



**Îmbunătățirea abilităților și competențelor tinerilor în antreprenoriatul social prin realitate virtuală**

**ERASMUS+2021-1-RO01-KA220-YOU-000029869**

**Cursul 4: Fundamentele planului de afaceri**

**CUPRINS**

[1](#_heading=h.gjdgxs)  Introducere în planul de afaceri 3

[1.1](#_heading=h.30j0zll)  Ce este un plan de afaceri? 3

[1.2](#_heading=h.1fob9te)  De ce aveți nevoie de un plan de afaceri? 3

[1.3](#_heading=h.3znysh7)  Afaceri online 4

[1.4](#_heading=h.2et92p0)  Tipuri de planuri de afaceri 5

[1.5](#_heading=h.tyjcwt)  Importanța unui plan de afaceri bun 6

[1.6](#_heading=h.3dy6vkm)  Procesul de planificare 7

[2](#_heading=h.1t3h5sf)  Cum se scrie un plan de afaceri 9

[2.1](#_heading=h.4d34og8)  FORMATUL PLANULUI DE AFACERI 9

[2.2](#_heading=h.2s8eyo1)  SFATURI PENTRU SCRIEREA UNUI PLAN DE AFACERI 10

[3](#_heading=h.17dp8vu)  Analiza SWOT 15

[3.1](#_heading=h.3rdcrjn)  Ce este o analiză SWOT? 15

[3.2](#_heading=h.26in1rg)  Ilustrația SWOT 15

[3.3](#_heading=h.lnxbz9)  Beneficiile unei analize SWOT 16

[4](#_heading=h.35nkun2)  Strategii de gândire 18

[4.1](#_heading=h.1ksv4uv)  Vederea imaginii de ansamblu 18

[4.2](#_heading=h.44sinio)  Planificarea în avans 18

[4.3](#_heading=h.2jxsxqh)  Transformarea gândului în acțiune 18

[5](#_heading=h.z337ya)  O ultimă idee despre planificare 19

[5.1](#_heading=h.3j2qqm3)  De ce eșuează planurile de afaceri? 19

[5.2](#_heading=h.1y810tw)  Considerații pentru un plan de afaceri 19

[6](#_heading=h.1pxezwc)  Bibliografie 20

# Introducere în planul de afaceri

## Ce este un plan de afaceri?

Planul **de afaceri** este produsul unui **proces de gândire strategică** sau de planificare. Direcția strategică dezvoltată în acest proces poate fi apoi comunicată sub forma unui plan de afaceri creditorilor, potențialilor investitori și asociaților din cadrul companiei dumneavoastră [1]. Sub această formă, un plan de afaceri este un document care definește în detaliu obiectivele unei companii și modul în care își propune să-și atingă obiectivele. Aceasta înseamnă că un plan de afaceri este un document important care vizează publicul extern și intern al unei companii. Dezvoltarea unei direcții strategice este un pas critic pentru companie și cu un plan de afaceri există o foaie de parcurs scrisă pentru firmă din perspectiva marketingului, financiar și operațional.

Dezvoltarea unei direcții strategice este un pas critic pentru fiecare companie. Permite afacerilor să valorifice cunoștințele și abilitățile echipei sale de management, personalului și consultanților pentru a dezvolta o direcție strategică pentru organizație care va duce la cele mai bune șanse de succes. Aceasta oferă o oportunitate de a utiliza grupul consultativ pe care l-ați creat [2].

***„Afacerea care nu reușește să planifice, plănuiește să eșueze”.***

## De ce ai nevoie de un plan de afaceri?

Fiecare afacere va beneficia de întocmirea unui plan de afaceri atent scris. Fă-ți timp pentru a scrie un plan de afaceri clar, concis și câștigător. Succesul afacerii tale depinde de asta. Unul dintre principalele motive pentru eșecul afacerii este lipsa de planificare. Există trei beneficii principale care fac afaceri la nivel internațional.

**1. Pentru a servi drept ghid pentru afacerea dvs**

Cel mai important motiv pentru scrierea unui plan de afaceri este elaborarea unui ghid care va fi urmat pe toata durata de viata a afacerii. Pentru a fi de valoare, planul dumneavoastră trebuie să fie actualizat. Deși planurile prezentate creditorilor trebuie să fie legate, puteți alege să păstrați copia de lucru a planului într-un liant cu foi libere. Apoi, puteți adăuga situații financiare curente, fișe actualizate de tarife, informații recente de marketing și alte date pe măsură ce acestea devin disponibile.

**2. Ca documentatie pentru finantare**

Un plan de afaceri este o cerință dacă intenționați să căutați finanțare. Dacă sunteți în căutarea de capital, planul de afaceri detaliază modul în care investiția sau împrumutul dorit va promova obiectivele companiei și va crește profiturile acesteia. Fiecare creditor vrea să știe cum vă veți menține fluxul de numerar și vă veți rambursa împrumutul (cu dobândă) în timp util. Fiecare investitor dorește, de asemenea, să știe cum investiția sa va îmbunătăți valoarea netă globală a companiei și îl va ajuta să obțină rentabilitatea dorită a investiției. Va trebui să detaliați cum vor fi folosiți banii și să vă susțineți cifrele cu informații solide, cum ar fi estimări, norme din industrie, foi de rate etc. Creditorii și investitorii au acces la statistici care sunt considerate normale pentru diverse industrii, așa că asigurați-vă că proiecțiile tale sunt rezonabile.

**3. Să lucreze pe piețele externe**

Dacă faceți afaceri la nivel internațional, un plan de afaceri oferă un mijloc standard de evaluare a potențialului dvs. de afaceri pe o piață străină. Nicio afacere de astăzi nu își poate permite să treacă cu vederea potențialul comerțului internațional determinat de schimbările în comunicații, tehnologie și transport. Elaborarea unui plan de afaceri va demonstra modalități prin care afacerea dvs. poate concura în această economie globală [3].

## Afaceri online

Finanțarea este o problemă importantă pentru afacerile online. Investitorii pentru afacerile online au devenit mai precauți în urma prăbușirii dot-com, ceea ce face ca aceste afaceri să obțină finanțare mai dificilă. Capitaliștii de risc, băncile de investiții și casele de brokeraj împărtășesc vina pentru prăbușirea dot-com. Oferind atât de mulți bani dot-com-urilor și fiind nerăbdători pentru profituri mari, antreprenorii au fost tentați să ignore responsabilitatea fiscală. Cei mai sfătuiesc investitorii să reziste tentației de a căuta planuri de afaceri tradiționale, clienți clar identificați și fluxuri de numerar și profituri previzibile, deoarece comerțul electronic rămâne un domeniu nou în care flexibilitatea, imaginația și răbdarea vor fi răsplătite [4]. Prin urmare, în afacerile online necesitatea unui plan de afaceri bine structurat este aproape necesară pentru a atrage noi investitori.

## Tipuri de planuri de afaceri



***Planul de afaceri de o pagină***

Rezumă punctele importante ale afacerii într-o singură pagină.

Cel mai aplicabil scenariu pentru un plan de afaceri de o pagină este introducerea unui investitor (sau a unei alte părți) într-o afacere cu care nu este familiarizat [5].



**Mini-planul de afaceri**

Este un document de 1-10 pagini și oferă o mare parte din aceleași informații ca un plan de afaceri cuprinzător. Informațiile sunt condensate și minimizează toate detaliile fine și explicațiile [5].



***Planul cuprinzător de afaceri***

Un plan cuprinzător începe cu un rezumat executiv (similar cu planul de afaceri de o pagină). Oferă cititorilor o imagine completă a afacerii, inclusiv problema pieței, soluția, misiunea companiei, obiectivele și scopurile, strategia de marketing [5].

**DE CE TIPURI DE PLAN AM NEVOIE?**

Depinde de natura afacerii tale. Dacă aveți un concept simplu, este posibil să îl puteți exprima în foarte puține cuvinte. Scopul planului dvs. determină și durata acestuia.

Cu toate acestea, nu ar trebui să finalizați un plan de afaceri și să trimiteți acel plan de afaceri pentru fiecare situație.

Ar trebui să aveți toate cele trei tipuri de planuri de afaceri în arsenalul dvs. și să puteți furniza planul de afaceri potrivit atunci când este necesar.

