

СТРУКТУРА ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА

РАЗДЕЛ	ОБЩАЯ СТРУКТУРА
1.ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	1. НАЗВАНИЕ 2. ЮРИДИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ, АДРЕС ОРГАНИЗАЦИИ 3. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА (+СХЕМА, ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ ЧЛЕНОВ УПРАВЛЕНИЯ) 4. ЧАСТОТА ПЛАНИРУЕМОГО ПЕРИОДА 5. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРНЕРЫ 6. ПЛАНИРУЕМОЕ РАЗВИТИЕ (СРОКИ) 7. ЦЕЛИ ПРОЕКТА И ЗАДАЧИ НА БУДУЩЕЕ
2.ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА (-УСЛУГИ)	1. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА 2. ОСОБЕННОСТИ ИЗДЕЛИЯ [НАЗНАЧЕНИЕ, ФУНКЦИИ] (-НАЗНАЧЕНИЕ УСЛУГИ, ЕЁ ОПИСАНИЕ, ВИДЫ) 3. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРОДУКТА [ПЕРЕД КОНКУРЕНТАМИ] 4.СРАВНЕНИЕ С ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ПРОДУКЦИИ КОНКУРЕНТОВ 5. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ [ТЕХ. ПОДДЕРЖКА, КРИТИКА И ПОЖЕЛАНИЯ КЛИЕНТОВ] 6. ПЛАН СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ(УСЛУГИ) 7. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА
3. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА	1. ОБЗОР СЕКТОРА РЫНКА ПРОДУКЦИИ(УСЛУГ) 2. ТЕКУЩИЕ РЫНОЧНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ [ПРОЦЕССЫ ПРОИСХОДЯЩИЕ НА РЫНКЕ СБЫТА] 3. ИССЛЕДОВАНИЕ НИШИ[СЕКТОРА РЫНКА] ПРОДУКЦИИ 4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТРЕБИТЕЛЯ [ДЕМОГРАФИЯ РЫНКА] 5. АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ [ХАРАКТЕРИСТИКА ФИРМ КОНКУРЕНТОВ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОЕКТА, АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН КОНКУРЕНТОВ] 6. ПЛАН ВЫХОДА НА РЫНОК 7. АНАЛИЗ РИСКОВ [ФАКТОРЫ РИСКА]
4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	1. СТРАТЕГИИ ВЫВОДА ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК 2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ 3. РАСЧЕТ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ОБЪЕМА ПРОДАЖ 4. РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА 5. СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НОВЫХ КЛИЕНТОВ (СТИМУЛИРОВАНИЕ СПРОСА) 6. ПЛАН ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 7. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН ПОВЫШЕНИЯ ДОЛИ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ 8.АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ КОНКУРЕНТОВ [СИЛЬНЫЕ-СЛАБЫЕ СТОРОНЫ]
5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	1. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ 2. РАСХОДЫ СВЯЗАННЫЕ С ЗАПУСКОМ ПРОЕКТА [ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ] 3. ТРЕБУЕМЫЕ РЕСУРСЫ[ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВЛОЖЕНИЯ] 4. РАСЧЕТ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКТА (-УСЛУГИ) 5. РАСЧЕТ ПРИБЫЛЕЙ 6. РАСЧЕТ СРОКОВ ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ 7. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ 8. СХЕМА ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ 9. ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА 10. ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ 11. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОЕКТА