

连锁店商业计划书(优秀10篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

连锁店商业计划书篇一

费市场的主导，所以在餐位数确定后，在餐饮经营之前应将制订《市场经营计划》放在首位，并考虑如下事宜，再对本餐厅进行定位。

1 当地的饮食习惯爱好：包括：菜品的原料、配料是否便采购。当地人对菜肴的口味要求，制作方式的接受程度，价格接受能力等。

宴请居多。

3 就餐人员的交通方式；此点尤为重要，也决定了一个餐厅的地理位置的选址，是否有利于消费者方便用餐。

日常清洁卫生是否有足够的措施。

三、人员

餐厅业经营成功与否，在硬件已成为定局以后，就取决于餐厅的管理人员。餐厅在确定自己的经营定位及场地的布局后就应组织各级人员给予实施。怎样使餐厅运营起来？这就是一个用人的问题。而用人首先要制订用人计划，对各岗人员

要有目的去选择和利用。制订出一套适合本餐厅的人力组织结构体系。其内容主要为：

3 制定严格的培训计划，包括日常培训及计划培训； 4 明文规定每一岗位的工资收入情况及相应的激励机制； 5 要正确树立外部顾客与内部顾客的概念。内部顾客就是直接服务客人的一线员工，作为管理层及二线部门是为内部顾客（一线员工）服务的人。为“内部顾客”服务的工作做好了，才能做好外部顾客服务的工作。

6 要充分理解 80 与 20 理论对餐饮行业的意义。即

80%的盈

利是从 20%的产品中产生的； 80%的问题是从 20%的员工中产生的；80%的管理（经营）建议是从 20%的管理人员中产生的。

因此要经营好餐厅取决于

20%的管理人员和 20%的好产品。

路发生的问题而不必事先请示。当然，事后要汇报，说明情况及处路后达到的效果。

四、管理制度

餐饮的管理制度是一个餐厅的生命，当今社会是知识经济时代，管理越来越为企业所重视。管理水平的高低直接影响着餐厅的经营效益。故“管理出效益”是硬道理，在制订日常的管理制度时应着重考虑以下三个方面事宜。

3 财务成本方面：包括采购制度、成本控制方法、资产管理
制度；

根据以上三点真正做到“人人有岗位，办事有依据，行动有
目标，工作有效益”。五、经营运作

1 营业收入方面：食品、酒水、香烟、物品；

4 能源费用方面：水、电、燃油、燃气、排污、有线电视等
费用；

1 树立知名度，提高本餐厅在当地餐饮市场的影响力及信誉
度

让利性的大促销。以此活动的名义邀请当地媒介给予新闻报
道，以起到软性广告宣传及餐厅正面形象的树立之作用。

2 厨房特价

厨房可根据季节每周或每月推出一些特色菜肴或特价菜肴

以此吸引或刺激顾客的消费。3 赠品或赠券

餐厅可制作并赠送小工艺品，让顾客觉得到餐厅吃饭除了能
享受多层次的气氛还能收到令人心爱的小玩意。这不仅能起
到宣传作用，还能提高餐厅的档次，在发放上还可以根据消
费程度的高低来决定赠品的价值与之相配。

4 建立和收集客源人事档案

建立客源档案主要是记录客人的喜好、忌讳、出生年月、公司店庆等内容。届时提前发放贺信以此来加强与食客的联系

3000 人中一年只来消费一次，那么每天就有 3000 除以 360 等于 人 / 次，而这 人次的话一 定会带来另外的客源。

5 创造良好的用餐环境

良好的用餐环境及气氛也能吸引客人前来消费，不要说整体，那怕就是在每一个包房的设计都有风格，就会使客人有每次来用餐都是其有赏心悦目、焕然一新的感受。

七、品牌树立的设想

1 规范服务理念，突出服务特色，由细处见真情，以情情见功夫

换位的服务意识，替宾客着想，以特色服务来体现服务档次，以创新来给宾客“心动”的感受，温馨服务的回味。

2 保持看家特色菜品，及时开创新菜，保持各类菜品质量，展现餐饮实力

餐饮的菜系品种千变万化，这就要求餐厅要将厨师分成两类，极少数的厨师（行政总厨，各点厨师长）承担类似工业产品的设计师和工艺师的责任，主要是研究创新菜式，和制订菜肴品味质量标准，以及全程的监督实施。这些人的技能和的工作态度是餐厅资产的一部分，可以考虑拥有餐厅的部分股权分红。如果厨师有修改菜式标准的建议可以提出，保未经总厨修正，任何厨师不能自行其是，这样方能保持稳定的口味及质感。

连锁店商业计划书篇二

下面所有工作就是根据战略蓝图做具体的执行，只有先做好分析、制订策略才能实现资源整合的价值最大化。当然在具体运营过程中可能需要根据实际情况不断优化调整原来的计划和目标。

当整体项目的战略规划好之后，第一件事情就是组织资源了，人、财、物等各种资源。其中最大的问题就是团队组建，人才是淘宝运营的核心，所有的工作计划都需要通过人去执行完成。团队组建，根据战略销售目标和投入可大可小，并且，应该是在具体的运营过程中逐步调整的。

取好名字，做好入驻申请的前期工作，批准后即可正式开始规划装修店铺了。当然，由于淘宝商城审核工作有时回长一点，所以大部分都是同步进行，注册下来后，直接上传装修而已。

淘宝店铺规划其实并不复杂，尤其是模块栏目程序都已经确定好，只需要确定内容就ok了。但是，其实一个店铺装修规划并不那么简单，事前需要分析大量竞争对手的店铺以及自己品牌的优势特征，然后结合目标受众和一些后期运营思路来进行栏目规划。比如：很多淘宝店注重互动沟通，就会加一些帮派、社区的栏目，而对品牌历史个性很注重的，一般都会有品牌溯源的栏目。

同时，产品分类也是一个非常重要的课题，怎么划分能让消费者购物体验更佳，需要反复测试考量，才能得出结论。

规划好之后，才是美工设计执行，从店招、店标、首页到产品展示页模版，再到栏目品牌页的个性设计等，一定是在店铺规划好的风格下进行视觉表现。淘宝设计，有一个比较特殊的要求：热闹而不杂乱，要有购物的氛围，同时要清晰有序。

这一步应该是运营的关键。一个店铺的转化率高高低有很多因素影响，但是产品绝对是最重要的元素。

产品策划包含的内容非常广和多。首先就是产品线和产品组合策划，做淘宝一定要确定好引流产品、阻击产品、利润产品、后续产品，而这又和产品定价相结合，形成完整的产品宽度和产品组合，实现热销和利润平衡统一。对于很多传统企业来说，还面临一个重要问题，那就是怎么解决线上线下的产品渠道冲突问题。

产品策划第二部分就是产品宝贝页面的策划和执行了。如何展现产品最有销售力、产品图片怎么拍最能打动消费者、产品销售文案怎么写才能大卖特卖？产品文案是以理性阐述为主还是感性打动为主？相对竞争对手，我们的优势是什么？怎么突出来？这些问题都需要通过分析策划才能初步做好。

一参加淘宝各种促销活动；

二、策划创意自己店铺各种主题活动；

三、利用关联销售、交叉销售等手段方式，实现商品生动化，提升用户粘性，提升客单价。这三种促销活动相互联系，并且下面又有很多种形式，这些手段组合使用，可以打造爆款产品，实现销售飞跃。

提醒大家，促销只是手段，目的是增加销售。但是，目前很多淘宝店铺陷入了无促销无销售，有促销才有销售的怪圈，主要还是店铺和品牌缺少独特的卖点和差异化，无个性，没有吸引人的独特点，品牌无溢价能力，更没有粉丝。

连锁店商业计划书篇三

目前与美容院合作，开启o2o上门美容的美业o2o平台已零星出现在应用市场上。笔者以深圳本地一家名叫“美到家”的

美业app作剖析，从中探究这种模式的可行性。美业o2o开启成功之道！

首先，以美容院为主体，安排美容师上门服务，服务质量比起个体美容师，确有整齐划一的提升。由于美容院作为主体，有着系统的运营流程，从培训、分工、到服务质量的把握。当然，这也包括用户的安全保障，俗话说，跑得了和尚跑不了庙。在消费者看来，庙在这，足以承担着风险的管控制度、危机的应对与处理的责任。因此对美容师上门服务，会更具有信任感。

事实上，美容行业里，优质的美容技师数量并不能满足市场需求，用户为了保证美容效果，需要漫长的预约与等待。掌握着中高端水平美容师资源的，基本还是以美容院为主。美到家的定位属于平台性质，正陆续将美容院资源进行整合。这相当于直接将中高端美容师笼络旗下。待优质美容师资源足够丰富，美容师可按时按需提供服务，包括到店与上门服务，这给用户体验有着极大提升。当然，能否做到的关键，还在于前期地推能力如何。

作为集合美容院o2o服务的平台，美到家针对附近的客户服务需求，首先会按照客户要求及地理距离作匹配。而在时间上，美容院可以按照空闲美容师排班进行调节，不至于出现为了订单奔赴数十里，或者提前做完了项目坐等时间浪费的情况。将美业o2o与传统美容院业务对比，定价是绕不开的核心问题。

美业o2o开启成功之道

美到家平台上的大部分美容院都有着共同的一点——即使原有客户有流失，但o2o上门业务相对于美容院原有基础，依旧属于增量。在拥有增量的基础上，不仅增长部分价格可以调整，店面原有服务价格亦可由此拥有下调空间。美容院业务基本集中在周末与晚上，没有客源的时段人力物力成本照常支出，但美到家有针对时间做效率优化，比如用户下单时可

以自动判断为闲时将原价98元的项目调整为38元。

美容师同时也兼有美容院原有的客户进行服务。因此，在o2o平台带来的流量得到保证的前提下，美容师业务不仅不会受到冲击，收入更具有稳定性，更犯不着将自己的服务区域填成全市一日游。

由此可见，在美业o2o的市场竞争上，进入平台的美容机构相对于个体美容师，显然是具有更多的优势：成本结构更大的调整空间、性价比更高的专业营销推广。以上第一点能带来更优质的服务与创新，第二点在业务数量与收入上提供了保证。到店or上门，美容师or美容院。传统美容院能不能被革命掉还是个未知数。

连锁店商业计划书篇四

——如何将顾客吸引进商场

作为商城商管部一员，我有责任和义务为商场贡献一份力量。现根据在商场两个多月以来的观察和感受，浅谈一下自己的心得，希望对提高商场客流量有所帮助。

一、外围布置

我认为商场的主题性不够明确，就像商户所提意见一样，游客走在楼下，不知到这栋楼是干什么的。商场的主题就像咱们读报纸一样，看下a1版各标题，对自己感兴趣的，我们会翻看下，而那些内容写的很好，而标题不能吸引住我们的好文章，恐怕就没机会让我们分享了。所以，商城的主题要非常简明易了。

看下经营好的商厦，如□xx商城人走在楼下一看名字就知道：“哦，这是个商场。”游客走在街上，一目了然映在眼前的商品还看不完，怎么会去一个让人莫名奇妙的门头下看

看他们是卖的啥呢。

二、如何吸引顾客

游客在景点，本身就有一种怕被宰心理，所以，咱们作为景点正规大商场，可以在这方面做文章。一个是特色。品类吸引人。

二、有规模，形成了地摊一条街。有购买氛围。

三、迎合顾客购买心理。认为便宜，即使上当了也亏不到哪里去。和有经验的商户交谈得知，小地摊不少赚钱，他们从经营品类到价格定位，都是根据客户群的购物心理，精心定制的。

所以，要吸引人，招来有质量的顾客，“就要想办法把自己推销出去，一切要为顾客着想，不仅要让路过的游客一眼就知道：“哦，这是个商场”还要让顾客路过的几秒内就知道这商场里面是卖什么的。这样，需要的就会走进来，保证了准客户的进场率。再回顾，不但经营主题明确，而且经营品类一目了然。大门口上面都有一个大电子荧屏，商场里面经营的品类，在门外就可以看的到，这样至少就会让顾客进里面之前就知道这里有一个大商场，里面卖的什么产品。接着如何将这潜在顾客引进商场呢，这还要看电子屏的功效了。

举个咱商场的例子：在门外放置的音响，不要小看一个小小的音响，作用也许用心人能看的出来。摆花车时，效果更明显。，所有商品均买一送一,,,”这就是最直接最有效的促销方法，他短时间内就给游客传达产品信息，购买的好处，营造购买气氛。