## Importanța unui plan de afaceri bun

Unul dintre cei mai importanți pași în înființarea oricărei noi afaceri este construirea unui plan de afaceri, deoarece este un document fundamental pe care fiecare nouă afacere ar trebui să îl aibă în vigoare înainte de a începe operațiunile. Operarea fără un plan de afaceri nu este de obicei o idee bună. Un plan de afaceri bun ar trebui să sublinieze toate costurile proiectate și potențialele capcane ale fiecărei decizii pe care o ia o companie. De fapt, foarte puține companii sunt capabile să treacă mult timp fără una. Există beneficii în a crea (și a respecta) un plan de afaceri bun. Acestea includ posibilitatea de a gândi idei înainte de a investi prea mulți bani în ele și de a aborda potențialele bariere în calea succesului.

Planurile de afaceri, chiar și în rândul concurenților din aceeași industrie, sunt rareori identice. Cu toate acestea, ele pot avea aceleași elemente de bază, cum ar fi un rezumat al afacerii și descrieri detaliate ale operațiunilor, produselor și serviciilor sale și proiecții financiare. Un plan precizează, de asemenea, modul în care afacerea intenționează să-și atingă obiectivele.

Un plan de afaceri îl poate ajuta pe proprietar-manager să-și cristalizeze și să-și concentreze ideile. Îl poate ajuta să-și stabilească obiective și să-i ofere o etapă în funcție de care să monitorizeze performanța. Poate de o importanță mai imediată, poate acționa și ca un vehicul pentru a atrage orice finanțare externă a nevoilor afacerii, poate convinge investitorii că proprietarul-manager a identificat oportunități mari de creștere și are talentul antreprenorial și managerial pentru a le exploata. Oportunitate în mod eficient și că are un program rațional, coerent și credibil pentru a face acest lucru.

Planul de afaceri presupune viziunea pe termen lung a afacerii si a mediului acesteia. Un plan bun ar trebui să evidențieze punctele forte și să recunoască punctele slabe ale întreprinderii propuse. Mai presus de toate, ar trebui să transmită o sinceritate a scopului și a analizei care conferă credibilitate atât planului, cât și antreprenorului care îl prezintă [6].

## Procesul de planificare

Mulți oameni cred că un plan de afaceri este necesar doar pentru a strânge fonduri și a documenta parametrii de afaceri pentru investitori. Cu toate acestea, planurile de afaceri sunt de fapt foile de parcurs care permit indivizilor să execute excelență. Mulți antreprenori își stabilesc afacerile fără planuri de afaceri; cu toate acestea, acest lucru poate dura mai mult timp și poate duce la costuri mai mari. Fără un plan de afaceri, proprietarul nu are o bază sau direcție concretă pentru a menține afacerea concentrată.

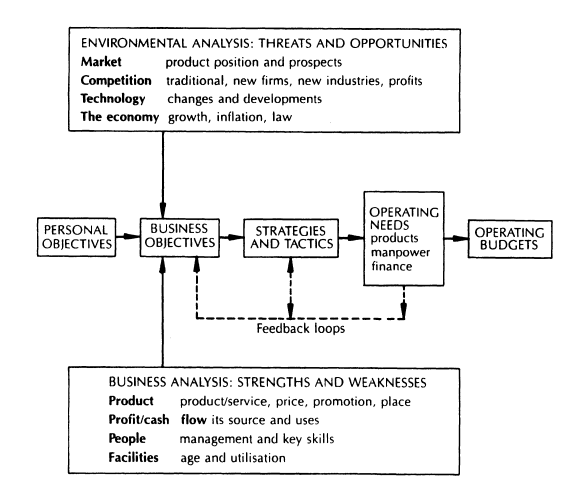
Planul de afaceri ar trebui să definească în mod clar și concis misiunea, valorile, strategia, obiectivele măsurabile și rezultatele cheie așteptate de proprietar. Este important să aloci suficient timp pentru a formula planul. Experții recomandă începerea procesului de planificare cu cel puțin 6 luni înainte de a iniția o nouă afacere. Un plan prost conceput poate da compania înapoi cu câteva luni sau ani sau poate duce la eșecul afacerii. Construirea unui plan de afaceri este un proces dinamic; execuția este sarcina principală. Odată formulat, planul este ajustat și actualizat în mod continuu. Procesul de planificare a afacerii presupune o varietate de etape [6].

Pentru o afacere existentă, acest proces implică mai întâi să se împace cu obiectivele personale ale proprietarului-manager.

* Vrem venituri sau creșterea capitalului?
* Vrem să vindem afacerea ca o întreprindere în funcțiune când ajunge la maturitate sau vrem să o transmitem copiilor noștri?
* Vrem să ne asumăm riscuri în afacere sau prețuim mai mult securitatea?

