



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa prioritara 6: Educatie si competente

Obiectiv tematic 10: Efectuarea de investitii in domeniul educatiei, al formarii si al formarii profesionale in vederea dobandirii de competente si a invatarii pe tot parcursul vietii, cu Prioritatea de investitii

Prioritatea de investitii 10.iv: "Sporirea relevantei pe piata fortelor de munca a educatiei si a sistemelor de formare, facilitarea tranzitiei de la educatie la piata fortelor de munca si consolidarea formarii si a sistemelor de formare profesionala, precum si a calitatii lor, inclusiv prin mecanisme de anticipare a competentelor, adaptarea programelor de invatamant si instituirea si dezvoltarea unor sisteme de invatare la locul de munca, inclusiv a unor sisteme de invatare duala si programe de ucenicie"

Obiectiv specific 6.13: Cresterea numarului absolventilor de invatamant tertiar universitar si non universitar care isi gasesc un loc de munca urmare a accesului la activitati de invatare la un potential loc de munca/ cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC 2015-2020 si domeniile de specializare inteligenta conform SNCI

Titlul proiectului: Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate

Contract: POCU/829/6/13/141131

Beneficiar: SC IPA SA

PLAN DE AFACERI

TEMA:

**Promovarea unei afaceri de producție de
mobilier pentru bucătării și holuri**

PARTICIPANT (A)

Bălășin – Popescu Matei

Blendea Claudiu - Gheorghe

1. Titlul firmei și forma juridică





Afacerea pe care doresc să o înființez are drept scop realizarea de mobilier de bucătărie și holuri pentru locuințe rezidențiale din zona Regiunii Sud-Vest Oltenia. Piața actuală are o evoluție contradictorie, determinată de evoluția prețurilor la materiile prime și la materialele din lemn, dar și de penuria de forță de muncă din acest domeniu. La aceste aspecte se adaugă și un comportament antreprenorial inadecvat, care urmărește câștigul pe termen scurt, în detrimentul unei poziționări solide pe piață pe termen mediu și lung.

Comunicarea prin instrumente ale internetului facilitează apariția la competitori a unor comportamente de cartel, care au o influență nefastă asupra prețurilor pe această piață și defavorizează clienții. Astfel, prețurile solicitate de către acești furnizori sunt foarte mari, fiind departe de valoarea adăugată reală pe care produsele o aduc beneficiarilor lor.

Considerăm că o astfel de situație nu este normală într-o economie de piață și ne propunem să promovăm o afacere care să ofere astfel de produse la prețuri rezonabile și să determine, atât cât se poate, promovarea unei concurențe sănătoase și la ceilalți competitori.

Pentru a reprezenta cât mai bine și a oferi o imagine adecvată obiectivelor fundamentale ale acestei afaceri, am hotărât înființarea unei firme cu denumirea "Mobilier pentru toți", dimensionată astfel încât să corespundă previziunilor noastre privind cota de piață ce am putea să o acoperim în această zonă.

Studiul juridic întreprins și consultările cu specialiști din acest domeniu ne-au determinat să alegem forma de societate cu răspundere limitată (SRL), care considerăm că este cea mai adecvată dimensiunilor și responsabilităților noastre în desfășurarea acestei afaceri

Adresa sediului social va fi: municipiul Târgu-Jiu, strada Ecaterina Teodorescu, nr. 14, cod 210102

Telefon 0766 405 110

E-mail mobilier2022@yahoo.com

2. Cuprins și capitole



- 1. Denumirea firmei și forma juridică**
- 2. Cuprins și capitole**
- 3. Sumar (scurtă introducere)**
- 4. Descrierea firmei (afacerii)**
- 5. Echipa și managementul companiei**
- 6. Prezentare produs(e) / serviciu (ii)**
- 7. Analiza pieței**
- 8. Obiective**
- 9. Strategia firmei/afacerii și implementare**
- 10. Informații financiare**
- 11. Anexe și alte documente**

