



SI TË HARTOSH NJË PLAN BIZNESI

MSC. ENTELA HIDRI



FLASIM PER PËRMBAJTJEN E NJË PLAN
BIZNESI SI DHE KËSHILLA MBI HARTIMIN E
TIJ, DUKE SYNUAR VECANËRISHT START-UP-
ET, POR PARIMET JANË PO AQ TË VLEFSHME
EDHE PËR BIZNESET EKZISTUESE QË
KERKOJNË TË RRITEN.



Çfarë është një plan
biznesi?





- Plani i biznesit është një prej hapave të parë dhe më të rëndësishme gjatë fillimit të një biznesi të ri. është një mjet i cili shërben për të krahasuar idetë, për të caktuar objektivat, për të planifikuar të ardhmen e ndërmarrjes dhe për të vlerësuar realizimin dhe zbatueshmërinë e idesë. Përvec kësaj, plani i biznesit është një mjet thelbësor për tërheqjen e fondeve dhe është një dokument dinamik i cili kërkon rishikim të vazhdueshëm për të asistuar në monitorimin, matjen e performancës së biznesit dhe rrjedhimisht në mbarëvajtjen e tij.



NËSE PLANI DO TË JETË NË PËRDORIM TË INVESTITORËVE APO HUADHËNËSIT, ËSHTË THELBËSORE TË KUPTONI OBJEKTIVAT E TYRE DHE T'I ADRESONI KËTO NË PLAN, NË MËNYRË QË KY I FUNDIT TË PËRMBUSHË KRITERET E TYRE TË VEÇANTA TË INVESTIMIT OSE KREDITIMIT.



Plani i biznesit duhet të jetë lehtësisht i lexueshëm, gjithëpërfshirës, konciz dhe jo kontradiktor. (Për shembull, shifrat e paraqitura në planin e shpenzimeve për pajisjet duhet të përputhen me ato që shfaqen në parashikimet financiare të planit.) Shumë shpesh këto të fundit nuk përputhen dhe plani i biznesit humb rrjedhimisht kredibilitetin.



- Është me rëndësi të identifikohet sa më herët se çfarë duhet të dijë një investitor i ardhshëm për biznesin dhe personat të cilët e drejtojnë atë.

Arsyetimi i vendimeve të marra, qartësia dhe kredibiliteti janë jetike në një plan biznesi.

- Plan i duhet të jetë i zbatueshëm dhe duhet të të bindë investitorët mbi suksesin e biznesit.

ANALIZA SWOT E PRODUKTIT

S TRENGTHS

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

W

WEAKNESSES

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

O

OPPORTUNITIES

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

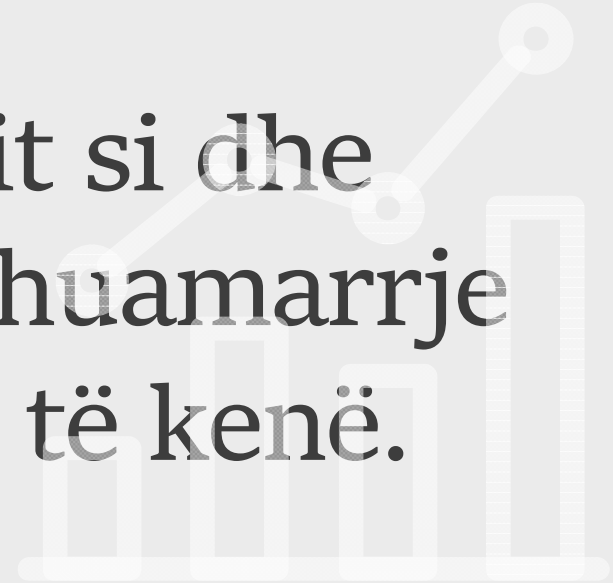
T

THREATS

This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.



- Plani gjithashtu duhet të tregojë se biznesi do të jetë në gjëndje të mbështese sipërmarrësit si dhe çdo kërkesë huamarrje që ata mund të kenë.