În al doilea rând, implică acceptarea punctelor forte și a punctelor slabe ale afacerii existente, precum și cu oportunitățile și amenințările cu care se confruntă. Aceasta este adesea numită „audit de poziție” sau analiză „SWOT” (puncte forte, puncte slabe, oportunități, amenințări) [6].

Întregul proces de planificare este prezentat schematic în Figura 1.



**Figura 1. Procesul de planificare [6].**

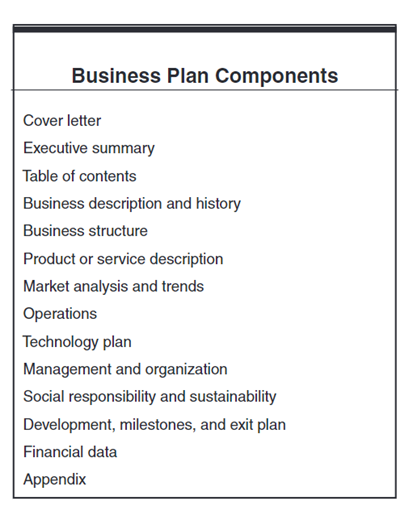
# Cum se scrie un plan de afaceri

## FORMATUL PLANULUI DE AFACERI

Formatul de design poate varia în funcție de utilizarea vizată și de cititori. Bancherii, investitorii și alți investitori rareori au timp să acorde fiecărei propuneri și plan de afaceri atenția pe care o merită. Fiecare proprietar concurează cu alți antreprenori pentru sprijinul necesar. Evidențierea domeniilor cheie și rezumarea după caz va permite investitorilor să revizuiască cu ușurință datele incluse în plan.

Planul de afaceri ar trebui să includă următoarele secțiuni: (1) Pagina de titlu, (2) Rezumat executiv, (3) Cuprins, (4) Descrierea și istoricul afacerii, (5) Management (6) Analiza pieței și a afacerii, (7) ) Dezvoltarea afacerilor și a pieței, (8) Marketing și vânzări, (9) Date financiare, (10) Aplicarea capitalului și (11) Anexă.

Există diverse structuri alternative, de exemplu, ca cea din Figura 2.



**Figura 2 Componentele planului de afaceri [7]**

## SFATURI PENTRU SCRIEREA UNUI PLAN DE AFACERI

Experții sugerează că planul de afaceri nu trebuie să depășească 15 - 35 de pagini, fără a include situația financiară și anexele. 20 de pagini sunt suficiente pentru aproape orice afacere. Orice mai puțin de 10 pagini poate fi considerat frivol. Anexele sunt limitate la nu mai mult de lungimea desenului. Dacă investitorii sunt interesați, aceștia vor cere mai multe informații. Majoritatea planurilor ar trebui proiectate în 3 până la 5 ani în viitor sau până când proprietarul ajunge la o strategie de ieșire propusă [8].

**Pagina titlu**

Planul dvs. de afaceri trebuie să aibă un titlu sau o pagină de copertă. Această pagină ar trebui să includă numele companiei dvs., sigla, luna și anul formarii, numele persoanei vizate în finanțarea afacerii (inclusiv adresa și numărul său de telefon) numărul de fax pentru afacere și, dacă îl aveți, adresa site-ului dvs. web. Dacă sunteți îngrijorat că cineva vă „fură” ideile de afaceri, includeți o declarație de nedezvăluire pe pagina de copertă care urmează să fie semnată de potențialul creditor/investitor căruia îi oferiți planul (declarația de nedezvăluire va fi explicată în secțiunea ulterioară).

**Scrisoare de intenție**

O scrisoare de intenție ar trebui să atragă cititorul să ia în considerare cu atenție oportunitatea de afaceri și să citească mai departe. Scrisoarea de intenție trebuie să includă:

* De ce proprietarul a ales acest finanțator pentru a primi planul.
* Natura afacerii.
* Etapa de dezvoltare a afacerii.
* Suma fondurilor solicitate.
* Tipul de finanțare căutată (de exemplu, investiție sau împrumut).
* Directorii companiei și informațiile de contact.

Scrisoarea de intenție trebuie să fie simplă, atractivă, concisă și adaptată fiecărui investitor.

