



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

6.2 Pentru activități din domeniul Energie, mediu și schimbări climatice

Transport de persoane; Alternativa care ține seama de problemele de mediu(reducere poluare în oraș)

O modalitate diferită de a călători și de a vizita capitala României

Asemenea celorlalte capitale europene, capitala României este din ce în ce mai aglomerată, în special în ceea ce privește traficul. Cele câteva milioane de autovehicule înregistrate în Capitala la care se adaugă și cele aflate în tranzit crează o imagine „de coșmar” în ceea ce privește traficul în special în zilele lucrătoare, la orele de vârf și în zonele centrale.

De parte de a fi soluția miraculoasă a traficului supraaglomerat prezentul plan de afaceri își propune a fi o alternativă pentru cei care călătoresc zilnic dinspre zonele periferice spre zona centrală și totodată să constituie o modalitate de a vizita Bucureștiul.

A) SUMARUL PLANULUI DE AFACERI

1. Definirea viziunii afacerii

Afacerea își propune folosirea Râului Dâmbovița, care străbate Bucureștiul de la est la vest, ca o modalitate de a călători în condiții mult mai rapide către zonele centrale ale orașului, evitându-se astfel rutele aglomerate prin care se ajunge în zona centrală.

În plan secundar poate fi văzută ca o modalitate de agrement inedită și relaxantă prin care se poate vizita Capitala României.

1.1 Cine sunt clienții afacerii?

În general afacerea se poate baza de două categorii de clienți:

- Prima categorie se referă la cei care locuiesc în partea estică a orașului și călătoresc zilnic spre zona centrală sau către zonele estice, trecând prin zona centrală.

Punctual vorbim despre locuitori ai cartierelor Crângași, Giulești, Militari, Politehnica și complexul Regie care călătoresc spre zonele Eroilor, Izvor, Piața Unirii, Tineretului, Vitan.

- A doua categorie se referă la clienți ocazionali care pot folosi serviciul pus la dispoziție în scopuri de agrement. Pe această rută se pot vizita o serie de obiective: Dâmbovița Center, Parcul Eroilor, Opera Română, Opera Center, Casa Poporului, Zona Financiară Unirii-Victoriei, Tribunalul București, Muzeul de Istorie, Unirea Shopping Center, Vitan Mall, Parcul Tineretului- Eroii Revoluției, etc.

1.2 Pe ce piață va activa?

Strict vorbind afacerea nu are concurenți care să presteze servicii similare pe latura de agrement. Pe această latura se poate spune că afacerea oferă un serviciu care nu mai este oferit pe piață nici în această formă nici sub forma unui substitut.

Cu toate acestea afacerea va intra în concurență pe latura de transport persoane pe de o parte cu regia de transport in comun (RATB) și cu regia de transport subteran (METROREX).

1.3 Ce va oferi afacerea ?

După cum s-a anticipat, afacerea va presta două mari categorii de servicii. În funcție de receptivitatea pieței la cele două categorii de servicii oricare dintre ele poate deveni principal în funcție de rentabilitate și cerere.

- Servicii de transport

Afacerea își propune să presteze servicii de transport persoane sau marfă. Acesta poate deveni o alternativă transportului în comun supraaglomerat.

Punctual vorbim despre servicii de transport dinspre Crângași, Giulești, Militari, Politehnica și complexul Regie spre zonele Eroilor, Izvor, Piața Unirii, Tineretului, Vitan.

Afacerea poate include și servicii de transport bagaje ușoare sau marfa sau orice alt serviciu de transport care se pretează la un asemenea mijloc.

- - Servicii de agrement

Afacerea poate oferi servicii de transport agrement, realizând totodată un acces facil la o serie de puncte de atracție arhitectonice, istorice, culturale și moderne ale Capitalei: Dâmbovița Center, Parcul Eroilor, Opera Română, Opera Center, Casa Poporului, Zona Financiară Unirii-Victoriei, Tribunalul București, Muzeul de Istorie, Unirea Shopping Center, Vitan Mall, Parcul Tineretului- Eroii Revoluției, etc.

1.4 Planuri de extindere a afacerii

Pe termen mediu se va urmări extinderea cu preponderență a laturii de agrement a afacerii. Astfel se dorește extinderea afacerii asupra potențialului neexploatat pentru lacul Morii – Crângași. În acest sens se dorește dezvoltarea unor programe de agrement:

- 1.organizarea de plimbări de agrement pe lac
- 2.delimitarea unor zone de pescuit amator
- 3.amenajarea unui camping într-o zonă mai restrânsă în zona Roșu

Avantajul competitiv

Avantajul competitiv al transportului de călători este dat de următoarele aspecte:

Pentru clienții „țintă” ai afacerii oferă este calea cea mai rapidă spre zona Piața Unirii și zona de sud-est a orașului.

Estimativ se apreciază o durată de circa 20 min din zona Crângași – Piața Unirii, putându-se garanta o durată constantă a călătoriei datorită lipsei blocajelor, intersecțiilor etc, în comparație cu mijloacele „clasice” care au nevoie de un timp dublu de acces.

De asemenea mijloacele convenționale de transport în comun, pentru respectiva zonă, nu asigură o rută directă de acces spre zona Unirii, lucru care asigură un avantaj concurențial clar și palpabil și face planul de afaceri viabil.

1.6 Este fezabilă afacerea?

Afacerea este fezabilă în condițiile în care cea mai mare parte din infrastructură există dar nu este complet exploatat.

Fezabilitatea afacerii depinde și de existența acceptului municipalității pentru exploatarea acestei afaceri, în condițiile în care infrastructura ce ține de Râul Dâmbovița este un bun public.

1.7 Pot fi suportate costurile?

Costurile afacerii sunt legate de costurile ambarcațiunilor dotate corespunzător scopului pentru care sunt folosite. În acest sens se pot folosi modalitățile non-numerar de achiziție, respectiv leasing sau rate.

Dat fiind faptul că se urmărește realizarea unui proiect care vizează și dezvoltarea infrastructurii Bucureștiului se poate apela la fonduri europene sau la împrumuturi garantate de municipalitate.

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.

Vă mulțumesc pentru atenția acordată!

