



TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Modul 3

Planul de afaceri

Handwritten signature



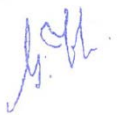
Cum se elaboreaza un plan de afaceri ?

A. Culegerea informatiilor despre:

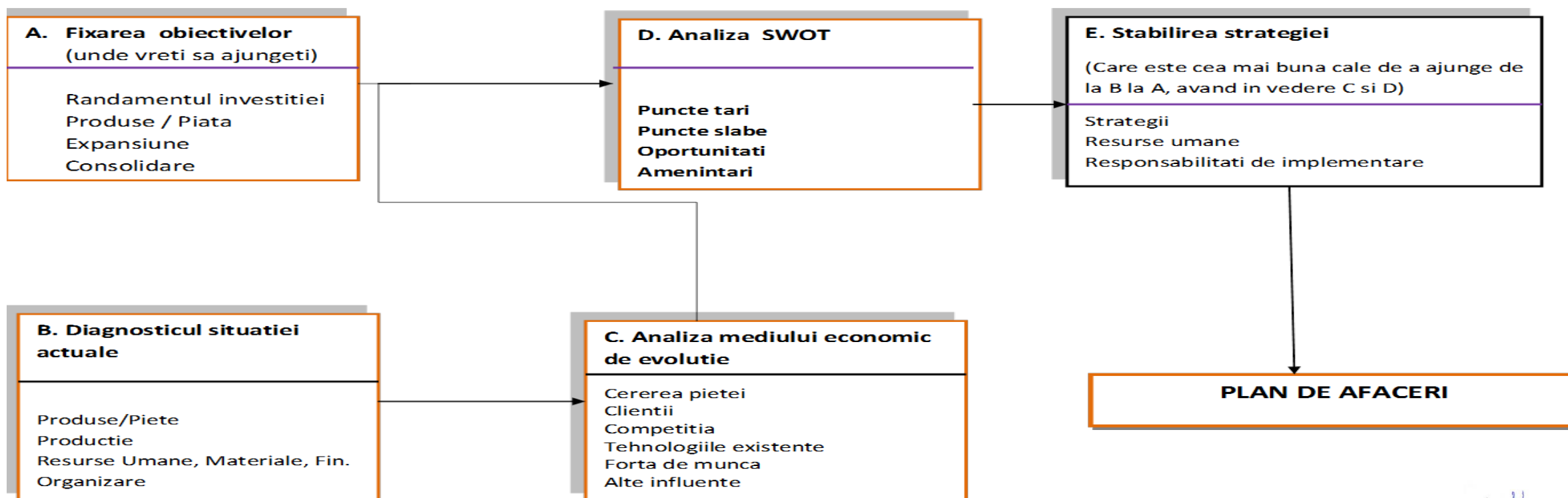
- afacere
- piata
- finante

B. Organizarea informatiilor

- Planul trebuie sa fie cuprinzator si concis
- Adoptati un limbaj clar, simplu
- Organizati-va ideile in capitole distincte, care sa se refere la aspecte specifice
- Inserati detaliile tehnice si alte detalii in anexe, astfel incat textul principal sa fie usor de urmarit
- Trebuie sa fie adaptat necesitatilor pentru care a fost elaborat si cui ii este destinat



Elaborarea unui PLAN de AFACERI



Fluxul realizarii PLANULUI DE AFACERI

Handwritten signature

Destinatarii unui PLAN de AFACERI

Intreprinzatorul

Potentiale surse de afacere

- Creditori

- Investitori

Posibilitatea acordarii unor credite

Motive de respingere a creditelor



PLANUL DE AFACERI

Ar trebui sa aiba cel mult 10-12 pag + anexe

Sinteza Planului de Afaceri (Sumar executiv) (3-4 pag)

