



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

### *Instrucțiuni de completare a secțiunilor din planul de afaceri*

#### **1. Rezumat**

Se recomandă ca rezumatul să conțină informații referitoare la următoarele aspecte:

- Conceptul afacerii: descrierea ideii de afaceri și sintetizarea celor mai importante elemente,
- Oportunitatea: de ce este o oportunitate bună pentru a investi? Care este dimensiunea pieței? Care este nevoia pe care o acoperă? Care sunt tendințele pieței și cum se adaptează ideea ta de afaceri la ele?
- Conducerea firmei: experiență, rezultate;
- Produsul/Serviciul: descrie produsul sau serviciul. Cum va fi realizat și livrat?
- Avantajul competitiv: care este elementul distinctiv care va diferenția produsul/serviciul tău de celelalte existente pe piață?
- Strategia de marketing: care sunt elementele cheie ale strategiei de marketing?
- Managementul: care este componența echipei de management și cum va contribui aceasta la succesul afacerii?
- Obiective: care sunt previziunile financiare pentru afacere? Care vor fi veniturile în următorii ani? Care sunt obiectivele pe termen lung și cele pe termen scurt?
- Finanțarea: câți bani sunt necesari pentru inițierea/dezvoltarea afacerii? Mai există și alte surse alternative de finanțare?



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

## 2. Descrierea companiei

Se recomandă ca această secțiune să conțină referire la:

- Prezentarea conducerii firmei/a inițiatorilor afacerii: responsabilități, pregătire, experiență/locuri de muncă anterioare (se pot anexa și CV-urile persoanelor ce vor fi implicate în activitatea respectivă).
- Contribuția acționarilor/managerilor la capitalul firmei (dacă e cazul).
- Numărul de salariați estimat. Se poate face o detaliere pe domenii de activitate (de exemplu, personal direct productiv/personal administrativ), pe niveluri de pregătire profesională etc. Ca anexă, poate fi prezentată organigrama firmei.
- Locația în care se va desfășura activitatea

## 3. Descrierea afacerii și a strategiei de implementare a planului de afaceri

Această secțiune reprezintă o detaliere a afacerii și a strategiei de implementare a proiectului. Prezentarea obiectivelor firmei trebuie să evite exprimările vagi sau excesiv de optimiste. E bine să evitați aspectele prea tehnice sau detaliile inutile.

Obiectivele afacerii trebuie să fie **SMART** și să prezinte:

- Ce tip de afacere și la ce mărime va trebui dezvoltată după o perioadă stabilită,
- Ce activități ale afacerii urmează să fie extinse, reduse, inițiate sau întrerupte,
- Care sunt principalii indicatori de performanță (financiari sau de altă natură) pentru îndeplinirea obiectivelor afacerii și principalii indicatori de risc asociați acestora,
- Care sunt schimbările esențiale ce trebuie făcute pentru a realiza obiectivele afacerii.

**Cum se formulează obiectivele SMART?**



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

**Obiectivele SMART** sunt considerate esențiale în managementul proiectelor, managementul resurselor umane și în dezvoltarea personală.

**SMART** este un acronim al caracteristicilor: specifice, măsurabile, accesibile, relevante și încadrate în timp.

Utilizarea obiectivelor SMART în scrierea planului de afaceri are rolul de a vă ajuta să păstrați planul de afaceri cât mai scurt, clar și focusat pe obiectivele generale ale afacerii.

În același timp, realizate corect, acestea au rolul de a oferi repere constante în evaluarea rezultatelor obținute pe parcurs.

**Specifice** - furnizează informații despre caracteristicile specifice unui anumit obiectiv. Un obiectiv specific este foarte clar exprimat, nu lasă loc de interpretări și vizează rezultate concrete, nu rezultate în general.

*Exemplu:* „Creșterea cu 5 % a cifrei de afaceri pe piața din Arad într-un termen de 6 luni”.

Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu specific, utilizați întrebări precum:

- Cine este implicat?
- Ce anume dorim să obținem?
- Când trebuie făcut?
- Unde este realizat?
- Care sunt cerințele și limitările?
- De ce este nevoie să facem asta?

