

PLAN DE AFACERI

Model

1. PLANUL DE AFACERI

Planul de afaceri este un document care descrie natura afacerii, piata-tintă, avantajele pe care afacerea le va avea asupra competitorilor, resursele si aptitudinile de care dispun proprietarii afacerii.

Pentru întocmirea acestuia este necesar să se analizeze cu atenție produsele sau serviciile oferite, competiția, resursele financiare necesare si alte detalii operaționale.

Modelul planului de afaceri este prezentat în continuare.

2. PREZENTAREA GENERALĂ A FIRMEI

2.1. PREZENTAREA AGENTULUI ECONOMIC INIȚIATOR

Se prezintă datele de identificare ale agentului economic. 1.Denumirea agentului economic.

2.Precizarea formei de constituire a agentului economic, conform legislației în vigoare:

-societate comercială (în nume colectiv, comandita simplă, în comandita pe acțiuni, pe acțiuni, cu răspundere limitată), -societate agricolă, -societate națională, -companie națională, -regie autonomă, -regie națională etc.

3.Adresa sediului central, localizarea filialelor, sucursalelor, etc.

4.Înmatricularea la Registrul Comerțului, cu nr., din data, cod fiscal.

5.Nominalizarea acționarilor (asociaților) si contribuția acestora la capitalul social.

6.Prezentarea succintă a istoricului agentului economic de la data înființării pînă în prezent, precizarea momentului cînd s-a început efectiv activitatea pentru care firma s-a înființat, evoluția, evenimentele cele mai importante din activitate, etc.

7.Valoarea capitalului social subscris din care cît a fost vărsat.

8.Principalul obiect de activitate desfășurat efectiv. Se va menționa una din următoarele activități:

- producție,
- transporturi,
- servicii,
- comerț,
- construcții,
- consultantă.

9.Se va preciza categoria de produs/marfă/serviciu care a fost realizat/prestat efectiv.

10.Precizați structura ierarhică a conducerii firmei, nominalizați: cine conduce efectiv societatea comercială, funcția deținută, studii, înlocuitorii prevăzuți în contract (în caz de absentă, boală, deces).

2.2. PREZENTAREA AFACERII

Se prezintă date referitoare numai la afacere, activitatea pentru care se solicită creditul (finanțarea), chiar dacă firma participă la mai multe activități, în domenii diferite, astfel:

1 .Se prezintă activitatea pe care urmează să o înceapă firma.

2.Se menționează data cînd a demarat sau cînd se preconizează să înceapă afacerea.

3. Stadiul actual al afacerii:

- idee,
- proiect,
- fază inițială,
- în derulare.

4. Menționați faza în care se situează afacerea propusă:

- lansare,
- avânt,
- maturitate,
- declin.

5. Prezentați acțiunile întreprinse de dumneavoastră în cadrul afacerii pînă la momentul solicitării creditului:

- achiziții de materiale, materii prime, mărfuri,
- studii de piață,
- contracte încheiate cu furnizorii, clienții,
- analize tehnico-economice etc.

6. Se vor enumera acțiunile preconizate a fi realizate după aprobarea creditului: -asigurarea spațiului productiv/comercial,

- aprovizionarea cu materii prime, materiale, produse finite, mărfuri,
- achiziționare de utilaje, echipament, mobilier,
- asigurarea condițiilor tehnico-economice, sanitare, etc.

7. Se va preciza necesarul de surse de finanțare pentru realizarea afacerii:

- total, din care surse proprii (existente în conturile agentului economic),
- surse atrase (împrumuturi).

8. Încercați să determinați prin mijloacele de care dispuneți dimensiunea afacerii:

- volumul încasărilor anuale,
- volumul profitului,
- mărimea segmentului de piață ocupat: număr de clienți, importanța acestora, aria geografică în care se află.

9. Dacă aveți o strategie de perspectivă, arătați principalele jaloane pentru viitor:

- obiective concrete pentru următorii 2-5 ani,
- obiective generale de perspectivă, etc.

10. Influența mediului asupra firmei:

- menționați cantitățile și caracteristicile emisiilor poluante,
- mijloacele de tratare și neutralizare a acestora,
- costurile generate cu tratarea mijloacelor poluante,
- crearea de noi locuri de muncă,
- dezvoltarea rețelei de drumuri,
- utilități publice.

2. ANALIZA PIETEI

Prezentați concluziile care se desprind dintr-un studiu de piață întocmit de dumneavoastră sau de către un specialist din domeniu, referitoare la noua activitate, la noul produs, noul tip de serviciu, etc.

2.1. PRODUSUL NOU

1. În cazul produselor prezentați:

- descrierea fizică,
- caracteristicile tehnice,

performantele,
utilitatea,
căror nevoi răspund.

În cazul serviciilor descrieți trăsăturile caracteristice ale acestora în așa fel încât să se înțeleagă la ce servesc serviciile prestate de către firmă.