**Rezumat**

Rezumatul executiv este cea mai importantă secțiune a planului de afaceri. Este o prezentare foarte scurtă a planului și a modelului dvs. de afaceri, care are scopul de a capta interesul cititorului. Această parte a planului are în general cel mult două pagini. O „regulă de bază” este cu cât mai scurtă, cu atât mai bine. Dar trebuie să fie foarte bine scris. Rezumatul executiv este destinat publicului. Tehnologia actuală permite antreprenorului să schimbe, să actualizeze și să adapteze planul de afaceri după cum este necesar.

Rezumatul executiv:

* Rezumă conceptele de bază și evidențiază punctele cheie.
* Identifică conceptul principal, obiectivele și scopul companiei.
* Identifică piața țintă sau de nișă și avantajul competitiv și poziția.
* Conturează strategia de marketing și vânzări.
* Identifică oportunități de creștere.
* Evidențiază repere.
* Cuantifică resursele.
* Descrie experiența de muncă și management și succesele trecute ale echipei de management.

**Cuprins**

Cuprinsul servește drept ghid pentru redactarea și organizarea planului de afaceri. De asemenea, ajută cititorii să înțeleagă și să acceseze cu ușurință informațiile prezentate. Unii creditori ar putea fi interesați să citească mai întâi o parte a planului și să își formeze decizia inițială dacă să citească sau nu mai departe doar pe baza acelei secțiuni. Prin urmare, ar trebui să fie organizat pentru a facilita revizuirea de către cititor a informațiilor pe care le-ați inclus în plan. În plus, includeți un cuprins și aveți separatoare (file) pentru fiecare secțiune a planului.

**Descrierea și istoricul afacerii**

Obiectivul acestei secțiuni este de a descrie afacerea, cum o va gestiona antreprenorul și de ce va reuși afacerea. Dacă afacerea este nouă, ar trebui să se răspundă la următoarele întrebări [7]:

* Care este denumirea legală/corporativă a afacerii?
* Care este forma juridică a afacerii?
* Care este misiunea companiei?
* Unde se află afacerea și ce zone geografice va deservi?
* La ce ore din zi și zile ale săptămânii va funcționa afacerea?
* Afacerea va fi sezonieră?
* Care este natura afacerii?
* Cum va reuși afacerea și care este potențialul ei de creștere?
* Care este experiența fiecărui individ în afacere și ce poziții vor ocupa oamenii?
* Ce tip de personal va fi necesar?
* Ce face această afacere specială sau diferită?
* Care este situația financiară a companiei (adică venituri și cheltuieli)?
* Care este structura afacerii?
* De ce afacerea va fi profitabilă sau va continua să crească?
* Ce tipuri de brevete, mărci comerciale, drepturi de autor și licențe sunt necesare?

**management**

Ar trebui să existe o secțiune separată despre management, cu oamenii care alcătuiesc echipa de management și modul în care lucrează împreună. Investitorii și creditorii pun un interes semnificativ în echipa de management.

Persoanele ar trebui să fie listate în pozițiile cheie depuse și o biografie scurtă furnizată pentru fiecare individ, indicând calificările lor pentru post și arătând ceea ce aduc la locul de muncă. Orice consilier extern ar trebui să fie listat, cum ar fi contabilul, avocatul, agentul de asigurări și consilierii de afaceri. CV-urile tuturor directorilor și consilierilor interni și externi pot fi plasate în secțiunea Anexă.

**Analiza pieței și a afacerilor**

Acest segment descrie piața existentă în care antreprenorul va prezenta compania, produsele și serviciile acesteia. Poate fi privit ca un plan în cadrul unui plan. La nivelul său cel mai de bază, strategia de marketing stabilește mixul de marketing al produselor sau serviciilor și include produsul, prețul, promovarea și locul (distribuția) pentru anul următor, cu proiecții pentru cel puțin 5 ani. Marketingul (inclusiv vânzările) este partea care generează venituri din companie. Prețul și valoarea lucrează împreună. Clienții iau în considerare durabilitatea, fiabilitatea, serviciul și calitatea în plus față de cost. Promovarea, cantitatea și natura activităților de marketing, pot include publicitate online, în publicații profesionale.

