

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| [Adresă poștală] [Localitate, județ, cod poștal] |  | T: [Telefon]  f. [Fax] |  | [E-mail]  [Adresă web] |

[Titlu plan de afaceri]

[Subtitlu plan de afaceri]

Cuprins

1. [Rezumat executiv 2](#_Toc13762742)

[Aspecte importante](#_Toc13762743)

[Obiective](#_Toc13762744)

[Declarație cu privire la obiectivele firmei](#_Toc13762745)

[Chei pentru succes](#_Toc13762746)

1. [Descrierea afacerii 3](#_Toc13762747)

[Proprietate firmă/Entitate juridică](#_Toc13762748)

[Locație](#_Toc13762749)

[Interior](#_Toc13762750)

[Program de funcționare](#_Toc13762751)

[Produse și servicii](#_Toc13762752)

[Furnizori](#_Toc13762753)

[Serviciu](#_Toc13762754)

[Producție](#_Toc13762755)

[Management](#_Toc13762756)

[Gestiune financiară](#_Toc13762757)

[Rezumat înființare/achiziționare firmă](#_Toc13762758)

1. [Marketing 6](#_Toc13762759)

[Analiză de piață](#_Toc13762760)

[Segmentarea pieței](#_Toc13762761)

[Concurență](#_Toc13762762)

[Prețuri](#_Toc13762763)

1. [Anexă 9](#_Toc13762764)

[Cheltuieli de înființare a firmei](#_Toc13762765)

[Stabilirea capitalului inițial](#_Toc13762766)

[Flux monetar](#_Toc13762767)

[Declarație de venituri estimate](#_Toc13762768)

[Declarație de profit și pierderi](#_Toc13762769)

[Bilanț contabil](#_Toc13762770)

[Previziune de vânzări](#_Toc13762771)

[Jaloane](#_Toc13762772)

[Analiza rentabilității](#_Toc13762773)

[Documente diverse](#_Toc13762774)

# Rezumat executiv

|  |  |
| --- | --- |
|  | Scrieți acest lucru ultimul, astfel încât să puteți rezuma cele mai importante puncte din planul dvs. de afaceri.  Furnizați o descriere concisă, dar pozitivă a firmei dvs., incluzând obiectivele și realizările. De exemplu, în cazul în care firma dvs. este înființată, gândiți-vă să descrieți obiectivele cu care a pornit, cum și-a realizat obiectivele până în momentul de față și ce urmează de acum înainte. Dacă este nouă, rezumați ce intenționați să faceți, cum și când intenționați să faceți acest lucru și cum credeți că puteți depăși obstacolele majore (cum ar fi concurența).  De asemenea, puteți alege să utilizați următoarele patru subtitluri pentru a organiza și a vă ajuta să prezentați informațiile pentru rezumatul executiv.  Notă: pentru a șterge un sfat, precum acesta, faceți clic pe textul sfatului și apăsați bara de spațiu |

## Aspecte importante

|  |  |
| --- | --- |
|  | Rezumați aspectele importante ale firmei. De exemplu, poate doriți să includeți o diagramă care afișează vânzările, cheltuielile și profitul net pentru câțiva ani.  Notă: pentru a înlocui datele din diagrama eșantion cu datele dvs., faceți clic dreapta pe diagramă, apoi faceți clic pe Editare date. |

## Obiective

|  |  |
| --- | --- |
|  | De exemplu, includeți o cronologie cu obiectivele pe care doriți să le realizați. |

## Declarație cu privire la obiectivele firmei

|  |  |
| --- | --- |
|  | Dacă aveți o declarație cu privire la obiectivele firmei, includeți-o aici. De asemenea, includeți orice puncte esențiale despre firma dvs. care nu sunt incluse în altă parte în rezumatul executiv. |

## Chei pentru succes

|  |  |
| --- | --- |
|  | Descrieți factorii unici sau distinctivi care vă vor ajuta să reușiți cu planul dvs. de afaceri. |

# Descrierea afacerii

|  |  |
| --- | --- |
|  | Oferiți o descriere pozitivă, concisă și bazată pe fapte a afacerii dvs.: în ce constă și ce o va face unică, competitivă și de succes. Descrieți caracteristicile speciale care vă vor face afacerea atractivă pentru potențialii clienți și identificați principalele scopuri și obiective ale firmei dvs. |

## Proprietate firmă/Entitate juridică

|  |  |
| --- | --- |
|  | Precizați dacă firma dvs. este o societate cu asociat unic, corporație (tip) sau asociație. Dacă este cazul, definiți tipul de firmă (cum ar fi fabricare, comercializare sau serviciu).  Dacă sunt necesare licențe sau autorizații, descrieți cerințele pentru obținerea acestora și stadiul în care vă aflați în acest proces.  Dacă nu ați specificat deja dacă aceasta este o întreprindere independentă nouă, o preluare, o franciză sau o extindere a unei foste firme, includeți aici acest lucru. |

