**I ЭТАП «ИДЕЯ БИЗНЕСА»**

**Задачи этапа:**

* провести анализ конкретного рынка, на котором группа собирается работать;
* проанализировать целевую аудиторию;
* провести предварительную оценку идеи бизнеса;
* оценить реальное исполнение данной идеи;
* определить график выполнения модельного предприятия.

**Краткая характеристика проекта** (вид продукции (работ, услуг), который инициатор проекта собирается производить, основные конкурентные преимущества продукта; целевая аудитория продукта; общий объем инвестиций в проект)

Целью проекта является создание в г.Новоалтайске салона красоты для оказания парикмахерских, косметических услуг, а так же услуг солярия, массажного кабинета, маникюр и педикюр, наращивание ногтей, волос и ресниц. Целевой аудиторией будут являться как женщины. Так и мужчины любого достатка и любого возраста. Для оказания данных услуг проект предусматривает создание салона красоты, который будет пользоваться спросом в г.Новоалтайске, так как там ещё нет предприятия оказывающего такой широкий спектр услуг.

**Характер отрасли и прогноз ее развития** (Характеристика отрасли, ее специфика; тенденции развития в целом по стране и по регионам, в которых предполагается производство и реализация продукта. Оценка влияния факторов макро- и микросреды на деятельность предприятия. Отличительные особенности планируемого производства, основные преимущества)

В настоящее время услуги салонов красоты востребованы как никогда. Маникюр, стрижка, чистка лица стали неотъемлемой частью жизни большинства людей. В г.Новоалтайске конечно существуют салоны красоты, но не один из них не предоставляет все услуги в одном месте. Допустим чтобы сходить в солярий и нарастить ногти нужно ехать в один, а затем в другой салон. Жители нашей страны никогда не перестанут уделять внимание своему внешнему виду. Именно поэтому открытие салона красоты это, безусловно, успешная идея для старта своего бизнеса.

**График осуществления проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид работ** | **Время осуществления работ** |
| 16-20 | 23-27 | 30-4 | 7-11 | 14-18 | 21-31 |  |  |  |
| Обоснование идеи | + |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выбор правовой формы | + |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выбор организационной структуры |  | + |  |  |  |  |  |  |  |
| Обоснование производственного плана |  |  | + |  |  |  |  |  |  |
| Маркетинговый план |  |  |  | + |  |  |  |  |  |
| Финансовый план |  |  |  |  | + |  |  |  |  |
| Защита проекта |  |  |  |  |  | + |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**II ЭТАП «ВИД И ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Задачи этапа:**

* выбрать и обосновать организационно-правовую форму предприятия;
* подготовить необходимые документы для осуществления государственной регистрации предприятия;
* описать процедуру государственной регистрации предприятия.

ООО «Дольче Вита» («Dolce Vita»). Юридический адрес: г.Новоалтайск ул.Октябрьская 23а. Фактический адрес: г.Новоалтайск ул.Октябрьская 23а.

Телефон: 8-38532-46-1-49

Для регистрации выбранной формы предпринимательской деятельности необходимы следующие документы:

* устав;
* договор об учреждении(если учредителей 2 или более);
* протокол Собрания учредителей(если учредителей 2 или более) или решение об учреждении учредителя(если учредитель один);
* заявление на государственную регистрацию(форма Р11001).

Порядок регистрации предприятия:

