

# **БИЗНЕС-ПЛАН**

---

## **Создания предприятия розничной торговли**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. Резюме</b> .....	3
<b>2. Основание для выполнения проекта</b> .....	5
2.1. Описание рынка.....	5
2.2. Описание потребителей продукции.....	7
2.3. Описание продукции.....	8
2.4. Исследование конкурентного окружения и рыночных цен.....	9
<b>3. Производственный план</b> .....	9
3.1. Инициатор и исполнитель проекта.....	9
3.2. Цели и задачи проекта.....	10
3.3. Требования к организации рабочего места.....	10
3.4. План сбыта.....	11
3.5. План продвижения магазина.....	14
<b>4. Организационный план</b> .....	15
4.1. Организационная схема.....	15
4.2. Штатное расписание.....	16
4.3. Календарный план.....	17
<b>5. Финансовый план</b> .....	18
5.1. Смета затрат.....	18
5.2. Финансовый план на 2 года проекта.....	20
5.3. Описание рисков проекта и мероприятий по управлению ими.....	22
<b>6. Результаты и эффективность проекта</b> .....	26
Приложение №1 «Смета затрат».....	27

## 1. РЕЗЮМЕ.

*Необходимо описать основную бизнес - идею проекта, его привлекательность для инвестирования. Можно включить в данный раздел информацию о предприятии, информацию об инициаторе проекта. Необходимо указать длительность проекта в месяцах или годах, привести значения показателей эффективности инвестиций и по возможности, динамику изменений денежного потока и чистой прибыли. Привести необходимый объем инвестирования в проект и вкратце описать, на какие цели направляются инвестируемые средства.*

**СУТЬ проекта** – регистрация в качестве индивидуального предпринимателя для создания розничного магазина по продаже ассортимента кондитерских изделий, разнообразных сортов чая, кофе, а также стильной посуды для чаепития, аксессуаров из стекла и фарфора. Инициатор проекта планирует разместить предприятие в округе г. Москвы в торговом центре. Предприятие будет реализовывать элитные сорта чая, ассортимент кофе, сладости и кондитерские изделия российских производителей, посуду. Закупать товар планируется у крупных поставщиков и производителей. В качестве поставщиков выбраны: чайный торговый дом, ООО «NNN», кондитерские фабрики «Красный Октябрь», «Ударница». Выбрано торговое название для магазина «Чай и кофе». Дополнительной услугой для покупателей будет возможность приобрести кофе, молотый в их присутствии. Инициатор проекта планирует создать рабочее место для себя и нанять сотрудника из числа безработных. Обеспечение предприятия оборудованием на начальном этапе развития бизнеса позволит создать 2 рабочих места для безработных граждан, стоящих на учете в Центре занятости населения округа г. Москвы, обеспечить стабильный доход и налоговые отчисления в бюджет г. Москвы.

Выбранная продукция для реализации – чай, кофе, расфасованные и упакованные кондитерские изделия, посуда для чаепития – пользуются высоким спросом у населения, как для собственного употребления, так и в качестве подарков. Чай – один из традиционных напитков в России. Существуют сезонные колебания спроса на чай и кофе с заметным повышением спроса в осенне-зимнее время года и некоторым снижением в летние месяцы, в связи с преобладанием спроса на охлажденные напитки. Местом реализации продукции выбран торговый центр, расположенный в округе, часы работы с 10 до 22 часов. Выбор места для аренды площади связан с особенностями поведения покупателей данной продукции. Поскольку большая часть покупателей элитных сортов чая и кофе относятся к категории работающего населения со стабильным доходом и ограничены во времени для покупок, для них важны часы работы магазина, приятный интерьер места совершения покупки, широкий ассортимент и качество товара. Присутствие в ассортименте товара известных производителей, уже

заслуживших доверие покупателей, позволит быстро привлечь клиентов и обеспечить стабильную выручку.

По проекту создания предприятия планируется:

1. Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя.
2. Заключение договора аренды помещения для открытия магазина в округе г. Москвы.
3. Закупка торгового оборудования для торгового зала, приобретение кассового аппарата, регистрация его в налоговых органах.
4. Организация 2-х рабочих мест – для инициатора проекта и продавца.
5. Закупка продукции и ее реализация.
6. Привлечение постоянных покупателей системой накопительных скидок, завоевание новых клиентов (визитки, дегустации).

Таким образом, получение субсидии на открытие собственного предприятия позволит инициатору проекта создать 2 рабочих места, выйти на рынок розничной торговли с качественной продукцией, пользующейся спросом, привлечь клиентов, обеспечить выручку и налоговые отчисления в бюджет г. Москвы.

Общая сумма необходимых средств для запуска проекта – 349 340 руб.,  
в том числе:

- Сумма собственных средств – 64 360 руб.
- Сумма запрашиваемых средств субсидии – 284 980 руб.

Начало реализации проекта запланировано с 01.10.10.

Планируемые показатели выручки и прибыли на 2 года реализации проекта:

Выручка за 1-й год проекта (период с 10.2010 г. по 09.2011) – 1 078 000 руб.

Выручка за 2-й год проекта (период с 10.2011 г. по 09.2012) – 1 581 000 руб.

Прибыль за 1-й год проекта (период с 10.2010 г. по 09.2011) – 2 748 руб.

Прибыль за 2-й год проекта (период с 10.2011 г. по 09.2012) – 175 322 руб.

Срок окупаемости инвестиций составит 24 месяца со старта проекта.

Рентабельность продаж – 11 % (за период 24 месяца).

**Ставка дисконтирования** устанавливается в размере **12%**. Обоснование выбранной ставки дисконтирования: базовый прогноз инфляции на 2010 год - 10%

(по данным официального сайта МЭРТ). Проект характеризуется низким риском в связи с выбором стабильно развивающейся отрасли, и наличием опыта работы у инициатора проекта в этом сегменте розничной торговли. Поэтому премия за риск составляет 2 %.

На период достижения периода окупаемости инвестиций (24 месяца) показатели проекта составят:

**NPV** (чистый приведенный доход) – 4 482 руб.

**IRR** (внутренняя норма доходности по проекту) – 14,5 %

**PI** (индекс прибыльности) – 1,01

Создаваемые рабочие места в рамках проекта - новых 2 за два года проекта, в том числе для 2-х безработных граждан.

