Struktura e Planit te Bisnezit

Pregatiti:
Dr. Rudina Degjoni

Çfarë është një Plan Biznesi?

- **Plani i Biznesit**

Nje dokument qe shpjegon *aktivitetin kryesor te biznesit* si dhe arsyet per krijimin e nje biznesi specifik.

Një plan bisnezi paraqet nje permbledhje te aktivitetit të propozuar të sipërmarrësit, paraqet veprimtarite operacionale dhe financiare të biznesit. Gjithashtu nje plan bisnezi analizon mundësitë dhe strategjitë e marketingut, dhe një parashikim të zgjerimit të bisnezit në një afat prej 3-5 vjecar.

Plani i bisnezit është i rëndësishëm në tërheqjen e investitoreve ose sigurimin e huave nga bankat. Gjithashtu një plan bisnezi i hartuar mirë është një ndihmesë për menaxherët e bisnezit në mënyrë që të vlerësojnë nëse janë permbushur ose arritur objetivat e bisnezit.

Plani i Biznesit

1. Identifikon llojin dhe mundesinë e biznesit

- **Paraqet një vlerësim sistematik dhe realist të *mundësive* të bisnezit për sukses në treg.**
- **Paraqet *riskun* që cdo sipërmarrës ndesh në llojin e biznesit.**

2. Prezanton strategjinë e sipërmarrësve për të menaxhuar llojin e biznesit

- **Plani përfshin rregullat për manaxhimin e suksesshëm të biznesit.**

3.Plani është një dokument që shërben për krahasimin e rezultateve aktuale kundrejt objektivave të përcaktuara.

4. Identifikon faktorët që ndikojnë në suksesin e sipërmarrjes

5. Shërben si një mënyrë për të aplikuar për të siguruar kapitalin fillestar.

Plani i Biznesit

Funksionet Primare

- Shërben për të pasqyruar objektivat dhe qëllimet për menaxhimin e brendshëm
- Imponon disiplinën mbi sipërmarrësin dhe ekipin manaxhues

Shërben si një dokument për të bërë diferencimin nga kompetitorët e tjerë.

- Shërben si një informacion i besueshëm për konsumatorët, furnitorët dhe investitorët
- Bën të mundur që të sigurohen mundësi të reja financimi dhe terma të favorshme kreditimi.

Përmbajta e Planit të Biznesit

- Faqja kryesore
- Tabela e përmbledhjes
- Përmbledhje e përgjithshme
  - Parashikime
  - Përshkrime
  - (Executive Summary)
- Deklarata e Vizionit dhe Misionit
- Përshkrimi i kompanise
- Plani i Produktit/Shërbimit
- Plani Marketing
- Plani Operacional
- Plani Financiar
- Anekset me Dokumenteat Mbështetëse

Plani i Biznesit

Vizioni– është një koncept specifik i asaj që një biznes synon dhe kërkon të arrije.

Ai duhet të bazohet jo vetëm në një analizë të detajuar të tregut por dhe në ide të qarta sesi do të mund të pozicionohet kompania në treg.

Vizioni perfshin tre komponentë:

- **Filozofinë – besimet (psh. besimi në të qënit më i miri), vlerat e kompanisë.**
- **Misionin – qëllimi i sipërmarrjes (pyetjet: pse, cfare, si, per cilin)**
- **Objektivat– aspiratat (ato që kompania synon të arrijë)**

Përbërësit kryesor

- **Plani i produkteve dhe/ose shërbimeve**
  - **1.Përshkruan produktet dhe/ose shërbimet që do të ofrohen dhe paraqet vecoritë e secilit**
- **Plani Marketing**
  - **1.Përshkruan përfitimet e konsumatorëve në lidhje me produktet/shërbimet si dhe tregun që ekziston për to.**
  - **2.Analizon strategjitë që sipërmarrësit do të kryejnë për të reklamuar produktet dhe shërbimet e tyre.**
- **Plani i Manaxhimit**
  - **1.Përshkruan strukturën organizative të biznesit si dhe administratorët kryesorë të tij.**

