

The background features a light blue color with a pattern of white and grey pills scattered around. In the center, there is a 3D model of a DNA double helix structure. Two pill containers are also visible: a white one on the left containing red and blue pills, and a yellow one on the right.

# Бизнес-план

Общества с ограниченной  
ответственностью

«ИсидаФарм 110»

Юридический адрес компании г. Трехгорный, Челябинской области, ул. 50 лет Победы, 20

тел. 89123201910

Email: [vinogradovaolyaa@mail.ru](mailto:vinogradovaolyaa@mail.ru)

г. Трехгорный, **2021**

**«ИсидаФарм 110»**

**«За здоровьем – это к нам!»**



# ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ПРАВОВОЙ ФОРМЫ – ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

1. Возможность выхода из состава участников (учредителей).
2. Ограничения ответственности участников по долговым обязательствам.
3. Отсутствие ограничений по виду деятельности.
4. Предприятие коллективное.



# ПРАВОВАЯ ФОРМА ПРЕДПРИЯТИЯ

Предприятие «ИсидаФарм 110» является Обществом с ограниченной ответственностью и осуществляет деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации.

Предприятие является юридическим лицом, действующим в строгом соответствии с принятым Уставом и Учредительным договором, имеет уставной капитал, производственные площади и баланс.

Учредителями предприятия являются:

Общество с ограниченной ответственностью «ИсидаФарм 110»  
индивидуальный предприниматель Подгорбунских В.;

Уставной капитал организации разделен на доли: ООО «ИсидаФарм 110»- **60%**; ИП Подгорбунских В.- **40%**.

Управление ООО осуществляется Советом директоров, члены которого ответственны за определения главных направлений развития, разработку и воплощение планов. Прибыль предприятия распределяется между учредителями пропорционально их долям.

# ПРАВОВАЯ ФОРМА ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день основная часть прибыли этого предприятия поступает за счет производства лекарственных средств и их реализации закупщикам, однако данный проект предполагает дальнейшее развитие предприятия и открытие сети аптек **«ИсидаФарм 110»**.

- Руководство деятельностью осуществляется генеральным директором, которого назначает Совет директоров. В круг его обязанностей входит: решения главных вопросов деятельности организации, подписание официальных документов, распоряжение имуществом компании, осуществление найма и прием и увольнение персонала.

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ «ИСИДАФАРМ 110»

Совет директоров

Генеральный директор

Производство



Распределение



Обмен  
Потребление  
Аптека



Бухгалтерия

Главный бухгалтер

Бухгалтер

Экономист

Провизор - организатор

Главный маркетолог

Главный провизор - технолог

Отдел маркетинга  
Менеджер по закупкам

Провизор-фармацевт

Фармаколог

Отдел сбыта  
Менеджер по продажам

Фармацевт

Мерчендайзер

# ФУНКЦИОНАЛ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

- **Коммерческий директор** осуществляет следующие функции: контролирует организацию производства, руководит маркетинговыми исследованиями и рекламной кампанией, а также сбытом и реализацией товара. Несет ответственность за правильность данных бухгалтерского учета.
- **Главный провизор- организатор** руководит созданием, производством лекарственных препаратов, их контролем качества.
- **Главный маркетолог** – контролирует закупки сырья для производства лекарственных препаратов, и реализацией готовой продукции.
- **Провизор – фармацевт** организует и координирует розничной торговлей товаров аптечного ассортимента.
- **Главный бухгалтер** отвечает за расчеты с поставщиками, учет товарооборота, поступающих прибылей, расходов, выплату заработных плат, составление бухгалтерских отчетов.

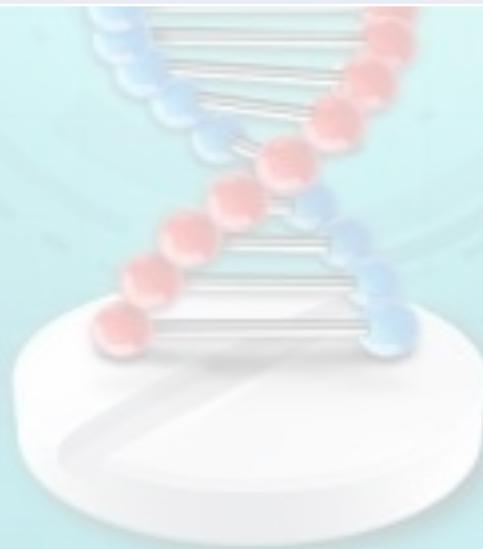
# ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ ООО