## **2. Основание для выполнения проекта.**

*Здесь необходимо раскрыть цели проекта, основную продукцию или услуги, предназначенные для реализации. Привести обоснования привлекательности реализуемой продукции и услуг. Необходимо отразить все положительные стороны проекта.*

### **2.1. Описание рынка розничных продаж чая и кофе.**

*Здесь необходимо описать динамику развития рынка сбыта продукции в различных разрезах: количественном, временном, по видам продукции. Фактически данное описание характеризует рынок сбыта и возможный рост или падение емкости рынка. Необходимо ответить, как растут объемы продаж на рынке, на сколько процентов за последние 5 лет, по каким видам продукции наблюдается рост или падение объема продаж. Должны быть указаны основные конкуренты и их доли рынка. Основная направленность поставок на рынок конкурентов по видам продукции. Обязательно следует указать цены конкурентов на реализуемую продукцию. Потенциальный инвестор должен понять привлекательность рынка реализации продукции и возможную степень противодействия конкурентов.*

*Данное описание является основанием для формирования плана сбыта, формирования объемов продаж и цен реализации, а также учета тенденций роста цен и объемов (в том числе и сезонность - изменения по объему и цене реализации в зависимости от времени года).*

В 2009 году рост рынка чая в объемном выражении в сетевой рознице составил около 7% по сравнению с аналогичным периодом 2008-го по данным исследования Агентства «АгроФакт» за 2009 г. Этот рост мог быть обеспечен как переходом покупателей в крупные розничные форматы из независимых и традиционных магазинов, так и увеличением продаж чая в этом канале.

Потребление чая характеризуется сезонностью: незначительное снижение продаж характерно для трех летних месяцев – в сумме доля продаж чая в июне–августе 2008 года составляла 22,5% годового оборота в натуральном выражении.

В помесечной динамике продажи чая в натуральном выражении в июне–августе были примерно на 10% ниже среднегодовых показателей (рис. 1).



Наибольший всплеск продаж обычно происходит в ноябре и декабре – соответственно на 11% и 19% от средних продаж в натуральном выражении. Максимальная амплитуда объемов продаж в разные месяцы года находится в пределах 30%, что определяет чай как один из продовольственных товаров, для которых характерны стабильные продажи в течение всего года без ярких всплесков. Доли основных сегментов рынка – черный, зеленый и фруктовый чай – остаются неизменными в течение года.

Структура российского розничного рынка чая в 2009 году по сравнению с аналогичным периодом 2008-го почти не изменилась. Черный чай по-прежнему обеспечивает основную долю продаж в натуральном выражении – 82,8% (табл. 1).

Таблица 1. Структура рынка чая по видам в натуральном выражении, %

Сегменты	Доли по объему, %		Прирост
	Июль – Декабрь 2008 г	Июль – Декабрь 2009 г	
Черный чай	82,3	82,8	+0,5
Зеленый чай	13,2	12,4	-0,8
Фруктовый чай	2,6	3,1	0,5
Другие	1,9	1,7	-0,2

Распределение продаж между пакетированным чаем, рассыпным чаем в коробках и чаем, продаваемым на развес, также практически не изменилось в 2009 году по отношению к 2008 году. В стоимостном выражении распределение долей продаж пакетированного чая и чая в коробках составило 70% к 30% в 2009 г. Доля чая, реализуемого на развес, составляет 10% от объема продаж рассыпного чая или 3% общего рынка. Это соотношение сохраняется также и для отдельных крупных сегментов – доли зеленого и черного чая распределяются аналогично.

Ситуация на рынке чая в разрезе ценовых сегментов характеризуется снижением доли продаж в «экономичном» сегменте. Средний ценовой сегмент в 2009 году вырос по сравнению с 2008 годом – его доля составила 70% рынка в натуральном выражении (рис. 2).

Рисунок 2. СТРУКТУРА РЫНКА ЧАЯ ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ в натуральном выражении, %



К этому сегменту принадлежат марки, цена которых в 2009 г. находилась в диапазоне 350-850 руб./кг. Доля «премиального» чая осталась практически на прежнем уровне – 16%.

Основные поставщики чая в магазины – ООО «Орими Трэйд» (чай «Принцесса Нури», «Принцесса Ява», «Гринфилд»), ООО «Компания «Май» (чай «Лисма», «Майский чай»), Ahmad Tea Ltd. (Великобритания). Суммарно доли первой пятерки крупнейших компаний – производителей чая занимают около 80% рынка в натуральном выражении и 77% – в стоимостном.

Что касается кофе, то в период с 2007 по 2009 гг. продажи кофе в России значительно выросли с 85 тыс. т. до 113 тыс. т. Рост рынка связан как с увеличением числа потребителей, так и с ростом среднего объема потребления кофе на человека, что обусловлено ростом количества точек быстрого питания, изменением привычек образа жизни. В период с 2007 по 2009 гг. розничные цены на кофе выросли на 60%: с 546 руб. до 906 руб. за кг. Цены на натуральный кофе растут быстрее, чем цены растворимого кофе. Если растворимый кофе с 2007 по

2009 г. подорожал лишь в полтора раза: с 320 до 467 руб. за кг, то натуральный кофе подорожал почти вдвое: с 638 до 1119 руб. за кг. В 2009 г. одновременно повысились цены на кофе в розничных магазинах на 21,4%, что позволяло компенсировать продавцам снижение спроса на другие группы продовольственных товаров.

Розничные магазины, реализующие развесной чай и элитный кофе, составляют от 3 до 7% рынка в стоимостном выражении в сегменте розничных продаж этих товаров. Среди розничных магазинов по количеству преобладают сетевые магазины, объединенные фирменным стилем, названием, ассортиментом продукции. Среди крупных розничных сетей можно выделить сети «Унция», «Море чая», чайно-шоколадные бутики Ballotin, количество точек которых по разным данным достигает 50.

Первоначальные затраты на создание магазина составляют, по мнению экспертов, от 350 000 до 1 млн. рублей. Рентабельность — от 12 до 40%. Таким образом, рынок розничных продаж чая и кофе характеризуется стабильным спросом на продукцию с некоторыми сезонными колебаниями.

