УПК № 1

Бизнес план

Фирма:

**“Raum design”**

**Экономика:**

**Маркетинг:**

**Менеджмент:**

**Выполнил:**

**Евсеев Д.Ю.**

# Благовещенск 2002

**Содержание:**

1. **Введение**
2. **Общие сведенья**
3. **Маркетинг**

* **Проектируемый вид услуги**
* **Текущая маркетинговая ситуация.**
* **Конкуренция.**
* **Конкурентоспособность товара.**
* **Сегмент рынка, для которого предназначен наш товар.**
* **Метод ценообразования**
* **Комплекс маркетинга.**
* **Продвижение и реклама.**

1. **Менеджмент**

* **Информация**
* **Закупка товара**
* **Ассортимент**
* **Организационный план**
* **Мотивация персонала.**
* **Режим работы фирмы**
* **Оценка риска**

1. **Экономика**

## 

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в биз­несе, если не планировать эффективно его развитие, не аккумулиро­вать постоянно информацию о собственных перспективах и возмож­ностях, о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов и т.д.

Необходимо точно представлять свои потребности на перспективу не только в материальных, трудовых, интеллектуальных, но и в фи­нансовых ресурсах, что особенно существенно в рыночной экономике. Важно предусмотреть и источники их получения, уметь выявлять эффективность использования ресурсов в процессе работы предприя­тия.

Главная цель, которую преследует предприятие достижение максимума прибыли при минимуме затрат. План фирмы способствует решению этой задачи, определяя наиболее выгодные источники фи­нансирования и рациональные направления расходования средств, обеспечивая устойчивое положение предприятия на рынке.

Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов ры­ночной деятельности компании и, в то же время как необходимый ин­струмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потреб­ностями рынка. В плане характеризуются основные аспекты коммер­ческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается, и определяются пути и методы их решения.

Благодаря бизнес-плану у управляющего появляется воз­можность взглянуть на предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономиче­ских и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизо­ваться. Целью такого плана может быть получение кредита, привле­чение инвестиций, определение стратегических и тактических ориен­тиров фирмы, оценка ее рыночного положения достижение не­обходимых результатов по объемам сбыта продукции и др.

**Общие сведенья.**

1. **Название фирмы**

“**Raum design**”

1. **Род деятельности.**

Основным родом деятельности фирмы будет реализация посуды импортного производства.

1. **Место нахождение.**

Пересечение улиц: Горького – 50 лет октября.

1. **Необходимые инвестиции**

Для открытия магазина потребуются инвестиции в размере  **1971100рублей**

1. **Численность персонала.**

Численность основного состава магазина должна составить 8 человек:

**- Руководитель**

* **Товаровед**
* **Бухгалтер**
* **Старший продавец** **– консультант**
* **Продавец – дизайнер**
* **Продавец** **– консультант**
* **Грузчик**
* **Уборщица**

## Маркетинг

**1. Проектируемый вид услуги.**

При разработки бизнес-плана мною была предложена идея оказание услуги по реализации посуды иностранного производства. Данная услуга была выбронна в связи с низким уровнем конкуренции, с большими возможностями по развитию данной услуги, а также всвязи с тем, что рыночная ниша в городе Благовещенске остается незаполненной и по сей день.

**2. Текущая маркетинговая ситуация.**

Основная идея заключается в том, что в случае открытия магазина с конкурентоспособным ассортиментом, ценами, технологиями обслуживания покупателей и т.д. его рыночная доля может составить от 10% до 15%.

Анализ конкурентов рынка г. Благовещенска говорит о том, что для того, чтобы выиграть в конкурентной борьбе, достаточно иметь постоянный стабильный ассортимент товара и необходимый обьем товарных запасов. Вместе с тем данный рынок характеризуется следующими особенностями:

* более высокий уровень жизни в сравнение с другими городами области
* привычкой за многими покупками ездить в крупные магазины города
* анализ спроса и предложения на рынке города показывает, что существует неудолетворенный спрос в сегменте дорогих подарков для мужчин и женшин

Указанные выше особенности г. Благовещенска говорит о том, что планируемый магазин будет конкурировать с существующими магазинами, отделами.

**3. Конкуренция.**

Анализ основных конкурентов на рынке посуды показывает, что заметно выделяются по ассортименту и ценам такие магазины как:

* магазин “Товары для дома”
* магазин “Фартов”
* “Амурская ярмарка”
* магазин “Золушка”

В связи с этим, открывшийся магазин должен предлагать на рынке по мимо конкурентноспособного соотношения цены, качества и ассортимента товара, дополнительные ценности для покупателей.

