Министерство образования и науки Пермского края

Государственнное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Чайковский индустриальный колледж»

**Бизнес-план**

Стоматологический кабинет «Корона+»

 Выполнила студентка группы ЗИО-2:

Шайбадуллина Алия Халимовна

Специальность:Земельно-имущественные отношения

Форма обучения :очная

Руководитель:Молчанова Светлана Леонидовна

Чайковский,2018

**Содержание.**

1.ризюме

2.Характеристики товара

3.план маркетинга

4.конкуренция

5.Организациооный план

6.план маркетинга

7.юридический план

8.Оценка рисков и страхование

9.Финансовый план

Список литературы

Приложения

**Бизнес план «Стоматологический кабинет»**

****

Название организации: «**Корона+**»

Для нашего стоматологического кабинета мы выбираем такую организационно-правовую форму как ,индивидуальный предприниматель .

Адрес: Пермская область,город Чайковский,улица Приморский бульвар 59.

Предприниматель :Шайбадуллина Алия Халимовна.

Телефон:89965806983.

Домашний адрес: Пермский край ,город Чайковский,улица Мира 5,кв 12.

E-meil:xalimovna@bk.ru.

В здравоохранении активно развивается рынок медицинских услуг, особенно это касается стоматологии. В каком городе нужны стоматологи? Да практически в любом! В каждом населенном пункте найдется множество стоматологических учреждений, которые в борьбе за пациента предлагают различные услуги. Наряду с широко разрекламированными клиниками, рассчитанными на состоятельных клиентов, мирно существуют и медицинские центры, предлагающие услуги эконом-класса.Я предлагаю вам проект создания стоматологического кабинета в городе Чайковский,Пермской области.

Стоимость проекто:1000рублей.

**1.Резюме (краткое содержание бизнес-плана)**

 **- цель проекта**

* **инновационность проекта**
* **описание товара или услуги**
* **потребность в инвестициях**
* **основные показатели проекта**
* **учредители**
* Мысль о том, что врачи-стоматологи представляют собой одну из самых высокооплачиваемых категорий населения, прочно осела в головах многих россиян. А иначе чем объяснить огромное количество частных стоматологических кабинетов и клиник, в которых врачей порой больше, чем пациентов! И если начинающий бизнесмен грезит о том, что открытие частного платного стоматологического кабинета легко сделает его преуспевающим гражданином, значит, он никогда не сталкивался с реалиями, имеющими место на рынке медицинских услуг. А они таковы, что у россиян пока еще не выработалась привычка регулярно ходить к стоматологу, кроме того, у многих успело сформироваться негативное отношение к стоматологам вообще. Как правило, в эту категорию входят пациенты государственных клиник. Хочешь - не хочешь, но эти нюансы следует обязательно учитывать тем, кто планирует открыть стоматологический кабинет и думает, что для этого нужно. Чаще всего организация работы частной стоматологии, стоматологического бизнеса привлекает практикующих врачей, которые успели не только набраться опыта, но и «обросли» своей клиентурой. Но порой этот бизнес привлекает людей, абсолютно незнакомых с его спецификой, считающих, что для того, чтобы начать дело, достаточно арендовать подходящее помещение и нанять профессиональный врачейОткрыть бизнес с нуля в стоматологии – задача непростая даже для опытных бизнесменов. И дело не столько в масштабных капиталовложениях, которые требуются для того, чтобы открыть частную стоматологическую клинику. Основная проблема, которая подстерегает бизнесмена, сделавшего ставку на такой бизнес, как стоматология, острый дефицит клиентов.Не следует забывать о том, что рекомендации посещать врача-стоматолога как минимум один раз в два года, не следует почти никто. Большинство пациентов тянут до последнего, пока невыносимая боль не вынудит их посетить врача. Начинающим предпринимателям нужно быть готовыми к тому, что нарабатывать клиентскую базу придется очень долго, и в первые месяцы работы доходы будут минимальными.Дополнительные проблемы сулит бизнесмену высокая конкуренция. Популярность платных медицинских услуг постепенно повышается, в связи с чем многие практикующие врачи решили повысить уровень своих доходов и организовать стоматологический бизнес, частную стоматологию. Но многие из них не учли одного: что пациентов на всех может и не хватить. Открывая стоматологию – частную клинику или кабинет, следует заранее позаботиться о том, как вы будете привлекать клиентов. Ведь именно по причине отсутствия пациентов, некоторые клиники закрываются, не проработав и года. Качество услуг, безусловно, имеет решающее значение, но для того, чтобы ваши клиенты могли его оценить, их нужно убедить обратиться именно к вам. Привлечь клиентов можно несколькими способами. Будет ли это общение с рекламными агентствами, маркетинговые мероприятия для привлечения пациентов в стоматологическую клинику – выбор метода зависит от

множества нюансов. Основными потребителями услуг частной стоматологии является платежеспособное население в возрасте от 25 до 55 лет. Представители этой категории населения готовы платить солидные суммы, но при этом они обращают серьезное внимание на качество медицинских услуг и предлагаемый сервис. Если у вас в клинике самое современное оборудование для стоматологии – прекрасно, но, помимо этого, огромное значение имеет профессионализм врачей, а также их умение расположить к себе пациента. Занимаясь поиском хороших специалистов, обратите пристальное внимание на способных выпускников медицинских университетов и академий, которые проходят ординатуру по стоматологии. В государственных медицинских учреждениях зарплаты не так высоки, и многие с удовольствием идут работать к частнику. И самое главное, о чем не стоит забывать, свести вероятные риски к минимуму поможет грамотный бизнес-план стоматологии. Воспользовавшись им, вы без труда расправитесь с любыми трудностями, которые подстерегают вас на пути к успеху, и поймете, как грамотно привлечь клиентов.