AVANTAZHET E HARTIMIT TË NJË PLAN BIZNESI



HARTIMI I NJË PLANI BIZNESI NDIHMON NË:
SJELLJEN E IDEVE TË REJA DHE HULUMTIMIN E TYRE NË NJË
FORMAT TË STRUKTURUAR;
VENDOSJEN NËSE/OSE KUR BIZNESI DO TË JETË KOMERCIALISHT I
ZBATUESHËM;
QARTËSIMIN E QËLLIMIT TË BIZNESIT DHE PREZANTIMIN E TIJ ME
PARTNERË APO INVESTITORË POTENCIAL;
PARASHIKIMIN E PENGESAVE DHE ADRESIMIN PARAPRAK TË TYRE;
PARASHIKIMI I STRATEGJISË SË MARKETINGUT;





VENDOSJEN E OBJEKTIVAVE
EFEKTIVE DHE PLANEVE DUKE
PËRFSHIRË SHITJET DHE
OBJEKTIVAT FINANCIARE NË
MËNYRË QË PERFORMANCA E
BIZNESIT TË JETË VAZHDIMISHT E
MONITORUESHME.



- 3.Çfarë duhet të përmbajë një plan biznesi:
- Titujt e mëposhtëm mbulojnë elementët thelbësorë që duhet të përfshihen në një rend logjik në çdo plan biznesi në mënyrë që të adresojë çështjet më të rëndësishme që një investitor, bankë apo organizatë financiare do të duhet të sigurohet.
- a. Tabela e përmbajtjes
- b. Përmbledhja ekzekutive

KJO DUHET TË JETË NJË PËRMBLEDHJE E SHKURTËR E PJESËS TJETËR TË PLANIT DHE DUHET TË JETË JO MË SHUMË SE DY FAQE E GJATË. ËSHTË ELEMENTI I PARË QË NJË INVESTITOR DO TË LEXOJË KËSHTU QË DUHET TË JETË I SHKRUAR QARTË, DUHET TË ANGAZHOJË LEXUESIN DHE NË MËNYRË IDEALE, TË SIGUROJË QË PLANI DO TË JETË SUPERIOR NDAJ PLANEVE TË TJERA TË BIZNESIT QË NJË INVESTITOR OSE HUADHËNËS DO TË PRANOJË.



.ÇËSHTJET KYÇE:

- Çfarë e bën idenë tuaj të biznesit unike dhe i jep asaj një avantazh mbi bizneset dhe produktet e ngjashme?
- Çfarë përvoja kanë sipërmarrësit në tregun e tyre të synuar, nëpërmjet të cilës do të sigurojnë një financues mbi aftësinë e tyre për ta bërë biznesin të suksesshëm?
- A tregohet apo ilustron në plan nëse biznesi do të jetë i zbatueshëm dhe fitimprurës?
- Kur dhe në ç'mënyrë do të ripaguhet dhënësi i kredisë apo huasë? Cilat janë planet që sigurojnë se investitori do të arrijë të marrë kthimin më të mirë të parave të investuara në rast shitjeje të biznesit në fjalë apo kur sipërmarrësit e biznesit të riblen aksionet e tyre në rastin e investimit të kapitalit?

PËRMBLEDHJA EKZEKUTIVE DUHET GJITHASHTU TË
PËRMBAJË:

DETAJE MBI PRODUKTET APO SHËRBIMET E OFRUARA;
PËRMBLEDHJE TË TREGUT TË SYNUAR DHE
KONKURRENCËS;