* планируется организация торговли по самообслуживанию и по образцам со свободным доступом покупателей к любому товару. Такую возможность на рынке для покупателей в настоящее время не предостовляет ни кто.
* планируемый магазин позволит покупателям находящимся в центре города, сэкономить личное время за счет удобного месторасположения.
* В магазине планируется систематическое проведение специальных 1-3 акций по стимулированию продаж (см табл №1), а также предоставление покупателям разовых, постоянных и накопительных скидок.

Таблица №1

**План мерорприятий магазина по стимулированию продаж**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование мерорприятия | Дата проведения |
| 1 | Праздник-открытие магазина | 1 февраля 2002г. |
| 2 | Презентация новинок посуды | 3 февраля 2002г. |
| 3 | Предпразднечные презентации подарков для мужчин и женшин. | 20 февраля и 5 марта 2002г. |
| 4 | Показ, демонстрация классического стиля сервировки стола | 1 апреля 2002г. |
| 5 | Профессиональная посуда- для гостиниц, баров и ресторанов. | 3 мая 2002г. |

Предоставлением активной системы скидок для покупателей и проведением мерорприятий по стимулированию продаж в настоящее время занимаются только магазины “Товары для дома” и “Золушка”.

Несмотря на многообразие качественных и количественных параметров, по которым может происходить конкуренция нового магазина с существующими главными параметрами можно назвать следующие:

* 90% ассортимента товаров, предлагаемых магазином должно быть в наличии постоянно;
* время с момента выбора покупателем товара интересующего его до момента оплаты и получения товара не должно превышать 5 минут.
* При продаже по образцам, каталогам, на заказ время поставки любого товара, указанного в прайс-листе должно составлять не более 10 дней.
* Цены на товар по сороставимому ассортименту должны быть на уровне рыночных плюс 3%, минус 10%.

Особенностью планируемой ассортиментной политики нового магазина является обновление в течение года не менее 25% ассортимента.

Слабые и сильные стороны конкурентов:

Проаналезировав ситуацию на рынке г. Благовещенска, видно что основными конкурентами являются крупные торговые предприятия которые реализуют не только товары из стекла и фарфора но и другие товары.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что есть довольно перспективная маркетинговая возможность сбыта продукции высокого качества по низким ценам, так как слабой стороной конкурентов является небольшой ассортимент товара, а также высокие цены, а сильной стороной, долгое присутствие конкурентов на данном сигменте рынка.

**4. Конкурентоспособность товара.**

Приимушества предлагаемого товара над конкурентными товарами:

* Высокое качество реализуемого товара
* Известные фирмы производители:

Фарфор:

1. Haas&Czjzek (Чехия)
2. Thun (Германия)
3. Starorolsky Porcelaine (Германия)

Стекло:

1. Domex (Польша)

2. Makora (Италия)

1. Crystalex (Франция)

* Стильный и современный дизайн продукции
* Богатый выбор ассортимента
* Экологически-чистая продукция
* Умеренные цены
* Высокий уровень обслуживания

1. **Сегмент рынка, для которого предназначен наш товар.**

Сегментом рынка для товаров, производимых фирмой “Raum design”, с географической точки зрения будет рынок города Благовещенска и близко расположенных к нему городов в которых не существует фирм, занимающихся реализацией аналогичных товаров. Далее, уже в рамках выделенного сегмента рынка, можно определить покупателей на наш товар. Это будут:

* гостиницы
* бары
* рестораны

Но основными покупателями будут горожане. ( Как молодожены, так и люди пожилого возраста)

1. **Метод ценообразования**

В условиях быстро меняющейся экономико-политической ситуации трудно однозначно определить тип рынка, на который выходит фирма, но наиболее близок он к современной конкуренции, так как в городе много независимых фирм оказывающих данную услугу, а главное цены определяются самим рынком.

Главной задачей для меня является завоевание рынка г. Благовещенска, а также получение максимальной прибыли, но с тем расчётом, чтобы цена товара была приемлемой для наших потребителей, и они не ушли бы от нас к нашим конкурентам. Поэтому, учитывая поставленную задачу, будет использоваться стратегия прочного внедрения на рынок.

1. **Комплекс маркетинга.**

Формирование спроса будет происходить следующим путем:

* осведомление покупателя о существование товара
* осведомление о потребностях, которые можно удолетворять при помощи данного товара
* осведомление о качестве товара
* осведомление о горантии защиты интересов покупателей

Основной стратегией формирования спроса будет широкое проникновение, так как данная стратегия характеризуется умеренными ценами и большим рынком сбыта продукции.

**8.Продвижение и реклама.**

# Основная рекламная тема должна соответствовать целям рекламы.

Главной целью для меня является привлечение покупателей и ознакомление их с достоинствами оказываемой мною услуги.

Главные покозатели:

* богатый ассортимент товара
* удобный режим работы
* система скидок
* умеренные цены

# Предлагаемый мной товар не является товаром первой необходимости, следовательно, релама товара будет вестись в нескольких направлениях:

* Радио. Рекламные ролики будут размещены на наиболее слушаемой радиостанции области “Манхетен” в промежутке времени от 9:00 до 15:00.
* ТВ. Реклама будет выходить в прайм-тайм, во время самых популярных телепередач (новости, телесериалы)
* Газеты. Реклама восновном будет размещена в информационных и рекламно-комерческих газетах, такие как “Благовещенск”, “Моя мадонна” и ”Бизнесмен”.
* Растяжка. Растяжки планируется разместить на в центральной части города и неподолеку от магазина.
* Реклама на месте продаж. Будет установлен телевизор в магазине или витрине для проката видеороликов. Изготовление различной сувенирной продукции (ручки, пакеты с логотипом).

Логотип фирмы:

 **Качество- это наша работа**

Менеджмент

1. **Информация**

Магазин по продаже посуды иностранного производства планируется открыть в центре города (арендованное помещение), в построенном жилом доме, на пересечение улиц Горького – 50 лет Октября, этот выбор обусловлен тем, что большинство горожан привыкли делать дорогостоящие покупки именно в центре города.

Общая площадь магазина составит 140(кв.м), в том числе

100(кв.м) –торговая площадь

26(кв.м) – складская площадь

14(кв.м) – административная площадь

1. **Закупка товара**

Весь товар планируется закупать у известных фирм производителей, таких как: Alfa, Massive, Belis, Ballarini, это обусловленно высоким качеством продукции и авторитетом этих фирм. Закупку товара планируется производить непосредственно у фирм-производителей, закупкой товара будет заниматься руководител фирмы. Все финансовые операции будут проходить через Внешэкономбанк, в связи с высочайшей репутацией этого банка.

1. **Ассортимент**

90% ассортимента товаров, предлагаемых магазином, должно быть в наличии постоянно, остальные 10% будут доступными для покупателей через католог, причем срок доставки не будет превышать 3 месяцев. Также планируется обновление ассортимента в течение года не менее 25%. Все запасы продукции будут храниться на складе.

1. **Организационный план**

**А) Принципы отбора и найма кадров**

Как известно, правильно подобранное руководство и рабочая группа являются основной составляющей частью успеха. Именно от людей, составляющих организацию, зависит, будет ли предприятие процветать или закроется, не просуществовав и года. Для процветания созданного предприятия необходимо затратить огромное количество сил . Только люди, обладающие большим запасом энергии, желающие добиться высоких результатов, сделать карьеру и иметь достойный уровень жизни, а также имеющие современный взгляд на поставленные цели, обладающие умением предвидеть ситуацию, способны сделать предприятие прибыльным. С точки зрения психологии и физиологии, люди в возрасте от 25 до 35 лет наиболее полно удовлетворяют вышеперечисленным требованиям. Таким образом, предпочтение будет отдаваться именно этой возрастной категории. Однако возможны варианты, что окончательно будет ясно после собеседования.

Принципы отбора и найма кадров в фирме будет осуществляться по следующей схеме:

1. Помещение объявления о приеме на работу в местные газеты, на телевидение, или запрос на биржу труда.

|  |
| --- |
| **Фирме "Raum design", требуются...**  Вы должны иметь\_\_\_\_\_\_\_\_\_ образование. Опыт работы в торговле не менее 3-х лет.  Мы предлагаем вам стабильную достаточно высокую заработную плату, ежегодный отпуск, иногда сверхурочные, и благоприятную рабочую обстановку.  С письменным заявлением обращайтесь по адресу...  Тел/факс: \*\*-\*\*-\*\* |

1. Заполнение заявления о приеме на работу

Основная форма заявления

1. Должность, на которую вы претендуете
2. Полное имя
3. Адрес
4. Телефон
5. Дата рождения
6. Образование
7. Предыдущие места работы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название и адрес предприятия | Должность, краткое описание выполняемых обязанностей | Зарплата | Причины увольнения |

1. Интересы в свободное время
2. Отзывы (имена и адреса последних работодателей)
3. Причины, по которым вы хотите получить эту работу
4. Предварительное изучение претендентов по заявлениям, запрос информации о сатрудниках с предыдущих мест работы. Сокращения претендентов до 3-х человек, остальным отправления вежливого письма с отказом, дабы с самого начала не испортить имидж фирмы
5. Приглашение по телефону или в письменном виде на собеседование
6. Оценка кандидатов во время собеседования и выбор человека, более других удовлетворяющего вышеописанным требованиям для данной должности
7. Введение рабочего в новую должность

Оценка рабочих на протяжении первых двух недель работы

**Б) Требования к сотрудникам:**

Численность основного состава магазина должна составить 8 человек:

- **Руководитель**- организует всю работу предприятия (высшее экономическое образование,возраст от 30 до 40 лет )

- несет полную ответственность за состояние фирмы и состояние трудового коллектива

- представляет предприятие во всех учреждениях и организациях

- распоряжается имуществом предприятия

- заключает договора

- поиск поставщиков

- сбыт продукции (т.е.работа с крупными клиентами)

- издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников

- применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия

- открывает в банках счета предприятия

* **Товаровед** - (высшее экономическое образование,возраст от 25 лет)- организатор закупок, продаж и учета товарных и других ценностей
* **Бухгалтер**- (высшее экономическое образование со специализацией "бухгалтерский учет”, возраст от 25 лет, опыт работы не менее 5 лет )

- осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами

- устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия

- производит финансовые расчеты с заказчиками и поставщиками, связанные с реализацией готовой продукции, приобретением необходимого сырья, топлива, материалов и т.д. В задачи входит также получение кредитов в банке, своевременный возврат ссуд, взаимоотношения с государственным бюджетом (налоги)

- разрабатывает штатное расписание

- составляет годовые, квартальные, и месячные планы по труду и заработной плате и осуществляет контроль за их выполнением,

- разрабатывает мероприятия по повышению производительности труда, внедрению прогрессивных систем заработной платы

- разрабатывает положение об образовании и расходовании фонда материального поощрения

* организует и участвует в разработке вопросов научной организации труда
* принимает выручку в конце рабочего дня.
* **Старший продавец** **– консультант** (высшее коммерческое образование, возраст от 28 лет) – консультировани покупателей, а также обеспечение порядка в магазине.
* **Продавец – дизайнер** (высшее коммерческое образование, возраст от 20 лет) – консультировани покупателей по оформлению и использованию продукции.
* **Продавец** **– консультант** (высшее коммерческое образование, возраст от 20 лет) – консультировани покупателей по определенному виду товара.
* **Грузчик** (от 20 лет)
* **Уборщица**

**В) Основные условия**

Предприятие обязуется:

1. предоставить сотрудникам обозначенное в контракте рабочее место и необходимое для работы имущество
2. обеспечить работой по установленной в контракте специальности, должности, квалификации
3. обеспечить необходимые условия для выполнения заданий, повышения производительности и эффективности труда
4. заботиться об охране здоровья, труда, улучшения социально-бытовых условий сотрудников
5. обеспечить возможность для творческого участия в работе коллектива, выполнения им заданий и планов
6. способствовать развитию новых форм организации труда, внедрению прогрессивных форм работы
7. ежемесячно выплачивать заработную плату сотрудникам в соответствии с положением об оплате труда
8. предоставлять ежегодный отпуск сроком установленным в соответствии с утвержденным графиком
9. сотрудники подлежат всем видам социального страхования на период действия контракта

Сотрудник обязуется:

1. принимать активные меры к эффективной работе, добиваться улучшения экономического состояния, повышения социального уровня жизни сотрудников, бережно и экономно относиться к использованию материальных средств
2. соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, дисциплины, действующее законодательство
3. выполнять по названной специальности (должности), квалификации работу в соответствии с утвержденным положением об отделе, должностной инструкции и т. п.
4. способствовать развитию товарищества и взаимопонимания в коллективе
5. качественно и своевременно выполнять порученную работу, постановления и распоряжения Совета управления, задания и указания руководства
6. ущерб, причиненный по вине сотрудника взыскивается в соответствии с действующим законодательством