I. Afacerea

II. Piata

III. Organizare si conducere

IV. Previziuni financiare

V. Anexe



4. CONTINUTUL PLANULUI DE AFACERI

AFACEREA	✓ <i>Firma</i> ✓ <i>Domeniul de activitate</i> ✓ <i>Obiectivele</i>
PIATA	✓ <i>Produsul/serviciul</i> ✓ <i>Clientii</i> ✓ <i>Concurenta</i> ✓ <i>Segmentul de piata</i>
CONDUCEREA	✓ <i>Organizarea</i> ✓ <i>Conducerea</i> ✓ <i>Personalul</i>
FINANTELE	✓ <i>Venituri</i> ✓ <i>Cheltuieli</i> ✓ <i>Sursele si utilizarea fondurilor</i> ✓ <i>Previziuni financiare</i>

Afacerea

A. Firma-Descrierea companiei

- ☐ Date identificare, localizare. Cand a fost infiintata compania?
- ☐ Cum a aparut ideea de afaceri?
- ☐ Care este obiectul de activitate? (productie, servicii, comert)
- ☐ Ce produse/servicii ofera?
- ☐ De ce ar avea succes afacerea?
- ☐ Care sunt oportunitatile de crestere ale afacerii?

• B. Sectorul de activitate

- ☐ Care este sectorul de activitate in care vei concura?
- ☐ In ce stadiu de dezvoltare se afla acesta?

• C. Obiectivele

- ☐ Ce strategie vei avea?
- ☐ Care sunt obiectivele specifice ale afacerii pentru urmatoorii 2-5 ani?

- *Cum definim obiectivele?*

- ❖ *nivelul vânzărilor*
- ❖ *cota de piață*
- ❖ *profitabilitatea*
- ❖ *pregătirea personalului*
- ❖ *dividende*
- ❖ *respectul comunității*



Piata

A. Produsul / Serviciul

- ☐ Ce produs/serviciu oferiti ? Descriere
- ☐ Ce necesitate satisface acesta? Nevoie vitala, moda,etc
- ☐ In ce etapa din ciclul de viata se afla?
- ☐ In ce mod este distribuit? (magazin propriu, la client, en-gros, etc)
- ☐ Cum afla clientul de el?
- ☐ La ce pret va fi vandut? Ce costuri va implica?
- ☐ Cat de profitabil si competitiv va fi?

B. Clientii

- ☐ Cine sunt clientii dvs.?
- ☐ Ce ii determina sa cumpere produsul/ serviciul dvs?
- ☐ Cat de des cumpara in mod normal ?
- ☐ Ce pret ar fi dispus sa plateasca?
- ☐ De ce credeti ca ar cumpara de la dvs. ?

Piata

C. Segmentul de piata- piata tinta

- ☐ Unde este situata piata ?
- ☐ Cat de mare este?
- ☐ Este o piata in dezvoltare ?
- ☐ Care sunt tendintele pietei ?
- ☐ Exista caracteristici specifice pietei dvs ?

D. Concurenta

- ☐ Care sunt principalii dvs. Concurenti ?
- ☐ Ce avantaje/ dezavantaje au fata de produsul/servciul dvs?
- ☐ Ce strategii de Marketing au ?
- ☐ Le sunt clientii fideli ?
- ☐ Cum isi distribuie produsele?
- ☐ Ce alte avantaje ofera ?

