечені та вимогливі. Преміальні салони створюють готовий образ. Клієнт може скористатися послугами візажиста, перукаря, косметолога, стиліста та багато іншого.

Професіоналізм персоналу має бути на найвищому рівні. Активний розвиток онлайн-платформ в пандемію призвело до переходу багатьох б'юті-майстрів у самозайнятість. Після ковідної кризи, а в даний час і військове становище, такі фахівці вважають не повертатися в салони, а продовжувати

працювати на себе. Це одна з головних проблем салонів краси м. Ізмаїл. Ми намагаємось залучити професіоналів високим рівнем зарплати, безкоштовним підвищенням кваліфікації в Європейських школах та комфортними умовами праці.

2.2. Оцінка конкурентних переваг створюваної б'юті студії

Конкуренти тримають салон краси в тонусі. Як правило, власник салонного бізнесу не дуже раді тому, що вони не одні на ринку. Але в наш час бути на одному ринку будь-якого виду бізнесу практично неможливо. Тому коли плануємо свій бізнес і розробляємо бізнес-план, нам варто брати до уваги існування конкурентів.

Конкуренція точно також як і будь-який процес має свої переваги і недоліки.

Переваги конкуренції:

- підвищення рівня знань і компетенцій. Завдяки наявності декількох об'єктів на ринку власник салону думати не тільки про свій бізнес, але і бізнесі сусідів;
- партнерські відносини. В деяких випадках конкуренти можуть стати партнерами. Існує термін злиття і поглинання, це коли конкуренти стають партнерами або хтось продає свій бізнес конкуренту.

Недоліки конкуренції:

- близьке розташування, іміджеві салони, не орієнтовані на прибуток можуть з легкістю знизити вартість стрижки. Так вони зроблять бізнес своїх сусідів-конкурентів неприбутковим;
- переманювання майстрів. В наш час з кожним днем кількість салонів зростає тому салонів стало більше, ніж кваліфікованих фахівців. Саме тому тема, переманюючи ставати актуальною.

Для того щоб оцінити конкурентів, необхідно провести дуже велику роботу. Існує велика кількість способів опитувань, щоб отримати повну інформацію про конкурентів.

Способи отримання потрібної інформації:

-опитування споживачів. В основному використовується телефонний дзвінок чи анкета.

-професійні аналітики. Такі спеціалісти проводять моніторинг салонів за заданими запитами. Збирають всю інформацію про послуги, ціни, впроваджені технології, а також слабкі сторони закладу.

-таємний клієнт. Як відвідувач можна вибрати власного співробітника або довірену особу. Такий метод допомагає вивчити: дизайн приміщення, спілкування з клієнтами, інструменти, що використовуються, засоби, ціни.

Аналіз конкурентів в інстаграм та інших соціальних мережах.

Для аналізу конкурентів складемо у таблиці 2.2. аналіз конкурентоспроможності. Отриману інформацію порівнюють із власним салоном. Далі вносяться зміни у роботу студії.

Таблиця 2.2

Аналіз конкурентоспроможності

Параметр	Салон краси «Пространство краси»	Салон краси «Королівський погляд»	Бьюті студія
Якість послуг	4	4,5	5
Якість обслуговування	4	3	5
Ціна	5	4	4
Реклама	4	4	4
Місце розташування	4	4	5
Привабливий зовнішній вигляд (вивіска, фасад)	3	4	5
Інтер'єр	4	4	5
Асортимент	3	3,5	5

Джерело: складено автором

Таблиця 2.2 вказує на слабкі та сильні сторони конкурентів. Оцінка параметрів проводиться за п'ятибальною шкалою (від найбільш слабких позицій по даному параметру до домінуючої позиції). З даних аналізу видно, що бьюті студія по деяких позиціях перевершує своїх основних конкурентів, а по таким,

як реклама і ціна конкурентів не перевершують.

Наша студія буде розташована у Південно-Західному районі м. Ізмаїл. У цьому районі декілька салонів краси, але немає студії, в якій був би такий великий перелік послуг, як у нас. Причому наша студія розрахована на преміум-клієнтів, які не бажають у пошуках студій нашого плану їздити в інші райони та витратити свій час у пробках. Поруч знаходиться зручна транспортна розв'язка. Крім того ми плануємо відкриття власного сайту через якого можна реалізувати продукт, а також резервувати 15-ти хвилинні консультації з співробітниками.

Так як наша клієнтська база не сформована, ми активно просуватимемо наш сервіс за допомогою промо-акцій, промо-листівок.

Приклади промо-акцій:

- «Наведи друга - отримай одноразову знижку 15%»;
- «Іменинникам знижка – 20%»;
- «На кожен п'яту услугу- сертифікат на 500 грн».

Для автоматизації бізнесу планується використати CRM систему. CRM - управління взаємовідносинами з клієнтами, це інструмент для комунікацій у бізнесі, їх організації та оптимізації. За допомогою CRM компанії стимулюють продажі, підвищують лояльність клієнтів, забезпечують залучення нових клієнтів.

CRM для салону краси – це можливість:

- прискорити процеси обслуговування клієнтів, за рахунок автоматизації рутинних операцій, автоматизувати управління клієнтським досвідом;
- автоматизувати управління салоном;
- забезпечити онлайн аналітику та точність звітів, у тому числі виключивши можливості маніпуляцій введення даних адміністраторами та іншим найманим персоналом та з будь-якої точки світу.

На підставі проведеного аналізу конкурентів та потенційних споживачів сформуємо SWOT-аналіз нашого бізнесу, оформлюючи результати у вигляді (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз б'юті студії

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Найвищий рівень салонної справи 2. Кожен майстер проходить найсуворіший відбір 3. Власний сайт 4. Оснащення обладнанням 5. Отримання усіх послуг в одному і тому ж місці	1. Недостатньо рекламних зусиль 2. Високі ціни 3. Нова студія, клієнтська база не сформована
Можливості	Небезпеки
1. Збільшення частки ринку 2. Поліпшення навичок адміністраторів 3. Поліпшення рекламної компанії 4. Збільшення кількості клієнтів за рахунок впровадження нових послуг	1. Поява нових конкурентів у зоні дії нашого салону краси 2. Спад попиту на послуги через кризу 3. Несприятлива політика держави 4. Збільшення частки ринку основних конкурентів

Джерело: складено автором

Таблиця 2.3 вказує на те, що проект має як сильні так і слабкі сторони. Також в даній таблиці вказано можливості та заходи для забезпечення безпеки розвитку проекту.

Якщо клієнтки можуть отримати усі послуги в одному і тому ж місці, де вони зазвичай стрижуться і роблять манікюр, то для них відвідування такого салону буде ще більш привабливим, вони будуть витратити в ньому ще більше грошей.

Для посилення слабких сторін необхідно більше зусиль і грошей залучати для реклами, постійно регулювати ціни на послуги, за допомогою таємних покупців вивчати ціни у конкурентів. Важливо створити власний фірмовий

стиль, завдяки якому наш бренд легко дізнатися і запам'ятати. Вивіска та дизайн фасаду будівлі, де розташований наш салон потрібно зробити його помітнішим. Для формування клієнтської бази, будемо вести суворий облік кожного відвідувача із записом номерів телефонів, використовувати CRM систему для залучення нових клієнтів.

Для усунення погроз ми просуватимемо наш сервіс за допомогою промо-акцій та промо-листівок, постійно шукати альтернативу дорогим косметичним засобам.

2.3. Формування витрат на відкриття б'юті студії

Б'юті студія буде розташовуватися в густонаселеному житловому районі. Поруч знаходиться зручна транспортна розв'язка. Студія краси передбачає надання комплексу послуг. Клієнтам будуть запропоновані наступні послуги: послуги перукаря-стиліста, нігтьовий сервіс, послуги brow-майстра, послуги lash-майстра, макіяж, продаж косметичних засобів, косметичні ін'єкції та нанопластика.

Запропоновані послуги відзначатимуться високою якістю за рахунок висококваліфікованої роботи майстрів та використанням високоякісних технологій і витратних матеріалів. Також буде використовуватися професійна косметика для салонів краси «Beauty Style», вона створена на основі останніх інноваційних розробок, і кожен засіб дає приголомшливий та цілеспрямований ефект у короткий термін. Для підтримки української економіки та брендів будемо співпрацювати з українським брендом TICO Professional - бренд професійної косметики для волосся, перукарських інструментів, аксесуарів.

В табл. 2.4 представлено загальну суму інвестицій, необхідну для реалізації проекту та можливі джерела її фінансування.

Таблиця 2.4

Загальна сума необхідного капіталу та джерела його покриття

№	Статті витрат	Сума, тис. грн.	Питома вага, %
1	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	15	1,51
2	Витрати на ремонт приміщення (дизайн приміщення)	250	25,25
3	Інструмент та устаткування	246	24,85
4	Оренда за перший та останній місяць	48	4,85
5	Страховання	2	0,2
6	Витрати на установку охоронної сигналізації	10	1,01
7	РРО	15	1,52
8	Вартість закупівлі товарів та матеріалів, за 2 місяці	352	35,56
9	Транспортні витрати	9	0,91
10	Витрати на рекламу	23	2,32
11	Інші	20	2,02
	УСЬОГО	990	100,0
	Джерела фінансування		
1	Власні засоби	600	60,6
2	Кредити комерційних банків	390	39,4
	Всього	990	100

Джерело: розраховано автором.

Таблиця 2.4. вказує на те, що необхідний капітал для реалізації проекту складає 990 тис. грн. Джерела фінансування складаються з власних та позикових грошей. Для більш наочності використовуючи дані табл. 2.7 зобразимо діаграму поточних витрат бюджету студії на рис.2.1.