În cazul comerțului precizați gama de produse pe care le veți vinde și aria de valorificare, dacă vânzarea este cu amănuntul sau cu ridicata și dacă veți furniza servicii specifice: post vânzare, transport, garanție, reparații, etc.

2. Precizați parametrii economici ai produsului/serviciului/comerțului:

- cost unitar,
- pret de vânzare unitar,
- adaos comercial,
- taxe,
- comisioane,
- marja importatorului.

2.2. SEGMENTUL DE PIAȚĂ

1. Prezentați caracteristicile specifice ale segmentului dumneavoastră de piață, căror nevoi se adresează, de exemplu: vestimentație, alimentație, electro-casnice, birotică, turism, etc.

2. Precizați localizarea pieței: locală, regională, națională, internațională, cu detalii dacă sînteti în posesia lor.

3. Precizați care sînt tendințele actuale ale pieței produsului/serviciului/comerțului dumneavoastră: declin, stagnare, progres lent, expansiune rapidă.

4. Prezentați trăsăturile caracteristice ale cererii: cerere zilnică, anuală, de sezon, evoluția în ultimii ani și cea previzibilă etc.

5. Precizați cine sînt clienții pentru produsul/serviciul dumneavoastră: individuali, colectivități, comercianți cu ridicata, cu amănuntul, societăți comerciale, agricole etc. Ce îi determină să cumpere produsul/serviciul dumneavoastră. Cât de des cumpără de obicei. Ce caracteristici îi interesează, ce pret sînt dispuși să plătească. De ce credeți că vor cumpăra de la dumneavoastră.

6. Nominalizați principalii concurenți pentru același tip de produs/serviciu/comert în cadrul pieței dumneavoastră, menționînd pentru fiecare dintre ei trăsăturile caracteristice pe care le cunoașteți:

- mărimea: **cantitativ, valoric**,
- număr de personal,
- caracteristicile produsului/serviciului lor,
- reputația,
- modalități de valorificare,
- mărimea segmentului lor de piață etc.

Prezentați avantajele concurenților față de dv. și avantajele dv. față de ei. **2.3.**

STRATEGIA DE COMERCIALIZARE

1. Politica produsului. Descrieți modul de prezentare a produsului/serviciului, aspectul comercial, ambalaj, tip de garanții și servicii prestate, dacă aveți un singur produs/serviciu sau mai multe tipuri de produse/servicii sau o gamă, o diversitate de game.

2. Politica de preturi. Precizați cum veți stabili prețul produsului/serviciului, dacă și cînd veți oferi reduceri de preturi, cum vă situați față de concurenți, explicați de ce.

3. Politica de distribuție. Menționați care sînt canalele dv. de distribuție: vânzări directe, cu ridicata, intermediari, prin agenți, la comandă, etc.

4. Precizați care sînt modalitățile de vînzare ale produselor dv.: cu ridicata, cu amănuntul prin magazin propriu, rețea de magazine specializate, la domiciliul clientului, dacă veti angaja vînzători sau veti folosi comercianți independenți, dacă veti face export, etc.

5. Menționați prin ce mijloace de promovare: cataloage, broșuri, participare la tîrguri și expoziții sau reclamă la radio, TV, presa, afisaj. Veti face publicitate produsului/serviciului dv.

3. ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII

3.1. CONDIȚIILE NECESARE DESFĂȘURĂRII ACTIVITĂȚII PROPUSE

a). Organizare

1. Descrieți procesul de producție, etapele de bază, menționînd pentru fiecare timpul și fondurile necesare.

2. Descrieți fluxul de producție/magazinul/biroul, menționînd etapele, iar pe fiecare etapă: costurile, dificultățile, riscurile, cerințele procesului de producție (personal, suprafețe productive, echipamente, mijloace de transport, materiale).

3. Se vor menționa norme, standarde, tehnici pentru asigurarea și controlul calității.

4. Se vor preciza modalitățile utilizate pentru transport intern și manipularea produselor în cadrul activității și cu ce forte se realizează.

b). Suprafețe de producție sau comercializare

1. Descrieți caracteristicile imobilelor și terenurilor aflate în folosința dv: suprafața, destinația actuală (producție, depozitare, comercializare, etc), forma de proprietate, chirie, locația gestiunii, etc.

2. Precizați dacă pentru afacerea dv, în funcție de resursele financiare de care dispuneți este suficientă suprafața existentă sau aveți posibilitatea de extindere. Menționați căile de extindere (achiziție, închiriere), mărimea suprafețelor, localizarea sau amplasarea, costurile de achiziție sau închiriere, etc.

c). Echipamente și utilaje

1. Nominalizați tipurile de echipamente, utilaje, mijloace de transport pe care le veti utiliza pentru a asigura desfășurarea afacerii și destinația acestora: pentru producție, auxiliare, servicii, etc.

