

БИЗНЕС-ПЛАН

«Второе дыхание»

«Проект на расширение магазина «Точка»

Паспорт Бизнес-плана

Наименование плана	Проект на расширение магазина «Точка»
Разработчик плана	Волынщикова Дарья Владимировна
Сроки реализации плана	1 год
Источники финансирования мероприятий плана	Средства гранта, собственные средства
Расчетный срок окупаемости вложенных средств	1 год
Ожидаемые результаты	Планируемые средства гранта использовать на приобретении торгового оборудования и частичной закупки товара для расширения магазина «Точка».

Содержание

1. Резюме	
2. Обзор компании	
3. Описание продукции	
4. Маркетинговый план	
5. Финансовый план	
6. Основные показатели бизнес-проекта	

1. Резюме

Бизнес план разработан с целью расширения магазина «Точка».

Магазин расположен по адресу Забайкальский край, Каларский район, Новая Чара , улица Молдованова 16, индекс 674159.

Наше местоположение находится в 200 метров от вокзала, в шаговой доступности расположен детский сад «Березка», так же нашими постоянными покупателями являются люди, проживающие в спальном районе, где и находится магазин.

В процессе разработки был произведен ряд расчетов, в которых мы увидели, что если расширить магазин до МИНИМАРКЕТА , то появится +2 вакантных места продавца. Планируем вложить в расширение 1329500,00 тысяч рублей, окупить за 1 год.

Мы предлагаем скидку пенсионерам 7 % от покупки товара с 10:00-12:00 утра с понедельника-пятницу.

Так же в нашем МИНИМАРКЕТЕ будут красные ценники (у товара подходит срок годности) со скидкой 50%.

«Проект на расширение магазина «Точка»		
1.	Отрасль экономики	Розничная торговля
2.	Цель и задачи бизнес проекта	Цель продуктового магазина заключается в том, чтобы обеспечить покупателей свежими и качественными продуктами питания, создавая комфортное и удобное пространство для покупок. Мы стремимся удовлетворить потребности различных категорий клиентов , таких как дети, подростки, взрослые, пенсионеры, маломобильные покупатели, предлагая широкий ассортимент товаров, поддерживая доступные цены и обеспечивая высокий уровень обслуживания. Наша миссия – сделать процесс покупки быстрым, удобным и приятным, а также способствовать здоровому и разнообразному питанию наших покупателей.
3.	Стадия бизнес проекта	Расширение деятельности
4.	Наименование предлагаемой к выпуску продукции/услуги	Продовольственные товары, непродовольственные товары
5.	Общая стоимость бизнес-проекта (руб.)	1329500,00
6.	Источники финансирования	сумма запрашиваемой субсидии и

	бизнес-проекта (руб.)	собственные средства
7.	Направления использования инвестиций	приобретение оборудования , приобретение товаров
8.	Планируемое количество новых рабочих мест (без учета инициатора)	2 продавца
9.	Средний размер заработной платы одного работника (руб.)	20196,00 руб.
10.	Срок реализации бизнес-проекта	1 год
11.	Срок окупаемости бизнес-проекта	1 год
12.	Место реализации бизнес-проекта	Новая Чара, ул. Молдованова, дом 16, Магазин «Точка»

2. Обзор компании

2.1 Миссия магазина «Точка»

Миссией нашего магазина является обеспечение покупателей необходимым товаром, поддержкой баланса спроса и предложения, а так же создание комфортной среды для потребителей и предоставление качественного обслуживания.

Это включает в себя предоставление свежих продуктов (поставки поступают 2-3 раза в неделю), обеспечение доступности товара. Удовлетворение повседневных потребностей покупателей в продуктах питания, бытовой химии и других товаров первой необходимости. Предлагать покупателю редкие или эксклюзивные продукты со всего мира, обеспечивая высоким качеством и разнообразием, что важно в виду отдаленности нашего района. Так же предоставляем высококачественные, натуральные и замороженные продукты, помогая клиентам питаться сбалансированно и вкусно.

Магазин «Точка» - это место, где сочетаются свежие продукты, качество и дружелюбное обслуживание. Наша цель – увеличение продуктового магазина, который станет центром поселка, предлагая все необходимое и укрепляя связи между местными жителями.

