
Studiu asupra rezultatelor programate la o societate comercială

Alexandra Diana Chirescu (*chirescualexandra18@stud.ase.ro*)

Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului, Academia de Studii Economice din București

Coordonator: conf.univ.dr. Simona Roxana Pătărlăgeanu

Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului, Academia de Studii Economice din București

Abstract

În această lucrare s-a realizat un plan de afaceri sintetic pentru o livadă de meri din zona de Sud-Est a țării. Astfel, în prima parte a lucrării se va prezenta o analiză bibliometrică pentru domeniul antreprenoriatului, precum și rezumatul analizei pieței, strategia și implementarea, managementul și operațiunile pe scurt, planul financiar, cererea de finanțare și strategia de retragere.

Cuvinte cheie: *plan de afacere, livadă, analiză bibliometrică*

Clasificare JEL: *D2 Production and Organizations*

Introducere

Obiectivul acestei lucrări constă în analiza performanței economice a unei plantații de pomi fructiferi. Lucrarea este organizată în 3 secțiuni: revizuirea literaturii științifice – în cadrul căreia a fost realizată analiza bibliometrică asupra domeniului antreprenoriatului; metodologie, date, rezultate și discuții – în această analiză s-a realizat analiza pieței, strategia și modul de implementare în cadrul întreprinderii, managementul operațiunilor, planul financiar; ultima secțiune fiind dedicată concluziilor.

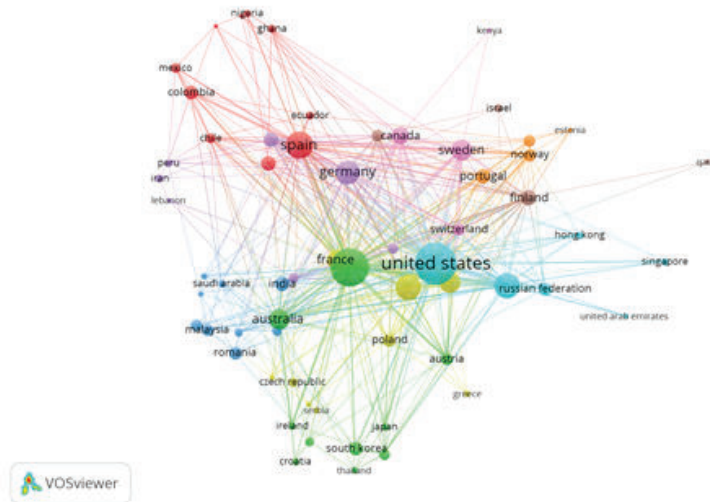
I. Revizuirea literaturii științifice

Analiza cantitativă a documentelor științifice găsite în baza de date Scopus – Analiză bibliometrică realizată în VOSviewer

În acest capitol s-a realizat o analiză bibliometrică pentru domeniul antreprenoriatului. Astfel, în figura de mai jos se prezintă analiza relațiilor de colaborare dintre state.

Analiza relațiilor de colaborare dintre state

Fig.1

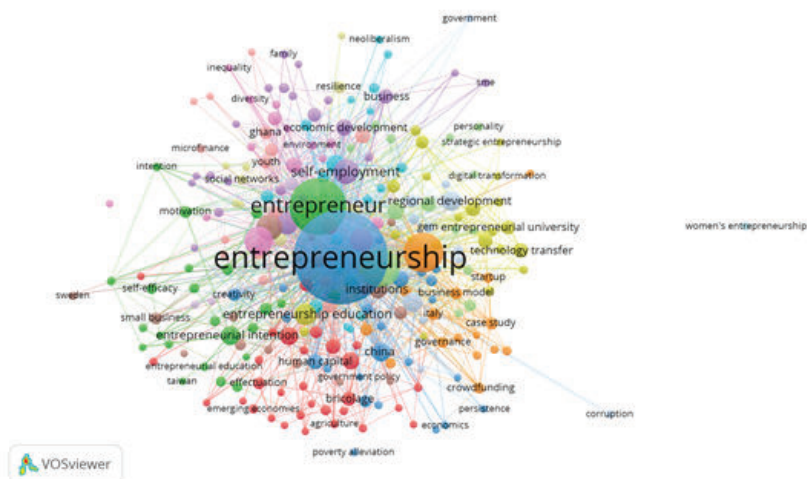


Sursa conceptualizare proprie pe baza datelor de pe Scopus

Analiza a fost realizată pentru 63 de state. Pe primul loc în ceea ce privește numărul de relații de colaborare este Statele Unite ale Americii cu 40 de legături și 369 de documente publicate. Pe locul doi se află Regatul Unit al Marii Britanii cu 47 de legături și 308 documente publicate. În analiză se identifică și România cu 9 legături și 34 de documente publicate în domeniul antreprenoriatului. În figura 2 se prezintă analiza cuvintelor cheie utilizate de către autori.

Analiza cuvintelor cheie

Fig.2



Sursa conceptualizare proprie pe baza datelor de pe Scopus

Cel mai des utilizat cuvânt este antreprenoriat cu 714 apariții, urmat de antreprenor cu 262 apariții, dezvoltare economică cu 23 de apariții și altele.

II. Metodologie, date, rezultate și discuții

În prima parte a lucrării s-a realizat o analiză bibliometrică în domeniul antreprenoriatului. Au fost analizate 2.000 de documente utilizând soft-ul VOSviewer. În continuare, se va prezenta rezumatul analizei pieței, strategia și implementarea, managementul și operațiunile pe scurt, planul financiar, cererea de finanțare și strategia de retragere.

2.1 Rezumatul analizei pieței

În tabelul de mai jos se prezintă analiza costurilor de lansare pentru livadă.

Livada Mărul Auriu – Costuri de lansare (Euro)

Tabelul 1

Cheltuieli de lansare	2.000 Euro
Legale	4.300 Euro
Închiriere utilaje	25.000 Euro
Personal livadă	40.000 Euro
Cheltuieli livadă (îngrășăminte, tratamente, puieți)	50.000 Euro
Închiriere teren	15.000 Euro
Resurse umane administrative	50.000 Euro
Dezvoltarea și găzduirea website-ului	500 Euro
Identitate/Logo/Papetărie	200 Euro
Diverse	1.000 Euro
Total cheltuieli lansare	188.000 Euro
Numerar necesar	
Active de lansare	170.000 Euro
Numerar necesar	30.000 Euro
Stoc lansare	0
Mijloace fixe	0
Total active	200.000Euro

Sursa: prelucrare proprie

Terenul a fost închiriat foarte ieftin, având în vedere faptul că aparține unui membru al familiei. Astfel 10 ha de pământ au fost închiriate cu 15.000 Euro.

Livada Mărul Auriu – Costuri de lansare (Euro) - Continuare

Tabelul 2

1.Cheltuieli de lansare care trebuie finanțate	188.000 Euro
1.1.Active de lansare care trebuie finanțate	170.000 Euro
1.2.Finanțarea totală necesară	388.000 Euro
2.Active	
2.1.Active nemonetare pentru lansare	25.000 Euro
2.2.Necesar de numerar pentru lansare	15.000 Euro
2.3.Numerar adițional atras	0
2.4.Disponibilități de numerar la data lansării	15.000 Euro
2.5.Total active	200.000 Euro
3.Pasive	
3.1.Împrumuturi curente	0
3.2.Pasive termen lung	0
3.3.Debite (facturi neplătite)	500Euro
3.4.Alte pasive curente (nepurtătoare de dobândă)	0
3.5.Total pasive	500 Euro
4.Capital	
4.1 Investiție planificată	199.500Euro
4.2.Altele	0
4.3.Necesar investiții suplimentare	0
4.4.Total investiții planificate	199.500Euro
5.Cheltuieli de lansare	188.000 Euro
6.Total capital	199.500Euro

Sursa: prelucrare proprie

Livada Mărul Auriu se concentrează asupra tuturor categoriilor de clienți, dat fiind faptul că fructele sunt consumate de către majoritatea oamenilor, indiferent de vârstă, statut social, etc. După cum se poate observa, cheltuielile de lansare au o valoare mai mică decât activele și investițiile.

Situația cheltuielilor pentru o livadă care nu este pe rod

Tabelul 3

Explicații	AF 1 Euro	AF 2 Euro
1. Cheltuieli cu tratamentele+ îngrijirea pomilor	30.000	31.000
2. Cheltuieli plase protecție	4.000	0
3. Cheltuieli apă	300	450
4. Lucrări mecanice (arătură semidesfundare, arătură toamnă, nivelare, afânare, săpare gropi, transportare material săditor, fertilizare, stropire)	60.000	30.000
5. Lucrări manuale (pichetare, plantare, protejarea tulpinilor, văruiul tulpinilor, prășit, tăiatul în verde)	9.000	1.000
6. Cheltuieli neprevăzute(10%)	10.330	6.245
7. Total cheltuieli	113.630	68.695

Sursa: prelucrare proprie

În situația prezentată anterior, nu se includ cheltuielile de lansare și alte cheltuieli prevăzute anterior. Cheltuielile prezentate în tabel se referă strict la lucrările necesare unei livezi care încă nu a intrat pe rod, conform tehnologiei. Cheltuielile cu intrarea pe rod a livezii vor fi acoperite prin utilizarea lichidităților rămase în urma deschiderii firmei și efectuarea plăților aferente.

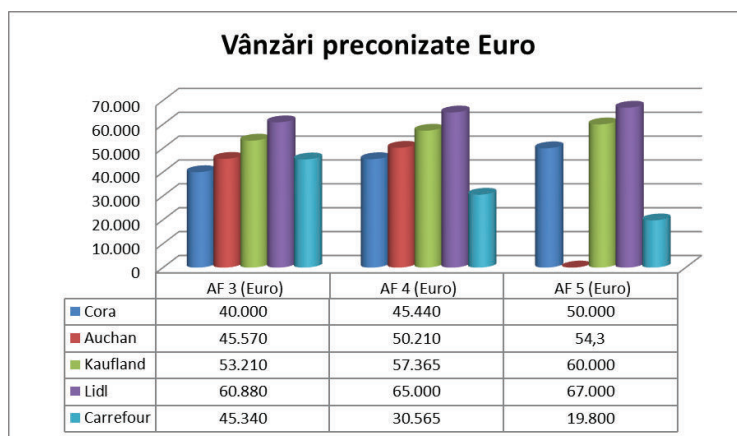
2.2 Strategia și implementarea - rezumat

Livada Mărul Auriu va pătrunde pe piață atât prin intermediul rețelelor de distribuție, cât și prin vânzarea fructelor către persoane fizice. Astfel, aceștia pot cumpăra mere direct de la livadă sau din magazinele partenere Cora, Auchan și Kaufland. Livada Mărul Auriu și-a identificat piața ca fiind alcătuită din totalitatea persoanelor care consumă în mod regulat fructe (mere) și care doresc să aibă un stil de viață sănătos. Livada Mărul Auriu oferă consumatorilor fructe proaspete, naturale și foarte gustoase. Avantajul competitiv prezentat de livada Mărul Auriu este simplu, oferă fructe de înaltă calitate, gustoase, parfumate, naturale și la un preț competitiv. Fructele pot fi cumpărate fie de la poarta livezii, fie din magazinele partenere. În ceea ce privește strategia de marketing, livada Mărul Auriu este parteneră cu Cora, Auchan și Kaufland, supermarket-uri cu un număr ridicat de clienți. Astfel, aceștia pot cumpăra fructe de la noi iar când vor vedea cât de gustoase sunt, cu siguranță vor reveni. Livada Mărul Auriu va implementa o campanie publicitară cu costuri reduse, care ar putea conține spoturi radio la orele de

vârf ale traficului rutier, mici reclame TV . Livada Mărul Auriu promovează un stil de viață sănătos și de aceea va construi relații cu școli, licee și facultăți, pentru a educa tinerii în ceea ce privește consumul regulat de fructe. În graficul de mai jos se prezintă vânzările preconizate pentru anul financiar 3, 4 și 5.

Vânzările preconizate pentru livada Mărul Auriu

Fig.2.2



Sursa conceptualizare proprie

Se preconizează faptul că în anul financiar 3, 4 și 5 vânzările de mere vor crește cu aproximativ 15-20%.

2.3 Managementul operațiunilor pe scurt

Livada Mărul Auriu are o structură organizatorică relativ simplă. Cheltuielile de regie aferente managementului vor fi menținute la minimum și toți managerii se vor implica în munca specifică activității economice desfășurate. Nu se intenționează construirea unei firme centralizate deoarece în acest mod cheltuielile sunt mai ridicate, iar deciziile se iau mai greu. Proprietarii vor fi implicați activ în managementul și funcționarea livezii. Fondatorii livezii aduc un fundament managerial și tehnic solid. Atribuțiile se vor împărți în mod egal. Sistemul de producție practicat în livada Mărul Auriu este semi-intensiv. Datorită tehnologiei folosite și a sistemului de livrare a comenzilor, stocurile pot fi controlate prin comenzi optimizate, prin intermediul unui sistem computerizat. Prin îngrijirea corespunzătoare a livezii, ne propunem să obținem producție și calitate constantă.