* Определение состава участников и органов управления ООО;
* Избрание исполнительного органа;
* Определение места нахождения (юридического адреса);
* Выбор наименования;
* Выбор суммы, формы оплаты (денежными средствами или имуществом) уставного капитала;
* Утверждение уставного капитала и распределение уставного капитала;
* Определение видов деятельности юридического лица по классификатору видов экономической деятельности (классификатор ОКВЭД);
* Подготовка учредительных документов юридического лица - устав, учредительный договор (заключается в случае если ООО учреждается двумя и более лицами);
* Подготовка решения о создании ООО;
* Открытие временного (накопительного) счета для внесения уставного капитала (в случае оплаты уставного капитала денежными средствами). На момент регистрации необходимо внести не менее 50% уставного капитала, оставшиеся 50% оплачиваются в течение года с момента регистрации. В случае внесения имущества в оплату уставного капитала, необходима оценка имущества. При внесении в уставный капитал имущества стоимостью менее 20000 рублей это имущество оценивается учредителем. Если стоимость имущественного взноса превышает 20000 рублей, то оценку этого имущества должен произвести независимый оценщик;
* Подготовка заявления о государственной регистрации юридического лица при создании по форме Р11001;
* Нотариальное удостоверение подписи заявителя на заявлении Р11001;
* Оплата государственной пошлины за регистрацию юридического лица;
* Подача документов в регистрирующий орган (ИФНС № 46);
* Получение свидетельства о государственной регистрации ООО;
* Получение копий учредительных документов юридического лица (устав, учредительный договор);
* Получение информационного письма о присвоении кодов Госкомстата (при необходимости);
* Изготовление печати юридического лица, регистрация печати в ГУП (при необходимости);
* Нотариальное удостоверение подписей на банковской карточке;
* Открытие расчетного счета;
* Уведомление территориальной ИФНС об открытии расчетного счета в течение 10 дней.

**III ЭТАП «ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ»**

**Задачи этапа:**

* разработать организационную структуру модельного предприятия;
* определить роли каждого члена рабочей группы в организационной структуре предприятия;
* составить положения об отделах и должностные инструкции на каждого члена рабочей группы;
* осуществить необходимый документооборот по принятию/увольнению рабочего персонала, заключению трудового договора (договоров), составлению штатного расписания, по учету рабочего времени и расчетов с персоналом по оплате труда и т.п.

**Данные о необходимой численности и структуре кадров, исходя из потребностей производства**

* Директор салона(1 чел.)
* Администратор(1 чел)
* Парикмахер(3 чел.)
* Мастер маникюра(1 чел.)
* Мастер педикюра(1 чел.)
* Мастер по наращиванию ногтей(1 чел.)
* Мастер по наращиванию ногтей и волос(1 чел.)
* Массажист(1 чел.)
* Работник солярия(1 чел.)
* Косметолог(1 чел.)
* Уборщица(1 чел.)
* Охранник(1 чел.)

**Данные о системе и формах оплаты труда, дополнительных выплатах, используемых мерах поощрения, способах мотивации трудовой деятельности, режиме труда и сменяемости рабочей силы**

Для управляющего персонала предусмотрена следующая форма оплаты труда: оклад + премия. Для обслуживающего персонала: оклад + проценты.

Для мотивации трудовой деятельности будет предусмотрена премия к зарплате за определённые успехи в работе, а так же конкурс на лучшего работника предприятия.

Режим труда:

Директор: 6/1 c 10,00 до 19.00

Администратор: 6/1 с 10.00 до 19.00

Уборщица: 6/1 с 19.00 до 21.00

Охранник: 6/1 c 10.00 до 21.00

Обслуживающий персонал:6/1 с 10.00 до 19.00.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Должность** | **Требования к квалификации** | **Способы стимулирования** |
| Директор салона | Высшее образование+опыт работы | Оклад+премия |
| Администратор | В/о + опыт работы | Оклад+премия |
| Уборщица | Среднее образование | Оклад |
| Охранник | Средне-специальное образование+наличие лицензии охранника | Оклад+% |
| Парикмахер | Сред.-спец.обр.+опыт | Оклад+% |
| Косметолог | в/о+опыт работы | Оклад+% |
| Мастер по наращиванию ногтей | Опыт работы | Оклад+% |
| Мастер по наращиванию ресниц и волос | Опыт работы | Оклад+% |
| Массажист | Опыт работы | Оклад+% |
| Ассистент в солярии | Опыт работы | Оклад+% |

**Кадровая политика фирмы** (система отбора кадров при приеме на работу, метод и периодичность оценки качества работы персонала, система обучения и продвижения персонала предприятия)

При приёме на работу будут учитываться и приветствоваться опыт работы и образование. После прохождения собеседования каждый работник должен пройти испытательный срок в 1 месяц. Зарплата при этом будет ниже на 15-20%.

**ЭТАП IV «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ»**

**Задачи этапа:**

* выбрать и обосновать месторасположение предприятия;
* определиться с технологией производства продукта;
* разработать производственную программу, проанализировать производственные факторы, влияющие на деятельность предприятия;
* определить производственную мощность производства, объем выпускаемой продукции.
* определиться с выбором поставщиков и стоимостью необходимого оборудования, поставщиками сырья и материалов для производства;
* определить потребность в найме рабочего персонала, оплаты его труда.

**Месторасположение предприятия** (характеристика помещения, собственность или аренда, необходимость реконструкции; привлекательность места расположения предприятия для бизнеса)

Салон будет находиться по адресу: г.Новоалтайск ул. Октябрьская 23а. Административное строящееся здание в 2 этажа находится в собственности предприятия. Привлекательность этого местоположения в том, что здание находится в центре города на «красной линии». Важным является и то что здание отдалено от предприятий конкурентов.

**Потребность в необходимом оборудовании**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оборудования, технических средств** | **Модель** | **Завод-изготовитель** | **Количество, шт.** | **Срок поставки** | **Стоимость оборудования, тыс. руб.** |
| Кресла |  |  | 15 |  | 30 |
| Зеркала |  |  | 8 |  | 8 |
| Мойки для волос |  |  | 4 |  | 20 |
| Тележка парикмахерская |  |  | 4 |  | 8 |
| Сушка для волос |  |  |  2 |  | 4 |
| Столик |  |  | 5 |  | 10 |
| Лампы |  |  | 3 |  | 1.5 |
| Ванночка |  |  | 1 |  | 2 |
| Кресло для педикюра |  |  | 1 |  | 10 |
| Ширма |  |  | 1 |  | 10 |
| Кушетка массажная |  |  | 1 |  | 8 |
| Диван |  |  | 1 |  | 6 |
| Стойка администратора |  |  | 1 |  | 10 |
| Журнальная стойка |  |  | 1 |  | 2 |
| Вытяжка |  |  | 1 |  | 1,5 |
| Стол |  |  | 2 |  | 4 |
| Солярий |  |  | 1 |  | 100 |
| Косметическое кресло |  |  | 1 |  | 10 |
| Косметическая стойка |  |  | 1 |  | 10 |
| Тумбы |  |  | 4 |  | 8 |
| Бытовая техника |  |  | - |  |  4 |

**Планирование потребности в оборотных средствах**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Сырье и материал** | **Норма расхода** | **Общее количество** | **Цена, руб.** | **Общая стоимость, тыс.руб.** |
| СМС | В год |  |  | 50 |
| Средства для маникюра | В год |  |  | 40 |
| Средства для педикюра | В год |  |  | 20 |
| Средства для волос | В год |  |  | 50 |
| Материал для наращивания | В год |  |  | 70 |
| Средства для массажа | В год |  |  | 20 |
|  |  |  |  |  |
| Косметические средства | В год |  |  | 50 |

**Производственная программа**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид продукции,****показатель** | **Ед. изм.** | **Период времени** |
| **1 кв.** | **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **1 п/г** | **2 п/г** | **год** |
|  | **Тыс.руб.** |  |  |  |  |  |  |  |
| Парикмахерские услуги | **0,2** | **270** | **270** | **270** | **270** | **540** | **540** | **1080** |
| Наращивание ногтей | **1** | **45** | **45** | **45** | **45** | **90** | **90** | **180** |
| Наращивание волос | **1,5** | **675** | **675** | **675** | **675** | **1350** | **1350** | **2700** |
| Наращивание ресниц | **0,6** | **270** | **270** | **270** | **270** | **540** | **540** | **1080** |
| Косметологические услуги | **0,3** | **135** | **135** | **135** | **135** | **270** | **270** | **540** |
| Услуги массажиста | **0,25** | **225** | **225** | **225** | **225** | **450** | **450** | **900** |
| Солярий | **0,2** | **180** | **180** | **180** | **180** | **360** | **360** | **720** |
| Маникюр | **0,2** | **90** | **90** | **90** | **90** | **180** | **180** | **360** |
| Педикюр | **0,2** | **90** | **90** | **90** | **90** | **180** | **180** | **360** |
| **Общая выручка от реализации всей продукции** |  | **1980** | **1980** | **1980** | **1980** | **3960** | **3960** | **7920** |

