



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 - Educație și competențe

Obiectiv specific 6.13 - Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și nonuniversitar 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, și domeniile de specializare inteligentă, conform SNCDI

Titlul proiectului: **Excelența academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și postdoctoranzilor – ANTREPRENORDOC**

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

## **Modul II, Curs 5: Dezvoltarea Planului de Afaceri specific**

**Prof. univ. dr. ec. habil. FLORIN-MARIAN BUHOCIU**

# Cuprins

## I. Structura Planului de Afaceri

### 1. Planul de Afaceri specific

1.1 Elaborare, scopuri

1.2. Planul de afaceri –necesitate, scop și structură

1.3. Scopul planului de afaceri

### 2. Structura planului de afaceri

### 3. Planul de afaceri – informația solicitată

3.1. Detalii despre firma

3.2. Starea financiară a afacerii dacă firma a avut activitate

3.3. Produsele din afacere

3.4. Siguranța împrumutului

### 4. Estimările ce stau la baza prognozelor fluxului mijloacelor bănești

4.1. Veniturile pe care le va aduce afacerea

4.2. Cheltuielile necesare a fi făcute

4.3. Rentabilitatea scontată a afacerii

4.4. Principalii indicatori financiari

4.5. Prognoze ale fluxului mijloacelor bănești

## **II. Elemente specifice in implementarea unui PA la o firma de tip SRL**

### **5. Administrarea societății cu răspundere limitată(SRL)**

**5.1 Avantajele și dezavantajele societății cu răspundere limitată**

**5.2 Particularități manageriale ale întreprinderilor mici și mijlocii**

**5.2.1 Situația de proprietar – manager**

**5.2.2 Alegerea modului de intrare în afaceri**

**5.2.3 Alegerea surselor de finanțare a afacerilor**

**5.2.4 Alegerea amplasamentului**

**5.2.5 Alegerea modului de amenajare tehnică**

## **III. Planuri de Afaceri specifice**

### **6. Planuri de Afacere pe tipuri de activități**

**6.1 Pentru activități de CDI**

**6.2 Pentru activități din domeniul Energie, mediu și schimbări climatice**

**6.3 Pentru Activități din domeniul Bioeconomie**

## **BIBLIOGRAFIE**

# I. Structura Planului de Afaceri

## 1. Planul de Afaceri specific

### 1.1 Elaborare, scopuri:

- **determinarea profitabilității afacerii**, reprezentând scopul urmărit prin elaborarea planului de afaceri. Dacă afacerea preconizată nu se conturează a fi rentabilă, atunci toate celelalte scopuri cad de la sine. Pentru ca acest scop să fie realizat este necesară o corectă și riguroasă concepere și realizare a analizelor, astfel încât ele să fie realiste. Tentația de a înfrumuseța planul de afaceri se dovedește întotdeauna contraproductivă, generând ulterior greutăți apreciabile, care pot ajunge până la falimentul firmei respective.

- **stabilirea principalelor elemente de natură economică, financiară, marketing, producție, management** prin care se constituie afacerea în sine. Absența sau superficiala cunoaștere a unor elemente majore, cum ar fi cele de marketing sau resurse umane, pot pune în pericol viabilitatea afacerii, cu toate că oportunitatea economică respectivă este profitabilă. Trebuie evitată tendința, relativ frecvent întâlnită, de concentrare numai asupra elementelor financiare, considerând că după obținerea resurselor necesare se vor pune la punct și celelalte activități majore implicate.

- **obținerea finanțării** este cel mai important obiectiv în elaborarea planului de afaceri. Pentru a obține un credit de la bancă, planul de afaceri este necesar să demonstreze că afacerea este profitabilă, iar cash-flow-ul asigură returnarea ratelor de credit la termenele convenite. Esențială este prevederea în planul de afaceri de garanții acceptate pe piață și în mărime suficient de mare, superioară în raport cu dimensiunea creditului. Cu cât participarea întreprinzătorului cu lichidități este mai mare, cu atât sunt mai mari șansele de a primi creditul solicitat și cu o dobândă mai mică.

- realizarea de **parteneriate strategice cu alte firme** în vederea valorificării superioare a unor oportunități economice, de regulă de mare amploare. Se pune accent în special pe mecanismul de realizare a alianței strategice ce va diminua resursele, cheltuielile și veniturile implicate, amplificându-se profitabilitatea parteneriatului pe ansamblu și pentru fiecare partener.

**Principiile esențiale care stau la baza elaborării planului de afaceri:**

**- stabilirea scopurilor de realizat.** În funcție de scopuri, se stabilesc configurația planului, elementele cărora li se vor acorda prioritate și, implicit, informațiile specifice de cules, analizat și interpretat.