3. Sumar (scurtă introducere)

Întreprinderea noastră va realiza următoarele produse (servicii):

1. Mobilier de bucătărie la comandă (inclusiv montaj)
2. Mobilier holuri la comandă (inclusiv montaj)
3. Accesorii mobilier interior și exterior din lemn/pal/MDF

În organizarea întreprinderii și pentru obținerea produselor (serviciilor), se vor implica:

- fondatorul;
- o conducere executivă formată din:
 - 1 inginer de concepție și tehnologizare
 - 1 maestru responsabil cu producția și montajul mobilierului la clienți

Numarul de muncitori care vor fi angajați este următorul:

- 2 tâmplari;
- 2 lăcătuși;
- 1 vopsitor;
- 2 manipulatori.

Strategia de lansare a întreprinderii

Promovarea acestei afaceri a presupus realizarea unui demers de cunoaștere și tatonare pe diverse planuri. Adoptarea unei astfel de idei a fost direct corelată cu profesia și competențele tehnice ale patronului, care a îndeplinit diverse funcții de conducere în firme de producere a mobilei din municipiul Târgu-Jiu. Cariera sa de până în prezent a fost legată de producția și comercializarea a unei largi game de produse (mobilă), ceea ce îi conferă o poziție privilegiată pe linie de cunoaștere a pieței și a ofertei de forță de muncă din județ. Beneficiind de aceste atuuri, patronul a identificat cu ușurință o locație bună în cadrul unei vechi fabrici de mobilă din municipiul Târgu-Jiu, pe strada Ecaterina Teodorescu, nr.14, pe care și-a propus să o închirieze avantajos pe termen lung. Această locație are toate utilitățile necesare susținerii producției (rețea electrică și de gaze naturale, utilaje pentru producerea aburului, pentru uscare rapidă etc.), depozite de păstrare a materiilor prime și a produselor finite. Având în vedere poziția relativ apropiată de centrul municipiului și istoricul locului, trebuie menționat, de asemenea, că restul de infrastructură necesară afacerii (în primul rând drumurile) este mai mult decât corespunzătoare.

Fiind o persoană comunicativă și prietenoasă, patronul a identificat deja viitorii colaboratori și a obținut acordul acestora de a lucra împreună în noua firmă.

Dorința de a răspunde cerințelor pieței în condiții mai favorabile clienților, care trebuie să primească mai multă valoare pentru banii lor, dar și alte aspecte sociale conexe, sunt transpuse într-un raport calitate/preț care se dorește superior celor al altor competitori de pe piață.

Astfel, dacă prețurile pentru un mobilier obișnuit de bucătărie de bloc din PAL ajunge deseori la aproximativ 10.000 de lei, societatea "Mobilier pentru toți" consideră că o poate



realiza cu costuri mult mai mici, fără rabat la materiale și la calitate, la un preț cel mult 5500- 6500 de lei. Având în vedere elasticitatea ridicată a cererii populației față de prețul mobilei, se poate lua în considerare că la o reducere a prețului cu 20-30% se poate înregistra o creștere a vânzărilor de același nivel, ceea ce reprezintă un atu deosebit în creșterea cotei de piață prin atragerea clienților celorlalți producători.

În cadrul mixului de marketing comunicarea joacă un rol deosebit de important. Încă de la înființarea sa, societatea își propune realizarea unui site-web bogat și interesant, care să-i ofere o imagine bună pe piață, în rândul furnizorilor și a altor parteneri interesați. Tot pe linia comunicației organizaționale se prevede o relație bună cu presa, radio-ul și televiziunea locale.

În ceea ce privește promovarea, se va recurge la mijloacele clasice (televiziune, radio), la sponsorizări, la participări la expoziții etc.

4. Descrierea firmei (afacerii)

Ideea de afaceri a apărut în mod firesc, reprezentând o prelungire a cunoștințelor, a competențelor și a experienței de muncă a patronului în unități similare de producere a mobilei.