## **2.2. Описание основных потребителей продукции.**

*Здесь необходимо расписать основные потребительские группы. Необходимо сделать упор на места потребления, возможно регионы потребления. Следует выделить объемы потребления по группам потребителей, в зависимости от возраста или социального положения. Также необходимо учесть потребление в зависимости от пола потребителей (то есть, сколько потребляют мужчины или женщины). В данном разделе дается ответ на вопрос: кто будет основным покупателем продукции.*

Чай – один из традиционных напитков в России; без чаепития не обходится, наверное, ни один день россиянина. Из доступных горячих напитков конкуренцию чаю составляют кофе и какао, но кофе имеет некоторые ограничения употребления по количеству, времени суток, возрасту, а какао пока мало популярен.

Широка база потребителей чая и сценариев его потребления – чай пьют дома и на работе, в кафе и ресторанах, в связи с этим сегодня на рынке представлен огромный ассортимент этого напитка для разных групп потребителей.

Развесной чай покупают в небольших количествах в основном покупатели со средним уровнем стабильного дохода. Инициатор проекта провела наблюдение за поведением покупателей в одном из сетевых магазинов продаж элитного чая, расположенного в торговом центре «ТЦ-1» в вечернее время в будний день. По результатам наблюдения, количество покупателей составило с 19 до 20 часов 7 человек, 4 женщины и 3 мужчин, в возрасте от 30 до 55 лет. Средняя стоимость покупки была 350 руб., т.е. по 100 г чая 2-х видов, либо 150-200 г молотого кофе. Двое покупателей также приобрели подарочные наборы – чайный



и кофейный, стоимостью 1100 руб. и 800 руб. соответственно. Было получено интервью у продавца, в ходе которого инициатор проекта выяснила, что 70% объема продается весом по 50 г, остальные 30% - по 100 г. Значительный рост выручки отмечается в предпраздничные дни, в среднем в день бывает около 25-30 покупок и более 50 посетителей в день.

Особенностью обслуживания покупателей в магазинах продаж элитного чая и кофе, в отличие от сетевых магазинов, является создание атмосферы семейного уюта за счет красивого интерьера, изысканных сортов продукции, приятных ароматов, эффектной индивидуальной упаковки покупки, вежливого профессионального обслуживания и индивидуального подхода к каждому покупателю. Придерживаясь этих принципов при реализации собственного проекта, инициатор создания магазина планирует привлечь постоянных покупателей и достичь стабильной выручки.

### **2.3. Описание продукции и технологии продаж.**

*Здесь описываются основные способы реализации продукции. Как, кому, и через какие каналы продаж планируется реализовать продукцию.*

Чай вразвес у выбранных поставщиков насчитывает более 450 видов продукции, кофе представлено для торговли вразвес 70 видами. Ассортимент кондитерской продукции составляет около 20 наименований. Для начала работы будут представлены в магазине по 20 видов черного, зеленого, фруктового чаев, а также около 20 видов травяных смесей и редких разновидностей чаев (белый, желтый), около 40 видов кофе и другой продукции.

Чай изначально поступает в полиэтиленовых пакетах с «выпускным клапаном», снабженным этикеткой согласно ГОСТу. Далее его пересыпают в технологические банки, но упаковку сохраняют до тех пор, пока не будет продан данный сорт до конца. На упаковочном шве стоит дата упаковки данного сорта (месяц и год), а на этикетке срок годности (18 месяцев). Основной ассортимент расфасован по 1,8 кг, и данная упаковка является минимально возможной при заказе у оптовика. К каждому пакету прилагаются этикетки - 40 штук, исходя из минимальных продаж весом 50 гр.

Важно правильно расположить товар в чайном магазине. Особенностью весового продукта является то, что его можно понюхать и увидеть в неупакованном виде. Поэтому, часто банки с чаем размещают на прилавке. Покупателям удобно читать аннотацию к каждому сорту (её наклеивают на крышку либо на фронтальную часть) и рассматривать фактуру чая (по желанию покупателя продавец открывает крышку и демонстрирует сорт). Диспенсер под элитный чай располагается у кассовой зоны. Покупатель, ожидая своей очереди, рассматривает элитные сорта и принимает решение попробовать и прессованный,

китайский, и черный или ароматизированный чай, согласно аннотации — самый утонченный и изысканный.

Особое место в организации продаж весового чая и кофе занимает обучение персонала. Продавец, который грамотно расскажет о чае, а потом поделится личными впечатлениями от употребления того или иного сорта, продает весовой чай гораздо эффективнее, чем тот, кто имеет поверхностное представление об истории, культуре, производстве и вкусовых особенностях чая. Поставщики чая предлагают обучающую литературу и видеоматериалы для самообучения и развития персонала.

## 2.4. Исследование конкурентного окружения и рыночных цен.

*Необходимо привести данные по основным конкурентам (их долям рынка, преимуществам) и динамике цен на рынке (в разбивке по видам продукции).*

Сравнение цен на чай, кофе и чайные наборы было сделано в нескольких магазинах, арендуемых места в торговых центрах или рядом с сетевыми магазинами, в районе (ТЦ, «Продукты»), ТЦ-2, «Минимаркет»). Результат сравнения представлен в таблице:

№ п/п	Расположение торговой точки/вид продукции	Чай черный, ароматизированный, 100 г	Чай зеленый, цветочный 100 г	Кофе в зернах, Арабика 100 г	Чайная пара, фарфор
1.	ТЦ-1	265 руб.	285 руб.	230 руб.	1150 руб.
2.	«Продукты»	240 руб.	240 руб.	210 руб.	1370 руб.
4.	ТЦ-2	260 руб.	220 руб.	265 руб.	1700 руб.
5.	«Минимаркет»	185 руб.	180 руб.	165 руб.	2200 руб.

По итогам анализа цен на продукцию был сформирован прайс-лист ниже уровня средних рыночных цен, с целью быстрого привлечения покупателей, рассчитана средняя розничная наценка.

