Instrucțiuni privind elaborarea planului de afaceri

Fiecare ***plan de afaceri*** va prezenta în mod obligatoriu următoarea structură:

1) Prezentarea generală a afacerii – aprox. 1 pagină

- definirea nevoii vizate

- publicul țintă

- produsul vândut / serviciul oferit

2) Ciclul de exploatare – aprox. 1 pagină

În această secțiune, ciclul de exploatare avut în vedere va fi prezentat la un nivel de detaliere suficient pentru evidențierea clară a fiecărei operațiuni care va fi parcursă. Fiecare operațiune din cadrul ciclului de exploatare va fi descrisă, fiind scos în evidență necesarul de resurse de orice tip (spații, utilaje, mobilier, calculatoare, software, personal, materii prime, utilități, servicii, etc.).

3) Bugetul investițional și surse de finanțare – aprox. 1 pagină

Bugetul va putea conține aplicații informatice, calculatoare, clădiri, mobilier, autovehicule, alte active imobilizate sau obiecte de inventar care se impun a fi achiziționate înainte de demararea activității de exploatare. Nevoia întreprinderii pentru aceste resurse rezultă din descrierea ciclului de exploatare proiectat. Se recomandă ca prețul fiecărei resurse să fie cât mai realist. În acest sens, membrii echipei pot găsi informații pe site-uri ale unor potențiali furnizori sau pot obține oferte (care nu se anexează la planul de afaceri, dar pot fi prezentate în fața comisiei).

Prețurile se exprimă în lei, cu TVA. Având în vedere că prețurile sunt estimate, se recomandă rotunjirea acestora. Între momentul elaborării planului de afaceri și momentul unei eventuale implementări a acestuia pot trece luni sau chiar ani. Pot fi identificați alți furnizori, iar prețurile se negociază cu furnizorii în momentul achiziției (astfel, acestea pot fi diferite de cele ofertate în momentul elaborării planului de afaceri).

4) Identificarea și analiza pieței – aprox. 2 pagini

- Se va stabili cu claritate piața căreia întreprinderea i se adresează. Piața va fi definită atât din punct de vedere geografic, cât și în baza altor caracteristici relevante ale potențialilor cumpărători.

- Se colectează informații cu privire la piața vizată pe bază de chestionar, interviu, focus grup, preluare din baze de date ale unor instituții, etc. Modalitatea de colectare se descrie în această secțiune. Se prezintă rezultatele analizei datelor.

- Analiza va releva informații privind: numărul de cumpărători potențiali, fecvența cumpărării, cantitățile cumpărate, puterea de cumpărare, așteptări ale cumpărătorilor cu privire la

caracteristicile produselor sau serviciilor și preț, modalitatea de informare utilizată de cumpărători în vederea luării deciziei de cumpărare, locațiile preferate pentru efectuarea achiziției.

- Sunt identificați și prezentați principalii concurenți, dacă aceștia există. În special, se analizează strategiile de marketing ale concurenților.

5) Strategia de marketing – aprox. 2 pagini

5.1) Politica de produs
- Sunt configurate caracteristicile produselor / serviciilor, fiind scoasă în evidență modalitatea în care se ține cont de așteptările cumpărătorilor și de politicile de produs ale concuenților (așa cum acestea rezultă din analiza pieței).

5.2) Politica de preț
- Sunt stabilite prețurile de vânzare, prin raportarea concomitentă la: costurile de producție / prestare, prețurile concurenților, elasticitatea cererii în raport cu prețul. Pețurile sunt preluate în secțiunea 6, în estimarea veniturilor din vânzări.

5.3) Politica de promovare
- Se configurează politica de promovare și se stabilește bugetul anual de promovare (care va fi preluat în estimarea cheltuielilor curente, în secțiunea 6).

5.4) Politica de distribuție
Se configurează politica de distribuție a produselor, în fundamentarea acesteia ținându-se cont de locațiile și metodele de achiziție preferate de cumpărători, politicile de distribuție practicate de concurență, costurile de distribuție asociate diverselor soluții, posibilitățile de menținere a contactului cu piața, etc.

6) Planificarea financiară – aprox. 3 pagini

Planificarea financiară vizează primii 3 ani de exploatare. Perioada de estimare începe astfel din momentul finalizării implementării investiției. Datele din planificare vor fi anuale (fără defalcare lunară). Estimările se realizează în lei, în prețuri actuale, fără a se ține cont de o eventuală creștere a acestora în baza fenomenului inflaționist.

6.1) Estimarea veniturilor

Se recomandă ca fiecare categorie de venit să fie estimată separat, în format tabelar. În cadrul tabelului de estimare al fiecărei categorii de venit vor fi incluși factorii determinanți ai valorii anuale a venitului. Asociat fiecărui tabel, echipa poate furniza explicații suplimentare cu privire la valorile estimate ale factorilor determinanți și la relațiile de cauzalitate existente.

6.2) Estimarea cheltuielilor

- Ca și în cazul veniturilor, se recomandă ca fiecare categorie de cheltuieli să fie estimată separat, în format tabelar.

6.3) Bugetul de venituri și cheltuieli

- Veniturile și cheltuielile curente estimate vor fi centralizate sub forma unui buget de venituri și cheltuieli.

6.4) Pragul de rentabilitate

- Se calculează pragul de rentabilitate. Se compară valoarea pragului de rentabilitate cu capacitatea de producție / prestare și cu cererea din partea pieței.

Textul planului de afaceri va fi formatat cu **Times New Roman, 12**.