Așa cum s-a mai subliniat anterior, această evoluție profesională a permis o bună cunoaștere a acestui domeniu pe multiple planuri (conceperea și producția de mobilă, piețele din avalul și din amonte ale afacerii, specificul pieței muncii în acest sector etc.)

Situația actuală specifică producției de mobilă evidențiază o competiție inegală și de conjunctură, determinată de prețurile majorate cu peste 100% la materialele din lemn și derivate din lemn. Sub impulsul acestor creșteri multe firme caută să-și ascundă propriile slăbiciuni, cum ar fi lipsa unor comenzi și utilizarea insuficientă/lipsa forței de muncă, promovând prețuri foarte mari comparativ cu costurile reale ale produselor/serviciilor sale.

O astfel de conjunctură a oferit oportunitatea lansării unei afaceri industriale de producție de mobilier pentru bucătării și de holuri, sector în care apar aspectele negative menționate mai sus. Activitatea și cunoștințele anterioare ale viitorului patron au permis îndeplinirea relativ ușoară a condițiilor de spațiu și de resurse umane necesare lansării unei astfel de afaceri.

Astfel, s-a identificat un spațiu adecvat de producție, depozitare și pentru birouri într-o veche fabrică de mobilă, care acum utilizează mai puțin de jumătate din capacitatea sa de producție inițială. Acest spațiu are toate utilitățile necesare desfășurării în condiții bune a obiectului de activitate al noii firme. Pentru a realiza producția propusă este necesar să fie angajat un număr de 9 salariați, după cum urmează:

- 1 inginer de concepție și tehnologizare;
- 1 maestru responsabil cu producția și montajul mobilierului la clienți;
- 2 tâmplari;
- 2 lăcătuși;
- 1 vopsitor;
- 2 manipulatori.

Pornind de la scopul prezentat anterior și tipul de produse/ servicii pe care le dorim realizate, clienții întreprinderii noastre vor fi:

- Tinere familii care își procură locuințe prin programe finanțate la nivel național (locuințe comune sau case) sau finanțate pe cont propriu în mediul urban și în mediul rural;
- Tineri necăsătoriți; care își procură locuințe prin programe finanțate la nivel național (locuințe comune sau case) sau finanțate pe cont propriu în mediul urban sau rural;
- Întreprinderi de construcții care oferă locuințe la cheie în mediul urban etc.

Firma își desfășoară activitatea în sectorul industrial al prelucrării lemnului, fiind poziționată în mediul urban, dar are clienți și din mediul rural. Mai precis, activitățile societății "Mobilă pentru toți" se încadrează la codurile CAEN:

- 3102 "Fabricarea de mobila pentru bucătării" și
- 3109 Fabricarea de mobila n.c.a. (pentru cea de-a treia grupă de produse din nomenclatorul său de fabricație).

5. Echipa și managementul companiei

Ne-am gândit ca întreprinderea pe care o vom crea să aibă următoarea structură de organizare:

I. Funcții de conducere:

-Manager- inginer Popescu Gheorghe

II. Funcții de execuție:

1. Director executiv- Manea Ion, inginer cu specializarea industrializarea lemnului, cu activitate îndelungată atât în producția, cât în conceperea produselor de mobilă din lemn;

2. Responsabil cu producția- Teodorescu Marian, maistru în industrializarea lemnului, cu experiență în realizarea de mobilă.

3. Muncitori cu specializări necesare în producerea mobilei:

- 2 tâmplari;
- 2 lăcătuși;

- 1 vopsitor;
- 2 manipulatori.

Toate persoanele angajate în cadrul firmei vor avea contract de muncă pe perioadă nedeterminată, iar deocamdată nu se intenționează atragerea printre salariații noștri a unor persoane cu handicap.

Pentru asigurarea securității în muncă se prevede achiziționarea de echipamente de lucru pentru tot personalul. Se vor acorda tichete de masă pentru toți salariații.

În ceea ce privește formarea continuă, firma va întocmi anual un program specific, în funcție de schimbările din sistemul productiv, de rezultatele evaluării și de cerințele individuale ale personalului.