## 3. Производственный план.

*Данный раздел описывает планируемую деятельность и вместе с прогнозом сбыта является основанием для финансовых расчетов проекта.*

*Здесь необходимо описать технологический процесс производства, в котором будут приведены стадии и этапы производства (с учетом продолжительности производства на каждом этапе, то есть производственного цикла), перечень привлекаемых материалов (сырья) и стоимости дополнительных издержек в расчете на 1 единицу продукции, что позволит определить затраты на производство и сформировать себестоимость. Здесь также должен быть учтен расход материалов на 1 единицу продукции и размер процента потерь (отходов). Должен быть описан объем и график производства, который вместе с описанием технологического процесса позволит сформировать План закупок сырья. В плане закупок сырья будет описан перечень (с указанием цены и единиц измерения) материалов (сырья), обязательно объемы приобретения.*

*Необходимо учесть изменения цены (рост или падение, сезонные изменения) на материалы, условия поставок и оплаты. Исходя из сформированного графика производства и себестоимости произведенной продукции, формируется план сбыта. В плане сбыта формируется график реализации (объем сбыта) по видам продукции. Обязательно указать тенденции изменения объема реализации (изменения связанные с ростом рынка сбыта или доли на рынке, сезонные колебания). Необходимо описать цену и изменения цены, а также прописать условия оплаты и поставок (с учетом формирования запасов). Необходимо сформировать план общих издержек. В этом плане указывается периодичность и стоимость каждой издержки, изменение стоимости издержки, условия оплаты издержек.*

### **3.1. Инициатор и исполнитель проекта.**

XXXXX, возраст \_\_ лет, дата рождения \_\_\_\_\_.

**Образование:**

Среднее

**Опыт работы:**

розничная торговля чаем и кофе

**Обучение:** семинары по предпринимательской деятельности и подготовке бизнес-плана в организации «XXX», г. Москва.

Инициатор проекта самостоятельно воспитывает троих детей и занятие предпринимательской деятельностью позволит инициатору проекта приобщить старших детей к этому процессу, прививать детям предпринимательские качества и самостоятельность.

### **3.2. Цели и задачи проекта.**

**ЦЕЛИ ПРОЕКТА:**

- Создать рентабельное предприятие.
- Получить прибыль в размере 178 тыс. руб. за 2 года работы.

**ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:**

- Организовать точку розничной торговли качественной продукцией.
- Нарботать постоянную клиентскую базу покупателей в течение 2-х лет работы.
- Организовать 2 рабочих места для безработных граждан.
- Обеспечить инициатору проекта и нанимаемому сотруднику работу и стабильную заработную плату.
- Расширить ассортимент продукции от 80 наименований на начальном этапе развития бизнеса до 250 наименований за 2 года работы.

**ЧТО СДЕЛАНО:**

- Выбраны поставщики продукции – чая, кофе, кондитерских изделий, чайной посуды;

- Выбрано помещение в торговом центре, есть предварительная договоренность об аренде торгового места;
- Выбрано торговое оборудование;
- Составлена смета расходов на реализацию проекта;
- Составлен календарный план реализации проекта;
- Проанализированы риски проекта и разработаны мероприятия по управлению ими.

### **3.3. Требования к организации рабочего места.**

Данный вид деятельности, как и любая розничная торговля, требует наличия у предпринимателя на месте розничной торговли следующих документов:

- Договора аренды;
- Свидетельства о регистрации;
- Копии ИНН;
- Личной карточки продавца;
- Приказа о приеме на работу;
- Личной мед. книжки продавца;
- Копии трудового договора;
- Карточки регистрации ККМ;
- Заключения Роспотребнадзора на вид деятельности и на товар;
- Журнала кассира – операциониста;
- Копии договора на техническое обслуживание кассы;
- Сертификатов соответствия на товар, санитарно-эпидемиологическое заключение на товар, и сертификаты качества на тару (пакетики для фасования);
- Накладных на товар;
- Сведений «О правилах обмена и возврата товара»;
- Правил торговли;
- Закона «О защите прав потребителей»;
- Книги отзывов и предложений.

Оформление медицинских книжек для инициатора проекта и сотрудника будет проведено в районном центре ГСЭН на основании данных обследования в поликлинике по месту жительства, повторные обследования для продления медицинской книжки необходимо проходить 1 раз в 6 месяцев.

### **3.4. План продаж.**

Был составлен прайс-лист на продукцию с учетом анализа розничных цен.

Прайс-лист розничного магазина ИП ХХХХХ

(наименования представлены выборочно по разделам продукции):

<b>Черный ароматизированный чай</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Айриш Крим	160	1 425
Баварский шоколад	160	1 425
Брызги шампанского	160	1 425
Гармония любви	160	1 425
Граф Грей	160	1 425
Дикая вишня	160	1 425
Дыня со сливками	160	1 425
Липовый мед	160	1 425
Морской бриз	160	1 425
Ночь Клеопатра	170	1 600
Персидский аромат	170	1 600
Северная Венеция	170	1 600
Экзотический коктейль	170	1 600
<b>Черный ароматизированный чай Премиум</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Земляника со сливками	185	1 750
Ночь Клеопатры Премиум	185	1 750
Чай Императора Премиум	185	1 750
Черника в йогурте Премиум	185	1 750
<b>Зеленый ароматизированный чай Премиум</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Грезы Султана Премиум	185	1 750
Зеленый земляничный со сливками	185	1 750
Зеленый манговый рай Премиум	185	1 750
Сокровища Шейха Премиум	185	1 750
<b>Настоящий зеленый чай</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Дух самурая	99	945
Зеленый жемчуг	99	945
Сосновые иглы	99	945
Храм Неба	110	1045
Шелковые нити	99	945
<b>Этнический чай Матэ</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Мате «Карнавал»	99	945
Мате «Секрет Красоты»	99	945
Мате земляничный	99	945
Мате лимонный	99	945
Мате мятный	99	945
<b>Кофе «МАДЕО» десертные сорта</b>	<b>Цена за 100 г, руб.</b>	<b>Цена за 1 кг, руб., при покупке от 1 кг</b>
Мадео Баттерскотч	160	1 470
Мадео Бейлиз	160	1 470

Мадео Взбитые сливки	160	1 470
Мадео Кения	160	1 470
Мадео Индонезия Суматра	160	1 470
<b>Сопутствующие товары</b>		
Мельница для кофе «Венесуэла»		650 руб.
Турка керамическая , 150 мл		850 руб.
Поднос латунный под турку 18 см		450 руб.
Набор чайный «Дерево желаний»		1 700 руб.
Детская посуда Дуэт «Зайка» (2 шт.)		250 руб.
Чашка фарфоровая с з/к «Гвоздика»		150 руб.
Сервиз «Янтарное сияние» 1,0л/0,2 л		2 200 руб.
Аксессуары для Матэ: Бомбия		300 руб.
Аксессуары для Матэ: Калабас		900 руб.
Конфеты «Наслаждение» 240 г		160 руб.
Варенье «Клубничное», 200 мл		120 руб.
Варенье «Малиновое», 200 мл		120 руб.
Крем-мед «Липовый» ,100 г		250 руб.
Мед «Цветочный», 100 г		240 руб.
Сахар карамельный светлый		99 руб.
Сахар карамельный темный		99 руб.