## Locație

|  |  |
| --- | --- |
|  | Rețineți că locația are o importanță primordială pentru unele tipuri de firme, iar pentru alte firme mai puțin.   * Dacă firma dvs. nu necesită anumite considerații despre locație, acest lucru ar putea fi un avantaj și ar trebui să-l notați cu siguranță aici. * Dacă ați ales deja locația, descrieți elementele principale - puteți utiliza unii dintre factorii descriși în următorul marcator ca ghid sau alți factori care reprezintă considerații esențiale pentru firma dvs. * Dacă nu aveți încă o locație, descrieți criteriile esențiale pentru a stabili o locație potrivită pentru firma dvs.   Luați în considerare următoarele exemple (rețineți că aceasta nu este o listă exhaustivă și este posibil să aveți și alte considerații):  Ce tip de spațiu căutați și unde? Există un anumit spațiu care ar fi deosebit de bun din punct de vedere al comercializării? Trebuie să aveți o locație la parter? În acest caz, este necesar ca locația să fie ușor accesibilă de la mijloacele de transport publice?  Dacă vă gândiți la un anumit loc sau să comparați anumite locuri, pot fi importante următoarele aspecte: Cum este fluxul de acces/trafic? Există o parcare potrivită? Este suficientă iluminarea stradală? Este aproape de alte firme sau locații care vă pot ajuta să atrageți tipul de clienți pe care-l căutați? Dacă există o vitrină stradală, atrage aceasta atenția sau ce trebuie făcut pentru a atrage atenția de care aveți nevoie?  Dacă mijloacele de semnalizare sunt potrivite pentru afacerea dvs.: Există ordonanțe locale privind mijloacele de semnalizare care v-ar putea afecta negativ? Ce tip de mijloace de semnalizare ar servi cel mai bine nevoilor dvs? Ați inclus costul mijloacelor de semnalizare în cifrele de înființare a firmei? |

## Interior

|  |  |
| --- | --- |
|  | Pentru anumite afaceri, interiorul firmei este la fel de important ca locația. Dacă acest lucru este valabil și în cazul firmei dvs., descrieți de ce este acesta optim pentru dvs.  Cum ați calculat dimensiunea în metri pătrați de care aveți nevoie? Ați făcut o planificare anticipată pentru a vă asigura că veți profita la maximum de spațiul dvs., cum ar fi unde și cum puneți lucrurile?  Există cerințe speciale/modificări ale spațiului care presupun lucrări de construire sau de instalare? Aveți nevoie de permisiunea unui proprietar sau de alte permisiuni pentru a face acest lucru?  Dacă este cazul, cum veți prezenta produsele? Deține aspectul fluxul/caracteristicile care contribuie la ambianță și/sau pot contribui la creșterea vânzărilor?  Descrieți toate caracteristicile speciale din interiorul firmei dvs. care vă oferă un avantaj competitiv asupra unor firme similare. |

## Program de funcționare

|  |  |
| --- | --- |
|  | Auto-explicativ, dar important pentru firme precum magazinele de vânzare cu amănuntul sau pentru activitățile comerciale sezoniere. |

## Produse și servicii

|  |  |
| --- | --- |
|  | Descrieți produsele sau serviciile dvs. și de ce există o cerere pentru acestea. Care este piața potențială? Cum ajută acestea clienții? Ce aspecte ale produselor sau serviciilor dvs. vă oferă un avantaj concurențial?  Dacă vindeți mai multe linii de produse sau servicii, descrieți ce anume este inclus. De ce ați ales acest sold de oferte? Cum ajustați acest sold pentru a răspunde cerințelor pieței?  Pentru firmele bazate pe produse, aveți sau vă trebuie controale de inventar? Trebuie să luați în calcul un „devans” când faceți din nou comandă de produse? Aveți nevoie de un sistem de auditare sau de securitate pentru a proteja inventarul?  Notă:   * dacă produsele și/sau serviciile dvs. sunt mai importante decât locația dvs., mutați acest subiect înainte de cel referitor la locație și programul de lucru. * Dacă furnizați doar produse sau doar servicii, ștergeți partea din titlu care nu se aplică. |

## Furnizori

|  |  |
| --- | --- |
|  | Dacă informațiile despre furnizori, inclusiv aranjamentele financiare cu aceștia, joacă un rol important în cadrul firmei dvs., includeți informațiile relevante în această secțiune. |

## Serviciu

|  |  |
| --- | --- |
|  | Indiferent că este vorba despre produse sau servicii, utilizați această secțiune pentru a aborda nivelul și mijloacele serviciilor pe care le furnizați clienților, înainte, în timpul și după vânzare.  Ce anume faceți pentru ca serviciile pe care le oferiți să iasă în evidență în raport cu concurența? |