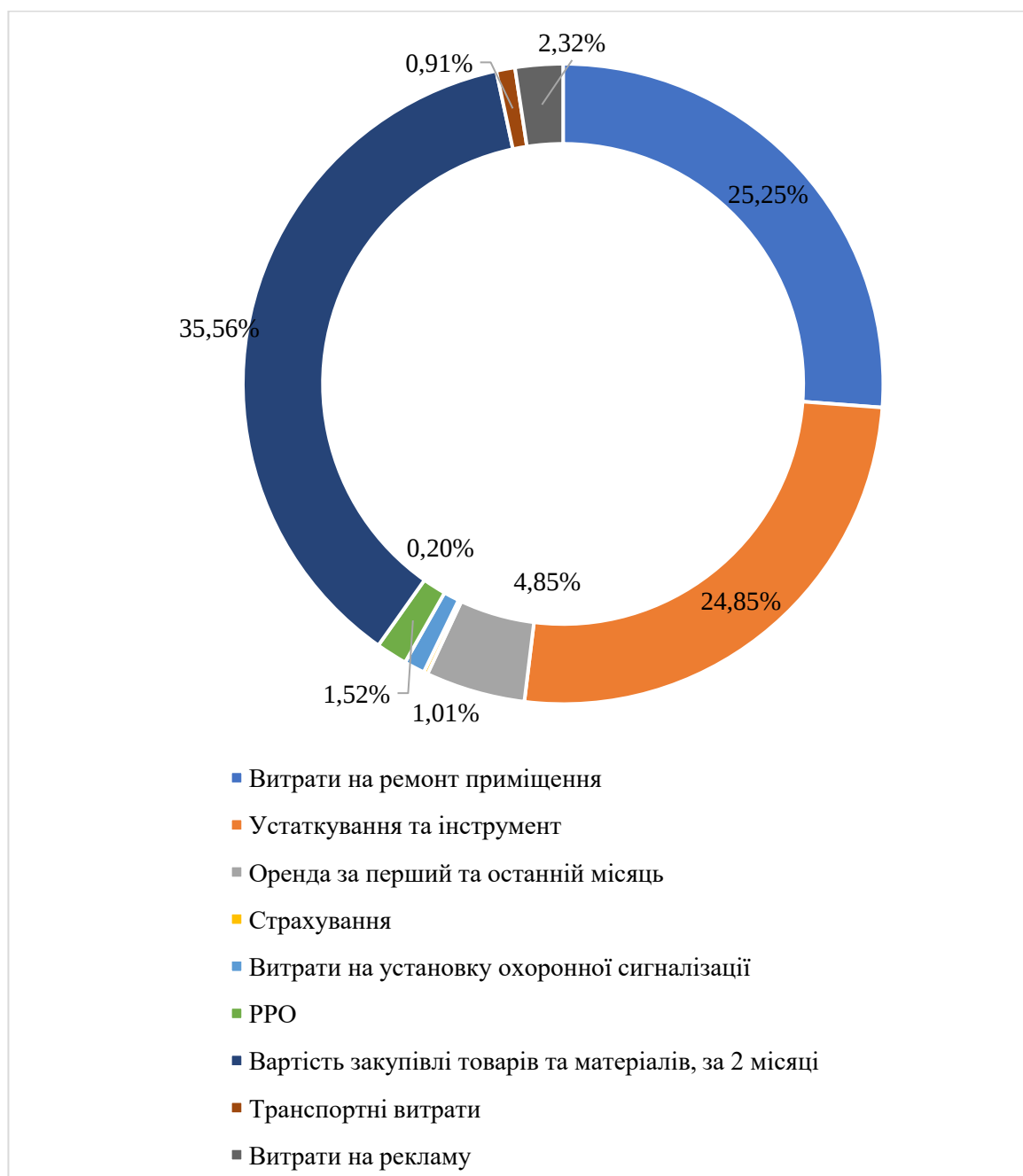


Рис 2.1. Структура поточних витрат бюджету студії

Джерело: складено автором

Таким чином, дані рис.2.1 дають підстави стверджувати, що найбільше необхідно витрат на ремонт приміщення (25,25 %), та придбання устаткування, інструменту та матеріалів (24,85 %). 60,6% складають власні кошти, 39,4% складають кредитні кошти.

Приміщення знаходиться на 1 поверсі багатоповерхового будинку. Приміщення студії має окремий вхід. Є площа для паркування транспорту, що дуже зручно для клієнтів та робочого персоналу. Площа - 60 кв. м. Ціна оренди

за квадратний метр складає 400 грн. Вартість оренди в місяць складе 24 000 грн. Витрати на проектування, дизайн, ремонт і перепланування приміщення в розмірі 250 000 грн. далі слід закупити необхідне обладнання, інструменти та меблі.

Для функціонування студії необхідно купити меблі, техніку та інше обладнання. В першу чергу це офісне обладнання, яке буде включати стійку адміністратора, 2 офісних крісла, шафу для одягу, телевізор, комп'ютер та касовий апарат. До обладнання слід віднести і комплект меблі для манікюру, робочі місця перукарів, кушетку, перукарське крісло з мийкою. Безпосередньо обладнання студії включає лампу манікюрну, підставку під лаки, також необхідно закупити інструмент. Все це можна закупити в інтернет - магазину професійних інструментів для перукарень, салонів краси і для дому «Shine style» [23]. Витрати на закупівлю обладнання представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Витрати на закупівлю обладнання

№	Стаття витрат	Вартість, грн.	Кількість, од.	Сума разом, грн
1	2	3	4	5
1	стійка адміністратора	10000,00	1	10000,00
2	дзеркала	1800,00	5	9000,00
3	офісне крісло	3500,00	2	7000,00
4	шафа для одягу	3000,00	2	6000,00
5	телевізор	12000,00	1	12000,00
6	касовий апарат	7000,00	1	7000,00
7	пуфи для гостей	1000,00	2	2000,00
8	вішалка для одягу	300,00	10	3000,00
9	журнальний стіл	2000,00	1	2000,00
10	робочі місця перукарів	10000,00	3	30000,00

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5
12	перукарське крісло з мийкою	24000,00	1	24000,00
13	фен	3000,00	3	9000,00
14	витяжка настільна	750,00	2	1500,00
15	комплект меблі для манікюру/педикюру	25000,00	2	50000,00
16	лампа манікюрна	3000,00	1	3000,00
17	підставка під лаки	1500,00	1	1500,00
18	кушетка	5000,00	2	10000,00
19	стіл	3000,00	2	6000,00
20	шафки для косметики	4000,00	2	8000,00
21	комп'ютер	20000,00	1	20000,00
22	інструмент	500,00	50	25000,00
Разом			95	246000,0

Джерело: складено автором

Таблиця 2.5 вказує на те, що вартість обладнання, яке необхідне для організації роботи судії складе 246 тис. грн. Надалі при розширенні докуповуватимуться необхідні матеріали.

Оприбуткування обладнання на баланс не є кінцевою метою підприємства. Його придбавають для того, щоб експлуатувати. А експлуатація будь-якого необоротного активу (і насамперед основних засобів) супроводжується нарахуванням амортизації. На сьогодні фізичним особам-підприємцям надано право нараховувати амортизацію на основні засоби, що використовуються в діяльності. Тобто для зменшення витрат підприємець на 3 групі спрощеної системи оподаткування може не відносити амортизацію на загальні витрати.

Головна конкурентна перевага салону краси – високий рівень сервісу. І цей чинник повністю залежить від персоналу. Важливо не орієнтуватися лише на вибір висококваліфікованих майстрів, а й на особисті та професійні якості адміністративного персоналу. У студії має існувати сильна корпоративна культура, сформована із групи замотивованих прихильників.

Для організації проєкту потрібні такі кадри:

- директор;
- бухгалтер;
- адміністратор;
- перукар-стиліст;
- brow-майстер;
- lash-майстер;
- косметолог;
- майстер манікюру та педикюру;
- технічний службовець;
- промоутер.

Для підбору персоналу салону краси варто пам'ятати: майстер повинен бути трохи психологом. Як мінімум, розбиратися в людях, а також підлаштовуватися під них. Це мінімізує незручні ситуації, коли фахівець із клієнтом не можуть порозумітися. Бажано, щоб майстер мав свою думку, але був готовий йти на компроміси.

Розглянемо докладніше обов'язки персоналу залежно від посади.

Директор салону здійснює повне управління бізнесом: організацію внутрішнього процесу роботи, розробка стратегії маркетингу, запуск нових видів реклами та аналіз віддачі від вкладених коштів, пошук співробітників, контроль виручки, розподіл коштів, виплата заробітної плати, купівля витратних матеріалів, підвищення кваліфікації працівників шляхом організації навчальної програми, своєчасна сплата податків та внесків, вирішення поточних проблем тощо.

В обов'язки адміністратора входить: відкриття салону, підготовка до роботи, контроль за записом клієнтів до кожного майстра, спілкування з клієнтами по телефону, особисте спілкування, ведення сайту, ведення клієнтської бази, своєчасне оповіщення про послуги та акції, облік побажань клієнтів, ведення книги відгуків та пропозицій, ухвалення оплати від клієнтів, виконання розпоряджень керівника. Адміністратор повинен уміти перемикатися між завданнями. Йому доводиться спілкуватися з клієнтами, складати робочі графіки, вирішувати конфлікти.

В обов'язки бухгалтера входить ведення на основі відомостей виплату зарплати працівникам підприємства, обліку матеріальних цінностей, ведення податкового обліку, розрахунків і сплата податкових платежів і внесків у позабюджетні фонди, здача звітності в контролюючі органи.

Робота майстрів полягає в наступному: підготовка робочого місця, підтримання чистоти на робочому місці, дезінфекція інструментів, контроль за витратою матеріалів та справністю обладнання, виконання всіх видів процедур, зазначених у переліку послуг салону, ввічливе поводження з клієнтом, інформування про склад процедури та інші послуги салону.

Технічний службовець займається безпосередньо прибиранням приміщення.

Промоутер - зацікавити рекламованою продукцією якомога більше потенційних клієнтів. Промоутер проводить презентації, роздає рекламні матеріали і інформує клієнтів.

Розглянемо витрати на заробітну плату персоналу. На початковому етапі з метою економії грошей можна мотивувати персонал не тільки зарплатою. Потрібно стимулювати дружню внутрішню конкуренцію серед майстрів, інвестувати в навчання та розвиток співробітників, пропонувати варіанти кар'єрного зростання, створювати надихаюче робоче середовище, частіше дякувати та відзначати заслуги.

