



Finanțat de
Uniunea Europeană



CURS ANTREPRENOR IN ECONOMIA SOCIALA

**Titlul proiectului: PROGRESSIO RURAL- AL DOILEA PROIECT IN SPRIJINUL
ECONOMIEI SOCIALE**

SMIS: 316649



Finanțat de
Uniunea Europeană



CAP 5. PLANUL DE AFACERI

5.1. Rolul și importanța planului de afaceri

Planul de afaceri reprezintă un instrument indispensabil întreprinzătorilor ce construiesc o afacere sau caută parteneri, managerilor ce propun proiecte noi altor persoane sau instituții de finanțare, instituțiilor ce gestionează fonduri pentru proiecte de investiții etc. Acesta reflectă proiectele de investiții din toate domeniile de activitate.

Rolul său este să demonstreze că afacerea merită finanțată și să ghideze întreprinzătorul începând cu primul an de operare a afacerii. Implementarea lui înseamnă control și adaptare în funcție de evoluția reală. Controlul exercitat de-a lungul derulării afacerii vizează: stocurile, costurile de producție, controlul calității, vânzările, plățile efectuate etc.



Finanțat de
Uniunea Europeană



Durata pentru care se alcătuiește planul de afaceri este de obicei de 12 luni, luând totuși în considerare și perioada următoare, ce poate fi cuprinsă între 2 și 5 ani.

Planul de afaceri trebuie scris clar și convingător. Trebuie să urmărească punctele slabe și punctele tari ale afacerii, riscurile și oportunitățile acesteia, astfel încât să demonstreze că s-a făcut o analiză completă asupra tuturor aspectelor implicate în afacerea în cauză și mai ales că s-au identificat riscurile legate de afacerea respectivă și totodată s-au găsit metode de diminuare a lor la niveluri acceptabile.



Finanțat de
Uniunea Europeană



Realizarea unui plan de afaceri presupune trei etape esențiale:

- Culegerea informațiilor necesare (prețuri, concurenți, furnizori, date tehnice, juridice, etc.)
- Planificarea efectivă a activității respective – alegerea strategiei potrivite și găsirea căilor de atingere a obiectivelor stabilite
- Redactarea planului (etapa de alegere a formei optime de prezentare către destinatar a rezultatului etapei anterioare)



Finanțat de
Uniunea Europeană



Planul de afaceri are **patru funcții**:

- a) de cristalizare și dezvoltare a ideilor privitoare la cum ar trebui condusă afacerea;
- b) de realizare a unei evaluări retrospective a performanțelor reale ale unei afaceri de-a lungul timpului;
- c) de evaluare a unei noi idei de afaceri;
- d) de a obține finanțarea.



Finanțat de
Uniunea Europeană



5.2. Prezentarea planului de afaceri

În funcție de gradul de complexitate , de specificul proiectului și **există trei tipuri de planuri de afaceri:**

- Planul **sumar** – de circa 10-20 de pagini, folosit în general de firmele cu activitate de start-up nu este altceva decât o prezentare prescurtată, ce include informații necesare în convingerea finanțatorului de a investi într-o afacere cu riscuri reduse și profitabilitate crescută.
- Planul **complet** – are o lungime de 20-50 de pagini. Se folosește în cazurile în care valoarea necesarului de finanțat atinge sume mari, iar operațiunile trecute, ca și cele viitoare ale afacerii trebuie analizate.
- Planul **detaliat** – are un minim de 50 de pagini, fiind mult mai complex decât celelalte două variante.



Finanțat de
Uniunea Europeană



În linii mari, planul de afaceri urmărește structura de mai jos:

- Istoricul firmei și activitatea sa
- Descrierea serviciilor
- Piața produsului/serviciului
- Echipa managerială -Solicitări financiare
- Alte informații



Finanțat de
Uniunea Europeană



Pentru a putea face față cerințelor de informare indiferent de mărimea planului de afaceri, e necesar ca acesta să cuprindă următoarele elemente structurale:

- Sinteza planului;
- Cuprinsul lucrării;
- Descrierea afacerii;
- Planul de marketing;
- Planul operațional;
- Managementul și organizarea afacerii;
- Planul financiar;
- Anexele planului.



Finanțat de
Uniunea Europeană



Prima componentă a planului de afaceri trebuie să atingă următoarele obiective:

- să furnizeze un rezumat clar, concis și competent al afacerii;
- să evidențieze avantajele dumneavoastră unice în atingerea succesului;
- să demonstreze de ce conceptul dumneavoastră de afacere va funcționa;
- să demonstreze simplu și clar obiectivele manageriale;
- să includă propoziții-cheie puternice din alte capitole ale planului;
- să fie scrisă într-un ton pozitiv și încrezător;
- să fie concisă – pentru a putea fi citită în mai puțin de 5 minute;
- să poată fi privită ea însăși ca un mini-plan al planului dumneavoastră de afaceri.