接着就是打消顾客怕被宰心理了，咱要告诉游客商城的经营理念：正规大型商场，售后有保证，价格定位合理。他们也会想着这里有个大商场，正规。

三、内场布置

购物是要有气氛的，气氛最好是喜气迎人，热闹的购物环境。可以尝试换下灯光颜色，主题色调等。

很单调，其实电梯不仅起运载功能，且起着导向的作用。如果装饰合理，更能营造购物气氛。

四、现代营销

这就是搞活动了，商城是处于最好的地段，外围没有吸引顾客入场的活动。因为他们已经被市民认可了，而我们的知名度还达不到，门_动不断，就是吸引你入场。这就是旅游市场的特性，需要叫卖。根据马_旅游购物消费理论，迎合旅游者的消费思想，这就是为什么各旅行社推出什么精品线路、一人也成团等，花样百出。本是荒芜之地可他们打出蛮荒野趣的口号后为什么就有人去，就是这道理，他们在引导顾客消费。这里我就不多说了，我相信咱们的策划。

五、改善商户管理模式

（一）业内口碑效应

如果导游能在这里挣到钱，那么不管你商场里产品如何更新，他们都会乐此不彼的将团队带过来。且会告诉自己的导友，哪里可以挣到钱。长期下去，必去的站点。只要产品质量有保证，游客的的口碑也是不容忽视的。

（二）利于资金周转

（三）利于管理

有些商户油嘴滑舌，一天就会跟商场哭穷，说什么一天都没卖钱，然后要政策，一旦营业额在咱这，会少去很多不必要

的麻烦。且一个月的营业额在咱这押着，不论大户还是小户，都便于管理。

六、群策群力

众人划桨开大船，商场的每一个人都很聪明，在日常的一些工作中，很多细微之处，都有自己独到的见解，也许他的方法才是最适合现场的解决方法，我们都应该认真的听取。而且要充分发挥每一人的主观能动性，多动脑，鼓励每一个员工，多为商场繁荣献计策。

这就是我两个月来的学习心得，不免有些地方目光短浅、不识大局，还望老总见谅。处于对商场负责任的角度，不免有些言辞，过于直接，愿接受老总批评指正。

连锁店商业计划书篇五

工作计划网发布连锁店采购员工作计划，更多连锁店采购员工作计划相关信息请访问[工作计划网](#)工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于《连锁店采购员工作计划》文章，供大家学习参考！

物价核定小组的成员由采购部经理、行政总厨、财务总监、店长组成。他们的共同职能是当采购员需要采购一批大宗物品时，统计员和采购员要先提供两个以上的供货点以及报价给物价核定小组做参考。物价核定小组会不定期的到市场上考察供货点和价格，然后根据调查的结果决定购买地点和价格。这个小组的另外一个职能是确定对外招标物品的供货商。当需要通过招标的方式确定供货商时，比如酒水、蔬菜、家禽、粮油等的供货商家，物价核定小组要根据各家供货商提供的价位和物品质量确定哪家中标。这样做不仅限制了采购员的权限，还因为采购部经理、行政总厨、财务总监、店长四人共同把关，杜绝了采购中猫腻事件的发生。

统计员

统计员是一个特殊的职务，既不属于前厅也不属于后厨，主要的工作就是每天到市场上调查各种原材料的价格，然后把调查的结果提供给物价核定小组，以便于物价核定小组制定每日的供货价。除此之外，统计员每天还要帮助财务核对实际收款和厨房的出菜单据的准确性。简单地说他就是一个市场调价员。

采购员

采购员的人数要根据连锁店的大小设置，如果规模比较大，就要设立专门的采购部，由采购经理、市场审计一、采购员、库管员组成。如果是小型的企业，只设置一名采购员就可以。一般采购员的直接上司有两位：采购经理和财务经理。采购经理主要负责日常工作安排及考勤管理，财务经理负责账务的监督管理。采购员的主要职责是负责物品的采购工作。

在采购时要注意以下几点：

4、在采购过程中及时了解掌握市场物品价格信息的变化，把可靠的供货商信息和采购地点提供给物价小组，便于物价小组备用，如果发现更合理的采购方案要及时向相关部门汇报；发现有用的市场信息要及时与相关部门沟通；发现新上市的食品信息应及时上报厨师长，供其制作新菜参考。

采购程序

1. 审核申购单

每晚下班前厨师长和大堂经理要将审查好的申购单签字后交给采购部。申购单为一式三联，一联留底用，一联交给库管员，第二天验收货物时核对数目用，一联交采购部作为采购物品的清单。如果单项物品超过200元，或者属于新增加的物

品，应先交给总经理审批，总经理签字同意后才能生效。

2. 采购员购货

采购员接到申购单后，要及时和库房联系，根据申购物品核对库存，确定该物品已无库存后，再去市场上采购，对于那些定点采购的物品，采购员可直接电话通知供货商准备好次日需要的物品。采购时要索要正规发票并准确填写抬头。

3. 物品入库

采购员采购回所需原材料后。如果是直拨物资，库管员根据前一天的申购单和购买凭证验收货物的数量，厨房验收货物的质量，审计员根据物品的单价和实际支付的总金额验收货物：如果是入库商品，库管员要根据申购单核对物品的数量和规格，审计员出示单价及总金额，遇到需、要用料人来确定物品质量的情况，用料人要现场验货。

4. 填写报销单

直拨物资报销方法：库管员验收完物品后，根据验收的单据填写三联直拨报销单（一联厨师长保留，一联库房保留，一联做报销凭证），然后由厨师长、库管、审计员、采购员签字，然后交由总经理签字，只有五人全部签字后才能报销。入库物资报销方法：采购员购回入库物资经库管员验收合格后，库管员填写入库单据并签字，再由审计员和采购员签字，最后一联留底，一联作为报销凭证，总经理签字后就可报销。

5. 出库物资

每天早上各部门主管在本部门所需领用的领料单上签字，库管员根据领料单的数量发放物品。晚上下班前，相关部门主管需要到库房统一签领出库单，出库单共三联，一联留底备用，一联报财务核算成本，一联交相关部门参考。