2.2 Цели и задачи магазина «Точка»

Цель продуктового магазина заключается в том, чтобы обеспечить покупателей свежими и качественными продуктами питания, создавая комфортное и удобное пространство для покупок. Мы стремимся удовлетворить потребности различных категорий клиентов , таких как дети,

подростки, взрослые, пенсионеры, маломобильные покупатели, предлагая широкий ассортимент товаров, поддерживая доступные цены и обеспечивая высокий уровень обслуживания. Наша миссия – сделать процесс покупки быстрым, удобным и приятным, а также способствовать здоровому и разнообразному питанию наших покупателей.

Основную цель, которую мы преследуем в будущем при расширении, это предоставление скидок Пенсионерам - во временном промежутке с понедельника по пятницу с 10:00 до 12:00 в виде скидки 7% на весь ассортимент товаров, кроме (алкогольной и табачной продукция).

Задачей продуктового магазина является:

- Оптовые закупки товаров у поставщика или производителя с целью их дальнейшей реализации в розницу.
- Демонстрация товаров и информации о них посредством выкладки в торговом зале на стеллажах, витринах, применения «ценников» с дополнительной информацией о продукции.
- Реализация продукции в удобном для покупателей месте, без необходимости предварительного заказа, записи (продажа «здесь и сейчас»).
- Предложения для покупателей с разной платежеспособностью.
- Дробление партий продукции и обеспечение надлежащих условий хранения. От оптовиков продукция поступает в объемах и виде, не всегда подходящем для розничных покупателей. Торговое предприятие обеспечивает дробление партий. Каждый товар имеет определенный режим хранения, который нужно создать в торговом зале и/или на складе.

2.3 Как мы создавались и кто наш главный покупатель

ИП Волынщикова Дарья Владимировна, магазин «Точка» был открыт 08 ноября 2021 года. Первоначально магазин располагался на 15 кв.м. В ассортимент входили такие продукты как: пивная продукция, бакалея. Далее, в январе 2022 года магазин расширился до 30 кв.м, так же был расширен ассортимент товаров, добавились фрукты, овощи и заморозка (пельмени, мороженное, овощные заморозки). В январе 2024 года и по настоящий момент магазин расширился до 45 кв.м., в разы увеличился ассортимент выбора товара, добавились морозильные лари для мясной и рыбной продукции, приобретены витринный холодильник для колбасных и сырных изделий, так же нашли свое место холодильники под молочную продукцию, появился большой овощник (для расположения фруктов и овощей). В помещении здания имеются склады, расположенных на 40 кв.м., для хранения продовольственных товаров (холодильники, морозильные лари, стеллажи).

Самый главный вопрос, кто наш главный покупатель?

Для нас главный покупатель, это Ты – человек! Ведь вся работа, которую мы создаем уже на протяжении 5 лет, она - для Тебя. Мы хотим, чтобы Ты всегда выходил из магазина с улыбкой на лице, ведь именно для Тебя

мы работаем и создаем все приемлемые условия, что бы Ты в одном месте мог взять все и не идти дальше нашего магазина.

Мы 5 лет создаем уют, чистоту и уважительную атмосферу к покупателям, потому что мы ценим каждого из вас за ваш выбор. В свою очередь даем вам разнообразие продуктов питания, свежее поступление 2-3 раза в неделю, качественный товар и свою улыбку, что бы вы возвращались именно к нам.

2.4 Зачем мы участвуем в конкурсе?

Цель создания проекта на расширения предприятия и деятельности является прибыль. Предприятие ставит перед собой задачи – увеличение ассортимента продукции, удержание постоянных потребителей и приобретение новых, улучшение качества обслуживания, расширение пространства для работы и удобства выбора товара покупателем.

В виду расширения мы предлагаем новые вакантные места на трудоустройство.

Таблица №1 Вакантные места

№п/п	Должность	Количество (чел)	Зарботная плата в месяц (руб.)	Дата(месяц) ввода рабочего места
1.	2	3	4	5
1	Продавец	1	20196.00	15.11.2025г.
2	Продавец	1	20196.00	15.01.2026г.

Что мы хотим сделать? На что мы потратим выигранный грант?

В планах расширить магазин до МиниМаркета торговой площадью 100 кв.м. (приложение 4). Приобрести оборудования для разливных напитков, расширить ассортимент замороженного товара (рыба, мясо, пельмени, мороженное) путем приобретения морозильных ларей для продуктового зала, холодильные витрины для напитков, приобрести холодильник для колбасных и сырных изделий, заменить кассовую зону на 2 продавца, добавить в ассортимент магазина зону с бытовой химией, посудой, электроприборами, установить аппарат кофе-машины, приобрести стеллажи для хранения товара в покупной зоне, добавить зону для детских товаров (игрушек, детского питания), масштабно расширить ассортимент товара способом увеличения ассортимента видов и количеством товара.

Следовательно, делаем вывод, что предоставленные деньги мы потратим на приобретения оборудования и расширения ассортимента товара в магазине.

Так же частой проблемой в поселке является отсутствие электроэнергии. Как следствие магазин закрывается. Для не допущения приостановки торговли планируется установка генератора, что бы магазин

мог функционировать без света и потери качества товара на прилавках, холодильниках и морозильных ларях.

2.5 Перспективы развития

Спрос на продукты питания всегда высок и покупают их независимо от экономической ситуации и финансового положения, а это означает высокую доходность и хорошую окупаемость. К тому же сформировать ассортимент достаточно легко, поскольку наиболее востребованные товары известны, а добавить дополнительные позиции просто.

Одним из важнейшим пунктом перспектив является наше местоположение, рядом Детский сад, большой поток людей проходит через магазин именно идя с сада домой. Спальный район, в котором мы располагаемся, еще один наш плюс, постоянные клиенты являются жителями рядом стоящих домов. Достаточное место для парковки автомобиля и беспроблемный подход пешеходов к магазину. В магазин без усилий могут попасть маломобильные покупатели, так как нет лестниц и подъемов вверх. В одном здании с магазином находится ПВЗ Wildberries, что приводит еще больше людей в наш магазин.

2.6 Финансово-экономические показатели деятельности вашего предприятия.

Выручка показывает общий объем продаж, а прибыль отражает, сколько реально заработал бизнес за вычетом всех расходов.

Таблица №2. Показатели планируемого товарооборота за месяц.

№ п/п	Наименование товара (работ, услуг)	Единица измерения	Стоимость приобретения	Стоимость реализации
1	2	3	4	5
1.	Продовольственные товары	Руб.	3.300.000,00	4.620.000,00
2.	Непродовольственные товары	Руб	144.000,00	201.000,00
Итого:			3.444.000,00	4.821.000,00

Таблица №3. Показатели планируемого товарооборота за год.

№ п/п	Наименование товара (работ, услуг)	Единица измерения	Стоимость приобретения	Стоимость реализации
1	2	3	4	5
1.	Продовольственные товары	Руб.	39.000.000,00	55.440.000,00

2.	Непродовольственные товары	Руб	1.728.000,00	2.412.000,00
Итого:			40.728.000,00	57.852.00,00

В данной таблице указаны товары распределившиеся на две группы. Продовольственные товары – это все продукты питания, а так же бутилированная вода, алкогольная и безалкогольная продукция, жевательная резинка и пищевые добавки, которые используются человеком для питания.

Непродовольственные товары – это потребительские товары, которые не предназначены для употребления в пищу, в отличии от продовольственных товаров. К ним относятся одежда, обувь, бытовая техника, электроника, игрушки, товары для дома.

В данных таблицах мы можем увидеть товарооборот по закупке у поставщиков и реализации товаров в магазине за месяц и за год.

3. Описание продукции

В данном бизнес-плане мы рассматриваем МиниМаркет площадью 100 кв.м в спальном районе в месте с высокой проходимостью людей. Он является одноэтажным отдельно стоящим зданием.

Продуктовая сфера является очень конкурентной. На конкурентоспособность продукции влияют разные факторы, среди них: цена, качество, методы маркетинга и рекламы, уровень послепродажного обслуживания, гарантия и другие.

Конкурентоспособность — это не просто качество или цена, а комплексный подход, который включает инновации, грамотную стратегию и понимание потребителя.

Продуктовая сфера является очень конкурентной. На конкурентоспособность продукции влияют разные факторы, среди них: цена, качество, методы маркетинга и рекламы, уровень послепродажного обслуживания, гарантия и другие.

Основные факторы конкурентоспособности товара включают:

1. Качество продукции. Качественные товары, соответствующие требованиям потребителей, способствуют формированию лояльной клиентской базы.

2. Ценовая политика. Установление оптимального соотношения между стоимостью и ценностью товара. Эффективная оптимизация ценовой политики помогает компании укрепить позиции на рынке.

