

Damian Hamerla

Krzysztof Kacuga

Tomasz Pietrek

Propria afacere o șansă pentru Tine



Propria afacere **o șansă pentru Tine**

Chișinău 2007

Autori:
Damian HAMERLA
Krzysztof KACUGA
Tomasz PIETREK

Traducere în limba română pe baza ediției a V-a a lucrării
“Własna firma szansą dla Ciebie”

Traducere din limba poloneză:
Oxana Vrenea

Redactare, adaptare:
Iosif Moldovanu, Ion Babici, Liliana Palihovici, Eugenia Chiosa

Redactare grafică, compoziție:
Cyprian Malinowski

Publicație gratuită,
finanțată de Ministerul Afacerilor Externe al Republicii Polonia
în cadrul Programului de asistență externă pentru anul 2007
<http://www.polskapomoc.gov.pl>



Fondul de Dezvoltare din or. Świętochłowice
<http://www.frs.swietochlowice.org.pl>

Centrul Național de Resurse pentru Tineri
<http://www.youth.md>



© D. Hamerla, K. Kacuga, T. Pietrek.
Se permite utilizarea materialelor expuse cu indicarea sursei și a autorilor.

Cuprins

Introducere	4
• Până a începe...	5
• Pasul întâi Economia de piață – cum funcționează?	7
• Pasul doi Sectorul Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ÎMM) – ce trebuie să știi?	13
• Pasul trei Idea este lucrul cel mai important	15
• Pasul patru Business planul	20
• Pasul cinci Ghidul antreprenorului începător	21
• Pasul șase Direct înainte – despre planurile de viitor	32
• Pasul șapte Unde cauți ajutor?	33
• Pasul opt Mituri și adevăruri despre conducerea firmei	36

Introducere

Propunem spre atenția cititorului a V-a ediție a lucrării cu titlul “Propria afacere – o șansă pentru Tine”. Cele patru ediții anterioare s-au bucurat de un interes considerabil în școlile poloneze, în special în Voievodatul Ślaski, unde au fost distribuite. Astfel, a apărut ideea de a împărtăși experiența poloneză colegilor din Moldova. O ocazie excelentă este proiectul “Afacerea proprie – este atât de simplu” realizat de Fondul de Dezvoltare din or. Świętochłowic în colaborare cu Centrul Național de Resurse pentru Tineri (Moldova), precum și de Fundația Educație pentru Democrație (Polonia) și Centrul de Educație Locală (Polonia), datorită finanțării în cadrul Programului de asistență externă pentru anul 2007 a Ministerului Afacerilor Externe al Republicii Polone.

În concepția autorilor această ediție nu este “un set de reguli de inițiere a propriei afaceri” gata pregătită, ci doar trebuie să servească drept sursă de inspirație și de sugestii prin care se va răspunde la întrebarea: oare afacerea proprie nu este din întâmplare o șansă pentru tine? O posibilitate de a găsi un loc de muncă...

O serie de întrebări ajutătoare, indicii și informații generale servesc persoanei care planifică să-și deschidă o afacere proprie la identificarea pașilor pe care va trebui să-i întreprindă: de la formularea ideii și până la realizarea acesteia.

Nu ne propunem să alcătuim o enciclopedie, ci doar să oferim cunoștințe de bază într-un domeniu care poate fi comparat cu o fântână nesecată. Dorim să ajutăm persoanele să se obișnuiască cu ideea că deschiderea firmei poate fi o șansă pentru fiecare tânăr care va găsi în sine motivație și forță de a acționa.

Autorii



Până a începe...

Câteva sfaturi pentru a obține succes...

Când vei decide să-ți deschizi propria firmă, fii conștient că te așteaptă o aventură grandioasă și lupte zilnice cu nestatornicia destinului și cu propriile slăbiciuni. Inițial calea spre scop pare a fi confuză, însă te îndemnăm să reții că “TOTUL ESTE COMPLICAT ÎNAINTE DE A DEVENI SIMPLU”.

Până a începe, pas cu pas, formularea ideii despre propria activitate economică, citește cum poți să te ajuți pe tine însuși în vederea atingerii scopului.

☼☼☼ **Controlează-ți gândurile!**

Oamenii se schimbă potrivit imaginațiilor lor.

Astăzi este ziua de mâine, care te-a neliniștit ieri.

Reține! 40% din neliniștile noastre nu se realizează. 30% se referă la trecutul pe care nu-l putem schimba. 12% sunt problemele altor oameni, care nu trebuie să ne intereseze, 10% provoacă îngrijorări reale sau imaginare și doar de 8% cu adevărat trebuie să avem temeri.

☼☼☼ **Stabilește-ți scopuri concrete.**

Stabilește-ți scopuri concrete și tinde să le realizezi consecvent. Drept scop poate fi atât absolvirea școlii, obținerea permisului de conducere, învățarea unei limbi străine, cât și înființarea firmei. Stabilește-ți scopul explicit. Planifică calea de atingere a acestuia într-o perioadă de timp concretă (de exemplu: o lună, un an, trei ani). Gândește-te serios asupra utilităților și beneficiilor care se vor răsfrânge asupra ta, dacă vei atinge scopul stabilit.

☼☼☼ **Controlează-ți vorbirea.**

Cuvintele au o influență uriașă asupra gândurilor tale și asupra altor oameni. Fii pozitiv în afirmațiile tale. Putem spune: “Te iubesc”, dar și “Te urăsc”.



❖❖❖ **Fii responsabil pentru ceea ce faci.**

Nu târăgăna! Cea mai bună verificare a caracterului uman este analiza comportamentului său în singurătate.

❖❖❖ **Nu colecționa probleme și ofense.**

Nu te gândi la ofense, nu le risipi, ci folosește-le! Insultele pot să-ți dea aripi sau pot să provoace decepții.

❖❖❖ **Află-te printre oameni responsabili.**

Nu în zadar zicătoarea spune: “Cu cine petreci, cu acela te asemeni”. Activitatea desfășurată printre oameni responsabili îți răsuțește resortul. Astfel este mai ușor să obții ceea ce ai planificat.

❖❖❖ **Perfecționează-ți munca.**

Gândește-te în ce mod obiectivele pot fi executate mai bine? Receptivitatea la detalii este cheia succesului!

❖❖❖ **Realizează mai mult decât se așteaptă de la tine.**

Fă azi ceea ce trebuie să faci mâine. Mergi cu un kilometru mai departe. Diferența între ceea ce este bun și ceea ce este uriaș constă în efortul suplimentar.

❖❖❖ **Nu renunța!**

Întotdeauna este prea devreme să cedezi. Ghinioniștii sunt persoanele care au renunțat în momentul când se aflau la un pas de succes.

Reține!

Nu contează că ai căzut, contează dacă te vei ridica după cădere.

V. Lombardi

❖❖❖ **Implică-te cu suflet în ceea ce faci.**

Majoritatea oamenilor scapă din vedere șansa lor, deoarece aceasta poartă haine de lucru și arată ca munca. Ține minte: chiar și în dicționar cuvântul “succes” urmează după cuvântul “muncă”.



Pasul întâi

Economia de piață – cum funcționează?

Economia de piață include:

⋮⋮⋮ Posibilitatea înființării și conducerii propriei afaceri.

Exemplu:

Persoana care posedă abilități stabilite și, pe lângă aceasta, este în stare să organizeze munca sa și a altor persoane, poate conduce propria firmă de distribuire a mărfurilor sau de prestare a serviciilor. Un element fundamental al activității individuale este determinarea mărfurilor, serviciilor de care au nevoie clienții. Dacă de exemplu în oraș activează câteva ateliere de reparație a automobilelor care prestează servicii de o calitate înaltă, este foarte probabil că deschiderea următorului atelier nu va aduce proprietarului profiturile așteptate. Merită să observăm dacă locuitorii orașului cumpără automobile noi (acestea de regulă se deteriorează mai rar, pe lângă faptul că dispun de garanție) sau dacă sporește numărul mijloacelor de transport exploatate pe parcursul a mai multor ani (în această situație solicitările de reparație pot crește). În afară de executarea sarcinilor legate de producerea sau prestarea serviciilor, proprietarul individual sau prin intermediul angajaților săi trebuie să răspundă de procurarea mărfurilor, atragerea clienților, vânzarea articolelor (serviciilor), aplanarea diverselor divergențe, îndeplinirea obligațiilor copleșitoare de care este nemijlocit responsabil (de exemplu: calcularea impozitelor, contribuțiilor la asigurările sociale, responsabilitatea pentru siguranța angajaților săi etc.), ținerea corespondenței și multe alte funcții. Totuși, această muncă poate aduce numeroase satisfacții (inclusiv financiare). Proprietarul contribuie la corelarea succeselor (sau suportarea înfrângerilor), poate decide modul de utilizare a profiturilor obținute etc.

