

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                                                   | 8  |
| Часть I. Принимаем решение о входе в бизнес. Что делать? .....                                   | 13 |
| 1.1 Ищем идею для своего бизнеса. Важные рекомендации.....                                       | 13 |
| 1.2 Миссия и другие высокие материи. Нужно ли это вашему бизнесу? .                              | 17 |
| 1.3 Начало бизнеса. Страшная правда бизнеса .....                                                | 20 |
| 1.4 Что Вас ожидает при открытии и становлении бизнеса? Быть или не быть? .                      | 23 |
| 1.5 Качества, необходимые бизнесмену, чтобы открыть свой бизнес. ...                             | 27 |
| 1.6 Два подхода к созданию и развитию компании. Целеполагание, или что Вы хотите получить? ..... | 29 |
| 1.7 Для ребенка главное – сделать первые два шага. А для бизнеса? ...                            | 31 |
| 1.8 Где и как найти золотую жилу для Вашего бизнеса? .....                                       | 33 |
| 1.9 Вся правда об ошибках при создании бизнеса .....                                             | 40 |
| 1.10 Основные шаги для принятия решения при организации своего бизнеса .                         | 43 |
| Часть II. Бизнес-план. Вы готовы составить его самостоятельно? .....                             | 45 |
| 2.1 Зачем, кому и когда он нужен? .....                                                          | 45 |
| 2.2 Основные разделы бизнес–плана .....                                                          | 46 |
| 2.3 Что важно знать при составлении бизнес-плана? .....                                          | 48 |
| 2.3.1. Титульный лист и оглавление бизнес-плана .....                                            | 49 |
| 2.3.2. Досье компании, продукты, услуги и производственная деятельность .                        | 49 |
| 2.3.3. Анализ отрасли и объём продаж .....                                                       | 51 |
| 2.3.4. План маркетинга. ....                                                                     | 52 |
| 2.3.5. Финансовый план, планирование на будущее и резюме. .                                      | 52 |
| 2.4 Преодолеваем страхи. Некоторые важные выводы. ....                                           | 55 |
| 2.5 Основные шаги при составлении Вашего бизнес-плана ...                                        | 56 |
| Часть III. Как правильно и «чисто» зарегистрировать предприятие. ...                             | 58 |
| 3.1 Регистрация предприятия, возможности, проблемы, реалии .....                                 | 58 |
| 3.1.1. Уставной капитал: что это и для чего он нужен .....                                       | 58 |
| 3.1.2. Как правильно выбрать название предприятия, юридический адрес .                           | 59 |
| 3.1.3. Виды экономической деятельности Учредители (участники) Общества                           | 61 |
| 3.1.4. «Подводные камни» регистрации фирмы. ....                                                 | 63 |
| 3.2 Революционное отличие ИП от ООО .....                                                        | 65 |
| 3.3 Как вносить изменения в учредительные документы ....                                         | 68 |

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3.1. Смена юридического адреса, смена Генерального директора, изменение уставного капитала . . . . .          | 69 |
| 3.3.2. Смена учредителей, изменение видов деятельности и изменение наименования .                               | 70 |
| 3.4 Как надёжно и быстро зарегистрировать предприятие? . . . . .                                                | 72 |
| 3.5 Ваши шаги при регистрации предприятия. . . . .                                                              | 73 |
| Часть IV. Нужны Парижу деньги. C'est la vie. Идеальные решения.                                                 | 74 |
| 4.1 Жизнь или кошелёк? Философская сага: деньги и бизнес . . . . .                                              | 74 |
| 4.2 Где найти денежный вулкан – источник денег? . . . . .                                                       | 76 |
| 4.2.1. Использование своих накоплений . . . . .                                                                 | 76 |
| 4.2.2. Взять в долг у родных, друзей, знакомых . . . . .                                                        | 77 |
| 4.2.3. Как получить деньги в банке под Ваш стартап? . . . . .                                                   | 77 |
| 4.3 Инвесторы, доленое финансирование, «бизнес – ангелы» . . . . .                                              | 80 |
| 4.4 Недоступное – доступно. Программы поддержки малого бизнеса государством .                                   | 81 |
| 4.5 Микрокредитование вам поможет, а заграница – навряд ли . . . . .                                            | 82 |
| 4.6 Что еще можно рекомендовать . . . . .                                                                       | 83 |
| 4.7 Основные шаги при поиске денег для вашего бизнеса . . . . .                                                 | 84 |
| Часть V. Кадры решают всё. Как набрать квалифицированный персонал . . . . .                                     | 85 |
| 5.1 Вы всё ещё думаете, где искать сотрудников? Тогда мы идём к Вам! . . . . .                                  | 85 |
| 5.1.1. Какие сотрудники нужны в бизнесе? . . . . .                                                              | 85 |
| 5.1.2. Некоторые кадровые проблемы, присущие любому бизнесу ..                                                  | 87 |
| 5.1.3. Где же искать великолепных сотрудников? Ищем иголку в стоге сена. . . . .                                | 88 |
| 5.2 Как выбрать самого достойного, самого нужного работника? (...а тот третий – как во поле ветер...) . . . . . | 89 |
| 5.2.1. Набор сотрудников методом «Ажиотаж». . . . .                                                             | 90 |
| 5.2.2. Многошаговый отбор менеджеров . . . . .                                                                  | 93 |
| 5.2.3. Этапы проведения конкурса . . . . .                                                                      | 94 |
| 5.3 Некоторые важные рекомендации при проведении собеседования и конкурса                                       | 97 |
| 5.3.1. Сокращённый этап набора – тест, тест, тест... . . . . .                                                  | 97 |
| 5.3.2. Очередной контакт при выборе достойного сотрудника . . . . .                                             | 98 |
| 5.3.3. Отбор сотрудников с использованием биометрии . . . . .                                                   | 98 |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.4 Критические точки при наборе и после набора сотрудников . . .                                  | 99  |
| 5.4.1. Особенности набора сотрудников руководящего звена . . . . .                                 | 99  |
| 5.4.2. Чем отличается ЗППП от ЗППП? . . . . .                                                      | 102 |
| 5.5 Советы «бывалого». Немного менеджмента . . . . .                                               | 103 |
| 5.6 Основные шаги, которые вы должны пройти при подборе персонала.                                 | 105 |
| Часть VI. «Тайны мадридского двора». Бухгалтерский учёт. Что за ним скрывается .                   | 107 |
| 6.1 Профессионалы раскрывают тайны . . . . .                                                       | 107 |
| 6.2 Какие виды налогов бывают. Ликбез для руководителя                                             | 108 |
| 6.2.1. Категории налогоплательщиков . . . . .                                                      | 108 |
| 6.2.2. Налог на добавленную стоимость . . . . .                                                    | 111 |
| 6.2.3. Налог на прибыль . . . . .                                                                  | 112 |
| 6.3 Применение упрощённой системы налогообложения. Достоинства и недостатки.                       | 113 |
| 6.3.1. Какие платят налоги при «упрощенке» . . . . .                                               | 113 |
| 6.3.2. Налог «Доходы 6%». Примеры расчёта . . . . .                                                | 115 |
| 6.3.3. Налог по УСН «Доходы минус расходы – 15%» . . . . .                                         | 117 |
| 6.4 Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) . . . . .                                               | 119 |
| 6.5 А спасёт ли предпринимателя патент? . . . . .                                                  | 122 |
| 6.6 Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) . . . . .                                                | 126 |
| 6.7 Обязательные страховые взносы . . . . .                                                        | 127 |
| 6.8 Предприниматель, будь бдителен! Наказание без преступления .                                   | 130 |
| 6.9 Доверяй, но проверяй! Контроль бухгалтерии . . . . .                                           | 132 |
| 6.10 Шаги для организации вашего бухгалтерского учёта . . . . .                                    | 135 |
| Часть VII. Применение кассовых аппаратов. Мифы и реалии . . . .                                    | 136 |
| 7.1 Если я хочу работать без кассового аппарата! . . . . .                                         | 136 |
| 7.2 Первое испытание: ищем кассовый аппарат . . . . .                                              | 137 |
| 7.2.1. А если Вас нет в заветном списке. Как быть? . . . . .                                       | 137 |
| 7.2.2. Как избежать ошибок при выборе ККТ . . . . .                                                | 138 |
| 7.3 Второе испытание: Регистрируем кассовый аппарат в налоговой инспекции .                        | 141 |
| 7.4 Чем ЦТО может помочь Вам и вашему бизнесу . . . . .                                            | 144 |
| 7.5 Третье испытание. Подводные камни применения ККТ . . . .                                       | 145 |
| 7.6 Почему обязательно нужно обучать кассиров–операционистов. Как это правильно сделать? . . . . . | 148 |