其他要求：

1、酒水、低耗和一次性用品的申购对于酒水、低耗物品和一次性用品酒店应该设置一个最低储备量，当某一物品达到最低储备量时，库管员要电话通知相应的供货商或采购购买，不再由使用部门出具申购单。

2、所有供货商提供的物品质量和价格应由采购、使用部门、审计、财务、总经理同意后方能实施。

3、所有采购组人员和车辆，在没有采购任务时，皆应在店内，随时待命(特殊情况除外)。

连锁店商业计划书篇六

第一条根据《医疗机构管理条例》（以下简称《条例》）制定本细则。

第二条条例及本细则所称医疗机构，是指依据条例和本细则的规定，经登记取得《医疗机构执业许可证》的机构。

第三条医疗机构的类别：

（二）妇幼保健院；

（三）中心卫生院、乡（镇）卫生院、街道卫生院；

（四）疗养院；

（七）村卫生室（所）；

（八）急救中心、急救站；

（九）临床检验中心；

(十) 专科疾病防治院、专科疾病防治所、专科疾病防治站；

(十一) 护理院、护理站；

(十二) 其他诊疗机构。

第四条卫生防疫、国境卫生检疫、医学科研和教学等机构在本机构业务范围之外开展诊疗活动以及美容服务机构开展医疗美容业务的，必须依据条例及本细则，申请设置相应类别的医疗机构。

第五条中国人民解放军和中国人民武装警察部队编制外的医疗机构，由地方卫生行政部门按照条例和本细则管理。

中国人民解放军后勤卫生主管部门负责向地方卫生行政部门提供军队编制外医疗机构的名称和地址。

第六条医疗机构依法从事诊疗活动受法律保护。

第七条卫生行政部门依法独立行使监督管理职权，不受任何单位和个人干涉。

第二章 设置审批

第八条各省、自治区、直辖市应当按照当地《医疗机构设置规划》合理配置和合理利用医疗资源。

《医疗机构设置规划》由县级以上地方卫生行政部门依据《医疗机构设置规划指导原则》制定，经上一级卫生行政部门审核，报同级人民政府批准，在本行政区域内发布实施。

《医疗机构设置规划指导原则》另行制定。

第九条县级以上地方卫生行政部门按照《医疗机构设置规划指导原则》规定的权限和程序组织实施本行政区域《医疗机

构设置规划》，定期评价实施情况，并将评价结果按年度向上一级卫生行政部门和同级人民政府报告。

第十条医疗机构不分类别、所有制形式、隶属关系、服务对象，其设置必须符合当地《医疗机构设置规划》。

第十一条床位在一百张以上的综合医院、中医医院、中西医结合医院、民族医医院以及专科医院、疗养院、康复医院、妇幼保健院、急救中心、临床检验中心和专科疾病防治机构的设置审批权限的划分，由省、自治区、直辖市卫生行政部门规定；其他医疗机构的设置，由县级卫生行政部门负责审批。

第十二条有下列开展之一的，不得申请设置医疗机构：

- （一）不能独立承担民事责任的单位；
- （二）正在服刑或者不具有完全民事行为能力的个人；
- （三）医疗机构在职、因病退职或者停薪留职的医务人员；
- （四）发生二级以上医疗事故未满五年的医务人员；
- （五）因违反有关法律、法规和规章、已被吊销执业证书的医务人员；
- （六）被吊销执业证书不满五年的医务人员；
- （七）省、自治区、直辖市政府卫生行政部门规定的其他情形。

有前款第（二）、（三）、（四）、（五）、（六）项所列情形之一者，不得充医疗机构的法定代表人或者主要负责人。

第十三条在城市设置诊所的个人，必须同时具备下列条件：

- （一）经医师执业技术考核合格，取得《医师执业证书》；

(三) 省、自治区、直辖市卫生行政部门规定的其他条件。

医师执业技术标准另行制定。

在乡镇和村设置诊所的个人的条件，由省、自治区、直辖市卫生行政部门规定。

第十四条地方各级人民政府设置医疗机构，由政府指定或者任命的拟设医疗机构的筹建负责人申请；法人或者其他组织设置医疗机构，由其代表人申请；个人设置医疗机构，由设置人申请；两人以上合伙设置医疗机构，由合伙人共同申请。

第十五条条例第十条规定提交的设置可行性研究报告包括以下内容：

(二) 所在地区的人口、经济和社会发展等概况；

(三) 所在地区人群健康状况和疾病流行以及有关疾病患病率；

(四) 所在地区医疗资源分布情况以及医疗服务需求分析；

(五) 拟设医疗机构的名称、选址、功能、任务、服务半径；

(六) 拟设医疗机构的服务方式、时间、诊疗科目和床位编制；

(七) 拟设医疗机构的组织结构、人员配备；

(八) 拟设医疗机构的仪器、设备配备；

(九) 拟设医疗机构与服务半径域内其他医疗机构的关系和影响；

(十) 拟设医疗机构的污水、污物、粪便处理方案；

（十一）拟设医疗机构的通讯、供电、上下水道、消防设施情况；

（十二）资金来源、投资方式、投资总额、注册资金（酱）；

（十三）拟设医疗机构的投资预算；

（十四）拟设医疗机构五年内的成本效益预测分析。

并附申请设置单位或者设置人的资信证明。

申请设置门诊部、诊所、卫生所、医务室、卫生保健所、卫生站、村卫生室（所）、护理站等医疗机构的，可以根据情况适当简化设置可行性研究报告内容。

第十六条条例第十条规定提交的选址报告包括以下内容：

（一）选址的依据；

（二）选址所在地区的环境和公用设施情况；

（三）选址与周围托幼机构、中小学校、食品生产经营单位布局的关系；

（四）占地和建筑面积。

第十七条由两个以上法人或者其他组织共同申请设置医疗机构以及由两人以上合伙申请设置医疗机构的，除提交可行性研究报告和选址报告外，还必须提交由各方共同签署的协议书。

第十八条医疗机构建筑设计必须经设置审批机关审查同意后，方可施工。

第十九条条例第十二条规定的设置申请的受理时间，自申请

人提供条例和本细则规定的全部材料之日算起。

第二十条县级以上地方卫生行政部门依据当地《医疗机构设置规划》及本细则审查和批准医疗机构的设置。

申请设置医疗机构有下列情形之一的，不予批准：

- （一）不符合当地《医疗机构设置规划》；
- （二）设置人不符合规定的条件；
- （三）不能提供满足投资总额的资信证明；
- （四）投资总额不能满足各项预算开支；
- （五）医疗机构选址不合理；
- （六）污水、污物、粪便处理方案不合理；
- （七）省、自治区、直辖市卫生行政部门规定的其他情形。