Дисциплинарные взыскания, которые последуют в случае невыполнения правил:

1. Опоздание или отсутствие без объяснения, неподобающий внешний вид, слишком большие перерывы на обед, невыполнение установленных процедур - неофициальное устное предупреждение
2. Постоянные опоздания и прогулы, выполнение посторонней работы в рабочее время, неспособность выполнять работу в соответствии со стандартами - письменное предупреждение и штраф (в размере 1/3 заработной платы)
3. Кража, оскорбительное поведение, грубая небрежность, отказ от выполнения поставленной задачи - увольнение без расчета.

**Г) Структура фирмы**

Выбор типа организационной структуры ограничен малым штатом организации.

Руководитель

### Товаровед Бухгалтер Старший продавец Грузчик Уборщица

Продавец – дизайнер

## Продавец – консультант

Планируемая организационная структура характеризуется следующими особенностями:

* линейная структура
* Руководитель отвечает за весь магазин, доработку , реализацию бизнес плана в целом и за организацией оптовых и розничных продаж наиболее крупным покупателям.
* Продавцы готовят планы проведения мерорприятий по стимулированию продаж, планы продаж на месяц.

Данная структура предусматривает совмещение нескольких функций за каждым сотрудником. А также полную или частичную взаимосвязанность персонала.

Для снижения риска нехватки персонала, в случае болезни, увольнений, в штате предприятия 1 раз в 3-4 месяца принимаются стажер-продавец, который по истечению срока либо принимается, либо увольняется.

1. **Мотивация персонала.**
2. Заработная плата (от 1500 до 4000 р. в зависимости от должности)

Конкурентоспособная по сравнению с той, которую рабочий мог бы получать в другом месте. Справедливая и обоснованная разница в зарплате.

1. Премия (размер премии от 100 до 500 р.)

Выдается при перевыполнении плана.

1. Отпуска

Оплачиваемый отпуск.

1. Товары со скидкой

Разрешение приобретения своим работникам товары и услуги фирмы со скидкой от 10%.

1. Расходы на проезд

Оплата месячных проездных билетов сотрудникам, живущим далеко от места работы.

1. Ссуды

Предоставление своим сотрудникам ссуд беспроцентных или с низким процентом .

1. Оплата больничных дней

Полная зарплата в течение первых четырех недель и половина в течение следующих четырех.

1. Частное страхование здоровья
2. Пенсии
3. Предоставление самостоятельности

Привлечение рабочих для постановки целей и рабочих задач

1. Право на увеличенный отпуск

Дополнительный оплачиваемый отпуск работникам, достигшим определенных успехов, целей или повышенных в должности.

1. Обучение
2. Повышение квалификации
3. Личное отношение

Повышение интереса к работе, постановка целей каждую неделю, поздравление с успехом, сочувствие в случае неудач.

**6. Режим работы фирмы**

Работу предприятия предполагается осуществить по следующему графику: С Понедельника по Субботу, с 10 до 18 часов. Обеденный перерыв с 13 до 14 часов . При необходимости будут вводиться сверхурочные рабочие часы (в праздничные дни).

**7.Оценка риска**

Предпринимательство в рыночной экономике невозможно без рисков:

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы риска | Пути решения |
| 1. Невыполнение плана продаж | 1. Дополнительные затраты на стимулирование покупателей. |
| 1. Несвоевременная поставка товара | 1. Вести закупку товара из нескольких источников и в случае нарушения сроков оговаренных в контракте, штафовать. |
| 1. Кадровый риск | 1. Принятие в штат фирмы стажера-продавца |
| 1. Валютный риск | 1. Все зделки совершать лишь в твердо конвентируемой валюте. |
| 1. Инфляционный риск. | 1. Иметь все сбережения в твердо конвентируемой валюте |

# Экономика

**1.** Магазин планируется открыть в центре города, на пересечение улиц Горького – 50 лет октября

Общая площадь магазина составит 140 (кв.м), в том числе:

100(кв.м) – торговая площадь

26 (кв.м) – складская площадь

14 (кв.м) – административная площадь

1. Была выбрана частно-предпринимательская организационно – правовая форма деятельности магазина.
2. Источником первоночального капитала является:

* 60 % заемных (родственики)
* 40% собственные сбережения

1. Численность основного состава магазина должно составить 8 человек:

* Руководитель- администратор бизнес – процессов магазина.
* Товаровед – организатор закупок, продаж и учета товарных ценностей
* Бухгалтер – ведет учет финансовой деятельности фирмы
* Старший продавец – консультант
* Продавец – дизайнер
* Продавец – консультант
* Грузчик
* Уборщица

1. Для открытия магазина потребуются инвестиции в размере **937000 рублей** (см Таблицу № 1):

|  |  |
| --- | --- |
| Расходы: (Таблица №1) | Сумма |
| 1. Ремонт помещений 2. Преобретение б/у оборудования 3. Приобретение оргтехники (кассы, телефакс, ксерокс) 4. Закупка товара 5. Рекламная акция  * Радио. * ТВ * Газеты. * Презентации   Итого:   1. Транспортные расходы 2. Коммунальные услуги и арендная плата 3. Прочие издержки   **Итого:** | 140000 р.  150000 р.  70000 р.  500000 р.  5000 р.  10000 р.  5000 р.  10000 р.  30000 р.  20000 р.  12000 р.  15000 р.  **937000 р.** |

|  |  |
| --- | --- |
| Расходы в месяц: | Сумма |
| 1. Закупка товара 2. Реклама  * Радио. * ТВ * Газеты. * Растяжка * Реклама на месте продаж.   Итого:   1. Транспортные расходы 2. Коммунальные услуги и арендная плата 3. Прочие издержки 4. Заработная плата   **Итого:** | 500000 р.  5000 р  10000 р.  5000 р  5000 р.  5000 р.  30000 р.  20000 р.  12000 р.  15000 р.  17100 р.  **594100 р.** |

1. **Сибестоимость продукции**

|  |  |
| --- | --- |
| Расходы: | Сумма |
| 1. Амортизация оборудования 2. Заработная плата  * Руководитель * Товаровед * Бухгалтер * Старший продавец – консультант * Продавец – дизайнер * Продавец – консультант * Грузчик * Уборщица   Итого:   1. Оптовая цена 2. Коммунальные услуги и арендная плата 3. Транспортные расходы 4. Реклама 5. Прочие   **Итого:** | 30000 р.  3500 р.  3000 р.  2800 р.  2300 р.  2000 р.  2000 р.  1000 р.  500 р.  17100 р.  500000 р.  12000 р.  20000 р.  30000 р.  15000 р.  **624100 р.** |

1. **Выручка полученная за реализацию товара.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ассортимент: | Кол-во | Оптовая цена | Наценка | Розничня цена | Итого |
| 1.Сервиз столовый арт.174  2. Бокал 6 щт.  3. Чайный сервиз арт. 435  4. Сервиз столовый арт 345  5.Фужеры 6 щт. Арт 546  6.Пивные бакалы 3щт арт 499  7.Кофейный сервиз арт 440   1. Вазы арт. 233 2. Чайный сервиз арт. 345   10.Сервиз столовый арт 112  11.Фужеры 6щт. Арт.433  12. Фужеры 12 щт. Арт 876  13 Кофейный сервиз арт 32  14. Вазы арт 224  15. Бокал 12 щт арт 445  16 Пив. бакалы 3щт арт 45  17. Столовый сервиз арт 065  18. Посуда из форфора арт 09  19.Посуда из форфора арт 51  20. Сервиз столовый арт 078 21.Посуда фарфоровая, фаянсовая 22.Посуда хрустальная  **Итого выручка =** | 6  8  4  7  8  16  5  7  3  9  12  7  9  5  14  15  7  17  3  3  5  2 | 4500  1200  4000  3500  1500  300  4000  300  5500  3700  1300  1700  3500  800  1500  280  10000  5000  10000  8000  6000  3500 | 40 %  40 %  35 %  40 %  40 %  45 %  40 %  35 %  35%  40 %  35 %  35 %  30 %  40 %  40 %  45 %  30 %  30 %  25 %  30 %  35 %  40 % | 6300  1680  5400  4900  2100  435  5600  432  7425  5180  1755  2295  4550  1120  2100  449  13000  6500  12500  10400  8100  4900 | 37800  13440  21600  34300  16800  6960  28000  3024  22275  46620  21060  16065  40950  5600  29400  6735  91000  110500  37500  31200  40500  9800  **671129** |