При заказе от 10 кг чая/кофе доставка у поставщика осуществляется бесплатно, что касается сопутствующих товаров и кондитерских изделий, то инициатор проекта планирует их закупать 1 раз в 2 месяца, в связи с более медленной оборачиваемостью данного вида товаров. Это также позволит обеспечить доставку в магазин бесплатно.

### План продаж.

Наименование	Цена, руб. (средняя)	Доля в продажах, %
Чай, кг.	1500	54
Кофе, кг.	1600	38
Чайные наборы, шт.	1100	3
Наборы сладостей, уп.	250	5

Количество покупок день запланировано в среднем 15-20 штук

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ</b> (количество товара)	<b>4 кв. 2010</b>	<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	<b>4 кв. 2010</b>
Чай, кг.	36	Чай	54 000
Кофе, кг.	24	Кофе	38 000
Чайные наборы, шт.	2	Чайные наборы	3 000
Наборы сладостей, уп.	20	Наборы сладостей	5 000
<b>ИТОГО:</b>	<b>82</b>	<b>ИТОГО:</b>	<b>100 000</b>

Итого в 2010 году выручка составит 100 000 руб.

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (количество товара)</b>	<b>1 кв. 2011</b>	<b>1 кв. 2011</b>	<b>3 кв. 2011</b>	<b>4 кв. 2011</b>	<b>Итого:</b>
Чай, кг.	95	131	126	149	
Кофе, кг.	63	86	83	98	
Чайные наборы, шт.	7	10	10	12	
Наборы сладостей, уп.	53	73	70	83	
<b>ИТОГО:</b>	<b>219</b>	<b>299</b>	<b>289</b>	<b>341</b>	<b>1 148</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	<b>1 кв. 2011</b>	<b>1 кв. 2011</b>	<b>3 кв. 2011</b>	<b>4 кв. 2011</b>	<b>Итого:</b>
Чай	143 100	196 020	189 000	223 020	
Кофе	100 700	137 940	133 000	156 940	
Чайные наборы	7 950	10 890	10 500	12 390	
Наборы сладостей	13 250	18 150	17 500	20 650	
<b>ИТОГО:</b>	<b>265 000</b>	<b>363 000</b>	<b>350 000</b>	<b>413 000</b>	<b>1 391 000</b>

Итого в 2011 году выручка составит 1 391 000 руб.

<b>ПРОГНОЗ ПРОДАЖ (количество единиц товара)</b>	<b>1 кв. 2012</b>	<b>1 кв. 2012</b>	<b>3 кв. 2012</b>	<b>Итого:</b>
Чай, кг.	146	134	140	
Кофе, кг.	96	89	93	
Чайные наборы, шт.	11	10	11	
Наборы сладостей, уп.	81	75	78	
<b>ИТОГО:</b>	<b>334</b>	<b>308</b>	<b>322</b>	<b>964</b>

<b>ВЫРУЧКА (руб.)</b>	<b>1 кв. 2012</b>	<b>1 кв. 2012</b>	<b>3 кв. 2012</b>	<b>Итого:</b>
Чай	218 700	201 420	210 600	
Кофе	153 900	141 740	148 200	
Чайные наборы	12 150	11 190	11 700	
Наборы сладостей	20 250	18 650	19 500	
<b>ИТОГО:</b>	<b>405 000</b>	<b>373 000</b>	<b>390 000</b>	<b>1 168 000</b>

Итого за 3 квартала 2012 года выручка составит 1 168 000 руб.

### **3.5. Продвижение информации о магазине.**

Для привлечения потенциальных покупателей инициатор проекта планирует:

- заказать визитки магазина и разместить их в подставке в прикассовой зоне;
- упаковывать крупные покупки в фирменные пакеты с информацией о магазине, ассортименте, режиме работы;
- проводить дегустации продукции 1 раз в месяц в выходной день;
- ввести систему накопительных скидок для постоянных клиентов с 6-го месяца проекта по карте постоянного покупателя.

План мероприятий по продвижению проекта на период с 10.2010 по 02.2010.

Канал продвижения	Период	Стоимость
Заказ визиток	10.2010 – 02.2011	1 050
Заказ фирменных пакетов	10.2010 – 12.2010	2 300
Проведение дегустаций	11.2010 – 02.2011	2 000
Итого:		5 350

#### 4. Организационный план.

##### 4.1. Организационная схема проекта.

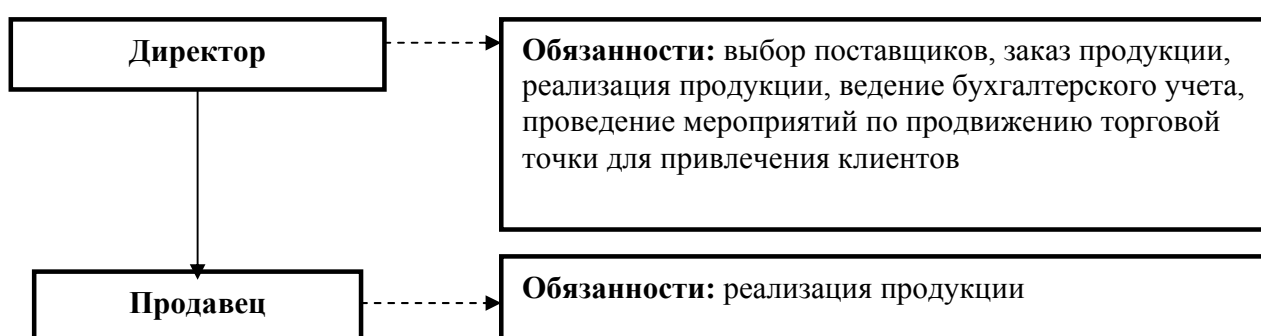


График работы сотрудников на протяжении реализации проекта.

№ п/п	Должность	Количество ставок	График работы
1.	Директор	1	5/2 в неделю, с 11 до 21 часов
3.	Продавец	1	5/3 в неделю, с 11 до 21 часов
	Итого:	2	



#### 4.2. Штатное расписание сотрудников, занятых в проекте\*

Формирование плана по персоналу необходимо для формирования затрат на оплату труда персонала. План по персоналу, должен учитывать количество персонала по каждой должности.

По персоналу следует учитывать его постепенный рост или изменение расходов на персонал (как по окладам, так и по суммарным расходам), также учитывать период, в котором происходят любые изменения в части персонала. Например, на какой период времени привлекается тот или иной персонал, или с какого периода времени происходит наращивание численности.

Период проекта с 10.2010 г. по 11.2011 г. (14 месяцев реализации проекта)

2010 год

Должность	Кол-во ставок	Оклад (руб.)	Фонд оплаты труда, (руб.)	Начисления в месяц на з/п, ПФР + ФСС	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Итого (руб.)	Начисления с ФОТ за период 10.2010 - 04.2011 (руб.)
Директор	1	10 100	10 100	1 434,2	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	70 700	18 118,6
Итого, ФОТ:			10 100		10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	70 700	
Итого, начисления с ФОТ				1 434,2	1 434,2	1 434,2	1 434,2	3 454	3 454	3 454	3 454	18 118,6	

2011 год

Должность	Кол-во ставок	Оклад (руб.)	Фонд оплаты труда, (руб.)	Начисления в месяц на з/п, ПФР + ФСС 34,2%	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Итого (руб.)	Начисления с ФОТ за период 05-11.2011 (руб.)
Директор	1	10 100	10 100	3 454	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	70 700	24 170
Продавец	1	10 100	10 100	3 454						10 100	10 100	20 200	6 908
Итого, ФОТ:			20 200		10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	20 200	20 200		31 087

Итого, начисления с ФОТ				6 908	3 454	3 454	3 454	3 454	3 454	6 908	6 908	31 087	
-------------------------------	--	--	--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--

\* Планируется найм 2-го сотрудника на должность продавца в октябре 2011 года

### 4.3. Календарный план этапов выполнения проекта (3 месяца).

*Здесь необходимо описать перечень работ, поэтапность выполнения работ, сроки выполнения и стоимость работ. Также необходимо сформировать полный инвестиционный план, который должен отразить все капиталовложения и иные затраты, которые предполагается осуществить для обеспечения реализации проекта. Необходимо указать длительность инвестиционного периода проекта. Касаясь стоимости работ, необходимо указать условия оплаты (схему оплаты) этих работ. Если эти работы связаны с приобретением или сооружением активов, то необходимо указать условия амортизации и срок службы этих активов. В иных затратах проводятся работы связанные с получением и разработкой документации, работы по монтажу или отделке, работы по формированию инфраструктуры.*

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование работ</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Стоимость, руб.</b>
1.	Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя	Октябрь 2010	22 000
2.	Закупка оборудования (описание в смете расходов)	Октябрь 2010	171 000
3.	Аренда площади для размещения магазина	Октябрь 2010 – Ноябрь 2010	53 900
4.	Заказ товара, емкостей для хранения и упаковки, реализация товара	Октябрь 2010 – Декабрь 2010	99 090
5.	Рекламная компания: печать визиток, проведение дегустаций	Ноябрь 2010 – Декабрь 2010	3 350
	Итого:		349 340

## 5. Финансовый план.

В финансовом плане необходимо описать внешние параметры окружения проекта (инфляция, особенности налогообложения и вся информация по налогам, при необходимости привести ставку рефинансирования, обоснование ставки дисконтирования, валютные курсы с динамикой изменения). Касаясь инфляции необходимо привести темпы инфляции (с определенной периодичностью) по видам процессов (на реализацию, на персонал, на общие или прямые издержки). Если применяется особая инфляция, отличная от общей, например, на определенный продукт реализации, то обязательно ее описать. В части налогов необходимо привести перечень налогов, ставок (в том числе и изменение ставок), условий начисления и уплаты налогов. Ставку рефинансирования Центрального Банка РФ необходимо привести в случае, если кредитование проекта осуществляется на условиях выплаты процентов с учетом ставки рефинансирования. Ставка дисконтирования, позволяющая учесть риски, возможное обесценение денежных потоков от проекта, должна быть обоснована. Если в проекте используется несколько валют, то необходимо описать валютные курсы и изменение этих курсов.

Также необходимо описать стоимость проекта, которая складывается из стоимости капиталовложений, иных инвестиционных затрат и затрат на покрытие текущих издержек (затраты на персонал, общие и прямые издержки - в течение инвестиционного периода). После определения стоимости проекта определяется структура финансирования (так стоимость проекта и есть объем необходимого финансирования). Определяются источники финансирования: сколько собственного и заемного капитала привлекается для реализации проекта? Каковы цели, на которые направляется привлекаемое финансирование. Также определяется график финансирования проекта, в котором отдельно прописывается поступление собственного и заемного капитала. Помимо графика финансирования проекта, приводится и график погашения привлеченных средств. График погашения должен включать проценты по привлекаемым кредитам и выплату дивидендов по привлекаемым собственным средствам (включая инвестированные в проект средства сторонними инвесторами). Проценты и дивиденды рассчитываются из условий кредита и условий привлечения собственного капитала. Условия кредита должны включать информацию об объеме привлекаемых кредитных средств, процентной ставке, условиям возврата "тела" кредита и процентов, условия отсрочек выплат. Условия привлечения собственных средств должны включать объем привлекаемых собственных средств, дивидендную ставку, условия выплаты дивидендов.

Кроме этого, приводятся отчет прибылей и убытков (который демонстрирует формирование доходной и расходной части проекта), отчет о движении денежных средств (то есть реальное движение денежных средств в зависимости от условий оплаты), прогнозный баланс (отображающий условия формирования активов и обязательств). Формат представления финансового плана может варьироваться, в зависимости от требований его адресатов. Данный финансовый план подготовлен в соответствии с требованиями к проектам, субсидируемым из бюджета г.Москвы.