⋮⋮⋮ Stabilirea prețurilor flexibile.

Exemplu:

Vânzătorul stabilește prețul de 20 lei pentru 1 kg de căpșune. Fructele sunt coapte. Doresc să cumpăr, dar mă plâng cu voce tare că prețul este prea ridicat. Vânzătorul mă îndeamnă să gust. A meritat... Evident, că sunt gustoase, dulci și aromate... Zic:



“Într-adevăr sunt delicioase căpșunile. Aș lua mai mult, dar la un preț mai mic...” Peste un moment ajungem la un acord: cumpăr 4 kg cu 15 lei pentru 1 kg. Ambele părți sunt satisfăcute de tranzacție: eu, pentru că am cumpărat mai ieftin, vânzătorul – pentru că a vândut mai mult. În realitate a obținut un profit mai mic, dar dacă nu va vinde căpșuna repede, va suferi pierderi, pentru că fructele se alterează rapid.

❖❖❖ **Producerea bunurilor, prestarea serviciilor pentru care oamenii sunt gata să plătească bani.**

Exemplul I:

De mai mult timp în magazin sunt expuse cămăși din poliester 100%. Pe parcursul a 3 luni au fost vândute doar câteva bucăți. Clienții preferă să procure cămăși cusute din bumbac cu adaos de poliester (20-40%). În fiecare săptămână producătorul telefonează la magazin și întreabă dacă poate livra un nou lot de aceeași marfă. Administrația magazinului declară existența problemelor legate de vânzarea confecțiilor și refuză să le primească pe viitor spre comercializare. Din cauza lipsei de interes din partea cumpărătorilor, producătorul decide să schimbe stofa. Întrerupe producerea cămășilor din stofa “nedorită” de clienți.

Exemplul II:

Grație majorării considerabile a vânzărilor de ceasuri de cuarț alimentate cu baterii, marea majoritate a producătorilor au suspendat producerea ceasurilor mecanice – actualmente acestea se consideră o raritate.

❖❖❖ **Cumpărătorul dispune de posibilitatea de a alege marfa în funcție de calitate și preț.**

Exemplu:

Planific să procur un televizor. Îmi doresc unul de ultimă generație cu ecran plat și o calitate înaltă de reproducere a imaginii și sunetului. Din păcate, prețul acestui aparat depășește considerabil posibilitățile mele financiare: cu mai bine de 16000 lei. După o analiză mai aprofundată a timpului pe care îl petrec în fața televizorului (aproximativ 3-4 ore pe săptămână), decid să procur un televizor cu ecran mare (dar nu și plat) și fără funcții suplimentare la un preț ce se încadrează în posibilitățile mele financiare: 3000 lei.



- **Concurența între producătorii și prestatorii de produse și servicii similare, deoarece clientul va selecta produsul care corespunde pe deplin necesităților sale.**

Exemplul I:

Ai un telefon mobil? Asupra alegerii unui singur prestator de servicii din mulțimea existentă cu certitudine te-a influențat unul din următorii factori: prețul aparatului, calitatea, funcțiile, aspectul exterior, prețul unității de plată, prețul unui SMS etc.

Exemplul II:

Folosești deodorant? Dacă da, atunci cu siguranță ai un deodorant preferat. Îl procuri de obicei. Probabil uneori îl înlocuiești cu altul. Când cumperi din magazin, alegi acel unic deodorant pe care îl preferi din mulțimea propusă. Din punctul de vedere al clientului această concurență este rentabilă, pentru că îi permite să procure mai ieftin servicii, mărfuri. Producătorii au grijă de ambalajul estetic al produselor, de mărimea cantității, oferă reduceri, organizează promoții periodice. Concurența este stimulentele ameliorării calității. Dacă se identifică înrăutățirea condițiilor (calității), clienții pot achiziționa mărfuri (servicii) livrate de alți producători (prestatori de servicii).

- **Tendința reducerii cheltuielilor de producere a mărfurilor în scopul micșorării prețurilor lor.**

Exemplu:

Prețul înalt la calculatoare, biciclete sau automobile este cauza numărului redus de cumpărători la aceste mărfuri. Deseori aceste persoane nu dispun de așa sume de bani. Producătorii sunt interesați să vândă în cantități mari – chiar și un profit mic de pe o unitate comercializată dintr-un milion de vânzări aduce un venit satisfăcător. Reducerea prețului la produs oferă posibilitatea achiziționării mărfurilor la un preț accesibil pentru un grup mai mare de consumatori. Produsul devine renumit. Oamenii se obișnuiesc cu acest lucru și după o perioadă de timp concretă, când produsul se învechește sau se deteriorează, procură altul. Aceste acțiuni motivează solicitările la o marfă concretă și condiționează posibilitatea producerii continue.



⋮⋮⋮ Organizarea mai eficientă a muncii în scopul diminuării cheltuielilor de producție și de ameliorare a calității.

Explicație:

Ce poți face dacă crește cererea la o anumită marfă? Trebuie să produci mai mult! Cum? Producătorul poate angaja un număr mai mare de lucrători. Dar acest lucru implică cheltuieli (salarii, impozite, asigurări, organizarea unui număr sporit de locuri de muncă etc.). Din acest motiv managerii firmelor se străduiesc să organizeze mai eficient procesul de producție, pentru ca același număr de persoane (inițial angajate) să producă mai mult. Unele lucrări pot fi substituite cu lucrul mașinilor, influențând asupra creșterii motivației angajaților, asupra bunei organizări a orarului de muncă și a atmosferei între angajații firmei.

⋮⋮⋮ Necesitatea ridicării calificării și cunoștințelor.

Exemplu:

Absolvind școala (instituția de învățământ superior), dispui de o anumită pregătire profesională. Majoritatea informațiilor posedate nu le vei aplica nemijlocit. Acestea au influențat asupra cunoștințelor tale generale, asupra flexibilității gândirii și constituie temelia pe care vei putea depune pe parcursul anilor noi cunoștințe și aptitudini. În procesul muncii vei obține noi abilități. Peste 2-3 ani cunoștințele tale universitare nu vor mai fi actuale, pentru că oamenii descoperă, creează noi lucruri, invenții. De aceea, pentru a fi un lucrător atractiv din punctul de vedere al angajatorului, va trebui să te dezvolți, să te perfecționezi, să-ți actualizezi cunoștințele și abilitățile. Ți aduci aminte de calculatorul tău de acum câțiva ani? Dacă nu ai fi schimbat nimic în el sau nu ți-ai fi procurat unul nou, astăzi acesta ar pierde în concurență cu tehnologiile noi. De aceea, odată cu perfecționarea calificărilor, tindem să mergem în pas cu dezvoltarea științei și tehnicii, având grijă să nu devenim prematur inutili. Lucrătorul care nu va ține cont de aceste aspecte, nu va fi angajat. Ce poate face un om care nu înțelege realitatea?

Patronul firmei trebuie să-și perfecționeze abilitățile și să-și actualizeze cunoștințele în mod special. Doar un număr redus de școli pregătesc specialiști în domeniul conducerii activității economice. Proprietarul care nu ține cont de situația pieței, nu reușește să fie în pas cu dezvoltarea, nu reacționează la schimbare, este supus riscului de fiasco economic.



⋮⋮⋮ **Angajații perseverenți, cu o calificare înaltă au posibilități reale de a câștiga mai mult și de a fi angajați permanent în comparație cu ceilalți.**

Exemplu:

Domnul Munteanu lucrează în calitate de instalator într-o firmă privată de construcții și reparații. Se consideră un bun profesionist. Munca executată de el îi satisface pe oameni. Este conștiincios, dacă fixează termenul de finisare a lucrărilor, îl respectă întocmai. În apartamentele unde lucrează se străduiește să fie un specialist onest. Nu consumă alcool. De câteva luni firma înregistrează mai multe comenzi de lucru și locatarii cer proprietarului să-i deservească renumitul domn Munteanu. Proprietarul firmei își răsplătește angajatul nu doar cu salariu, ci și cu premii. Pentru a-și demonstra recunoștința, îi achită suplimentar plățile în fondul de pensii și de asigurare în caz de accidente. Domnul Munteanu știe că șeful său este interesat să muncească în continuare în firma sa.