第二十一条卫生行政部门应当在核发《设置医疗机构批准书》的同时，向上一级卫生行政部门备案。

上级卫生行政部门有权在接到备案报告之日起三十日内纠正或者撤销下级卫生行政部门作出的不符合当地《医疗机构设置规划》的设置审批。

第二十二条《设置医疗机构批准书》的有效期，由省、自治区、直辖市卫生行政部门规定。

第二十三条变更《设置医疗机构批准书》中核准的医疗机构的类别、规模、选址和诊疗科目，必须按照条例和本细则的规定，重新申请办理设置审批手续。

- (一) 设置单位或者其主管部门设置医疗机构的决定；
- (二) 《设置医疗机构备案书》。

卫生行政部门应当在接到备案后十五日内给予《设置医疗机构备案回执》。

第三章 登记与校验

- (一) 《设置医疗机构批准书》或者《设置医疗机构备案回执》；
- (二) 医疗机构用房产权证明或者使用证明；
- (三) 医疗机构建筑设计平面图；
- (四) 验资证明、资产评估报告；
- (五) 医疗机构规章制度；
- (七) 省、自治区、直辖市卫生行政部门规定提交的其他材料。

申请门诊部、诊所、卫生所、医务室、卫生保健所和卫生站登记的，还应当提交附设药房（柜）的药品种类清单、卫生技术人员名录及其有关资格证书、执业证书复印件以及省、自治区、直辖市卫生行政部门规定提交的其他材料。

第二十六条登记机关在受理医疗机构执业登记申请后，应当按照条例第十六条规定的条件和条例第十九条规定的时限进行审查和实地考察、核实，并对有关执业人员进行消毒、隔离和无菌操作等基本知识和技能的现场抽查考核。经审核合格的，发给《医疗机构执业许可证》；审核不合格的，将审核结果和不予批准的理由以书面形式通知申请人。

《医疗机构执业许可证》及其副本由_统一印制。

条例第十九条规定的执业登记申请的受理时间，自申请人提供条例和本细则规定的全部材料之日算起。

第二十七条申请医疗机构执业登记有下列情形之一的，不予登记：

- （一）不符合《设置医疗机构批准书》核准的事项；
- （二）不符合《医疗机构基本标准》；
- （三）投资不到位；
- （四）医疗机构用房不能满足诊疗服务功能；
- （五）通讯、供电、上下水道等公共设施不能满足医疗机构正常运转；
- （六）医疗机构规章制度不符合要求；
- （七）消毒、隔离和无菌操作等基本知识和技能的现场抽查考核不合格；
- （八）省、自治区、直辖市卫生行政部门规定的其他情形。

第二十八条医疗机构执业登记的事项：

- （一）类别、名称、地址、法定代表人或者主要负责人；
- （二）所有制形式；
- （三）注册资金（资本）；
- （四）服务方式；

(五) 诊疗科目；

(六) 房屋建筑面积、床位（牙椅）；

(七) 服务对象；

(八) 职工人数；

(九) 执业许可证登记号（医疗机构代码）；

(十) 省、自治区、直辖市卫生行政部门规定的其他登记事项。

门认部、诊所、卫生所、医务室、卫生保健所、卫生站除登记前款所列事项外，还应当核准登记附设药房（柜）的药品种类。《医疗机构诊疗科目名录》另行制定。

第二十九条因分立或者合并而保留的医疗机构应当申请变更登记；因分立或者合并而新设置的医疗机构应当申请设置许可和执业登记；因合并而终止的医疗机构应当申请注销登记。

(二) 申请变更登记的原因和理由；

(三) 登记机关规定提交的其他材料。

第三十一条机关、企业和事业单位设置的为内部职工服务的医疗机构向社会开放，必须按照前条规定申请办理变更登记。

第三十二条医疗机构在原登记机关管辖权限范围内变更登记事项的，由原登记机关办理变更登记；因变更登记超出原登记机关管辖权限的，由有管辖权的卫生行政部门办理变更登记。

医疗机构在原登记机关管辖区域内迁移，由原登记机关办理变更登记；向原登记机关管辖区域外迁移的，应当在取得迁

移目的地的卫生行政部门发给的《设置医疗机构批准书》，并经原登记机关核准办理注销登记后，再向迁移目的地的卫生行政部门申请办理执业登记。

第三十三条登记机关在受理变更登记申请后，依据条例和本细则的有关规定以及当地《医疗机构设置规划》进行审核，按照登记程序或者简化程序办理变更登记，并作出核准变更登记或者不予变更登记的决定。

第三十四条医疗机构停业，必须经登记机关批准。除改建、扩建、迁建原因，医疗机构停业不得超过一年。

第三十五条床位在一百张以上的综合医院、中医医院、中西医结合医院、民族医医院以及专科医院、疗养院、康复医院、妇幼保健院、急救中心、临床检验中心和专科疾病防治机构的校验期为三年；其他医疗机构的校验期为一年。

医疗机构应当于校验期满前三个月向登记机关申请办理校验手续。

办理校验应当交验《医疗机构执业许可证》，并提交下列文件：

- （一）《医疗机构校验申请书》；
- （二）《医疗机构执业许可证》副本；
- （三）省、自治区、直辖市卫生行政部门规定提交的其他材料。

第三十六条卫生行政部门应当在受理校验申请后的三十日内完成校验。

- （一）不符合《医疗机构基本标准》；

(二) 限期改正期间;

(三) 省、自治区、直辖市卫生行政部门规定的其他情形。

不设床位的医疗机构在暂缓校验期间不得执业。

暂缓校验期满仍不通过校验的，由登记机关注销其《医疗机构执业许可证》。

第三十八条县级卫生行政部门应当于每年二月底前，将上年度本行政区域内执业的医疗机构名册逐级上报至_，其中中医、中西医结合和民族医医疗机构名册逐及上报至国家中医药管理局。