**Численность персонала, расходы на оплату труда.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Ед. изм.** | **Период времени** |
| **месяц** | **квартал** | **полугодие** | **год** |
| **1. Административно-управленческий персонал** | **Чел.** | **2** | **2** | **2** | **2** |
| **2. Технический и обслуживающий персонал** | **Чел.** | **13** | **13** | **13** | **13** |
| **3. Расходы на оплату труда административно-управленческого персонала, всего** | **руб** | **21000** | **63000** | **126000** | **252000** |
| **4. Расходы на оплату труда технического и обслуживающего персонала, всего** | **руб.** | **84000** | **252000** | **504000** | **1008000** |
| **Расходы на оплату труда, всего** | **руб.** | **105000** | **315000** | **630000** | **1260000** |

**Смета затрат на производство**

|  |  |
| --- | --- |
| **Элементы затрат**  | **Период времени** |
| **1 кв.** | **2 кв.** | **3кв.**  | **4 кв.** | **1 п/г** | **2 п/г** | **год** |
| Затраты на оборудование, тыс.руб. | **271** |  |  |  |  |  |  |
| Затраты на сырье, материалы тыс.руб. | **75** | **75** | **75** | **75** | **150** | **150** | **300** |
| Затраты на оплату труда тыс.руб. | **315** | **315** | **315** | **315** | **630** | **630** | **1260** |
| **Общая сумма затрат** тыс.руб. | **661** | **390** | **390** | **390** | **1051** | **780** | **1831** |

**ЭТАП V «МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

**Задачи этапа:**

* определить, какие внешние факторы имеют существенное влияние на деятельность модельного предприятия;
* провести SWOT-анализ предприятия;
* определить потенциальных потребителей, выделить особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект;
* определить особенности потребительских свойств продукции (услуги) по отношению к конкурентам;
* провести анализ конкурентов, выделить основных конкурентов по основным признакам продукции;
* разработать план маркетинговых коммуникаций по продвижению продукции (рекламная кампания, участие в торговых ярмарках, мероприятия по стимулированию сбыта и т.п.).

**Анализ внутренних и внешних факторов**

**SWOT – анализ**

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны:1.отсутствие предприятий с таким широким спектром услуг2.привлекает удобством расположения | Слабые стороны:1.существование предприятий-конкурентов2.вероятность большого срока окупаемости |
| Возможности:1.занять лидирующее место среди салонов красоты города2.расширение перечня услуг | Угрозы:1.снижение спроса в связи с экономической нестабильностью в стране2.увеличение количества конкурентов |

**Сегментирование потребительских рынков**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерии признаков** | **Переменные (признаки)** | **Характеристика анализируемого рынка** |
| **1. Территориальные** | Описание месторасположения | Центр города Новоалтайска |
| Климатические условия | Не имеет значения |
| Численность и плотность населения | 80000 человек |
| Транспортная сеть региона | Автомобильный и железнодорожный транспорт |
| Доступность средств массовой информации | Радио,телевидение,газеты.рекламные щиты и пр. |
| **2. Демографические** | Возрастные категории | Все категории |
| Пол | Женский |
| Уровень образования | Средний |
| **3. Жизненный стиль потребителей** | Степень случайности покупок | Неслучайно |
| Степень нуждаемости в продукте | По мере желания |
| Мотивы совершения покупок | Нужда в услугах |

Деятельность салона рассчитана практически на все сегменты рынка в возрасте от 10 до 80 лет, с достатком средним и выше среднего. Преимущественно женщины. Информация доходит до потребителя в основном через рекламу на щитах и в газетах.