Ierarhia nevoilor - Abraham Maslow



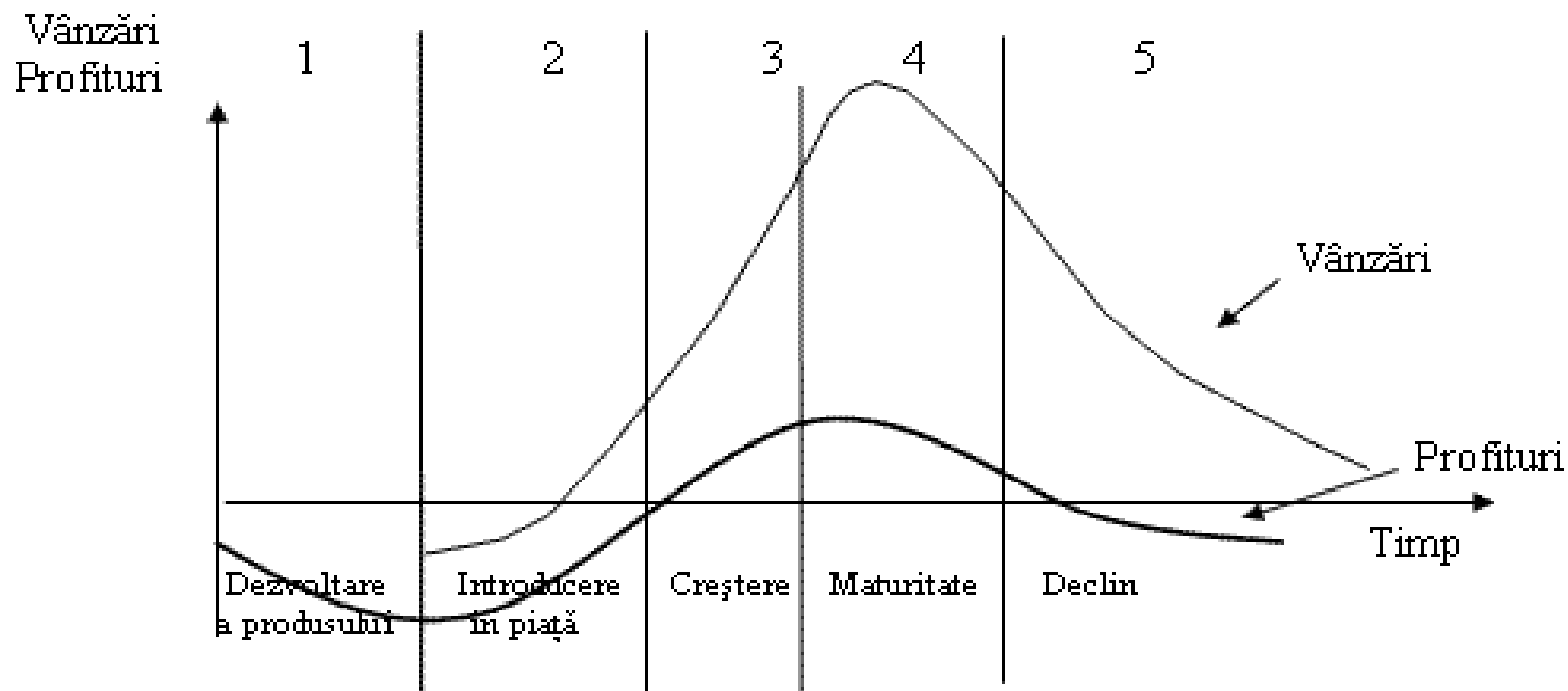


Fig.5.2. Cichul de viață al produselor

Organizare si Conducere

A. Procesul de productie

- ☐ Descrieti procesul de productie, etapele de baza
- ☐ Descrieti cerintele procesului de productie: materii prime, etc.
- ☐ Ce echipamente veti folosi ?
- ☐ Cum va fi organizat fluxul de prod/magazinul/biroul ?
- ☐ Exista riscuri specifice (furnizori unici, echipamente uzate,etc.

B. Conducerea

- ☐ Care este structura organizatorica a firmei?
- ☐ Cine va conduce afacerea? Are experienta, competenta necesara? Ce consultanti externi veti folosi?

C. Personalul

- ☐ De cati angajati veti avea nevoie? Cum ii veti plati?
- ☐ Ce calificare le este necesara? Cum ii veti instrui?
- ☐ Unde veti gasi angajatii necesari? Cum ii veti selecta?

Informatii / Previziuni financiare

- ☐ Necesarul si surse de finantare
- ☐ Venituri previzionate
- ☐ Cheltuieli de productie estimate
- ☐ Profit previzionat
- ☐ Prag de rentabilitate

Instrumente financiare

- a. Situatia profiturilor si pierderilor arata daca afacerea respectiva este viabila — daca este suficient de profitabila.**
- b. Situatia fluxului de numerar arata solvabilitatea firmei.**
- c. Bilantul arata ce detine si ce datoreaza firma. Diferenta reprezinta capitalul propriu al acesteia**
- d. Analiza pragului de rentabilitate**