Aceasta este una dintre cele mai importante secțiuni ale planului. Dezvoltarea unei înțelegeri a stării actuale a afacerii dumneavoastră. Îl ajută pe creditor/investitor să înțeleagă cum este compania dumneavoastră astăzi. Ar trebui să treceți printr-un SWOT (adică punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările), deoarece efectuarea acestei analize vă poate ajuta cu adevărat pe dvs. (și pe alții) să aruncați o privire critică și obiectivă asupra afacerii dvs.

**Marketing si vanzari**

În această parte, arăți cum vei atrage noi clienți și descrii întregul efort de marketing al companiei tale. Împărtășește-ți în detaliu strategia de vânzări creditorului/investitorului. În plus, toate reclamele care vor fi utilizate ar trebui să fie descrise și copii ale tuturor broșurilor de vânzare care trebuie utilizate trebuie incluse în Anexă. Scopul dvs. de marketing este de a genera un număr maxim de clienți noi într-o perioadă scurtă de timp.

**Date financiare**

Secțiunea de date financiare este destul de detaliată și unii investitori afirmă că este cea mai critică dintre toate părțile planului de afaceri. Prin urmare, trebuie să arăți că știi ce va face afacerea ta și ce nu va face din punct de vedere financiar.

**Aplicarea Capitalului**

Cerințele de finanțare vor reprezenta o sumă inițială pentru capitalul operațional și achiziționarea de active pentru a realiza ideile și eforturile de vânzare ale afacerii dumneavoastră. Rezumatul complet al întregii cerințe de finanțare poate fi exprimat astfel: (1) toate costurile pentru dezvoltarea completă a produsului/serviciului; (2) toate costurile pentru achiziționarea de echipamente/active fixe; (3) costul de marketing pentru lansarea și realizarea strategiei totale de marketing; și (4) costul întregului capital de lucru pentru deschiderea și desfășurarea afacerii pentru o perioadă de timp, conform previziunilor dvs. privind fluxul de numerar. În plus, explicați întotdeauna cum vor fi utilizate veniturile din investiții sau din împrumuturi pentru cele patru elemente enumerate mai sus.

**Apendice.**

Această secțiune este locul în care puneți datele care susțin ceea ce ați spus în planul dvs. de afaceri. Anexa este folosită pentru a consolida conținutul planului de afaceri. Anexa include concluziile prezentate în plan. Informațiile care pot fi furnizate în această secțiune includ:

* Scrisori de intenție.
* Contacte cheie.
* Avize și mărturii.
* Definițiile cuvintelor tehnice.
* Listări de clienți.
* Fotografii.
* Articole de știri.
* CV-urile personalului cheie de management și consultanților.
* Contracte.
* Mărci comerciale sau drepturi de autor.
* Materiale de marketing.

# Analiza SWOT

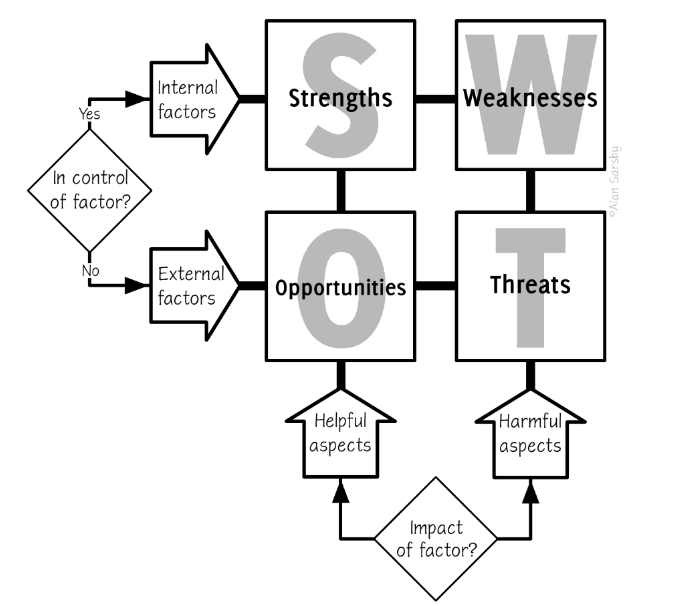
## Ce este o analiză SWOT?

Analiza SWOT (prescurtare de la punctele forte, punctele slabe, oportunitățile, amenințările) este un instrument de strategie de afaceri pentru a evalua modul în care o organizație se compară cu concurența sa. Strategia este atribuită istoric lui Albert Humphrey în anii 1960, dar nu există un creator universal acceptat. Cunoscută și sub numele de Matricea SWOT, a obținut recunoașterea ca fiind utilă în diferențierea și stabilirea unei nișe în cadrul pieței mai largi [10]. O analiză SWOT este o examinare aprofundată a factorilor cheie interni (puncte tari și puncte slabe) și externi (oportunități și amenințări) unei afaceri.