**Ассортимент продукции предприятия**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование услуги | Целевые показатели объема сбыта | Сегмент, на который ориентирован товар |
| Парикмахерские услуги | 5400 чел/год | Любой человек |
| Массажные услуги | 3600 чел/год | От 10 до 80 лет |
| Наращивание ногтей | 1800 чел/год | От 18 до 40 лет, женщины |
| Наращивание ресниц | 1800 чел/год | От 18 до 30 лет, женщины |
| Услуги косметолога | 1800 чел/год | От 15 до 60 лет |
| Маникюр | 1800 чел/год | Любой человек |
| Педикюр | 1800 чел/год | Любой человек |
| Солярий | 3600 чел/год | От 18 до 30 лет |
| Наращивание волос | 1800 чел/год | От 18 до 30 лет, женщины |

**Позиционирование товара** (ценностные характеристики производимого продукта в сравнении с товарами-конкурентами)

Салон составит достойную конкуренцию всем основным салонам и парикмахерским города Новоалтайска, так как располагается в здании в центре города и имеет соотношение цена-качество.

**Критерии оценки слабых и сильных сторон фирмы и конкурентов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Фирма** |  **Главные конкуренты** |
| **конкурент 1** | **конкурент 2** | **конкурент 3** |
| 1 | Дольче Вита | Лолита | Гармония | Для Вас |
| Высокий уровень качества | **+** | **+** | **+** | **-** |
| Более низкие цены | **+** | **-** | **-** | **+** |
| Возможность сервисного обслуживания до и после продажи товара | **+** | **+** | **+** | **+** |
| Гибкость при выполнении специальных пожеланий клиентов | **+** | **+** | **+** | **+** |
| Широта продуктовой линии | **+** | **-** | **-** | **-** |
| Скорость поставки товара, выполнения заказа | **+** | **+** | **+** | **-** |
| Надежность поставки товара установленного объема и в необходимые сроки | **+** | **-** | **-** | **-** |
| Квалификация сотрудников, работающих по прямым контактам с покупателями | **+** | **+** | **+** | **+** |
| Возможность установления устойчивых связей с постоянными клиентами | **+** | **+** | **+** | **-** |

По результатам таблицы можно сказать, что у конкурентов есть шансы обойти наш салон, но их не так уж и много.

**Целевые рынки продукции предприятия**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Сегменты рынка | География рынка | Фактор конкурентоспособности | Прогноз рынка |
|  По продукции | По потребителям |
| Услуги салона красоты | Высокое качество услуг | Люди со средним и выше среднего достатком | Город Новоалтайск | Расположение в здании в центре города. Соотношение цена-качество. | Появление на рынке конкурентов. |

Услуги салона красоты ориентированы на потребителя со средним и выше среднего достатком.

Основными факторами конкурентоспособности являются: расположение в центре города; соотношение цена-качество. Конкуренция будет расти.

**Рыночная атрибутика товара** (название торговой марки, символ, слоган с учетом целевой аудитории и потребительского поведения)

**Название салона : «Dolce Vita».**

**Слоган: «Не откажи себе во внимании.»**

**Логотип:**

**Разработка стратегии ценообразования** (определение типа стратегии ценообразование, подход к определению цены)

Ценовой политикой нашего предприятия является затратное ценообразование. При определении полной себестоимости в целом по ресторанному центру были учтены следующие факторы:

* объемы расхода в натуральном выражении сырья, материалов и энергоресурсов, необходимых для реализации всего комплекса услуг
* текущие, на дату подготовки бизнес-плана, цены на сырье, материалы и энергоресурсы
* данные по численности и заработной плате персонала комплекса
* данные по прочим общепроизводственным расходам, включая затраты на содержание основных средств
* действующее, на дату подготовки бизнес-плана, налоговое законодательство РФ
* планируемый кредит на финансирование проекта относится к категории кредитов на инвестиционные цели. В связи с этим проценты по указанному источнику финансирования выплачиваются из чистой прибыли предприятия.