⋮⋮⋮ **Posibilitatea economisirii banilor în băncile care oferă condiții diversificate – clientul alege cea mai avantajoasă ofertă.**

Exemplu:

Băncile concurează în vederea atragerii clienților, pentru că fiecare client care beneficiază de serviciile băncii îi aduce profituri financiare concrete. Un număr limitat de aceste profituri le obține clientul sub formă de dobânzi, restul fiind profitul nemijlocit al băncii. Pentru a spori numărul clienților, băncile oferă diverse posibilități – de exemplu o rată înaltă a dobânzii, utilizarea gratuită a cardurilor bancare, posibilitatea obținerii unor credite în condiții avantajoase, realizarea operațiunilor financiare pe contul bancar al clientului fără încasarea plăților.

⋮⋮⋮ **Posibilitatea investirii banilor.**

Exemplu:

Acum câțiva ani prietenii mei și-au investit banii în modalități complet diferite. Maria era de părerea că achiziționarea valutei străine (dolari) este o investiție avantajoasă. Mihai a procurat un apartament pe care îl oferă în chirie. Stela a depus banii pe un cont bancar pe termen lung. Bogdan a achiziționat acțiunile mai multor firme, pentru ca mai apoi, când acestea se vor scumpi, să le vândă la un preț bun. Corina împreună cu soțul său au cumpărat o gospodărie, și-au renovat casa și s-au stabilit în ea. Silviu



și-a investit economiile în procurarea mașinilor și utilajelor deschizându-și o mică afacere. Fiecare persoană s-a străduit să-și înmulțească banii în diferite moduri. Din păcate, nu toți au reușit să o facă la același nivel. Maria a cumpărat dolari mai scump decât ar putea astăzi să-i vândă, însă totuși speră că prețul lor va crește. Nu s-a bucurat de succes nici Bogdan. Ademenit de profiturile inițiale, a investit din ce în ce mai mult, până când într-un anumit moment a pierdut foarte mult.

❖❖❖ O șansă pentru cei sărguincioși, chibzuitori și economisitori.

Exemplu:

Familia Armașu cheltuiește pe produse și servicii întreaga sumă de bani câștigată într-o lună. Nu face economii. Sunt satisfăcuți, pentru că sistematic își pot realiza necesitățile. Din păcate, luna trecută automobilul lor de câțiva ani s-a deteriorat. După niște examinări minuțioase, mecanicul a declarat că automobilul necesită o reparație serioasă. Costul acesteia a fost calculat și a constituit mai mult de 10 000 lei. Domnii Armașu sunt disperați. Familia nu va reuși să se descurce fără automobil. Ei nu dispun de suma necesară de bani. Ar putea lua un împrumut bancar, dar cum să-l ramburseze, dacă pe parcursul lunii cheltuiesc toți banii câștigați.

În același timp, vecinii lor, domnii Ciobanu, au analizat detaliat fiecare din cheltuieli. Lunar au economisit o mică sumă de bani. S-a dovedit că economiile lor constituie 1/3 din prețul automobilului. Suma de bani ce le lipsește o vor împrumuta de la bancă. Nu se neliniștesc în ceea ce privește rambursarea creditului, pentru că sunt obișnuiți să strângă o sumă de bani concretă în fiecare lună. Acum acești bani vor fi destinați pentru rambursarea împrumutului bancar.



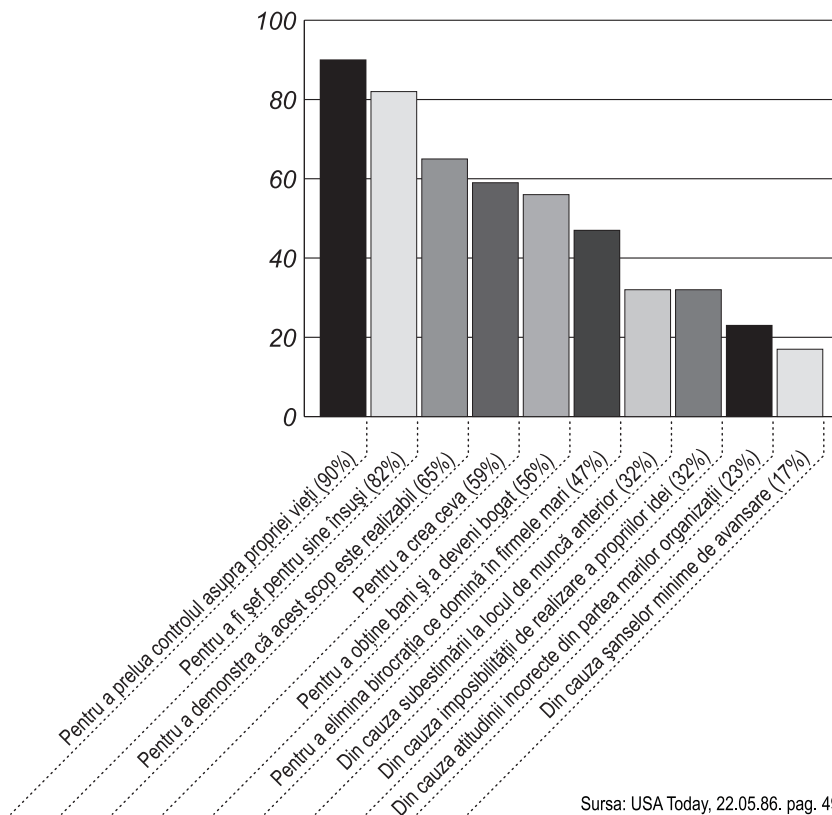


Pasul doi

Sectorul Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ÎMM) – ce trebuie să știi?

De ce fondatorii întreprinderilor au decis să facă acest pas?

De ce fondatorii firmelor private din sectorul economic cel mai dezvoltat și progresist din SUA s-au decis să activeze în antreprenoriat? Să vedem...



Sursa: USA Today, 22.05.86. pag. 49



Știi oare că....?

- În Republica Moldova sectorul ÎMM reprezintă circa 98,4% din numărul total de întreprinderi, cu un efectiv de 59% din numărul total de salariați și realizând 46% din veniturile pe economie.
- Cea mai mare parte a ÎMM (circa 66%) își desfășoară activitatea în municipiul Chișinău, realizând 72% din cifra de afaceri a întregului sector al ÎMM.
- Pe parcursul I semestru al anului 2007, numărul ÎMM a crescut cu 3,2 mii de întreprinderi sau cu 9,5 la sută față de perioada respectivă a anului precedent și a constituit 36,8 mii de întreprinderi.
- Comerțul constituie activitatea pe care preponderent o desfășoară ÎMM (41,0% din numărul total al ÎMM), urmată de industria prelucrătoare (12,8%), tranzacțiile imobiliare, închirieri și servicii prestate întreprinderilor (13%), transporturi și comunicații (7,1%).
- Guvernul Republicii Moldova prin Hotărârea nr. 521 din 15 mai 2006 a aprobat Strategia de susținere a dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2006 – 2008. A fost creată Organizația pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, care are drept scop implementarea prevederilor programelor de susținere a acestor întreprinderi.





Pasul trei

Ideea este lucrul cel mai important

Cum găsești ideea privind genul de activitate pentru firma ta?

Dezvoltarea pe piața mărfurilor și serviciilor solicită o permanentă vigilență din partea antreprenorului și o abordare corespunzătoare a situației schimbătoare. Uneori din lucruri inexpressive se pot produce mărfuri excepționale sau atracții turistice. Ideile depășite pot prelua noi culori, pe care le vei vinde cu succes ca pe niște chifle calde. De ce ai nevoie pentru a obține acest succes? Un spirit de observație dezvoltat pentru a analiza oamenii și o minte deschisă!

Privește cum au făcut alții...