2. Precizați parametrii tehnici, economici și funcționali ai echipamentelor, anul de fabricație, starea fizică (noi, utilizate și gradul de uzură), capacitatea maximă de producție.

3. Menționați sursele și costurile pentru achiziția mijloacelor fixe noi, a mijloacelor fixe la mîna a doua, chiria și durata contractului de închiriere, locația de gestiune, etc.

d). Materiale sau mărfuri

1. Specificați materiile prime, materialele, semifabricatele, produsele finite, mărfurile necesare desfășurării procesului de producție (cantitativ și valoric).

2. Nominalizați cei mai importanți furnizori reali, care vor asigura aprovizionarea cu materii prime, materiale, produse finite, semifabricate, mărfuri. Precizați dacă ati luat deja contact cu aceștia.

Dacă este cazul precizați stadiul contractelor cu furnizorii, încheiate, în curs de negociere, preconizate, condițiile de plată (cash, la termen, acreditiv, etc).

3. Ponderea cheltuielilor de aprovizionare în total cheltuieli de producție.

3.2. CONDUCEREA

1. Precizați responsabilitățile fiecărui conducător pentru noua activitate/noul produs.

2.Nominalizați cine este persoana care prin cunoștințele pe care le posedă sau informațiile pe care le deține, poate influența bunul mers al afacerii (angajat „cheie”, dacă este cazul).

3.Descrieți modalitățile de supraveghere/monitorizare a personalului angajat,

a).PERSONALUL

Precizările sînt valabile numai pentru activitatea propusă.

1.Precizați numărul de angajați necesari pentru realizarea proiectului și cum preconizați că va evolua numărul acestora. Prezentați organigrama firmei.

2.Menționați structura angajaților la începutul afacerii, evoluția acestora în perspectivă (operativi, auxiliari, administrativi, lucrători comerciali, conducere) și calificarea necesară.

3.Precizați modalitățile de instruire și calificare.

4.Descrieți modalitățile de plată, premiere, penalizare.

5.Precizați metodele utilizate pentru protecția/securitatea muncii.

4. INFORMAȚII FINANCIARE

4.1. SITUAȚIA FINANCIARĂ CURENTĂ

1.Prezentați activele corporale imobilizate de care dispuneți, regimul juridic al acestora (proprietate, leasing, închiriere, etc) și valoarea contabilă a acestora. Menționați care active sînt ipotecate/gajate.

2.Anexați ultimele două situații financiare încheiate: bilanț contabil, contul de profit și pierdere, balanțe de verificare, în cazul agentului economic care funcționează de mai mult de 12 luni.

4.2. PROIECȚII FINANCIARE

Transpuneti în termeni financiari diversele obiective pe care le urmăriți în viitor. Veti avea în vedere finanțarea afacerii, veniturile și costurile, identificînd: necesarul de fonduri și sursele din care se vor acoperi acestea. În proiecție este recomandabil să se acopere toate cheltuielile cu veniturile provenite din activitatea propusă, să se determine profitul rezultat, urmărind să nu se supraevalueze veniturile și să nu se minimizeze cheltuielile sau invers.

Nu pot fi înscrise cheltuieli fără stabilirea resurselor din care ar urma să fie efectuate. Veti face estimări lunare pentru primul an, iar pentru următorii, la nivel anual.

1.Întocmiți un bilanț contabil de plecare pentru primul an de activitate, preluînd acele elemente patrimoniale care se regăsesc în evidentele contabile curente.

2.Veniturile vor cuprinde toate încasările din activitatea de exploatare, financiară și excepțională a afacerii propuse. Cheltuielile vor cuprinde toate încasările din activitatea de exploatare, financiară și excepțională.

3.Cash flow-ul reprezintă un instrument de planificare financiară. Acesta furnizează o proiecție a următoarelor date:

-disponibilități bănești la începutul perioadei la care vă referiți (în casă și la bancă, inclusiv capitalul social vărsat în numerar),

-intrările previzionate pentru perioada respectivă, prin datorii financiare, încasări din activitatea de exploatare, din cea financiară și din cea excepțională,

-ieșirile de numerar pentru aceeași perioadă, care includ: plata datoriilor financiare, achiziții de active fixe, dotări/modernizări, plăți pentru activitatea de exploatare, pentru impozite, taxe, rambursări de credite, plăți de dobânzi, plăți excepționale.

Soldul inițial al disponibilului/necesarului de lichidități dintr-o lună (an) va fi întotdeauna egal cu soldul final al disponibilului/necesarului de lichidități din luna anterioară sau anul anterior.

4. Se vor evidenția riscurile care ar influența previziunea dvs., cum ar fi: caracterul sezonier al produselor, intensificarea gradului de concurență pe piață, scăderea puterii de cumpărare a populației etc.