Nu este obligatoriu ca un obiectiv să răspundă la toate întrebările de mai sus în același timp.

**Diferența dintre un obiectiv specific și un obiectiv general:**



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

**Exemplu: obiectiv general** - "organizarea de cursuri pentru angajații instituției X"

**Exemplu: obiectiv specific** - "organizarea de cursuri de formare antreprenorială pentru angajații din Departamentul Y al organizației X".

**Măsurabile** - pot fi cuantificate, fie cantitativ, fie calitativ sau cel puțin prezintă un indicator de progres. Se referă la aspecte cantitative și calitative ale unui obiectiv care pot fi măsurate cu unitățile de măsură cunoscute. Cifrele sunt o parte esențială din afacere, iar atașând cifre concrete obiectivelor aveți posibilitatea să monitorizați progresul atingerii lor.

Un obiectiv măsurabil este cel care permite stabilirea cu exactitate a faptului că a fost atins sau nu sau în ce măsură a fost atins. De asemenea, un obiectiv măsurabil permite monitorizarea progresului atingerii lui.

Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu măsurabil, utilizați întrebări precum:

- Cât de mult(ă)?
- Cât de mulți(e)?

**Exemplu:** „Realizarea unui curs de formare antreprenorială pentru 20 de persoane” este un obiectiv care va permite monitorizarea permanentă a progresului făcut.

**Accesibile** - înseamnă că un obiectiv poate fi cu adevărat atins cu capacitatea și resursele disponibile. Riscul stabilirii unor obiective nerealizabile, dincolo de impactul negativ asupra unui potențial investitor, este acela de a demotiva întreaga echipă implicată în afacere.

Prin definirea obiectivului nu se propune realizarea a ceva imposibil de atins în condițiile date, obiectivul în cauză poate fi atins în condițiile proiectului, de către organizația sau



## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

persoana care este responsabilă de realizarea lui. În acest sens, trebuie ținut cont de resursele existente, capacitatea organizației, timpul disponibil necesar.

*Un obiectiv prin care vă propuneți să citiți 5 cărți pe săptămână va genera o presiune extrem de mare și va duce la demotivare atunci când obiectivul nu va fi atins. O carte citită pe lună poate fi un obiectiv accesibil.*

**Relevante** - înseamnă că realizarea obiectivului contribuie la impactul vizat de afacere. Realizarea unui obiectiv trebuie să contribuie în mod esențial la atingerea unui obiectiv mai mare, mai general. Relevanța obiectivului se evaluează în raport cu acest obiectiv mai general. În acest sens, el trebuie să vizeze un anumit impact.

Relevanța unui obiectiv se evaluează în raport cu obiectivul general al aceluși proiect.

Încadrate în Timp - face referire la un anumit interval de timp, bine precizat, privind stadiul atingerii obiectivului.

Pentru a verifica dacă un obiectiv este sau nu încadrat în Timp, utilizați întrebări precum:

- Când?
- Până când?
- În ce perioadă?

Exemplu: „Realizarea unui curs de formare antreprenorială pentru 20 de persoane în perioada 10-15 august 2018”.

**Se recomandă ca această secțiune să conțină informații privind:**

- misiunea/scopul principal al firmei,
- locul de implementare al proiectului;



## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

- activitățile obligatorii și cele specifice care țin de implementarea proiectului;
- obiectivele pe termen mediu (unde vrem să ajungem în următorii ani),
- obiectivele pe termen scurt (ce urmează să facem imediat),
- obiectivele specifice asumate prin implementarea proiectului, cum ar fi, crearea de noi locuri de muncă,
- strategia de atingere a acestor obiective,
- modalități de vânzare,
- furnizori.

### 4. Analiza SWOT a afacerii

**Analiza SWOT** este o metodă folosită în mediul de afaceri pentru a ajuta la proiectarea unei viziuni de ansamblu asupra firmei și implică examinarea situației organizației și a mediului extern în care funcționează aceasta.

