

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6: Educație și competente

Obiectiv tematic 10: Efectuarea de investiții în domeniul educației și al formării profesionale în vederea dobândirii de competențe și a învățării pe tot parcursul vieții, cu Prioritatea de investiții

Prioritatea de investiții 10.IV: “Sporirea relevanței pe piața forțelor de muncă a educației și a sistemelor de formare, facilitarea tranziției de la educație la piața forțelor de muncă și consolidarea formării și a sistemelor de formare profesională, precum și a calității lor, inclusiv prin mecanisme de anticipare a competenelor, adaptarea programelor de învățământ și instituirea și dezvoltarea unor sisteme de învățare la locul de muncă, inclusiv a unor sisteme de învățare duală și programe de ucenicie”

Obiectiv specific 6.13: Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și non-universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă/ cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC 2015-2020 și domeniile de specializare inteligentă 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 servicii de recondiționare și îmbunătățire a împrejurimilor de clădiri din metal, lemn și a zidăriei

PARTICIPANT (A)

Ing. Iosif-Eugen Roșu

1. Titlul firmei și forma juridică



Afacerea pe care doresc sa o înființez are drept scop recondiționarea și îmbunătățirea calității și a design-ului împrejuririlor de clădiri din metal, lemn și a zidăriei (inclusiv a clădirilor). Pentru realizarea acestei activități se va recurge la operațiunea de sablare, curățare a suprafețelor și vopsirea acestora.

Fata de scopul pe care mi l-am propus, cea mai potrivită denumire, în ceea ce mă privește, este New Design SRL.

Forma juridică de organizație care răspunde intențiilor mele este cea de societate cu răspundere limitată (SRL).

Adresa sediului social va fi:

Municipiul Târgu –Jiu,

Strada Iosif Keber, nr.2

CP 210201

Telefon: (+40)764973686

E-mail: ozi.rosu@hotmail.com

2. Cuprins și capitole

1. Titlul firmei și forma juridică.....	1
2. Cuprins și capitole.....	3
3. Sumar (scurtă introducere).....	4
4. Descrierea firmei (afacerii).....	6
5. Echipa și managementul companiei.....	7
6. Prezentarea produselor și serviciilor.....	8
7. Analiza pieței.....	9
8. Obiective.....	11
9. Strategia firmei/afacerii și implementare.....	13
10. Informații financiare.....	15
11. Anexe și alte documente.....	17
Anexa 1.....	17
Anexa 2.....	18
Anexa 3.....	19

3. Sumar (scurtă introducere)

Organizația la care m-am gândit va realiza următoarele produse (servicii):

- a) Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului împrejmuirilor din metal și lemn;
- b) Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului zidăriei clădirilor.

În organizarea întreprinderii și pentru obținerea produselor (serviciilor), vor fi implicate următoarele structuri:

- fondatorul, domnul inginer Iosif-Eugen Roșu, care va conduce direct afacerea și lucrările.

Numărul de persoane care vor fi angajate în primul an de existență va fi:

- lăcătuș- o persoană;
- vopsitor- o persoană.

Strategia de lansare a întreprinderii. După înființarea societății și angajarea personalului necesar este primordial să se întreprindă toate acțiunile necesare demarării activității, respectiv:

- organizarea sediului firmei, încheierea contractelor de energie electrică, gaze, telefonie, internet etc.;
- achiziționarea echipamentelor necesare în procesele de execuție;
- aprovizionarea materialelor (nisip, vopseluri, diluanți, piese de schimb, combustibil, etc.), a echipamentului de protecție, a rechizitelor de birou etc.);
- încheierea contractelor cu clienții;
- demararea activității.

Sediul firmei a fost menționat mai sus. Având în vedere faptul că aceste activități nu fac obiectul de activitate explicit al altor firme din județ, iar competitorii naționali sunt și ei puțini, firma își propune să fie destul de atentă cu problemele legate de tarifele care se vor practica și de politica de marketing în general.

Politica de produs (servicii) are în vedere o gamă nouă în ceea ce privește promovarea sa pe piață și practică inovarea, în sensul că se recurge la practică sablarea suprafețelor ce necesită recondiționare cu echipamente specifice, dar la sediul clienților, fără demontarea produselor remediate. Astfel de tehnologii există, dar ele se practică, de regulă, la sediul firmelor. Tarifele practicate au fost calculate în urma întreținerilor cu potențialii clienți prin chestionare adecvate (studiul

cererii) și după calcularea costurilor previzionate pe metru pătrat la toate tipurile de servicii.