Підприємець сплачує ЄСВ і за найомних працівників (22 %). Наведемо штатний розклад та заробітну плату персоналу студії в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Штатний розклад та заробітна плата персоналу студії

Посада	Кількість посадових ставок	Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн	Заробітна плата в рік з ЄСВ, грн
Директор	1	17500,0	20740	248880
Бухгалтер	1	13000,0	15860	190320
Адміністратор	1	13000,0	15860	190320
Перукар-стиліст	3	13000,0	47580	570960
Brow-майстер	1	13000,0	15860	190320
Lash-майстер	1	13000,0	15860	190320
Косметолог	1	15000,0	18300	219600
Майстер манікюру та педикюру	2	13000,0	31720	380640
Технічний службовець	1	9000,0	10980	131760
Промоутер	1	11000,0	13420	161040
Разом	13	169 500,0	2061800,0	2474160,0

Джерело: складено автором

З даних табл. 2.4 видно, що персонал б'юті студії складе з 13 осіб, а витрати на заробітну плату складуть 169,5 тис. грн. без ЄСВ в місяць або 2 474,16 тис. грн. з ЄСВ за рік.

Студія краси повинна рекламувати себе. PR в б'юті-бізнесі — це взаємодія між салоном і потенційними клієнтами через масові канали: це і залучення інстаграм-блогерів і публікації в ЗМІ. Соціальна мережа створена для того, щоб ділитися гарними фотографіями, тому це найкраща реклама для салону краси, з точки зору ефективності та бюджету. Але окрім цього, ми повинні створити власний сайт, де буде представлено інформацію про послуги центру. Для цього

необхідно на професійному рівні створювати відповідні тематичні відеоролики та створювати нові унікальні тексти, які дозволять сайту просуватися в рейтингу пошукової системи. Це ж саме стосується і якісних фотографій.

Витрати на рекламу представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Витрати на рекламу, тис. грн.

№ п\п	Засоби реклами	Місяці												Вартість реклами
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Створення сайту	15												15
2	Публікації в ЗМІ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
3	Фото та колажі	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	18
4	Залучення Інстаграм-блогерів	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	Створення новин та текстів	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6
Разом		23	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	111

Джерело: складено автором

З даних табл. 2.5 можна зробити висновок, що у першому місяці при відкритті студії на рекламу буде витрачено 23 тис. грн. Далі далі щомісяця витрати складуть 8 тис. грн. Річні витрати на рекламу складуть 111 тис. грн. Рекламу студії необхідно не тільки підтримувати протягом усього цього часу, але і виділяти бюджет постійно. Необхідно показувати своїм клієнтам гарний дизайн, тому що в даному бізнесі візуальні матеріали дуже сильно впливають на думку клієнтів про компанію.

Далі слід звернути увагу на витрати, які будуть залежати від обсягів наданих послуг та їх різновиду. Їх узагальнення представлено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Витрати, пов'язані з наданням послуг

Вид продукції (послуги)	Кількість послуг, шт.	Обсяг витрат в місяць		Загальна сума за рік, грн.
		Вартість, грн.	Загальна сума за місяць, грн	
1.Послуги перукаря-стиліста	180	80	14400	172800
2.Нігтьовий сервіс	90	80	7200	86400
3.Послуги brow-майстра	90	100	9000	108000
4.Послуги lash-майстра	90	110	9900	118800
5.Макіяж	60	110	6600	79200
6.Продаж косметичних засобів	120	800	96000	1152000
7.Косметичні ін'єкції	20	700	14000	168000
8.Нанопластика	20	700	14000	168000
9.Інші			4900	58800
Усього			176000	2112000

Джерело: складено автором

Таблиця 2.6 вказує на те, що витрати, пов'язані з наданням послуг краси в рік складуть біля 2112,00 тис. грн. Усі витратні матеріали одноразові (серветки, рушники, простирадла) використовуватиметься тільки професійна.

Витрати на опалення, електроенергію, воду та інші комунальні послуги мають постійний характер і розраховуються за допомогою спеціального тарифу.

Надалі в залежності від подорожчання комунальних послуг витрати будуть зростати, тому ми ввели статтю витрат як інші.

Зведемо всі витрати на комунальні послуги у таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

Розрахунок витрат за комунальні послуги за місяць та за рік
функціонування студії

Статті витрат	Тариф, грн	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
1	2	3	4
Водопостачання	35,0	525,0	6300,0
Електроенергія	7,0	3500,0	42000,0
Опалення	2084,0	2084,0	25008,0
Інтернет	400,0	400,0	4800,0
Інші	515,0	515,0	6180,0
Охорона	600,0	600,0	7200,0
Усього		7624	91488

Джерело: складено автором

Таблиця 2.7 вказує на те, що місячні комунальні платежі за орендоване приміщення складають:

- Опалення: 5000 грн в міс. * 5 міс. = 25000 грн. або в середньому $25000/12 = 2084$ грн/міс.
- Вода: $15 \text{ м}^3 \times 35 \text{ грн/м}^3 = 525$ грн.
- Електроенергія: $500 \text{ кВт} \times 7 \text{ грн/кВт} = 3500$ грн.
- Інтернет: 400 грн.
- Охорона приміщення: 600 грн.
- Інші комунальні послуги: 515 грн.

Загальний обсяг комунальних платежів складе: 7624,0 грн. за місяць, або 91,5 тис. грн на рік.

Більшість бізнесменів, які починають свою справу з нуля використовують банківське кредитування як джерело коштів для відкриття компанії. В нашому випадку для відкриття бізнесу стартовий капітал складе 990 тис. грн.

Для реалізації цього проекту необхідно 990,0 тис. грн. Згідно з нашими

розрахунками ми бачимо, що необхідно скористатися банками для оформлення кредиту. Суму можна взяти в кредит в державному банку «Приватбанк». Існує можливість кредитні кошти взяти під кредитну програму «Доступні кредити 5-7-9%» (Додаток Б), за якою держава компенсує підприємцю частину кредитного навантаження. Чим більше робочих місць створюється, тим більшу компенсацію % за кредитом можна отримати. При цьому кредит дається на суму у 80% від вартості інвестиційного проекту.

В нашому випадку це: $\frac{390}{990} \times 100\% = 39,4\%$.

Подальші розрахунки здійснювалися за умови ставки в 9%. Іншим варіантом є відкриття кредитної лінії, яка дозволяє компанії брати кредитні кошти не відразу в повному розмірі, а лише стільки, скільки їх потрібно на поточний момент для покриття поточних потреб.

Розрахунок платежів по кредиту представлено у табл. 2.8

Таблиця 2.8

Розрахунок суми кредиту

Роки	Сума кредиту, тис. грн.	Річна сума погашення кредиту, тис. грн.	Відсотки по кредиту, тис. грн.	Залишок по кредиту, тис. грн.
1 рік	390	160,0	35,1	230,0
2 рік	230	160,0	20,7	170,0
3 роки	170	170,0	15,3	0
Всього	-	390,0	71,1	-

Джерело: розраховано автором

З даних табл. 2.8 видно, що буде взято кредит в першій рік на суму в 390 тис. грн.. Кредит плануємо повернути за 3 роки, при цьому буде сплачено за користування кредитом суму в 71,1 тис. грн.

Усі витрати діляться на постійні та змінні витрати. Змінні витрати – це ті витрати, які зростають при збільшенні послуг краси і зменшуються при його

скороченні, тому що матеріальні витрати зменшуються.

Підсумуємо всі постійні та змінні витрати підприємства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Постійні та змінні витрати проекту

№	Найменування витрат	Витрати за рік, грн	Питома вага, %
Постійні витрати проекту			
1	Оренда приміщення	288000,0	5,19
2	Комунальні платежі	91488,0	1,64
3	Послуги інтернету	4800,0	0,09
4	Витрати на оплату праці та ЄСВ	2474160,0	44,56
5	Плата за користування кредитом	195100,0	3,51
Всього		3053548,0	54,99
Змінні витрати проекту			
1	Матеріальні витрати	2112000,0	38,04
2	Реклама	111000,0	2,00
3	Інші витрати	276000,0	4,97
Всього		2499000,0	45,01
Разом		5552548,0	100,00

Джерело: розраховано автором

Таблиця 2.9 вказує на те, що постійні витрати складуть 3053,5 тис. грн.(55% всіх витрат) за перший рік. Оренда приміщення за рік складає 288 тис. грн.. Змінні витрати складуть 2499,0 тис. грн.(45% всіх витрат) за перший рік. В цілому поточні витрати складуть 5552,5 тис. грн. за перший рік і в подальшому будуть зростати на 5%.

Підсумуємо всі постійні та змінні витрати проекту та представимо загальну суму поточних витрат за місяць на функціонування б'юті студії за рік (табл. 2.9).

Для більш наочності використовуючи дані табл. 2.9 зобразимо діаграму поточних витрат б'юті студії на рис.2.2.

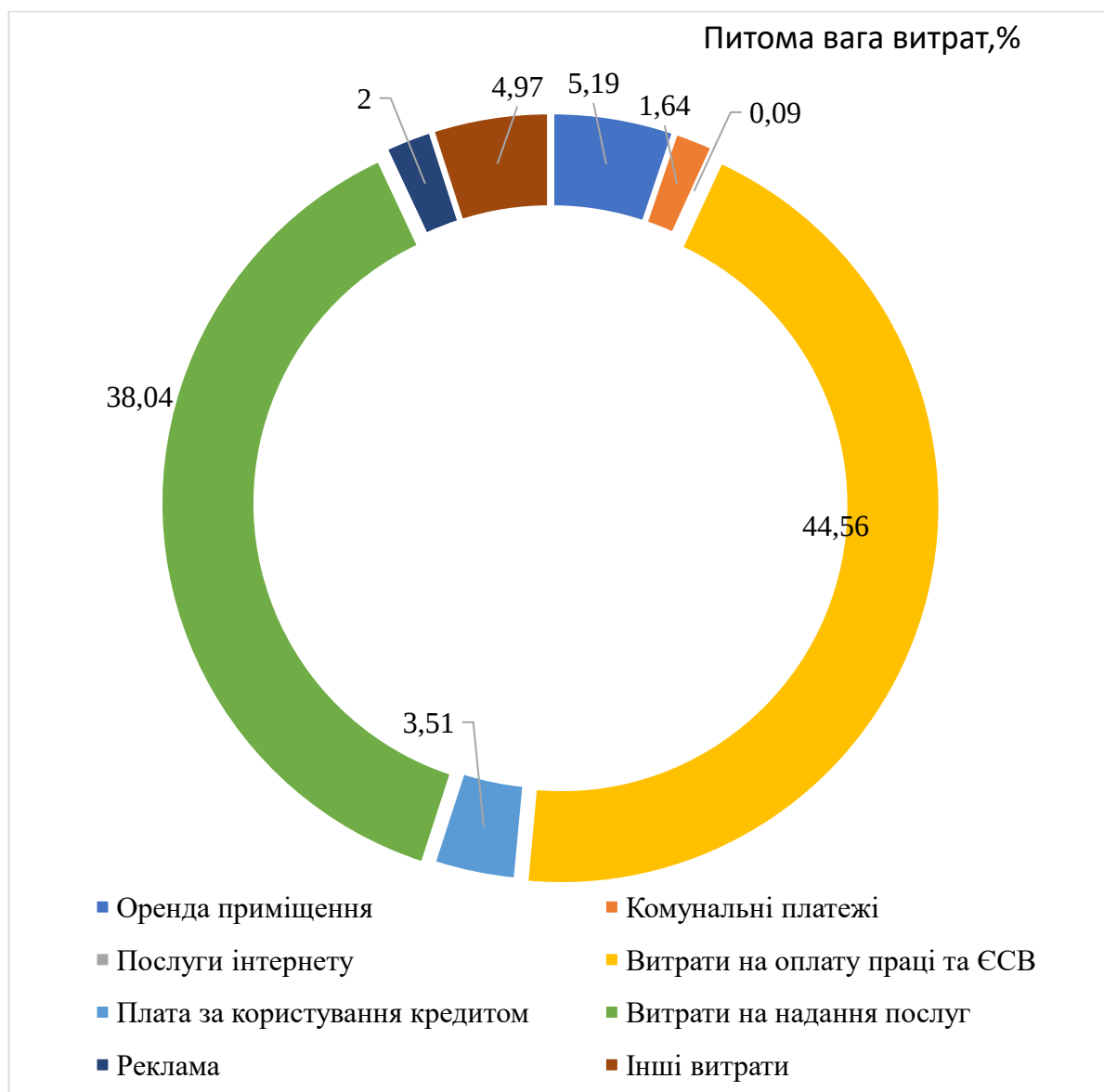


Рис.2.2. Поточні витрати на функціонування б'юті студії

Джерело: складено автором

Дані рис.2.2 дають підстави стверджувати, що найбільше необхідно на заробітну плату (44,56%) та витрат на надання послуг (38,04%).

Таким чином поточні витрати складуть 5552,5 тис. грн. за перший рік і в подальшому будуть зростати на 5%.

Отже, проведені розрахунки засвідчують можливість створення б'юті студії. Водночас ці розрахунки повинні бути підкріплені розрахунками економічної ефективності. Б'юті студія буде створена в м. Ізмаїл. Для цього буде

орендовано приміщення та закуплено обладнання на 246 тис. грн. Прогнозована чисельність працівників складе 13 осіб, а фонд заробітної плати складе 2474,16 тис. грн. в рік (з ЄСВ). Для реалізації проекту необхідний капітал в 990 тис. грн., з яких 390 тис. грн. – кредитні кошти та 600 тис. грн. – кошти суб'єкта підприємницької діяльності.

Висновки до розділу 2

Ринок послуг краси на Україні є невід'ємною частиною ринку послуг і активно розвивається.

1. Найбільш підприємств з КВЕДом «96.02 - Надання послуг перукарнями та салонами краси» в Одеській області (19%), найменше - у Волинській області (3%). Наша студія для преміум-клієнтів. Преміальні салони краси – найвищий рівень салонної справи.

2. Проаналізувавши конкурентів ми прийшли до виводу, що б'юті студія по деяких позиціях перевершує своїх основних конкурентів, а по таким, як реклама і ціна конкурентів не перевершують. Так як наша клієнтська база не сформована, ми активно просуватимемо наш сервіс за допомогою промо-акцій, промо-листівок. Для автоматизації бізнесу планується використати CRM систему.

3. Проведені розрахунки засвідчують можливість створення б'юті студії. Розрахунки повинні бути підкріплені розрахунками економічної ефективності. Б'юті студія буде створена в м. Ізмаїл. Для цього буде орендовано приміщення та закуплено обладнання на 246 тис. грн. Прогнозована чисельність працівників складе 13 осіб, а фонд заробітної плати складе 2474,16 тис. грн. в рік (з ЄСВ). Для реалізації проекту необхідний капітал в 990 тис. грн., з яких 390 тис. грн. – кредитні кошти та 600 тис. грн. – кошти суб'єкта підприємницької діяльності.

Постійні витрати складуть 3053,5 тис. грн. за перший рік. Змінні витрати складуть 2499,0 тис. грн. за перший рік. В цілому поточні витрати складуть 5552,5 тис. грн. за перший рік і в подальшому будуть зростати на 5%.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ БЬЮТІ СТУДІЇ

3.1. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проекту

Прогноз прибутку від реалізації проекту передбачає послідовне віднімання з доходів підприємства всіх його витрат, в число яких входять витрати на придбання матеріалів, зарплата основних робітників, витрати за комунальні послуги, адміністративні витрати, податки.

Асортимент послуг, які будуть надаватися студією буде наступним:

1. Послуги перукаря-стиліста;
2. Нігтьовий сервіс;
3. Послуги brow-майстра;
4. Послуги lash-майстра;
5. Макіяж;
6. Продаж косметичних засобів;
7. Косметичні ін'єкції;
8. Нанопластика.

Цінова політика студії буде орієнтуватися на аналогічні послуги в м. Одеса з урахуванням місцевої специфіки. Також необхідно провести маркетингове дослідження в м. Ізмаїл. Необхідно знайти конкурентів, тобто салони такого ж рівня. Що до салонів такого ж рівня, це салони в нашому місті - салони краси «Пространство краси» та «Королівський погляд». це салони, які надають послуги найвищого рівня. Необхідно ознайомитися з їх цінами, переліком послуг та рівнем сервісу. Слід перейняти позитивний досвід, відзначити промахи і помилки. Зафіксувати порядок цін для кожного з підрозділів студії.

Чим більша кількість салонів вдасться проаналізувати, тим краще буде прогноз ціноутворення.

План доходів від надання послуг представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

План реалізації та надання послуг

Вид послуги	Кількість, одиниць	Ціна одиниці послуг, грн.	Загальна сума за місяць, грн	Загальна сума за рік, грн.
1.Послуги перукаря-стиліста	180	500	90000	1080000
2.Нігтьовий сервіс	90	600	54000	648000
3.Послуги brow-майстра	90	900	81000	972000
4.Послуги lash-майстра	90	900	81000	972000
5.Макіяж	60	800	48000	576000
6.Продаж косметичних засобів	120	800	96000	1152000
7.Нанопластика	20	2500	50000	600000
8.Косметичні ін'єкції	20	3000	60000	720000
Усього	670		560000	6 720 000

Джерело: розраховано автором

З табл. 3.1 видно, що план послуг та продажів в місяць складе 560 тис. грн., за рік – 6720 тис. грн. При цьому в наступні роки прогнозується зростання виручки від реалізації послуг на 5% кожного року.

Розрахуємо середній чек:

$$560000:670=835,8 \text{ грн.}$$

При подальшому розрахунку прибутку врахуємо вимоги Податкового Кодексу країни, які стосуються спрощеної системи оподаткування, яку обрано для приватного підприємця, що організовує бізнес краси. ФОП перебуває на спрощеній системі оподаткування (3 група). Підприємці, які перебувають на цій групі не сплачують податок на прибуток, а сплачують 5% від загального отриманого доходу [42].

Розрахунок прибутків і збитків за проектом за перший рік роботи та на перспективу представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Розрахунок чистого прибутку б'юті студії протягом 5 років, тис. грн

Стаття	Рік				
	2024	2025	2026	2027	2028
Стартові інвестиції	990	-	-	-	-
Дохід від реалізації товарів та послуг	6720,0	7056,0	7408,8	7779,2	8168,2
Прямі витрати	2499,0	2623,9	2755,1	2892,9	3037,5
Постійні витрати	3053,5	3206,2	3366,5	3534,8	3711,5
Прибуток до виплати податку	1225,9	1225,9	1225,9	1225,9	1225,9
Єдиний податок (5% від суми доходу)	336,0	352,8	370,4	389,0	408,4
Чистий прибуток	831,5	873,1	916,8	962,5	1010,8
Грошовий потік	831,5	873,1	916,8	962,5	1010,8
Накопичений грошовий потік	831,5	1704,6	2621,3	3583,9	4594,6

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3.2 вказує, що стартова інвестиція складає 990 тис. грн. Стартові витрати (ремонт приміщення, устаткування, меблі, закупівля товарів та матеріалів та інші витрати складають 990 тис. грн.

Чистий прибуток різницею між доходу від реалізації товарів і послуг та витратами після оподаткування. В перший рік діяльності чистий прибуток складає:

$$\text{Чистий прибуток}_1 = 6720,0 - 5552,5 - 336,0 = 831,5 \text{ тис. грн.}$$

Виходячи з цього приходимо до виводу, що чистий податок у перший рік складає 831,5 грн. Аналогічно розраховуємо чистий прибуток на останні роки.

Грошовий потік є потік різницею між грошовими надходженнями та виплатами. Грошовий потік від операційної діяльності у 1 році:

$$CF = 6720,0 - 5888,5 = 831,5 \text{ тис. грн.}$$

Аналогічно розраховуємо грошовий потік на останні роки.

З даних показників видно, що функціонування б'юті студії буде

прибутковим. В подальшому обсяги чистого прибутку будуть зростати.

Таким чином, б'юті студія планує надавати такі види послуг, як послуги перукаря-стиліста, нігтьовий сервіс, послуги brow-майстра послуги lash-майстра, макіяж, продаж косметичних засобів, косметичні ін'єкції, нанопластика. Прогнозується отримання в перший рік функціонування центру доходів в розмірі 6720,0 тис. грн. Єдиний податок складає 5% від суми доходу.

Чистий прибуток складе 831,5 тис. грн. і в подальшому він буде зростати.

Аналіз ефективності інвестиційного проєкту – складний процес, що включає в себе аналіз ефективності інвестицій, терміну їх окупності, можливості реалізації проєкту, оцінки прибутковості та ризикованості проєкту, кожний з етапів якого може бути досліджений багатьма методами. Розрізняють три основні методи визначення ефективності проєктів на початкових етапах проведення технічного аналізу. Вони не враховують фактор часу або враховують його не повністю:

- порівняння витрат;
- порівняння прибутку;
- порівняння рентабельності, до якого відноситься як спеціальний випадок статистичний метод окупності.

Ефективністю називають ступінь досягнення найкращих результатів при найменших витратах та характеризується системою показників, які виражають співвідношення вигід і витрат проєкту.

Ефективність проєкту в цілому визначається для того, щоб визначити потенційну привабливість проєкту для його ймовірних учасників, а також з метою пошуку інвесторів. Для оцінки ефективності проєктів необхідно використовувати показники, які дають змогу розрахувати значення критеріїв ефективності проєктів, беручи до уваги комплексну оцінку вигід і витрат, зміну вартості грошей у часі та інші чинники. Правильне визначення обсягу початкових витрат на проєкт є запорукою якості розрахунків окупності проєкту.

В. А. Карпов у своїх роботах піше, що існують проєкти з однаковими термінами окупності, але різними термінами реалізації, вони можуть приносити

різний дохід, що затрудняє їхнє порівняння. Критерії, побудовані на теорії фінансових обчислень прийнято називати дисконтованими критеріями. До основних із них відносяться:

- чиста поточна цінність (чистий дисконтований дохід);
- індекс прибутковості;
- відношення вигоди до витрат;
- внутрішня норма прибутковості проєкту;
- дисконтований період окупності[16,106].

Одним із головних фінансових показників підприємства є кеш-фло. Ми розраховуємо кеш-фло за 5 років життя проєкту.

Основні показники ефективності інвестиційного проєкту наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Основні показники ефективності інвестиційного проєкту

Назва показника	Необхідність
1	2
Чистий дисконтований дохід (NPV)	Дає змогу отримати абсолютну величину ефекту від реалізації проєкту. Всі розрахунки проводяться на основі грошових потоків,
Внутрішня норма дохідності (IRR)	Показує верхню межу припустимого рівня дисконтної ставки, перевищення якої робить проєкт збитковим. Розрахунок IRR проводиться методом послідовних наближень величини NPV до нуля при різних ставках дисконту.
Індекс прибутковості (PI)	Дає змогу отримати відносну величину ефекту від реалізації проєкту. Якщо NPV позитивна, то $PI > 1$, якщо $PI > 1$, проєкт ефективний, якщо $PI < 1$ – неефективний.
Середня норма рентабельності (ARR, %)	Показує співвідношення між середньорічними надходженнями та початковими інвестиціями.
Період окупності (PB)	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції.
Дисконтований період окупності (BPB)	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції з урахуванням часу

Джерело: складено за даними [25,112]

Серед наведених в табл. 3.3 показників найбільш доцільними для оцінки ефективності проекту є чистий дисконтований дохід (NPV), який має бути більше 0, внутрішня норма дохідності (IRR), індекс прибутковості (PI), який має бути більше 1 та період окупності (PB), який має бути менше строку реалізації проекту (або його життєвого циклу).

Для оцінки цих показників дуже велике значення має дисконтування грошових потоків. Дисконтування грошових потоків це перерахунок майбутніх доходів на теперішню вартість грошей. Гроші можна вкладати в інші, без ризиків проекти і отримувати певний відсоток доходу від них. Саме тому використовуються певні нормативи доходів в дисконтуванні, які враховують інтереси інвесторів при визначенні доходів.

В основі будь-яких фінансових операцій лежить принцип тимчасової вартості грошей. Це поняття, яке будується на основі процесів, які з часом знецінюють вартість коштів. До таких слід віднести інфляційні процеси, складні відсотки, ризики. Будь-яка компанія, що планує інвестиції у розвиток, повинна подавати для інвестора не просто показники, які вона планує отримати, а розрахунок даних показників із врахуванням факторів, що знецінюють вартість коштів або компенсують інвесторові можливі втрати від неефективного використання капіталу.

Плюси та мінуси основних показників оцінки інвестиційної привабливості проекту:

Плюси NPV:

- простота розрахунку,
- легка інтерпретація результату,
- показує зміну добробуту інвестора.

Мінуси NPV:

- проблема визначення ставки,
- не показує термін окупності, у деяких проектах це є критично важливим.

Плюси IRR:

- по ньому можна порівнювати різні проєкти,
- дає орієнтир за граничною вартістю залучення капіталу,
- легкий розрахунок.

Мінуси IRR:

- неоднозначна інтерпретація результату, потрібні додаткові показники,
- не показує приріст акціонерного капіталу,
- якщо взяти за основу KPI, то проєкти з низьким IRR, але позитивним NPV

будуть відкидатися.

Плюси PB:

- показує термін повернення інвестицій,
- є основою для порівняння проєктів,
- легкий розрахунок.

Мінуси PB:

- не показує приріст акціонерного капіталу,
- проєкти з довгою окупністю без урахування інших показників можуть заперечуватися.

Оскільки проєкт розгортається протягом 5 років, ми не маємо твердої впевненості в тому, що він знайде ефективний спосіб вкладення зароблених грошей. Економічну ефективність проєкту розрахуємо з урахуванням ставки дисконту. Суть дисконтування - приведення вартості майбутніх грошових потоків у поточну вартість за допомогою показника, який називається ставка дисконту.

На ставку дисконту роблять вплив наступні фактори:

- рівень прибутковості інших інвестицій;
- рівень ризику даного капітального вкладення;
- джерела фінансування.

Для розрахунку дисконтованого доходу від реалізації проєкту врахуємо інфляцію, ступінь ризику та відсотки від позики в банку. Ми обрали 25-відсоткову дисконтну ставку, щоб отримати опорну точку значно вище

найкращої прогнозованої граничної ставки дисконтування. Вплив на вибір дисконтної ставки зіграв той фактор, що для реалізації даного проєкту ми скористаємося кредитними грошима, також існує ризик капітального вкладення та інфляції через воєнний стан в країні. В Україні у 2024 року прогнозують прискорення інфляції(8,6%), подальші рішення щодо облікової ставки залежатимуть від динаміки інфляції, стану валютного ринку, надходжень міжнародної допомоги та безпеки.

В табл. 3.4 представлено загальний дисконтований потік від реалізації проєкту створення б'юті студії.

Таблиця 3.4

Загальний дисконтований дохід від реалізації проєкту створення б'юті студії,
тис. грн.

Показник	2024	2025	2026	2027	2028	Разом
Стартові інвестиції	990	-	-	-	-	-
Витрати	5888,5	6182,9	6492,0	6816,7	7157,5	32537,6
Коефіцієнт дисконтування	0,80	0,64	0,51	0,41	0,33	
Дисконтовані витрати	4710,8	3957,06	3323,9	2792,12	2345,37	17129,25
Дохід	6720,0	7056,0	7408,8	7779,2	8168,2	37132,2
Дисконтований дохід	5376,0	4515,8	3793,3	3186,4	2676,6	19548,06
Чистий дохід	831,5	873,1	916,8	962,5	1010,7	4594,6
Чистий дисконтований дохід	665,2	558,78	469,35	394,28	331,19	2418,8
Залишки покриття витрат	-324,8	233,98	703,38	1097,63	1428,81	

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3.2 показує, якщо інвестиції в проєкт складає 990 тис. грн., та дисконтна ставка 25 %, то дисконтований дохід за 5 років складає 19548,06 тис. грн.

Коефіцієнт дисконтування розраховується за формулою:

$$k_{д=1/(1+i)^n}, \quad (3.1)$$

де i – ставка дисконтування, n – номер періоду/

Чистий дисконтований дохід:

$$1 \text{ рік} = 831,5 / (1 + 0,25)^1 = 665,2 \text{ тис. грн.}$$

$$2 \text{ рік} = 873,1 / (1 + 0,25)^2 = 558,78 \text{ тис. грн.}$$

$$3 \text{ рік} = 916,8 / (1 + 0,25)^3 = 469,35 \text{ тис. грн.}$$

$$4 \text{ рік} = 962,5 / (1 + 0,25)^4 = 394,28 \text{ тис. грн.}$$

$$5 \text{ рік} = 1010,7 / (1 + 0,25)^5 = 331,19 \text{ тис. грн.}$$

Показники економічної ефективності проекту зведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Показники економічної ефективності проекту

№	Показник	2024	2025	2026	2027	2028
1	Грошовий потік	831,5	873,1	916,7	962,6	1010,7
3	NPV, тис. грн.	1428,8				
4	Індекс прибутковості, %	144				
5	Внутрішня норма дохідності, %	84				
6	Термін окупності, років	1,5				

Джерело: розраховано автором

У таблиці 3.5 зведені усі показники економічної ефективності проекту. Початкові інвестиції складають 990 тис. грн. які використовували на капітальні та інші стартові витрати. Грошовий потік на 5 рік існування проекту складає 4594,6 тис. грн.. Чистий дисконтований дохід складає 1428,8 тис. грн. Індекс прибутковості показує, що кожна гривня приносить 1,44 грн. Період окупності проекту складає 1,5 років.

Для розрахунків використовувалися наступні формули, де:

Чистий дисконтований дохід (NPV) за формулою:

$$NPV = \sum_{k=1}^T \frac{\Pi_k}{(1+i)^k} - K, \quad (3.2)$$

де $\sum_{k=1}^T \frac{\Pi_k}{(1+i)^k}$ - дисконтований дохід;

K – інвестиції.

Проект варто прийняти при $NPV > 0$

В нашому випадку NPV складе:

$$NPV = -990 + \frac{831,5}{(1+0,25)} + \frac{873,1}{(1+0,25)^2} + \frac{916,8}{(1+0,25)^3} + \frac{962,5}{(1+0,25)^4} + \frac{1010,7}{(1+0,25)^5} =$$

$$= 2418,8 - 990,0 = 1428,8 \text{ тис. грн.}$$

Чим нижче строк окупності, тим більш ефективним є проєкт.

Термін окупності розраховується за такою формулою:

$$PB = \frac{K}{R}, \quad (3.3)$$

де K- розмір початкових інвестицій;

R- щорічний чистий прибуток.