SHUMA E FINANCIMIT TË NEVOJSHËM DHE QËLLIMI;
SHUMA E PARAVE TË INVESTUARA NGA SIPËRMARRËSIT
E BIZNESIT

-
- 5.Qëllimet, objektivat dhe vizioni i një plani biznesi
 - Investitorët do të duan të informohen mbi motivet dhe vizionin e sipërmarrësve dhe veçanërisht se si ata do ta zhvillojnë më tej biznesin, prandaj është e rëndësishme të merren parasysh pyetjet e mëposhtme:
 - Cilat janë arsyet e fillimit të këtij biznesi?
 - Cfarë synojnë të arrijnë sipërmarrësit nëpërmjet lancimit të këtij biznesi?
 - Do të plotësojë biznesi apo të zëvendësojë të ardhurat kryesore të sipërmarrësve të tij?
 - Ku do të jetë biznesi në 5 vitet e ardhshme?
 - Përcaktimi i vizionit do të ndihmojë në identifikimin e objektivave të qarta dhe sfiduese dhe do të përcaktojë se si këto objektiva do të zbatohen përgjatë evolimit të sipërmarrjes.

■ 6. Përshkrimi dhe qëllimi i biznesit

■ Plani duhet të përcaktojë specifikisht se cfarë do të bëjë biznesi. Si do të diferencojnë produktet apo shërbimet e ofruara nga ato të konkurrentëve në treg? Përshkrimi i biznesit duhet të japë një përmbledhje të qartë të qëllimit të biznesit dhe duhet të jetë lehtësisht i kuptueshëm nga klientet, stafi apo investitorët potencialë.

■ 7. Struktura ligjore

■ Cfarë strukture ligjore do të ketë biznesi? A do të jetë sipërmarrësi pjesë e një ortakërie ose një kompanie private të kufizuar? Këto vendime do të ndikojnë në detyrimin tatimor të sipërmarrësve dhe kështu do të kenë ndikim në rrjedhjen e parasë.

-
- 9.Strategjia e marketingut
 - Metodatat e përdorura të marketingut për secilin nga segmentet e tregut të synuar;
 - Veprimet specifike të nevojshme për të arritur secilin segment;
 - Afati kohor për secilin aktivitet të marketingut;
 - Personat ose organizatat që do ta kryejnë atë;
 - Buxheti i marketingut;
 - Si do të rishikohet dhe monitorohet progresi?
 - 10.Objektivat e shitjes
 - Parashikimet e shitjeve duhet të përcaktohen sipas:
 - Shitjet e llojeve të ndryshme të produktit ose shërbimeve sipas sasisë dhe vlerës;
 - Shitjet nga grupe të ndryshme konsumatorësh apo territoresh;
 - Shitjet nga kanale të ndryshme distribucioni apo reklamimi.

-
- 11.Parashikimet financiare
 - Kosto e fillimit të biznesit;
 - Buxheti personal i sipërmarrësve të biznesit;
 - Financimet shitesë;
 - Detaje mbi mënyrën e shpenzimit të fondeve;
 - Analiza break-even;
 - Parashikim i hollësishëm i rrjedhës së parasë i cili vlerëson se sa para do të jenë në dispozicion për cdo muaj;
 - Parashikimi i fitim-humbjes ;
 - Parashikimi i bilancit i cili jep një pamje të pozitës tregtare të biznesit në një pikë të caktuar në të ardhmen.

-
- 12.Kerkesat operacionale të biznesit
 - Si do të kthehet plani në veprim?
 - Planifikimi operativ bazë duhet të mbulojë aspektet e mëposhtme të biznesit dhe të përfshijë një vlerësim të kostove të tyre: Detajet e objekteve dhe një plan-skemë;
 - Listë të pajisjeve të nevojshme dhe çmimin; Stafi – detaje se cilat role duhet të plotesohen duke përfshirë përshkrimet e vendeve të punës; Furnizuesit- detaje të furnizuesve dhe kushtet e kreditimit që do të ofrojnë;
 - Pajtueshmëria- rregulloret në lidhje me shëndetin dhe sigurinë në punë dhe çdo rregullore tjetër specifike së bashku me një demonstrim se si këto do të përmbushen;
 - Licensimi- detajet e çdo licence apo leje që nevojitet për të tregtuar në linjën e propozuar të biznesit;
 - Sigurimi- deklaratë se çfare sigurimi kërkohet duke përfshirë detajet e politikave përkatëse.