Должность	Численность	Штатное замещение (Ф.И.О.)	Зарплата в месяц/руб.	сумма
Генеральный директор	1	Подгорбунских В.	100 000	100 000
Провизор - организатор	1	Гомзикова А.	80 000	80 000
Главный провизор- технолог	1	Газизуллина Д.	80 000	80 000
Фармаколог	2	Слудных Е. Сажина Т.	60 000	120 000
Главный маркетолог	1	Звягинцева В.	80 000	80 000
Менеджер по закупкам	3	Букреева Н.Г. Кондрашева Т. Кузина Е.	40 000	120 000
Менеджер по продажам	2	Вахитова А., Фадеева В.	40 000	80 000
Провизор- фармацевт	1	Трегубова К.	40 000	40 000
Фармацевт	2	Барашева А., Гуреева В.	30 000	60 000
Мерчендайзер	1	Засыпкина А.	25 000	25 000
Главный бухгалтер	1	Кургузикова Д.	80 000	80 000
Бухгалтер	2	Тагачина Е., Михайлова Л.	25 000	50 000
Экономист	1	Беляев Денис	25 000	25 000
Обслуживающий персонал (уборщики помещений, дежурные)	6	Иванова З., Сидорова О., Первухина И., Василевских М., Ивлиева М., Кривцова Т.	15 000	90 000
<b>Итого</b>	<b>25</b>			<b>1130 000</b>

Профессия	Чем интересна	Где возможно обучится
Биофармаколог	Разработка, проектирование новых препаратов которые должны приходить на смену более старым и менее эффективным.	МИРЭА-Российский технологический университет. МГУ имени М.В.Ломоносова г. Москва
Провизор-аналитик	Проведение химического и физико-химического контроля качества лекарств.	Северо-Кавказский федеральный университет. Филиал медицинского университета "Реавиз"
Провизор-маркетолог	Анализ конкурентной среды.	Институт отраслевого менеджмента. Медицинский университет "Реавиз" г. Самара
Провизор-организатор	Надзор за фармацевтической деятельностью подведомственной аптеки.	Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского, г. Симферополь Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова
Провизор-технолог	Изготовление и производство лекарственных препаратов в производственных аптеках.	Белгородский государственный национальный исследовательский университет. Дальневосточный федеральный университет.

Профессия	Чем интересна	Где возможно обучится
Мерчендайзер	Быстрый карьерный рост	Московская школа прикладного управления и делового администрирования. ЮУрГУ в г. Челябинск
Фармацевт	Есть перспективы роста и данная работа является достаточно спокойной, так как вы работаете на одном месте, с клиентами, без каких-либо стрессов.	Северо-Кавказский федеральный университет. Филиал медицинского университета “Реавиз” Челябинский медицинский университет
Промоутер	Главным достоинством считается <b>свободный график</b> . Человеку, нанимаемому на работу, зачастую предлагается самостоятельно выбрать для себя оптимальные часы работы. Во время работы <b>развиваются коммуникативные способности</b> .	Для того чтобы стать промоутером, не нужно получать дополнительное или специальное образование.
Маркетолог	Специалисты могут похвастаться и большими гонорарами. Возможность карьерного роста. Есть шанс получить должность сразу после окончания учебного заведения, т. к. спрос на грамотных специалистов большой.	Государственный академический университет гуманитарных наук, Инженерно-экономический институт, <a href="#">Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина</a>
Менеджер по продажам, менеджер по закупкам	У этой профессии есть такие плюсы как: Неограниченный уровень дохода, который чаще всего складывается из зарплаты и процентов с продаж. Востребованность практически в любой сфере. Вы можете продавать то, что хотите, работать в большой или маленькой компании. Довольно быстрый рост доходов и продвижение по карьерной лестнице,	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС. ЮУрГУ г. Челябинск

Профессия	Чем интересна	Где возможно обучится
Экономист	<p>Шанс сделать головокружительную карьеру. В среднем высокая заработная плата. Престижная профессия. Возможность занять руководящие должности. Интересная работа для людей с аналитическим складом ума.</p>	<p>Академия народного хозяйства и государственной службы. Высшая школа экономики. МГИМО. Экономический университет им. Плеханова МГУ им. Ломоносова. ЮУрГУ в г. Челябинск</p>
Бухгалтер	<p>Вырабатываются навыки, ведь постоянно выполняя одинаковую работу, вы сможете выкроить больше свободного времени для самообразования. Также вырабатывается дисциплина, ведь в бухгалтерии нельзя ошибаться. Возникает привычка, все делать правильно и вовремя. Кроме того, начинаешь грамотно вести семейный бюджет, что приводит к экономии средств. Через вас проходит постоянный поток информации. Профессия бухгалтера стабильна.</p>	<p>Академия народного хозяйства и государственной службы. Высшая школа экономики. МГИМО. Экономический университет им. Плеханова МГУ им. Ломоносова. ЮУрГУ в г. Челябинск</p>



# ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Проведение собрания учредителей. Составление протокола о создании юридического лица.
2. Разработка Устава компании.
3. Открытие счета и перечисление суммы уставного капитала.
4. Регистрация предприятия в налоговой инспекции.
5. Регистрация в общественных фондах (пенсионный, сообщество предпринимателей и др.)