Având în vedere că proiectul pune accent pe angajarea unor persoane din grupul său țintă, persoana propusă pentru funcția de director executiv se regăsește și ea în acest grup. Prin urmare, în cadrul firmei va fi angajat un salariat care va proveni din grupul țintă al proiectului.

6. Prezentarea produselor și a serviciilor

Asa după cum am menționat și în capitolele anterioare produsele/serviciile pe care le vom realiza sunt:

1. Mobilier de bucătărie la comandă (inclusiv montaj);
2. Mobilier holuri la comandă (inclusiv montaj);
3. Accesorii mobilier interior și exterior din lemn/pal/MDF

Cea de-a treia grupă de produse va fi realizată în cantități și valoare mai redusă, în vederea testării pieței, urmând ca în caz de succes să fie promovată pe scară largă în gama de producție a anului viitor.

Produsele/serviciile de mai sus se vor realiza cu ajutorul următoarelor mașini și utilaje:

Nr.crt.	Denumire	UM	Preț	Cantitate	Valoare
1.	Mașină de rindeluit	Buc.	8500,00	2	17000,00
2.	Uscător	Buc.	5500,00	1	5500,00
3.	Mașină de frezat	Buc.	7500,00	2	15000,00
4.	Mașină de canelat	Buc.	5500,00	2	10000,00

5.	Presă	Buc.	25000,00	1	25000,00
6.	Utilaj de vopsit	Buc.	7500,00	1	7500,00
7.	Mașină de finisat	Buc.	6500,00	1	6500,00
8.	Mașină de debitat	Buc.	9500,00	2	19000,00
9.	Furgonetă	Buc.	150000,00	1	150000,00
10.	TOTAL	*	*	*	255500,00

În ceea ce privește procesul tehnologic, materialele uscate (scândură, PAL, MDF) sunt debitate la dimensiunile din proiect, după care urmează operațiunile de rindeluire, frezare, canelare, vopsire, finisare și asamblare preliminară. Asamblarea finală are loc la client. Pentru utilajele și mașinile achiziționate am prevăzut o durată de funcționare de 12 ani, perioadă în care ele vor fi amortizate.

Din necesități de calcul a costurilor previzionate și de întocmire a bugetului de venituri și de cheltuieli am redus gama de fabricație la un produs etalon HB (media hol-bucătărie), situat între mobilierul de bucătărie și mobilierul de hol, considerând că ambele poziții vor fi realizate în cantități egale pe parcursul primului an.

Pornind de la această ipoteză am identificat următorul consum de materiale, cu prețurile sale pentru produsul etalon:

- PAL 18 mm - 50 mp x 30,00 lei/mp
- MDF 12mm - 5 mp x 80,00 lei/mp
- Scândură- 0,2 mc x 2000 lei/mc
- Mânere metal- 18 buc x 15,00 lei/buc
- Organe asamblare- 125 buc x 0,20 lei/buc.
- Adeziv - 6 tuburi x 15,00 lei/tub

Valoarea consumului de materiale directe pe un produs etalon este estimată la 2685,00 lei/buc.

În ceea ce privește manopera directă necesară realizării produsului etalon, tehnologia utilizată indică un consum de 30 ore, inclusiv montajul la client, ceea ce, la un salariu mediu lunar brut la muncitori de 5000,00 de lei, înseamnă un nivel de 1230,00 lei. La cheltuielile directe de 3915,00 lei/buc se adaugă cheltuielile indirecte previzionate la nivelul de 1494,00 lei, pentru o producție anuală de 210 produse etalon HB. Costul total pentru 1 buc. din acest produs etalon va fi de 5409,00 lei. Cum prețul de vânzare propus este de 5950 lei/buc, diferența este reprezentată de profitul de 10% propus, respectiv de 541,00 lei/buc.