**- cunoașterea și luarea în considerare a așteptărilor și cerințelor specifice ale întreprinzătorului față de afacere,** elementele furnizate de întreprinzător servind drept bază pentru “personalizarea” planului de afaceri.

- **includerea obligatorie în planul de afaceri a elementelor de esență privitoare la afacerea, întreprinzătorul, managerii și organizația implicată în activitate și performanțele lor precedente.** Aceste elemente se referă în principal la piața, realizarea, valorificarea produsului/serviciului și profitabilitatea afacerii.

- luarea în considerare a existenței **mai multor moduri de a concepe planul de afaceri**, ținând cont de scopurile urmărite, așteptările și cerințele specifice ale întreprinzătorului, concepția și know-how-ul consultanților care elaborează planul, resursele alocate și perioada avută la dispoziție.

- **creativitatea** în asamblarea și modul de prezentare a planului de afaceri, în vederea evidențierii aspectelor care contribuie la maximizarea atingerii obiectivelor stabilite.

- realizarea unui **plan de afaceri cât mai focalizat pe obiective și mai concis**. Prin structură, conținut și mod de prezentare, planul de afaceri trebuie integral subordonat realizării scopurilor prestabilite.



- **individualizarea planului de afaceri** prin reflectarea personalității organizației și a oamenilor din cadrul său, a atașamentului și încrederii lor în organizație și avantajul său competitiv, evidențiind specificul misiunii și avantajele competitive ale viitoarei afaceri, comparative cu concurenții actuali și viitori.

- **cuprinderea atât a aspectelor pozitive, cât și a celor negative**, pentru a asigura realismul și credibilitatea planului de afaceri.

- **redactarea planului de afaceri** este necesar să dureze cel puțin 2-3 săptămâni, pentru a putea culege numeroasele informații necesare și a analiza în mod aprofundat multiplele aspecte necesare elaborării planului de afaceri.

## **Erori frecvente in elaborarea și prezentarea planului de afaceri:**

- convingerea că planul de afaceri reprezintă afacerea în sine,
- lăsarea orgoliului și a supraîncrederii în forțele proprii să prevaleze în efectuarea analizelor și formularea concluziilor,
- tendința de a supracontrola procesele analizate,

- teama de imperfecțiune, ceea ce duce la prelungirea excesivă a procesului de realizare a planului de afaceri și la consumuri inutile de resurse,

- neidentificarea beneficiilor, serviciilor și/sau avantajelor pe care le aduce consumatorilor folosirea produselor rezultate din afacere,

- neluarea în considerare a vitezei de reacție și a capacității de contracarare a concurenților față de produsele și serviciile rezultate din afacere,

- neluarea în considerare a ciclicității vânzărilor,

- politica defectuoasă a vânzărilor, bazată pe nivele reduse inițiale, care, ulterior vor fi amplificate,
- “îndrăgostirea” de produsul care va fi fabricat, ceea ce duce la supraevaluarea calităților și la subevaluarea punctelor sale slabe,
- subestimarea costurilor de baza necesare derulării afacerii,
- declanșarea prematură a acțiunilor de obținere a fondurilor pentru noua afacere.

Elaborarea planului de afaceri este, prin urmare, un proces complex și de durată, impunându-se un studiu amănunțit al tuturor factorilor implicați în dezvoltarea afacerii respective, ținând cont de scopurile și obiectivele prestabilite.

## **BIBLIOGRAFIE**

Birley, S., Muzyka, D., *Mastering Entrepreneurship: your single source guide to becoming a master of entrepreneurship*, FT Press, USA, 2000,

Iordăchescu M., Scutelnicu E., Iordăchescu Dănuț, *Stimularea potențialului de dezvoltare a I.M.M.-urilor*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2005, ISBN 973-30-1366-8.

Manea D.M., Man O.R., *Managementul I.M.M.-urilor*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2005, ISBN 973-30-1210-6

Nica P.C., *Managementul firmei*, Ed. Condor 1994,

Nicolescu O., *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Ed. Economica 2001,

Russu C., *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Ed. Expert 1996,

Strategia Națională CDI la adresa :

[https://www.edu.ro/sites/default/files/\\_fi%C8%99iere/Minister/2016/strategii/strategia-cdi-2020\\_-\\_proiect-hg.pdf](https://www.edu.ro/sites/default/files/_fi%C8%99iere/Minister/2016/strategii/strategia-cdi-2020_-_proiect-hg.pdf)

**Vă mulțumesc pentru atenția acordată!**