## Producție

|  |  |
| --- | --- |
|  | Fabrică produse firma dvs? În acest caz, descrieți fabrica și orice utilaj sau echipament special.  Fără a dezvălui informații proprietare, descrieți procedura de fabricație.  Dacă nu ați specificat deja acest lucru în secțiunea Produse și servicii, descrieți cum veți vinde produsele pe care le fabricați. Direct publicului? Printr-un angrosist sau distribuitor? Altele?  Cum veți transporta produsele pe piață? |

## Management

|  |  |
| --- | --- |
|  | Cum vă va ajuta pregătirea sau experiența să faceți ca această afacere să aibă succes? Cât de activ veți fi și ce aspecte de management le veți delega altor persoane?  Descrieți toate celelalte persoane care vă gestionează firma acum sau în viitor, incluzând următoarele:   * Ce calificări și ce experiență au aceștia? (CV-urile pot fi incluse într-o anexă). * Care sunt punctele lor forte sau domeniile de competență care susțin succesul firmei dvs? * Care sunt responsabilitățile lor și sunt acestea definite clar (deosebit de importante în acordurile de parteneriat)? * Ce competențe îi lipsesc echipei de management, astfel încât să trebuiască să fie asigurate de surse externe sau prin angajări suplimentare?   Dacă firma dvs. are angajați, descrieți ierarhia. Ce cursuri de instruire și asistență (cum ar fi un manual de politici ale firmei) le veți oferi angajaților? Veți oferi stimulente angajaților pentru a favoriza dezvoltarea firmei?  Dacă firma dvs. este o franciză, la ce tip de asistență vă puteți aștepta și cât timp? Includeți informații despre procedurile de operare și instrucțiunile asociate care v-au fost furnizate de către francizor. |

## Gestiune financiară

|  |  |
| --- | --- |
|  | Pe măsură ce scrieți această secțiune, luați în calcul faptul că modul în care sunt gestionate resursele financiare ale firmei poate marca diferența dintre succes și eșec.  Ținând cont de produsele sau serviciile pe care intenționați să le oferiți efectiv, explicați cum veți face profitabilă afacerea dvs. și în cât timp. Va asigura afacerea dvs. un flux monetar adecvat sau va trebui să vă ocupați de conturi de creanțe mari și eventuale creanțe nerecuperabile sau colectări?  În Anexă trebuie incluse toate detaliile referitoare la costurile de înființare a firmei și costurile de funcționare. Cu toate acestea, puteți să faceți referire la tabele, diagrame sau numere de pagină corespunzătoare, în timp ce asigurați calcule rezumative ale necesităților pentru înființarea firmei, precum și ale bugetului de funcționare.   * Necesitățile pentru înființarea firmei trebuie să includă orice achiziții unice, cum ar fi echipamente sau consumabile importante, plăți anticipate sau depozite, precum și onorarii pentru servicii juridice și alte servicii profesioniste, licențe/autorizații, asigurări, renovarea/proiectarea/decorarea locației, costuri legate de personal înainte de deschidere; publicitate sau promovare * Odată ce sunteți gata să vă deschideți afacerea, veți avea nevoie de un buget de funcționare pentru a vă ajuta să stabiliți cheltuielile în funcție de prioritate. Bugetul trebuie să includă suma de care aveți nevoie pentru a supraviețui în primele trei până la șase luni de funcționare și să indice modul în care intenționați să controlați resursele financiare ale firmei. Includeți următoarele cheltuieli: chirie, utilități, asigurare, salarii (inclusiv taxe), plăți pentru împrumuturi, consumabile de birou, călătorii și divertisment, juridic și contabilitate, publicitate și promovare, întreținere și reparații, depreciere și orice alte categorii specifice pentru firma dvs.   De asemenea, puteți să includeți informații (sau referințe încrucișate la alte secțiuni ale acestui plan de afaceri, dacă se află în altă parte) despre tipul de sistem de control contabil și al inventarului pe care îl utilizați, intenționați să-l utilizați sau, dacă este cazul, pe care francizorul se așteaptă să îl utilizați. |

## Rezumat înființare/achiziționare firmă

|  |  |
| --- | --- |
|  | Rezumați detaliile esențiale referitoare la înființarea sau achiziționarea firmei. (Dacă nu se aplică la firma dvs., ștergeți.)  După cum s-a menționat în secțiunea precedentă, includeți în Anexă tabelul cu costurile de înființare sau de achiziționare a firmei. |

# Marketing

|  |  |
| --- | --- |
|  | Eficiența cu care lansați pe piață afacerea poate determina în mare măsură succesul sau eșecul acesteia. Este esențial să știți cât mai multe despre potențialii clienții: cine sunt, ce-și doresc (și ce nu-și doresc) și eventualele lor așteptări. |