2.4 Planul financiar

Pragul de rentabilitate reprezintă valoarea începând de la care firma începe să obțină profit. La o cifră de afaceri de 251.000 Euro în anul 5 de finanțare, cheltuielile sunt în valoare de 91.550 Euro, ceea ce înseamnă că, cantitatea de mere vândută la prețul / kg de 3 lei, a asigurat depășirea pragului de rentabilitate cu o valoare de 159.550 Euro. Pentru atingerea pragului de rentabilitate, este necesară comercializarea a 253.862,5 kilograme mere, la prețul de 3 lei/kg. Dacă profitul net al firmei este 199.600 lei, iar capitalul propriu este 199.500 lei, rata rentabilității economice este de 79,9%. Dacă ne referim la rata rentabilității financiare, aceasta este de 100 % dacă se respectă aceleași condiții. Tot în aceeași situație, rata rentabilității cheltuielilor este de 209,7%.

Planul financiar

Tabel 4

Explicații	AF 3	AF 4	AF 5 Euro
Creșterea vânzărilor	0%	101,5%	AF 5
Procentaje din total active			102,5%
Stocuri	0%	0%	
Alte active curente	100%	100%	0%
Total active curente	100%	100%	100%
Active termen lung	0%	0%	100%
Total active	100%	100%	0%
Pasive curente	%	%	100%
Pasive termen lung	0%	0%	%
Total pasive	0%	0%	0%
Valoare netă	0%	0%	0%
Procent din vânzări			0%
Vânzări	100%	100%	
Marja brută a profitului	79%	79,4%	100%
Lichiditate generală	5,5	5,6	79,4%
Lichiditate imediată	5,5	5,6	5,7
Total datorii/Total active	0,179	0,177	5,7
Rentabilitatea activelor	66,4%	66,7%	0,175
	AF 3	AF 4	66,7%
Indicatori suplimentari			AF 5
Marja profit net	79%	79,4%	
Rentabilitatea capitalului	80,9%	81,1%	79,4%
Zile de plată	20	21	20
Rulaj active totale	245.000	248.580	251.100
Indicatori datorii			
Datorii/Capital	21,8%	21,5%	21,2%
Pasivecurente/Pasive	100%	100%	100%
Indicatori lichiditate			
Capital net de lucru	161.800	164.807,2	166.924
Pasive curente/Total active	17,9%	17,7%	17,5%

Sursa: prelucrare proprie

Potrivit tabelului, marja brută a profitului a înregistrat valori ridicate, de aproximativ 79% în perioada analizată. De asemenea, se poate observa faptul că, rentabilitatea capitalului este de 80%. În ceea ce privește raportul datorii/capital, acesta a înregistrat valoarea de 20%. Capitalul net de lucru este de 161.800 Euro în anul 3, 164.807,2 Euro în anul 4 și 166.924 Euro în ultimul an. Nu în ultimul rând, valoarea raportului dintre pasive curente și totalul activelor este de aproximativ 18%.

2.5 Cererea de finanțare și strategia de ieșire

Livada Mărul Auriu necesită o finanțare inițială de 388.000 Euro pentru faza de lansare. Cheltuielile efectuate ulterior fazei de lansare se vor realiza din banii rămași, firma dispunând de suma de 1 milion de Euro, surse proprii. Pentru recuperarea investiției realizate, se propune următorul scenariu. Livada Mărul Auriu este o firmă bine dezvoltată din punct de vedere economic. Conform analizelor efectuate anterior, se poate observa o creștere substanțială a vânzărilor cu 102 % față de anul 3, ceea ce determină o creștere a cifrei de afaceri tot cu 102% și a profitului cu 103%. După cum se poate observa, firma nu are datorii, toate cheltuielile fiind efectuate din fonduri proprii. Livada va deveni din ce în ce mai cunoscută pe piață pentru calitatea fructelor obținute, fapt ceea ce va determina o creștere a cotei de piață și, implicit, a prețului de vânzare a livezii. Pentru un plus de valoare, se poate achiziționa o instalație pentru realizarea sucului din mere proaspete.

Concluzii

În acest articol se dorește redarea în mod sintetic a unui plan de afaceri pentru o livadă cu meri. Astfel, a fost analizat interesul științific pentru domeniul antreprenoriatului și s-au studiat principalele componente ale unui plan de business.

Bibliografie

1. Howard F. et al, 2018, *Entrepreneurship*, Cengage, pg. 149-185
2. Childers, N. F. Et al, 1995, *Modern fruit science. Orchard and small fruit culture*
3. Pătărlăgeanu, S.R., Dinu, M. and Constantin, M., 2020. *Bibliometric Analysis of the Field of Green Public Procurement*. *Amfiteatru Economic*, 22(53), pp. 71-81