4. Descrierea firmei (afacerii)

Ideea mea de afaceri a apărut în timpul facultății, când am reflecțat asupra dificultăților întâmpinate în curățarea suprafețelor metalice greu accesibile cu tehnologii noi, cum ar fi sablarea cu echipamente adecvate. În acest fel pot fi curățate și recondiționate suprafețele împrejmuirilor din metal sau lemn, ca și cele de zidărie.

Mi s-a părut o idee interesantă, care îmi permite formalizarea afacerii și obținerea de profit, ca și angajarea, pentru primul an, a doi muncitori calificați, un lăcătuș și un vopsitor. Previziunile noastre sunt optimiste, în sensul că putem obține o cotă de peste 50,0 % în primul an de existență pe o piață aflată într-o dinamică deosebită, datorită prezenței și eforturilor noastre pe linie de marketing. În anii următori afacerea noastră poate crește și în condițiile apariției unor noi concurenți, datorită dezvoltării noului segment de piață.

Problemele legate de ordine interioară și la locul de muncă (în cazul nostru, întotdeauna la beneficiar) se prezintă de către patron salariaților.

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

- Familii care dețin case cu împrejurimi în mediul urban și în mediul rural, care au venituri medii și mari, cu persoane atât conservatoare, cât și moderniste;
- Persoane juridice (întreprinderi, organizații publice, ONG-uri etc.). care dețin, de asemenea, împrejurimi în mediul urban și în cel rural.

5. Echipa și managementul companiei

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

I: Funcții de conducere. Conducerea societății este realizată de patron, care are competențele tehnice și economice necesare, respectiv ING. Iosif- Eugen Roșu. Conducerea operativă a proceselor de producție este realizată, de asemenea, de patron.

II. Muncitori calificați pentru realizarea serviciilor la sediul clienților:

- 1 lăcătuș mecanic;
- 1 vopsitor.

Ambii muncitori vor fi angajați cu contracte de muncă pe perioadă nedeterminată. Salariile lor brute vor fi de aproximativ 5.500 lei lunar.

Previziunile noastre optimiste vor însemna angajarea a încă 2 muncitori cu calificări asemănătoare, dar și a unui specialist de

vânzări, care va prelua o parte din sarcinile și responsabilitățile managerului.

Pentru a asigura o motivație mai bună vom acorda bonuri de masă personalului angajat. Pentru muncitorii angajați în cel de-al doilea an de activitate se prevede asigurarea unor stagii de formare la locul de muncă de către firmă.

În ceea ce privește modalitatea de recrutare, vom avea în vedere ca angajarea specialistului în vânzări să se facă din grupurile țintă ale prezentului proiect.

6. Prezentarea produselor si serviciilor

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

- a) Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului întreprinderilor din metal și lemn;
- b) Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului zidăriei clădirilor.

După contactarea beneficiarilor și încheierea contractelor economice se începe procesul de producție, care înseamnă:

- Curățarea prin sablare a întreprinderilor din metal și lemn;
- Pregătirea suprafețelor din lemn prin tratamente diverse împotriva acarienilor, a mușgaiului etc.;
- Vopsirea suprafețelor.

Operațiile de mai sus se realizează cu echipamente specifice, respectiv pistoale de sablat, de vopsit, compresor și necesită tratarea cu substanțe specifice.

Estimările noastre privind manopera directă necesară pentru realizarea unui metru pătrat de curățare și vopsire gard (metalic și din lemn), care vor reprezenta peste 80% din lucrările previzionate sunt de 2,5 ore, ceea ce înseamnă o valoare de aproximativ 40 de lei/mp. La aceste retribuiții directe se adaugă materiale directe de 10 de lei/mp.

Din observarea pieței a rezultat ca potențialii clienți sunt interesați de servicii cu următoarele caracteristici:

- Recondiționarea suprafețelor împrejmuirilor în condițiile de execuție inițiale;
- Îmbunătățirea calității inițiale și a design-ului, prin finisaje și vopseluri speciale;
- Termene de garanție cât mai luni, care se pot realiza prin utilizarea unor vopseluri speciale.

7. Analiza pieței

Din observațiile și analizele care le-am făcut realizat pe cale documentară și pe cont propriu am putut constata următoarele:

1. Nu am identificat firme la nivelul județului Gorj, al Regiunii Sud-Vest Oltenia care să aibă un astfel de obiect de activitate.