* **Factori interni.** Examinarea factorilor interni aruncă o privire atentă asupra organizației, stabilind competențele de bază și domeniile în care o afacere are un avantaj competitiv. De asemenea, analizează domeniile în care o afacere are o lipsă de anumite puncte forte.
* **Factori externi.** O examinare a factorilor externi aruncă o privire asupra pieței în care își desfășoară activitatea o afacere și ajută la identificarea de noi domenii în care afacerea se poate dezvolta și de piețe de nișă care pot fi urmărite, toate ceea ce va duce în cele din urmă la profituri mai mari pentru afacere. De asemenea, analizează schimbările și tendințele de pe piață care pot afecta operațiunile de afaceri ale unei companii [3].

## Ilustrație SWOT

SWOT trebuie desenat așa cum se arată în Figura 3. Există patru casete, Putere (S), Oportunități (O), Puncte slabe (W) și Amenințări (T). Axele sunt importante în SWOT deoarece definesc conținutul a patru casete. Dacă axele sunt omise; problemele apar adesea la colectarea și atribuirea informațiilor către cadranul corespunzător [11].



**Figura 3. Diagrama SWOT de bază [11]**

## Beneficiile unei analize SWOT

Efectuarea unei analize SWOT permite unei afaceri să-și concentreze atenția către acele domenii care prezintă cele mai mari oportunități și acele competențe în care este mai puternică. În același timp, afacerea caută modalități de a-și atenua punctele slabe și de a dezvolta planuri și strategii pentru a depăși orice amenințări care se prezintă. Atunci când efectuați o analiză SWOT, ar trebui să fiți realist în ceea ce privește punctele forte și punctele slabe ale afacerii dvs. [3].

Unele beneficii ale efectuării unei analize SWOT includ:

* Eficient din punct de vedere al costurilor
* Gamă largă de aplicații
* Promovează discuția
* Oferă o privire de ansamblu vizuală
* Oferă Perspectivă
* Integrare și Sinteză
* Stimulează colaborarea

Multe firme consideră analiza SWOT un instrument eficient pentru analiza datelor și informațiilor de marketing. Cadrul simplu și direct oferă un sentiment de direcție și funcționează ca un catalizator pentru dezvoltarea planurilor de marketing viitoare. Dacă este efectuată corect, o analiză SWOT nu numai că organizează informațiile și datele, dar descoperă și avantaje competitive pe care o afacere le poate folosi pentru a câștiga o pârghie față de concurenții săi de pe piață [12].

# Strategii de gândire

Pentru a evita problemele, întârzierile sau respingerea de către investitori, este mai bine să urmați strategii de gândire. Pentru a obține un avantaj competitiv, **gândirea strategică** în antreprenoriat este importantă [13].

Această procedură implică de obicei:

* Văzând imaginea de ansamblu
* Planificare dinainte
* Transformarea gândului în acțiune

## Văzând imaginea de ansamblu

**Gândirea de ansamblu** se întinde dincolo de termenul scurt și ia în considerare modul în care un antreprenoriat poate reuși pe termen lung.

Vă ajută să vă construiți o viziune asupra oportunităților viitoare [14].

## Planificare dinainte

Gânditorii strategici pot **planifica din timp** și pot anticipa problemele potențiale.

A avea un plan de rezervă te ajută întotdeauna atunci când lucrurile nu merg conform planului.

## Transformarea gândului în acțiune

Deci, ai un plan și ai făcut câteva alegeri.

Acum, trebuie să preia controlul asupra acestor alegeri, să înțelegi ce ar trebui și ce trebuie să faci și să începi **să transformi gândul în acțiune** [15].

# Un ultim gând despre planificare

## De ce eșuează planurile de afaceri?

Chiar dacă există un plan de afaceri bun, acesta poate eșua, mai ales dacă planul nu este urmat! A avea un lider puternic, cu accent pe design este întotdeauna o strategie bună. Chiar și atunci când planul este urmat, dacă există ipoteze proaste cu privire la previziunile tale, poți fi prins în deficit de fluxuri de numerar și bugete scăpate de control. Piețele și economia se pot schimba, de asemenea. Fără flexibilitate încorporată în planul dvs. de afaceri, este posibil să nu puteți trece la un nou curs după cum este necesar [16].