У нашому випадку проєктні прибутки розподілені нерівномірно за роками, тому для розрахування терміну окупності розрахунок провадиться поступово: для кожного інтервалу планування із загального обсягу початкових витрат відраховується сума чистого прибутку, до того моменту поки залишок не стане негативним:

$$PB = \frac{324,8}{558,8} + 1 = 1,58 \text{ місяців}$$

Вкладені кошти окупляться через 1,5 роки.

Розрахунок терміну окупності проєкту за місяцями зведені до таблиці в Додатку Б. На підставі якої можна зробити висновок, що на 18 місяці реалізації нашого проєкту грошовий потік складає -10 тис грн., а на 18 місяці проєкт окупається і виходимо на дохід 30 тис. грн.

Індекс доходності (PI) розраховується за формулою:

$$PI = \frac{\sum_{k=1}^T \frac{\Pi_k}{(1+i)^k}}{K} \times 100\% = \frac{1428,8}{990,0} \times 100\% = 144\% \quad (3.4)$$

де K-початкові інвестиції

Проект приймається при $PI > 1$.

З цього розрахунку видно, що проєкт є привабливим і вкладення коштів у цей проєкт збільшить їхню вартість у 1,44 рази.

Під внутрішньою нормою прибутку інвестиції розуміють значення коефіцієнта дисконтування r , при якому NPV проєкту дорівнює нулю:

$$\sum_{k=1}^T \frac{\Pi_k}{(1+i)^k} = 0 \quad (3.5)$$

$$NPV = -990 + \frac{831,5}{1+r} + \frac{873,1}{(1+r)^2} + \frac{916,7}{(1+r)^3} + \frac{926,6}{(1+r)^4} + \frac{1010,7}{(1+r)^5} = 0$$

Це рівняння неможливо вирішити, тому нам потрібно вирішувати методом спроб. Здійснено розрахунки IRR, результати яких (криву ефективності проєкту) представлено на рис. 3.1. Необхідно підібрати два значення, одне з яких дає позитивне значення NPV, а друге - негативне. Зазначимо, що проєкт буде ефективним за умови допоки ставка дисконтування не зростає в межах приблизно 85% (розраховано методом підбору за допомогою EXCEL та зведені в таблиці 3.6).

Таблиця 3.6

Розрахунки ефективності проєкту

NPV	3604,6	2461,25	1710,14	1192,75	821,97	547,24	337,82	174,26	43,8	- 62,17	- 149,63
Ставка дисконтування	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3.6 показує, що при $i_1 = 80\%$ $NPV = 43,8$, при $i_2 = 90\%$, $NPV = -62,17$.

Визначення IRR проводиться за допомогою такої формули:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV i_1 (i_2 - i_1)}{NPV_1 - NPV_2}, \quad (3.6)$$

де i_1 – це ставка, при якій $NPV i_1 > 0$; 105,97

де i_2 – це ставка, при якій $NPV i_2 < 0$;

Отже, при $i_1 = 80\%$, $NPVi_1 = 43,8 > 0$, при $i_2 = 90\%$, $NPVi_2 = -62,17 < 0$.

Підставляємо отриманні дані в формулу (3.6) та визначаємо IRR:

$$IRR = 80 + \frac{43,8 \times (90 - 80)}{43,8 - (-62,17)} = 84,1\%$$

Отже, внутрішня норма дохідності $IRR = 0,84$, або при ставці 84% сумарні дисконтовані вигоди дорівнюють сумарним дисконтованим витратам.

Тобто IRR є ставкою дисконту, при якій NPV проекту дорівнює нулю.

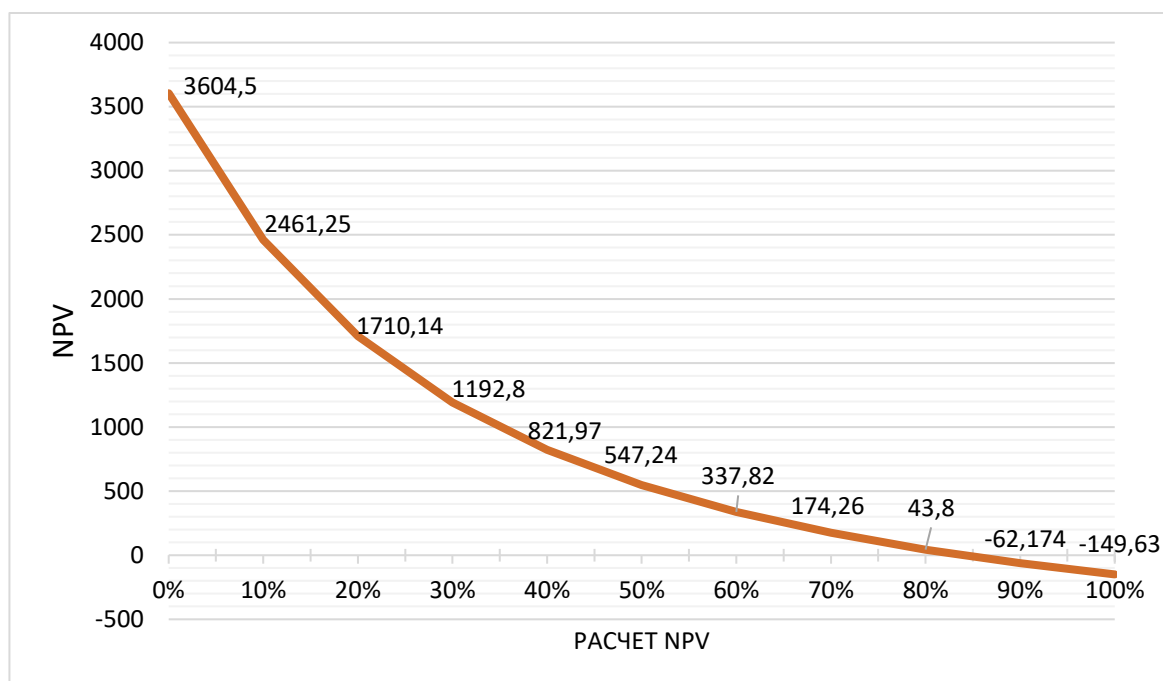


Рис. 3.1. Крива ефективності проекту

Джерело: складено автором

IRR (84%) більше заданої норми дисконту (25,0 %), отже, проект ефективний.

Коефіцієнт рентабельності (ARR) – розраховується як відношення середньорічного чистого грошового потоку до інвестиційних витрат:

$$ARR = \frac{\sum_{t=1}^n \text{ЧГП}/n}{K} \times 100\%, \quad (3.7)$$

де n – кількість років, на протязі яких реалізується проект.

Використання цього показника дозволяє розрахувати прибутковість.

$$ARR = \frac{(831,5 + 873,1 + 916,8 + 926,5 + 1010,7)/5}{990} \times 100\% = 93\%$$

Можна зробити висновок, що річний процент доходу від інвестицій

складає 93%. Але ARR не враховує рівень ризику, пов'язаного з інвестиціями, не враховує зміну вартості грошей у часі, тому його найчастіше використовують у комбінації з іншими методами оцінки ефективності інвестицій.

Узагальнення результатів оцінки представлено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Оцінка ефективності проєкту створення б'юті студії

Показник ефективності інвестиційного проєкту	Одиниця виміру	Величина ефективності
NPV	Тис. грн.	1428,8
PI	%	144
IRR	%	84
PB	Років	1,5
ARR	%	93

Джерело: розраховано автором

З даних табл. 3.5 видно, що розрахований чистий дисконтований дохід складає 1428,8 тис. грн., що вище нуля, індекс прибутковості складає 144 %, що вище 1, період окупності складає 1,5 років, що менше життєвого циклу в 5 років, а норма внутрішньої доходності свідчить про досить значну фінансову міцність проєкту. Усі ці показники відповідають нормативним, а значить проєкт може бути рекомендовано до реалізації.

Таким чином, проведений аналіз ефективності запропонованого проєкту створення б'юті студії засвідчив, що обрані критерії ефективності відповідають нормативним значенням (чистий дисконтований дохід вище 0, внутрішня норма доходності свідчить про суттєвий запас фінансової міцності, індекс прибутковості перевищує 1, період окупності складає 1,5 роки), а значить проєкт може бути рекомендований до реалізації.

3.2. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Студія краси, як і будь-який інший вид бізнесу, схильна до різних ризиків. Щоб зберегти стабільність у бізнесі, потрібна грамотна побудована система управління ризиками. Для оцінки всіх ризиків, пов'язаних з реалізацією проекту, проводиться детальний аналіз усіх зовнішніх і внутрішніх факторів.

Специфіка бізнесу студії обумовлює можливість виникнення наступних зовнішніх ризиків:

1) Підвищення сировинної собівартості. Послуги студій краси безпосередньо залежить від матеріалів та інструментів, що закуповуються у виробників.

2) Зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик.

3) вихід на ринок нових гравців / посилення конкуренції. Існують різні установи, які надають окремі послуги краси. Серед них – як великі, розкручені підприємства, які можуть направити свої зусилля на розширення послуг чи зниження цін на них, що загрожує не тільки втратою частини потенційних клієнтів, але навіть витісненням з ринку;

4) підвищення вартості оренди приміщення, яка спричинить збільшення постійних витрат і може позначитися на фінансовому стані;

5) зниження платоспроможного попиту. Падінні доходів населення та погіршення економічної ситуації, існує ймовірність відмови від послуг студії. Повністю уникнути цей ризик неможливо в силу специфіки послуг, що надаються;

6) зміни в законодавстві, що може спричинити ускладнення бізнес-процесів. Управлінню цей ризик не піддається. Тому необхідно враховувати його і формувати бюджет на випадок настання подібних ризиків.

До внутрішніх ризиків слід віднести:

1) відповідальність за здоров'я і безпеку. Наявність неприємного інциденту може суттєво вдарити по діловій репутації закладу та спричинити суттєві проблеми. Тому щоб уникнути подібних ситуацій необхідно проводити

ретельний інструктаж як для працівників компанії, так і для споживачів;

2) невиконання запланованого обсягу продажів. Знизити цей ризик можливо при ефективній рекламній кампанії і грамотної маркетингової політики, яка передбачає проведення різних акцій і бонусів;

3) нестача кваліфікованих фахівців. Нівелювати цей ризик дозволить моніторинг співробітників, ретельний відбір співробітників і вигідні умови роботи, здатні залучити якісний персонал;

4) зниження репутації установи в колі цільової аудиторії при помилках в управлінні або зниженні якості послуг. Нівелювати ризик можливо при постійному контролі якості послуг, отриманні зворотного зв'язку від клієнтів установи та проведенні коригувальних заходів.