## Analiză de piață

|  |  |
| --- | --- |
|  | Care este piața dvs. țintă? (Cine sunt cel mai probabil cei care vă vor cumpăra produsele sau vă vor utiliza serviciile?) Care sunt datele demografice? Cât de mare este baza dvs. de clienți potențiali?  Unde se află aceștia? Cum le veți aduce la cunoștință cine sunteți, unde puteți fi găsiți și ce aveți de oferit?  Dacă credeți că aveți ceva nou, inovator sau care nu este disponibil pe scară largă: de unde știți că există o piață pentru acel lucru, că oamenii sunt dispuși să plătească pentru ceea ce aveți de oferit?  Gândiți-vă la piața pe care încercați să pătrundeți: este în creștere, în regres sau în stagnare?  La ce procent din piață credeți că veți putea ajunge să vă adresați? Cum vă veți mări majora cota de piață?  Notă: ați putea să includeți o diagramă, cum ar fi cea de mai jos, pentru a demonstra aspecte-cheie ale potențialul dvs. de piață vizibile dintr-o privire. |

## Segmentarea pieței

|  |  |
| --- | --- |
|  | Este piața dvs. țintă segmentată? Există niveluri diferite în cadrul aceluiași tip de firmă, existând în cazul fiecărei firme diferențe în ce privește calitatea, prețul și gama de produse?  Este segmentarea pieței dictată de zona geografică, linii de produse, prețuri sau de alte criterii?  În ce segment de piață se va încadra principalul obiect de activitate al firmei dvs? Ce procent din piața totală reprezintă acest segment? La ce procent din acest segment va ajunge să se adreseze firma dvs?  Notă: o diagramă cu structură radială este o modalitate eficientă de a demonstra raportul de la parte la întreg, cum ar fi procentul din piața țintă care se încadrează în fiecare segment major. Pentru a modifica forma etichetelor de date, faceți clic dreapta pe o etichetă, apoi faceți clic pe Modificare forme etichetă de date. |

## Concurență

|  |  |
| --- | --- |
|  | Cine mai face ceea ce încercați să faceți dvs?  Descrieți pe scurt câțiva dintre cei mai apropiați și mai mari concurenți. La ce procent din piață are acces fiecare? Care sunt punctele lor forte și cele slabe? Ce puteți învăța din modul în care își desfășoară activitatea și din abordarea lor în ce privește prețurile, publicitatea și marketingul în general? Cum vedeți evoluția în plan concurențial? În ce fel sperați să vă descurcați mai bine?  Cu ce concurență indirectă vă veți confrunta, de exemplu, vânzări de pe internet, magazine universale sau importuri internaționale?  Cum veți ține pasul cu tehnologia și cu tendințele schimbătoare care ar putea avea un impact asupra afacerii dvs. în viitor? |

## Prețuri

|  |  |
| --- | --- |
|  | Cum ați elaborat politica privind prețurile?  Care dintre următoarele strategii de stabilire a prețurilor s-ar potrivi cel mai bine firmei dvs? Costuri și prețuri cu amănuntul, poziție concurențială, prețuri mai mici decât concurența, prețuri mai mari decât concurență, prețuri multiple, prețuri de linie, prețuri bazate pe cost plus adaos sau altă strategie?  Care sunt politicile privind prețurile ale concurenților dvs. și cum se compară acestea cu politicile dvs? Sunt prețurile pe care le practicați la nivelul valorilor medii din industria respectivă?  Cum veți monitoriza prețurile și cheltuielile de funcționare pentru a vă asigura că firma dvs. va înregistra profit?  Cum plănuiți să țineți pasul cu modificările de pe piață, pentru a vă asigura că marjele de profit nu sunt afectate de noile inovații sau de concurență? |

### Publicitate și promovare

|  |  |
| --- | --- |
|  | Cum intenționați să faceți publicitate firmei dvs?  Care dintre următoarele opțiuni de publicitate și promovare vă oferă cele mai mari șanse de a vă dezvolta cu succes afacerea? Servicii director, site-uri web de rețele sociale, mass media (ziare, reviste, televiziune, radio), publicitate prin poștă, telemarketing, seminare și alte evenimente, publicitate în comun cu alte firme, reprezentanți de vânzări, publicitate prin viu grai sau altele?  Cum veți stabili bugetul pentru publicitate?  Cum veți urmări rezultatele eforturilor de publicitate și promovare?  Vă veți face publicitate cu regularitate sau veți efectua campanii sezoniere?  Cum vor fi ambalate produsele dvs? Ați făcut cercetări pentru a afla ce tip de ambalaj va fi cel mai apreciat de clienții dvs? Ați făcut o analiză a costurilor pentru diferite forme de ambalaje? |