■ 13.Nevojat e trajnimit

■ Plani i biznesit duhet të përfshijë detajet e çdo trajnimi përkatës të kryer dhe të nevojshëm për vazhdimësinë e biznesit. Kjo do të ndihmojë në identifikimin e mangësive të aftësive dhe mbledhjen e shpejtë të informacionit rreth ofruesve të trajnimeve dhe financimit të nevojshëm për këtë. Gjithashtu do të ndihmojë në buxhetimin për kostot e trajnimit në parashikimin e rrjedhjes së parasë.

■ 14.Risqet e biznesit

■ Mungesa e përvojës menaxhuese – mund të adresohet duke marrë mbështetje nga një këshilltar biznesi, mentor, kontabilist ose avokat;

■ Mungesa e historisë tregtare – vështirëson marrjen e kredisë;

■ Pasiguritë ekonomike – për shembull, nëse kredisë së marrë i nënshtrohet interes, do të jetë e nevojshme të bëhen kontigjenca për rritjen e normës së interes;

■ Stafi;

■ Furnizuesit kryesorë ;

■ Fokusimi tek një grup i vogël konsumatorësh;

■ Boxhet e këqija të klientëve të cilat çojnë në probleme të rrjedhës së parasë;

■ Vështirësitë e partneritetit;

■ Cështjet e pasigurisë;

■ Dështimi për të mbushur objektivat e shtijes;

■ Mungesa e burimeve në fazat kryesore të zhvillimit.

■ 15.Analiza PEST

■ PEST është një akronim për – “ politikë, ekonomike, sociale dhe teknologjike”. Kjo analizë ofron një kuadër për rishikimin e biznesit në bazë të faktorëve të jashtëm që mund të ndikojnë në të ardhmen. Duke qënë të vetëdijshëm për tendencat dhe ndryshimet në mjedisin e biznesit të jashtëm, sipërmarrësit mund të fitojnë një avantazh konkurrues.

■ 16. Analiza SWOT

■ SWOT është mjet planifikimi që përdoret për të kuptuar Sukseset, Dobësitë, Mundësitë dhe Rreziqet e ndërlidhura me një ndërmarrje. Metoda nënkupton përcaktimin e objektivit të ndërmarrjes ose të projektit dhe identifikimin e faktorëve të brendshëm dhe të jashtëm që janë mbështetës ose pengues për arritjen e këtij objekti. SWOT përdoret shpesh si pjesë e procesit të planifikimit strategjik.

■ 17. Shtojcat

■ Shtojcat duhet të përfshijnë të gjitha dokumentet që mbështesin planin, për shembull:

- CV të sipërmarrësve dhe punonjësve kryesorë;
- Certifikata për çdo kualifikim;
- Kontrata të mundshme qiraje;
- Të dhënat e hulumtimit të tregut; Parashikimet financiare;
- Detajet e çdo këshilltari profesional, furnizuesit kryesorë ose ofruesit e sigurimeve që janë angazhuar.



Menaxhimi i burimeve njerezore

Citimi juaj më i mirë që pasqyron qasjen tuaj...
*“Është një hap i vogël për njeriun, një kërcim
gjigant për njerëzimin.”*

- Neil Armstrong

- **Psikologjia Menaxheriale studion marrëdhëniet e njerëzve në kontekstin e punës.**
- **Përmirësimin e cilësisë së punës dhe realizimin e objektivave.**
- **Përdorimi i burimeve njerëzore si avantazh strategjik.**

Menaxhimi është arti i të bërit të gjërave nëpërmjet njerëzve.

- **Teoricienë të Marrëdhënieve Njerëzore**
- **Weber- Burokraci**
- **Maslou- Marrëdhënie Njerëzore**
- **Teoria e Kontigjencës- Ndikimi i situatave, kushteve në marrëdhëniet e punës.**

Funksionet bazë të Menaxherit

1. Aftësitë konceptuale – visioni strategjik dhe drejtimi i përgjithshëm i organizatës.
2. Aftësitë humane- faktori njerëzor dhe përkatësia sociale.
3. Aftësitë teknike- njohuritë dhe teknika specifike për kryerjen e punës.

Nivelet Menaxheriale

- Menaxherë të nivelit të lartë- Hartojnë plane strategjike të organizatës, afatgjatë.
- Menaxher të nivelit të mesëm- Hartojnë procedura operacionale, afatmesme.
- Menaxher të nivelit të ulët – punëtorët, mbikëqyrësit, veprimet bazë.

Struktura e Organizatës

- **Horizontale**- strukturë e thjeshtë, decentralizim I autoritetit.
- **Unitare**- organizatë e centralizuar, kryesisht të vogla e të mesme, përcaktim formal I roleve dhe detyrave.
- **Shumëdimensionale**, ndërthurje mes centralizimit e decentralizimit, ndarje në prodhim ose gjeografikisht.
- **Forma H**- Filiale që operojnë direkt në ndërmarrjen nënë.
- **Forma Matricore**- Burokraci Funksionale, konflikte dhe vendimarrje e ngadaltë.

Tipologjitë e Strukturës

- 1. **Ndërmarrje familjare KLAN** -Lidhje personale, kompaktësi, biznese të vogla, bujqësi dhe artizanat.
- 2. **Ndërmarrje të tipit Burokratike**- Dokumentacion, strukturë, hierarki vertikale, kritere dhe kualifikim.
- 3. **AD HOC** –Meritokraci, krijueshmëri, performancë dhe rezultat.
- 4. **Ndërmarrje që përshtaten me tregun**- Mjedis i jashtëm, riskuese, përmbushja e objektivave.

Teoritë

- **Teoria X dhe Y**
- **Teoria X**- Njerëzit nuk kanë dëshirë të punojnë dhe duan të drejtohen.
- Teoria - Njerëzit nuk kanë dëshirë të punojnë dhe duan të drejtohen.
- **Teoria Y** – Njerëzit duan të punojnë dhe kërkojnë motivacion sistematikisht, vetëaktualizimi.

-
- Menaxherët hartojnë plane, parashikime me qëllim parandalimin e risqeve.
 - **Prognoza**- parashikim afatgjatë.
 - **Plane taktike/operacionale** –hatohen për periudha të shkurtra kohore.

Strategjitë e Menaxherit

1. Reagues, momental

2. Proaktiv, parashikues afatgjatë.

Lloji I strategjisë

- 1. Porositëse, sugjeruese.**
- 2. Përshkruese, evidencat.**
- 3. Ristrukturim, rikonceptim të organizatës së biznesit.**
 -

Roli I Menaxherit

1. Vendimor

- Sipërmarrës, menaxhon situatat shqetësuese, shpërndarës i burimeve, negociues.

1. Ndërpersonal

- Figurë drejtuese, lider, Koordinator, partneritete.

1. Informues.

-
- Sjellja është mënyrë e kushtëzuar e veprimit në raport me individët në hierarkinë e organizatës.
 - Sjellja kushtëzohet nga formimi individual dhe lloji i informacionit. Seleksionimi, interpretimi dhe organizimi i informacionit.
 - Sjellja stereotip- punonjësit interesohen vetëm për fitimin dhe rezultatin.
 - Sjellja e zakonshme- punonjësit interesohen për rezultatet edhe për mjedisin social.

Tërësia e nevojave

1. Fizike, materiale
2. Shoqërore, dituri dhe socializim
3. Egoiste, njohje, lavdërim, përkatësi, vendimmarrje, vetëshprehje, drejtësi.

Reagimet e punonjësve në raport me përmbushjen e nevojave.

- 1. Agresioni, konflikte.
- 2. Tërheqje, pasivitet.
- 3. Largimi në një punë tjetër.

Disiplina e Punës

- Disiplina është zbatim i rregullave të orarit, përmbajtjes së punës dhe specifikat e saj.
- 1.**Disiplina Formale**- Protokoll
- 2.**Disiplina Pozitive**- Ndërgjegjësim
- 3.**Disiplina Progresive**- Masa Korrigjuese të Përkallzuara.