- Natalia (Basarabeasca, 26 ani): are cel mai bun salon de coafură din orașul Basarabeasca. Până acum doi ani în această localitate nu exista nici un salon dotat cu tot echipamentul modern. Mai mult ca atât: are și apă caldă, de aceea salonul este cel mai solicitat în localitate și din timp trebuie să te programezi.
- Vitalie (Orhei, 30 ani). În s. Pelivan, r-nul Orhei a deschis un atelier de reparații auto care se bucură de mare popularitate în zonă datorită calității serviciilor. Ba mai mult: a reușit să creeze 14 locuri de muncă noi, unde peste 50% din angajați sunt persoane care anterior au muncit ilegal peste hotarele Republicii Moldova. Din veniturile lui achită costul constructului de studii la Universitatea Tehnică pentru 2 tineri care au lucrat în atelierul lui și se gândește că după facultate sa-i atragă din nou în firma sa.
- Rodica (Sângerei, 26 ani). În s. Sângerei Noi, r-nul Sângerei a deschis un atelier de prelucrare a pietrei de Cosăuți, material de construcție foarte solicitat în localitate și în cele învecinate. Afacerea prosperă și cantitatea de materiale de construcție solicitate sunt peste așteptările Rodicăi.
- Elisei (Sângerei, 24 ani). A creat un atelier de producere a mobilei și a ferestrelor termopan. Timp de doi ani și jumătate afacerea a prosperat și a reușit să-și deschidă încă două filiale în raioanele din vecinătate. Are mai multe echipe mobile de meșteri care merg la domiciliul clientului. Calitatea serviciilor este impecabilă.

Reține!

Ideea unei afaceri te așteaptă în apropiere.

Poate chiar e în mâinile sau în gândurile tale. Cel mai important este...

Să descoperi ce poate fi propus altora!

**Istории de succes din viață...**

Angela, o femeie de 25 de ani din nord-estul Moldovei, a frecventat cursurile de lungă durată de antreprenoriat organizate de Centrul Regional de Susținere Soroca a Proiectului Noi Perspective pentru Femei, implementat de Winrock International cu suportul financiar al Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Prin discuțiile purtate cu prietenii săi, Angela spune: “am aflat ce servicii și bunuri nu sunt disponibile în orașul nostru...și cineva a menționat salonul de frumusețe. Mi-a plăcut ideea și am început să mă gândesc se-rios despre acest tip de afacere”. Primind consultații individuale din partea formatorului cursurilor, Angela a elaborat un plan de afaceri detaliat pentru un salon de frumusețe excepțional, cu toate serviciile incluse. La festivitatea de încheiere a cursurilor ea și-a prezentat planul comitetului de evaluare format din experți în domeniul de dezvoltare a afacerilor și în microfinanțare și s-a plasat pe locul doi.

Inspirată de această recunoaștere, Angela a decis să-și transforme planul într-o afacere reală. Deși avea studii juridice, Angela și-a pierdut locul de muncă după ieșirea în concediul de maternitate. Acum, luând un împrumut de 2000 \$ împreună cu propriile economii în valoare de 1000 \$, Angela a avut posibilitatea să acopere cheltuielile de închiriere a spațiului pentru salon precum și pentru procurarea echipamentului necesar. În august ea a deschis salonul “Marilyn Monroe,” care pe lângă serviciile obișnuite de tuns și coafat, oferă clienților săi servicii de manichiură, pedichiură, terapie prin masaj, servicii cosmetice și fitness.

Chiar de la început afacerea a fost bine primită de comunitatea locală. În prezent salonul deservește 15 – 20 de clienți în zilele lucrătoare și de două – trei ori mai mult la sfârșit de săptămână. În prima lună de activitate salonul a realizat un venit de peste 11 000 lei moldovenești (1 000 \$) și numărul clienților continuă să crească. Odată ce va reuși să achite împrumutul, Angela va obține un venit mai mare pentru a-și susține fiica de trei ani. Pe lângă aceas-ta, în cadrul acestei afaceri sunt angajate opt femei tinere din comunitatea locală, fiecare din ele câștigând în mediu câte 1200 lei (107 \$) lunar. Datorită salonu-lui, comunitatea locală are acum acces la serviciile ce nu erau disponibile până acum în Soroca.

Deși are anumite succese, Angela înțelege că problemele majore încă rămân. “Doar oferind servicii de calitate la un preț rezonabil noi vom putea avea succes în continuare”, spune ea. “Investind o mare parte din bugetul familiei în această afacere, este important să obținem profit.” Angela se bucură de ceea ce a realizat. “Am înfruntat multe probleme și conflicte, dar cu răbdare și multă muncă am reușit să deschidem un salon de care ne mândrim.”

(După Istории de succes, septembrie 2007, Winrock International, cu suportul financiar al Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID))



Cum studiem piața locală? Unde găsim ideea pentru a deschide propria afacere?

Poți:

- pur și simplu privi în jur și stabili ce tip de servicii și mărfuri lipsesc în mediul tău;
- discuta pe această temă cu cunoșcuții, vecinii și familia – poate îți vor sugera că le lipsește în apropiere un magazin sau un birou de prestare a serviciilor;
- organiza niște investigații de anchetă;
- utiliza ajutorul unor unități specializate ce oferă susținere teoretică sectorului IMM;
- analiza piața locală – poți stabili nivelul serviciilor actuale și accesibilitatea mărfurilor (examinează prețurile, sortimentul, modul de prezentare și vânzările, reclama... poate vei sesiza că în momentul inițierii propriei tale afaceri vei întrece concurența și vei atrage clienții la tine);
- fi la curent cu mediul afacerilor locale – deseori antreprenorii locali caută firme-partenere sau solicită pe principiul outsourcing-ului executarea unor servicii concrete sau furnizarea unor mărfuri stabilite.

Înainte de a deschide propria firmă...

Există o lozincă repetată și de antreprenori: “70% planificare, 30% acțiune”. Fără un plan rațional acțiunile noastre sunt expuse unor numeroase riscuri neplăcute și imprevizibile. Dacă până la înființarea propriei afaceri nu ne vom răspunde exact la întrebările esențiale, se poate adevări faptul că numeroasele surprize neplăcute vor fi o barieră serioasă în calea succesului. Cu cât mai meticolos vei aborda planificarea, cu atât mai multe greșeli vei evita. Îți vei spori astfel propriile posibilități de aderare la grupul celor 46% de antreprenori începători, care supraviețuiesc în lumea afacerilor în primul an de activitate.

Cele mai importante întrebări...

Cercetarea pieței:

- Cine vor fi clienții mei?



- Ce posibilități se schițează pe viitor?

Numărul clienților va spori sau va descrește? Va crește numărul firmelor similare cu a ta?

- Ce fac concurenții mei?

Oare funcționează actualmente în apropiere vreo firmă ce oferă servicii (mărfuri) similare cu ale tale? Se va diferenția oferta ta de cele propuse de concurenți? Ce perioadă de timp activează concurenții tăi pe piața locală? Cum este apreciată oferta lor și modul de deservire a clientului?

Examinarea produsului:

- Îndeplinește oare cerințele pieței?

În economia de piață clienții au așteptări stabilite față de produs. Oare produsul propus va corespunde așteptărilor lor? Dacă nu – va fi complicat să concureze cu altele.

- Ar putea fi oare ameliorat?

După o perioadă de timp chiar și cele mai bune produse “îmbătrânesc”. Clientela așteaptă ca acestea să fie perfecționate, modificate. În caz contrar, interesul clienților va scădea, se vor micșora vânzările, prin urmare, și profiturile tale.

- Ce cauzează exclusivitatea produsului tău?

Cel mai bine este ca produsul tău să se diferențieze de altele, să posede calități acceptate de clienți.

Localizarea pe piață:

- Spre care categorie de clienți te orientezi cu produsul tău?
- Cine îl va procura cu plăcere?

Stabilirea scopurilor economice:

- Ce scopuri dorești să atingi?

Și apoi....

- Cum va arăta firma ta?



Ce necesități ale clienților tăi va satisface firma (domeniul activității, serviciile prestate)? În ce zonă vor fi comercializate mărfurile (prestate serviciile) tale? Cum funcționează firmele concurenților?

Prin ce se va deosebi de altele? Ce vei oferi clienților pentru ca aceștia să accepte oferta ta și nu cea a concurenților?

- **Cine vor fi clienții tăi?**

Imaginea clientului firmei tale (sex, vârstă, venituri, profesie, condiții de trai, interese, preferințe și altele). Cum vor afla despre oferta ta? Unde în prezent își achiziționează mărfurile (serviciile), pe care planifici să le vinzi (prestezi)?

- **Prin ce mijloace vei obține clienți?**

Prin ce mijloace vei cuceri clienții? Pe ce număr de clienți poți conta la începutul activității, câți vei obține pe parcursul unei luni, an? Vei putea să-i menții, cum vei găsi alții noi? Ce parte din venituri vei destina pentru publicitate? Ce acțiuni vei întreprinde? Cum vei verifica eficacitatea metodelor aplicate?

(elaborat pe baza O firmă mică – e atât de simplu, de R. Gallagher, Editura Signum, Cracovia, 1992)





Pasul patru

Business planul

După ce am planificat strategia de activitate a firmei și modalitățile de atragere a clienților, vine timpul să precizăm sursa fără de care nu ar fi posibilă activitatea economică... Banii. Pentru a iniția activitatea individuală, trebuie în primul rând să ne concentrăm asupra business planului. Vom analiza minuțios cheltuielile și veniturile planificate. Datorită acestui pas ne protejăm de riscul falimentării rapide. Business planul nostru competent executat trebuie să fie aidoma unei plase de păianjen – mai multe ațe diferite se leagă între ele. Creează o integritate ideală, iar în mijloc așteaptă... succesul!

Versiunea deplină a business planului include:

- Descrierea firmei
- Caracteristica firmei – sarcinile comerciale sau serviciile
- Sortimentul mărfurilor (serviciilor)
- Descrierea pieței în care va activa firma
- Strategia de marketing (inclusiv analiza riscului)
- Planul financiar (de exemplu cheltuielile pe care le vei suporta și efectele financiare pe care le vei obține după realizarea sarcinilor).

Un business plan bine elaborat îți va permite să obții succes! Te va ajuta să eviți unele greșeli potențiale și să previi declinul inevitabil al firmei, ce rezultă din coliziunea unor planuri prost pregătite cu realitățile economice de pe piață.

Reține!

Un business plan bine pregătit constituie permisul tău pentru bănci sau alte instituții financiare în vederea obținerii dotațiilor sau creditului pentru inițierea activității economice individuale. Atitudinea superficială față de întocmirea acestuia nu va convinge pe nimeni să-ți ofere o susținere financiară.



Pasul cinci

Ghidul antreprenorului începător

Simți că ești în stare?

Deschiderea propriei firme este o decizie care provoacă multe consecințe. Nu conta pe faptul că chiar din prima zi te vei afla într-un fotoliu confortabil de președinte al firmei și vei citi ziarul de dimineață, iar pe parcursul întregii zile vei ține discuții de afaceri la telefon. Înainte de a decide întemeierea propriei afaceri, analizează-te pe tine însuși și gândește-te dacă ești pregătit:

- să fii responsabil de propriul destin și de destinul firmei – de funcționarea și dezvoltarea ei;
- să dedici mai mult de 8 ore zilnic muncii efective (activitatea individuală va solicita schimbarea proporțiilor de folosire a celor 24 de ore: va domina serviciul, se va reduce timpul pentru distracții și viața personală);
- să obții noi abilități (de exemplu ținerea documentației), să citești presa și literatura de specialitate (inclusiv din domeniul juridic), să participi la cursuri de perfecționare;
- să cauți recomandări și ajutor în instituții specializate în susținerea antreprenoriatului, precum și în mediul prietenilor și cunoscuților;
- pe lângă oboseală și planuri personale să reușești să finisezi lucrul și obligațiile în timp;
- să progresezi onest și perseverent;
- să accepți standardul minim de viață în perioada incipientă de activitate a firmei (pe parcursul unui an sau a doi ani te așteaptă numeroase cheltuieli și profituri scăzute, dacă vei fi competent în conducerea firmei);
- să investești banii câștigați în dezvoltarea firmei și nu pentru consum personal (de exemplu cumpărături inutile, viață “luxoasă”, automobil scump, restaurante etc.);
- să planifici și să analizezi acțiunile întreprinse, să examinezi afacerile reușite și ratate.



Când vei înțelege esența...

Atunci când vei deveni căpitanul propriei corăbii și vei naviga în apele imense ale economiei de piață, vei reține că:

- firma devine proprietatea ta (sau în asociație cu partenerul de afaceri) și asupra succesului și creșterii veniturilor vor influența: implicarea ta, munca, îmbogățirea și perfecționarea cunoștințelor ce țin de eficiența acțiunilor;
- merită să citești presa de specialitate, o poți cumpăra individual sau te poți abona (un mod mai sigur și mai confortabil). Aceste achiziționări costă bani, dar foarte rapid te vei orienta și vei înțelege că datorită informațiilor culese poți elucida problemele;
- merită să folosești Internetul (numeroase pagini specializate, de exemplu care se referă la economia de piață, la consultații juridice etc.);
- nu trebuie să neglijezi informațiile despre evenimentele economico-sociale curente;
- trebuie să discuți cu oamenii, să ascuți cu înțelegere ce îți vorbesc, să sintetizezi concluziile din aceste discuții, chiar și din plângeri și reclamații poți obține numeroase informații utile;
- să fii flexibil, să reacționezi la schimbările de pe piață, la preferințele și interesele clienților;
- să analizezi valoarea vânzărilor în fiecare lună, să compari valoarea cu rezultatele obținute în lunile precedente;
- să te interesezi de reglementările juridice și modificările lor.



Actele juridice reglementează ordinea într-un stat, oferă posibilitatea funcționării lui și nu sunt elaborate doar pentru funcționari. Lipsa cunoștințelor în acest domeniu poate provoca pierderi financiare serioase.

- Achită datoriile la timp. Atenție! Datoriile cresc foarte rapid. Două-trei luni de restanțe pot pune în pericol existența firmei tale. Subestimarea acestui adevăr amenință cu falimentul.



- Examinează atent “super ofertele”: mărfurile pot proveni din furturi, surse ilegale sau persoana ce le oferă dorește pur și simplu să te înșele. În cazul utilizării calculatoarelor, reține despre necesitatea procurării unor programe legale.
- Dacă dispui de puțini bani, evită să oferi clienților “perioade prelungite de achitare”, pentru că în curând vei avea o serie de debitori și un buzunar gol.
- Dacă decizi să împrumuți bani de la membrii familiei, prieteni sau bancă – fii precaut! Bani împrumutați foarte ușor se cheltuiesc și foarte greu se restituie. Împrumută doar atunci când ești sigur că vei fi în stare să rambursezi datoria.
- În relațiile oficiale cu instituțiile folosește corespondența de afaceri. Fiecare instituție este obligată să-ți răspundă la scrisori cel târziu peste o lună de la data expedierii (obligație prevăzută de Codul administrativ). În problemele-cheie nu te baza pe răspunsul oral al funcționarilor. În cazul apariției unor probleme se poate adeveri faptul că persoana ce ți-a oferit informații nu mai lucrează în instituția dată. Beneficiind de un răspuns oficial în formă scrisă, poți face referiri la documentul dat în momentul oportun.
- Citește cu atenție fiecare document înainte de a-l semna. Nu lua decizii pripite, cere timp pentru analiză, pentru posibilitatea cunoașterii mai ample a documentului în condiții “liniștite”. Dacă partenerul presează asupra ta în vederea luării unei decizii prompte, poți utiliza formele de genul: “te rog iartă-mă – voi lua o decizie doar după analiza situației. Mă străduiesc să acționez echilibrat”. Nu vei pierde în fața partenerului, ci chiar vei câștiga faima unui bun profesionist.
- În momentul redactării scrisorilor (obligatoriu cu specificarea datei) pentru diferite instituții, scrie-le în două exemplare: oferă originalul, iar pe copie cere confirmarea primirii (ștampila instituției, data, semnătura persoanei responsabile sau eventual numărul sub care se înregistrează scrisoarea în registrul de intrări).
- Păstrează cu perseverență toate documentele – ești obligat să le ai. În cazul apariției unor probleme, pot fi extrem de utile.
- Pregătește-ți un grafic lunar și anual al termenelor de întocmire a documentelor obligatorii, de efectuare a plăților și de îndeplinire a diverselor obligațiuni, cu calcularea banilor necesari pentru aceste activități. O astfel de organizare îți va permite să nu uiți data și plățile care urmează să le efectuezi și, în consecință, să eviți amenzile financiare.



Dacă trebuie să angajezi personal... atunci pe cine?

Cu cât e mai mare corabia, cu atât mai mare va fi și echipa de care va avea nevoie căpitanul. Poate vei considera că ai nevoie de un număr mare de lucrători. Stabilește-ți criteriile de selectare a angajaților, care sunt trăsăturile și abilitățile pe care le vei solicita.

DE CE FEL DE LUCRĂTORI AU NEVOIE ANGAJATORII?

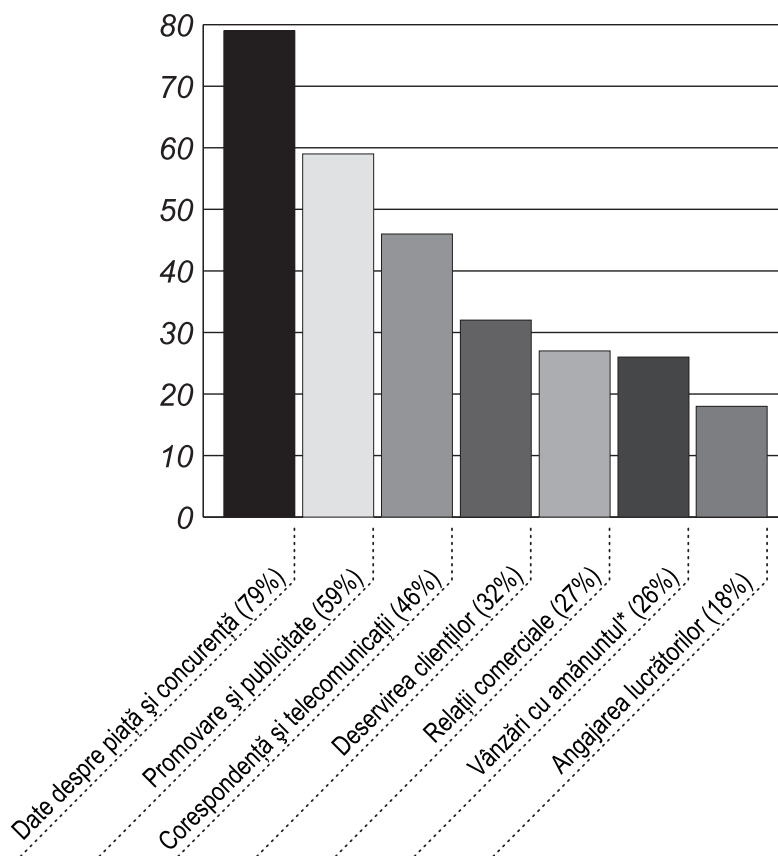
- abstinenți
- ambițioși
- necondiționați
- direcți
- ingenioși
- ageri
- care doresc și tind să se dezvolte
- muncitori
- răbdători
- îngrijiiți
- perseverenți
- atenți
- exacti
- dinamici
- conducători
- eficienți
- flexibili
- eleganți
- elocvenți
- energici
- profesioniști
- demni de încredere
- chibzuiți
- amabili
- inteligenți
- prietenoși
- competenți
- sociabili
- coerenți
- deschiși
- educați
- loiali
- puternic motivați în muncă
- cu simțul umorului
- înțelepți
- plăcuți
- predispuși spre atingerea scopurilor
- pozitivi
- nonconflictogeni
- obiectivi
- conștiincioși
- fideli
- responsabili
- operativi
- plini de forță
- entuziasmați
- agreabili
- instruiți (posedă cunoștințe multilaterale)
- harnici
- onești
- cu spirit de antreprenor
- convingători
- amicali
- punctuali
- prudenți
- cumsecade
- independenți
- modești
- care se țin de cuvânt
- serioși
- liniștiți
- echitabili
- fermi
- de bună-credință
- simpatici
- respectuoși
- sinceri
- prompti
- oportuni
- buni ascultători
- cultivați
- autentici
- fideli principiilor lor
- calificați
- statornici
- implicați
- care pot păstra secrete
- sănătoși
- disciplinați
- organizați
- echilibrați
- binevoitori.

(Material elaborat pe baza anchetelor a 2000 de angajatori locali).



Pentru ce avem nevoie de Internet?

În raportul Uniunii Europene se declară clar și transparent faptul că persoanele care vor utiliza noile tehnologii își vor spori șansele de succes. Acest principiu se referă și la business! Astăzi este complicat să ne închipuim funcționarea unei firme fără acces la Internet. Un alt element primordial este e-mail-ul. Iată cum se utilizează Internetul în țările UE:



*Achiziționările prin intermediul Internetului reprezintă una din cele mai dinamice dezvoltate ramuri ale Internetului.



Cum folosim poșta electronică?

1. Atrage atenția ce adresă de e-mail folosești în relațiile oficiale, de serviciu. Oare vor insufla încredere semnatarilor cu următoarele adrese: `marin34@pupici.md`, `căpșunică@58go2.md` etc...? Aceasta este prima carte de vizită a expeditorului. Optimă este scrierea numelui și prenumelui: `MarinCodru@`, sau `marincodru@`. Cu cât mai puține semne ortografice vei folosi: `marin_codru`, `marin-codru` sau `marin.codru`, cu atât mai mult vei reduce riscul greșelilor și, în consecință, corespondența va fi eficientă.
2. Trebuie să atragi atenția asupra aspectului grafic și ortografic al mesajului. Respectă spațiul între cuvinte și între noile gânduri ale declarațiilor tale. În cadrul textului tradițional folosește aliniatul între diferite părți ale textului. Folosește simbolurile românești! Nu o singură dată am primit texte asupra cărora am meditat o bucată de vreme pentru a înțelege care este de fapt esența mesajului. Atrage atenția asupra principiilor de ortografie și punctuație. E-mail-ul nu este o convorbire telefonică! Greșelile sunt într-adevăr evidente. Nu abuza cu simboluri grafice. Unul sau două în toată scrisoarea sunt suficiente. Nu le folosi, dacă nu ești sigur că vor fi înțelese de destinatari.
3. Înscrie tematica e-mail-ului corect și real. Tema de genul: “Salut”, “Hei”, “Eu sunt”, “Noroc”, “Felicitări”, “Bună ziua”, “din partea Cristinei” în primul rând târăgănează organizarea muncii, nu permit stabilirea priorității răspunsurilor, iar, pe de altă parte, complică găsirea scrisorii după o perioadă de la primire, și, în principiu, nu sunt atractive pentru citire. În cazul lipsei tematicii, eu și câțiva prieteni ai mei imediat lichidăm asemenea corespondențe, fără citirea lor, din cauza posibilității infectării cu viruși.
4. Stimată Doamnă! Stimate Doamne! Stimate Doamne și Domni! Sunt formule excelente de salut în contactele oficiale. Nu se recomandă scrierea formulelor de salut care conțin grade, titluri în relațiile apropiate, de exemplu: “Salutare, Domnule Profesor!” sau “Draghele Noastre Doamne Doctori în Știință”. Acest lucru este inadmisibil. Este posibilă renunțarea la titlu, în special când scrisoarea devine replică în secvența mail – răspuns. Inițial se va stabili contactul cu destinatarul (informarea). Contactul poate avea forma unei prezentări (reamintire) despre expeditor: “în timpul conferinței despre utilizarea deșeurilor organizată la Ministerul Mediului am avut ocazia să discutăm în pauză câteva minute și să facem schimb de cărți de vizită”. O altă posibilitate este stabilirea scopului corespondenței: “vă informez cu plăcere că...”.



5. Formula de încheiere a e-mail-ului trebuie să corespundă celei de salut: dacă începem cu “Stimată Doamnă”, “Stimate Doamne”, atunci formula finală va fi: “Cu mult respect...”, “Cu recunoștință...”. Formula “Cu stimă...” se consideră prea seacă... Mesajul trebuie să fie neapărat semnat.
6. Termenul în care vei răspunde la e-mail? Cel mai bine ar fi IMEDIAT! Nu mai târziu decât în ziua următoare! Dacă problema este dificilă, merită să scrii despre acest lucru și să incluzi termenul răspunsului esențial și concret mai târziu. Dacă pe parcursul câtorva zile nu vei avea posibilitatea să-ți verifici poșta electronică (concediu, deplasare de serviciu), instalează-ți răspunsul automat (autoresponder) în limba română, iar dacă comunică cu parteneri de peste hotare – și în limba engleză.
7. **NU FOLOSI DOAR LITERE DE TIPAR. UN TEXT DE ACEST GEN SUGEREAZĂ IDEEA CĂ STRIGI! CÂTEVA RÂNDURI ALE UNUI ASEMENEA TEXT SE CITESC MAI DIFICIL DECÂT CEA MAI PLECTISITOARE LECTURĂ!**
8. Dacă dorești să expediezi o anexă vastă (un fișier grafic, muzică, film), cere aprobarea destinatarului. În repetate rânduri, utilizând în afara biroului și casei telefonul mobil în calitate de modem, primesc mesaje de acest gen în 20 – 30 minute. Despre costul acestora nu mai vorbesc!...
9. Nu expedie reclame electronice. Nici cele “pentru prieten”, nici apeluri “de donare a sângelui”. Personal am primit de două ori același e-mail banal cu mesajul: “donați sânge”, într-un interval de șapte luni. Sângele este necesar în câteva ore, poșta nu este un canal eficient de căutare a sângelui.
10. Comerțul electronic este reglementat prin Legea Republicii Moldova privind comerțul electronic nr. 284-XV din 22 iulie 2004 (Monitorul Oficial nr. 138-146/741 din 13 august 2004).