**Система скидок**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цели****использования** | **Категории клиентов** | **Информирование** | **Размеры****скидок** | **Право****применения** |
| Привлечение посетителей | Вся целевая аудитория | Телевидение, рекламные щиты, радио, интернет, пресса. | 5-10% | При посещении |
| Постоянные клиенты | Постоянные клиенты | Телевидение, рекламные щиты, радио, интернет, пресса. | 10-15% | По карте постоянного клиента |
| Сотрудники салона | Сотрудники салона | На собеседовании | 15% | По карте сотрудника |

**Продвижение товара на рынок (средства маркетинговых коммуникаций, разработка медиаплана)**

Одним из основных факторов возможного успешного продвижения указанных видов услуг на рынок является либо полное отсутствие, либо незначительное число конкурентов в сфере рассматриваемых услуг.

Кроме того ООО «Дольче Вита» планирует проведение рекламных кампаний и размещение информации в СМИ.

**ЭТАП 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Задачи этапа:**

* определение необходимого инвестиционного кредита;
* выбор финансового учреждения, предоставляющий кредит проектному предприятию, условия предоставления
* анализ платы за кредит с учетом выпускаемой продукции;
* определение срока окупаемости проекта, срока получения чистой прибыли;
* анализ проекта о его инвестиционной привлекательности

**ПОТРЕБНОСТЬ В ИНВЕСТИЦИЯХ В ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Статьи затрат** | **Сумма затрат, руб.** |
| 1. Капитальные вложения, всего |  |
| в том числе |  |
| оборудование | **271000** |
| Прочие затраты | **300000** |
| Итого объем инвестиций | **571000** |

**СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

Предполагаемой системой налогообложения предприятия является налог на прибыль-20%.

**ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ**

|  |  |
| --- | --- |
| Источники | Сумма |
| Заемные средства, в т.ч. кредиты банков, заемные средства, социальные гранты и т.п. | 1000000 |
| Итого | 1000000 |

**УСЛОВИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КРЕДИТА, РАСЧЕТ ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА**

Кредитные средства для реализации данного проекта предоставляет Сбербанк на следующих условиях:

1. Первоначальны взнос – 0 руб.
2. Срок выплаты- 24 месяца
3. Сумма заемных средств- 1000000 руб.
4. % за предоставление кредита- 15%(переплата составит- 150000 руб.)
5. общая сумма к уплате- 11500000руб.

**ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатель** | **2011** | **2012** |
| **1 п/г** | **2п/г** | **год** | **1 п/г** | **2п/г** | **год** |
| 1. Общая выручка от реализации всей продукции по проекту | 3960000 | 3960000 | 7920000 | 3960000 | 3960000 | 7920000 |
| 2 .Общие затраты на производство и оплату труда  | 1681000 | 1410000 | 3091000 | 1410000 | 1410000 | 2820000 |
| 3. Выплата основного долга и процентов за кредит | 287496 | 287496 | 574992 | 287496 | 287496 | 574992 |
| 4. Налог на прибыль | 237600 | 237600 | 475200 | 237600 | 475200 | 475200 |
| 5. Чистая прибыль | 1753904 | 2024904 | 3778808 | 2024904 | 2024904 | 4049808 |

**Расчет срока окупаемости, общий вывод о целесообразности проекта**

Срок окупаемости салона красоты наступит в первом полугодии работы предприятия.

**ЭТАП 7. ЗАЩИТА И ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА**

Защита проекта проводится по завершению работы над предприятием, как правило, в виде слайд-шоу. Презентация проводится по всем разделам, всеми членами группы, в порядке определяемой ими самостоятельно. Презентация проводится по времени не более 10-15 минут, затем идут вопросы по каждому разделу.

Также работа должны быть оформлена в отдельную папку с приложением титульного листа и всех документов по каждому разделу.

Работа оценивается по следующим показателям:

1) работа группы в течение учебного семестра;

2) презентация работы группой;

3) ответы на вопросы на защите.