### Strategie și implementare

|  |  |
| --- | --- |
|  | Acum, după ce ați descris elementele importante ale firmei dvs., se recomandă să rezumați strategia dvs. pentru implementare. Dacă firma dvs. este nouă, stabiliți pașii pe care trebuie să-i întreprindeți pentru a începe să aveți activitate. Descrieți obiectivele, modul în care intenționați să le realizați și precizați parametrii de timp.  Deși omisă de cele mai multe ori, planificarea reprezintă unul dintre cele mai importante elemente ale planului de afaceri pentru a vă asigura că dețineți (cât mai mult posibil) controlul asupra evenimentelor și asupra direcției în care se îndreaptă afacerea. Ce metode de planificare veți utiliza? |

# Anexă

## Cheltuieli de înființare a firmei

|  |  |
| --- | --- |
| Licențe de funcționare |  |
| Cheltuieli de înregistrare |  |
| Depozite |  |
| Cont bancar |  |
| Chirie |  |
| Modificări interior |  |
| Echipamente/utilaje necesare: |  |
| Articolul 1 |  |
| Articolul 2 |  |
| Articolul 3 |  |
| *Total echipamente/utilaje* |  |
| Asigurare |  |
| Foaie de scris/cărți de vizită |  |
| Broșuri |  |
| Publicitate înainte de deschidere |  |
| Inventar inițial |  |
| Altele (enumerați): |  |
| Articolul 1 |  |
| Articolul 2 |  |
| Total cheltuieli inițiale |  |

## Stabilirea capitalului inițial

|  |  |
| --- | --- |
|  | * Mai întâi, completați cifrele pentru diversele tipuri de cheltuieli în tabelul cu fluxul de monetar de pe pagina următoare. * Începeți prima lună din tabelul care urmează cu suma inițială de 0 lei și centralizați cheltuielile „plăți” din tabelul cu fluxul de numerar sub cele trei titluri principale: chirie, salarii și altele (includeți valoarea costurilor de înființare neachitate la rubrica „altele” din luna 1). * Continuați proiecțiile de vânzări în tabelul care urmează până când soldurile finale sunt în mod constant pozitive. * Identificați cel mai mare sold negativ: este vorba despre suma necesară pentru capitalul inițial astfel încât afacerea să supraviețuiască până la pragul de rentabilitate când toate cheltuielile vor fi acoperite de venituri. * Continuați prin a introduce suma ce reprezintă capitalul inițial necesar în tabelul cu fluxul monetar ca sumă inițială pentru luna 1. |

|  | Luna 1 | Luna 2 | Luna 3 | Luna 4 | Luna 5 | Luna 6 | Luna 7 | Luna 8 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sumă inițială | 0,00 lei |  |  |  |  |  |  |  |
| Încasări: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Vânzări în numerar achitate |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Creanțe |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total încasări* |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plăți: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Chirie |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Salarii |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Altele |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total plăți* |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sold final |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Modificare (flux monetar) |  |  |  |  |  |  |  |  |

## Flux monetar

|  | Luna 1 | Luna 2 | Luna 3 | Luna 4 | Luna 5 | Luna 6 | Luna 7 | Luna 8 | Luna 9 | Luna 10 | Luna 11 | Luna 12 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sumă inițială |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Încasări: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Vânzări în numerar |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Creanțe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total încasări* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plăți (cheltuieli): |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Chirie |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Utilități |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Salarii (incl. taxe) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Beneficii |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plăți împrumut |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Călătorii |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Asigurare |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicitate |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Onorarii |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Consumabile de birou |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli poștale |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Telefon |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Internet |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Comisioane bancare |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total plăți* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sold final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## Declarație de venituri estimate