Узагальнені дані по аналізу ризикової складової проекту наведені в табл. 3.8. Завдяки кількісній оцінці ризиків, представлених в табл. 3.8 можна встановити, на чому слід зосередити увагу і які заходи передбачити, щоб мінімізувати втрати.

Таблиця 3.8

Кількісний аналіз ризиків створення та функціонування
бьюті студії

Найменування ризику	Ймовірність настання події (0-1)	Значимість ризику для діяльності підприємства (0-10)	Оцінка ризику
1	2	3	4
Підвищення сировинної собівартості	0,5	6	3,0
Зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик	0,8	9	7,3
Помилки персоналу	0,4	6	2,4
Падіння попиту на послуги краси внаслідок погіршення економічної ситуації	0,7	9	6,3
Вихід на ринок нових гравців / посилення конкуренції	0,6	6	3,6

Продовження табл.3.8

1	2	3	4
Підвищення вартості оренди приміщення	0,3	3	0,9
Зміни в законодавстві	0,8	7	5,6
Відповідальність за безпеку	0,8	9	7,2
Не виконання планів продажу	0,6	6	3,6
Нестача кадрів	0,9	10	9,0
Зниження репутації	0,9	8	7,2

Джерело: складено автором

В першу чергу слід звернути увагу на зміну модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик, ризику зниження репутації створюваного закладу, ризику нестачі кадрів які напряду будуть впливати на якість обслуговування та виконання плану обслуговування потенційних та існуючих клієнтів. Зведений аналіз і заходи щодо усунення ризиків наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Ризики, пов'язані з реалізацією проекту

Ризик	Імовірність	Рівень впливу	Заходи щодо зниження ризику
Підвищення сировинної собівартості	Середня	Середня	1.Підвищення ціни одних постачальників може компенсуватися зміною партнерів та переходом на іншу косметичну марку
Зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик	Середня	Висока	1. Необхідність закупівлі нових матеріалів, інструментів, залучення дорожчих фахівців. 2. Участь у виставках, форумах, майстер-класах. Це дозволить працювати над побудовою іміджу салону.
Помилки персоналу	Середня	Висока	1. Проведення постійного моніторингу якості послуг 2. Отримання зворотного зв'язку від клієнтів 3. Періодичне підвищення кваліфікації персоналу

Продовження табл. 3.9

1	2	3	4
Падіння попиту на послуги внаслідок погіршення економічної ситуації	Низька	Середня	1. Підвищення активності обробки ринку відділом продажів 2. Зниження витрат за рахунок передачі ряду бізнес-процесів на аутсорсинг 3. Проведення знижкових акцій 4. Формування програм лояльності
Вихід на ринок нових гравців / посилення конкуренції	Середня	Низька	1. Формування пулу лояльних клієнтів 2. Введення нових послуг 3. Наявність унікальних пропозицій. 4. Постійний моніторинг ринку 5. Наявність програми лояльності клієнтів
Підвищення вартості оренди приміщення	Середня	Низька	1. Укладення договору довгострокової оренди
Зміни в законодавстві	Висока	Низька	Зниженню не піддається, але в цьому випадку необхідно диверсифікувати напрямки бізнесу
Відповідальність за безпеку	Середня	Середня	1. Ретельний інструктаж 2. Високий рівень контролю
Не виконання планів продажу	Середня	Середня	1. Рекламна компанія 2. Грамотна маркетингова політика
Нестача кадрів	Середня	Середня	1. Моніторинг ринку праці 2. Створення вигідних умов праці
Зниження репутації	Середня	Висока	1. Постійний контроль якості послуг 2. Отримання зворотного зв'язку з клієнтами

Джерело: складено автором

Проведений аналіз та оцінка ризиків створюваного салону дозволив серед них виокремити наступні: підвищення сировинної собівартості, зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик, вихід зі строю

обладнання, помилки виробничого персоналу, падіння попиту на послуги краси внаслідок погіршення економічної ситуації, посилення конкуренції, підвищення вартості оренди приміщення, зміни в законодавстві, відповідальність за безпеку, не виконання планів продажу, нестача кадрів, зниження репутації.

Для боротьби з цими ризиками розроблено комплекс заходів по кожному виду ризику: зміною партнерів та переходом на іншу косметичну марку, участь у виставках, форумах, майстер-класах, моніторинг ринку праці, рекламна компанія, створення вигідних умов праці тощо. Отже, грамотний аналіз причин чи чинників всіх видів ризику може дозволити не тільки врятувати бізнес від банкрутства, а й оптимізувати його діяльність для того щоб отримувати запланований дохід.

Висновки до розділу 3

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що:

1.Бьюті студія планує надавати такі види послуг, як послуги перукаря-стиліста, нігтьовий сервіс, послуги brow-майстра, послуги lash-майстра, макіяж, продаж косметичних засобів, косметичні ін'єкції, нанопластика.

Прогнозується отримання в перший рік функціонування центру доходів в розмірі 6720,0 тис. грн. При цьому чистий прибуток складе 831,5 тис. грн. і в подальшому він буде зростати. Початкові інвестиції складають 990 тис. грн. які використовували на капітальні та інші стартові витрати. Грошовий потік на 5 рік існування проекту складає 4594,6 тис. грн.. Чистий дисконтований дохід складає 1428,8 тис. грн. Індекс прибутковості показує, що кожна гривня приносить 1,44 грн. Період окупності проекту складає 1,5 років.

Проведений аналіз ефективності запропонованого проекту створення бьюті-студії засвідчив, що обрані критерії ефективності відповідають нормативним значенням (чистий дисконтований дохід вище 0, внутрішня норма дохідності свідчить про суттєвий запас фінансової міцності, індекс прибутковості перевищує 1, період окупності складає 1,5 роки), а значить проект

може бути рекомендований до реалізації.

2. Надання послуг краси є досить ризикованим бізнесом. Проведений аналіз та оцінка ризиків створюваного студії дозволив серед них виокремити наступні підвищення сировинної собівартості, зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик, вихід зі строю обладнання, помилки виробничого персоналу, падіння попиту на послуги краси внаслідок погіршення економічної ситуації, посилення конкуренції, підвищення вартості оренди приміщення, зміни в законодавстві, відповідальність за безпеку, не виконання планів продажу, нестача кадрів, зниження репутації. Для боротьби з цими ризиками розроблено комплекс заходів по кожному виду ризику: для підвищення кваліфікації участь у виставках, форумах, майстер-класах, проведення постійного моніторингу якості послуг, отримання зворотного зв'язку від клієнтів, періодичне підвищення кваліфікації персоналу.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджуються теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері послуг краси.

На підставі результатів проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Ринок бізнесу краси - швидко зростаючий і має великий потенціал зростання. Тому організація нашої б'юті студії матиме великі перспективи.

1. Актуальність бізнес-ідеї б'юті студії у м. Ізмаїл полягає у тому, що у Південно-Західному районі м. Ізмаїл немає студії, в якій був би такий великий перелік послуг, як у нас. Причому наша студія розрахована на преміум-клієнтів, які не бажають у пошуках студій нашого плану їздити в інші райони та витратити свій час у пробках.

2. Для здійснення підприємницької діяльності необхідно пройти процедуру державної реєстрації та отримати ліцензії та сертифікати. Було визначено основні умови та вимоги, які встановлені законодавством щодо створення б'юті студії в м. Ізмаїл. Для цього визначено КВЕД: 96.02 «Послуги перукарень і салонів краси», КВЕД 47.75 «Роздрібна торгівля косметичними товарами та туалетними приналежностями в спеціалізованих магазинах», КВЕД 86.90 «Інша діяльність у сфері охорони здоров'я», оскільки будемо надавати послуги косметолога. Також визначено документи, які необхідні для започаткування бізнесу.

3. Проведений аналіз дозволив пересвідчитися у необхідності для б'юті студії обрання організаційно-правової форми власності у вигляді ФОП. При виборі системи оподаткування було обрано спрощену систему без ПДВ на 3 групі. Оформлення ФОП 3 групи дозволяє підприємцю бути самозайнятим, наймати працівників без обмежень, ліміт доходу складає 8 285 700 грн на рік.

4. У зв'язку з тим, що салонний бізнес є ринком чистої конкуренції, кожне новостворене підприємство пропонує все більше нових послуг на високому рівні. Основні фактори, що забезпечують конкурентоспроможність салонного бізнесу - якість послуг, імідж компанії, бачення цілей та місії організації, ефективна маркетингова політика підприємства, наявність фінансових ресурсів та

ефективність управління. Бізнес буде націлений на надання послуг краси, які будуть включати: послуги перукаря-стиліста, нігтьовий сервіс, послуги brow-майстра, послуги lash-майстра, макіяж, продаж косметичних засобів, косметичні ін'єкції та нанопластика.

5. Студія буде розташована у Південно-Західному районі м. Ізмаїл. У цьому районі декілька салонів краси, але немає студії, в якій був би такий великий перелік послуг, як у нас. Причому наша студія розрахована на преміум-клієнтів, які не бажають у пошуках студій нашого плану їздити в інші райони та витратити свій час у пробках. SWOT-аналіз дозволив виявити сильні та слабкі сторони студії краси та його конкурентів.

6. Бьюті студія буде створена в м. Ізмаїл. Для цього буде орендовано приміщення та закуплено обладнання на 319 тис. грн. Прогнозована чисельність працівників складе 13 осіб, а фонд заробітної плати складе 2 460,54 тис. грн. в рік (з ЄСВ). Для реалізації проекту необхідний капітал в 990 тис. грн., з яких 390 тис. грн. – кредитні кошти та 690 тис. грн. – кошти суб'єкта підприємницької діяльності. Кредитні кошти планується взяти під кредитну програму «Доступні кредити 5-7-9%».