**Scopul cheie al analizei SWOT** este de a identifica strategiile care vor crea un model specific de afacere, care va alinia cel mai bine resursele și capacitățile unei organizații la cerințele mediului în care funcționează firma.

**Termenul SWOT** provine din engleza SWOT și este un acronim pentru puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări:

S - „strengths” - punctele tari;

W - „weaknesses” - punctele slabe;

O - „opportunities” - oportunități;

T - „threats” - amenințări.



## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

Punctele tari (S) și punctele slabe (W) se referă la mediul intern al societății și la factorii aflați sub controlul companiei. Oportunitățile (O) și amenințările (T) provin din mediul extern în care societatea își desfășoară activitatea, cuprinzând factori aflați dincolo de controlul companiei.

### Cum se realizează?

#### Amenințările

Analiza SWOT permite identificarea unor factori proveniți din mediul extern, care pot avea efecte negative asupra desfășurării activității. Este important ca analiza SWOT să fie dublată de o analiză a cauzelor și a efectelor acestor amenințări. Prin urmare, strategia recomandată este aceea de adaptare a societății la noile provocări, conturarea unui plan de acțiune și monitorizarea continuă a evoluției societății și a mediului extern.

#### Exemple

- schimbarea legislației, care va determina o predictibilitate scăzută a mediului de afaceri;
- introducerea sau modificarea unor taxe și impozite și, eventual, anunțate cu foarte puțin timp înainte de aplicarea lor, astfel că societatea nu și-a conturat un buget de venituri și cheltuieli adecvat;
- influența politică;
- intrarea pe piață a unor competitori noi sau puternici, care vor distorsiona piața. Spre exemplu, deschiderea unui magazin în franciză va duce la reducerea drastică a vânzărilor înregistrate de magazinele din vecinătatea sa;
- existența unui canal de distribuție prea lung, cu mulți intermediari între producător și client.

### Exemplu de ANALIZĂ SWOT

<b>PUNCTE TARI</b>	<b>PUNCTE SLABE</b>
--------------------	---------------------





PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calitatea înaltă a produselor</li> <li>▪ Licențe, brevete, procese unice</li> <li>▪ Inovații</li> <li>▪ Surse de finanțare asigurate</li> <li>▪ Controlul financiar riguros</li> <li>▪ Brand awareness</li> <li>▪ Poziționare eficientă pe piață</li> <li>▪ Experiență și expertiză în afaceri și în domeniile specifice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uzura echipamentelor</li> <li>▪ Lipsa finanțării</li> <li>▪ Promovare redusă</li> <li>▪ Fluctuație mare</li> <li>▪ Lipsa competențelor necesare</li> <li>▪ Reducerea veniturilor populație și renunțarea la acest produs/serviciu</li> <li>▪ Lipsa personalului specializat</li> </ul>
<b>OPORTUNITĂȚI</b>	<b>AMENINȚĂRI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programe guvernamentale, subvenții, fonduri europene</li> <li>▪ Mediu economic favorabil,</li> <li>▪ Creșterea veniturilor consumatorilor, existența personalului calificat</li> <li>▪ Inovații, ieftinirea tehnologiilor, creșterea accesului la tehnologii noi</li> <li>▪ Potențialul pieței este departe de a fi atins.</li> <li>▪ Dezvoltarea de parteneriate public-private pentru investiții</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Monopol deținut de firme de stat, modificări frecvente ale legislației</li> <li>▪ Creșterea costului de producție</li> <li>▪ Modificarea comportamentului de consum al clienților, reducerea venitului, rata scăzută a natalității</li> <li>▪ Accesul scăzut la noi tehnologii, costul ridicat al acestora</li> <li>▪ Instabilitate economică,</li> <li>▪ Fonduri proprii insuficiente derulării unor proiecte majore,</li> <li>▪ Migrația forței de muncă</li> </ul>