3. Клиентский сервис. Высокий уровень обслуживания играет ключевую роль в создании позитивного потребительского опыта.

Еда – это завтрак, обед и ужин. Еда - это магазины. К уже сказанному кто-то возможно присовокупит, что еда – это затраты. Иными словами, еда - это основа нашего существования, неотъемлемая часть нашей жизни. Еда – это тот товар, который покупали, покупают и будут покупать.

Мы предоставляем следующий ассортимент товаров:

- фрукты
- овощи
- бакалея (различная консервация, майонезы, кетчупы, варенье, макароны, тушенка, крупы, готовые завтраки, соль, сахар итд)
- хлеб и хлебобулочные изделия
- молочная продукция
- пивные напитки
- соки, лимонады
- конфеты
- кондитерские изделия
- алкогольная продукция (крепкий алкоголь)
- чай
- кофе
- замороженная рыбная продукция
- соленая рыба (собственного производства)
- замороженная мясная продукция
- домашний фарш (собственного производства)

Весь товар не перечислить, выше указали только основной продукт.

Также для максимизации прибыли следует добавить хозяйственные товары первой необходимости (спички, мыло, бытовая химия, и т.д.) и корм для домашних животных.

Продуктовый магазин является сложной цепочкой, так как состоит из множества компонентов, взаимодействующих друг с другом. Как например для продажи Алкогольной продукции требуется лицензия, для контроля продуктов питания животного происхождения (мяса, молока, рыбы, масла) используется Меркурий, для учёта алкогольной продукции на российском рынке используется Егаис.

Основным аспектом данного предприятия является Безопасность и экологичность продуктового магазина. Это связано с соблюдением санитарных норм, внедрением экологических практик и соблюдением экологических стандартов. Эти аспекты важны для обеспечения здоровья населения и снижения воздействия на окружающую среду.

Некоторые требования к безопасности продуктового магазина:

- Соблюдение правила поточности — работа с разными видами продукции отдельно, чтобы они не пересекались. Например, неупакованные пищевые товары не могут «встречаться» с непродовольственными, а готовая продукция — с неупакованной и непереработанной.

- Раздельное хранение — продукты питания и непродовольственные товары хранят на разных складах. Если у магазина только один склад, можно хранить разные товары в одном помещении, но в разных зонах, чтобы они не соприкасались.

- Запрет на продажу просрочки и продуктов без маркировки или документов (счетов-фактур, накладных, сертификатов).

- Подготовка продуктов перед выкладкой в торговом зале, к этому процессу не допускают уборщиков и подсобных рабочих.

- Маркировка посуды для разных видов товаров, чтобы не перепутать.

Экологичность

Некоторые меры по обеспечению экологичности продуктового магазина:

- Сокращение упаковочных материалов — уход от композитных, сложноперерабатываемых материалов в сторону упаковки, которую можно переработать и вернуть в оборот.
- Выделение экотоваров на полке магазина .
- Сокращение закупок продукции, которая поставляется в неперерабатываемой и трудноперерабатываемой упаковке.
- Предложение покупателям использовать многоразовую упаковку.
- Сбор отходов отдельно, так как при перемешивании класс опасности повышается, а затем передача на предварительную обработку и утилизацию для производства новой продукции.

4. Маркетинговый план

Продуктовые магазины являются одними из самых распространенных видов бизнеса в мире. Они предлагают широкий ассортимент товаров, начиная от свежих овощей и фруктов до молочных продуктов и мяса. Однако, чтобы привлечь клиентов и удержать их, необходимо разработать эффективную маркетинговую стратегию.

Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет Таблица №3.

Таблица №4 Соотношение сторон магазина

Сильные позиции	Слабые позиции	Возможности	Опасности
Сильные позиции продуктового магазина включают сбалансированный ассортимент, стратегию ценообразования, высокий уровень сервиса и эффективные маркетинговые стратегии. Эти факторы помогают привлечь клиентов, удержать их и выделиться среди конкурентов.	Дырки на полках, Излишки товара, Отрицательные остатки, Убыточные позиции в ассортименте, Финансовая неопределенность ,	Возможности продуктового магазина включают разнообразие форматов, гибкость ассортимента, выбор удачного места и финансовое планирование. Успех бизнеса зависит от грамотного выбора формата, учёта потребностей целевой аудитории и оптимизации затрат.	Для работников: Контакт с опасными веществами, Контакт с продуктами, которые могут вызвать аллергические реакции, Травмы, Электрические травмы, Психоэмоциональные нагрузки, Для покупателей: Употребление некачественных продуктов, Загрязнение продуктов, Несвоевременная

			мойка и дезинфекция оборудования.
--	--	--	-----------------------------------

Определим основные стратегии маркетинга

- Уникальный дизайн и упаковка

Первое впечатление очень важно, поэтому необходимо уделить особое внимание дизайну нашего магазина и упаковке товаров. Используйте яркие цвета и интересные формы, чтобы привлечь внимание клиентов. Также не забывайте о чистоте и порядке в магазине - это создаст уютную атмосферу и повысит уровень доверия у покупателей.

