



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

3.3. Produsele/Serviciile din afacere

Acest subcapitol este necesar pentru a descrie produsul (produsele) și/sau serviciile oferite de întreprindere. În caz când întreprinderea oferă pe piață mai mult decât un produs sau tip de servicii, trebuie de indicat ponderea vânzărilor pe fiecare produs/serviciu în vânzările totale ale întreprinderii.

Planul de afaceri trebuie să demonstreze că inițiatorii proiectului au o **idee clară** asupra a ceea ce își propun să realizeze. Un finanțator care citește un plan de afaceri trebuie să vadă care sunt **scopurile afacerii** și care sunt **obiectivele** în următoarele luni sau în următorii ani. Vor trebui prezentate **misiunea/scopul principal** al firmei, obiectivele sale pe termen mediu (unde vrem să ajungem în următorii 3-5-7 ani?), precum și cele pe termen scurt (ce urmează să facem imediat?). **Strategia de atingere a acestor scopuri** trebuie de asemenea prezentată într-un mod convingător.

Planul de afaceri **trebuie să ofere o descriere suficient de detaliată a produsului/serviciului firmei.** În cazul în care un investitor potențial nu înțelege în ce constă produsul respectiv, s-ar putea să nu mai existe ocazia de a oferi explicații suplimentare.

În cazul în care este vorba de un produs/serviciu existent, poate fi prezentată experiența firmei în domeniu, capacitățile de producție existente, competențele tehnice acumulate, performanța în domeniul vânzărilor etc. În cazul în care este vorba de un produs/serviciu nou vor fi prezentate avantajele care permit firmei obținerea acestuia și acțiunile care mai trebuie întreprinse până la începerea activității normale.

Poate fi anexat și **un buget special al lucrărilor necesare până la ieșirea pe piață sau un buget de cercetare**. Existența unui brevet sau a altor drepturi exclusive asupra produsului sau serviciului reprezintă un avantaj pentru firma și va fi desigur menționată în planul de afaceri.

Calitatea și prețul produsului reprezintă aspecte principale care nu pot lipsi din nici un plan de afaceri. Ele sunt esențiale în poziționarea firmei față de clienți și concurență. O calitate inferioară reprezintă un risc crescut de pierdere a clienților în fața concurenților; în același timp, cheltuielile pentru îmbunătățirea produsului nu vor fi recuperate dacă nu corespund percepțiilor clienților. Imaginea despre calitatea produsului poate fi îmbunătățită prin garanțiile sau alte servicii postvânzare oferite. Alegerea prețului produsului este un aspect extrem de important; multe modele de planuri de afaceri sugerate de finanțatori solicită aprecieri ale prețului produsului în comparație cu cele ale concurenței. În cazul în care prețul este mai ridicat, trebuie să arătați ce îi va determina pe clienți să cumpere de la dumneavoastră.

Ceea ce contează este **rentabilitatea pe care o poate aduce produsul la un anumit nivel de preț**. Dacă sunt mai multe produse sau servicii, veți prezenta caracteristicile fiecăruia și ponderea estimată în totalul vânzărilor. Orientarea spre un produs sau un serviciu unic reprezintă un risc, în special în cazul în care piața este îngustă sau preferințele consumatorilor se modifica rapid. În același timp, extinderea în domenii în care nu aveți experiență reprezintă și ea un risc. Un produs sau serviciu ușor de imitat s-ar putea să nu ofere suficientă protecție în fața concurenței.

Diverse documentații cu caracter prea **tehnic pot fi anexate** la planul de afaceri – sau pot fi preluate în cadrul unui studiu de fezabilitate.

3.4. Siguranța împrumutului

Dacă se va solicita un împrumut se va solicita o asigurare pentru acesta și prin urmare, se va solicita ce active are solicitantul și dacă acestea au fost gajate altora în calitate de asigurare pentru împrumuturile luate anterior și care este valoarea curentă a fiecărui bun.

Un creditor va dori să cunoască dacă solicitantul a mai împrumutat din alte surse sau are un overdraft bancar sau are creditori comerciali și dacă solicitantul a putut menține nivelul de plăți cerute de creditori în mod regulat și punctual.

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!