**Открытие стоматологической клиники эконом-класса**В здравоохранении активно развивается рынок медицинских услуг, особенно это касается стоматологии. В каком городе нужны стоматологи? Да практически в любом! В каждом населенном пункте найдется множество стоматологических учреждений, которые в борьбе за пациента предлагают различные услуги. Наряду с широко разрекламированными клиниками, рассчитанными на состоятельных клиентов, мирно существуют и медицинские центры, предлагающие услуги эконом-класса. В городах поменьше в разряд клиник эконом-класса попадают скорее всего те учреждения, где перечень услуг ограничен минимальным набором процедур по довольно скромным расценкам. При открытии стоматологической клиники, рассчитанной на пациентов с невысоким доходом, необходимо четко понимать, что для этого надо. Основную ставку рекомендуется делать на профессионализм специалистов, поскольку только хороший врач сумеет создать необходимую репутацию вашей клинике. Для того, чтобы открыть свой стоматологический бизнес – свою стоматологию, кабинет или клинику, потребуются значительные капиталовложения. Но формат эконом-класса позволяет сэкономить на покупке оборудования. За счет отказа от дорогостоящих услуг автоматически отпадает необходимость в не менее дорогостоящей же технике. **Эконом – не значит плохо.**Если у вас в клинике будут работать классные специалисты, то нет разницы, в каком районе города вы ее откроете. Вне зависимости от расположения, пациенты будут стремиться к вам, чтобы попасть на прием к врачу с золотыми руками. Благодаря этому, вы сможете сэкономить на аренде: снимать помещение в центре города – удовольствие не из дешевых, но вы вполне можете подыскать подходящее здание где-нибудь в спальном районе. Наверняка вам потребуются затраты на организацию и ремонт помещения под стоматологическую клинику, и в этом случае также нет необходимости вкладывать огромные суммы на разработку дизайнерского проекта и эпатажный евроремонт. Вполне достаточно покрасить стены и заменить напольное покрытие, а также оборудовать качественную вентиляцию в стоматологических кабинетах – это обязательное требование

Роспотребнадзора. Грамотная оценка конкурентов в стоматологии позволит вам сравнить существующие расценки и предложить наиболее приемлемый вариант своим пациентам. Тщательно разобраться во всех нюансах создания данного бизнеса вам поможет профессиональный образец бизнес-плана стоматологической клиники, в котором подробно описано открытие стоматологического бизнеса, даны разъяснения по документам, которые требуются для оформления лицензии по стоматологии.

**Цель проекта**

Цель – организация стоматологического кабинета в городе с населением 83 486 тыс.человек .В рамках проекта планируется открытие собственного стоматологического кабинета, который будет расположен на первом этаже офисного здания в основном районе города.

**Задачи проекта:**

1. изучить литературные источники;
2. дать характеристику бизнес-плана, его значение;
3. проанализировать бизнес-планирование с точки зрения значимости для ведения экономической деятельности предприятия.

Основным назначением клиники является амбулаторное лечебно-профилактическое обслуживание населения.

**2.Описание видов товаров или оказываемых вами услуг**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Наименование  | Количество  | Стоимость  |
| Необходимо для работы | Уже имеется | Надо приобрести | Покупки  | Аренда  |
| 1. Помещение
2. Рентгент
3. Компьютер
4. Гардероб
5. Кассовый аппарат
6. Унитаз,раковина
7. Стоматологическая установка
8. Комплект стоматологических наконечников
9. Автоклав
10. Скалер ультразвуковой
11. Комьютерное кресло
12. Диван офисный
13. Эндомотор
14. Беспроводная лампа
15. Аппарат для оттисков ,стоматологических инструментов,ультразвук
16. Аппарат для диагностики жизнеспособности пульпы
17. Диатермокоагулятор
18. Набор для дипофореза
19. Апекслокатор
20. Шкаф для хранения инструметов
21. Аппарат для смазки и чистки наконечников
22. Аспиратор
23. Лампа(облучатель)
24. Отсасыватель слюны
25. Шкаф для документов
26. Куллер
27. Кондиционер
28. Столик стоматологический

 Итого:702 605 руб | 1шт2шт3шт1шт1шт1шт6шт1шт1шт2шт1шт1шт3шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт3шт1шт1шт1шт |  | 1шт2шт3шт1шт1шт6шт1шт1шт2шт1шт1шт3шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт1шт3шт1шт1шт1шт | 100000руб46200руб3000руб3750руб5000руб102000руб100500руб77700руб11250руб3000руб10000руб33543руб5670руб39945руб37000руб8500руб4999руб11000руб5950руб55500руб500руб4600руб1000руб8000руб450руб11900руб11648руб | 10000руб в месяц |

Необходимые инструменты для работы:

Инструменты

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. боры стоматологические для прямого и углового наконечника
2. зажим кровоостанавливающий
3. иглы для проведения пункционной биопсии и аспирационного цитологического метода
4. инъектор стоматологический
5. скальпель
6. апатечка
7. иглы и шовный материал
8. лоток медицинский
9. зеркало стоматологическое
10. зонд стоматологический
11. пинцет
12. экскаваторы зубные
13. гладилки
14. наборы инструментов для рентоградного пломбирования корневых каналов
15. набор реактивов для дизинфекции и стериализации
16. ножницы
17. прибор для утилизации шприцев и игл
18. письменный стол
19. емкости для дизинфекции инструментов
20. стул для ассистента врача
21. шкаф для хранения расходных материалов
22. щипцы стоматологические для удаления зубов и корней зубов в ассортименте
23. щитки защитные
24. элеваторы для удаления корней зубов
25. наборы диагностические для проведения тестов на выявление новообразований
26. контейнеры
27. сушка для рук
28. шприцы карпульные
29. спиртовка

**Итого:185 525руб** | 10шт3шт10шт1шт10шт2шт1шт5шт5шт10шт5шт2шт2шт1 уп1уп3шт1шт2шт10шт1шт1шт10шт4шт5шт10шт10шт2шт2шт1шт |  | 10шт | 44390руб1500руб1500руб450руб1200руб820руб100руб1990руб3900руб7000руб4300руб1240руб1670руб3546руб3500руб50руб1000руб10000руб12000руб9300руб5690руб37500руб800руб5000руб1000руб6700руб5000руб14000руб379руб |  |

Необходимое сырье и материалы для работы:

Сырье и материалы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование сырья,материалов | Количество (рабочий запас) | Цена на еденицу рублей | Поставщики(наименование и адрес) | Условия поставки |
| 1. Перчатки
2. салфетки
3. порошки дизинфикцирующие
4. Полотенца
5. Маска
6. Шприцы карпульные
7. Иглы
8. Перевязочные средства(вата,марля и т.д)
9. Слюнявчики
10. Бахилы
11. Слюноотсос
12. Стаканы
13. Длкументация+концтовары
14. Пломбировочные материалы

**Итого:15750руб** | 5 упаковок,по 100шт10 уп.1шт3шт3уп.50шт2уп5уп10уп250шт3уп-3шт | 2000руб500р500р600р400р100р100р500р500р250р300р2000р8000р | Уфа, «Анжелика»Уфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «АнжеликаУфа, «Анжелика | По четвергам,доставка до адреса |

Поставщик сырья один,это организация «Анжелика»город Уфа,Доставка до адреса,доставка от 200 рублей,далее цена в зависимости от веса заказа.