Plani i Biznesit

- **Plani operacional**
  - **Ofron informacion mbi mënyrën se si do të *prodhohet produkti ose ofrohet shërbimi*, duke përfshirë përshkrimin e mjediseve të firmës, punës, materiale si dhe kërkesat e procesit.**
- **Plani Financiar**
  - **Siguron një permbledhje te nevojave dhe burimeve financiare te firmes. Parashikon ecurinë e të ardhurave, kostove dhe fitimeve për një afat 3-5 vjecar.**

Përmbledhja ekzekutive **(jo më shumë se dy faqe të shkruara të shtypura):**

1. **Emri, adresa dhe numri i telefonit i kompanisë**
2. **Emrat, adresat dhe numrat e telefonit të të gjithë njerëzve kryesorë.**
3. **Përshkrimi i shkurtër i biznesit**
4. **Pamja e përgjithshme dhe e shkurtër e tregut për produktin tuaj.**
5. **Pamje e përgjithshme e shkurtër e veprimeve strategjike që ju planifikoni të merrni për ta bërë firmën tuaj një sukses.**
6. **Përshkrimi i shkurtër i eksperiencës manaxheriale dhe teknike të njerëzve tuaj kryesorë.**
7. **Një pasqyrë e shkurtër ku të jepen nevojat financiare dhe për çfarë do të përdoren paratë.**

Plani i detajuar i biznesit

A. *Background në biznesin tuaj*

- **Histori e shkurtër e biznesit**
- **Situata e tanishme**

B. *Biznesi juaj*

- **Përshkrimi i plotë dhe i detajuar i biznesit tuaj. (Përse biznesi juaj është unik?**
- **Përshkruani elementët kyç që do të diktojnë suksesin e biznesit tuaj)**

C. *Analiza e tregut*

- **Cilët janë blerësit e mundshëm për produktet tuaja?**
- **Sa klientë përmban tregu? Cilat janë blerjet e tyre të mundshme vjetore?**
- **Cila është natyra e ciklit të blerjes? - A është ky produkt një e mirë e qëndrueshme që zgjat për vite ose një produkt që është riblerë mbi baza të rregullta? - Është produkt i mundshëm për t'u blerë vetëm në periudha sezonale gjatë vitit?**

Plani i detajuar i biznesit

Objektivi specifik i tregut

a. cilat janë vetitë e produktit që ju ndieni influencë në vendimin e konsumatorit për të blerë?

b. a ka konsumatori një parapëlqim ku ai ose ajo blen produktet e krahasueshme? Sa e fortë është kjo preference?

Influenca e jashtme e tregut.

Si mund të ndikojë çdo forcë e jashtme te shitja ose suksesi i produktit tuaj

Faktorët ekonomikë, të tillë si:

a) Inflacioni b) rënia e prodhimit c) papunësia e lartë ose e ulët;

Faktorët shoqërorë, të tillë si:

a) mosha e klientëve b) vendndodhja, shpërndarja demografike e popullsisë

c) nivelet e të ardhurave d) numri i njerëzve të shtëpisë

e) pikëpamjet specifike shoqërore

Analiza e konkurentit

Konkurentët ekzistues:

- Cilët janë ata? Konkurentët më të njohur?
- Përse ju besoni që klientët e mundshëm në objektivin tuaj të tregut blejnë nga ata
- tani?

Firmat të cilat mund të hyjnë në treg.

- Cilët janë ata dhe kur dhe pse ato mund të hyjnë në treg?
- Cili do të jetë ndikimi në objektivin tuaj të segmentit të tregut nese ata hyjnë?