**Beneficiile realizării unei analize SWOT sunt:**





## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

- va permite identificarea punctelor tari pe care compania trebuie să le conserve, păstrându-le sau transformându-le în avantaje competitive;
- oferă o radiografie corectă și precisă asupra elementelor ce necesită îmbunătățire;
- realizează o analiză a mediului extern în care compania activează;
- identifică oportunitățile din mediul extern pe care compania trebuie să le fructifice și care pot stimula dezvoltarea afacerii,
- identifică amenințările provenite din exterior. Deși nu pot fi înlăturate, identificarea lor la momentul oportun va permite companiei să-și creioneze o strategie de răspuns sau de adaptare.
- identifică slăbiciunile care amenință afacerea pentru a le putea contracara și să permită elaborarea planurilor de rezervă;
- identifică mesajul pe care trebuie să îl transmită poziționarea;
- va permite realizarea unei strategii care duce cel mai bine la atingerea obiectivelor.

Realizarea unei analize SWOT temeinice la începutul unui proiect vă poate oferi informații detaliate care să vă ajute în procesele de planificare și luare a deciziilor din cadrul unui proiect.

### 5. Schema organizatorică și politica de resurse umane

**Se recomandă ca această secțiune să cuprindă:**

- descrierea acționarului principal, inclusiv calificările și experiența acestuia
- echipa de implementare a proiectului (managementul proiectului), ce experiență și competențe are
- numărul de angajați necesari (locurile de muncă nou-create) și calificările acestora, inclusiv colaboratori,



## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

- o scurtă referire la responsabilitățile angajaților,
- se poate anexa și o organigramă,
- date referitoare la salarizarea personalului, la totalul cheltuielilor cu personalul și la ponderea acestora în totalul cheltuielilor firmei,
- informații despre politica de resurse umane.

### **6. Descrierea produselor/serviciilor/lucrărilor care fac obiectul afacerii**

**Se recomandă ca această secțiune să cuprindă:**

- descrierea produselor/ serviciilor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii,
- informații privind capacitatea de producție, prețurile de vânzare,
- descriere fizică a viitoarelor produse, prezentându-se mărimea, forma, culoarea, dar și alte aspecte care pot fi relevante pentru respectivul domeniu de activitate.
- dacă aveți mai multe produse sau servicii, veți prezenta caracteristicile fiecăruia și ponderea estimată în totalul vânzărilor.

### **7. Analiza pieței de desfacere și a concurenței**

**Se recomandă ca această secțiune să cuprindă informații despre:**

- zona geografică în care produsele sau serviciile vor fi comercializate;
- așteptările potențialilor clienți de la produsele/serviciile similare existente pe piață și felul în care organizația va răspunde acestora;
- principalele aspecte socio-demografice privind piața potențială și numărul estimat al clienților pentru fiecare lună sau an de activitate.
- societăți care au același obiect de activitate și care comercializează aceleași servicii sau produse;



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

- aria geografică acoperită de concurenți;
- principalele puncte tari și puncte slabe ale societății în comparație cu concurenții astfel identificați.

## 8. Strategia de marketing

Se recomandă ca această secțiune să cuprindă informații despre:

- principalele acțiuni legate de produs, preț, promovare și distribuție care vor atrage și păstra interesul clienților
- eventualele reduceri comerciale aplicabile și condițiile în care acestea se vor acorda;
- principalele canale de vânzare;
- felul în care societatea își va prezenta oferta de bunuri sau servicii, canalele de comunicare;
- mesajul pe care vreți să îl transmiteți clienților și să alegeți mijloacele potrivite pentru a-l transmite (publicitate, lansare oficială, reduceri promoționale de prețuri, relații publice etc.);
- prezentarea succintă a valorii bugetului de marketing și a felului în care acesta va fi consumat. Bugetul de marketing nu se referă numai la publicitate. Va trebui să includeți și alte cheltuieli, de genul celor de explorare sau monitorizare a pieței.