Nu am extins documentarea la nivel național, pentru că nu intenționăm să intrăm pe această piață în următorii 3 ani. Documentarea s-a oprit deci, la acest nivel. Concluzia la care am ajuns este că pe acest segment de piață există o cerere latentă, care actualmente nu este satisfăcută decât accidental (firme care nu au astfel de preocupări de bază).

2. Cercetarea directă realizată prin forțe proprii a fost întreprinsă în municipiul Târgu-Jiu și în trei localități rurale.
3. La contactarea față în față sau prin telefon/e-mail/FB am înmănat un chestionar cu mai multe întrebări, prin care am receptat cât mai multe informații despre cerințele potențialilor beneficiari (tipul întreprinderilor, dimensiunea pieței, momentul cererii, tipul și calitatea serviciilor, tarife acceptate etc.).
4. Prelucrarea chestionarelor și analiza informațiilor ne-a permis o primă dimensionare a cererii la nivelul anului 2022, după cum urmează:
 - Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului întreprinderilor din metal și lemn- aproximativ 2.000 mp;
 - Recondiționare și îmbunătățire calitativă și a design-ului zidăriei clădirilor- 5.000 mp.

Cercetarea directă întreprinsă ne-a oferit suficiente informații pentru a evidenția oportunitățile oferite de o piață care deocamdată nu are furnizori consacrați. O astfel de situație este deosebit de benefică pentru lansarea afacerii noastre.

În ceea ce privește eventualele constrângeri ce pot apărea pe piață nu am identificat decât apariția unui comportament imitativ, care are destule șanse să apară. Pe o perioadă de 3-4 ani considerăm că nivelul concurenței nu va fi suficient de mare pentru a ne pune în pericol afacerea.

În condițiile în care suntem singura firmă cu acest obiect de activitate la nivel județean și regional, se impune să avem un comportament precaut și să încercăm să ne atragem clientela prin:

- Un accent deosebit al calității serviciilor oferite clienților;
- Un raport calitate/serviciu care să prevină accesul facil al concurenței;
- Oferirea unor termene de garanție superioare celor ale concurenței, prin utilizarea unor materiale de calitate.

8. Obiective

Întreprinderea pe care doresc să o înființez va avea, în primul an de activitate, următoarele obiective principale:

- Realizarea unei cifre de afaceri de 300.000,00 lei;
- Accederea la o cotă de piață de aproximativ 50% din capacitatea acesteia;

- Realizarea unui profit de 48.000,00 lei;
- Angajarea a doi muncitori calificați pentru realizarea efectivă a lucrărilor;
- Intensificarea comunicării prin realizarea unui site- web și prin frecventarea altor mijloace, cum ar fi FaceBook, publicitate organizațională, reclame etc.

Pentru următorii doi ani am propus ca aceste obiective să evolueze destul de bine, respectiv:

- Creșterea cifrei de afaceri cu 20% (2023) respectiv 60% (2024);
- Menținerea cotei de piață în condițiile apariției unor noi competitori, care vor cucerii o parte dintr-o piață în continuă dinamică;
- Atingerea unui profit de 80.000,00 lei, respectiv 100.000,00 lei;
- Angajarea unui nou muncitor și a unui specialist în vânzări din rândurile publicului țintă al prentului proiect, începând cu cel de-al doilea an de existență a firmei;
- Îmbunătățirea continuă a calității și practicarea unui raport calitate/tarif din cele mai bune;
- Achiziționarea unor echipamente suplimentare cu performanțe mai mari.

Pentru realizarea activităților firmei este necesară achiziționarea unor echipamente necesare în procesul de producție și la deplasarea la locurile de muncă:

Nr.crt.	Denumire	UM	Pret unitar	Cantitate	Valoare(lei)
1.	Echipament de sablat	Buc.	5.000,00	1	5.000,00
2.	Echipament de vopsit	Buc.	5.000,00	1	5.000,00
3.	Compresor	Buc.	20.000,00	1	20.000,00
5.	Motor termic	Buc.	1.000,00	1	1.000,00
5.	Autoutilitară	Buc.	25.000,00	1	25.000,00
6.	Total	*	*	*	56.000,00

9. Strategia firmei/afacerii si implementare

Strategia organizațională aleasă de manager este una de creștere a afacerii, așa cum se observă din obiectivele prezentate anterior. În ceea ce privește strategia de marketing a firmei, aceasta se remarcă în dezvoltările de mai jos.

