



REPUBLIKA E SHQIPËRISË

BASHKIA Durrës

Aneksi 7 – Formular për Plan Biznesi

FORMULAR PËR PLAN BIZNESI

• TË DHËNAT PERSONALE TË APLIKANTIT

Emri, Mbiemri	
Emri i biznesit (nëse jeni në biznes)	
Adresa:	
Tel.:	
E-mail:	
Dita e fillimit të biznesit	
Forma ligjore	

Në formatin e mëposhtëm jepet një përshkrim i shkurtër me udhëzime për çdo paragraf për t'ju orientuar sa më drejt në kryerjen e analizave të nevojshme me qëllim që të përgatitni një plan sa më të përafëruar me realitetin. Në përfundim të planit ju mund ti hiqni këto pjesë të formatit.

I. PËRMBLEDHJE E SHKURTËR E PLANIT TË BIZNESIT

Përmbledhja ekzekutive plotësohet në fund, pasi të jenë plotësuar të gjitha seksionet. Shkruajeni këtë seksion dhe përmbledhni të gjitha pikat kryesore në planin tuaj të biznesit në jo më shumë se dy faqe.

- Një paragraf që përshkruan idenë tuaj të biznesit (përcaktimi i misionit dhe qëllimi specifik i planit);
- Procesin e krijimit dhe prodhimit të produkteve;
- Strategjia e marketingut (imazhi i biznesit, cilët janë klientët dhe si do tërhiqen ata);
- Qasja;
- Personeli (kush është pronari dhe përgjegjës për menaxhimin);
- Një përmbledhje të shkurtër të parashikimeve financiare;
- Përmbledhje se si do të kryhet financimi.

II. PROFILI I SIPËRMARRËSIT /PROFILI I BIZNESIT

Emërtimi i biznesit:

Lloji i biznesit:

NIPT i biznesit:

Viti i regjistrimit të biznesit:

Adresa e biznesit (vendndodhja):

Emri i Sipërmarrësit:

Ditëlindja:

Numri i telefonit:

E-mail:

Adresa e sipërmarrësit:

Arsimi formal:

Arsimi/formimi profesional:

Kurse të tjera profesionale afatshkurtëra:

Tjetër (nëse mendon se nevojitet):

A ka nevojë për ndonjë licencë/leje të veçantë për të ushtruar biznesin tuaj?

Nëse PO, çfarë lloj licencash/leje?

A i keni siguruar tashmë licencat/lejet e nevojshme?

NËSE JENI SIPËRMARRËS I RI, që nuk jeni akoma në biznes, lutemi bëni një përshkrim të aftësive tuaja, që ju bëjnë të mendoni se jeni të aftë për të kryer këtë biznes (1 faqe):

- Analizoni sa të angazhuar jeni ju: Cilët janë stimujt personale, Këmbëngulja, Besimi në vetvete. Entuziazmi, Investimi i kohës/Përpjekjet
- Analizoni aftësitë tuaja: Arsimi dhe trajnimi, Përvoja në menaxhim, Aftësi që ndihmojnë në punë, Përvoja të mëparshme në sektorin e biznesit, Sa keni kontakte me bizneset në këtë fushë.
- Analizoni cilësitë tuaja personale: Përgjegjshmëria, Ambicia, Novatorizmi, shkathtësia, etj.

NËSE E KENI HAPUR BIZNESIN, lutem bëni një përshkrim të biznesit tuaj sipas pikave më poshtë (1 faqe):

- Qëllimi i shoqërisë dhe veprimtaria e saj;
- Vendndodhja e biznesit tuaj (vendndodhjen në krahasim me tregun);
- Sa personel keni;
- Disa të dhëna financiare të shoqërisë për 2 ose 3 vitet e fundit (prsh. xhiro, fitimi);
- Shkurtimisht të përmendni produktet që shisni tek klientët;
- Planet aktuale dhe fushën e zgjerimit në të ardhmen. Si p.sh. xhiro vjetore, kufijtë e fitimit, nese zgjeroni pikat e shitjes, ndërtesat, zyrat, produktet e reja në treg, etj.

III. PRODUKTET/SHËRBIMET

Lutemi bëni një përshkrim të produktit/eve dhe /ose shërbimit që do të ofroni në treg. Është e rëndësishme që të keni të qarta llojet e ndryshme të produkteve/shërbimeve që do të ofroni (ose që planifikoni të ofroni), pasi kjo është e lidhur me seksionet e tjera të planit, dmth me identifikimin e klientëve apo përcaktimin e segmentit të tregut ku do të shërbeni. Në rast se jeni në biznes, plani duhet të përfshijë edhe produktet e tjera që ju keni aktualisht. Listimi i produkteve duhet bërë i veçantë, pasi ato mund të lidhen me tipe të ndryshme klientësh dhe me nevoja të ndryshme.