Informatii financiare

- ☐ De cati bani veti avea nevoie pentru uz personal in primul an?
- ☐ Care este venitul estimat in primul an?
- ☐ Cat va costa infiintarea firmei?
- ☐ Ce surse de finantare puteti accesa?
- ☐ Care vor fi necesitatile Dvs. financiare totale?
- ☐ Care este profitul previzionat pentru urmatorii 3 ani?
- ☐ Cum va arata situatia lunara a fluxului de numerar pentru primul an?
- ☐ Ce active, pasive si capital propriu prevedeti?
- ☐ Care va fi pragul Dvs. de rentabilitate?

Anexe

1. Bilanturi contabile, inclusiv anexe
2. Oferte
3. Fluxuri tehnologice
4. Planuri de amplasare
5. CV echipa de conducere
6. Brevete, diplome, certificari internationale

Sumarul executiv (Sinteza Planului de Afaceri)

- Scurta descriere a afacerii
- Succinta descriere a produsului/serviciului si a caracteristicilor sale unice
- Succinta descriere a segmentului Dvs. de piata
- Scurta prezentare a echipei de conducere
- Sumarul previziunilor financiare
- Obiectivele generale si specifice ale afacerii Dvs

Promovarea Planului de Afaceri

Strategia de promovare:

- Destinatarii
- Momentul contactarii
- Interlocutorii
- Confidentialitatea informatiilor furnizate
- Rolul intermediarilor
- Negocierea

Greseli in redactarea Planului de Afaceri

Categorii:

- Erori de abordare generala (strategie)
- Erori de forma
- Erori provocate de lipsa de prudenta si obiectivitate

Recomandari in intocmirea Planului de Afaceri

Categorii:

- Referitoare la strategia de planificare
- Referitoare la atitudinea si comportamentul intreprinzatorului
- Referitoare la procesul de planificare

1. Titlul proiectului

2. Scopul si obiectivele

3. Descrierea afacerii

3.1. Prezentarea societatii

3.2. Istoricul intreprinderii

3.3. Resurse umane

3.3.1. Managementul intreprinderii

3.3.2. Personalul de executie

3.4. Principalele elemente din patrimoniul societatii

3.4.1. Active

3.4.2. Procesele tehnologice existente

3.4.3. Spatii de productie si utilitati

3.5. Produse si lucrari curente

3.6. Sinteza situatiei financiare

4. Prezentarea proiectului de investitii

4.1. Justificare

4.2. Descrierea produselor oferite prin implementarea proiectului

4.2.1. Tipuri de produse

4.2.2. Costuri de productie

4.2.3. Aprovizionare - Materii prime utilizate si furnizori

4.3. Echipamente si tehnologii ce vor fi achizitionate

5. Planul operațional

5.1. Descrierea fluxului tehnologic

5.1.1. Dotarea tehnică existentă

5.1.2. Fundamentarea achiziției de echipamente și tehnologii noi

5.2. Descrierea produselor oferite prin implementarea proiectului de investiții

5.3. Producția preconizată (volum)

5.4. Costuri operaționale și costuri de întreținere (forță de muncă, materii prime, materiale, utilități etc.)

5.4.1. Costuri cu forța de muncă

5.4.2. Costuri materiale

6. Analiza pietei

6.1. Clientii existenti și potentiali

6.2. Concurenta existenta pe piata

6.3. Marimea pietei de desfacere, prognoza cererii

7. Strategia de marketing

7.1. Distributie

7.2. Pretul propus pentru noile produse (analiza in contextul pietei)

7.3. Metode de vanzare preconizate

8. Planul financiar

8.1. Necesarul de finantare al afacerii/ proiectului

8.2. Sursele de finantare

9. Anexe si alte documente

Metodă de realizare a unui plan de afaceri

Exemplu de buna practica

Când lansezi un startup este foarte important să ai măcar o variantă simplă a planului de afaceri, mai ales dacă ai nevoie de finanțare.

Niciun business angel, fond de investiții sau orice alt potențial investitor nu-ți va acorda atenție dacă îți lipsește un plan de business elementar.