### 5.1. Смета затрат (период 3 месяца с 10.2010 по 12.2010).

№ п/п	Наименование затрат	Ед. измерения	Кол-во	Стоимость, руб.		Примечание	
				единицы	всего	собств. средства	средства ДТиЗН г. Москвы

1	Договор на оказание юридических услуг	услуга	1	22 000	22 000		22 000
2	Весы электронные с монитором	шт.	1	6 400	6 400		6 400
3	Кассовый аппарат	шт.	1	15 000	15 000		15 000
4	Кофемолка профессиональная	шт.	1	25 000	25 000		25 000
5	Стеллажи для магазина (20м периметр, высота 1,8м)	шт.	2	40800	81600		81 600
6	Место кассира-продавца (шкаф-витрина с прилавком и тумбой под кассу)	шт.	1	43 000	43 000		43 000
7	Закупка продукции для дальнейшей реализации (чай, кофе)	кг	70	1 314	91 980		91 980
8	Обслуживание кассового аппарата	шт.	3	600	1 800	1 800	
9	Пакетики для фасовки чая и кофе (250г, 100 г, 50 г)	шт.	300	2,70	810	810	
10	Банки стекло для чая 2000 мл	шт.	30	210	6 300	6 300	
11	Фирменные пакеты	шт.	1000	2,30	2300	2300	
12	Визитки магазина	шт.	300	3,5	1050	1050	
13	Аренда	Мес.	2,5	20 000	50 000	50 000	
14	Оплата мобильной телефонной связи	Мес.	3	700	2 100	2 100	
	<b>Итого:</b>				<b>349 340</b>	<b>64 360</b>	<b>284 980</b>

### Расчет исходных финансовых показателей проекта.

Предпосылки финансового моделирования (допущения для финансово-экономических расчетов):

На период 2010 год:

Горизонт планирования (период достижения бюджетной эффективности)	3 месяца (период с 10.2010 по 12.2010)
Шаг планирования	Месяц
Система налогообложения:	Упрощенная
Единый налог	15 % , «доходы минус расходы»
Начисления на ФОТ в ПФР	14% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС НзиПС	0,02% от ФОТ

Годовая ставка дисконтирования	12 %
--------------------------------	------

На период 2011-2012 гг.:

Горизонт планирования (период достижения бюджетной эффективности)	21 месяц (период с 01.2011 по 09.2012)
Шаг планирования	Месяц
Система налогообложения:	Упрощенная
Единый налог	15 % , «доходы минус расходы»
Начисления на ФОТ в ПФР	26% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС	2,9 % от ФОТ
Начисления на ФОТ в ТФОМС	3% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФФОМС	2,1% от ФОТ
Начисления на ФОТ в ФСС НзиПС	0,02% от ФОТ
Годовая ставка дисконтирования	12 %

Статья расходов	Сумма в месяц	Период осуществления расходов
Закупка пакетов для упаковки	300	С 1-го месяца проекта
Закупка продукции	На 60% от суммы планируемой выручки	С 1-го месяца проекта
Обслуживание ККМ	600	С 2-го месяца проекта
Аренда	20 000	С 1-го месяца проекта
Мобильная связь	700	С 1-го месяца проекта
ФОТ	10 100	С 1-го месяца проекта, изменение с 13-го месяца проекта, найм сотрудника

## 5.2. ФОРМИРОВАНИЕ ВЫРУЧКИ И РАСХОДОВ:

Месяц, порядковый номер/название	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	окт.10	ноя.10	дек.10	янв.11	фев.11	мар.11	апр.11	май.11	июн.11	июл.11	авг.11	сен.11
<b>Выручка (доходы), руб.</b>	20 000	35 000	45 000	65 000	85 000	115 000	128 000	120 000	115 000	110 000	110 000	130 000
<b>Расходы, руб.*</b>	80 000	80 000	36 814	58 372	68 372	83 372	89 872	85 872	83 372	80 872	80 872	90 872
<b>Прибыль (выр.-расх.), руб.</b>	-71 534	-56 534	-3 348	-6 926	3 074	18 074	24 574	20 574	18 074	15 574	15 574	25 574
<b>Рент-ть, % (приб./выр.)*100</b>	0	0	0	0	4	16	19	17	16	14	14	20
<b>Σ налога (15%), руб.</b>	200	350	450	650	2 494	4 744	5 719	5 119	4 744	4 369	4 369	5 869
<b>Заработная плата, руб.</b>	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100	10 100
<b>Начисления на зп ПФР, руб.**</b>	1 414	1 414	1 414	2 626	2 626	2 626	2 626	2 626	2 626	2 626	2 626	2 626
<b>Начисления на зп ФСС, руб.</b>	20	20	20	828	828	828	828	828	828	828	828	828
<b>Общая Σ налогов, руб.</b>	1 634	1 784	1 884	4 104	5 948	8 198	9 173	8 573	8 198	7 823	7 823	9 323
<b>Σ налогов нарастающим итогом*</b>	1 634	3 418	5 303	9 407	15 355	23 554	32 727	41 300	49 499	57 322	65 146	74 469

\* Расходы включают амортизационные отчисления в связи с приобретением основных средств, относящихся к 3-й группе

\*\*Для удобства расчетов отчисления в ПФР и ФСС за ИП приняты в размере 14,2% с ФОТ, так же, как и с ФОТ нанимаемого сотрудника

Месяц, порядковый номер/название	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	окт.11	ноя.11	дек.11	январ.12	февр.12	мар.12	апр.12	май.12	июн.12	июл.12	авг.12	сен.12
<b>Выручка (доходы), руб.</b>	135 000	138 000	140 000	135 000	135 000	135 000	130 000	128 000	115 000	110 000	125 000	155 000
<b>Расходы, руб.</b>	86 600	88 100	89 100	86 600	86 600	86 600	84 100	83 100	76 600	74 100	81 600	96 600
<b>Прибыль (выр.-расх.), руб.</b>	16 235	17 735	18 735	16 235	16 235	16 235	13 735	12 735	6 235	3 735	11 235	26 235
<b>Рент-ть, % (приб./выр.)*100</b>	12	13	13	12	12	12	11	10	5	3	9	17
<b>Σ налога (15%), руб.</b>	2 435	2 660	2 810	2 435	2 435	2 435	2 060	1 910	935	560	1 685	3 935
<b>Заработная плата, руб.</b>	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
<b>Начисления на зп ПФР 26%, руб.</b>	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240
<b>Начисления на зп ФСС, ФОМС 8,2%, руб.</b>	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925	1 925
<b>Общая Σ налогов, руб.</b>	10 600	10 825	10 975	10 600	10 600	10 600	10 225	10 075	9 100	8 725	9 850	12 100
<b>Σ налогов нарастающим итогом</b>	85 069	95 894	106 869	117 469	128 069	138 669	148 895	158 970	168 070	176 795	186 645	198 745