 Норма выработки является важнейшим показателем производительности труда, который необходим для рационального использования рабочей силы. Действительно, ни одно современное производство не обходится без подобных расчетов. А своевременная калькуляция и составление сметы с учетом данного параметра нужны для корректного процесса планирования и нормальной жизнедеятельности предприятия. Давайте посмотрим, как же определяется норма выработки

 Классификация по амортизационным группам

А=ОФбал\*На

На=1/Тн\*100%

1. группа 1 (от 1-4лет)

1.На=1/3\*100%=33,3

А=59300\*33,33=197666,665 руб-аппарат для смазки и чистки

2)группа 2 (от 5-10 лет)

1.На=1/10\*100%=10

А=100000\*10=1000000руб-рентген аппарат

2.На=1/5\*100%=20

А=46200\*20=924000руб.-компьютер

3.На=1/10\*100%=10

А=102000\*10=1020000руб-стоматологическая установка

3)группа 3(от 15-20лет)

1.На=1/15\*100%=6,66667

А=52500\*6,6667=350000.018-скаллер ультразвуковой

2.На=1/15\*100%=6,6667

А=77700\*6,6667=518000,259руб-автоклав

3.На=1/15\*100%=6,6667

А=39945\*6,6667=266301,332 руб-аппарат для дизинфекции

4.На=1/20\*100%=0,05

А=33543\*0,05=1677,15руб-эндомотор

Для того чтобы выбрать подходящее оборудование, необходимо представить планировку будущего стоматологического кабинета, определиться с расположением каждого предмета. После этого необходимо подобрать помещение, которое будет соответствовать всем нормативным требованиям. Стоит знать, что бывают некоторые случаи, когда для определенных регионов разрабатывают свои дополнительные требования. Поэтому важно уточнить, нет ли таковых в месте, в котором планируется открывать бизнес.

Существуют достаточно жесткие требования касательно необходимой площади для стоматологического кабинета. Площадь помещения должна составлять 14 м2 под одну стоматологическую установку, а для размещения каждой последующей установки прибавляется метраж в 7 м2. Соответственно, для того чтобы открыть один небольшой стоматологический кабинет, понадобится как минимум 30 м2. В нее входит холл, который имеет площадь до 10 м2, а еще санузел, площадью до 5 м2.

Рекомендуется обдумать заранее возможное спланированное расширение своего дела для возможности использования следующих показателей

**Планирование ассортимента и назначение цены**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Ассортимент предполагаемых готовых товаров (услуг)** | **Предполагаемая цена** | **Цена конкурентов** |
| 1 | Кариес-средний,глубокий | **900** | **800** |
| 2 | Пульпит однокорневой | **1000** | **900** |
| 3 | Пульпит двухкорневой | **1200** | **1200** |
| 4 | Пудьпит трехкорневой | **1500** | **1500** |
| 5 | Винир (изменение формы,цвета зуба) | **1500** | **1600** |
| 6 | Восстановление зуба | **1800** | **2000** |
| 7 | Украшение зуба стразом | **1500** | **1600** |
| 8 | Удаление зуба-сложное-многокорневой-однокорневой-подвижный | **1500****1200****1000****500** | **1500****1200****900****600** |
| 9 | Наложение шва | **300** | **400** |
| 10 | Удаление Фрактуры | **600** | **500** |
| 11 | Извлечение инородного тела из канала | **200** | **200** |
| 12 | Распломбировка одного канала паста | **200** | **200** |
| 13 | Распломбировка одногго канала цемент | **300** | **350** |
| 14 | Медицинская обработка одного канала | **100** | **150** |
| 15 | Инструментальная обработка канала | **200** | **200** |
| 16 | Снятие,постановка временной пломбы | **100** | **100** |
| 17 | Наложение мышьяковой пасты | **100** | **100** |
| 18 | Осмотр стоматологом | **100** | **150** |
| 19 | Лечебные повязки,аппликации | **100** | **100** |
| 20 | Полировка,шлифовка | **100** | **100** |
| 21 | Профессиональная чистка | **800** | **850** |
| 22 | Снятие налета | **50** | **50** |
| 23 | Покрытие «Бифлюрид» | **80** | **70** |
| 24 | Отбеливание внутриканальное 1 сеанс | **500** | **550** |
| 25 | Анестезия «ультракаин» | **200** | **200** |
| 26 | Паста крезодент | **100** | **100** |
| 27 | Паста Эндометазол | **300** | **250** |
| 28 | Отбеливание эмали | **1000** | **950** |
| 29 | Подкладка под пломбу Лайф | **300** | **300** |
| 30 | Подкладка подпломбу Глайссин бейс | **100** | **100** |

**Каналы сбыта**

***Каким образом будут реализовываться товары (услуги)?***

Выделяют несколько видов рынков сбыта:

1. Рынки, на которых потребители не знают о продукции и ее свойствах в сравнении с аналогичной продукцией.
2. Рынки, на которых покупатели знают о продукции, но не покупают ее, а покупают продукцию фирм-конкурентов.
3. Рынки, на которых приобретают намеченную к выпуску продукцию.

Определите рынок, на котором будете реализовывать продукцию (товары, услуги) и определите схему реализации товара (услуги):

1. Реализация конечному покупателю (направление: бизнес для клиентов) или прямой сбыт;

*ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬ* (самая короткая цепочка). По этой схеме Вы можете реализовывать свой товар небольшими партиями или работать по индивидуальным заказам.

1. Реализация дистрибуторам (направление: бизнес для бизнеса) или косвенный сбыт.

*ПРОИЗВОДИТЕЛЬ МАГАЗИН ПОКУПАТЕЛЬ* или

*ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПОСРЕДНИК МАГАЗИН ПОКУПАТЕЛЬ*

В этом случае клиенты будут рассматривать не только товары, но и сервисные услуги, которые Вы предложите, а также их будет интересовать система скидок при покупке больших партий товара, условия доставки, оплаты.

Вашими клиентами в этом случае могут быть как крупные магазины, где номенклатура реализуемого товара превышает тысячи позиций, так и частные предприниматели на ярмарках.

Чем длиннее цепочка от производителя к покупателю, тем выше стоимость товара для конечного покупателя, поскольку каждое звено в цепочке хочет получать прибыль от реализуемой продукции, следовательно, на закупочную стоимость товара накидывается собственные расходы, что автоматически увеличивает закупочную стоимость товара для следующего покупателя.

Работая по такой схеме, Вы должны обладать достаточными производственными мощностями, чтобы изготавливать товар партиями.

Определившись со схемой, подумайте, какие услуги можно добавить, чтобы увеличить привлекательность покупки (добавление сопутствующих товаров и т.д.).

13) Относится данный рынок к числу конкурентных или нет?

 **Характеристика конкурентов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Конкуренты**  | **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| 1 | Стоматологическая клиника «Альмадент» | Основной район,близко к центру, | Дорогие цены,нет парковки |
| 2 | «Видадент» | Низкие цены | Далеко от центра города |
| 3 | Индиго  | На рынке труда больше 10 лет | Далеко от центра города |
| 4 | Камедент | Низкие цены,хорошее оборудование | Далеко от центра города |
| 5 | Дентал сити | В центре города,хорошая парковка | Дорогие цены на услуги |

**Наиболее известным приемом оценки конкурентоспособности вашего предприятия является SWOT-анализ**

**Матрица SWOT-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| **Внутренняя среда предприятия** |
| 1.ответственность2.пунктуальность3.обучаемость  | 1.Нехватка компетенции2.Нехватка навыков планирования |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| **Внешняя среда предприятия** |
| 1.Повышение квалификации2.Тренинги  | 1.Конкуренция2.Повышение цен на сырье |

План расчета электроэнергии

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование оборудования | Потребляемая мощность | Стоимость Ватт в час | Затраты на электороэнергию |
| 1. | рентген | 0,7кВатт | 3,77 | 2,639 |
| 2. | Отсасывающая система | 1,50кватт | 3,77 | 5,655 |
| 3. | Абсорбционное устройство | 2,30кватт | 3,77 | 8,671 |
| 4. | Скалер ультразвуковой | 0,8кватт | 3,77 | 3,016 |
| 5. | Ультразвук  | 0,5кватт | 3,77 | 1,885 |
| 6. | Электроодонтомотор | 0,60кватт | 3,77 | 2,263 |
| 7. | Диатермокоагулятор  | 0,60кватт | 3,77 | 2,262 |
| 8 | Апекслакатор  | 1,2кватт | 3,77 | 4,524 |
| 9. | Компьютер | 1кватт | 3,77 | 3,77 |
| 10. | Стоматологическая установка | 0,650кватт | 3,77 | 2,4505 |
| 11. | Лампа | 0,30кватт | 3,77 | 1,131 |
| 12. | Кондиционер  | 0,700кватт | 3,77 | 2,639 |

Всего в день будет употреляться электроэнергии на сумму 490,8 рублей.

 **План маркетинга**

 **(Оценка рынка)**

* прогноз развития рынка
* прогноз объёма сбыта
* планирование цен
* планирование ассортимента
* анализ конкурентов
* SWOT-анализ

план рекламной компании

Для того, чтобы чувствовать себя уверенно в условиях рынка в настоящем, использовать преимущества рыночной экономики в будущем, стоматологическим учреждениям с любой формой собственности необходимо изучать и использовать маркетинг услуг.

Маркетинг услуг — это процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей населения. Он призван помочь потребителю оценить услуги сервисной организации и сделать правильный вывод.

Решение такой задачи невозможно без обоснованной рекламной стратегии для любой по масштабу стоматологической организации, нацеленной на поступательное развитие.

Рекламная стратегия — это концептуальная модель воздействия на мотивы, интересы, потребности и поведение потребителя посредствам донесения ему информации о потребительской ценности услуги с учетом их производства и перспектив продажи на рынке, сильных и слабых сторон конкурентов.

Неотъемлемой частью рекламной стратегии является определение средств, форм, а главное целей практических акций, упорядоченных по степени значимости и времени их осуществления при помощи средств массовой информации.

К числу основных направлений маркетинговой деятельности стоматологического учреждения относится организация платных услуг населению. Именно в этой отрасли проявляют себя с наибольшей эффективностью принципы маркетинга, требующие учета интересов потребителей стоматологических услуг, которые за определенную плату имеют возможность получить сервисные услуги или обеспечить себе комфортность лечения.

Стоматологический маркетинг включает изучение многих параметров, влияющих на продвижение услуг на стоматологическом рынке.

**Ниже приведены возможные критерии сегментации рынка**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Переменная величина***  | **Типичная разбивка** |
| *Возраст (лет)ПолВредные привычкиЛюбимое занятиеОбразованиеОбраз жизниСоциальная принадлежность**Род занятийПрофессияУровень дохода**Семейное положение**Повод для прихода**Искомые выгоды**Интенсивность потребления* | *От 2 до 100**Муж. и жен.* *Любые**Любое**Любое**Любой**Не имеет значения**Не имеет значения**Не имсеет значения**Не имеет значения**От низкого до высокого**Не имеет значения**Профилактика,Лечение**Нет**Рекемендуется один раз в год* |

Ниже в таблице приведены расчеты на рекламу

Расчет расходов на рекламу

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рекламное средство(мероприятие) | Период выхода | Цена ,руб | Стоимость за месяц | Стоимость за год | Следующий год |
| Раздача листовокОбъявления в газетахОбъявления в соц.сетяхОбъявления в тел.извещениях | Через 2 месяца(2 раза в неделю)Весь годВесь годЧерез месяц | 250 р в день100р200р1200р | 3500р200р100р1200р | 21000р2400р1200р7200р | 21000240012007200 |
| Итого: | х | х | 5000р | 31800р | 31800р |

 План рекламной компании на год

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| МесяцМероприятие  | Янв | Фев | Март  | Апр | Май | Июн | Июл | Авг  | Сен | Окт | Нояб | Дек. |
| 1.обявления в газетах | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 2.объявления в соц.сетях | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3.объявления в теле.извещениях | 1200 | Х | 1200 | Х | 1200 | Х | 1200 | Х | 1200 | Х | 1200 | Х |
| 4.раздача листовок | 3500 | 3500 | Х | Х | 3500 | 3500 | Х | Х | 3500 | 3500 | Х | Х |

 Возможные риски и пути их снижения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Возможные источники угрозы | Вероятность наступления(высокая,средняя,низкая | Меры в случае внезапного возникновения угрозы | Меры направленные на предотвращение возможностей угрозы |
| 1. Рыночные
2. Организационные
3. Технические
4. Прочие
 | ВысокаяНизкаяСредняяНизкая | Повышение уровня конкуренцииОтветственность работниковНенадежность оборудования(поломка)Плохие отзывы конкурентов | Поддержка проекта со стороны местных органов власти.Регулярные беседы с работникамиСтрахование имуществаФормирование благоприятного отношения к проекту в СМИ; |

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

 предпринимательство будет индивидуальное «ИП» так как:

1. Простое ведение дел без бухучета

ИП не будет бухучет, а с июля 2015 года освобождают ещё от формирования кассовых документов. Да и в целом, деятельность ИП подлежит меньшему документальному оформлению. Сдать отчетность в налоговую на спец режиме не составит большого труда.

2.Свободное распоряжение выручкой.

Индивидуальное предприниматель не имеет отдельного имущества для бизнеса и может распоряжаться заработанными деньгами как угодна

3.Деятельность по всей стране без подразделений.

С масштабированием бизнеса с индивидуального предпринимателя нет никаких преград, а с формальной стороны снова предусмотрены послабления: ИП может открывать торговые точки и офисы по всей стране. Для этого не нужно регистрировать обособленные подразделения как организациям, создавать филиалы и представительства.

4. ИП легко закрыть.

В любой момент ИП может свернуть бизнес без лишних трудозатрат. Для этого в налоговую достаточно подать заявление и заплатить госпошлину. Через 5 дней вас закроют. Если появится необходимость, вы можете снова зарегистрировать также быстро и просто.

Вывод:

Организацию имеет смысл открывать, так как один собственник бизнеса и планирую развиваться. Доя небольшого дела в одиночку.

А открывать индивидуальное предпринимательство я буду следующим образом: 1. Формируем пакет документов. Если вы совершеннолетний гражданин Российской Федерации, для регистрации вам потребуются следующие документы: Показать полностью… • заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (форма № Р21001); • копия российского паспорта; • квитанция об уплате госпошлины в размере 800 руб. Сформировать квитанцию на уплату госпошлины можно с помощью сервиса «Уплата госпошлины». Подпись на заявлении, а также копия паспорта должны быть засвидетельствованы в нотариальном порядке, за исключением случая, когда заявитель представляет документы лично и одновременно представляет паспорт 2. Определяем, в какой налоговый орган подать документы Государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя осуществляется в специально уполномоченном на

регистрацию предпринимателей налоговом органе по месту его жительства, то есть по месту регистрации, указанному в паспорте. В случае, если в паспорте отсутствует место регистрации, то государственная регистрация индивидуального предпринимателя может быть осуществлена в специально уполномоченном на регистрацию предпринимателей налоговом органе по месту пребывания.

3. Представляем документы Документы могут быть переданы в налоговую инспекцию любым удобным для вас способом: ЛИЧНО или УДАЛЕННО • непосредственно в инспекцию - лично или через представителя по доверенности; • в многофункциональный центр - лично или через представителя по доверенности; Инспекция примет документы и выдаст (направит) расписку в их получении. 4. Получаем документы о государственной регистрации Если все документы в порядке, через 5 рабочих дней в налоговой инспекции вы можете получить: • свидетельство о регистрации индивидуального предпринимателя; • лист записи ЕГРИП. Документы можно забрать лично или через представителя по нотариально удостоверенной доверенности. Их могут направить в ваш адрес и по почте

 **Директор**

**Врач**

**Администратор**

**Медсестра 1,2**

 **Уборщица**

Стоматолог — 2 человек; Высшее образование, стаж работы 5 лет, рекомендации.

Медсестра — 2 человека, медицинское образование или специальные курсы, стаж работы более 1 года.

Администратор — 1 человек. Среднеспециальное образование, опыт работы не менее двух лет, характеристики, приятная внешность, умение общаться с людьми.

Уборщица — 1 человек, без вредных привычек не старше 55 лет.

Директор осуществляет руководство работы ООО «Карона+», решает все финансовые вопросы, связанные с постоянной работой поликлиники.

Заработная плата

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| персонал | з/п | премия | %за месяц | За год(рублей) |
| Врач  | 20000руб | 8000руб | 40% | 336000руб |
| Медсестра1 | 10000руб | 2000руб | 20% | 144000руб |
| Медсестра2  | 10000руб | 2000руб | 20% | 144000руб |
| Администратор  | 15000руб(Сдельная) | 3000руб | 20% | 216000руб |
| Уборщица  | 1 смена-1000руб.(Два раза в неделю) | 100руб | 10% | 96000руб |
| Врач 2 | 20000руб | 8000руб | 40% | 240000руб |
| Директор  | 30000руб | 6000руб | 20% | 432000руб |

Уборщица приходит два раза в неделю.Бухгалтерским учетом будет заниматься аутсорсинговая компания,которая будет нам стоить 3500 рублей.

График работы

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | пон | втор | срд | четв | пятн | суб | воскр |
| медсестра | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | **вых** | **вых** |
| медсестра | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | **вых** | **вых** |
| Врач1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | **вых** | **вых** |
| Врач2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | **вых** | **вых** |
| администратор | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | **вых** | **вых** |
| уборщица | 1 | **вых** | **вых** | 1 | **вых** | **вых** | **вых** |

**1,2**-смена

**Вых**-выходные дни

График отпусков

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | янв | фев | март | апр | май | июнь | июль | авг | сент | окт | нояб | дек |
| медсестра |  |  |  |  |  | Х |  |  |  |  | Х |  |
| медсестра |  |  |  |  |  |  | Х |  |  |  |  | Х |
| Врач1 | Х |  |  |  | Х |  |  |  |  |  |  |  |
| Врач2 |  | Х |  |  |  |  |  | Х |  |  |  |  |
| администратор |  |  | Х |  |  |  |  |  | Х |  |  |  |

 **План производства**

Основные фонды — это средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя при этом свою натуральную форму, постепенно изнашиваясь, перенося свою стоимость по частям на вновь создаваемую продукцию. В бухгалтерском и налоговом учёте отражённые в денежном выражении основные фонды называются основными средствами.
Основные фонды подразделяются на производственные и непроизводственные фонды. Производственные фонды участвуют в процессе изготовления продукции или оказания услуг. К ним относятся: станки, машины, приборы и т. п.

Непроизводственные основные фонды не участвуют в процессе создания продукции. К ним относятся: жилые здания, детские сады, клубы, стадионы, больницы и т. п. Несмотря на то, что непроизводственные основные фонды не оказывают какого-либо непосредственного влияния на объем производства, рост производительности труда, постоянное увеличение этих фондов связано с улучшением благосостояния работников предприятия, повышением материального и культурного уровня их жизни, что, в конечном счете, сказывается на результате деятельности предприятия.

Для учёта основных фондов, определения их состава и структуры необходима их классификация. Существуют следующие группы основных производственных фондов:

Здания (корпуса цехов, складские помещения, производственные лаборатории и т. п.) ;
Сооружения (инженерно-строительные объекты, создающие условия для осуществления процесса производства: эстакады, автомобильные дороги, туннели) ;
Передаточные устройства (электросети, теплосети, газовые сети) ;
Машины и оборудование, в том числе:
Силовые машины и оборудование (генераторы, электродвигатели, паровые машины, турбины и т. п.) .
Рабочие машины и оборудование (металлорежущие станки, прессы, электропечи и т. п.) .
Измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование.
Вычислительная техника.
Автоматические машины, оборудование и линии (станки-автоматы, автоматические поточные линии) .
Прочие машины и оборудование.
Транспортные средства (вагоны, автомобили, кары, тележки) .
Инструмент (режущий, давящий, приспособления для крепления, монтажа) , кроме специального инструмента.
Производственный инвентарь и принадлежности (тара, стеллажи, рабочие столы и т. п.) .
Хозяйственный инвентарь.
Прочие основные фонды (сюда входят библиотечные фонды, музейные ценности) .
От основных фондов следует отличать оборотные фонды, включающие такие предметы труда, как сырьё, основные и вспомогательные материалы, топливо, тара и так далее. Оборотные фонды потребляются в одном производственном цикле, вещественно входят в продукт и полностью переносят на него свою стоимость.

Каждое предприятие имеет в своем распоряжении основные и оборотные фонды. Совокупность основных производственных фондов и оборотных фондов предприятий образует их производственные фонды.

Сводная смета капитальных затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование групп основных фондов | Общая стоимость,руб. |
| 1. | Оборудование | 702605руб |
| 2. | Помещение  | 120000руб в год |
| 3. | Инструменты  | 185525руб |
| 4. | Материалы,сырье | 15750руб |
|  Итого:1 023 880руб+120000 в год |

Расчет фонда заработной платы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование категорий работнков | Кол-во человек | Зарплата одного работника | Сумма зарплаты | Начисления в фонды | Всего,руб. | Всего за год,руб | На следующий год |
| 1. | Врач | 2 | 20000 | 40000 | 5200 | 34800 | 417600руб | 417600руб |
| 2. | Медсестра  | 2 | 10000 | 20000 | 2600 | 17400 | 208800 | 208800 |
| 3. | Администратор  | 1 | 15000 | 15000 | 1950 | 13050 | 156600 | 156600 |
| 4. | Уборщица  | 1 | 1000 руб смена | 4000 | 130 | 520 | 6240 | 6240 |
| 5. | Директор  | 1 | 30000руб | 30000 | 3900 | 26100 | 313200 | 313200 |
| Итого |  | 7 | Х | 109000руб | 13780руб | 91870руб | 1102440руб | 1661120руб |

**Производственная программа**

 **(планирование объёма производства)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид продукции | Ед. изм. | Объем производства по периодам | Объем производства на следующий год |
|  | 1 мес. | 2 мес. | 3 мес. | ... | 12 мес. | Итого |
|  | Основные товары (услуги): | 1000 | 280000 | 460000 | 640000 |  | 2860000 | 2860000 | 2860000 |
| 1. | Продукция А | 1200 | 216000 | 432000 | 648000 |  | 2592000 | 2592000 | 25932000 |
| 2. | Продукция Б | 1500 | 432000 | 864000 | 1296000 |  | 11664000 | 11664000 | 11664000 |
|  | Дополнительные товары (услуги): | 500 | 144000 | 288000 | 432000 |  | 3888000 | 3888000 | 3888000 |
| 1. | Продукция В | 1600 | 460800 | 921600 | 1382400 |  | 12441600 | 12441600 | 12441600 |
| 2. | Продукция Г | 800 | 230400 | 460800 | 691200 |  | 6220800 | 6220800 | 6220800 |
|  | Реализация прочей продукции: | 1000 | 18000 | 36000 | 54000 |  | 216000 | 216000 | 216000 |
| 1. | Профессиональная чистка  | 800 | 230400 | 460800 | 691200 |  | 6220800 | 6220800 | 6220800 |
| 2. | Наложение мышьяка | 100 | 28800 | 57600 | 86400 |  | 777600 | 777600 | 777600 |
|  | Всего:  | 8500 | 1195200 | 25168000 | 4091040 |  | 44236800 | 44236800 | 44236800 |

Расчет валового дохода за месяц по формуле:

*Сумма валового дохода за месяц = выручка от реализации 1-го вида продукции за месяц + от реализации 2-го вида продукции месяц + … + от реализации n-го вида продукции месяц*

Расчет годовой суммы валового дохода:

*Годовая сумма валового дохода = Сумма валового дохода за месяц + Сумма валового дохода за 2 месяц + … + Сумма валового дохода за 12 месяц*

**Прогнозируемый объем реализации продукции (товаров, услуг)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид продукции, показатель | Ед. изм. | Величина показателя по периодам |
|  | Первый год | Итого | Второй год |
|  | 1 мес. | 2 мес. | ... | 12 мес. |
| **Основные товары (услуги):** | 28800 | 57600 |  | 633600 | X | 1267200 |
| 1. | Продукция А:  |  | 28800 | 57600 |  | 633600 | X | 1267200 |
| 1.1. | цена за ед.  | руб. | 24000 | 48000 |  | 528000 | X | 1056000 |
| 1.2. | объем продаж | шт. | 288 | 576 |  | 5760 | 5760 | 11520 |
| 1.3. | Выручка от реализации | руб. | 28800 | 57600 |  | 576000 | 576000 | 1152000 |
| 2. | Продукция Б:  |  | 216000 | 432000 |  | 4320000 | X | 8640000 |
| 2.1. | цена за ед.  | руб. | 28800 | 57600 |  | 5760000 | X | 1152000 |
| 2.2. | объем продаж | шт. | 288 | 576 |  | 5760 | 5760 | 11520 |
| 2.3. | Выручка от реализации | руб. | 2166000 | 4332000 |  | 43320000 | 4332000 | 86640000 |
| **Дополнительные товары** | 230400 | 460800 |  | 4608000 | X | 9216000 |
| 3. | Продукция В:  |  | 432000 | 864000 |  | 8640000 | X | 103680000 |
| 3.1. | цена за ед.  | руб. | 36000 | 72000 |  | 72000 | X | 1440000 |
| 3.2. | объем продаж | шт. | 288 | 576 |  | 5760 | 5760 | 11520 |
| 3.3. | Выручка от реализации | руб. | 432000 | 864000 |  | 8640000 | 8640000 | 17280000 |
| **Доход от реализации прочей продукции** | 230400 | 460800 |  | 4608000 | X | 9216000 |
| 4. |  |  | 144000 | 28800 |  | 2880000 | X | 5760000 |
| 4.1. | цена за ед.  | руб. | 460800 | 921600 |  | 9216000 | X | 18432000 |
| 4.2. | объем продаж | шт. | 230400 | 460800 |  | 4608000 | 468000 | 9216000 |
| 4.3. | Выручка от реализации | руб. | 18000 | 36000 |  | 360000 | 360000 | 72000 |
| **Сумма валового дохода:** | 4706464 | 13112928 |  | 96828480 | 13971280 | 258297960 |
|  |  |  |  |  |  |  |

В условиях рынка получение прибыли является непосредственной целью работы любой организации. Прибыль как результат финансовой деятельности организации выполняет определенные функции: отражает экономический эффект, полученный в результате деятельности организации; составляет основу экономического развития организации; создает финансовую базу для самофинансирования.

Получение выручки за произведенные и реализованные товары еще не означает получение прибыли.

Расчет показателя месячной и годовой прибыли:

*Прибыль до налогообложения = Выручка от реализации товаров – Расходы (за исключением налогов);*

*Чистая прибыль за 1 месяц = Прибыль до налогообложения – Налоги;*

*Чистая прибыль в год = Чистая прибыль за 1 месяц + Чистая прибыль за 2 месяц + … + Чистая прибыль за 12 месяц.*

**Расчет прибыли**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | 1 месяц, руб. | 2 месяц, руб. | … | 12 месяц, руб. | Итого за год, руб. | Следующий год, руб. |
| 1. | Выручка от реализации товаров, услуг | 47006464 | 94012928 |  | 564077568 | 564077568 | 564077568 |
| 2. | Расходы, в т.ч.: | 3000 | 6000 |  | 36000 | 36000 | 36000 |
| 2.1. | Транспортные расходы | 3000 | 6000 |  | 36000 | 36000 | 36000 |
| 2.2. | Заработная плата  | 98500 | 197000 |  | 112000 | 112000 | 112000 |
| 2.3. | Арендная плата | 10000 | 20000 |  | 200000 | 1608000 | 1608000 |
| 2.4. | Расход на оплату коммунальных услуг | 3200 | 64000 |  | 38400 | 38400 | 38400 |
| 2.5. | Оплата за интернет | 300 | 600 |  | 3600 | 3600 | 3600 |
| 2.6. | Реклама | 5000 | 10000 |  | 60000 | 60000 | 60000 |
| 2.7. | Канцелярские товары | 400 | 800 |  | 4800 | 4800 | 4800 |
| 2.8. | Расходы на сырье, материалы  | 1000 | 2000 |  | 12000 | 12000 | 12000 |
| 2.9. | Отчисления за ИП | 2332 | 4665 |  | 27990 | 27990 | 27990 |
| 2.10. | Прочие расходы | 1000 | 2000 |  | 12000 | 12000 | 12000 |
| 2.11. | Непредвиденные расходы | 1000 | 2000 |  | 12000 | 12000 | 12000 |
| Всего расходов | 128732 | 257464 |  | 3089568 | 3089568 | 3089568 |  |
| 3. | Налогооблагаемая база | 16735,16 | 33470,32 |  | 401643,84 | 401643,84 | 401643,84 |
| 4. | Налог  | 127096,84 | 223993,68 |  | 2687925,16 | 2687925,16 | 2687925,16 |
| 5. | Чистая прибыль | 46989728,8 | 93979457,6 |  | 2255506980 | 2255506980 | 2255506980 |

**Расчет рентабельности**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | 1 месяц | 2 месяц | … | 12 месяц | Год |
| 1. | Доход от реализации продукции, товаров, работ, услуг, руб. | 4706464 | 9412928 |  | 56477568 | 56477568 |
| 2. | Чистая прибыль, руб. | 46989728,8 | 93979457,6 |  | 2255506980 | 2255506980 |
| 3. | Уровень рентабельности, % | 36% | 30% |  | 72% | 72% |

**Источники финансирования**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование источника | Сумма, руб. |
| 1. | Собственные средства | 1000000 |
| 2. | Привлеченные средства: заемные беспроцентные средства друзей  | 100000 |
| 3. | Кредит финансовых учреждений | 1000000 |
| 4. | Финансовая помощь | 300000 |
| Итого: | 2400000 |

**Смета единовременных затрат**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Статья затрат | Сумма, руб. |
| 1. | **Затраты, связанные с регистрацией собственного дела:** | 30000 |
| 1.1. | Регистрационный сбор  | 3500 |
| 1.2. | Оплата лицензий (или патента) | 2000 |
| 1.3. | Изготовление печати и штампа | 300 |
| 1.4. | Оплата открытия банковского счета | бесплатно |
| 1.5. | Нотариальные услуги (услуги консультантов) | - |
| 1.6. | Сертификация товара (услуги) | 17000 |
| **Итого:** | 29100 |