## 9. Dezvoltare durabilă

- Precizați cum contribuie proiectul la promovarea sprijinirii tranziției către o economie cu emisii scăzute de CO2 și eficiența utilizării resurselor. *Ex. producerea*



## PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

*de sobe de gătit mai eficiente pentru familiile din mediul rural pentru a diminua consumul de lemn prin folosirea sobelor tradiționale.*

- Precizați cum contribuie proiectul la promovarea măsurilor de **inovare socială**. Conform Comisiei Europene, „inovarea socială se referă la inovări care au un caracter social atât din punctul de vedere al scopurilor urmărite, cât și al mijloacelor folosite, în special inovări referitoare la dezvoltarea și aplicarea de noi idei (privind produse, servicii și modele) care răspund unor nevoi sociale și, în același timp creează noi relații sau colaborări sociale, fiind benefice pentru societate și stimulând capacitatea de acțiune a societății.” Ex. inovații adresate unei categorii sociale care împărtășesc o problemă comună, cum ar fi persoanele cu dizabilități.
- Precizați cum contribuie proiectul la promovarea și implementarea de soluții TIC (Tehnologia Informației și Comunicării), în procesul de producție/ furnizare de bunuri, prestare de servicii și/sau execuție de lucrări.
- Precizați cum contribuie proiectul la consolidarea cercetării/ dezvoltării tehnologice/ inovării.

### 10. Proiecții financiare privind afacerea

Determinarea necesarului de resurse financiare este scopul principal al unui plan de afaceri. Datele colectate în etapele anterioare ar trebui să contureze o imagine destul de clară asupra acestui aspect. Determinarea cât mai realistă a sumei necesare este importantă pentru a evita blocarea afacerii din cauza lipsei de resurse sau cheltuielile inutile antrenate de resurse neutilizate.



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

**Se recomandă ca în această secțiune să estimați:**

- Veniturile din vânzări pentru 18 luni,
- Bugetul de cheltuieli eligibile pentru 18 luni,
- Suma necesară pentru înființarea și funcționarea afacerii pentru o perioadă de 12 luni.

**Notă:** Planul de afaceri trebuie însoțit obligatoriu de oferte de preț pentru achizițiile din proiect.

**Previziuni de vânzări pentru 18 luni**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>Categoria 1</b>																		
Prețul de vânzare																		
Total																		
<b>Categoria 2</b>																		
Prețul de vânzare																		
Total																		
<b>Categoria 3</b>																		
Prețul de vânzare																		
Total																		
<b>Categoria 4</b>																		
Prețul de vânzare																		
Total																		
<b>Categoria 5</b>																		
Prețul de vânzare																		
Total																		



PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlul proiectului: START BUSINESS - Români din Grecia

Contract nr. POCU/89/3/7/107542

Categoria 6																				
Prețul de vânzare																				
Total																				
<b>Total VENITURI</b>																				

**Bugetul de cheltuieli eligibile pentru 18 luni**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1. Cheltuieli cu salariile personalului nou-angajat																			
1.1. Cheltuieli salariale																			
1.2 Onorarii/ venituri asimilate salariilor pentru experti proprii/ cooptati																			
1.3. Contributii sociale aferente cheltuielilor salariale si cheltuielilor asimilate acestora (contributii angajati si angajatori)																			
2. Cheltuieli cu deplasarea personalului intreprinderilor nou-infiintate:																			
2.1 Cheltuieli pentru cazare																			
2.2 Cheltuieli cu diurna personalului propriu																			
2.3 Cheltuieli pentru transportul persoanelor (inclusiv transportul efectuat cu mijloacele de transport in comun sau taxi, gara, autogara sau port si locul delegarii ori locul de cazare, precum si transportul efectuat pe distanta dintre locul de cazare si locul delegarii)																			
2.4 Taxe si asigurari de calatorie si asigurari medicale aferente deplasarii																			
3. Cheltuieli aferente diverselor achizitii de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesara																			
4. Cheltuieli cu achizitia de active fixe corporale (altele decat terenuri si imobile), obiecte de inventar, materii prime si materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investitii necesare functionarii intreprinderilor																			
5. Cheltuieli cu inchirierea de sedii (inclusiv depozite), spatii pentru desfasurarea diverselor activitati ale intreprinderii, echipamente, vehicule, diverse bunuri																			