Më poshtë janë renditur një sërë pyetjesh që ju ndihmojnë për të plotësuar këtë seksion. Një pjesë e përgjigjeve të këtyre pyetjeve nuk mund të merren me mend por kërkojnë kryejën e një STUDIMI TREGU, veçanërisht kur duam të bëjmë krahasimet me produktet konkurrencte për të nxjerrë në pah dallimet e tyre me produktin tonë.

Jepni informacione sipas pyetjeve të mëposhtme, përfshirë çmimin dhe si është përcaktuar çmimi (jo më shumë se 2 faqe).

- Përshkruani llojin e produkteve apo shërbimeve me të cilat do të synoni të futeni në treg.
- Cilat janë arsyet për zgjedhjen e këtyre produkteve/shërbimeve?
- Cilat janë tiparet kryesore të produkteve/shërbimeve tuaja?
- A ka produkte/shërbime të tilla në treg dhe përshkruaj se çfarë i dallon produktet e tua nga ato që janë aktualisht në treg?
- Cilat janë disa prej vlerave të veçanta ose unike që kanë produktet/shërbimet e tua? (P.sh dizenjimi, shija)
- Cilat janë grupet kryesore (më të rëndësishme) të klientëve të synuar për të cilët ju dëshironi të krijoni vlerë me produktet apo shërbimet tuaja?

IV. ANALIZA E TREGUT

4.1 Nevojat e Tregut (1/2 faqe)

Jepni arsyet pse po hyni në treg me produktet tuaja.

- Pse i kërkon tregu këto produkte/shërbime?
- Cilat janë tendencat e sotme të njerëzve që kërkojnë produktet/shërbimet tuaja?

4.2. Madhësia dhe Lokalizimi i tregut (1/2 faqe)

Lokalizimi i tregut dhe madhësia e tij duhet të përcaktohen bazuar në të dhëna, statistika, informacione nga pikat e shitjes, nga përfaqësuesit e shitjeve, apo njerëz të tjerë që kanë njohuri mbi këtë treg, si edhe direkt prej konsumatorëve.

- Sa i madh është tregu juaj, psh. Ku është i vendosur nga ana gjeografike?
- Sa njerëz ose familje mund të blejnë produktin/shërbimin tuaj?

4.3 Klientët dhe pritjet e tyre (1/2 faqe)

Identifikoni cilat janë tiparet karakteristike të klientëve tuaj, pozicionin gjeografik (pra ku banojnë klientët tuaj), si dhe të dhëna demografike në lidhje me ta.

- Do të shisni tek bizneseve të tjera, psh. tek shitësve me shumicë apo me pakicë (përshkruani se cilët janë këto biznese, në cilin sektor, ku ndodhen, sa të mëdhenj janë, et.)
- Do të shisni direkt tek konsumatori, nëpërmjet pikës suaj të shitjes, ose rrjetit tuaj, online, etj. (Të cilës moshë janë klientët, a kanë të ardhura, çfarë preferojnë ata, çfarë arsimi kanë?)
- A mendoni se blerjet e produkteve/shërbimeve tuaja do jenë në rritje apo po tkurren?

4.4 Analiza e konkurrencës (1/2 faqe)

Si do të hyni ju në treg? Me disa produkte? Në një zonë të caktuar dhe me klientë të përcaktuar?

A do t'ju konkurrojnë konkurrentët tuaj me një produkt të caktuar, me klientë të caktuar apo me zona të përcaktuara? Cilat produkte dhe biznese konkurrojnë me ju? Citoni avantazhet që ju diferencojnë nga konkurrentët tuaj.

- Listoni emrat dhe adresat e konkurrentëve tuaj kryesorë

Konkurrenti A	
Emri i biznesit	
Adresa	

Konkurrenti B	
Emri i biznesit	
Adresa	

- Shënoni në tabelë në cilat nga këto elementë jeni më të fortë ose më të dobët ju dhe konkurrentët tuaj.

Elementët e analizuar	Biznesi juaj		Konkurrenti A		Konkurrenti B	
	Pikat e Forta	Pikat e Dobëta	Pikat e Forta	Pikat e Dobëta	Pikat e Forta	Pikat e Dobëta
Produktet						
Çmimi						
Cilësia						
Shërbimi						
Paketimi						
Shpërndarja						
Pjesa e tregut						
Pozicionimi në treg						
Pikat e shitjes						

Metodat e shitjes						
Reklama						
Imazhi i biznesit						

V. PLANI I MARKETINGUT (jo më shumë se dy faqe)

Në këtë pjesë të planit duhet të jepni informacion mbi marketingun dhe veprimet në kuadër të planit të marketingut.

- Qëllimi i marketingut – Jepni një përshkrim se si do të jetë biznesi juaj në do të ardhmen dhe se si do ta përshtatni në treg.
- Objektivat e marketingut – vendosni një deri në katër objektiva specifike, që maten ose realizohen- psh sa do rritet xhiroja, fitimi, sa pika te reja shitjeje do hapni, etj.

5.1 Produkti

- Cili është tipari i veçantë/unik për shitjen e secilit prej produkteve tuaja, që do të konsiderohet nga ju edhe si avantazhi juaj konkurrues në raport me produktet e tjera konkurruese në treg? Jepni një përshkrim për qasjen eko-inovative.
- Jepni një informacion të plotë rreth karakteristikave të produkteve/shërbimeve (p.sh. zhvillimi i produkteve apo lloji i shërbimit, tiparet, materiali i përdorur, përmasat, paketimi, vlera e përdorimit, etj.);

5.2 Çmimi

Jepni informacion duke shpjeguar metodën e vendosjes së çmimeve të produkteve të reja. Për bizneset e vogla, mbajtja e çmimit të ulët nuk është një politikë e mirë.

- Sa do të jetë çmimi i shitjes?
- Si mendoni të shisni në fillim me çmim të lartë dhe pastaj ta ulni, apo të kundërtën, do ofroni oferta?
- A është i rëndësishëm çmimi që klientët të blejnë produkteve tuaja?

5.3 Shpërndarja e Produkteve/Shërbimeve

Duhet të jepet informacion se si do të shiten në treg produktet/shërbimet tuaja

- Si do të shiten produktet tuaja? Direkt nga ju apo me shpërndarës tjetër?
- Ku do të shiten produktet tuaja? (p.sh. A do të hapet një pikë për shitje? Do të shiten me porosi? Apo nëpërmjet shitësve me shumicë apo ndërmjetësve? Online?

5.4 Promocioni

Plani i promocionit duhet të mbajë parasysh çështjet që lidhen me imazhin e biznesit. Sepse krijimi i një imazhi pozitiv do të tërheqë klientët që synoni.

- A do krijoni imazhin e kompanisë tuaj nëpërmjet reklamës apo pozicionimit të pikës së shitjes, çmimit, paketimit, etj.
- Çfarë lloj reklame do të bëni? A keni gjetur koston më të lirë por me efekt më të madh?
- A do të përdorni ndonjë fletëpalosje apo material tjetër promocional për shitjen e produkteve tuaja?

5.5 Plani i buxhetit të marketingut

(Lutem vendosni në tabelë veprimtaritë që kanë lidhje me idenë tuaj të biznesit)

- Sa lekë do të shpenzoni për marketingun që keni përshkruar më lart?

VI. MENAXHIMI DHE ORGANIZIMI

Shpjegoni veprimtarinë e përditshme të biznesit, vendndodhjen, pajisjet, personeli, proceset, burime të tjera, etj.

6.1 Vendndodhja, personeli, furnitorët

- Përshkruani vendndodhjen e biznesit, hapësira, pozicionimi, kostoja (qeraja, dhe mirëmbajtja, orari i punës).
- Sa persona do të punësohen, a janë të kualifikuar, çfarë punësh do të kryejnë dhe a do t'i trajtoni?
- Cilët janë furnitorët kryesorë, çfarë lloj produkti do të blini tek ata, me çfarë çmimesh?

6.2 Makineri dhe pajisje, mobilje (nëse ka)

(Lutemi përshkruani të gjitha pajisjet që ju nevojiten për fillimin e punës. Për vlerësimin e çmimit duhet të merrni ofertat për secilën prej tyre. Lutemi plotësoni të dhënat e kërkuara në tabelën e mëposhtme)

- Lloji i makinerisë apo pajisjes, Karakteristikat teknike, Kapaciteti përpunues, Viti i prodhimit (e re ose e përdorur), Çmimi i blerjes ose i marrjes me qira.

6.3 Forma ligjore e biznesit dhe dokumentacioni

- Si është e regjistruar në QKB Biznesi i ju? Apo si do ta regjistroni? Person fizik, apo shpk?

6.4 Burimet e financimit

Bashkëfinancimi apo kontributi i vetë biznesit duhet të jetë minimumi në vlerën 20% të vlerës totale të propozimit dhe mund të jetë nga burime alternative ose financime të tjera nga institucione financiare, por mund të shprehet me kontribut në natyrë (in-kind), që mund të jenë paga, vlerë qeraje ambjenti (për bizneset ekzistuese), vlerë pajisjesh ekzistuese, etj.

Nr.	Përshkrimi i financimit	TOTALI NË LEKË
1	Financim nga Granti	
2	Kontributi i vetë Biznesit (nëse ka)	
3	Burime të tjera financiare (nëse ka)	
	TOTALI I BURIMEVE TË FINANCIMIT NË LEKË	

VII. PLANI I VEPRIMIT

Lutem bëni një plan të thjeshtë se si do t'i parashikoni veprimet në të ardhmen.

PËRSHKRIMI I AKTIVITETIT	ORGANIZIMI	PERIUDHA	PËRGJEGJËSI
Regjistrimi i Biznesit në QKB			
Marrja e Licensës (nëse kërkohet)			
Blerja e pajisjeve (nëse ka)			
Blerja apo marrja me qira për ambientin (nëse ka)			
Blerje software (nëse ka)			

Rekrutimi i personelit			
Kontratat me personelin			
Nënshkrimi i kontratave me furnitorët			
Nënshkrimi i kontratave me blerësit			
Të tjera			

VIII. PLANI FINANCIAR

Tabela 1 INVESTIMET NË MAKINERI DHE PAJISJE (NËSE KA)				
Nr.	Emri i makinerisë/pajisjes	Sasia	Çmimi për njësi në Lekë	Kosto Totale në Lekë
1	Makineri dhe Pajisje			
2	Software			
3	Mobilje			
4	Të tjera			
	TOTALI në LEKË			

Tabela 2. PAGAT E PUNONJËSVE						
Pozicioni i punës	Nr. i punonjësve	Muaj	Paga mujore	Sigurimet shëndetësore e shoqërore	Totali mujor	Totali vjetor
Menaxheri						
Marketing/Ekonomist						
Financier						
Punëtori i I-rë						
Punëtori i II-të						
TOTALI në LEKE						

Tabela 3. PARASHIKIMET E LIKUIDITETIT											
	MUAJT	1	2	2	4	5	6	7	8	9	Totali
A	GJENDJA NE FILLIM										
B	HYRJET NE PARA (1-5)										
1	Të ardhurat nga shitja e produkteve										
2	Hyrje nga debitorët										
3	Kreditë bankare										
4	Kapitali i pronarit										
5	Të ardhura nga granti										
C	DALJET NE PARA GJITHSEJ										
1	Blerja e lëndëve të para/produkteve (variabël)										
2	Qeraja e ndërtesës										
3	Pagat neto të punonjësve										
4	Sigurimet shoq + shëndetësore										
5	Energjia elektrike										
6	Uji +karburant										
7	Telefon +Internet										
8	Materiale zyre /administrative										
9	Reklama /Marketing										
10	Kosto te veprimeve me bankën										
11	Pagesa për mbajtjen e kontabilitetit										
12	Interesi										
13	Pagesat e kredisë										

14	Pagesa pajisje me qira										
15	Pagesa për software										
16	Siguracione makine										
17	Riparime										
18	Udhëtime										
19	Taksat bashkie/akciza										
20	Kosto te tjera										
D.	<i>TEPRICA/ DEFICITI (B-C)</i>										
E.	GJENDJA NE FUND TE PERIUDHES (A+B- C)										

TABELA 4: PARASHIKIMI I HUMBJE/ FITIMIT PËR NJË PERIUDHË 3-VJECARE			
Vitet	2024	2025	2026
Shitjet			
Kosto e mallrave të shitura			
Shpenzimet operacionale			
Totali			
Amortizimi nëse ka			
Fitimi para taksave			
Tatimi mbi fitimin 15%			
Fitimi neto			

IX. PLANI I VEPRIMIT

Lutemi jepni përshkrim të detajuar për secilin shpenzim që kërkon të mbulohet nga granti.

	AKTIVITETET	MUAJT									Totali në Lek
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Qira për ambiente										
2	Makineri, pajisje, software, etj										
3	Blerja fillestare e lëndëve të para ose produkteve										
4	Paga bruto dhe sigurimet e punëdhënësit										
5	Promovimi dhe reklamimi i veprimtarive të biznesit										