**Баланс денежных расходов и поступлений**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи | Величина показателя по периодам |
| …..год |
| 11 | 22 | 33 | 44 | 55 | 66 | 77 | 88 | 99 | 110 | 111 | 112 | Итого | Следующий год |
| 1. | Денежные средства в наличии на начало периода | 200000 | 200000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 200000 | 200000 |
| 2. | **ДОХОДЫ:** | 4706464 | 94122928 | 14119392 | 18825856 | 23532320 | 28238784 | 32945248 | 37651712 | 42358176 | 47064640 | 51771104 | 56477568 | 61184032 | 65890496 |
| 2.1. | В т.ч. выручка от реализации продукции, товаров | 4706464 | 94122928 | 14119392 | 18825856 | 23532320 | 28238784 | 32945248 | 42358176 | 42358176 | 47064640 | 51771104 | 56477568 | 61184032 | 65890496 |
| 2.2. | Финансовая помощь  | 300000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 3000 | 3000 | 3000 | 300 | 3000 | 3000 | 3000 | 333000 | 300000 |
| 2.3. | Собственный капитал | 1000000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 210000 | 210000 |
| 2.4. | Привлеченные средства: заемные беспроцентные средства | 100000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 210000 | 100000 |
| 2.5. | Кредит финансовых учреждений  | 1000000 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 83333 | 1000000 |
|  | **ДОХОДЫ ВСЕГО:** | 6206464 | 12412928 | 1861938 | 24825856 | 31032320 | 37238784 | 43445248 | 49651712 | 55858176 | 62064640 | 68271101 | 74477565 | 80684029 | 80684029 |
| 3. | **РАСХОДЫ:** | 2049115 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 | 965760 |
| 3.1. | Строительство | 320000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 32000 |
| 3.2. | Ремонт | 100000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 20000 |
| 3.3. | Оборудование | 702605 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 812605 | 10000 |
| 3.4. | Транспортные расходы | 3000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 14000 | 10000 |
| 3.5. | Заработная плата | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 918870 | 10107570 | 10107570 |
| 3.6. | Арендная плата | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 120000 | 120000 |
| 3.7. | Коммунальные платежи | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 3200 | 320 | 3200 | 38400 | 38400 |
| 3.8. | Оплата за интернет | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 3600 | 3600 |
| 3.9. | Реклама | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 60000 | 60000 |
| 3.10 | Канцтовары | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 4800 | 4800 |
| 3.11. | Расходы на сырье, товары, материалы | 15750 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 26750 | 26750 |
| 3.12. | Сумма по дополнительным расходам | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 12000 | 120000 |
| 3.13. | Социальные взносы на ИП (ООО) | 30000 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 30000 | 30000 |
| 3.14. | Прочие расходы | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 12000 | 12000 |
| 3.15 | Непредвиденные расходы | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 12000 | 12000 |
| 3.16. | Налог с деятельности | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 27990 | 335880 | 335880 |
|  | **РАСХОДЫ ВСЕГО:** | 102000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 | 51000 |
| 4. | Средства на личное потребление ИП | 2000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 12200 | 12200 |
| 5. | Денежные средства в наличии на конец периода | 100000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 650000 | 650000 |

**Юридический план**

Ип «Корона+» \_индивидуальный предприниматель,явлеяется юридическим лицом действуюет на основании устава и законодательства РФ

Руководство текущей деятельностью осуществляется Генеральным директором функции которого определенены Положением и Контрактом.Генеральным директором осуществляется оперативное руководством

Структура управления предприятием – это первый фактор, от которого зависит, насколько успешно организация будет достигать своих целей, реализовывать стратегии и взаимодействовать с окружающей средой. Она должна ориентироваться именно на воплощение в жизнь стратегических планов. А поскольку они имеют свойство меняться, то и структура управления предприятием должна быть динамичной и готовой к адекватным переменам. Создание правильной системы управления, которая позволяла бы сотрудникам всех уровней реализовывать свой творческий потенциал на пределах возможностей, является приоритетной целью любой фирмы. Достичь ее помогает прежде всего правильное определение векторов и направлений развития компании.

Структура управления предприятием включает в себя несколько элементов, которые упорядоченно взаимосвязаны между собой. Их устойчивое взаимоотношение позволяет организации функционировать и развиваться как единому организму.

Такая структура подразумевает выстраивание четких и грамотных взаимоотношений между подразделениями, отделами и филиалами компании. Каждое структурное подразделение должно четко представлять себе собственную меру ответственности, при этом не забывая о своих правах.

Структурные управленческие элементы могут связываться посредством:

* вертикальных связей, с помощью которых взаимодействуют директора и сотрудники, находящиеся у них в подчинении (например, руководитель фирмы и управляющий филиалом);
* горизонтальных связей, подразумевающих взаимодействие равноправных членов команды (к примеру, управляющих филиалами одного масштаба).

**Отношения внутри организации делятся на:**

* линейные, связывающие директоров и сотрудников в их подчинении;
* функциональные, связывающие сотрудника, который отвечает за ту или иную задачу, с другими работниками компании;
* управленческие (управленческого аппарата), которые связывают руководителя фирмы и представителя его прав и полномочий. В должностные обязанности в этом случае входит предоставление советов и рекомендаций.

Структура управления предприятием влияет на каждую управленческую сторону, поскольку она находится в тесной взаимосвязи с ключевыми терминами менеджмента – целями и задачами, функционалом, методологией, должностными обязанностями и полномочиями. Поэтому топ-менеджеры, менеджеры среднего звена и иных уровней уделяют пристальное внимание подходам и методам в формировании структуры управления предприятием, подбору ее вида, комбинированию типов, отслеживанию тенденций их выстраивания, оценке на соответствие поставленным целям и задачам.

Элементами структуры управления предприятием являются сами управленцы, то есть сотрудники, занимающие руководящие должности, и управленческие органы – работники, находящиеся в определенных трудовых взаимоотношениях. Эти органы в свою очередь делятся на первичные группы – коллективы управленцев, имеющие общего начальника, но не имеющие подчиненных.

Управленческая структура должна быть отражением целей и задач организации. Она подчиняется производственным нуждам и изменяется вместе с ними, показывает функциональное разделение труда и объем должностных полномочий каждого сотрудника. Эти полномочия прописаны в документах политики и процедур, правилах и должностных инструкциях. Чаще всего они расширяются в сторону более высоких управленческих уровней. Полномочия директоров ограничены факторами окружающей среды, уровнем культуры, ценностными ориентирами, традициями и нормами, принятыми в компании. Структура управления предприятием обязана соответствовать большому количеству требований, которые делают ее значимыми для менеджеров. Эти требования обязательно должны учитываться при создании проекта оргструктуры.

* [**Автоматизация бизнес-процессов: подготовка и внедрение**](http://www.kom-dir.ru/article/1805-avtomatizatsiya-biznes-protsessov)

**При проектировании организационной структуры нужно придерживаться следующих принципов:**

* оргструктура должна служить отражением целей и задач компании, подчиняться производственным нуждам и требованиям;
* структура управления предприятием должна оптимальным образом разделять обязанности между управленческими органами и отдельными сотрудниками, обеспечивать творческий характер деятельности и допустимую нагрузку, а также должную специализацию;
* структура управления предприятием должна формироваться без отрыва от определения должностных обязанностей и зоны ответственности каждого сотрудника и всех управленческих органов и с выстраиванием вертикальных и горизонтальных взаимоотношений между ними;
* структура управления предприятием должна соответствовать функциям, обязанностям, полномочиям и уровню ответственности каждого сотрудника, поскольку нарушения приводят к дисбалансу управленческой системы в целом;

структура управления предприятием должна соотноситься с социально-культурной средой, в которой функционирует компания, помогать принимать решения, касающиеся централизации или, напротив, разделения управленческих функций, обязанностей и уровня ответственности, определения доли самостоятельности и объемов контроля директоров и топ-менеджеров

**Приложения**

Приложение 1

****

Приложение 2