Sună straniu.... **FRANCHISE (LICENȚĂ / AUTORIZAȚIE)**

La finalul capitolului includem o propunere pentru cei cărora le place succesul obținut de alții. Franchise (termen englez) este una din posibilitățile conducerii propriei afaceri. Constă în faptul că ești proprietarul afacerii individuale, dar activezi sub firma altuia. Probabil cunoști așa firme ca Mc Donald's sau saloanele de coafură Jean Louis David... Ambele funcționează conform aceluiași principiu!

Care este esența acestui termen?

- Antreprenorul conduce activitatea sa potrivit concepției firmei al cărui logotip utilizează. În cadrul acordului elaborat în formă scrisă sau în schimbul unor plăți financiare permanente, beneficiarul licenței obține drepturi printre care: dreptul la utilizarea denumirii comerciale a companiei sub autorizația căreia funcționează, dreptul utilizării brandului (mărcii), a metodelor de administrare, normativelor tehnice, sortimentului, precum și la beneficierea ajutorului tehnic și comercial continuu.
- Condiția inițierii afacerii este crearea localului conform unui model stabilit. Identificarea vizuală este un element fundamental al mărcii comerciale.

După părerea specialiștilor în franchising această activitate este una din cele mai sigure forme de conducere a afacerii, deoarece succesul deja înregistrat al companiei ce oferă licențe, în mare măsură elimină riscul falimentării pentru firma fondată.





Explicarea unor termeni noi din domeniul afacerilor:

AUDIT – totalitatea acțiunilor conduse de specialiști externi, independenți, cu scopul oferirii unor cunoștințe obiective despre funcționarea unității, de asemenea despre o eventuală încălcare a regulilor sau despre greutățile care ar putea fi întâmpinate în activitatea unei unități economice.

CERTIFICARE – editarea documentului scris, numit certificat, care garantează că produsul, procesul sau serviciul corespund normelor sau regulamentului juridic;

E-BUSINESS – include în sine noțiunea de E-COMMERCE (procurarea și vânzarea online), precum și restructurarea proceselor de afaceri în scopul utilizării maxime a tehnologiilor moderne.

E-GOVERNMENT – se referă la utilizarea pe larg a Internetului și a altor tehnologii informaționale și de comunicații în instituțiile publice de toate nivelurile, în scopul sporirii eficienței funcționării administrative. Acest termen semnifică și totalitatea proceselor de constituire a comunităților virtuale locale, prin urmare este procesul de modificare a organizării administrative a statului.

E-LEARNING (învățarea la distanță) – tehnică de instruire care utilizează toate mediile electronice accesibile: Internetul, semnalele sateliților, benzile audio/video, televiziunea interactivă și CD-urile.

E-MUNCA (TELEMUNCA) – activitate desfășurată în cadrul firmei care solicită prelucrarea datelor și expedierea lor, realizată în afara sediului de bază al întreprinderii cu ajutorul mi-



jloacelor de telecomunicații. Deci, trăsătura specifică a telemuncii este realizarea muncii în afara sediului angajatorului prin intermediul utilizării tehnologiilor moderne electronice – de obicei prin Internet. Telemunca este fără îndoială o formă de combatere a șomajului. Telemunca majorează flexibilitatea angajării, permite activizarea persoanelor cu dizabilități și a tuturor celor care din diferite motive doresc sau sunt obligați să se afle la domiciliu.

FACTORING – activitate financiară ce constă în răscumpărarea creanțelor neexpirate ale întreprinderilor, ce le aparțin din partea debitorilor din livrări ale mărfurilor sau serviciilor, legate de finanțarea clienților și oferirea unor servicii suplimentare pentru ei (www.factoring.org).

FRANCHISING – acord pe termen lung de oferire beneficiarului de către prestator (donator) a permisiunii de utilizare a firmei sale (așa-numitele denumiri, mărci ale mărfurilor, denumiri comerciale, tehnologii și sisteme de distribuire etc.). (Prestatorii sunt de cele mai multe ori firme mari și renumite pe piață, de obicei corporații internaționale. Beneficiarii sunt firmele private sau persoanele care abia își inițiază activitatea economică. În sistemul de franchise funcționează: Mc Donald's, Pizza Hut, Burger King, Nemetton, Coca-Cola, Pepsi-Cola, Bata, Rema 1000, Ford, Orbis, Karen Notebook).

HOSTING – oferirea accesului, contra plată, la echipamentul informațional prin intermediul închirierii.

LEASING – (engl. lease – chirie, arendă, utilizare) oferirea clientului pe o perioadă de timp concretă a mijloacelor de transport, utilajelor, echipamentului. Datoriile pentru utilizare sunt achitate de utilizator sub forma unor rate lunare.

OUTSOURCING – indicația de executare a diferitor servicii, sarcini de către firmele specializate externe. Firmei native i se permite concentrarea asupra problemelor-cheie, indicând executarea acțiunilor care nu reprezintă priorități altor firme contra unei sume de bani stabilite.

SEMNĂTURA ELECTRONICĂ – denumirea generală a diverselor tehnici de confirmare a autenticității documentului și identității expeditorului ei, în cadrul schimbului de informații pe cale electronică. Semnătura electronică trebuie să îndeplinească aceleași condiții ca și cea obișnuită, deci trebuie să fie complicată și imposibil de falsificat, să creeze posibilități de verificare și să se conecteze ferm cu documentul. În practică formele semnăturilor electronice au devenit accesibile datorită dezvoltării criptografiei cu cheia publică și țin de anexarea la document a unei abrevieri cifrate, cu cheia privată a părții ce semnează.



Spargem codurile...

SEMNIFICAȚIA CE – certificare care înseamnă corespunderea cu solicitările de bază, de care este cuprins produsul dat. Plasarea unei inscripții de acest gen indică asupra faptului că produsul corespunde tuturor normelor veridice și că au fost realizate procedurile specifice de estimare a produsului.

PIB per capita (Produsul Intern Brut ce revine pentru un locuitor / pe cap de locuitor) – reprezintă măsura de bază ce indică asupra dezvoltării economice a unui stat.

ISO – sistemul calității ce asigură caracterul repetat al articolului, trăsăturile caracteristice de care trebuie să dispună în conformitate cu normele de producere și convenite cu clientul

PND – Planul Național de Dezvoltare

IBAN – standard internațional de notare a facturilor.



Pasul șase

Direct înainte – despre planurile de viitor

8 motive ale declinului unei firme...

Faliment, declin, insolvabilitate, înrângere, închidere...de aceste cuvinte se înspăimântă fiecare antreprenor. Să privim din ce cauză de cele mai dese ori unele firme nu reușesc să supraviețuiască în confruntarea cu realitatea:

1. Alegerea greșită a localizării firmei.
2. Pierderea lichidității – oferirea unor sume proprii de bani. Calcularea incorectă a cheltuielilor de inițiere a firmei și a veniturilor așteptate (un business plan incompetent).
3. Lipsa fondurilor – lipsa abilităților de obținere a fondurilor de inițiere și dezvoltare a propriei afaceri.
4. Lipsa experienței și cunoștințelor de specialitate. Lipsa dorinței de a acumula cunoștințe pe parcursul vieții (eng. long life learning), dezvoltării abilităților și pregătirii.
5. Lipsa disciplinei financiare.
6. Investiții sporite în echipament.
7. Administrarea incorectă a resurselor – insuficiența sau excesul de mărfuri în depozit și cheltuielile cauzate de aceste acțiuni.
8. Combinarea relației: viața personală și profesională. Planificarea greșită a regimului de lucru – a propriei zile de muncă.

Reține!

Conducerea propriei activități economice este menținerea neîntreruptă a mâinii pe puls. Monitoringul, modificările, reacționarea flexibilă la situație sunt elementele gândirii raționale la viitorul firmei și la propriul viitor. Crează planuri de viitor. Nu aștepta să se apropie momentul critic, când vei înțelege că te-ai pomenit în capcana momentului – de exemplu din cauza concurenței mari pe care nu ai observat-o anterior.



Pasul șapte

Unde cauți ajutor?