1. Serviciul. Deși lucrurile par relativ simple în ceea ce privește gama oferită, înnoirea acesteia, inovarea, asigurarea legală și alte elemente caracteristice acestei politici, apar elemente de specificitate care permit multe reglaje din acest punct de vedere. Gama oferită este una relativ nouă, și nu se întrevăd încă posibilități de diversificare a acesteia. În ceea ce privește inovarea, firma propune un procedeu nou de curățare prin

sablare a suprafețelor din metal, lemn și zidărie fără demontare, lucru de altfel imposibil la lucrările de zidărie. La alte elemente componente ale acestei politici nu sunt posibile intervenții.

2. Tariful serviciilor. La stabilirea unui tarif acceptabil pentru aceste servicii s-au obținut date prin cercetare directă, prin transmiterea unui chestionar cu răspunsuri multiple. Prelucrarea și analiza datelor au oferit informații utile despre piață, clienți și nivelul tarifului acceptabil. Nivelul acestuia a fost verificat și prin comparația sa cu costul de producție și cu nivelul concurenței.
3. Politica de distribuție. Particularizarea serviciilor oferite constă, în general, în inseparabilitatea lor de client, deși teoretic acest lucru ar părea posibil în cazul nostru. Dar demontarea întreprinderilor și realizarea lucrărilor la beneficiar nu este dorită de nicio parte. Prin urmare, distribuția nu se realizează decât prin canalul direct, necesitând prezența furnizorului la locul întreprinderilor.
4. Politica de comunicare. Firma va acorda atenție comunicării organizaționale (relații bune cu televiziunea, radioul și presa locale). De asemenea, comunicarea directă va fi realizată printr-un site-web, publicitate în mass-media locală, sponsorizări etc.

Aspectele transversale referitoare la dezvoltarea durabilă, protecția mediului, egalitatea de șanse și nondiscriminarea vor fi abordate cu mare atenție. Printre măsurile care vizează punerea lor în practică putem enumera:

- Se vor utiliza materiale nepoluante și procese tehnologice care să nu dăuneze mediului înconjurător (nisip, vopseluri cu apă, mijloace auto nepoluante etc.);
- Echipamentele proprii vor avea un consum redus de energie și combustibili;

- La sediul firmei se vor utiliza consumatori electrici moderni, care vor economisi energia electrică;
- Pentru consumul de apă caldă se va avea în vedere utilizarea energiei oferite de panouri solare;

- Deșeurile rezultate în urma procesului de producție vor fi colectate și depozitate corespunzător;
- Firma nu va face nicio discriminare în ceea ce privește vârsta, sexul și existența/ nonexistența unui handicap la angajarea, repartizarea locurilor de muncă și remunerarea salariaților proprii.

10. Informații financiare

Fondurile necesare pentru începerea și dezvoltarea afacerii le voi obține din economii proprii și ele au valoarea de 70.000,00 de lei.

Capitalul de pornire pentru începerea afacerii/activității va fi de: 70.000 de lei și el va fi utilizat pentru următoarele destinații:

- Echipamente de producție și transport – 56.000 lei;
- Cheltuieli de pornire pentru prima lună (materiale, retribuții, combustibili etc.- 14.000 lei.

Profitul pe care doresc sa-l obțin în primul an de activitate este de 68,5% din capitalul de pornire.

Bugetul primului an de activitate, pe trimestre, va fi următorul:

Lei

PERIOADĂ AN	TR.I	TR.II	TR.III	TR.IV	TOTAL AN
VENITURI	60.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	300.000,00
- din vânzare sericii/produse	60.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	300.000,00
- din alte venituri (financiare, excepționale)	0	0	0	0	0
CHELTUIELI TOTALE	53.400,00	65.867,00	65.867,00	66.866,00	252.000,00
Cheltuieli directe	40.400,00	53.867,00	53.867,00	53.867,00	202.000,00
cu salariile directe	26.400,00	35.200,00	35.200,00	35.200,00	132.000,00
cu materialele directe	14.000,00	18.667,00	18.667,00	18.666,00	70.000,00
cu terții (subcontractare)	0	0	0	0	0
Cheltuieli indirecte	13.000,00	12.000,00	12.000,00	13.000,00	50.000,00
Din care amortismente echipament*	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	36.000,00
Alte cheltuieli indirecte	4.000,00	3.000,00	3.000,00	4.000,00	14.000,00
REZULTAT (profit sau pierdere) = VENITURI- CHELTUIELI	6.600,00	14.133,00	14.133,00	13.134,00	48.000,00

* În afara autoutilitarei, care are o durată de viață de 5 ani, celelalte echipamente sunt amortizabile după 1 an de utilizare.

11. Anexe și alte documente

În susținerea planului meu de afaceri anexez următoarele:

Anexa 1



Anexa 2



Anexa 3