Studiul preliminar al pieței din județul Gorj și din Oltenia, ca și cunoașterea directă a unor preferințe ale clienților au relevat faptul că produsele solicitate trebuie să aibă următoarele caracteristici:

- Este preferat mobilierul din Pal de către clienții cu venituri mai mici, rareori cu combinații de MDF pe suprafețele mai vizibile;
- Clienții cu venituri mai mari optează pentru mobilierul din MDF, care este mai scump;
- Culorile cele mai solicitate sunt cele care imită culoarea lemnului;
- Sunt mai solicitate acele proiecte în care mobila maschează aparatura electrocasnică;
- De asemenea, sunt căutate acele proiecte prin care sunt ascunse centrala termică, țevi și alte elemente care influențează în mod negativ design-ul unor încăperi.

7. Analiza pietei

Din observatiile și analizele care le-am întreprins prin documentare pe internet (site-urile firmelor de profil din județul Gorj și din Regiunea de dezvoltare Sud-Vest Oltenia, statisticile camerelor de comerț și industrie și ale Institutului Național de Statistică) și din presă am obținut multe informații care ne-au permis să identificăm concurența în ceea ce privește numărul de firme existent, cifra de afaceri și profitul înregistrat, numărul de personal utilizat, dar și unele problemele de producție și de vânzare cu care ele s-au confruntat într-o competiție destul de intensă. Din considerente operaționale am divizat aceste firme în două grupe, în funcție de dimensiunea și de notorietatea lor națională. Datele identificate se referă la piața mobilierului de bucătărie și de hol pe comandă a județului Gorj și prezintă cota de piață estimată a fiecărui competitor.

I. Firme cu brand cunoscut, ce evoluează la nivel național

Nr.crt.	Denumirea	Cotă de piață estimată (Gorj) %
1.	Mirual SRL	10,0
2.	Retail Concept & Design SRL(Mobexpert)	7,0
3.	Staer International S.A.	7,0
4.	MOBno1 SRL	10,0
5.	Favi SRO	9,0
6.	Alte firme	2,0
7.	Total	45,0

Aceste firme se remarcă printr-o bună comunicare, prin notorietatea lor, prin magazinele lor de prezentare din zonă care atrag clienții.

Vulnerabilitatea lor este totuși prezentă din cauza distanței lor mai mari față de clienți, de o anumită imobilitate care apare în concepția mobilei și a luării rapide a deciziilor, din tendința lor de a oferi multe subansamble standardizate.

II. Firme mai mici, care evoluează îndeosebi în județ și uneori și în Regiunea Sud-Vest Oltenia

Nr.crt.	Denumire	Cotă de piață (%)
1.	Mobilab SRL Craiova	7,0
2.	Spectral Mobila SRL Târgu-Jiu	10,0

3.	Mobicon SRL Târgu-Jiu	12,0
4.	Dromany Mobila SRL Târgu-Jiu	13,0
5.	Altele	13,0
6.	Total	55,0

În ceea ce privește atuurile acestor firme pe piața mobilei sunt de semnalat următoarele aspecte:

- O mobilitate mai mare pe piață și o mai mare apropiere de clienți;
- Realizarea unor produse de calitate, mai apropiate de exigențele clientelei;

Pe de altă parte se remarcă și lipsuri, care pot fi exploatate de alți competitori:

- Prețuri mari, uneori prohibitive pentru clienții cu venituri mici și chiar mijlocii;
- Lipsa forței de muncă, îndeosebi a tâmplarilor, ceea ce determină apariția de întârzieri serioase la livrare;
- Practicarea unor strategii care pot elimina clienții, prin comportamentul lor neadecvat la negocierea cu clienții.

Pornind de la aceste previziuni, firma "Mobilier pentru toți" își propune ca în primul an de activitate să acceadă la o cotă de piață de aproximativ 4%, ceea ce la o valoare totală a vânzărilor din județ în anul 2021, de 30.000.000 lei, ar însemna o cifră de afaceri de aproximativ 1.250.000 de lei, luând în considerare și o creștere a pieței, în general, în anul 2022.

Așa cum am menționat anterior, majoritatea furnizorilor care evoluează pe piața mobilerului pe comandă (bucătării, holuri, accesorii diverse) nu dispun de un număr suficient de personal calificat (cu precădere tâmplari) ceea ce face ca termenele de livrare să fie depășite și prețurile de livrare să fie foarte mari. Mizând pe faptul că prețul materialelor s-a dublat uneori (lemnul, de exemplu), aceste firme ascund și propria ineficiență prin practicarea unor prețuri foarte mari în comparație cu puterea de cumpărare a clienților și cu costurile reale ale produselor.

O astfel de situație ne oferă oportunitatea de a intra pe piață cu o capacitate relativ redusă, dar suficientă pentru a atrage clientela altor concurenți prin produse de calitate la un preț corespunzător. În funcție de cerere, care considerăm că pentru noi se va mări simțitor, vom crește capacitatea de producție și vom angaja și califica personalul suplimentar de care vom avea nevoie începând cu anul al 2-lea de activitate.

În ceea ce privește riscurile care pot afecta activitatea firmei noastre, trebuie să menționăm următoarele:

- Există în continuare o penurie pe piața muncii în ceea ce privește angajarea de tâmplari, de vopsitori și de lăcătuși, datorate lipsurilor care se manifestă la nivelul sistemului de învățământ românesc, mai ales la școlile profesionale;
- Activitatea și strategia firmei noastre pot să fie supuse ușor unor comportamente imitative, dar suntem pregătiți să utilizăm alte strategii care să ne permită perenitatea și succesul în viitor.

III. Obiective

Întreprinderea pe care doresc să o înființez va avea următoarele obiective:

- Atingerea unei cote de piață de peste 4% în primul an de activitate;
- Creșterea anuală a cifrei de afaceri, astfel încât întreprinderea să cucerească o cotă de piață de 6% în cel de-al doilea de existență, și de 8% în anul al treilea;
- Creșterea numărului de salariați de la 9, în primul an, la 13, în anul al doilea, și la 15 în cel de-al treilea an;
- Realizarea unui profit mediu de maximum 10% anual, având în vedere poziția noastră specifică în ceea ce privește raportul calitate/preț, grija față de clienți și caracterul social al activității.

IV. Strategia firmei/afacerii și implementarea ei

Misiune. Într-o piață dinamică, cu o concurență bulversată de evoluția prețurilor materiilor prime și a materialelor, în care profitul este obiectivul principal al competitorilor, societatea noastră pune un accent deosebit pe aspectele sociale în satisfacerea cerințelor clienților tineri, oferind produse la un bun raport calitate /preț, promptitudine și alte valori specifice acestor clienți.

Viziune. La sfârșitul acestui deceniu societatea noastră dorește să se dezvolte continuu, trecând de la o dimensiune județeană la una regională, promovând inovația într-o gamă de produse bogată, care să corespundă întrutotul cerințelor clientelei noastre.

Având în vedere analiza competiției existente pe piața mobilierului de bucătărie și holuri, potențialul pe care firma noastră îl poate utiliza pe această piață în județul Gorj, managerul, care are o bogată experiență în domeniu își propune o strategie generală de dezvoltare a afacerii, așa cum rezultă și din desfășurarea obiectivelor de mai sus.

În ceea ce privește mixul utilizat în următorii ani pe linie de marketing, alegerile firmei la componentele produs, preț, distribuție, promovare sunt dezvoltate în continuare.

Gama de produse a fost menționată mai sus, având două componente principale, respectiv execuția de mobilier de bucătărie și de holuri. Cea de-a treia grupă de produse, cea a accesoriilor- mobilier interior și exterior din lemn/PAL/MDF va fi dezvoltată după testarea din primul an de existență a firmei, numai dacă cererea sa va permite acest lucru.

Societatea va acționa în permanență pentru îmbogățirea gamei de produse prin utilizarea unor materiale noi, care au succes la clientelă, prin propuneri interesante provenite de la proprii specialiști sau adaptate după trendul mondial al acestui mobilier. De asemenea, se vor scoate din gamă acele produse și acele materiale care nu mai sunt solicitate de către piață. În acest fel se acționează în sensul obiectivelor de creștere a cotei de piață, de dezvoltare a firmei.

Prețul. Obiectivele de ordin social sunt destul de prezente în strategia firmei. Prin intermediul lor la toate produsele firmei se vor practica prețuri sub nivelul concurenței, acțiuni care va determina cu siguranță o mobilitate crescută a cererii către produsele noastre. Raportul calitate/preț va fi atuul firmei în competiția cu concurența, care dorește, în mare parte, să beneficieze de criza prețurilor care se manifestă la produsele de lemn și să-și ascundă punctele slabe prin prețuri greu acceptate de către clienți. Pentru a păstra echilibrul dorit în ceea ce privește rata profitului, societatea va stabili prețurile proprii în funcție de costuri, de concurență și de cerere, urmărind să beneficieze cât mai mult de elasticitatea acesteia din urmă în raport cu nivelul prețurilor.

Distribuția. Având în vedere că produsele realizate sunt pe comandă, relațiile dintre producător și client sunt directe. Firma este contactată sau contactează din proprie inițiativă clientul, se optează pentru un model și se iau măsurile necesare. Dacă se ajunge la o înțelegere cu privire la preț se lansează și se execută comanda clientului. Transportul și montajul cad în sarcina furnizorului.

Comunicarea. Interesată de beneficiile comunicării, firma va acționa atât pentru cunoașterea sa de către potențialii clienți (comunicare organizațională)- prin colaborări cu presa, cu televiziunea, cu radioul locale, dar și prin propriul site-web, dar și a produselor sale prin publicitate, promovare a vânzărilor, sponsorizare etc.

Dezvoltarea durabilă, protecția mediului înconjurător, egalitatea de șanse și nondiscriminarea

Întreprinderea noastră va acționa în permanență pentru economia de resurse naturale și va proteja pe toate căile mediul înconjurător. În acest sens se va acționa după cum urmează:

1. Materiile prime vor fi economisite și reutilizate printr-o bună croire a pieselor necesare, pentru a avea cât mai puține deșeuri. De asemenea, deșurile vor fi depozitate/valorificate astfel încât să nu dăuneze mediului înconjurător.
2. În cadrul procesului de producție se vor elimina operațiile și materialele care dăunează naturii (vopseluri pe bază de apă).
3. Mașinile și utilajele achiziționate vor avea un consum redus de energie electrică, abur, aer comprimat.
4. Iluminatul se va realiza pe durate cât mai scurte și cu consumatori de energie electrică de putere redusă.
5. Salarizarea, repartizarea la locurile de muncă și alte forme de remunerare nu vor face nicio discriminare de sex, religie etc.
6. Persoanele cu handicap nu vor fi discriminate, iar în acest sens se dorește angajarea unor astfel de persoane începând cu anul 2 de activitate.

V. Informatii financiare

Fondurile necesare pentru inceperea si dezvoltarea afacerii le voi obtine astfel:

- din economii proprii- 100000,00 lei;
- credite bancare- 255500,00 lei*.

Capitalul de pornire pentru inceperea afacerii/activitatii va fi de 350500,00 lei și va fi utilizat pentru următoarele cheltuieli:

- Achiziționare de mașini și utilaje pentru producție- 105500,00lei;
- Achiziționare furgonetă- 150000,00 lei;
- Materiale, salarii, chirii și alte cheltuieli aferente primei lunii de funcționare- 95000,00 lei.

Profitul pe care dorim să-l obținem în primul an de activitate este de aproximativ 113650,00 lei, ceea ce înseamnă 3,25% din capitalul de pornire. Producția va fi repartizată pe trimestre după cum urmează:

- 30 de produse –T1;
- 60 de produse- T2;
- 60 de produse- T3;
- 60 de produse- T4.

*Creditul bancar va scădea la nivelul de aproximativ 55500,00 lei, în condițiile în care planul de afaceri al firmei este reținut pentru finanțare prin prezentul proiect și va primi suma de 40000,00 de euro în acest sens.

Bugetul de venituri și cheltuieli a fost realizat pentru primul an de activitate și pe trimestre, după specificul de mai jos, care prezintă un grad mai înalt de detaliere.

Lei						
NR. CRT.	ELEMENT VENIT/COST	TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4	TOTAL AN 1
A	TOTAL VENITURI (I+II+III)	178750	357083	357083	357084	1250000
I	Venituri din activitatea de exploatare	178750	357083	357083	357084	1250000
I.1	vânzare produse/servicii	178750	357083	357083	357084	1250000
I.2	vânzare mărfuri	0	0	0	0	0
II	Venituri financiare	0	0	0	0	0
III	Venituri extraordinare	0	0	0	0	0
B	TOTAL CHELTUIELI (IV+V+VI)	162498	324617	324617	324618	1136350
IV	Total cheltuieli generate de activitatea de exploatare	161354	322332	322332	322332	1128350
IV.1	<i>Total cheltuieli materiale</i>	<i>71693</i>	<i>143219</i>	<i>143219</i>	<i>143219</i>	<i>501350</i>
IV.1.1	cheltuieli cu materiile prime și materialele directe	46475	92841	92842	92842	325000
IV.1.2	cheltuieli cu materiale indirecte, combustibil, piese de schimb, obiecte de inventar, servicii de la terți	5005	9998	9998	9999	35000
IV.1.3	cheltuieli cu mărfurile	0	0	0	0	0
IV.1.4	cheltuieli de transport- aprovizionare	2145	4285	4285	4285	15000
IV.1.5	cheltuieli cu utilitățile: chirie, energie electrica, apa si canalizare, telecomunicatii, paza, colectare deseuri	12441	24919	24920	24920	87000
IV.1.6	cheltuieli cu alte servicii furnizate de terți: cazare, intretinere si reparatii, asigurari, consultanță, formare etc	858	1714	1714	1714	6000
IV.1.7	amortismente	3024	6042	6042	6042	21150
IV.1.8	cheltuieli cu protocolul si publicitatea, alte cheltuieli de marketing	429	857	857	857	3000
IV.2	<i>Total cheltuieli cu salariații</i>	<i>85943</i>	<i>171685</i>	<i>171686</i>	<i>171686</i>	<i>601000</i>
IV.2.1	cheltuieli cu salarii, impozite si asigurari sociale	80846	161504	161505	161505	565360
IV.2.2	cheltuieli cu tichetele de masa si alte beneficii pentru salariați	5097	10181	10181	10181	35640
IV.3	<i>Total cheltuieli cu impozite și taxe, altele</i>	<i>2574</i>	<i>15426</i>	<i>15426</i>	<i>15426</i>	<i>18000</i>
IV.3.1	cheltuieli cu impozitele si taxele locale pentru bunurile aflate in proprietatea firmei (terenuri, cladiri, mijloace de transport)	2145	4285	4285	4285	15000
IV.3.2	alte cheltuieli- diurne, masa, cazare	429	857	857	857	3000
V	Total cheltuieli financiare	1144	2285	2285	2286	8000
V.1	cheltuieli cu serviciile bancare curente	572	1142	1143	1143	4000
V.2	cheltuieli cu dobanzile bancare si diferentele de curs valutar	572	1142	1143	1143	4000
VI	Total cheltuieli extraordinare	0	0	0	0	0
VI.1	cheltuieli extraordinare	0	0	0	0	0
C	PROFIT ÎNAINTE DE IMPOZITARE (A-B)	16252	32466	32466	32466	113650
VII	IMPOZIT PE PROFIT	1788	3570	3571	3571	12500



VIII	PROFIT NET (C-VII)	14464	28895	28895	28896	101150
------	--------------------	-------	-------	-------	-------	--------



VI. Anexe și alte documente

În susținerea planului meu de afaceri anexează următoarele:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(fotografii, desene, fișe de post, materiale de presă, procese tehnologice etc).