Site-uri utile

Ministerul Economiei și Comerțului al Republicii Moldova

Piața Marii Adunări Naționale nr. 1

MD-2033, mun. Chișinău, Republica Moldova

Tel.: (373 22) 23 74 48; 25 01 07

Fax: (373 22) 23 40 64

E-mail: mineconcom@mec.gov.md

WWW: www.mec.md



Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova

Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 151
MD-2012, mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (373 22) 22 15 52
Fax: (373 22) 23 44 25
E-mail: camera@chamber.md
WWW: <http://www.chamber.md>

Reforma Reglementării de Stat a Activității Antreprenoriale

Piața Marii Adunări Naționale nr. 1
MD-2033, mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (373 22) 23 74 48; 25 01 07
Fax: (373 22) 23 40 64
WWW: <http://www.economie.guvern.md>

Banca Națională a Moldovei

Bd. Renașterii nr. 7
MD-2006, mun. Chișinău, Republica Moldova
WWW: www.bnm.md

Comisia Națională a Valorilor Mobiliare

Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, nr. 77
MD-2012 mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (373 22) 22 76 95
Fax: (373 22) 22 30 88
E-mail: cnvm@cni.md
WWW: www.cnvm.md

Inspectoratul Fiscal Principal

de Stat de pe lângă Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova

str. Cosmonauților nr. 9
MD-2005, mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (373 22) 22 06 93, (373 22) 82 33 53
Fax: (373 22) 82 33 54, (373 22) 21 40 77
E-mail: mail@fisc.md
WWW: www.fisc.md

**ProCredit Moldova**

Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr. 65, of. 900
MD-2012 mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel.: (373 22) 27 07 07
Fax: (373 22) 27 34 88
E-mail: office@procredit.md
WWW: www.procredit.md

Centrul de Incubare al Incubatorului de Afaceri, ASEM

Academia de Studii Economice din Moldova, Bloc B, oficiu 810
str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni nr. 59
mun. Chișinău, Republica Moldova
Tel./fax: (373 22) 24 01 52
E-mail: incubator@ase.md
WWW: www.incubator.ase.md

Reține

Internetul este sursa cea mai eficientă de obținere a informațiilor, mai cu seamă pentru un tânăr antreprenor!





Pasul opt

Mituri și adevăruri despre conducerea firmei

Nimic nu hrănește mai bine imaginația decât... stereotipurile. Crescute în societate, sporesc și reușesc să dezintereseze serios sau să provoace probleme persoanelor neatente. Acestea sunt cele mai frecvente opinii dure care se propagă pentru definirea acestui fenomen. Comentariile noastre cu acest prilej sunt:

Inițiez o firmă proprie. Voi fi bogat!

Nu este atât de simplu. Tot mai complicat este să găsești în prezent așa-numita nișă pe piață, unde nu ar exista concurență. Pe lângă aceasta, excesul mărfurilor pe piață și deficiența banilor cauzează scăderea profiturilor. Termenul "rapid" este relativ... Repede..., dar când concret? Merită să-ți planifici acest lucru.

Țurcanu și-a deschis un punct xerox și îi merge de minune. Voi face același lucru și mă voi pune pe picioare pentru toată viața.

Decizia de deschidere a unei întreprinderi într-un domeniu concret trebuie să corespundă unei analize a pieței. Se poate adevăra că unitățile care deja funcționează (farmacii, magazine, spălătorii, ateliere de reparație a automobilelor) satisfac necesitățile clienților pe depin și o următoare întreprindere de acest gen sigur va suferi înfrângere în jocul pieței.

Merită să fim precauți, pentru că deseori apreciem succesul altora examinând simboluri exterioare false: automobile, haine, procurarea mărfurilor, rotația în societatea de elită etc. Atenție! Aceste simboluri pot induce în eroare.

Gata cu orele de muncă dure. Voi lucra așa cum îmi place mie!

Așa-numitul orar instabil (orar nenormat) este obiectul invidiei celor care trebuie să lucreze conform unui grafic fixat de muncă. Din păcate acest orar instabil necesar conducerii propriiei întreprinderi, de cele mai multe ori funcționează viceversa și obligă la muncă ce depășește 8 ore pe zi, implică lucrul în zilele de sâmbătă, uneori și de duminică. Cantitatea sarcinilor pe care trebuie să le execuți decide orarul tău de muncă, și nu persoana responsabilă sau nemijlocit orarul de muncă.



E bine să fii antreprenor – voi avea telefoane de marcă, automobile...

Desigur! Dar va trebui să plătești pentru aceste bunuri! Dacă întemeiezi o societate reține că vei plăti din banii comuni! Ai marele noroc că există posibilitatea de efectuare a unor cheltuieli care au legătură nemijlocită cu activitatea economică.

E super să fii patronul unei firme. Oamenii lucrează pentru tine și tu strângi profiturile!

Nu este ușor să începi activitatea de unul singur, fără surse financiare să deschizi o întreprindere care ar angaja lucrători. Chiar dacă vei deschide o firmă de angajare a muncitorilor, fii sigur că vei lucra cel mai mult – va trebui să te ocupi de întreținerea și dezvoltarea firmei, de oamenii care lucrează în ea și, în cele din urmă, de tine însuși. Dacă vei lua mâna de pe puls, în curând vei simți gustul concurenței.

Salariul va fi mic. Nu se va recompensa.

Atent cu așa opinii! În afaceri nu se neglijează nici cel mai mic venit. Chiar și un profit minim dintr-un serviciu unitar sau de pe un articol vândut unui număr considerabil de consumatori, ne permite “să ajungem la un rezultat”. Merită să ne gândim cum vom organiza cheltuielile, diversifica sortimentul, domeniul de prestare a serviciilor, cum vom corespunde necesităților clienților noștri, reacționa la schimbările de pe piață. Un număr mare de lideri comerciali internaționali sunt rodul unei munci îndelungate, uneori a mai multor generații.

Cu colegul / colega (prietenul / prietena) meu / mea ne înțelegem de minune, vrem să inițiem o afacere împreună.

Proverbul zice: “Dacă vrei să-ți pierzi prietenul, începe o afacere comună”. Din păcate, foarte mulți antreprenori s-au convins de justetea acestui proverb. Însă conform modelului britanic deseori cunoscut de la universitate deschid companii pe care le completează cu abilități proprii (de exemplu unul este contabil, al doilea este responsabil pentru atragerea clienților, al treilea realizează proiecte), dar în acest context trebuie să fim foarte prudenți. Separarea obligațiilor, împărțirea bucuriilor și insucceselor, banilor, poate fi mai complicată decât legătura emoțională. Pentru ca totul să decurgă corect și eficient, partenerii trebuie să fie maturi. Mai bine ar fi însă să delimităm viața personală (colegi, prieteni) de cea profesională (obligații, divizarea muncii, profituri și pierderi).



Dacă nu dispui de bani pentru start, de la ce începi?

Deseori greșim când ne gândim la deschiderea firmei. Problema capitalului inițial depinde de genul activității, de așa-numitul avânt, proporțiile, modalitatea inițierii întreprinderii. Evident, fără nici un bănuț în buzunar îți va fi greu, dar pentru ce ai cap pe umeri și mâini iscusite? Cu ele vei face orice. Folosește sfaturile persoanelor cu experiență, recomandările și consultațiile organizațiilor și subiecților ce prestează servicii de susținere a antreprenoriatului (o parte din ele fiind gratuite).

Veniturile firmei sunt profitul meu.

Nicidecum nu! Banii obținuți din vânzări sau servicii prestate sunt așa-numitele venituri. Din ele va trebui să acoperi diferite cheltuieli, de exemplu procurarea mărfurilor, serviciilor străine (prestate de alte firme) pe care nu le execuți de sine stătător, achitarea serviciilor comunale, impozite, asigurări, procurarea utilajelor, echipamentului etc. (așa-numitele cheltuieli de producție). Dar când se va stabili diferența între venituri și cheltuielile suportate, antreprenorul va beneficia de profit.

În țara noastră este imposibil să faci afaceri. Cu siguranță voi falimenta.

Necesitatea lichidării firmei rezultă din săvârșirea greșelilor într-o etapă concretă. Ce greșeli? E greu să estimezi în calitate de observator extern. Am descris mai extins aceste chestiuni în capitolele anterioare. Gândurile negative din start sunt o eroare devastatoare. Dacă ne-am fi gândit că nu vom reuși, atunci nu ar exista un număr atât de mare de firme! Cheia succesului o constituie un bun plan!