### 5.3. Анализ рисков проекта.

*В разделе выделяются основные риски проекта, проводится их качественная и количественная оценка. Последняя не всегда используется при предоставлении субсидий, как в данном проекте, но лучше оценить устойчивость финансовых результатов к воздействию риск-факторов. По завершении планируются мероприятия, снижающие воздействие рисков. В качестве методики количественной анализа рисков следует, как минимум, применять анализ чувствительности проекта, эффективно рассмотрение различных сценариев проекта. С помощью данного анализа выясняется, насколько показатели эффективности проекта подвержены влиянию (чувствительны) к изменению основных параметров проекта. Параметрами проекта являются объем и цена сбыта, прямые и общие издержки, объем инвестиций, ставка по привлекаемому кредиту. Следовательно, значение в процентах, на которое изменяется параметр проекта, при котором, например NPV (чистый приведенный доход от проекта) становится отрицательным (то есть проект становится убыточным) является критическим (например, если при падении на 10% цены сбыта NPV уходит в "минус", то считается, что проект чувствителен на - 10% по цене сбыта по NPV).*

Анализ проведен методом оценки силы и предсказуемости рисков.

Выявлены 4 основных вида рисков:

1. Финансовый риск - выполнения плана по реализации продукции на 75%.
2. Организационный – задержка сроков аренды помещения и приобретения оборудования.
3. Рыночный – выбор места аренды с недостаточно высокой проходимостью.
4. Кадровый – появление потребности в найме сотрудника раньше, чем на 13-м месяце проекта

Для управления рисками проекта разработаны следующие мероприятия:

- Инициатор проекта выбрала 4 потенциальных места аренды для магазина, выбраны поставщики мебели, кассового оборудования, товара;
- Сформирован ассортимент и составлен прайс-лист на продукцию, с учетом предложения других магазинов, реализующих чай и кофе вразвес;
- Для выполнения плана продаж предусмотрены мероприятия по привлечению постоянных клиентов – дегустации и скидки;
- Выбраны кандидаты из числа безработных, стоящих на учете в ЦЗ округа на вакансию продавца;

## 6. Результаты и эффективность проекта.

*Перед формированием результатов обязательно надо провести анализ проекта, который помимо вышеописанного анализа рисков должен содержать анализ финансовых показателей, анализ показателей эффективности проекта, анализ отчетности проекта. Анализ финансовых показателей должен ответить насколько ликвиден проект в разные периоды реализации. Ликвидность означает достаточность активов предприятия для погашения обязательств, ликвидность в начальные периоды проекта (то есть инвестиционный период и начальный период реализации) достаточна мало. Если же рост ликвидности не наблюдается в период, когда проект работает на полную мощность, то делается вывод о плохом финансовом состоянии проекта. Анализ показателей рентабельности дает представление о том, насколько прибылен проект. Например, относительная стабильность показателей рентабельности свидетельствует о грамотном планировании доходов и расходов. Анализ показателей оборачиваемости свидетельствует о грамотном производственном планировании (при условии относительной стабильности показателей, высокие показатели могут свидетельствовать о недостаточности запасов, долгом возврате кредиторской и получении дебиторской задолженности, низкие свидетельствуют об обратных тенденциях). Анализ показателей эффективности инвестиций должен показать быструю или медленную окупаемость проекта, высокую или низкую внутреннюю рентабельность (прибыльность) проекта, величину полученного дохода от реализации проекта, индекс прибыльности инвестиций (показывающий, сколько денежных средств дает реализация проекта на каждый вложенный в него рубль).*

*На основе проведенного анализа делается заключение о целесообразности (или нецелесообразности) реализации проекта.*

Приобретение оборудования для создания предприятия ИП ХХХХХ позволит инициатору проекта создать 2 новых рабочих места, создать рентабельное предприятие розничной торговли. Планируемые показатели проекта:

Наименование показателя	1-й год (10.10 -09.11)	2-й год (10.11-09.12)	Итого: (руб.)
Выручка (руб.)	1 078 000	1 581 000	2 659 000
Полные издержки (руб.)	1 075 252	1 405 678	2 480 930
Валовая прибыль (руб.)	2 748	175 322	178 070
Отчисления в виде налогов (руб.)	74 469	124 276	198 745

### Другие показатели эффективности проекта:

- Срок окупаемости инвестиций составит 24 месяца.
- Величина прибыли составит 178 тыс. руб. за 24 месяца проекта;
- Сумма налоговых отчислений в бюджет г. Москвы составит 198 тыс.руб.

за 24 месяца проекта.

- Количество создаваемых рабочих мест – новых 2 для штатных сотрудников, в том числе все для безработных.

Таким образом, проект является привлекательным с точки зрения возврата инвестиций, бюджетной эффективности, социального вклада.

Приложение 1 Смета затрат (период 3 месяца с 10.2010 по 12.2010).

№ п/п	Наименование затрат	Ед. измерен ия	Кол- во	Стоимость, руб.		Примечание	
				единицы	всего	собств. средства	средства ДТиЗН г. Москвы
1	Договор на оказание юридических услуг	услуга	1	22 000	22 000		22 000
2	Весы электронные с монитором	шт.	1	6 400	6 400		6 400
3	Кассовый аппарат	шт.	1	15 000	15 000		15 000
4	Кофемолка профессиональная	шт.	1	25 000	25 000		25 000
5	Стеллажи для магазина (20 м периметр)	шт.	2	40800	81600		81 600
6	Место кассира-продавца (шкаф-витрина с прилавком и тумбой под кассу)	шт.	1	43 000	43 000		43 000
7	Закупка продукции для дальнейшей реализации (чай, кофе)	кг	70	1 314	91 980		91 980
8	Обслуживание кассового аппарата	шт.	3	600	1 800	1 800	
9	Пакетики для фасовки чая и кофе (250г, 100 г, 50 г)	шт.	300	2,70	810	810	
10	Банки стекло для чая 2000 мл	шт.	30	210	6 300	6 300	
11	Фирменные пакеты	шт.	1000	2,30	2300	2300	
12	Визитки магазина	шт.	300	3,5	1050	1050	
13	Аренда	Мес.	2,5	20 000	50 000	50 000	
14	Оплата мобильной телефонной связи	Мес.	3	700	2 100	2 100	
	<b>Итого:</b>				<b>349 340</b>	<b>64 360</b>	<b>284 980</b>