Plani strategjik për biznesin tuaj

1. Si planifikoni për të tregtuar produktet tuaja tek grupi i klientwve tw identifikuar më sipër?

   Identifikoni në mënyrë specifike strategjinë tuaj të marketingut në faktorët kryesorë, të tillë si: - Vlerësimi (çmimi), - Promocioni dhe reklamimi i produktit, - Shërbimet e klientit

2. Si do të përballojnë produktet tuaja kundrejt këtyre aktualisht në treg?

Specifikat e organizatës dhe të manaxhimit tuaj

1. Si është organizuar biznesi juaj?

a. Ligjërisht (korporatë: e vendit apo me të huaj; me partnerë; apo me pronësi individuale).

b. Mënyra funksionale

2. Cilët janë njerëzit kyç (ose do të jenë) në biznesin tuaj? Cila është eksperienca e tyre dhe çfarë sjellin ata në biznes në mënyrë që ai të jëtë i suksesshëm?

G. Planet financiare

1. Sa para u nevojiten për të bërë këtë produkt dhe për ta bërë biznesin tuaj të suksesshëm për një periudhë të gjatë kohe?

a. Lidh përgjegjësinë për këtë çështje, për prodhimin tuaj dhe planin e marketingut.

b. Ji realist dhe specifik.

2. Krijo arkën.

Tregoji bankierit ose investitorit çfarë nevoje keni në lidhje me paratë, kur ju nevojiten ato, dhe si dhe kur ju planifikoni t'i nxirrni të ardhurat nga operacionet dhe shitjet.

3. Kini një parashikim realist të kostove të operacioneve:

a. të materialeve, - të punës, - të pajisjeve, - shpenzimet administrative, - dhe shpenzime të tjera (si shpenzimet për rishikimin dhe përgatitjen e vendit të punës)

4. Paraqisni bilancin aktual dhe të projektuar si dhe pasqyrat e të ardhurave.

5. Përgatitni analizën e pikës kritike.

Plani i veprimit strategjik:

- ✓Pasqyra e qartë e misionit të biznesit tuaj
- ✓Synimet specifike të realizimit të detyrave dhe objektivat.
- ✓Ripasqyrimi i strategjive të prodhimit tuaj dhe të marketingut.
- ✓Si këto strategji i përshtaten veprimtarisë së biznesit.
- ✓Çfarë procedurash kontrolli ju planifikoni, për ta krijuar dhe për ta mbajtur biznesin në drejtimin e duhur.

Karakteristikat e Një Plan Biznesi

- **Duhet të paraqitet në mënyrë të përshtatshme, me një përmbledhje ekzekutive, tabelë përmbajtje, dhe kapituj të renditur mirë.**
- **Duhet të ketë gjatësinë dhe paraqitjen e përshtatshme – jo shumë i gjatë, jo shumë i shkurtër, jo shumë i "thatë", jo shumë i ngarkuar.**
- **Duhet të japë idenë se cfarë presin pronarët të arrijnë në periudhën tre deri në shtatë vjecare.**
- **Duhet të tregojë evidencë të qartë të aftësisë së produktit/shërbimit për tu shitur.**
- **Duhet të justifikojë nga pikëpamja financiare kostot e shitjes së produktit/shërbimit.**
- **Duhet të shpjegojë dhe justifikojë nivelin e zhvillimit të produktit që është arritur si dhe të shpjegojë procesin dhe kostot.**

Karakteristikat e Një Plan Biznesi

- **Duhet ti paraqesë partneret si një ekip manaxherial me eksperiencë dhe aftësi plotësuese në biznes.**
- **Duhet të japë një përshtypje të mirë për zhvillimin e produktit dhe nivelin e ekipit te punës.**
- **Duhet të mbajë parashikime financiare të besueshme, me të dhënat kryesore të shpjeguara dhe të dokumentuara.**
- **Duhet të tregojë se si investitorët mund të realizojnë fitime nga tre në shtatë vjet, duke marrë parasysh amortizimin.**
- **Duhet ti paraqitet vetem investitoreve që mund ta financojnë duke eliminuar humbjen e kohës kur ka nevojë për fonde të menjëhershme.**
- **Duhet të jetë lehtësisht i shpjegueshëm dhe i përmbledhur në një prezantim të planifikuar mirë.**

Faleminderit