|  |  |
| --- | --- |
|  | Declarația de venituri estimate este un alt instrument de gestionare pentru a previzualiza venitul generat în fiecare lună pe baza unor previziuni rezonabile ale nivelului lunar al vânzărilor și costurilor/cheltuielilor. Pe măsură ce previziunile lunare sunt elaborate și introduse, cifrele respective servesc drept obiective pentru a ține sub control cheltuielile de operare. Atunci când apar rezultatele reale, o comparație cu sumele estimate ar trebui să genereze semnale de avertizare în cazul în care costurile sunt mai mari decât cele prevăzute, astfel încât să se ia măsuri pentru remedierea problemelor.  Procentul industrial (ind. %) se calculează prin înmulțirea costurilor/cheltuielilor cu 100% și împărțirea rezultatului la totalul vânzărilor nete. Acesta indică totalul vânzărilor standard pentru o anumită industrie. Ați putea obține aceste informații de la asociații profesionale, contabili, bănci sau biblioteci de referință. Cifrele din industria de profil reprezintă un criteriu de referință util pentru compararea costurilor/cheltuielilor firmei dvs. Comparați procentul dvs. anual cu cifra indicată în coloana cu procentul în industrie.  În continuare sunt explicați câțiva termeni utilizați în tabelul care urmează:   * Total vânzări nete (Venit): această cifră reprezintă totalul vânzărilor estimate pe lună. Fiți cât mai realiști posibil, luând în considerare tendințele sezoniere, mărfurile returnate, rabaturile și reducerile sub prețul inițial. * Costul vânzărilor: pentru a fi realistă, această cifră trebuie să includă toate costurile implicate în efectuarea unei vânzări. De exemplu, în cazul în care este vorba de inventar, includeți costurile de transport și de livrare. Trebuie incluse, de asemenea, toate costurile forței de muncă directe. * Profit brut: scădeți costul vânzărilor din totalul vânzărilor nete. * Marjă de profit brut: se calculează prin împărțirea profiturilor brute la totalul vânzărilor nete. * Cheltuieli controlabile: salarii (de bază plus ore suplimentare), cheltuieli cu salariile (inclusiv concedii plătite, concedii medicale, asigurări de sănătate, asigurări de șomaj și contribuții de asigurări sociale), costuri pentru servicii externe (inclusiv subcontractări, volum de lucru excedentar și servicii speciale sau singulare), consumabile (inclusiv toate articolele și serviciile achiziționate pentru utilizare în cadrul firmei), utilități (apă, căldură, lumină, colectarea gunoiului etc.), reparații și întreținere (inclusiv cheltuieli regulate și periodice, cum ar fi vopsit), publicitate, călătorii și auto (inclusiv utilizarea în interes de serviciu a autovehiculului personal, parcare și călătorii de afaceri), contabilitate și servicii juridice (costul serviciilor profesionale externe). * Cheltuieli fixe: chirie (doar pentru proprietățile utilizate în interes de serviciu), depreciere (amortizarea fondurilor fixe), asigurări (de incendiu, răspundere civilă pentru bunuri sau produse, despăgubiri acordate lucrătorilor, furt etc.), rambursări de împrumuturi (inclusiv plățile dobânzii sau ale principalului la pentru împrumuturi curente acordate firmei), diverse (cheltuieli nespecificate, mărunte, care nu sunt incluse în alte rubrici sau înregistrări contabile). * Profit net/Pierdere netă (înainte de impozite și taxe): Scădeți totalul cheltuielilor din profitul brut. * Impozite și taxe: inventar, vânzări, accize, imobiliare, federale, de stat etc. * Profit net/Pierdere netă (după impozite și taxe): scădeți impozitele și taxele din profitul net înainte de achitarea impozitelor și taxelor. * Total anual: adăugați toate cifrele lunare în tabel pentru fiecare element de vânzări și cheltuieli. * Procent anual: înmulțiți totalul anual cu 100% și împărțiți rezultatul la cifra de vânzări netă totală. Comparați cu procentul din industrie din prima coloană. |

|  | Ind. % | Ian | Feb | Mar | Apr | Mai | Iun | Iul | Aug | Sep | Oct | Nov | Dec | Total anual | Procent anual |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Est. Vânzări nete |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Costul vânzărilor |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Profit brut |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli controlabile: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Salarii |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli cu salariile |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Juridic/Contabilitate |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicitate |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Călătorii/Auto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Taxe/abon. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Utilități |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Diverse |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total cheltuieli controlabile* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cheltuieli fixe: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Chirie |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Depreciere |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Asigurare |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Autorizații/Licențe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plăți împrumut |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Diverse |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total cheltuieli fixe* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Total cheltuieli* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Profit net/Pierdere netă înainte de impozite și taxe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Impozite și taxe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Profit net/Pierdere netă  După impozite și taxe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## Declarație de profit și pierderi

|  |  |
| --- | --- |
|  | Acest tabel conține, în esență, aceleași informații de bază precum declarația de venituri estimate. Firmele înființate utilizează această declarație pentru a compara diverse perioade. Mulți creditori pot solicita declarații de profit și pierderi pentru ultimii trei ani de funcționare.  În loc să compare veniturile și cheltuielile efective cu o medie industrială, această declarație de profit și pierderi compară fiecare element de venit și cheltuieli cu suma care a fost bugetată pentru acesta. Majoritatea sistemelor de evidență computerizată pot genera o declarație de profit și pierderi pentru perioadele solicitate, cu sau fără comparație cu bugetul. |

### Profit și pierderi, buget versus Real: ([Lună, an de început]—[Lună, an de sfârșit])

|  | [Lună, an de început]—[Lună, an de sfârșit] | Buget | Sumă peste buget |
| --- | --- | --- | --- |
| Venit: |  |  |  |
| Vânzări |  |  |  |
| Altele |  |  |  |
| *Venit total* |  |  |  |
| Cheltuieli: |  |  |  |
| Salarii |  |  |  |
| Cheltuieli cu salariile |  |  |  |
| Juridic/Contabilitate |  |  |  |
| Publicitate |  |  |  |
| Călătorii/Auto |  |  |  |
| Taxe/abon. |  |  |  |
| Utilități |  |  |  |
| Chirie |  |  |  |
| Depreciere |  |  |  |
| Autorizații/Licențe |  |  |  |
| Rambursări de împrumuturi |  |  |  |
| Diverse |  |  |  |
| *Total cheltuieli* |  |  |  |
| Profit net/Pierdere netă |  |  |  |