第三十九条医疗机构开业、迁移、更名、改变诊疗科目以及停业、歇业和校验结果由登记机关予以公告。

第四章 名称

第四十条医疗机构的名称由识别名称的和通用名称依次组成。

医疗机构的通用名称为：医疗、中心卫生院、卫生院、疗养院、妇幼保健院、门诊部、诊所、卫生所、卫生站、卫生室、医务室、卫生保健所、卫生站、急救中心、急救站、临床检验中心、防治院、防治所、防治站、护理院、护理站、中心以及_规定或者认可的其他名称。

医疗机构可以下列名称作为识别名称：地名、单位名称、个人姓名、医学学科名称、医学专业和专科名称、诊疗科目名称和核准机关批准使用的名称。

第四十一条医疗机构的命名必须符合以下原则：

(一) 医疗机构的通用名称以前条第二款所列的名称为限；

(二) 前条第三款所列的医疗机构的识别名称可以合并使用;

(三) 名称必须名副其实;

(四) 名称必须与医疗机构类别或者诊疗科目相适应;

(六) 国家机关、企业和事业单位、社会团体或者个人设置的医疗机构的名称中应当含有设置单位名称或者个人的姓名。

第四十二条医疗机构不得使用下列名称:

(一) 有损于国家、社会或者公共利益的名称;

(二) 侵犯他人利益的名称;

(三) 以外文字母、汉语拼音组成的名称;

(四) 以医疗仪器、药品、医用产品命名的名称;

(六) 超出登记的诊疗科目范围的范围的名称;

(七) 省级以上卫生行政部门规定不得使用的名称。

(一) 含有外国国家(地区)名称及其简称、国际组织名称的;

(三) 各级地方人民政府设置的医疗机构的识别名称中不含行政区划名称的。

第四十四条以“中心”作为医疗机构通用名称的医疗机构名称,由省级以上卫生行政部门核准;在识别名称中含有“中心”字样的医疗机构名称的核准,由省、自治区、直辖市卫生行政部门规定。

含有“中心”字样的医疗机构名称必须同时含有行政区划名

称或者地名。

第四十五条除专科疾病防治机构以外，医疗机构不得以具体疾病名称作为识别名称，确有需要的由省、自治区、直辖市卫生行政部门核准。

第四十六条医疗机构名称经核准登记，于领取《医疗机构执业许可证》后方可使用，在核准机关管辖范围内享有专用权。

第四十七条医疗机构只准使用一个名称。确有需要，经核准机关核准可以使用两个或者两个以上名称，但必须确定一个第一名称。

第四十八条卫生行政部门有权纠正已经核准登记的不适宜的医疗机构名称，上级卫生行政部门有权纠正下级卫生行政部门已经核准登记的不适宜的医疗机构名称。

第四十九条两个以上申请人向同一核准机关申请相同的医疗机构名称，核准机关依照申请在先原则核定。属于同一天申请的，应当由申请人双方协商解决；协商不成的，由核准机关作出裁决。

两个以上医疗机构因已经核准登记的医疗机构名称相同发生争议时，核准机关依照登记在先原则处理。属于同一天登记的，应当由双方协商解决；协商不成的，由核准机关报上一级卫生行政部门作出裁决。

第五十条医疗机构名称不得买卖、出借。

未经核准机关许可，医疗机构名称不得转让。

第五章 执业

第五十一条医疗机构的印章、银行帐户、版匾以及医疗文件

中使用的名称应当与核准登记的医疗机构名称相同；使用两个以上名称的，应当与第一名称相同。

第五十二条医疗机构应当严格执行无菌消毒、隔离制度，采取科学有效的措施处理污水和废弃物，预防和减少医院感染。

第五十三条医疗机构的门诊病历的保存期不得少于十五年；住院病历的保存期不得少于三十年。

第五十四条标有医疗机构标识的票据和病历本册以及处方笺、各种检查的申请单、报告单、证明文书单、药品分装袋、制剂标签等不得买卖、出供和转让。

医疗机构不得冒用标有其他医疗机构标识的票据和病历本册以及处方笺、各种检查的申请单、报告单、证明文书单、药品分装袋、制剂标签等。

第五十五条医疗机构应当按照卫生行政部门的有关规定、标准加强医疗质量管理，实施医疗质量保证方案，确保医疗安全和服务质量，不断提高服务水平。

第五十六条医疗机构应当定期检查、考核各项规章制度和各级各类人员岗位责任制的执行和落实情况。

第五十七条医疗机构应当经常对医务人员进行“基础理论、基本知识、基本技能”的训练与考核，把“严格要求、严密组织、严谨态度”落实到各项工作中。

第五十八条医疗机构应当组织医务人员学习医德规范和有关教材，督促医务人员属守职业道德。

第五十九条医疗机构不得使用假劣药品、过期和失效药品以及违禁药品。

第六十条医疗机构为死因不明者出具的《死亡医学证明书》，只作是否死亡诊断，不作死亡原因的诊断。如有关方面要求进行死亡原因诊断的，医疗机构必须指派医生对尸体进行解剖和有关死因检查后方能作出死因诊断。

第六十一条医疗机构在诊疗活动中，应当对患者实行保护性医疗措施，并取得患者家属和有关人员的配合。

第六十二条医疗机构应当尊重患者对自己的病情、诊断、治疗的知情权利。在实施手术、特殊检查、特殊治疗时，应当向患者作必要的解释。因实施保护性医疗措施不宜向患者说明情况的，应当将有关情况通知患者家属。

第六十三条门诊部、诊所、卫生所、医务室、卫生保健所和卫生站附设药房（柜）的药品种类由登记机关核定，具体办法由省、自治区、直辖市卫生行政部门规定。

第六十四条为内部职工服务的医疗机构未经许可和变更登记不得向社会开放。

第六十五条医疗机构被吊销或者注销执业许可证后，不得继续开展诊疗活动。

第六章 监督管理

第六十六条各级卫生行政部门负责所辖区域内医疗机构的监督管理工作。

连锁店商业计划书篇七

转瞬间，对于20xx年的工作总结画上的不是句号，而是惊叹号□20xx的工作时不时地挑动xx上下员工的神经，让人心跳加速。

一、产品签样方面□aa系列两个产品条码颠倒，差点造成几十万产值的巨大损失，最后幸好化险为夷逃过一劫□bb纸盖，纸张改规格后从新做版印刷，可是印刷错误，印刷了三个批次后才发现，此时已经造成重大损失了。从这两方面无疑暴露了公司在签样方面存在不少问题，如程序上不够完善、相关人员在操作生产过程中的兼顾和监督不足等问题。面对这样的问题，我们要总结经验，不断使程序更加严谨有效；在质量控制方面，要加强各工序培训，加强监控把关，关注主要原因，解决主要问题，一般情况下，20%的原因导致80%的问题。