|         |                                                                                                  |     |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| .. 148  | 7.6.1. Кассир-операционист –Ваша визитная карточка .....                                         |     |
| 149     | 7.6.2. Обязаны ли Вы учить кассиров-операционистов? .....                                        |     |
| 151     | 7.7 Как избежать нервотрёпки и штрафов при применении ККТ .....                                  |     |
|         | 7.8 Попробуем заглянуть в будущее... ..                                                          | 153 |
|         | 7.9 Современная торговля – это ККТ + ПО .....                                                    | 154 |
|         | 7.9.1. Что включает в себя программное обеспечение ....                                          | 154 |
|         | 7.9.2. Комплекс программ системы 1С .....                                                        | 155 |
|         | 7.9.3. Новинки для малого бизнеса. Наши рекомендации .                                           | 156 |
|         | 7.10 Основные шаги при приобретении и эксплуатации контрольно-кассовой техники .                 | 158 |
|         | Часть VIII. Маркетинг: что это такое и зачем он вам нужен? ....                                  | 159 |
|         | 8.1 Что же такое маркетинг? Мнение и опыт профессионалов. .                                      | 159 |
|         | 8.2 От теории к практике. Не боги горшки обжигают .....                                          | 163 |
|         | 8.2.1. Основные задачи, которые решает маркетинг .....                                           | 163 |
|         | 8.2.2. Что такое <<5P>>? PR (Public Relations) .....                                             | 165 |
|         | 8.2.3. Формула AIDA. Маркетинг в социальных сетях ....                                           | 166 |
|         | 8.3 Как составить маркетинговый план и провести аудит своего маркетинга? .                       | 168 |
| потерям | 8.4 Десять типичных ошибок в маркетинге, которые могут привести к глобальным                     |     |
|         | в вашем бизнесе. Как их не допустить .....                                                       | 171 |
|         | 8.5 Еще раз о продвижении в социальных сетях (распространенные мифы и ошибки маркетологов) ..... | 174 |
|         | 8.6 Простой маркетинг – маркетинг будущего .....                                                 | 175 |
|         | 8.7 Основные маркетинговые шаги для нового бизнеса .....                                         | 177 |
|         | Часть IX. Как сделать уникальный «продающий» сайт .....                                          | 179 |
|         | 9.1 Какие сайты бывают? Классификация сайтов. ....                                               | 179 |
|         | 9.2 Как спланировать <<раскрутку>> своего сайта. ....                                            | 181 |
|         | 9.3 Идеальное решение для создания <<продающего>> сайта. .                                       | 184 |
|         | 9.4 <<E-mail>>-маркетинг – Ваша точка опоры. Все новое – на Ваш сайт                             | 187 |
|         | 9.5 Как правильно продвигать бренд в соцсетях? Концепция евангелизма в маркетинге                | 189 |

|                                                                |      |
|----------------------------------------------------------------|------|
| 9.6 По каким причинам Ваш сайт может не поднимать продажи? . . | 191  |
| 9.7 Шаги для создания уникального «продающего» сайта. . . .    | 193  |
| Часть X. Как ликвидировать бизнес без особого риска . . . . .  | 195  |
| 10.1 Особенности прекращения деятельности ИП. . . . .          | 195  |
| 10.2 Что нужно знать о ликвидации ООО. . . . .                 | 197  |
| 10.3 Альтернативные способы ликвидации ООО . . . . .           | 200  |
| 10.3.1. Ликвидация ООО путем слияния . . . . .                 | 200  |
| 10.3.2. Ликвидация ООО путем присоединения . . . . .           | 201  |
| 10.3.3. Для любителей острых ощущений. Банкротство . . . .     | 202  |
| 10.4 Основные шаги при закрытии (ликвидации) бизнеса . . . .   | 204  |
| Заключение . . . . .                                           | 206. |

#### Об авторе

Химич Николай Васильевич, родился 23 июля 1953 года. Образование высшее. Кандидат технических наук. Служил в рядах Вооруженных сил с 1970 г. по 1996 г. Десять лет преподавал в Военно-воздушной инженерной орденов Ленина и Октябрьской Революции Краснознаменной академии (ВВИА) имени профессора Н.Е.Жуковского на кафедре Управления и безопасности полетов. Прошел подготовку при Российской Академии Наук по внедрению методов активного обучения в образовательный процесс.

Написал и опубликовал более 100 научных работ. Под его руководством 7 человек написали и защитили кандидатские диссертации.

В дальнейшем работал в государственных и коммерческих структурах. Создал группу компаний из 17 фирм, занимающихся комплексным обслуживанием бизнеса. В 2015 году исполняется 20 лет созданному им Объединению.