## Bilanț contabil

|  |  |
| --- | --- |
|  | Prezentăm în continuare instrucțiuni despre elemente pe care să le includeți în bilanțul contabil: (pentru utilizare în firmele înființate)   * Active: orice lucru de valoare care este deținut sau care este datorat din punct de vedere juridic unei firme. Totalul activelor include toate valorile nete; sumele care rezultă din scăderea deprecierii și a amortizării din costul inițial atunci când a fost achiziționat prima dată activul.   **Active curente:**   * Numerar - sumă de bani din bancă sau resurse care pot fi convertite în numerar în termen de 12 luni de la data bilanțului contabil. * Fond de casă - un fond de numerar pentru cheltuieli mărunte, diverse. * Conturi de creanțe - sumele datorate de clienți pentru produse sau servicii. * Inventar - materii prime la îndemână, lucrul în desfășurare și toate produsele finite (fabricate sau achiziționate pentru a fi revândute). * Investiții pe termen scurt - participații generatoare de dobânzi sau dividende, care, conform previziunilor, vor fi convertite în numerar în cel mult un an; acțiuni, obligațiuni, certificate de depozit și conturi de economii cu depozit la termen. Acestea ar trebui să fie afișate fie la prețul lor, fie la valoarea de piață curentă, oricare dintre ele este mai mică. De asemenea, investițiile pe termen scurt pot fi numite „investiții temporare” sau „titluri de valoare negociabile”. * Cheltuieli plătite în avans - bunuri, beneficii sau servicii pe care o firmă le plătește sau le închiriază în prealabil, cum ar fi consumabile de birou, asigurări sau spațiu de lucru. * Investiții pe termen lung - participații pe care o firmă intenționează să le păstreze timp de cel puțin un an. Cunoscute și ca active pe termen lung, acestea sunt, de obicei, acțiuni, obligațiuni sau conturi de economii generatoare de dobânzi sau dividende. * Active fixe - acest termen include toate resursele pe care le deține sau le dobândește o firmă pentru utilizare în operațiunile sale care nu sunt destinate revânzării. Acestea pot fi mai degrabă închiriate decât deținute și, în funcție de măsurile de închiriere, ar putea fi incluse atât ca active pentru valoarea respectivă, cât și ca pasive. Activele fixe includ terenuri (prețul inițial de achiziție trebuie să fie listat, fără ajustare pentru valoarea de piață), clădiri, îmbunătățiri, echipamente, mobilier, vehicule.   **Pasive:**   * Pasive curente: includeți toate datoriile, obligațiile monetare și creanțele plătibile în termen de 12 luni. * Sume de plată - sumele datorate furnizorilor pentru bunurile și serviciile achiziționate pentru firmă. * Efecte comerciale de plătit - soldul principalului aferent unei datorii pe termen scurt, fonduri împrumutate pentru firmă. Include, de asemenea, suma curentă datorată aferentă unor efecte comerciale al căror termen depășește 12 luni. * Dobânzi de plătit - sume acumulate datorate pentru capitalul împrumutat și creditul pe termen scurt și pe termen lung acordat firmei. * Impozite și taxe de plată - sume de plată aferente perioadei contabile acoperite de bilanțul contabil. * Salarii angajate - salarii și alte drepturi de natură salarială datorate pentru perioada acoperită de bilanțul contabil. * Datorii pe termen lung - efecte comerciale, plăți în baza unor contracte sau plăți ale unor ipoteci datorate pe o perioadă ce depășește 12 luni. Acestea ar trebui să fie listate în soldul restant mai puțin poziția curentă scadentă. * Valoare netă - denumită și capital propriu. Aceasta este cuantumul creanței proprietarului(proprietarilor) asupra patrimoniului firmei. Într-o societate cu asociat unic sau într-o asociație, acest capital propriu este investiția inițială a proprietarului plus eventualele câștiguri după retrageri.   Majoritatea sistemelor de evidență computerizată pot genera un bilanț contabil pentru perioada(perioadele) solicitată(e).  Notă: totalul activelor va echivala întotdeauna cu totalul pasivelor plus valoarea netă totală. Mai exact, cifrele de pe linia de jos pentru totalul activelor și totalul pasivelor vor fi întotdeauna identice. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| | Active |  | | --- | --- | | Active curente: |  | | Numerar: |  | | Fond de casă |  | | Conturi de creanțe |  | | Inventar |  | | Investiție pe termen scurt |  | | Cheltuieli plătite în avans |  | | Investiție pe termen lung |  | | Active fixe: |  | | Terenuri |  | | Clădiri |  | | Îmbunătățiri |  | | Echipament |  | | Mobilier |  | | Automobile/vehicule |  | | Alte active: |  | | Articolul 1 |  | | Articolul 2 |  | | Articolul 3 |  | |  | | Pasive |  | | --- | --- | | Pasive curente: |  | | Sume de plată |  | | Efecte comerciale de plătit |  | | Dobândă de plătit |  | | Impozite și taxe de plată: |  | | Impozitul federal pe venit |  | | Impozit pe venit |  | | Impozit pentru activități independente |  | | Impozit pe cifra de afaceri (SBE) |  | | Impozit pe proprietate |  | | Salarii angajate |  | | Pasive pe termen lung: |  | | Efecte comerciale de plătit |  | | Valoare netă/Capital propriu/Câștiguri nedistribuite |  | |
| |  |  | | --- | --- | | Total active: |  | |  | |  |  | | --- | --- | | Total pasive: |  | |