7. Прогнозується отримання в перший рік функціонування центру доходів в розмірі 6720,0 тис. грн. При цьому чистий прибуток складе 831,5 тис. грн. і в подальшому він буде зростати.

8. Розраховані та показники ефективності проекту знаходяться в межах норми, що свідчить про доцільність проекту створення бьюті студії. Період окупності проекту складає 1,6 місяців. Чиста поточна вартість (NPV) на другій рік функціонування бьюті студії є позитивною, отже інвестиційний проект є вигідним. Індекс прибутковості складає 144 %. Індекс прибутковості показує, що кожна гривня приносить 1,44 грн.

9. Проведений аналіз та оцінка ризиків створюваного салону дозволив серед них виокремити наступні: підвищення сировинної собівартості, зміна модних трендів, поява нових технологій та косметичних методик, вихід зі строю

обладнання, помилки виробничого персоналу, падіння попиту на послуги краси внаслідок погіршення економічної ситуації, посилення конкуренції, підвищення вартості оренди приміщення, зміни в законодавстві, відповідальність за безпеку, не виконання планів продажу, нестача кадрів, зниження репутації. Для мінімізації ризиків розроблено комплекс заходів по кожному виду ризику: для підвищення кваліфікації персоналу участь у виставках, форумах, майстер-класах, проведення постійного моніторингу якості послуг, отримання зворотного зв'язку від клієнтів.

Розрахунок чистого прибутку є прогнозним, тому у разі зменшення або збільшення прогнозованих обсягів продажу відбудуться зміни показника прибутку в той чи інший бік. Наскільки ефективним буде бізнес і якими будуть доходи підприємця, покаже час.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вавілов В. Посібник для директорів та власників салонів краси. Київ : Саммит-Книга, 2021. 168 с.
2. Воронін С. Салон краси: від бізнес-плану до реального прибутку. ООО «Издательство АСТ», 2019. 350 с.
3. Вибір організаційно-правової форми ведення бізнесу. URL: <https://abal.com.ua/vybor-organizatsionno-pravovoj-formy-vedeniya-biznesa.html> (дата звернення 23.03.2024 р.).
4. Гончаренко Н. Мій салон краси. URL: <https://ua.salonmarketing.pro/blog/vygodno-li-otkryvat-salon-krasoty.html> (дата звернення 23.03.2024 р.).
5. Гончаренко Н. "Ми відкрились!". К.:Фамільна друкарня Huss, 2020. 240 с.
6. Горбаченко С. А., Карпов В. А. Аналіз підприємницьких проєктів: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2013. 241 с.
7. П. Гринішин. Б'юті-бізнес від А до Я. Практичні поради власникам та директорам салонів краси. URL: <https://gobeauty.space/blog/article/Biznes-vid-A-do-Ya.-Praktichni-poradi-vlasnikam-i-direktoram-saloniv-krasi> (дата звернення 23.03.2024 р.).
8. Господарський кодекс: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18, 19-20, 21-22. Ст. 356.
9. Групи єдиного податку для ФОП у 2021 році. URL: <https://journal.ostapp.com.ua/uk/articles/post/gruppy-edinogo-naloga-dla-flp> (дата звернення 23.03.2024 р.).
10. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
11. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / за заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. Київ: ФОП Гуляєва В.М, 2019. 320 с.
12. Жарова Л.В., Хлобистов Є.В.. Інформаційні технології як інструмент реалізації Цілей сталого розвитку на місцевому рівні. URL:

- https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_49/Liubov_V_Zharova_Ievgen_V_KhlobystovInformational_Technologies_as_a_Tool_for_Local_Level_Sustainable_Development_Goals_Im.pdf (дата звернення 23.03.2024 р.).
13. Жук Г. Спрощена система оподаткування. Вісник офіційно про податки. 2019. №1-2. С. 23-28.
 14. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. Ст.158.
 15. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навч. посіб. Київ: Знання, КОО, 2003. 284 с.
 16. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 242 с.
 17. КВЕД-2010. URL: <http://kved.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 23.03.2024 р.).
 18. Комарницький І. Ф., Терлецька Ю. О. Антикризове управління підприємством : теорія та практика : навч. посіб. 3-є вид., без змін. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2020. 248 с.
 19. Ковалев А. И. Путеводитель начинающего предпринимателя. Одесса: Атлант, 2018. 100 с.
 20. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII. Відомості Верховної Ради України. 1971. № 50. Ст. 375.
 21. Кодекс цивільного захисту України від 02.10.2012 № 5403-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 34-35. Ст.458.
 22. Ламанова О. Просто та цікаво про успішний салонний бізнес. Видавництво Олена Ламанова, 2018. 95 с.
 23. Магазин професійних інструментів для перукарень, салонів краси і для дому. URL:<https://shinestyle.com.ua/ua/>(дата звернення 23.03.2024 р.).
 24. Мамотенко Д.Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів. https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/166.pdf. (дата звернення 23.03.2024 р.).
 25. Микитюк П. П. Основні критерії оцінки ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/1/Mykytyuk_PP_Osn

- [kryter_ots_efekt_inv-innov_proektiv_2013.pdf](#). (дата звернення 23.03.2024 р.).
26. Особливості роботи працівників перукарень та салонів краси. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/13145/1/162_Fewur_380-383_69.pdf (дата звернення 23.03.2024 р.).
 27. Особливості системи оплати праці в перукарнях та салонах краси URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/SocGum/Tiru/2010_30_2/Lukash.pdf (дата звернення 23.03.2024 р.).
 28. Пашута М. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. Персонал. 2020. № 10. С. 66-74.
 29. Податковий кодекс: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 13-17. Ст. 112.
 30. Порядок та процедура реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) у 2019 році. URL: <https://legalaid.ua/ua/article/rejestratsiya-fop> (дата звернення 23.04.2024 р.).
 31. Правила пожежної безпеки в Україні: Затверджено наказом Міністерства внутрішніх справ №1417 від 30.12.2014 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252-15#n8> (дата звернення 15.03.2024 р.).
 32. Pro-consulting. Аналітика ринків. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/biznes-plan/Biznes-plan-salona-krasoty> (дата звернення 15.02.2024 р.).
 33. Приватний підприємець (ФОП) та приватне підприємство (ПП): спільне та відмінне. URL: <https://justicon.ua/ua/blog/expert/castnyj-predprinimatel-flp-i-castnoe-predpriatie-cp-v-cem-raznica-i-kakie-osobennosti-registracii-i-vedenia-deatelnosti.html>. (дата звернення 15.03.2024 р.).
 34. Приватбанк. <https://privatbank.ua/news/2023/3/15/1894> (дата звернення 15.03.2024 р.).
 35. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 31-32. Ст. 263.
 36. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. №1023-XII. *Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР)*. 1991. № 30. Ст. 379.

37. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 49. Ст. 668.
38. Сторожук В.В. Аналіз конкурентів салону краси. URL: <https://salonmarketing.pro/blog/analiz-konkurentovsalona-krasoty.html> (дата звернення 23.03.2024).
39. Теміргалієва О. Створюю свій гарний бізнес. Як відкрити салон краси, привабити клієнтів. Бомбора, 2023. 256 с.
40. Технічні регламенти. URL: http://csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=68&lang=uk. (дата звернення 10.03.2024).
41. Хайновська О. Успішний бізнес в красі. URL: <https://duso.ua/product/uspeshnyibiznes-v-krasote.html> (дата звернення 23.03.2024).
42. Цивільний кодекс: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40-44. Ст.356.
43. Чорна Л. О. Системний підхід до розробки бізнес-плану інвестиційного проекту. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2010/3.pdf (дата звернення 23.03.2024).
44. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. перероб. і доп. Київ : Вид-во Ліра-К, 2020. 596 с.

Додаток А

Умови кредитування за програмою «Доступні кредити 5-7-9%»

Вид кредиту	Невідновлювана кредитна лінія	Відновлювана кредитна лінія
Строк дії лінії (транша)	До 5 років	До 3 років. Обіговість траншів – 90/180/270 (для аграріїв) днів
Сума лінії	Від 100 000 до 50 000 000 грн*	
Сума кредиту	До 80% від вартості інвестиційного проєкту	До 25% вартості інвестиційного проєкту, що фінансується кредитними коштами, – на витрати, що є невід'ємною частиною реалізації такого проєкту**
Ставка	• 7% або 9% річних – у першому кварталі (залежить від суми отриманого доходу на групу за останній звітний рік). • Від 5% до 9% річних – з наступного кварталу (залежить від кількості нових робочих місць, переглядається щокварталу)	
Спосіб видачі	Траншами на рахунок постачальника з контролем відповідності цільовому використанню	Траншами на рахунок позичальника з контролем відповідності цільовому використанню
Графік	Рівними частинами або адаптований (відстрочення сплати тіла кредиту для аграріїв – до 6 міс., погашення % – щомісяця 1-го числа).	Обіговість траншів – 90/180/270 днів (для аграріїв). Погашення % – щомісяця 1-го числа
Забезпечення	Нерухомість/автотранспорт/СГТ/обладнання + порука від фізичної особи – власника бізнесу (для юридичних осіб)	Нерухомість/автотранспорт/СГТ/обладнання + порука від фізичної особи – власника бізнесу (для юридичних осіб)
Комісія	1%/1,5% (разова під час видачі кредиту) – для наявного бізнесу/стартапів	
Гарантування основного боргу від держави	Для стартапів	
Обов'язкові умови	Для стартапів: наявність якісного бізнес-плану (пройти навчання можна за програмою (sme.gov.ua/579start))	

Джерело: складено за даними[34]

Додаток Б

Розрахунок ефективності проекту

Період (місяць)	Інвестиції, тис. грн.	Дохід, тис. грн.	Витрати, тис. грн.	Прибуток, тис. грн	Грошовий потік, тис. грн.
0	-990,0				
1		450	320	130	-860
2		510	490	20	-840
3		570	490	80	-760
4		550	490	60	-700
5		530	490	40	-660
6		530	490	40	-620
7		570	490	80	-540
8		580	490	90	-450
9		540	490	50	-400
10		570	490	80	-320
11		550	500	50	-270
12		600	520	80	-190
13		580	520	60	-130
14		540	500	40	-90
15		550	500	50	-40
16		540	520	20	-20
17		530	520	10	-10
18		540	500	40	30

Джерело: розраховано автором