二、标准执行方面□cc卷膜接头超标，严重影响客户车间生产□dd透明袋开口方向错误直接报废□dd产品色差严重、油墨倒粘，客户接连投诉。造成这些问题主要是公司各工序对客户产品的标准认识不深，无法把握和判定合格与不合格品。面对这样惊心的投诉，公司上下认真对待，积极解决，卷膜接头严格控制，接头处改用易分辨颜色的胶纸，还加上延伸标识；对透明袋产品增加了标准样，以及把产品标准贯彻到各工序，杜绝再次发生类似问题；印刷方面，严格紧跟客户标准样，改进版筒质量，再次对印刷车间加强培训，提高生产技术。

以上是我对公司几个突出问题的总结，接下是我个人20xx年工作总结。

一、《异常纠正与预防措施报告》的整理、跟踪与发放。这项任务可以更好的了解公司各工序生产发生的异常问题，该怎么预防、监督、改进及验证。这份报告程序上是规定一个星期内整改完成，但有些问题受很多因素影响，要长时间观察，也无法在星期内就整改好，以致报告的发放日期经常延迟了。面对这些异常状况，公司可以成立个技术部，来攻破生产各个技术，也可以为公司量身打造适合公司生产并有竞争力的技术，也可以提供技术给客户参考，以我们xx技术来

生产。

二、“企业良好行为标准化标准”文件的收集和整理，这是对公司所有标准和文件的全面收罗和整理修改，完善标准化体系，这是一项繁琐、复杂、需要很大耐心的工作，整理后的文件整改了一次又一次，因为涉及内容很多，可以精细到每个方面，改进是无极限的，文件可以说是无止尽的补充增加。标准化体系可以改变员工、领导的标准化观念，养成学习标准、实践标准的习惯；可以提高企业标准化管理水*；可以促进企业参与国家、行业组织的标准化活动；可以提高企业标准信息化管理水*；可以提高企业知名度，为企业通过其他评审提供有力保障。在公司领导的重视下，和同事一起配合努力，我们公司通过标准化良好行为认证，获得了4a证书。通过这次标准化体系认证，我们发现很多不足，发现与其他现代企业的差距，为我们的进步提供了很好的指导思想。在做这项工作中，给我印象最深的就是在工作标准体系中，各职位的工作说明书中的“可轮换岗位”一栏，我们公司很多职位都是无的，也就是说我们公司没什么储备人员，我觉得公司在未来这段时间成立个人力资源部，根据公司和南京工厂状况定人才培训和拓展计划，储备人才，为公司注入新活力，使公司能随时调控人员，以致不会影响生产。招工难，招有素质的员工更难，招适应公司文化体制的员工更更难，此人力之事对于当前的xx是刻不容缓的。

在新一年的工作中，我会继续学习巡检员方面技能，了解各工序质量控制；另一方面是更加专注对公司体系的了解、学习、应用及制定，着重是质量体系方面内容，学会qs体系认证，竭力完成新年领导下令两个产品的qs认证，这是第一次接触，要认真对待，不能闪失。

20xx年，xx将翻开新的一页，会是意义重大的一年，至关重要的一年，让我们一起为之奋斗！谱写新的乐章，唱响凯旋之歌。

连锁店商业计划书篇八

- 1、执行公司各项决议，主持酒店全面工作。安排、落实酒店各部门工作。确保酒店日常工作正常运转。
- 2、确保酒店安全无隐患，负责酒店社会公共关系协调工作。
- 3、定期向公司汇报工作，策划、落实酒店经营计划及成本控制工作。
- 4、切实提高服务质量，确保每一位客户的高满意度，维护公司品牌声誉。
- 5、保证酒店标准化、流程化、制度化管理的贯彻实施。
- 6、保证经营目标的实现，及时、足额地完成公司下达的利润指标，保证现有资产的保值和增值。

确定酒店总的经营方向和管理目标，并有实施计划的具体方案和措施。

- 1、与总经理沟通协调工作，包括价格调整，相关支持申请等等
- 2、圈分析，组织分店进行宣传，销售等工作
- 3、检查应收的帐款。及时回收现金，避免差错和跑帐，避免酒店的经济损失。
- 4、审查每天的财务报表，和每月的财务报告，检查营业额是否按计划完成，要不断进行营业分析，找出经营的薄弱环节，进行改进，使营业额保持完成计划的良好状态。

- 1、制订酒店的店规，即“员工守则”，这本守则从店长到普

通员工，人人都必须遵守。

2、按照酒店的管理目标，规定部门经理以下各级管理层的职责。并监督和检查他们的执行情况。

3、制订酒店各部门各岗位的操作流程。这些制度和流程反映酒店的水准。使酒店的各项工作在严密的制度下实行，达到标准化、规格化、程序化、科学化。

4、团队管理，包括工作安排，培训，团队激励

5、人事管理，包括店员招聘，薪酬设定，表现评估，晋升，淘汰

6、财务管理，包括财务数据分析，物品采购计划，现金流管理等

7、客房管理，通过流程保证客房卫生水平和客房清洁速度。管理好布草使用和仓储。

8、前厅管理，保证前台接待人员办理入住和退房的效率，给予客户热情友好的服务印象。

1、店长要协调各部门之间的关系，使各部门保持良好的合作。要使客人感到酒店有个严谨的整体感，从而增强客人住店的信心。

2、店长每周必须主持部门经理参加的例会，将每一周的工作情况和发生的事情，及下周的工作任务进行沟通 and 传达。广泛听取经理们的意见，商讨酒店的业务。努力做到任务清楚，目的明确，使酒店工作建立在制度化、程序化的基础上。

3、常与部门经理研究如何改进经营管理，进行业务推广。

1、各级管理人员在不在岗，他们在怎么开展工作和处理事宜

2、员工是否按正确的方法和良好的态度为客服务

3、公共场所的秩序

5、清洁卫生(大清洁计划)

6、客房的家具布置安排是否得当，各种电器设备是否完好，灯光空调是否光亮正常；玻璃、镜、桌、椅 是否干净；地毯、墙面是否干净，床铺整理是否符合规格、要求；冷热水管是否正常通水，有没有漏水现象，抽水马桶是否通畅，面盆、浴缸、马桶是否清理干净。有没有积污，是否干燥，“巾类”是否如数摆好，消耗品是否摆好，废纸桶是否清理干净。

7、公共卫生间是否干燥、无异味。

8、酒店的维修保养情况，具体有：维修时是否有噪音，有否影响酒店的正常营业；建立酒店的维修保养制度，有计划的进行维修保养工作。

9、检查房务各部门的工作，注意迎送、开放、行李运送及保管，结帐、询问等方面的工作是否细致、有效率、员工态度是否和善等等。

10、有时，店长在深夜还要做突然检查。此时检查的项目有：总台、客房、保安等夜班工作人员是否在岗位上履行职责：门有没有锁好；灯有没有按规定开关；有没有危险的、不安全的因数存在等等。店长要将这些检查的情况，包括好的、差的都记录下来，传达到相关部门，给他们明确的指示。

店长必须定期或不定期的召开安全会议，研究保安问题， 指示有关部门和人员进行消防系统和设施的安全检查，进行消防演习；制定严格的保安制度，消防制度，要使每个干部和职工都予以重视，并使客人了解和合作，使安全工作建立在牢固的基础上。

连锁店商业计划书篇九

应该说，原来销售部的内部管理是较为混乱的，职责不清，制度不全，业务流程存在较大的漏洞，执行力不强等等。我针对以上情况，制订了《销售合同管理办法》、《销售价格管理办法》、《应收账款管理办法》、《陈欠款管理办法》、《绩效考核管理办法》、《超发管理规定》等等，细化管理，完善流程，起到了较好的作用。另外，通过对执行力的考核，加大奖罚力度，使规章制度能够行之有效的、不折不扣的得以执行。

建立了周例会、月例会制度，使内部沟通协调高效，问题得以及时解决。

建立了应收账款监控制度，对应收账款的异常情况及时预警，起到良好的效果。

对核算、信用风险的职能重新划分，使职责更加清晰，管理有效，效率高效。

同时，于xx月份，对营销公司机构重新进行调整，对营销模式进行调整，并对部分人员进行调整，使内部管理有效、高效。

通过各种措施，提高了部门人员的凝聚力，变被动工作为主动工作。等等

由于xx公司在20xx年完全释放产能以及xx和xx二线的相继开工，使我公司的产能猛增，这就给销售部带来莫大的挑战。不断扩大的产能虽给我们在销量方面带来巨大的压力，但更重要的是让我们有了掌控并引领市场的信心和动力。

要求各办事处加强市场调研、竞争对手调研工作，及时了解市场信息。

首先，根据《信用风险管理办法》对客户进行分级，筛选优质客户，适当给予信用额度，从根源上防止呆死账的发生。

其次通过制订相关规定以及加强绩效考核，使上半年应收账款得到有效的控制。根据不同账龄，采取不同的策略，并且责任到人，措施有效，使异常的应收账款得到及时的预警并解决。

20xx年，由于雪灾、地震影响，销量、价格、回款均没有完成预算，故此，如何扩大销量、提高价格、控制回款是下半年工作的重点。

扩大销量方面，对各办事处的开发人员设定任务量，加大开发力度。

提高价格方面，加强与竞争对手的沟通，对价格实施联动，努力完成预算价格。

控制回款方面，加强信用管理，实施客户分级。

20xx年对于我来讲是学习的一年，随着公司新增产能不断扩大□20xx年将是充满挑战的一年，我将带领部门同仁按照公司领导制定的整体战略思想，变压力为动力，发挥团结协作能力，强化工作流程，做好销售工作中的每一项环节，为我公司的可持续发展贡献自己的力量！

连锁店商业计划书篇十

一、工作开展情况

（一）夯实基础，落实监管责任

原则，明确工作责任。三是建章立制。餐饮监管职能移交后，我局迅速制定餐饮监管科室工作职责、餐饮监管督查制度、

餐饮监管明查暗访制度、餐饮服务重大活动保障制度和餐饮监管约谈制度，进一步完善举报投诉办理流程。四是建立协作机制。加强与教育、民政、媒体、*、*等部门的沟通，加强学校食堂、敬老院食堂监管，对可能涉及犯罪的，司法机关提前介入，对严重违反违法行为、不服从监管的媒体给予曝光，同时充分发挥我县餐饮协会作用，加强行业自律，形成监管合力。

（二）狠抓整治，破解监管难题

专项整治与检查活动，提升餐饮服务单位运行质态，规范经营行为，有效防控食品安全事故。

（三）强化指导，提高监管水*

餐饮监管职能划转市场*，专业人员相对较少，基层分局业务不是十分熟悉，机关餐饮科积极开展基层业务指导工作，强化服务，对基层分局*均指导3次以上，现场指导单位达65家次，重点是餐饮服务许可现场审查、发证，监管重点内容、现场检查要点，案件查处等。在餐饮环节突发事件中，机关餐饮科主动牵头，协助基层分局做好处置工作，有效处置了一起食品安全舆情和一起食物中毒事故，同时强化服务，统一制作食品安全公示牌1100 块、餐饮工作五种台账5000本和餐饮单位相关标识 15000 张。牵头与指导分局圆满完成20xx年高考、千人游宝及安宜镇社区艺术节等重大活动餐饮保障任务。

（四）提升质量，保障饮食安全

监管是安全的基础，质量是监管的目的。今年以来在加强餐饮日常监管的同时，利用技术支撑强化产品质量的监控。重点对学校食堂餐具、大中型饭店冷盘菜及餐具、卤菜加工点的产品实行抽检，共抽检餐饮单位44家，315批次。44家28家不合格，单位不合格率。146批次不合格，批次不合格率。对

不合格的单位进行约谈，依法进行处罚，同时帮助分析原因，监督落实措施，督促餐饮单位把好原材料采购、索证索票、餐具消毒、设施维护、操作规范关。对问题单位限期限期整改，并进行复查。

（五）广泛宣传，提升监管效能