## Previziune de vânzări

|  |  |
| --- | --- |
|  | Aceste informații pot fi afișate sub formă de diagramă sau tabel, pe luni, trimestre sau ani, pentru a ilustra creșterea anticipată a vânzărilor și costul aferent vânzărilor. |

## Jaloane

|  |  |
| --- | --- |
|  | Aceasta este o listă de obiective pe care firma dvs. se poate strădui să le realizeze, cu date de începere și de finalizare, și cu bugetul aferent. Poate fi prezentată, de asemenea, într-un tabel sau într-o diagramă. |

## Analiza rentabilității

|  |  |
| --- | --- |
|  | Utilizați această secțiune pentru a evalua profitabilitatea afacerii dvs. Puteți măsura cât de aproape sunteți de atingerea respectivului prag de rentabilitate atunci când vânzările dvs. acoperă cheltuielile și vă aflați la un pas de profitabilitate.  O analiză a rentabilității vă poate arăta ce volum de vânzări va fi necesar să înregistrați pentru a genera profit. Aceasta poate fi utilizată, de asemenea, ca ghid pentru stabilirea prețurilor.  Există trei modalități de bază pentru a spori profiturile firmei: să generați mai multe vânzări, să majorați prețurile și/sau să reduceți costurile. Toate acestea pot avea un impact asupra afacerii: dacă majorați prețurile, este posibil să nu mai fiți competitivi; dacă generați mai multe vânzări, s-ar putea să aveți nevoie de personal suplimentar pentru a sprijini acele vânzări, ceea ce va însemna creșterea costurilor. Reducerea costurilor fixe pe care firma dvs. trebuie să le achite în fiecare lună va avea un mai mare impact asupra marjei de profit decât modificarea costurilor variabile.   * Costuri fixe: chirie, asigurări, salarii etc. * Costuri variabile: prețul cu care achiziționați produse, consumabile etc. * Marjă de contribuție: reprezintă prețul de vânzare minus costurile variabile. Măsoară sumele disponibile pentru a achita costurile fixe și a realiza un profit. * Rata marjei de contribuție: reprezintă este valoarea totală a vânzărilor minus costurile variabile, împărțit la totalul vânzărilor. Măsoară procentul fiecărui leu din vânzări pentru plata costurilor fixe și realizarea unui profit. * Prag de rentabilitate: situația în care suma indică faptul că totalul vânzărilor este egal cu totalul cheltuielilor. Reprezintă suma minimă de un leu din vânzări pe care trebuie să o înregistrați pentru a realiza un profit. * Prag de rentabilitate în unități: pentru firmele la care se aplică, acesta reprezintă totalul costurilor fixe împărțit la prețul de vânzare unitar minus costurile variabile per unitate. Acesta va arată câte unități trebuie să vindeți pentru a ajunge să realizați profit. * Prag de rentabilitate în lei: aceasta este valoarea totală a costurilor fixe împărțită la rata marjei de contribuție. Este o metodă de calculare a sumei minime de un leu din vânzări pe care trebuie să o înregistrați pentru a realiza un profit. * Notă: dacă suma obținută din vânzări se află sub pragul de rentabilitate, înseamnă că firma lucrează în pierdere. |

## Documente diverse

|  |  |
| --- | --- |
|  | Pentru a susține declarațiile făcute în planul de afaceri, ar putea fi necesar să includeți unele dintre următoarele documente sau toate acestea în anexă:   * CV-uri personale * Situații financiare personale * Rapoarte de credit, pentru firmă și personal * Copii ale contractelor de leasing * Scrisoare de recomandare * Contracte * Documente legale * Declarații de impunere personale și pentru firmă * Documente relevante diverse. * Fotografii |