Iată 9 puncte importante care te ajută să-ți faci un scurt plan de afaceri.

Pentru a găsi clienți, a atrage investiții, a stabili parteneriate cu furnizori și a recruta angajați talentați ai nevoie să-ți prezinți afacerea într-un mod cât mai clar și mai elocvent.

Modul cel mai sistematic de a face toate acestea este întocmirea unui plan de afaceri.

- [Vezi aici un exemplu detaliat de metodă de realizare a unui plan de afaceri.](#)
- Dar, dacă vrei doar să conturezi pe scurt un astfel de plan, iată care sunt cele 9 puncte importante pe care acesta ar trebui să le conțină și întrebările la care trebuie să ai răspuns dacă vrei să lansezi o afaceri.

Scopul:

- Care este elementul care face diferența dintre produsul/serviciul tău și celelalte produse similare din piață? Cu ce soluție vine pentru a rezolva o nevoie din piață? Ce schimbare poate face în piață acest produs? Ce ești dispus să le oferi clienților pentru a le câștiga atenția?

Nevoia de bani:

- De ce capital ai nevoie pentru a lansa firma? Primele luni de viață ale unei firme sunt cele mai dificile, încearcă să ai mai mulți bani de pornire decât pare că ai avea nevoie din primele estimări. Problemele legate de cashflow sunt cele mai des întâlnite în rândul startup-urilor, mai ales în cazul firmelor din sectorul B2B, drept urmare ar fi bine să ai un buget asigurat pentru primele 6-12 luni de la lansare.

Portofoliu de produse și servicii:

- Acest punct poate constitui un exercițiu interesant, având în vedere că pentru a-ți defini portofoliul de produse, trebuie să înțelegi nevoile și dorințele potențialilor clienți. Odată indentificate, gândește-te ce l-ar motiva pe client să își dea banii pe acel produs/serviciu și să îl folosească.

Target:

- Cui se aderează produsul? Unde locuiesc acești potențiali utilizatori/cumpărători.
- Câți potențiali clienți sunt în piață (dimensiunea pieței căreia te adresezi)?
- Cunoașterea piței este extrem de importantă, apelează la toate resursele posibile pentru a afla cât mai multe despre acea piață.

5. Venituri, cheltuieli, pierderi, profit:

- O prognoză cât de simplă asupra cashflow-ului pentru primele luni poate fi un instrument important, mai ales dacă ai nevoie de finanțare, potențialii investitori vor să vadă acest detaliu în planul de afaceri – toate cheltuielile (angajați, chirie, producție etc) și cu cât vei rămâne în mână la final de lună.

6. Echipa

- Nu doar profilul și poziția ocupată în firmă de fiecare angajat (sau director, dacă vorbim de o echipă mai extinsă) ci și cu ce urmează să se ocupe ei, exact, în cadrul startup-ului, care vor fi sarcinile lor.

7. Competiție

- Cine sunt competitorii? Unde sunt ei? Câți bani cer pe produsele similare? Care este strategia prin care să te diferențiezi? Câteva lecții importante: dacă ai o afacere cu bunuri de larg consum, fii cel mai bun în materie de servicii clienți, dacă ai o afacere de nișă, excelează în dezvoltarea produsului să fii mereu cel mai bun din acea nișă – astfel nu vei fii nevoit să practici politica prețurilor de dumping.

8. Prețul

- Unul dintre cele mai importante elemente. Dacă nu vei pune un preț corect pe produsul tău toate celelalte puncte nici măcar nu mai contează. Trebuie să ții cont de costurile operaționale, de producție, de marja de profit dorită, amortizarea investiției – dar toate acestea trebuie privite și din perspectiva clientului, merită să dea banii respectivi pe un astfel de produs, ce beneficii îi aduce?

9. Strategii de marketing și vânzări

- Câteva paragrafe legate de strategia de marketing și promovare trebuie incluse în planul de afaceri. Cum vrei să îți faci cunoscute produsul și brandul? Unde vrei să te promovezi – în online, offline, TV? Cât vrei să investești în aceste strategii.

Întrebări??

