

Кислов, Дмитрий Васильевич.

Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг / Кислов Д. В.,
Башилов Б. Е. — Москва : Вершина, 2006. — 264 с. : ил., табл. - ISBN 5-9626-
0222-6.

В книге читатель получит ответы на вопросы финансового и организационного характера, встающие перед предпринимателем при организации деятельности в сфере торговли и услуг.

Круг этих вопросов достаточно широк. Это — анализ рынка, определение потребности в финансировании и привлечении инвестиций, планирование деятельности предприятия и ценообразование по выпускаемой продукции, организация сбыта и выбор оптимального режима налогообложения, постановка работы бухгалтерии и финансовой службы. Читатели также узнают, как создать имидж компании, определить ее маркетинговую стратегию, рекламную политику, как грамотно подобрать и нанять персонал компании.

Книга адресована не только предпринимателям, организующим свою деятельность в сфере торговли и услуг, она будет полезна руководителям уже действующих фирм и индивидуальным предпринимателям.

Оглавление

Введение

Часть I. Первые шаги

Глава 1. Анализ рынка: прибыльность сегментов, покупательский спрос, уровень конкуренции

1.1. Оценка покупательского спроса

1.2. Оценка уровня конкуренции

1.3. Оценка уровня цен и сервиса конкурентов, сегментный анализ доходности и прибыльности

1.4. Прогноз изменения анализируемых факторов

1.5. Оценка сильных и слабых сторон проекта

1.6. Определение стратегии действий

Глава 2. Потребности в финансировании и источники финансирования.

2.1. Расчет потребности в финансировании

2.2. Источники финансирования

2.3. Расчет потребности в финансировании с учетом привлечения кредитных средств

Глава 3. Анализ налоговых режимов, выбор оптимального режима налогообложения

3.1. Виды режимов налогообложения

3.2. Основные особенности отдельных налоговых режимов

3.3. Анализ налоговых режимов, выбор оптимального режима налогообложения

Глава 4. Бизнес-план

4.1. Планирование бизнеса

4.2. Содержание бизнес-плана

4.3. Резюме бизнес-плана

4.4. Характеристика проекта

4.5. Продукт (услуга)

4.6. Анализ рынка

- 4.7. План маркетинга
- 4.8. Организация основной деятельности
- 4.9. Управленческий персонал
- 4.10. Источники и объем требуемых средств
- 4.11. Финансовый план и оценка риска
- 4.12. Детальный финансовый план (бюджет)

Глава 5. Предпринимательские риски

Часть II. Как организовать бизнес и как продавать

Глава 6. Имидж компании, борьба за узнаваемость

- 6.1. Название компании
- 6.2. Фирменный стиль компании
- 6.3. Товарный знак и его регистрация

Глава 7. Подбор оборудования, техники, инвентаря

Глава 8. Лицензирование, сертификация, санитарно-эпидемиологическая экспертиза продукции. Ответственность за нарушение требований законодательства

- 8.1. Лицензирование отдельных видов деятельности »
- 8.2. Сертификация товаров, работ, услуг
- 8.3. Санитарно-эпидемиологическая экспертиза продукции
- 8.4. Ответственность за нарушение требований законодательства в отношении лицензирования
- 8.5. Ответственность за нарушение требований законодательства в отношении сертификации
- 8.6. Ответственность за нарушения законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения

Глава 9. Маркетинговая стратегия

- 9.1. Реклама
- 9.2. Ценообразование

Глава 10. Как организовать продажи

- 10.1. Способы реализации товара и услуг

10.2.Оптовая торговля

10.3.Розничная торговля

Глава 11. Организация работы бухгалтерии (финансовой службы),
взаимодействие служб

11.1.Виды организации финансово-бухгалтерской службы

11.2.Определение оптимального количества сотрудников
бухгалтерско-финансовой службы

11.3. Материальная ответственность работников бухгалтерии

Часть III. Что надо знать работодателю

Глава 12. Персонал компании

12.1.Общие требования при подборе персонала

12.2.Способы поиска персонала

12.3.Управление персоналом

12.4.Уровень оплаты труда

12.5.Оформление трудовых отношений

Заключение