Finanțat de
Uniunea Europeană



Descrierea afacerii

Caracteristicile principale ale datelor și informațiilor utilizate în descrierea afacerii sunt:

- relevanța – o planificare pe baza unor date irelevante este similară unei bătălii purtate pe timp de ceață;
- actualitatea – planificarea cu date învechite înseamnă pierdere de timp;
- exactitatea – valoarea și relevanța rezultatelor finale depind de exactitatea informațiilor intrate în procesul de prelucrare.



Finanțat de
Uniunea Europeană



1. DESCRIEREA IDEII DE AFACERI

O idee de afacere are la bază un proces de abordare strategică, iar structura logică ce guvernează procesul de planificare a afacerilor este compusă din:

- precizarea clară a scopului;
- identificarea obiectivelor ce trebuie atinse;
- fixarea sarcinilor ce urmează să fie realizate;
- precizarea acțiunilor planificate



Finanțat de
Uniunea Europeană



2. DESCRIEREA SOCIETĂȚII

Această secțiune este importantă deoarece reprezintă „cartea de vizită” a solicitantului.

Datele furnizate trebuie să fie caracterizate de suficiență, exactitate și organizare, pentru a-i da examinatorului un sentiment de încredere și siguranță ca urmare a familiarizării cu identitatea întreprinzătorului.

Numele și logo-ul unei firme reprezintă un element foarte important în pentru strategia de comunicare a acesteia, reflectând identitatea sa. Desigur, numele poate acționa foarte bine și ca element de marketing. Specialiștii în domeniul elementelor de identificare ale companiilor sunt de părere că numele firmei ar trebui să sugereze: cine sunteți? Ce faceți? Cum faceți?



Finanțat de
Uniunea Europeană



3. DESCRIEREA PRODUSELOR SI SERVICIILOR

Prezentarea produselor/serviciilor vă oferă oportunitatea descrierii avantajelor acestora din perspectiva clienților. Aceste activități asigură competitivitatea pe piață, fiind esențiale pentru atragerea și fidelizarea clienților.

4. DESCRIEREA MEDIULUI ÎN CARE EVOLUEAZĂ AFACEREA

Factorii de mediu care influențează direct afacerea planificată sunt de natură politică, economică, juridică și socială. Mai jos prezentăm câțiva din factorii identificați care urmează să fie luați în considerare la elaborarea unui plan de afaceri:

- sistemul politic
- politicile macroeconomice
- sistemul juridic
- performanțele economice
- tendințele în industria respectivă
- nivelul tehnologic
- caracteristicile resurselor umane
- caracteristicile pieței financiare
- caracteristicile pieței imobiliare



Finanțat de
Uniunea Europeană



DESCRIEREA PIEȚEI

Pentru descrierea pieței se vor avea în vedere câteva direcții mai importante, și anume:

- identificarea și descrierea scurtă a industriei în care afacerea se include;
- mărimea actuală a acestui sector de activitate;
- tendințele la nivel național și internațional în acest sector;
- caracteristici specifice ale pieței;
- cele mai importante aplicații ale produsului/serviciului;
- preferințele consumatorului;
- prețurile practicate (tendințe și elasticitate).



Finanțat de
Uniunea Europeană



SEGMENTUL DE PIAȚĂ URMĂRIT

Planurile de afaceri pot propune trei strategii de abordare a pieței. Prima se axează pe marketingul de masă și presupune decizia de a produce și distribui în masă un produs și de a încerca atragerea tuturor categoriilor de cumpărători. A doua are la bază marketingul bazat pe varietatea produselor, ce se raportează la decizia de a veni cu două sau mai multe oferte caracterizate de stiluri, caracteristici, calități sau dimensiuni și având ca scopuri finale varietatea și individualizarea produselor firmei față de cele ale unor concurenți. În sfârșit, marketingul „la țintă” este echivalent cu identificarea de grupuri diferite ce constituie o piață și de a concepe produse sau mix-uri de marketing pentru piețele vizate. Conform tendințelor actuale se pare că această ultimă formă este cea mai eficientă în contextul acutizării competiției pe piață.



Finanțat de
Uniunea Europeană



TRENDUL PIEȚEI

Clienții se schimbă și afacerea trebuie să se adapteze acestor schimbări. Întreprinzătorul trebuie să cunoască dimensiunea sau cel puțin tendințele pieței pe care se poziționează. Piețele în creștere și cele în declin presupun strategii diferite.

CONCURENȚA ȘI ALTE INFLUENȚE

Mulți întreprinzători fac o greșeală gravă în planul lor de afaceri pretinzând că nu au competitori. Dacă un plan spune că nu există concurență își pierde foarte repede credibilitatea în fața bancherilor, a investitorilor și a persoanelor experimentate din domeniul afacerilor. În mod sigur veți avea concurenți pentru afacerea dumneavoastră.



Finanțat de
Uniunea Europeană



STRATEGIA DE MARKETING

Este important să demonstrați investitorilor că ați identificat căi și procedee specifice de marketing pentru a realiza efectiv vânzarea produsului sau serviciului. Aceasta se realizează prin intermediul strategiei de marketing, ce explică modul în care afacerea va organiza și implementa propriul plan în scopul atingerii performanțelor dorite în vânzări.