- Фокус на потребителя

Ваш магазин должен быть ориентирован на потребности клиентов. Исследуйте, что именно интересует вашу целевую аудиторию, и предлагайте товары, которые они хотят купить. Например, если вы заметили, что многие покупатели ищут органические продукты, то добавьте их в свой ассортимент.

- Мощная рекламная кампания

Хорошая рекламная кампания может сделать ваш магазин более заметным и привлекательным для потенциальных клиентов. Используйте различные каналы рекламы, такие как социальные сети, рекламные щиты и листовки. Также не забывайте о скидках и акциях - это поможет привлечь новых клиентов и удержать старых.

- Качественный сервис

Качественный сервис - это один из ключевых факторов, который поможет вам удержать клиентов. Обучите своих сотрудников хорошей коммуникации и дайте им возможность решать проблемы клиентов быстро и эффективно. Также не забывайте о чистоте и порядке в магазине - это создаст уютную атмосферу и повысит уровень доверия у покупателей.

- Система лояльности

Система лояльности - это еще один способ удержать клиентов и повысить продажи. Предложите своим клиентам бонусы и скидки за покупки, а также возможность получить дополнительные привилегии.

- Анализ конкурентов

Не забывайте следить за тем, что делают ваши конкуренты. Исследуйте их маркетинговые стратегии и попробуйте выделиться из толпы. Например, вы можете предложить более широкий ассортимент товаров

- Участие в мероприятиях

Участие в местных мероприятиях, таких как благотворительные подарки, выездные продажи на праздники, быть спонсором мероприятий.

5. Финансовый план

Финансовый план продуктового магазина — один из важных разделов бизнес-плана. В нём отражают инвестиционные расходы, ежемесячные траты, прогноз доходов, сравнение расходов и доходов, а также рассчитывают прибыль и срок окупаемости.

Таблица №5 Финансовый план

1. Выручка от реализации
Согласно Таблицы №1 Показатель планируемого товарооборота за месяц
выручки от реализации составляет 1377000,00 рублей за 1 месяц.

2. Себестоимость продукции
 $540,00 + 696794,00 = 697334,00$ рублей.

2.1 Переменные расходы
540,00 рублей.

2.1.1 Сырье и материалы

Так как мы являемся продуктовым магазином этот пункт мы в учет не берем.

2.1.2 Топливо и энергия

Планируется установка генератора для поддержания электроэнергии в помещении в связи частого отключения электроэнергии .

По статистике отключение 1 раз в месяц на 3 часа.

Расход генератора составляет 2 литра в 1 час работы .

1 литр = 90 рублей

2 литра * 3 часа = 6 литров

6 литров * 90 рублей = 540 рублей в месяц.

2.2 Постоянные расходы

$17705,00 + 801784,00 + 33411,00 + 210000,00 + 23000,00 + 332500,00 = 696794,00$

2.2.1 Амортизация

В среднем в год в негодность приходит 1 холодильник стоимостью 60000,00 рублей. Так же в течении года требуется профилактика всех холодильных устройств. Осмотр 1 холодильника 2000,00 рублей.

$2000,00 * 9$ холодильник устройств = 18000,00 рублей в год.

$60000,00 + 18000,00 = 78000,00$ в год

$78000,00 / 12 = 6500,00$ рублей в месяц.

Обслуживание и покупка программ для ведения и поддержания кассовых программирования в СБИС.

67225,00 обслуживание 1 кассового оборудования

$67225,00 * 2 = 134450,00$ за 2 кассовых компьютера в год

$78000,00 + 134450,00 = 212450,00$ в год

$212450,00 / 12 = 17705,00$ в месяц

2.2.2 Фонд оплаты труда

Трудоустройство 1 продавца на 0,5 ставки составляет 20196,00 рублей.