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ



# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ. РЫНКИ.

Компания ООО «ИсидаФарм 110» работает только на одном рынке – это производство и реализация фармацевтической продукции. Все производимые препараты реализуются компанией на данном рынке на территории России, а также реализуются в собственной аптеки.

Предприятие планирует расширение производства в других регионах, в том числе открытие еще аптек в других городах. О производстве для иностранных потребителей вопрос не рассматривается.

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ.

## ТОВАРЫ.

В современных условиях отдают предпочтение производству вакцины от коронавируса.

Ассортимент предприятия включает в себя следующие виды продукции (всего около 800 наименований): вакцины, поливитамины, препараты спазматические и т.д.

Основным продуктом для компании является производство вакцин от коронавируса. Доля данного продукта составляет более 50% в общем объеме прибыли компании. Для данного продукта ситуация следующая: на российском рынке такими производствами занимаются несколько специализированных компаний, но рынок стремительно развивается и имеет большой потенциал, так как данные виды продукции пользуются большим спросом в силу того, что это актуально в период пандемии. Для данного продукта необходимо дальнейшее завоевание новых сегментов рынка и увеличение его доли в общем объеме прибыли компании.

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ.

## ЦЕНЫ

На предприятии преимущественно используется система ценообразования затраты + прибыль. Цены устанавливаются с учетом издержек, что является базовым уровнем для определения цены. Размер прибыли определяется уровнем спроса. В ценообразование также закладывается вероятная реакция покупателей на изменение цен, чтобы снизить влияние сезонности спроса на вакцины. Следует отметить, что повышение цен не снижает уровень спроса на вакцины а снижение цен не повышает его (спрос) в существенной степени. Поэтому спрос имеет ограниченную эластичность. В компании используется политика стимулирующих цен для привлечения покупателей, колеблющихся совершить покупку. Конкурентной борьбы по ценам предприятие не ведет, используя для давления на конкурентов неценовые методы борьбы.

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ. ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА И ТОВАРОПРОДВИЖЕНИЕ.

1. Подготовительный этап. Предварительная работа менеджеров с клиентами, расчет объемов партии товара, расчет наличия необходимого количества товара на складе, заключение договора на поставку.
2. Закупка сырья для производства.
3. Производство и контроль качества готовой продукции.
4. Формирование партии товара и доставка ее заказчику.
5. Расчеты с покупателем. Учет расчетов с покупателем ведет бухгалтерия предприятия. Ответственный – главный бухгалтер.
6. Закупочные работы. Работы по заключению договоров с поставщиками ведется сотрудниками отдела снабжения,

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ.

Годовой план маркетинга не составляется отдельно, а является составным разделом общей производственной программы предприятия. В данный раздел включаются основные маркетинговые мероприятия, запланированные на будущий период, примерная смета затрат и ответственные лица за проведение мероприятий. Маркетинговые ресурсы распределяются между всеми работами равномерно, учитывая сезонный характер, это не представляет затруднений. Контроль эффективности маркетинга осуществляется по увеличению числа заказов.

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ. ПОТРЕБИТЕЛИ.

Классификацию потребителей можно представить в следующем виде:

1. Юридические лица – учреждения здравоохранения в различных регионах России.
2. Физические лица – покупатели аптеки. Владельцы частных клиник.

# МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ. КОНКУРЕНТЫ.

Основные конкуренты компании:

ООО "Инпенс-К". Специализируется на поставках препаратов и поливитаминов.

ООО "Новый стиль". Занимается производством поливитаминов.

ООО "Сигма". Осуществляет только оптовые поставки вакцин. Все конкуренты занимают примерно равную долю рынка. Вообще на рынке отсутствуют крупные компании, занимающие крупную долю на рынке.

# МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ НА ГОД.

1. Организация участия в выставке «ФармСвет », которая пройдет с 3 по 5 марта.
2. Персональные встречи с компаниями, владеющими коммерческой недвижимостью (торговые, деловые центры, промышленные предприятия), с целью заключения контрактов.
3. Разработать и организовать рекламную кампанию по продвижению среди учреждений здравоохранения.
4. Организовать персональные встречи с представителями Роспотребнадзора. Период проведения июль-сентябрь.
5. Провести исследование рынка на предмет внедрения новых видов препаратов. Реализация мероприятия октябрь-декабрь года.