O mare parte a întreprinzătorilor nu dau sau dau prea puțină importanță strategiei de marketing și se ocupă de acest aspect după demararea afacerii. Acest lucru penalizează nivelul vânzărilor și profitului, imaginea afacerii și satisfacția clienților. Perioada de pregătire a strategiei de marketing este înainte și nu după începerea afacerii. Fixarea scopurilor și obiectivelor de marketing preced alegerea celei mai adecvate strategii.



Finanțat de
Uniunea Europeană



IDENTIFICAREA ȘI ANALIZA RISCURILOR

Dacă doriți să primiți o finanțare fundamental să prezentați nu doar aspectele pozitive, ci și pe cele negative ale afacerii dumneavoastră. Întreprinzătorii și managerii cu experiență înțeleg riscurile asociate afacerii și domeniului și le înfruntă, deseori acesta fiind motivul succesului lor.

ANALIZA SWOT

Analiza SWOT este un instrument managerial cu ajutorul căruia putem reprezintă un mod analiza viabilitatea afacerii prin intermediul identificării punctelor tari, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor ce privesc desfășurarea activității.

Această analiză se bazează pe:

- resursele și capacitățile interne (puncte tari și puncte slabe);
- factorii externi (oportunități și amenințări).

Fiecare afacere are propriul ei profil SWOT și procesul analitic necesită o abordare iterativă care să reflecte modificările permanente ale factorilor interni și externi.



Finanțat de
Uniunea Europeană



Analiza SWOT

- **Analiza SWOT** altfel spus analiza punctelor forte, a punctelor slabe, a oportunităților și a amenințărilor.
- **Analiza SWOT** este o metodă foarte folosită, care permite managerilor unei afaceri să identifice punctele forte și cele slabe în relațiile cu piața, dar și oportunitățile și amenințările ce pot apărea. O astfel de analiză anticipează fenomenele importante care pot influența

	Benefice antingerii obiectivelor	Pun în pericol antingerea obiectivelor
Sursă internă (organizația)	Puncte tari	Puncte slabe
Sursă externă (mediul extern)	Oportunități	Amenințări



Finanțat de
Uniunea Europeană



Managementul și organizarea afacerii

Două din cele mai importante probleme cu care se confruntă afacerile noi sunt reprezentate de suprasolicitarea întreprinzătorului – manager și de lipsa unei echipe de conducere experimentate și cu abilități în domeniul respectiv. Alături de acestea putem enumera și alte dificultăți de care se lovesc afacerile în stadiul inițial) (finanțarea, plata impozitelor și taxelor, activitatea de cercetare, marketingul etc).

Principala cauză a falimentelor afacerilor noi o reprezintă lipsa de competență și experiență a managementului. Aceasta este deseori umbrită de cauze mai evidente, cum ar fi competiția puternică, lipsa capitalului, amplasare nefavorabilă sau expansiune prematură.



Finanțat de
Uniunea Europeană



1. PROPRIETARIII AFACERII

Cunoașterea unor informații privitoare la cei care controlează și dețin afacerea va ajuta la dobândirea unei mai bune înțelegeri a modului în care vor fi luate deciziile. Investitorii vor căuta o poziție semnificativă în companie în schimbul banilor lor

2. DESCRIEREA ECHIPEI MANAGERIALE

Planificarea, organizarea și conducerea oricărei afaceri, chiar și în afara domeniului dumneavoastră actual, demonstrează capacitatea de a obține rezultate.

Ca puncte tari ale echipei de conducere trebuie arătat ce calități personale argumentează ocuparea poziției manageriale respective. Aceasta poate include experiență în domeniu, capacitatea de a-i motiva pe ceilalți, competență în activitatea de producție sau în marketing, abilități în relațiile interpersonale etc.



Finanțat de
Uniunea Europeană



3. CONSULTANȚII – CHEIE

Consultanții sunt persoane cu un statut special în echipa managerială, dar care nu ocupă un loc oficial în aceasta. Ei pot fi avocați, contabili și consultanți din diverse domenii de afaceri.

4. ORGANIZAREA AFACERII

Pentru a elabora un plan de dezvoltare organizațională trebuie considerate următoarele aspecte:

- identificarea nevoilor imediate ale companiei, cât și a celor ce vor deveni stringente odată cu dezvoltarea previzionată a acesteia;
- identificarea tipului persoanelor necesare pentru satisfacerea acestor nevoi;
- analiza interacțiunii între aceste persoane și modul de alocare a responsabilităților.

Organigrama prezentată în planul de afaceri nu necesită o detaliere fină. Ea va fi realizată sub forma unui simplu grafic care poate conține câteva cuvinte de explicație.



Finanțat de
Uniunea Europeană



5. POLITICA DE MANAGEMENT A RESURSELOR UMANE

Politica de management a resurselor umane este definită de următorii factori:

- Sincronizarea;
- Selecția;
- Recompensarea salariaților



Finanțat de
Uniunea Europeană



TEMA: COMPLETAREA PLANULUI DE AFACERI

Mulumim pentru atentie acordata!

Formatori:

- Craciunoiu Elena Alina
- Bora Anca Maria