4 продавца * 20196,00 = 80784,00 оплата заработной платы в месяц.

2.2.3 Начисления на ФОТ

За 1 продавца ФОТ составляет 8352,75

$8352,75 * 4 = 33411,00$ оплата ФОТ за 4 продавцов в месяц.

2.2.4 Арендная плата

Согласно договора оплата 1 кв.м составляет 1500,00 рублей

Помещение 140 кв.м

$140,00 * 1500,00 = 210000,00$ рублей оплата аренды за один месяц.

2.2.5 Коммунальные услуги

Согласно выставленного счета

Олерон – 2500,00 рублей

ТВК – 1500,00 рублей

Чита Энерго Сбыт 15000,00 рублей

Охрана 4000,00 рублей

$2500,00 + 1500,00 + 15000,00 + 4000,00 = 23000,00$ рублей за месяц.

2.2.6 Прочие

За отправку товара поставщик берет 8% от закупки товара

$3444000,00 - 8\% = 275520,00$ рублей за месяц.

Оплата грузчикам

3800,00 это сумма за 1 ходку

57000,00 работа грузчиков за месяц

$275520,00 + 57000,00 = 332500,00$ рублей в месяц.

3. Налоги

Налоги за ИП Волынщикова Д.В. 53658,00 рублей в год

Патент 59717,00 в год

$53658,00 + 59717,00 = 113375,00$ в год.

$113375 / 12 = 9448,00$ в месяц.

4. Чистая прибыль

$1377000,00 - 697334,00 - 9448,00 = 670218,00$ рублей в месяц.

6. Основные показатели бизнес-проекта

Таблица №6 Основные показатели бизнес-проекта

№ п/п	Основные показатели бизнес-проекта	Фактические данные на момент подачи заявки	Планируемые данные в результате реализации бизнес-проекта
1.	Рабочие места, ед	2	4
2.	Средняя заработная плата работников, рублей/месяц	403936,00	80784,00
3.	Налоговые отчисления по бизнес-проекту, тыс. Рублей /год	313841,00	514307,00
4.	Объем производства продукции	39039913,00	57852000,00
5.	Срок реализации бизнес проекта, годы	1 год	1 год

99 *принимается* 11.08.14

Показатель	Месяцы												Итого за 1 год	Итого за 2 года	Итого за 3 года
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	15	16
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Выручка от реализации	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	1377000	16524000	33048000	49572000
2. Себестоимость продукции	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	697334	8368000	16736016	25104024
2.1 Переменные расходы	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480	12960	19440
2.1.1. Сырье и материалы															
2.1.2. Топливо и энергия	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480	12960	19440
2.1.3. Прочие расходы															
2.2. Постоянные расходы	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	696794	8361528	16723056	25084584
2.2.1. Амортизация	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	17705	212460	424920	637380
2.2.2. Фонд оплаты труда	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	80784	969408	1938816	2908224
12.2.3. Начисления на ФОТ	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	33411,60	4010939,20	801878,40	1202817,60
2.2.4. Арендная плата	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	210000	2520000	5040000	7560000
2.2.5. Коммунальные расходы	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	23000	276000	552000	828000
2.2.6. Прочие	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	332500	3990000	7980000	11970000
3. Налоги	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	9448	113376	226752	340128
4. Чистая прибыль	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	670218	8042616	16085232	24127848

Перечень затрат
Проекта, планируемого к финансированию из средств предоставляемой в
виде гранта субсидии

ИП Волынщикова Дарья Владимировна, магазин «Точка»

В лице Волынщиковой Д.В.

Наименование	Количество	Цена за ед.	Итого
Генератор	1	90000,00	90000,00
Холодильная витрина для колбасных изделий	2	98000,00	196000,00
Холодильник для напитков	1	120000,00	120000,00
Холодильник для молочной продукции	1	130000,00	130000,00
Холодильный ларь для заморозки	4	80000,00	320000,00
Оборудование для разливных напитков	1	200000	200000,00
Стеллажи	15	7500,00	112500,00
Косметический ремонт	1	30000,00	30000,00
Транспортировка до Новой Чары	2600 т	35р кг	91000,00
Работа электрика, строителя	2	20000,00	40000,00
Итого			1329500,00

Таким образом, расширение магазина «Точка» потребует вложения в размере: 1329500,00 тысяч рублей.

ИП Волынщикова Д.В.