## Considerații pentru un plan de afaceri

Un motiv major pentru un plan de afaceri este acela de a oferi proprietarilor o imagine clară a obiectivelor, obiectivelor, resurselor, costurilor potențiale și dezavantajelor anumitor decizii de afaceri. Un plan de afaceri ar trebui să-i ajute să-și modifice structurile înainte de a-și implementa ideile. De asemenea, permite proprietarilor să proiecteze tipul de finanțare necesar pentru a-și pune afacerile în funcțiune.

Bine pregătit și executat, planul de afaceri este cel mai important document de afaceri al antreprenorului. Investitorii se așteaptă la un nivel mai ridicat de expertiză și pregătire de la antreprenorii pe care aleg să-i finanțeze. Planul de afaceri de succes este convingător pentru că nu doar discută ideea de afaceri, ci demonstrează și competența de afaceri a autorului printr-o discuție amănunțită și detaliată a ceea ce trebuie făcut pentru implementarea ideii.

Pe măsură ce numărul de noi afaceri crește în fiecare an, competiția pentru finanțare este mai mare ca niciodată. Proprietarii care oferă planuri de afaceri cu o definiție clară a afacerii, dovezi de management puternic, capacități de marketing atent și o structură financiară atractivă au avantajul competitiv și au mai mult succes în obținerea finanțării necesare. Un plan de afaceri bine conceput este încă cel mai eficient instrument pentru atingerea obiectivelor pe termen lung și atingerea succesului [16].

# Bibliografie

[1] Nunn, Leslie. (2010). Importanța unui plan de afaceri bun. Journal of Business & Economics Research (JBER). 8. 10.19030/jber.v8i2.677.

[2] <https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>

[3] <http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/BUSINESS%20PLAN%20Anatomy%20of%20a%20Business%20Plan%20The%20Step-by-Step%20Guide.PDF>

[4] [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740210437725/full/html?casa\_token=8hwIL8Ab4noAAAAA:cREJOyFnBMfj7d1MgG-SYIvltmShOUP50000000000000000000000000000005 -Nh5C- 5XWztIamLmBCAiEZ6bI7x2vNilkdZLZ\_-3JBOOSaZViaQ](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740210437725/full/html?casa_token=8hwIL8Ab4noAAAAA:cREJOyFnBMfj7d1MgG-SYIvltmShOU5Qo9vQuuyuNJRdvPNEtpsZEi5bBVI0IH2Ad89-Nh5C-5XWztIamLmBCAiEZ6bI7x2vNilkdZLZ_-3JBOOsaZViaQ)

[5]https://www.thinklions.com/blog/ask-the-experts-how-long-should-a-business-plan-be/

[6] Burns, P. (1996). Planul de afaceri. În: Burns, P., Dewhurst, J. (eds) Small Business and Entrepreneurship. Seria Macmillan Small Business. Palgrave, Londra. https://doi.org/10.1007/978-1-349-24911-4\_9

[7] Haag, Annette. (2013). Scrierea unui plan de afaceri de succes: o prezentare generală. Sănătatea și securitatea la locul de muncă. 61. 19-29. 10.3928/21650799-20121221-53.

[8] Abrams, RM (2010). Planul de afaceri de succes: Secrete și strategii (ed. a 5-a). Palo Alto, CA: Magazinul de planificare

[9] Bangs, DH, Jr. (1995). Ghidul de planificare a afacerii: Crearea unui plan de succes în propria afacere. Chicago, IL: Upstart Publishing.

[10] Teoli D, Sanvictores T, An J. SWOT Analysis. În: StatPearls. Editura StatPearls, Insula comorilor (FL); 2022. PMID: 30725987.

[11] <https://www.cii.co.uk/media/6158020/a-useful-guide-to-swot-analysis.pdf>

[12] <https://pestleanalysis.com/benefits-of-swot-analysis/>

[13] <https://www.masterclass.com/articles/strategic-thinking-guide>

[14] <https://www.betterup.com/blog/big-picture-thinking>

[15] <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/09/01/stop-doing-what-you-should-do-and-turn-your-thoughts-into-action/>

[16] https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp