



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTERMEDIER
REGIONAL PENTRU FOC DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial
Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 • Investește în oameni!
Împreună spre succes! Șanse mai bune de ocupare în regiunea ta. • POSDRU/125/5.1/S/126766

Mai aproape de muncă



Ghidul antreprenorului Cum poți deveni propriul tău șef?

Beneficiar:

BPI group 

Parteneri:

**PRO
VOCATIE**
Centrul de resurse
al formării la profesii mobile
partenerii pentru succes

 PRIMĂRIA
ORAȘULUI
MURFATLAR

 PRIMĂRIA
COMUNEI
JIDVEI

 **Cella**
Invest



Ghidul antreprenorului

Cum poți deveni propriul tău șef?

București, 2014

Cuprins

Introducere	4
DE LA ZERO LA PRIMELE ȘASE LUNI	9
ÎNAINTE DE A ÎNCEPE	11
Gândeți și evaluați	11
Avantaje și dezavantaje ale antreprenoriatului	12
Atuuri și slăbiciuni	13
Aspecte cheie ale personalității antreprenorului	16
Informați-vă și cereți sfaturi	17
Planificați	18
IDEEA	20
Alegerea afacerii potrivite	20
Cele mai populare afaceri în România	24
PRODUSUL	26
Definirea produsului	26
Protecția invenției, mărcii și drepturilor de autor	28
CLIENȚII ȘI PIAȚA	32
PLANIFICARE	35
ÎNFIINȚAREA AFACERII	36
Lansarea unei afaceri de la „zero”	37
Etapă preliminară	37
Înregistrarea	42
Cumpărarea unei afaceri deja existente	43
Cumpărarea unei francize	45
ECHIPA	46

FINANȚE ȘI CONTABILITATE	49
Finanțe	49
Resurse financiare	49
Planul de afaceri	52
Contabilitate	61
Documente	63
Taxe și impozite	67
MARKETING	68
PRIMELE ȘASE LUNI	71
Anexa nr. 1:	77
Actele normative care reglementează înregistrarea și autorizarea funcționării comercianților	
Anexa nr. 2:	79
Facilități acordate studenților care doresc să înființeze o afacere proprie potrivit HG nr. 166/2003	
Anexa nr. 3:	81
Documentele necesare pentru înregistrarea în registrul comerțului, înregistrarea fiscală și autorizarea funcționării societății cu răspundere limitată – debutant (S.R.L. - D)	
Condiții	81
Documentele necesare pentru înregistrarea în registrul comerțului, înregistrarea fiscală și autorizarea funcționării societății cu răspundere limitată – debutant (S.R.L. - D)	83
Citate și bibliografie	86
Resurse utile	87
JURNAL	89

Introducere

Prezentul Ghid a fost redactat de BPI România în cadrul proiectului "Împreună spre succes! Șanse mai bune de ocupare în regiunea ta.", cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013.

Proiectul are ca obiective pe termen lung diminuarea numărului de șomeri, îmbunătățirea ratei de ocupare profesională prin măsuri active și asigurarea șanselor egale la accesul pe piața muncii.

Activitățile proiectului au ca scop:

- creșterea gradului de angajabilitate prin furnizarea de programe integrate în favoarea ocupării constând în informare, conștientizare, orientare profesională, programe de calificare/recalificare profesională, consultanță și asistență antreprenorială, pentru un grup țintă de 650 persoane, persoane inactice, șomeri și șomeri de lungă durată.
- stimularea și promovarea inițiativelor locale de sprijinire a ocupării prin activități de acompaniere, informare, consiliere și plasare pentru 600 persoane din grupul țintă participante la instruire.

Ghidul antreprenorului completează atelierul de inițiere în antreprenariat de care vor beneficia 200 de persoane înscrise în proiect și oferă:

- numeroase **idei și sfaturi** pentru cei care doresc să inițieze o afacere,
- descrierea principalelor **etape de la idee până la înființarea afacerii și primele șase luni**;
- sinteza celor mai **importante surse de informare** disponibile;
- informații privind **legislația în domeniu**;
- un **model de jurnal de antreprenor, personalizat**, pe care viitorul antreprenor sau viitoarea antreprenoare îl poate folosi pentru a-și organiza informațiile pentru a-și planifica evoluția.

Găsiți informații despre antreprenoriat și pe website-ul proiectului

www.serviciipentruocupare.ro

și pagina de Facebook:

<https://www.facebook.com/serviciipentruocupare>

Ne puteți trimite întrebări și comentarii despre Ghid
la adresa de e-mail:

romania@bpi-group.com

Mult succes!

„Nu există un singur fel de persoană care poate deveni antreprenor. Sunt din ce în ce mai convinsă că oricine poate deveni antreprenor, că antreprenoriatul este o modalitate de a privi lumea și de a rezolva probleme.”

profesor Saras D. Sarasvathy,
Universitatea Virginia, SUA

Opinia expertului

Să deschizi o afacere în România este o oportunitate excelentă.

România are o densitate a întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) redusă, de 24 la 1000 de locuitori, față de media de 42 la 1000 de locuitori estimată în UE la nivelul anului 2012 (Fundația Post-Privatizare, 2012). La rândul ei, Europa este în urma altor state precum SUA și China. Deși rolul pozitiv al antreprenoriatului în crearea locurilor de muncă este apreciat de 85% dintre americani, 87% dintre chinezi și 88% dintre europeni, din perspectiva opțiunii pentru cariera profesională, procentul mediu al cetățenilor care preferă să lucreze pe cont propriu este 71% în China și 55% în SUA, în timp ce în Europa numai 45% din populație ar alege ca alternativă statutul de antreprenor, restul preferând statutul de angajat. (Fundația Post-Privatizare, 2012)

Studiile relevă decalaje importante între regiunile de dezvoltare din România: dacă în București se înregistrează o medie de 44 IMM-uri/1000 de locuitori, în regiuni ca Nord-Est sau Sud-Vest există cca. 13-14 IMM-uri/1000 de locuitori.

Cu toate acestea, România se situează pe unul din primele locuri ca potențial, conform unui articol recent, care evidențiază atuurile date de prezența Internetului de mare viteză (bloomberg.com clasează țara noastră pe locul 5 în lume în ceea ce privește conexiunea la Internet), costurile de operare reduse, energie, chirii și utilități de patru ori mai mici decât în Europa de Vest și un nivel ridicat de expertiză tehnică (Coleman, 2014).

Un alt aspect pozitiv este procentajul întreprinzătorilor români care în faza inițială a demarării unei afaceri pe cont propriu au clienți în alte țări, acesta plasând România pe locul 4 din 59 de țări evaluate în 2012.

DE LA ZERO LA PRIMELE ȘASE LUNI

Înființarea unei afaceri nu urmează reguli stricte ce pot fi aplicate de toți și în orice împrejurare. Putem indentifica, însă, câteva etape care să vă ajute să structurați acest demers și să vă planificați cu grijă acțiunile. Unele etape pot fi parcurse simultan sau ordinea lor poate fi inversată.

Cel mai important lucru este să vă formați o viziune globală cât mai detaliată asupra afacerii, *înainte de a începe*. Cunoașterea insuficientă poate conduce la decizii greșite ale căror consecințe vă vor face să pierdeți energie, timp și bani pentru a le repara. Iată etapele ce vor fi detaliate în capitolele următoare:

1. **Înainte de a începe**
2. **Ideea**
3. **Produsul**
4. **Clienții și piața**
5. **Planificarea**
6. **Înființarea afacerii**
7. **Echipa**
8. **Finanțele și contabilitatea**
9. **Marketingul**
10. **Primele șase luni**

Sfatul expertului

Lipsa de informare și cunoștințele insuficiente stau la baza greșelilor tipice ale antreprenorilor începători. Este vital pentru un antreprenor să acționeze, însă acțiunile trebuie să fie gândite și justificate de **viziunea globală asupra afacerii**. Nimeni altcineva nu vă poate da această viziune, va trebui să o creați singuri. Deși la început poate fi greu de conturat o asemenea viziune, cu cât petreceți mai mult timp *colectând informații, făcând legăturile între diferitele elemente ale unei afaceri și ajustând*, cu atât mai repede va deveni mai clară.

Nu trebuie să fiți experți în toate domeniile și puteți face apel la specialiști, dar nici nu puteți lua decizii bazându-vă pe „lasă că merge și așa” sau „facem așa și vom vedea”.

„Presupunerea este mama tuturor eșecurilor.”

Mircea Căpățână, SmartBill

ÎNAINTE DE A ÎNCEPE

Mulți antreprenori debutanți fac greșeala de a începe în pripă, fără să reflecteze prea mult asupra detaliilor și ajung să fie copleșiți de dimensiunea și numărul sarcinilor pe care le presupune o afacere în primele luni de la înființare. Cea mai bună strategie este să vă pregătiți metodic, cu răbdare și să puneți în ordine ce aveți de făcut.

Idee

Începeți un jurnal de bord chiar din momentul în care începeți să vă gândiți să deveniți antreprenor. Poate fi un simplu caiet, un dosar sau o agendă tip „organizator”. Păstrați în el diversele informații colectate, ideile voastre, notițe, lista acțiunilor de îndeplinit zilnic sau săptămânal, adrese și numere de telefon utile. Ordonăți-le pe categorii și reveniți adesea pentru a adăuga informații și a vă actualiza planul de acțiune. În acest fel știți în fiecare moment ce aveți de făcut și unde trebuie să vă completați cunoștințele.

Folosiți ideile din jurnalul de la finalul acestui ghid!

Gândiți și evaluați

Excesul de încredere și inițierea unei afaceri cu naivitate, pe principiul „mă voi descurca eu cumva”, fără a avea o bază suficientă, este la fel de dăunător ca și excesul de neîncredere și îngrijorarea excesivă pentru detalii și lipsa de optimism. Pentru a le depăși, cel mai potrivit este să priviți deschis, de la început, ce vă așteaptă și să vă evaluați atuurile și slăbiciunile cu sinceritate.

Avantaje și dezavantaje ale antreprenoriatului

Antreprenorii mărturisesc adesea că realitatea experimentată a fost departe de ce și-au imaginat la început. Deși experiența antreprenoriatului este extrem de satisfăcătoare, călătoria nu este lipsită de dificultăți. Pentru a fi sigur ca sunteți realiști în ceea ce privește antreprenoriatul, vă propunem să reflectați asupra avantajelor și dezavantajelor sale. Scopul acestui exercițiu este de a vă pregăti și de a vă menține atenția alertă pentru ceea ce doriți să realizați.

Avantaje	Dezavantaje
Puteți să câștigați mult mai mulți bani decât ca salariat.	Veți resimți o presiune mai mare atunci când veți avea de-a face cu sume mari de bani. Este foarte posibil să ajungeți să garantați împrumuturi cu bunurile voastre personale ca de exemplu casa sau apartamentul.
Veți avea mai multă libertate și o varietate de sarcini pe parcursul unei zile.	Puteți să ajungeți să vă ocupați mai mult de sarcini administrative decât de produs sau activitatea principală.
Veți avea un loc de muncă asigurat.	Compania poate da faliment.
Veți putea lucra direct cu clienții.	Veți fi în prima linie și atunci când trebuie să tratați cu un client nemulțumit sau dificil, veți fi ținta criticilor și a plângerilor.
Vă puteți stabili singur salariul.	Compania poate să nu genereze profitul necesar pentru a vă plăti salariul la nivelul pe care îl doriți.
Vă puteți stabili programul de lucru cum doriți, în funcție de nevoile voastre.	Este posibil să lucrați multe ore și să nu fiți capabili să vă luați concedii atât de lungi pe cât v-ați dori.

Sfatul expertului

Aspectele pozitive trebuie să rămână întotdeauna deasupra celor negative. Dacă sunteți atenți, puteți sesiza din timp problemele și puteți căuta o soluție care să readucă echilibrul.

Atuuri și slăbiciuni

O afacere merge bine dacă antreprenorul îndeplinește bine sarcinile pe care le are de făcut. Pe parcursul construirii unei afaceri veți juca mai multe roluri diferite: manager, responsabil vânzări și marketing, responsabil resurse umane, responsabil financiar și așa mai departe. Este deosebit de important, în acest stadiu incipient, să vă identificați atuurile și slăbiciunile și să vă gândiți deja la acțiuni care să utilizeze la maximum calitățile și să vă îmbunătățească performanțele în zonele deficitare. Puteți lua decizia să urmați în această etapă un curs de finanțe, spre exemplu, dacă nu este punctul vostru forte, decât mai târziu, când afacerea vă va ocupa toată energia și va fi greu să alocați timp unui curs.

Pentru a vă face o imagine asupra atuurilor și slăbiciunilor, completați tabelul următor, bifând pentru fiecare competență de la „0” = nicio experiență la 4 = „experimentat”. Nu uitați că scopul nu este de a vă demoraliza, ci de a reflecta asupra propriilor calități. De unele poate nu veți avea nevoie, cel puțin nu la nivelul de expert. Inițierea unei afaceri este modalitatea ideală pentru a scoate la iveală calități pe care le aveți, dar care nu au ieșit la iveală niciodată pentru că nu ați avut ocazia să le folosiți.

Continuați să țineți evidența lor și după începerea afacerii și completați-le cu descoperirile voastre. Cu cât vă cunoașteți mai bine pe voi înșivă, cu atât mai multă încredere veți căpăta și veți găsi mai ușor soluții.

Aspecte ale afacerii	Știți să	0	1	2	3	4
Personalul	Angajați persoanele potrivite pentru afacerea voastră, inclusiv de unde și cum le găsiți. Gestionați personalul astfel încât să lucreze cu cele mai bune performanțe și în interesul companiei. Motivați personalul să se autodepășească. Gestionați bine situații conflictuale. Vă păstrați calmul și judecata limpede.					
Vânzări	Stabiliți prețul corect pentru un produs, astfel încât să vă asigurați că va fi cumpărat și că vă veți spori profitul. Cumpărați de la furnizori la prețuri care vă maximizează profitul. Vă găsiți clienți și vă măriți numărul lor. Vindeți. Comunicați și negociați cu clienții. Propuneți servicii după vânzare. Coordonați o echipă de vânzători.					
Marketing	Inițiați idei de promovare. Țineți la zi informațiile despre piață și concurență. Dezvoltați strategii de promovare care să sprijine obiectivele companiei. Identificați căi de optimizare a distribuției produselor și serviciilor, prin rețelele existente.					
Finanțe și contabilitate	Înțelegeți ce sunt profitul și pierderea, bilanțurile și fluxul de numerar. Înțelegeți contabilitatea de bază. Întocmiți un buget care să răspundă obiectivelor companiei. Identificați nevoile de investiții și sursele de finanțare. Gestionați un credit. Calculați profitabilitatea și estimați impactul asupra afacerii. Lucrați cu indicatori de performanță. Cunoașteți taxele și impozitele de plată.					
Contracte	Întocmiți sau puteți să negociați termenii unui contract.					
Administrare	Identificați locația potrivită pentru afacere. Gestionați dosarele administrative ale companiei. Știți ce acte trebuie să conțină. Gestionați partea administrativă a personalului.					
Abilități personale	Prezentați afacerea în fața oricărei persoane sau grup de persoane, indiferent cât de mare. Scrieți un document de afaceri clar și concis. Lucrați cu ușurința cu un computer. Vă propuneți scopuri clare cu date limită pe care le respectați. Vă puteți concentra pe sarcini specifice (vedere de detaliu), fără a pierde din vedere obiectivul general (vedere de ansamblu). Îi puteți coordona pe cei care caută în voi îndrumare și motivare. Lucrați bine singur. Înțelegeți bine riscurile și ce presupun.					

(Steffan, 2008)

Sfatul expertului

Pentru a avea o imagine cât mai realistă asupra abilităților și calităților voastre, trebuie să:

- **Fiți onești!** Nu este vorba de a vă vinde calitățile unui angajator. Nu are rost să vă păcăliți singuri, *evaluați ce sunteți acum, nu ce ați dori să fiți.*
- **Puneți întrebări celor din jur!** Vorbiți cu cineva pe care îl cunoașteți bine și în care aveți încredere. Încercați să identificați problema reală, chiar dacă inițial critica nu vă va face să vă simțiți bine. Fiți atenți la cei care au tendința să vă spună cum trebuie să fiți și ce trebuie să faceți, cu aerul că știu mai multe, ei pot încerca fie să pară mai importanți, fie să vă transforme în idealul *lor* de antreprenor. Aveți încredere că puteți distinge adevărul și aspectele care vă sunt cu adevărat de folos.
- **Dovediți!** Calitățile trebuie dovedite de fapte. Dacă vă apreciați ca fiind un bun organizator, ce ați organizat până acum? Luați exemple din viața voastră, inclusiv cea personală. De exemplu: dacă sunteți mamă cu copii, chiar dacă nu ați avut experiența de lucru care să vă dovedească abilitățile de organizare, ați putea să vă considerați organizată pentru că reușiți să vă planificați bine și să puneți în practică, conform planificării, toate activitățile pentru a răspunde numeroaselor sarcini cerute de îngrijirea copiilor și a casei, de necesitățile activităților școlare și extrașcolare și de necesitățile timpului personal etc.

La polul opus, dacă sunteți mereu în întârziere și nu reușiți să realizați mai nimic din ce v-ați propus într-o zi, nu vă puteți considera organizat. În acest caz, întrebați-vă *ce obiceiuri are un bun organizator și pe care le puteți introduce cu ușurință în rutina voastră?*

- **Făceți-vă notițe!** O afacere vă ajută să creșteți și să vă dezvoltați. Este mai ușor dacă vă faceți notițe detaliate și ordonate care vă ajută să identificați mai ușor ce aveți de făcut și de învățat și cum puteți face asta.

Aspecte cheie ale personalității antreprenorului

Puteți învăța multe despre afaceri, dar există și abilități care nu sunt ușor de transmis și de învățat de la altcineva. Fiecare trebuie să găsească metode proprii de a descoperi abilitățile necesare și de a le dezvolta:

Angajamentul: Pentru a lucra din greu toată ziua, în fiecare zi, așa cum este cazul la demararea unei afaceri, este nevoie de un angajament ferm și susținut. Dacă abandonați, șansele de succes vor fi inexistente; dacă perseverați, nu numai că vă veți mări șansele de succes, dar veți câștiga încredere, ușurință și, mai ales, satisfacția de a reuși prin forțele proprii.

Automotivarea: Ceea ce faceți atunci când vă construiți propria afacere nu este pentru că v-a spus-o sau v-a cerut-o cineva. Motivația vine din interiorul vostru. La început poate fi ușor să vă canalizați energia și să vă concentrați, să lucrați metodic și disciplinat. Dar când lucrurile nu merg bine, aceasta poate deveni foarte greu de realizat. Antreprenorii experimentați recomandă ca, în ciuda dificultăților de tot felul și îndoielilor, să aveți răbdare și să nu abandonați.

„Important este să nu te îndoiești de tine, încrederea în rezultat este secundară.”

Mihai Marcu, MedLife

„Nu trebuie să abandonezi, pentru că nimic nu va merge din prima.”

Vasile Armenean, Betty Ice

Informați-vă și cereți sfaturi

Este extrem de important să fiți cât mai bine informați. În ziua de azi informațiile sunt ușor accesibile îndeosebi via Internet, de aceea, este recomandat:

- să vă asigurați accesul la Internet,
- să învățați să căutați informații,
- să vă notați sursele de informare care vi se potrivesc și să le consultați în mod regulat,
- să vă abonați la site-uri care să vă țină la curent cu modificările legislative, să vă ofere informații utile etc.

În plus:

- Studiați ce fac antreprenorii de succes din domeniul pe care vi-l alegeți. Folosiți sursele, precum ziare, reviste, bloguri de antreprenori, indicate la sfârșitul acestui ghid.
- Căutați grupuri de antreprenori în zona voastră și incubatoare de afaceri și participați la întâlniri. Măriți-vă rețeaua de cunoștințe și selectați pe cei care au experiență relevantă pentru voi și în care puteți avea încredere.
- Discutați cu alte persoane care au experiența antreprenoriatului (rude, prieteni, cunoștințe). Întrebați-i ce dificultăți au întâlnit, cum le-au depășit, cum s-au organizat, la ce fel de servicii externe au apelat etc. Orice dialog cu un antreprenor cu experiență este o sursă de inspirație.
- Citiți cărți despre antreprenoriat, notați-vă ideile care vă plac și pe care le-ați putea pune în aplicare în propria afacere. Resursele sunt foarte numeroase în acest domeniu, la sfârșitul prezentului Ghid veți găsi câteva cărți recomandate pentru antreprenori debutanți.
- Dacă afacerea este complexă, căutați-vă un mentor care să vă îndrume. Vei învăța mai repede, veți scuti timp și veți putea evita greșeli.
- Urmăriți inițiativele statului pentru stimularea antreprenoriatului în România, îndeosebi în rândul tinerilor, studenților, femeilor și a altor categorii care sunt sprijinite prin programe de finanțare și diferite măsuri. Lista programelor disponibile pentru 2014 este inclusă în capitolul „Resurse utile” ale acestui Ghid.

- Înscrieți-vă la seminarele gratuite de informare și formare oferite de asociații, fundații sau proiecte finanțate din Fondul Social European, pe tema antreprenoriatului.

Idei

Urmăriți frecvent informațiile oficiale ale instituțiilor de stat cu care veți avea cu siguranță de-a face ca antreprenor:

Guvernul României, Departamentul pentru întreprinderi mici și mijlocii, mediu de afaceri și turism: <http://www.aippimm.ro/>

Oficiul Național al Registrului Comerțului: <http://www.onrc.ro/>

Ministerul de Finanțe: <http://www.mfinante.ro>

Agenția Națională de Administrare Fiscală: <https://www.anaf.ro/>

Planificați

Puteți face pași siguri în direcția pe care o doriți dacă vă planificați cu atenție acțiunile. Nu este posibil să anticipați totul și veți avea inevitabil numeroase surprize. Însă, dacă lucrați ordonat și metodic, nu vă veți risipi energia și veți fi mai pregătiți să le întâmpinați.

Răspundeți la întrebările:

Ce vreau să realizez în următoarele 3 luni?

Ce vreau să realizez luna aceasta?

Ce am de făcut săptămâna aceasta?

Utilizați răspunsurile pentru a vă face un plan pe termen scurt (săptămânal) și un plan pe termen mediu (1-3 luni). Planificați-vă realist fiecare zi a săptămânii și întrebați-vă frecvent:

Ce pot face pentru a ajunge mai aproape de obiectivele mele?

Lucrați organizat și metodic, urmărind agenda stabilită și nu amânați sarcini; „lasă că fac mai târziu” nu este o soluție, ci crează mai multe probleme.

Actualizați-vă planurile de câte ori este nevoie. Folosiți secțiunea „JURNAL” de la sfârșitul acestui Ghid pentru a vă nota ideile, pentru a vă identifica și ordona acțiunile fiecărei etape.

Opinia expertului

Greșelile tipice ale întreprinzătorilor la înființarea unei afaceri:

- Cunoașterea insuficientă a competitorilor;
- Cunoștințele insuficiente legate de organizarea internă a firmei;
- Lipsa unei strategii clare de piață;
- Capacitatea insuficientă de recrutare și selecție a personalului;
- Necunoașterea legislației;
- Insuficiența resurselor financiare;
- Evaluarea greșită a cheltuielilor operaționale;
- Capacitatea supraestimată de a realiza profit;
- Investițiile imprudente;
- Contabilitatea necorespunzătoare și incompletă;
- Necunoașterea obligațiilor fiscale;
- Alegerea unor parteneri de afaceri nepotriviti;
- Alegerea inadecvată a amplasamentului.

(Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii, 2005)

IDEEA

Orice afacere începe de la o idee și reprezintă un proces de transformare a acestei idei într-un produs sau serviciu, care este căutat și cumpărat. Ideea în sine este inutilă, dacă nu va fi pusă în practică.

Alegerea afacerii potrivite

Sfatul expertului

Cum alegeți afacerea potrivită?

- Bazați-vă pe aptitudinile sau interesele voastre cele mai importante.
- Faceți o listă cu ce vă doriți de la afacerea ideală.
- Căutați cine este antreprenorul cu cel mai mare succes în acel domeniu la nivel național și local.
- Găsiți o nișă în piața locală.
- Faceți un sondaj printre prieteni și membrii familiei.
- Consultați-vă cu persoane dintre contactele voastre de afaceri, ca de exemplu un contabil.
- Verificați cine este competitorul local și vedeți dacă puteți să faceți mai bine.
- Uitați-vă la bugetul de care veți avea nevoie și gândiți-vă cum și dacă îl puteți asigura.
- Găsiți parteneri de încredere cărora le place ideea voastră și sunt gata să se asocieze cu voi.

Ideile și oportunitățile de afaceri pot fi găsite în următoarele contexte:

- Situații neașteptate;
- Există o problemă, dar nu există încă o soluție;
- Se simte nevoia de a face ceva mai bine și altfel;
- Apar schimbări în mediul de afaceri, schimbări de comportament, valori, percepții;
- Apar invenții, descoperiri tehnologice noi etc.

Pentru a le identifica, priviți în jurul vostru și fiți atenți la următoarele aspecte:

Stilul personal de viață și experiența acumulată

Întrebați-vă:

Sunteți pregătiți să renunțați la anumite lucruri pe care le considerați importante pentru a realiza ce v-ați propus?

Ce puteți face personal în această afacere?

Familia și prietenii în care aveți încredere vă vor susține?

Considerați că ați putea porni o afacere folosind experiența acumulată în domeniul în care ați activat sau ați studiat?

Doriți să studiați sau să vă calificați în alt domeniu care vă atrage?

Ce fel de persoană sunteți?

Caracterul și personalitatea joacă un rol important în alegerea ideii de afaceri. De exemplu, dacă nu vă simțiți confortabil în grupuri mari de persoane, foarte probabil veți alege o afacere mică unde să aveți de-a face cu un număr redus de persoane ș.a.m.d.

Caracteristicile pieței locale

Amintiți-vă de problemele și dificultățile pe care le-ați avut în momentul procurării unor anumite produse sau servicii pentru voi sau pentru familia voastră.

Ce produse sau servicii nu erau disponibile atunci când aveți cel mai mult nevoie de ele?

Ce produse au fost greu sau chiar imposibil de găsit în regiunea sau localitatea voastră?

Care este modalitatea de organizare a procesului de producție sau distribuție a acestora pe piața locală?

Puteți să vă orientați spre o nișă pe piață, adică să oferiți acele produse sau servicii care sunt solicitate de o anumită categorie de consumatori (femei, copii, studenți, pensionari, șomeri) și nu pot fi găsite cu ușurință sau nu există suficientă concurență.

Ce produse sau servicii sunt solicitate de întreprinderile locale?

Există produse sau servicii în obținerea cărora companiile din localitate întâmpină anumite greutăți? De multe ori companiile sunt nevoite să achiziționeze materii prime, produse sau servicii din străinătate, din simplul motiv că în zona respectivă nu există furnizori de tipul acestora.

Ce produse sau servicii lipsesc în anumite regiuni sau localități?

De multe ori puteți observa cum consumatorii dintr-o localitate solicită produse sau servicii care nu există pe piața locală. Pentru a procura bunurile respective, locuitorii localității se deplasează la o oarecare distanță, fapt ce presupune cheltuieli suplimentare de bani și de timp. Puteți analiza aceste oportunități și puteți propune, singuri sau în cooperare cu alți parteneri, să oferiți produsele sau serviciile solicitate în localitatea respectivă.

Există potențial pentru activități de import și export?

Cunoașteți limbi străine? Ați lucrat în străinătate? Aveți informații și suficiente cunoștințe care să vă permită să organizați o activitate ce ține de comerțul extern? Primul pas ar fi studierea produselor de import comercializate pe piața internă. Aflați unde au fost fabricate aceste produse care se vând cu succes pe piața noastră.

Puteți să abordați o idee deja existentă într-o manieră nouă?

O parte considerabilă a afacerilor de succes pornesc de la modificarea, redefinirea sau regândirea unei idei de afaceri deja existente.

Ce probleme ecologice pot deveni oportunități de afaceri?

Preocupările opiniei publice pentru mediul înconjurător sunt printre cele mai importante tendințe ale societății noastre. Atitudinile și percepțiile se schimbă zi de zi, oamenii încearcă să devină mai responsabili față de modul în care sunt depozitate deșeurile și modul în care sunt păstrate

resursele naturale. Consumatorii doresc tot mai des să consume produse alimentare naturale. În acest sens, crește cererea pe piață a bunurilor a căror producție nu dăunează mediul înconjurător. Puteți analiza fabricarea produselor ecologic pure, reciclarea deșeurilor, în special a celor plastice sau organice etc.

Pasiunea/Hobby-ul

Dintr-o pasiune poate rezulta o idee reușită de afacere, cum ar fi de exemplu: gătitul. Gătitul poate conduce la inițierea unei afaceri în alimentația publică sau organizarea unor petreceri. Pasiunea pentru tricotaj, împletit sau brodat poate duce la deschiderea unui atelier de confecții sau alte articole de artizanat. Dacă sunteți amatori de pescuit sau vânătoare puteți organiza astfel de activități pentru turiști în zonele cu potențial.

Ce puteți face de la domiciliu?

Dacă este nevoie să stați acasă, gândiți-vă la posibilitatea unei afaceri la domiciliu. Spre exemplu, puteți amenaja un spațiu în care să coaseți, împlețiți sau croșetați; puteți asambla diferite articole: suvenire, cărți poștale etc.; puteți vinde anumite produse prin telefon; puteți folosi computerul pentru servicii de traduceri, redactare, contabilitate, puteți oferi chiar și servicii de informare și consultanță etc.

Educația

Învățarea este importantă pentru activitatea antreprenorială. Cunoștințele suplimentare primite prin intermediul unor cursuri speciale sau prin studii individuale pot influența apariția unor idei noi de afaceri. Este important să citiți mult despre afaceri, în special despre domeniul ales, să participați la diferite întruniri, seminare, cursuri, expoziții ce țin de domeniul afacerilor.

Căutări sistematice

Căutarea sistematică a informațiilor este o cale pe care cei mai mulți întreprinzători o ignoră, această cale presupune consultarea cărților și a altor publicații de specialitate, urmărirea emisiunilor radio și TV de profil, consultarea cataloagelor companiilor (locale, naționale, străine), vizitarea

firmelor deja existente în domeniul ales, accesarea unor baze de date cu patente și invenții.

În acest domeniu, Internet-ul a devenit una dintre cele mai accesibile surse de informații. Există site-uri profesionale care promovează idei de afaceri și care asigură o consiliere inițială punând la dispoziția doritorilor informații legate de atractivitatea și conținutul unei afaceri. Consultați site-uri precum:

www.manager.ro

www.ideideafaceri.ro

www.afacerilacheie.ro

Sfatul expertului

Nu luați de-a gata informațiile, verificați și discutați cu antreprenori care au înființat afaceri similare, asigurați-vă că au potențial și în zona voastră. Realitatea nu se potrivește întotdeauna sau oriunde cu planurile de pe hârtie.

Cele mai populare afaceri în România

În iulie 2014, în România erau active peste 700.000 de firme. Dintre acestea, peste 580.000 sunt companii mici și mijlocii cu active mai mici de un milion de euro, în timp ce 19.832 de societăți (mai puțin de 3%) au cifra de afaceri cumulată mai mare decât PIB-ul României și angajează mai mult de o treime din salariați la nivel național (CIT Restructuring, 2014).

Numai de la începutul anului 2014, au fost înființate peste 60.000 de companii (statistici ale Oficiului Național al Registrului Comerțului). La sfârșitul lunii iulie 2014 activau peste 13.000 de societăți care beneficiau de facilitățile acordate studenților în baza HG 166/2003 (vezi anexa 2) și

peste 14.000 SRL-Debutant (vezi anexa 3), societăți înființate în cadrul programului de încurajare de către stat a antreprenorilor la prima afacere.

Cele mai multe afaceri SRL-D au ca obiect de activitate:

Întreținerea și repararea autovehiculelor	652
Lucrări de construcție a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale	595
Restaurante	543
Transporturi rutiere de mărfuri	532
Comerț cu amănuntul prin intermediul caselor de comenzi sau prin Internet	515
Coafură și alte activități de înfrumusețare	459
Comerț cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun	439
Activități de consultanță pentru afaceri și management	416
Fabricarea pâinii; fabricarea prăjiturilor și a produselor proaspete de patiserie	397
Baruri și alte activități de servire a băuturilor	279

Puteți afla mai multe date de pe site-ul Institutului Național de Statistică (<http://www.insse.ro/cms/>), care realizează studii precum „Evoluția IMM din România 2010-2013” sau de pe site-ul Oficiului Național al Registrului Comerțului (<http://www.onrc.ro/index.php/ro/>), care publică periodic situația societăților comerciale din România.

Sfatul expertului

Este în avantajul vostru să înțelegeți statisticile privind societățile comerciale din România și să le urmăriți în ziare sau publicațiile de specialitate. Dinamica afacerilor pe domenii vă poate da indicații prețioase. Dacă piața serviciilor de coafură, spre exemplu, este în scădere cu 20%, va trebui să țineți cont la estimarea veniturilor și va trebui să găsiți soluții noi sau să vă orientați către alt domeniu.

PRODUSUL

Definirea produsului

Odată ce ați decis în ce domeniu vreți să inițiați afacerea și ați ales ideea potrivită pentru voi, trebuie să mergeți mai departe și să definiți produsul sau serviciile pe care doriți să le oferiți. Puteți alege:

- Unul sau mai multe produse fabricate – producție (cumpărați materia primă și alte resurse necesare și le transformați în produse, bunuri materiale).
- Unul sau mai multe produse pentru distribuire – comerț (cumpărați produsul sau produsele gata fabricate de la un depozit, de la un vânzător cu ridicata sau de la un producător și le vindeți, adăugând o anumită marjă).
- Unul sau mai multe servicii pe care să le prestați.

- O combinație a celor trei posibilități expuse mai sus.

Pentru a defini produsul, răspundeți la următoarele întrebări:

1. **Produsul/serviciul este total nou / unul care îmbunătățește un produs existent / un produs transferat pe altă piață, este creat pentru alți clienți etc.?**
2. **Produsul/serviciul are elemente de originalitate tehnică, calitativă, de funcțiuni suplimentare, de metodă de vânzare?**
3. **Ce produs sau serviciu doriți să dezvoltați prin ideea de afacere (producție, producție-comercializare, comercializare, distribuție, promovare etc.).**
4. **Care produs sau serviciu va fi vândut în realitate? Există un concept de a oferi un ansamblu de facilități, o gamă de produse, servicii aferente, ambianță specifică etc.?**
5. **Cărei nevoi îi corespunde produsul sau serviciul oferit? Care este utilitatea produsului?**
6. **Cum va fi utilizat produsul sau serviciul? Ați corelat produsul cu nivelul de așteptare al consumatorilor (noutate, economie, câștig de timp, simplitate etc.)?**
7. **Cum va fi vândut (produsul sau serviciul)? Prin magazin, prin distribuitori, prin corespondenți, piețe libere, prin prescriptori, prin Internet, cu anumite ocazii etc.? Care vor fi consecințele sistemului de vânzare?**
8. **Care este caracterul inovator al produsului/ serviciului/ conceptului?**
9. **Care sunt atuurile produsului/serviciului vostru?**
10. **Care sunt punctele slabe ale produsului/serviciului?**

Realizarea unui produs nou poate presupune o activitate de cercetare, una sau mai multe inovații, alegerea unui nume, crearea unei mărci, a unei prezentări originale (ambalaj, siglă etc). În aceste cazuri, este indicat să vă gândiți din timp la protejarea lor.

Protecția invenției, mărcii și drepturilor de autor

Există posibilitatea de a proteja drepturile asupra următoarelor categorii:

- invenții
- mărci
- desene industriale
- modele de utilitate
- licențe și cesiuni
- servicii de cercetare documentară
- know-how

Brevetul de invenție este un act de proprietate care conferă titularului de brevet un drept exclusiv asupra invenției sale timp de 20 de ani. Brevetul se înregistrează în patrimoniul firmei, în rândul activelor intangibile și poate fi tranzacționat, cesionat sau transmis prin licență.

Marca este un semn susceptibil de reprezentare grafică servind la deosebirea produselor sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele aparținând altor persoane. Pot să constituie mărci semne distinctive cum ar fi: cuvinte, inclusiv nume de persoane, desene, litere, cifre, elemente figurative, forme tridimensionale și în special forma produsului sau forma ambalajului său, combinații de culori, precum și orice combinație a acestor semne. Marca înregistrată poate fi tranzacționată, dată în gaj sau transmisă prin licență exclusivă sau neexclusivă. Marca se înregistrează în patrimoniul firmei în contul activelor intangibile, iar valoarea acesteia crește în timp. Certificatul de marcă este un act de proprietate care conferă titularului un drept exclusiv asupra mărcii pe o perioadă de 10 ani, urmând ca după această perioadă marca să fie reînnoită pe alte perioade a câte 10 ani.

Dreptul de autor sau **copyright-ul** este un drept moral și patrimonial conferit prin lege și nu printr-un document oficial. Trebuie să cuprindă simbolul © sau cuvântul Copyright, împreună cu anul primei publicări și cu numele autorului sau titularul dreptului de autor.

Desenul industrial este reprezentat de aspectul exterior al unui produs sau al unei părți a acestuia, redat în două dimensiuni și rezultat din combinația dintre principalele caracteristici, îndeosebi linii, contururi,

culori, formă, textură, materiale și ornamentația produsului.

Modelul industrial este reprezentat de aspectul exterior al unui produs sau al unei părți a acestuia, redat în trei dimensiuni, rezultat din aceleași combinații ca și desenul industrial. Se înregistrează în patrimoniul firmei, în rândul activelor intangibile și pot fi ulterior tranzacționate, cesionate sau transmise prin licență exclusivă sau neexclusivă.

Know-how-ul sau "savoir-faire" poate fi definit ca fiind totalitatea cunoștințelor tehnice nebrevetabile sau nebrevetate, care sunt indispensabile pentru producerea, comercializarea și funcționarea produselor sau pentru elaborarea și implementarea tehnologiilor și procedeele noi. Sursa acestui activ necorporal este activitatea curentă desfășurată în companie de factorul uman, începând cu cea de cercetare-dezvoltare și terminând cu activitățile de rutină, care presupun eforturi intelectuale.

Pentru a le proteja trebuie să vă adresați **Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci** (<http://osim.ro/>) sau **Oficiului Român pentru Drepturile de Autor** (<http://www.orda.ro>).

Dacă aveți în vedere exportarea produselor fabricate în România, verificați posibilitatea protejării lor la nivelul european, al Uniunii Europene sau internațional.

Alte resurse utile:

<http://www.inventii-marci.ro/>

<http://www.evaluare-marci.ro/>

Prețul produsului

Ceea ce vă interesează atunci când stabiliți prețul unui produs sau serviciu este **nivelul maxim al prețului pe care consumatorii sunt dispuși să-l plătească**. În practică, prețul produsului este strâns legat de piață.

Concurenții condiționează reacția pieței prin stabilirea unui preț acceptabil de cumpărători. Atunci când există o concurență bine delimitată, care a stabilit prețuri scăzute, va fi dificil să convingeți cumpărătorul să cumpere produsul cu un preț mai mare, cu excepția cazului în care produsul vostru are avantaje care justifică prețul mai ridicat.

Dacă nu există firme concurente, poate fi la fel de dificil să creșteți prețul. Dacă sunteți primii pe piață, puteți stabili prețul la un nivel ridicat, dar va rezista doar pe termen scurt. Pe termen lung, firmele care vor apărea vor

forța diminuarea prețului.

Cea mai utilizată metodă de calcul al prețurilor este aceea care pornește de la costul general, căruia i se adaugă o marjă de profit.

Se consideră următoarele tipuri de costuri:

- **costurile fixe** sunt cele care rămân relativ constante atunci când se modifică producția (cheltuieli de întreținere, arendă, dobânzi, salariile personalului administrativ, contribuții la salariu etc.).
- **costurile variabile** sunt cele care variază direct proporțional cu volumul de producție (materia primă, materialele de bază și cele auxiliare, ambalajul și materialele de ambalaj, salariile muncitorilor angrenați în producție, taxele corespunzătoare etc.). Pentru producții mici, aceste costuri pot fi ridicate și aceasta se va reflecta în preț. Pentru producții mari, avantajul este de a putea diminua costurile pentru anumite materii prime, care vor fi cumpărate în cantități mai mari. O producție mare presupune, însă, o piață de desfacere mai mare.

Sfatul expertului

Plecați de la costurile totale pe care va trebui să le acoperiți. Încercați să estimați cât mai exact aceste costuri. Nu faceți presupuneri, lucrați cu costuri reale de la furnizori pe care știți că vă puteți baza pe termen lung. Dacă rezultatul final va conduce la prețuri deasupra pieței, gândiți-vă cum ați putea să folosiți inteligent resursele de care dispuneți, să diminueți anumite costuri prin înlocuirea cu un furnizor mai ieftin, dar care să răspundă aceluiași cerințe de calitate etc.

Nu contați că veți vinde de la început cantități mari care să justifice o producție mare și, în consecință, un preț mai scăzut. S-ar putea să nu reușiți și veți avea probleme cu stocurile, perisabilitatea anumitor produse etc.

Consumatorii caută calitate la prețuri convenabile. În ultimii ani, în care bugetul consumatorului a fost afectat de criza economică, consumatorii au cheltuit mai puțin și s-au orientat către produse mai ieftine. Dacă doriți să oferiți produse sau servicii de calitate superioară, la prețuri mai mari, determinați exact cine vor fi clienții voștri și verificați dacă sunt dispuși să plătească prețul stabilit de voi. Nu faceți presupuneri care vor costa scump.

Indiferent de situația economică, este bine să vă asigurați că veți avea clienți interesați de produsul sau serviciile voastre și dispuși să cumpere, înainte de a începe producția. Antreprenorii experimentați recomandă să testați prototipul în jurul vostru, cu persoane din cercul apropiat de cunoștințe, fiind foarte atenți la reacția lor. Primii consumatori vă vor oferi idei prețioase pentru a îmbunătăți produsul și vă vor arăta clar ce va merge și ce nu.

Prioritatea priorităților în business? „Produsul – de asta vin oamenii în magazine, pentru produse.”

Dan Șucu, Mobexpert (Dîrțu & Roșca, 2014)

CLIEŢII ŞI PIAŢA

Profilul clientelei voastre potenţiale trebuie analizat cu precizie, atât pentru persoane fizice c t şi pentru firme. Aceste informații vă vor permite să adapta i oferta voastră în funcție de a tept rile clienților şi să identificați servicii suplimentare care să vă diferen ieze de concuren  .

Trebuie să vă gândiți şi la amplasamentul ideal al afacerii voastre fa   de poten ialii clienți şi să  ncepe i să constitui i o listă cu cei mai importan i clienți, pe lângă care vă veți promova afacerea cu prioritate.

Informațiile referitoare la clienți pe care trebuie să le culege i sunt:

- Categoria socio-profesională
- Veniturile
- V rsta şi sexul

Trebuie luat în considerare faptul că astăzi societatea şi lumea afacerilor este tot mai mult influen at  de femei.  n privin a v rstei, acum oamenii trăiesc mai mult şi doresc să fie activi o perioadă mai îndelungată.

- Obi nuin ele de consum

De exemplu, consumatorii sunt tot mai  ngrijora i de propria sănătate, fiind astfel mai critici fa   de ce cumpără, fa   de companiile care produc, fa   de calitatea produselor şi a serviciilor şi acordă tot mai multă aten ie produselor „eco”.

- Comportamentul consumatorilor

Informațiile următoare vă vor ajuta să înțelegeți şi să anticipați comportamentul clienților. E bine să fiți atenți la:

- o schimbările în structura familiei şi schimbările demografice în general
- o evolu ia structurii consumului popula iei – pentru ce şi c t se cheltuie te în medie
- o schimbările din mediul de afaceri – care industrii se dezvoltă mai intens, care dintre ele produc mai multă valoare adăugată, apari ia de tehnologii noi etc
- o ce predomină mai mult, optimismul sau pesimismul, în raport cu dezvoltarea economică
- o evolu ia culturii, a tradi iilor

- o apari ia unor cuvinte, no iuni noi (e-comerț, GPS, nanotehnologii etc.)
- o legislația în vigoare referitoare la achizi ii

„Antreprenorii care reu esc au un instinct aparte în rela ia cu clientul. Oric t de paradoxal ar părea, cunosc c teodat  clienții mai bine dec t se  tiu clienții înşişi.”

(Dîrțu & Ro ca, 2014)

 n ceea ce prive te piața, este nevoie să explora i şi să determina i următoarele aspecte:

- dimensiunea pieței
- poten ialul ei
- structura pieței
- tendin ele pieței (actuale şi viitoare) – o piață poate fi evaluată după evolu ia cifrei de afaceri la nivel local, regional, național, internațional
- evolu ia cererii - a tept rile în cantitate şi calitate ale potențialilor clienți, mijloacele financiare etc.
- evolu ia prețurilor şi cauza - costurile de producție şi de distribu ie
- evolu ia re elei de distribu ie
- evolu ia normelor sanitare
- concurenții –  n materie de produse, prețuri, volum etc.

Folosiți orice sursă disponibilă de informații şi date: ziare, reviste şi alte publica ii ce pot con ine informații utile (anuale statistice, baze de date ce pot fi accesate cu ajutorul computerului), radioul şi televiziunea, materialele publicitare ale firmelor din domeniul respectiv etc. O serie de informații utile pot fi găsite la Camerere de Comerț şi Industrie sau la sindicate sau organizații profesionale din domeniul ales.

Iată un exemplu de informații relevante despre piață și cumpărători, culese dintr-un comunicat de presă al Galei Premiilor eCommerce, ianuarie 2014 (GPEC, 2014):

"Retail-ul online românesc este o piață de aproximativ 600 milioane euro în anul 2013. Cifra face referire exclusiv la produsele comercializate online (indiferent de natura lor) și nu la servicii, plata facturilor de utilități, bilete de avion, bilete la spectacole, vacanțe și călătorii etc.

Numărul utilizatorilor de Internet a ajuns la 10 milioane anul trecut (cu 1 milion mai mult față de anul 2012 – sursa: EuroStat). 27% din românii conectați la Internet, adică 1 din 4 internauți, cumpără online (sursa: Daedalus Millward Brown), iar majoritatea cumpărătorilor online (84%) locuiesc în mediul urban, în timp ce 16% locuiesc în mediul rural.

Vârsta medie a cumpărătorilor online este cuprinsă între 25 și 35 de ani, dar anul 2013 a adus o creștere de 5 procente pe segmentul de vârstă 45-55 ani, care reprezintă acum 15% din totalul utilizatorilor de comerț electronic (față de 10% în 2012).

În ceea ce privește plata online prin card, numărul de tranzacții a crescut în 2013 cu aprox. 35% comparativ cu anul 2012. Totuși, metoda preferată de plată a românilor rămâne rambursul (plata la livrare), fiind utilizată în peste 90% din tranzacții.

Valoarea tranzacțiilor prin card procesate în sistemul 3D Secure de către RomCard este de aproximativ 220 milioane euro în 2013 (cifra similară cu valoarea înregistrată în 2012).

Potrivit VISA, valoarea medie a unei tranzacții a fost de 37 euro (plățiți în lei), în scădere față de anul 2012 când valoarea medie a unei tranzacții era de 45 euro (plățiți în lei).

Majoritatea tranzacțiilor online prin card sunt internaționale (60%) și doar 40% sunt tranzacții domestice, conform statisticilor MasterCard. Cu alte cuvinte, românii cheltuiesc mai mulți bani pe site-uri din străinătate decât în țară.

În România există peste 12 milioane de carduri înrolate în sistemul 3D Secure (față de 11,3 milioane în 2012), iar numărul de carduri active (adică folosite, efectiv, în tranzacționarea online) a crescut de la 410.000 în 2012 la peste 600.000 în 2013.

La sfârșitul anului trecut, în sistemul RomCard 3D Secure aveau loc peste 17.000 de tranzacții online cu cardul în fiecare zi, adică peste 500.000 tranzacții în fiecare lună.

Piața românească de comerț electronic este formată din aproximativ 4.500 de magazine online, cu 1.000 mai multe decât în 2012, potrivit estimărilor principalilor jucători. Din numărul total de magazine, peste 1.000 sunt înrolate și certificate în standardul 3D Secure, la RomCard, comparativ cu 781 magazine în 2012."

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Veți avea suficienți cumpărători pentru produsele/serviciile pe care le veți oferi?

La ce preț mediu veți putea să le vindeți?

Cât de ușor și la ce preț veți putea să procurați materia primă necesară?

Ce perspective reale există pentru a dezvolta afacerea?

Cine sunt concurenții și cât de puternică este concurența?

PLANIFICARE

Planificarea atentă este deseori citată ca un factor de succes. De aceea vă recomandăm să petreceți mai mult timp pentru a dezvolta:

- **Planul general al afacerii:** ce vă propuneți, în cât timp, care sunt etapele pe care trebuie să le parcurgeți, care este viziunea pe termen mediu și lung?
- **Planificarea producției** produselor sau a elementelor necesare serviciilor pe care le veți vinde. Unele procese de producție sunt mai scurte, altele pot fi foarte lungi. Anumite produse necesită o fază de cercetare și de avizare, ca exemplu produsele cosmetice, cele alimentare etc. Planurile inițiale pot fi ușor date peste cap de situații neprevăzute. Fiți pregătiți cu un plan cât se poate de detaliat,

pe care să îl actualizați periodic, în acest fel sunteți flexibili și nu pierdeți din vedere obiectivul final.

- **Planificarea înființării afacerii:** există multe detalii, hârtii, avize, adevăruri, termene de respectat etc. Cu cât planificați mai bine detaliile, totul va decurge mai repede și fără stres. Nu vă grăbiți să demarați afacerea în orice condiții. În cazul în care este nevoie de o perioadă mai lungă pentru dezvoltarea și testarea produselor, porniți afacerea numai dacă dispuneți de suficiente fonduri ca să susțineți toate cheltuielile.
- **Planificarea investițiilor și a cheltuielilor:** Investițiile și cheltuielile sunt întotdeauna principala grijă a antreprenorului, îndeosebi la început, când afacerea nu înregistrează încă venituri din vânzări sau acestea sunt reduse. Pentru a nu dezechilibra balanța financiară și a nu vă îndatora prea mult, este necesar să vă planificați cu grijă orice cheltuială și aceasta să fie făcută doar dacă este indispensabilă pentru un scop precis. Veți găsi în capitolele următoare idei despre planificarea și urmărirea investițiilor și a fluxului de numerar.

Planurile trebuie să fie flexibile, capabile să răspundă noilor elemente care apar inevitabil la începutul și pe parcursul dezvoltării afacerii. Fără planuri, însă, riscați să pierdeți din vedere aspecte importante și obiectivul pe care vi l-ați propus.

Agenda voastră zilnică trebuie să includă acțiuni relevante care să reprezinte un pas înainte pe calea pe care v-ați propus-o. Învățați să vă planificați și să vă prioritizați acțiunile și, în consecință, veți avea mai multe rezultate și mai puțin stres.

Nu există o metodă unică, ideală de a planifica, descoperiți propria metodă, întrebându-vă:

Care este cel mai bun pas următor?

Folosiți și sugestiile din „JURNALUL de antreprenor” de la sfârșitul acestui Ghid.

ÎNFIINȚAREA AFACERII

Pe lângă înființarea unei afaceri de la zero, există și posibilitatea de cumpărare a unei afaceri existente sau a unei francize. În acest Ghid vom detalia procedura de lansare a unei afaceri de la zero, pentru celelalte opțiuni vom prezenta doar avantajele și dezavantajele lor.

Lansarea unei afaceri de la „zero”

Etape preliminare

1. Stabilirea domeniului de activitate

Pentru stabilirea domeniului trebuie să consultați nomenclatorul CAEN (clasificarea statistică națională a activităților economice din România) și să alegeți activitatea principală, care va fi înscrisă în certificatul de înmatriculare la Registrul Comerțului. Puteți include mai multe activități în statut, pentru o mai mare flexibilitate și pentru a nu schimba frecvent statutul.

Puteți consulta codurile CAEN actualizate de exemplu pe website-ul Rubinian: http://rubinian.com/caen_1_sectiuni.php sau alte surse similare.

2. Alegerea formei juridice sub care se va derula activitatea

Puteți opta pentru una din următoarele forme de organizare a afacerii:

Persoană Fizică Autorizată și Întreprinderea Individuală

Au obligația să solicite înregistrarea în registrul comerțului și autorizarea funcționării, înainte de începerea activității economice, ca persoane fizice autorizate, denumite în continuare PFA, respectiv întreprinzători persoane fizice, titulari ai unei întreprinderi individuale.

Întreprinderea familială

Reprezentantul întreprinderii familiale are obligația să solicite înregistrarea în registrul comerțului și autorizarea funcționării, înainte de începerea activității economice.

Societatea comercială

Se constituie ca persoană juridică, conform prevederilor Legii nr. 31/1990 republicată (3) privind societățile comerciale, prin asociere între două sau mai multe persoane fizice sau juridice, pentru a efectua acte de comerț. Societatea comercială dobândește personalitate juridică de la data înregistrării în registrul comerțului.

Societățile comerciale se pot constitui în una dintre următoarele forme juridice:

- a) societate în nume colectiv (SNC)
- b) societate în comandită simplă (SCS)
- c) societate pe acțiuni (SA)
- d) societate în comandită pe acțiuni (SCA);
- e) societate cu răspundere limitată (SRL).

Notă: Începând din 2011, în baza O.U.G. nr. 6/2011 pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii debutanți în afaceri, puteți opta pentru înființarea unei societăți tip SRL-Debutant și să beneficiați de anumite facilități precum scutiri de taxe și scurtarea formalităților. Detalii în Anexa 3.

Filiale

Filiile sunt societăți comerciale cu personalitate juridică care se înființează într-una din formele de societate enumerate mai sus. Filiile vor avea regimul juridic al formei de societate în care s-au constituit.

Sedii secundare

O societate comercială poate să deschidă în aceeași localitate cu sediul principal sau în alte localități, sedii secundare sub diferite forme: sucursale, depozite, magazine, agenții etc.

(Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii, 2005)

Particularități ale formelor de organizare a activității:

criterii	PFA/AF	SNC/SCS	SA/SCA	SRL
Nr. persoane	o persoană sau membrii unei familii	minimum 2	minimum 5	1 – 50 asociați
Capital minim	-	-	90.000 lei	200 lei
Răspunderea întreprinzătorului	nelimitată (cu averea personală)	nelimitată și solidară, cu excepția asociațiilor comanditari	numai cu capitalul subscris, cu excepția asociațiilor comanditari	numai cu capitalul subscris
Restricții pentru asociați		asociații nu pot lua parte ca asociați cu răspundere nelimitată în alte societăți concurente, fără consimțământul celorlalți asociați	-	asociatul unic nu poate avea calitatea de unic asociat decât într-o singură societate

Alte aspecte relevante:

Criterii	PFA/AF	SNC/SCS	SA/SCA	SRL
Autorizarea primăriei	x	-	-	-
Rezervare firmă	x	x	x	x
Redactare act constitutiv	-	x	x	x
Dovadă sediu	x	x	x	x
Depunere capital social	-	x	x	x
Constituire dosar	x	x	x	x
Înregistrare în Registrul Comerțului	x	x	x	x
Autorizarea funcționării	Se obține personal de la autoritățile competente	Se obține prin Biroul unic	Biroul unic	Biroul unic
La ce instituții trebuie să meargă întreprinzătorul	Primărie și CCI	Camera de Comerț și Industrie (CCI)	CCI	CCI
Evidența financiar contabilă	Contabilitate în partidă simplă	Contabilitate în partidă dublă	Contabilitate în partidă dublă	Contabilitate în partidă dublă
Sistemul de impozitare	Impozit pe venitul anual	Impozit pe profit	Impozit pe profit	Impozit pe profit
Administrarea	Nu există reglementări exprese	Unul sau mai mulți administratori	Unic administrator sau consiliu de administrație	Unul sau mai mulți administratori

3. Alegerea numelui

Numele poate fi un instrument de comunicare foarte util și este înscris în toate documentele pe care le veți emite. Numele firmei poate fi diferit de marca sub care comercializați produsele.

Înainte de a înregistra afacerea, trebuie să obțineți dovada disponibilității numelui și să îl rezervați la Oficiul Registrului Comerțului (detalii la adresa <http://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/operatiuni-prealabile>)

Sfaturi

- Utilizarea unor expresii străine poate constitui uneori un dezavantaj, prin dificultățile de pronunțare a numelui firmei mai ales în cazul comunicării prin telefon.
- Este important să alegem un nume cu identitate proprie, ușor de scris sau pronunțat în limba română, dar și ușor de scris și pronunțat în limbi străine (fără diacritice), dacă anticipați că veți avea relații de afaceri cu persoane din afara României.
- Numele firmei trebuie să fie pe cât posibil concis, sugestiv, ușor de ținut minte și mai ales original, cu potențial de a deveni memorabil.
- Alegeți un nume care nu are conotații negative și reflectă activitatea voastră.
- Țineți cont să poată fi protejat ca nume sau marcă și înregistrat ca adresă de internet.
- La alegerea numelui, există restricții de care trebuie să țineți cont. Găsiți detaliile pe site-ul Oficiului Național al Registrului Comerțului: <http://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/operatiuni-prealabile/verificare-si-rezervare-firma>
- Pregătiți cel puțin 2 sau 3 variante de nume, pentru a avea o rezervă în caz că numele ales este deja înmatriculat sau rezervat la Registrul Comerțului.

(Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii, 2005)

(Startups, ed. Ian Whyteling, 2009)

4. Alegerea sediului social și locației

Pentru înregistrarea afacerii veți avea nevoie de un sediu social. În sediul social puteți desfășura sau nu activități. De exemplu, dacă vă înregistrați ca persoană fizică autorizată, sediul social poate fi în casa sau apartamentul în care aveți domiciliul. Dacă înființați o cafenea, sediul social poate fi într-un apartament și punctul de lucru, cafeneaua, într-o locație închiriată. Amândouă trebuie declarate la Registrul Comerțului, furnizând contracte de închiriere sau comodat, însoțite de acordurile și avizele necesare în fiecare situație. Informați-vă înainte de a face demersul înregistrării la

Registrul Comerțului, pentru a evita prea multe drumuri.

Pentru activități comerciale, alegerea locației este foarte importantă, căci de aceasta depinde relația cu clienții și vânzările. Locația presupune un cost important și de obicei se fac două mari greșeli:

- fie se alege o locație ieftină, dar unde nu pot fi atrași clienți;
- fie se alege o locație prea scumpă, în ideea că „imaginea contează”, dar cheltuielile sunt foarte greu de acoperit.

Pentru o afacere cum ar fi un restaurant sau un magazin, locația nu poate fi schimbată des. Gândiți-vă la următoarele:

- cei mai importanți factori sunt: **populația, accesibilitatea, prezența concurenței și costurile.**
- **suprafața** de care veți avea nevoie. Pentru unele afaceri, există norme de igienă și sănătate pe care va trebui să le respectați. Informați-vă bine în prealabil.
- **facilitățile** sunt importante, în funcție de specificul afacerii: acces la utilități (apă, canalizare, gaz, electricitate), parcare pentru clienți, pază, acces pentru furnizori, acces la internet etc. Decideți care sunt criteriile prioritare pentru afacerea voastră și țineți cont de ele.
- **compartimentarea flexibilă** a interiorului și posibilitățile de extindere o dată cu creșterea afacerii. Extinderea clădirilor sau diferite amenajări exterioare și interioare, schimbarea destinației clădirii sunt și ele supuse reglementărilor. Înainte de a închiria o locație, studiați cu grijă planul ei și verificați cu creionul pe hârtie dacă aceasta poate fi amenajată așa cum v-ați propus. Vorbiți cu proprietarul în detaliu, înainte de a încheia contractul de închiriere și aveți grijă ce stipulează acesta. Unii proprietari nu vor să facă modificări și este bine să știți de la început.
- **costul amenajării** depinde de starea în care se află imobilul. Chiar dacă chiria este mai ieftină, amenajarea poate fi scumpă și vă poate afecta serios bugetul. Unele amenajări cad în sarcina proprietarului, altele în a voastră. Detaliile sunt importante: dacă de exemplu pentru desfășurarea activității aveți nevoie de apă caldă în cantitate mare, verificați dacă aceasta este disponibilă fără întreruperi, centrala termică poate fi subdimensionată, la fel pentru instalația electrică, canalizare etc.
- **durata contractului de închiriere** a locației trebuie să vă asigure posibilitatea de a vă dezvolta afacerea în liniște. Aveți grijă ca la semnarea contractului să existe clauze clare de încheiere, care să vă protejeze.

5. **Întocmirea actului constitutiv**

Actul constitutiv este actul prin care se înființează o societate comercială, iar pentru o societate tip SRL conține următoarele informații:

- date despre asociați (numele și prenumele, locul și data nașterii, domiciliul și cetățenia asociaților - persoane fizice: denumirea, sediul și naționalitatea asociaților persoane juridice);
- forma juridică, denumirea, sediul și emblema, după caz;
- obiectul de activitate, cu precizarea domeniului și activităților principale, exprimate prin grupe și clase CAEN;
- capitalul social subscris și cel vărsat, aportul fiecărui asociat, în numerar sau în natură, valoarea aportului în natură și modul evaluării, data vărsării integrale a capitalului social;
- numărul și valoarea nominală a părților sociale precum și numărul părților sociale atribuite fiecărui asociat pentru aportul său;
- asociații care reprezintă și administrează societatea, puterile conferite și dacă le exercită împreună sau separat;
- partea fiecărui asociat la beneficii și pierderi;
- cenzorii, când numărul asociaților este mai mare de 15;
- sediile secundare sau condițiile pentru înființarea lor ulterioară;
- durata societății;
- modul de dizolvare și de lichidare a societății.

Atenție! Actul trebuie autentificat de un notar.

Precizări privind actul constitutiv și modele de acte constitutive corespunzătoare diferitelor tipuri de societăți comerciale sunt disponibile pe site-ul Oficiului Național al Registrului Comerțului: <http://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/persoane-juridice/nume-colectiv>

6. **Înregistrarea**

Înregistrarea unei afaceri se face prin constituirea dosarului de înființare și depunerea acestuia la Oficiul Registrului Comerțului din aria în care se află sediul societății. Pentru a afla exact unde, consultați adresele rețelei ONRC:

<http://www.onrc.ro/index.php/ro/contact/reteaua-onrc>

Sfatul expertului

Indiferent de opțiune, verificați de la început că:

- aveți idei clare;
- ați înțeles bine pașii de urmat pentru înființarea societății;
- aveți toate documentele necesare;
- știți unde să vă adresați.

Partea administrativă a afacerilor este frustrantă, dar formalitățile s-au îmbunătățit considerabil în perioada recentă și puteți trece ușor peste această etapă dacă o pregătiți cu grijă.

Cumpărarea unei afaceri deja existente

Ați putea să decideți să cumpărați o afacere deja existentă, ca de pildă un magazin, o frizerie, un atelier de mobilă sau un atelier de reparații auto și altele. Puteți s-o faceți:

- prin cumpărarea afacerii în calitate de asociat unic;
- prin schimbarea fondatorilor și dobândirea calității de asociat/acționar;
- prin înregistrarea unei afaceri noi și transmiterea activelor afacerii scoase la vânzare noii afaceri.

După semnarea contractului de vânzare-cumpărare, care este autentificat notarial, înregistrarea acestuia la Registrul Comerțului și semnarea actului de predare a afacerii, deveniți noul ei proprietar.

Avantaje:

1. Afacerea este deja creată și activă;
2. Veți moșteni reputația bună a întreprinderii și situația anterioară favorabilă;
3. Există deja echipamente și utilaje și angajați instruiți;
4. Puteți planifica afacerea pe baza unor date reale existente.

Dezavantaje:

- Afacerea poate avea o imagine sau situație anterioară nefavorabilă;
- Valoarea afacerii poate fi dificil de determinat;
- Activele pot fi supra-evaluate;
- Nu veți avea satisfacția personală ca în cazul creării unei afaceri de la zero;
- Există posibilitatea de a prelua angajați care împărtășesc altă viziune și pot opune rezistență la schimbare;
- Modificarea sau schimbarea practicilor anterioare poate duce la pierderea unor clienți.

Sfatul expertului

Trebuie să aflați motivul real al vinderii acesteia. Aceasta vă va ajuta să faceți o alegere corectă, neinvestind bani și timp într-o afacere nerentabilă, cu o reputație îndoielnică sau cu multe dificultăți.

Insistați să vă fie prezentate datele economice și financiare din ultimii 2-3 ani. Găsiți o persoană de încredere pentru a le analiza sau chiar angajați un expert.

Cumpărarea unei francize

Franciza este un sistem de comercializare, bazat pe o colaborare continuă, în baza unui contract, între persoane fizice sau juridice independente din punct de vedere financiar, prin care o persoană, denumită *francizor*, acordă altei persoane, denumite *francizat*, dreptul de a exploata sau de a dezvolta o afacere, un produs, un serviciu sau o tehnologie.

Avantaje:

1. Preluarea unei afaceri viabile;
2. Folosirea unei mărci comerciale cunoscute;
3. Imagine foarte bună și acces la publicitate;
4. Posibilitatea de a accesa mai ușor finanțarea;
5. Aveți acces la instruire de calitate;
6. Primiți asistență tehnică și managerială.

Dezavantaje:

1. Veți avea costuri ridicate pentru francize și alte taxe;
2. Va trebui să lucrați cu restricții și sub numele comercial impus de francizor;
3. Veți avea libertate redusă în organizarea și dezvoltarea afacerii;
4. Va fi mai dificil să o vindeți;
5. Există riscuri specifice.

Sfatul expertului

Dacă luați în calcul achiziționarea unei francize, verificați cu grijă toate cerințele francizorului, restricțiile și modalitatea de cumpărare. Verificați că veți putea asigura costurile francizei, pe lângă cele necesare afacerii și că, la sfârșit, veți avea profitul pe care vi-l doriți.

ECHIPA

Puteți să faceți totul singuri? Foarte probabil că nu; veți avea nevoie de resurse interne și externe pentru a duce la îndeplinire toate sarcinile pe care le presupune o afacere. Cheia este definirea nevoilor și stabilirea celei mai bune modalități de a găsi persoanele de care aveți nevoie.

Resurse interne

Chiar dacă lucrați multe ore pe zi, va fi imposibil să asigurați toate rolurile singur, în condițiile în care afacerea va crește. Ideal este să nu ajungeți în punctul în care oboseala vă afectează calitatea muncii și să angajați pe cineva în loc să vă străduiți să faceți totul singuri. Desigur, această decizie nu poate fi luată fără a răspunde la întrebările:

Pot să-mi permit să angajez pe altcineva?

Care sunt zonele afacerii unde sunt cel mai bun și unde mai slab?

Care este capacitatea mea maximă?

Să lucrați împreună cu soțul sau soția, cu prieteni buni sau persoane foarte apropiate poate fi o experiență foarte bună sau un dezastru. Indiferent de relația cu parteneri din familie sau prieteni, este important să tratați corect aspectele relației legate de afaceri. Pentru aceasta, este recomandat să:

- **Stabiliți responsabilități clare.** Explicați clar cine și ce trebuie să facă fiecare și până când.
- **Revizuiți progresele periodice**, de exemplu lunar. Chiar dacă lucrați doar cu membrii familiei, este necesar să aveți întâlniri de lucru în care să discutați problemele legate de afacere.
- **Comunicați deschis.** Dacă sunt probleme, comunicați-le partenerilor în mod deschis și profesional, după ce ați reflectat suficient.
- **Separati viața personală de muncă.** Deși este dificil, stabiliți regula să discutați despre afaceri la birou, iar acasă să le lăsați deoparte.
- **Respectați-vă reciproc părerile și opiniile.**

În cazul în care aveți nevoie de persoane din exterior, urmați un **proces de angajare** simplu, în care tratați cu atenție fiecare etapă:

1. **Stabiliți ce funcții sunt necesare** în companie, pentru a asigura toate operațiunile și a atinge obiectivele fixate. Principalele arii de responsabilitate sunt legate de:
 - a. dezvoltarea produsului
 - b. vânzări și servicii după vânzare
 - c. marketing
 - d. operațiuni și logistică
 - e. administrație
 - f. finanțe

Ca antreprenor, trebuie să înțelegeți importanța fiecărui rol și felul în care este necesar ca rolurile să fie echilibrate în funcție de specificul afacerii.

2. **Identificați nevoile corespunzătoare fiecărei funcții** pe care nu le puteți îndeplini singuri, din lipsă de timp sau competențe.
3. **Calculați bugetul de personal necesar**, inclusiv taxele. Cât vă permiteți să plătiți?
4. **Căutați informații** din anunțuri de angajare sau de la agențiile de recrutare, pentru a stabili corect salariile anuale și lunare.
5. **Publicați un anunț de angajare** pe internet sau în presa locală relevantă sau folosiți serviciile unei firme de recrutare.
6. **Pregătiți-vă pentru interviul de angajare** cu o listă de întrebări legate de afacere și de calitățile persoanei pe care doriți să o angajați.
7. **Organizați și conduceți personal interviurile.**
8. **Angajați persoana** pe baza informațiilor obținute la interviu, experiența ei și potențiala compatibilitate cu echipa.

Interviurile de angajare pot fi o experiență intimidantă dacă nu aveți prea mult exercițiu. Ele au o durată de obicei în jur de o oră, timp în care trebuie să culegeți cât mai multe informații relevante despre candidat.

Folosiți următorul ghid de întrebări pentru candidați:

- Ce știți despre această industrie?
- Care este experiența dvs. relevantă pentru acest post/industrie/ produs?
- Ce sarcini vă așteptați să îndepliniți pentru acest post?
- Ce așteptați de la acest post?
- Cum credeți că veți contribui la dezvoltarea acestei afaceri?
- Cum v-ar descrie foștii colegi/șefi?
- Cum vă simțiți să lucrați pentru o companie mică, care a fost înființată recent?
- Ce credeți că v-ar lipsi comparativ cu a lucra într-o companie mare?
- Care este planul dvs. de carieră pentru următorii ani și în ce rol credeți că veți avansa în cadrul companiei?
- Ce factori sunt decisivi pentru dvs în a accepta sau a respinge acest post?

Completați întrebările cu acele aspecte care sunt relevante pentru domeniul în care activați și afacerea voastră.

Resurse externe

Este important să căutați și să găsiți sprijin în parteneri externi. Îi puteți cunoaște prin contactele pe care le puteți avea cu bănci, clienți, furnizori, competitori, comunități locale, autorități, diverse grupuri și așa mai departe. Pentru aceasta, vă recomandăm să țineți o listă de pe care o puteți consulta de câte ori aveți nevoie să rezolvați o problemă, astfel:

Tipul partenerului	Nume, date de contact	Oportunitate potențială
<i>Exemplu: Membru Asociația Națională a Antreprenorilor</i>	<i>Cunoaște principalii furnizori. Deține informații despre prețuri.</i>

(Steffan, 2008)

„Când începi un business, sunt multe direcții în care poți s-o iei și foarte multe opțiuni interesante pot paraliza procesul de decizie sau pot risipi efortul depus în mai multe direcții. De aceea o provocare mare este stabilirea unui focus clar, bazat nu doar pe intuiție, ci și pe o analiză detaliată. O altă provocare foarte mare este găsirea oamenilor potriviți cu care să lucrezi; și aici nu mă refer la abilități sau calificări profesionale, ci la mentalitate, mod de comunicare, motivație și energie. Acestea sunt mult mai importante, iar restul pot fi dezvoltate pe parcurs. Poate părea ciudat pentru unii, dar obținerea de finanțare inițială nu mi se pare cea mai mare provocare într-un business - am observat că mulți tineri se plâng că nu au bani să înceapă o afacere (mă refer la zona online, tech, aplicații mobile). Eu cred că asta e doar o scuză ca să n-o înceapă și asta înseamnă că nu-și doresc destul de mult.”

Mircea Vădan, Momly

FINANȚE ȘI CONTABILITATE

Finanțe

Resurse financiare

Una din primele întrebări la care trebuie să dați răspuns la momentul inițierii afacerii este : "De câți bani am nevoie?"

Necesarul de mijloace financiare pentru pregătirea și începerea activității trebuie să fie determinat în momentul în care evaluați fezabilitatea ideii de afacere. În caz contrar, este foarte mare probabilitatea ca, după

Înregistrarea afacerii și realizarea tuturor formalităților legale, să vă treziți că nu mai dispuneți de resurse financiare necesare pentru începerea activității.

Pentru a reduce la minim acest risc, este recomandabil să alcătuiți o listă cât mai completă a cheltuielilor necesare pentru pregătirea și lansarea afacerii, precum:

- înregistrarea afacerii: taxa pentru înregistrare, taxa pentru întocmirea și autentificarea documentelor, taxa pentru publicarea denumirii în Monitorul Oficial etc.;
- confecționarea ștampilei;
- deschiderea contului bancar;
- licențierea activității, în cazul în care activitatea poate fi practică doar în baza licenței;
- obținerea autorizațiilor necesare;
- cheltuielile legate de cumpărarea sau închirierea spațiilor, construirea sau renovarea acestora;
- cumpărarea mobilierului și a echipamentului reprezintă un alt domeniu unde se alocă investițiile. În funcție de posibilitățile voastre financiare, decideți ce fel de echipament și mobilier veți procura și de unde.
- cheltuielile suportate pentru formarea stocurilor de materii prime și materiale necesare pentru desfășurarea activității în primele câteva luni.
- cheltuielile legate de promovarea afacerii: editarea cărților de vizită, realizarea și plasarea panourilor publicitare, publicarea anunțurilor în ziare etc.
- fondul de salarizare pe următoarele 3 - 6 luni. La suma de bani care este planificată pentru salarizare se adaugă contribuțiile de asigurări sociale de stat și primele de asigurare obligatorie de asistență medicală.
- resurse financiare suplimentare pentru cheltuieli neprevăzute care pot apărea în etapa inițială.

Modalitățile de finanțare sunt din:

Economii personale. Cele mai ieftine resurse sunt resursele proprii, pentru care nu plățiți nicio dobândă. Însă foarte des acestea sunt limitate, iar în unele cazuri lipsesc.

Bani împrumutați de la rude și prieteni.

Suținerea oferită de eventuali **parteneri de afaceri**, care pot să vă finanțeze afacerea prin livrarea în avans a echipamentului, a materiei prime și materialelor cu condiția achitării ulterioare a costului acesteia. Acest mod de finanțare este denumit și credit comercial.

Programe naționale și internaționale speciale de susținere a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii care prevăd oferirea creditelor la o dobândă bancară redusă, iar dacă sunt respectate anumite condiții, o parte din credit poate fi oferit sub formă de subvenție sau grant nerambursabil. Lista acestor programe este disponibilă pe site-ul www.finantare.ro la secțiunea IMM-uri. Consultați și lista Programelor Naționale cu finanțare de la bugetul de stat, disponibilă în secțiunea Resurse utile a acestui ghid.

Împrumut de la bancă sau de la o altă instituție financiară. Tineți cont că utilizarea acestor resurse financiare costă, va trebui să plățiți lunar sau anual o anumită dobândă. Dacă banca vă va acorda un credit de o sumă mai mare sau pe o mai mare perioadă de timp, ea va solicita garanții, de aceea va trebui să vă gândiți din timp ce puteți oferi în gaj (bunuri imobile, utilaje, mijloace de transport, mijloace circulante etc.). Băncile preferă să finanțeze acele afaceri la care riscul este împărțit cu întreprinzătorul, de aceea va fi necesar să dispuneți și de ceva resurse proprii, 20 - 30% din costul proiectului, care va constitui contribuția personală.

Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii (FNGCIMM), înființat în decembrie 2001, în baza Legii 133/1999 privind stimularea întreprinzătorilor privați pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii (informații pe www.fngcimm.ro). Alte fonduri de garantare a creditului sunt Fondul de garantare al creditului rural (<http://www.fgcr.ro/>) și Fondul român de garantare a creditului (<http://www.frgc.ro/>).

Sfatul expertului

Colectați informații despre liniile de finanțare existente la instituțiile financiare (bănci, agenții de micro-creditare, organizații non-guvernamentale etc.).

Pregătiți cu grijă setul de documente solicitate și planul de afaceri.

Evaluati garanțiile disponibile, dacă este nevoie, apelați la un expert.

Citiți cu atenție contractul de împrumut și, în special, condițiile împrumutului. Trebuie să înțelegeți toate detaliile planului de rambursare a creditului, inclusiv care este dobânda și cum se calculează și care este partea din credit ce trebuie rambursată până la o anumită dată.

Anticipați riscurile și pregătiți și variante de rezervă.

Planul de afaceri

Ce este un plan de afaceri?

Planul de afaceri este transpunerea pe hârtie a detaliilor tehnice și financiare ale viziunii antreprenorului asupra afacerii, pentru scopul gestiunii ei sau prezentării afacerii în fața partenerilor sau potențialilor finanțatori.

Când este nevoie de un plan de afaceri?

Un plan de afaceri este, de obicei, întocmit înainte de a demara o afacere și este actualizat în funcție de evoluția ei. Nu este obligatoriu să scrieți un plan de afaceri atunci când înființați una, dar este indispensabil în următoarele situații :

- Dacă afacerea este complexă și presupune realizarea de produse sau oferirea mai multor servicii, planul de afaceri vă va fi util pentru a structura toate aspectele afacerii, pentru a le stăpâni bine și a vă asigura că nu uitați nimic. Procesul de redactare a planului de afaceri

vă ajută și să clarificați părți ale afacerii care la început nu sunt suficient definite.

- Dacă aveți o strategie pe termen lung, planul de afaceri va demonstra cum se poate materializa această strategie. El este proiecția creșterii și dezvoltării afacerii pe termen lung.
- Dacă doriți să atrageți o finanțare sau investitori, planul de afaceri este indispensabil. Investorii sau băncile vor să înțeleagă detaliile afacerii și să se asigure că știți ce aveți de făcut, înțelegeți riscurile și aveți soluții concrete, realizabile.

Multe afaceri mici nu au nevoie de plan de afaceri și se pot dezvolta pas cu pas. Cu toate acestea, redactarea unui plan de afaceri poate fi un exercițiu de reflecție util care să vă aducă idei noi asupra abordării afacerii în ansamblu. Nu veți putea reține mental toate detaliile, dar o dată așternute pe hârtie, vă veți putea folosi creativitatea pentru a preveni situații nedorite, a găsi idei de reducere a anumitor costuri, a vedea unde trebuie să acționați cu prioritate etc.

Ce conține un plan de afaceri?

Nu există un model unic de plan de afaceri, de aceea atunci când îl redactați pentru o eventuală finanțare, trebuie să verificați în prealabil ce informații vi se cer.

Planul de afaceri trebuie să fie clar, realist și pragmatic, să arate că stăpâniți situația. Aspectele de bază conținute într-un plan de afaceri sunt:

- viziunea și strategia;
- managementul afacerii și resursele umane;
- analiza pieței;
- analiza costurilor de operare;
- investiții;
- proiecții financiare.

Conținutul unui plan de afaceri

1. Viziunea și strategia

Viziunea unui antreprenor poate părea la început doar o idee vagă, ea

se clarifică prin decizii și acțiuni, pe măsură ce afacerea se dezvoltă. Strategia este suma acțiunilor de la viziune la rezultate concrete. Pentru a vă defini viziunea și strategia, răspundeți la următoarele întrebări:

- Care este esența afacerii voastre?
- Ce anume va genera bani și profit?
- Ce fel de produse sau servicii vreți să creați?
- Aveți un model sau un prototip?
- Ce tip de clienți vreți să deserviți? Care sunt caracteristicile și nevoile lor?
- Există o ofertă comparabilă pe piață?
- Ce obiectiv vreți să atingeți în decurs de 5 ani?
- Care este avantajul vostru care vă va aduce succesul?

2. Managementul și resursele umane

Antreprenorul și asociații sau partenerii săi își vor pune amprenta asupra afacerii. Afacerea se naște din voința unor oameni care o dezvoltă și o conduc, imprimându-i caracteristicile lor.

Așa cum am văzut în capitolele anterioare, este important să vă cunoașteți punctele tari și slabe. În cazul unui plan de afaceri pe care îl prezentați unui finanțator, profilul managementului și al echipei trebuie să fie credibil și să demonstreze că are capacitatea de a conduce și de a desfășura afacerea.

Iată o listă de întrebări la care vă puteți gândi pentru descrierea posturilor cheie și a structurii organizației:

- Ce experiență practică aduceți în afacere?
- De ce cunoștințe teoretice dispuneți?
- Ce referințe puteți prezenta?
- Cunoștințele/experiențele voastre sau ale partenerului vostru acoperă domeniile cheie ale afacerii?
- Unde veți localiza sediul organizației?
- De câți angajați aveți nevoie?
- Ce calificări trebuie să aibă angajații?
- Ce nivel de salarizare trebuie prevăzut?

- Puteți găsi pe piața muncii specializările necesare?
- Ați schițat o structură organizatorică?

3. Analiza pieței

Afacerea nu poate fi imaginată fără clienți care cumpără produsele sau serviciile oferite. De ei sunt legate veniturile întreprinderii și profitul. Antreprenorii afirmă în unanimitate că cel mai important lucru este înțelegerea profundă a clienților și a comportamentului, motivației și evoluției lor.

Este important să reflectați cu seriozitate și să răspundeți la întrebări despre:

Clienți

- Cine sunt clienții voștri? Firme sau persoane fizice?
- Care sunt preferințele lor?
- Care este planul vostru de acțiune pentru atragerea clienților?

Piață

- Cum este piața împărțită din punct de vedere geografic?
- Cât de mare este volumul pieței potențiale?
- Cum apreciezi că vor evolua vânzările? Pe ce informații sau studii te bazezi?

Concurență

- Ce știți despre concurență în zona voastră?
- Câți angajați au? Ce putere de vânzare?
- Ce cote de piață au?
- Ce avantaje competitive au comparativ cu voi?
- Ce strategii de preț are concurența?
- Dar strategii de comunicare/reclamă?

Politici de marketing

- *Aveți o strategie prin care să vă promovați produsul sau serviciile?*
- *Ați stabilit cum îl veți distribui?*
- *Aveți stabilite prețurile și condițiile de plată?*
- *V-ați gândit la imagine și modalitățile de comunicare cu piața?*
- *Cum vă veți face cunoscuți?*

4. Analiza costurilor de operare

Costurile de operare cuprind toate cheltuielile necesare asigurării activității. Este recomandat să întocmiți o listă completă pe care să o actualizați permanent, pentru a nu omite cheltuieli care, chiar dacă par ne semnificative, pot modifica bilanțul venituri-cheltuieli și vă pot afecta bugetul. Una din greșelile frecvente este că aceste costuri sunt subestimate.

Exemple de cheltuieli de considerat:

- Costuri de înființare a firmei:
 - Autorizații
 - Înscrierea în Registrul Comerțului.
- Costuri curente:
 - Materii prime
 - Materiale consumabile, materiale auxiliare
 - Costuri de personal (salarii, costuri sociale), salarii personal de conducere, prime și bonusuri etc.
 - Costuri pentru formarea personalului
 - Impozite și taxe locale
 - Servicii externe
 - Contabilitate
 - Consultanță fiscală
 - Consultanță juridică
 - Consultanță în management

- Consultanță IT
- Consultant PR
- Costuri de spațiu
 - Spațiu de birouri
 - Spațiu de producție
 - Spațiu de vânzări
 - Spațiu de depozitare
- Cheltuieli de încălzire, gaz, curent, curățenie, reparații, asigurare, apă/canal, gunoi
- Costuri cu echipamentele
- Reparații
- Întreținere
- Costuri cu mijloacele de transport
 - Combustibil
 - Revizie
 - Întreținere/Reparații
 - Asigurare de răspundere civilă & asigurare toate riscurile
 - Impozite
- Costuri legate de procesul de vânzare
 - Deplasări
 - Materiale de prezentare
 - Participări la târguri
- Costuri administrative
 - Deplasare
 - Materiale de birou
 - Comunicații: telefon, fax, mobil, e-mail
 - Copiere documente
 - Evidență primară și calculul salariilor

- Abonamente (ex. reviste, legislație, întreținere echipamente birou etc.)
 - Literatură de specialitate
- Impozite și taxe

5. Investiții

Investițiile sunt necesare în funcție de scopul și dimensiunea afacerii. Recomandarea este să fiți prudenți cu investițiile inițiale și să le faceți doar dacă este absolut necesar pentru a desfășura activitatea. Există multe alte posibilități de a asigura activitatea fără o investiție: puteți închiria echipamente, puteți desfășura activitatea în locuința proprie sau a unui asociat etc. Îndatorarea excesivă este unul dintre motivele care conduce la eșecul afacerii, iar la baza datoriilor stau investițiile nejustificate de mari (de exemplu echipamente prea scumpe) sau făcute la momentul nepotrivit.

Unul dintre principalele aspecte judecate de potențiali finanțatori sunt investițiile. Este foarte bine să beneficiați de posibilități de finanțare nerambursabile de exemplu, dar și în acest caz trebuie să fiți siguri că știți bine pe ce veți cheltui banii.

Trebuie să apreciați costurile investițiilor precum:

- clădiri
- echipamente
- mașini
- alte bunuri de capital

În plus, va trebui să calculați costurile conexe legate de:

- infrastructură
- utilități: apă, gaz, curent, canalizare
- drum de acces
- reabilitări și amenajări diverse
- asigurarea normelor de protecția muncii, de protecția mediului etc.

precum și diverse cheltuieli precum:

- consultanță de proiect

- formare în utilizarea noilor echipamente
- cheltuieli pentru probe tehnologice etc.

6. Proiecții financiare

Proiecțiile financiare sunt imaginea anticipată a viitoarelor situații financiare ale afacerii. Proiecțiile financiare sunt estimările bilanțului, contului de profit și pierdere și a calculului de lichidități (cash-flow). Aceste estimări se realizează la anumite intervale de timp - lunar, trimestrial sau anual, iar pe baza lor se calculează rata de profitabilitate a afacerii. Proiecțiile sunt strâns legate de aspectele descrise mai sus, iar dacă datele de intrare sunt eronate, rezultatele nu pot fi decât tot greșite.

Sfatul expertului

Întocmirea unui plan de afaceri

Verificați ce vi se cere. Fiecare instituție are propriul format de plan de afaceri pe care îl solicită. Citiți cu atenție instrucțiunile și începeți să colectați informațiile necesare.

Nu vă grăbiți să completați cu informații și cifre. Țineți cont că planul de afaceri rezumă viziunea voastră asupra afacerii, modul în care înțelegeți mecanismul venituri-cheltuieli și cum asigurați un rezultat pozitiv. Dacă nu aveți o viziune clară asupra produsului și a clienților, nu puteți construi un plan de afaceri realist pe care să-l susțineți în fața unui expert de creditare. Gândiți-vă în detaliu la fiecare aspect, asta vă ajută să clarificați și să desenați mai bine afacerea. Alocați suficient timp ca să dezvoltați un plan bun de afaceri, chiar dacă aveți impresia că ratați o oportunitate de finanțare. Un plan de afaceri făcut incorect nu o să vă dea oricum șanse prea mari de reușită.

Este important să descrieți ce veți face și cum. Este de la sine înțeles că, indiferent de unde obțineți finanțare, finanțatorul vrea să știe cum veți cheltui banii. Previziunile se realizează pe o anumită durată, de obicei 3 ani, pentru care va trebui să anticipați vânzările, cheltuielile, rezultatul și profitul. Un plan de afaceri bine făcut nu înseamnă obținerea unui profit mare, ci informații suficiente de solide ca să acopere riscurile.

“Planul de business, l-am făcut la finalul programului de MBA, pentru că printr-un astfel de plan sumarizezi toate materiile pe care le parcurgi. Iar planul meu a fost pentru o afacere de servicii de externalizare IT. Am pus pe hârtie strategia pentru următorii 5 ani și asta m-a ajutat pentru că mi-am structurat foarte bine lucrurile în minte. Piața are tendința să îți invalideze planul din prima zi de funcționare a companiei și de aceea este important ca acesta să fie scurt și foarte dinamic. Cu cât afacerea este mai mică, cu atât îți actualizezi planul de business mai des. De exemplu, eu l-am actualizat după 2-3 luni.”

Bogdan Tudor, Class IT Outsourcing

Fluxul de numerar

Unul dintre aspectele cheie ale afacerii este fluxul de numerar. Un flux sănătos de numerar reprezintă diferența dintre încasări și plăți sau banii care circulă înspre și dinspre organizație, într-o perioadă de timp dată.

Fluxul de numerar este de trei tipuri: din activități operaționale, din finanțare și din investiții. Fluxul de numerar poate fi calculat pornind de la disponibilitățile de la începutul perioadei de referință, la care se adaugă încasările și se deduc plățile din acea perioadă.

Există două metode pentru prezentarea situației financiare a fluxurilor de numerar: directă și indirectă. Cea directă se bazează pe delimitarea fluxurilor de încasări - plăți proprii fiecărei activități. Cea indirectă pornește de la rezultatul financiar al perioadei, care se ajustează întâi cu elementele de venit/cost, care nu reprezintă mișcare de numerar, o a doua ajustare fiind a tranzacțiilor cu numerar.

Exemple de calcul pentru fiecare tip de flux de numerar prin metoda directă, valorile rezultate fiind nete:

- pentru cel operațional, din încasările de la clienți se scad plățile către furnizori și angajați, rezultatul reprezentând numerarul din aceste activități; se adaugă dobânzile plătite și impozitul pe profit;
- pentru cel din investiții, din încasările rezultate din vânzarea echipamentelor/mijloacelor fixe se scad plățile pentru achiziționarea de utilaje, la care se adaugă dividendele primite;

- pentru cel de finanțare, din numerarul provenit din împrumut se scad dividendele plătite.

Pentru a afla numerarul de la sfârșitul perioadei (săptămână, lună), rezultatul adunării celor trei tipuri de flux de numerar ar trebui să reprezinte o creștere netă de numerar față de cel de la începutul perioadei.

Una dintre greșelile frecvente ale antreprenorilor debutanți este confuzia între profit și fluxul de numerar.

Sfatul expertului

Antreprenorii trebuie să se concentreze, prioritar, pe obținerea banilor lichizi și apoi pe profit, pentru că principala cauză a falimentului unei afaceri este lipsa banilor lichizi pentru continuarea activității.

Trebuie să fiți atenți la termenele de plată în relațiile contractuale cu furnizorii, cele de încasare de la client (vânzări pe credit). Care sunt clienții rău platnici? Ce se poate face pentru a eficientiza colectarea facturilor? De asemenea, trebuie să țineți cont de necesarul de investiții în echipamente, dotări și utilaje, precum și de finanțare externă sau creștere organică prin reinvestirea profitului din perioada anterioară. (Botezatu, 2012)

Contabilitate

Organizarea contabilității constituie o obligație stabilită prin lege pentru toate persoanele juridice, precum și pentru persoanele fizice care au fost autorizate să desfășoare activități. Este puțin probabil ca un antreprenor să-și țină singur contabilitatea, decât dacă reușește să se specializeze în practicarea meseriei de contabil. Important este să înțelegeți noțiunile de bază referitoare la obligațiile ce trebuie respectate, termenele acestora, situațiile financiare de întocmit și de predat organelor administrației financiare, principalele înregistrări contabile de care vă veți lovi în practică și modul de întocmire și funcționare a planului de conturi.

Contabilitatea reprezintă instrumentul principal de cunoaștere, gestiune și control atât pentru patrimoniu, cât și pentru rezultatele obținute.

Înregistrarea operațiunilor în contabilitate se face în ordine cronologică și sistematică potrivit planului de conturi și conform normelor emise de Ministerul Finanțelor Publice. Orice operațiune patrimonială se consemnează în momentul efectuării ei, într-un înscris care stă la baza înregistrării contabile, înscrisul dobândind calitatea de act justificativ.

Înregistrarea în contabilitate a bunurilor mobile sau imobile se face la valoarea de achiziție, de producție sau la prețul pieței, iar creanțele și datoriile se înregistrează la valoarea lor nominală.

Patrimoniul întreprinderii este totalitatea bunurilor, care aparțin întreprinderii și au fost procurate din surse proprii sau străine. Sursele proprii reprezintă drepturile întreprinderii, iar sursele străine sunt datoriile care trebuie să fie rambursate.

Patrimoniul, în limbaj contabil, este numit activ, iar drepturile și datoriile sunt numite pasive. Elementele principale ale evidenței contabile sunt patrimoniul, drepturile și datoriile. Utilizarea patrimoniului în activitatea întreprinderii duce la apariția cheltuielilor și veniturilor, care, la rândul lor, conduc la diminuarea sau creșterea patrimoniului. De aceea, evidența contabilă studiază și procesele întreprinderii care duc la modificarea patrimoniului.

Cheltuielile sunt mijloacele folosite de întreprindere pentru asigurarea activității sale.

Veniturile sunt avantajele economice obținute de întreprindere în rezultatul activității sale.

Diferența dintre venituri și cheltuieli este **rezultatul financiar**. Rezultatul financiar poate fi pozitiv – profit sau negativ – pierdere.

Venituri – Cheltuieli = Rezultat financiar

Generalizând cele expuse, concluzionăm că **obiectul** evidenței contabile este **patrimoniul, drepturile și datoriile, veniturile și cheltuielile și, desigur, rezultatul financiar**.

Orice persoană care are calitatea de antreprenor, fie persoană fizică, fie persoană juridică, are obligația potrivit legii contabilității să efectueze inventarierea generală a patrimoniului cel puțin odată pe parcursul funcționării.

Inventarierea reprezintă un procedeu al contabilității de verificare a existenței și stării bunurilor întreprinderii.

Inventarierea îndeplinește două funcții:

1. stabilește existența efectivă a patrimoniului;
2. controlează corespunderea dintre datele contabile și realitate.

Documentul oficial de gestiune pe care îl au la dispoziție persoanele fizice sau juridice este bilanțul contabil, care trebuie să fie imaginea fidelă, clară și completă a patrimoniului, a situației financiare și a rezultatelor obținute.

Bilanțul contabil este un raport financiar, aplicat pentru sistematizarea, generalizarea și gruparea în expresie valorică, la o anumită dată, a activelor și pasivelor.

Bilanțul contabil se compune din bilanț, contul de profit și pierderi, anexe și raportul de gestiune.

Contul contabil reprezintă o modalitate de înregistrare și grupare a activelor și pasivelor.

Contabilitatea persoanelor juridice poate fi ținută în compartimente distincte, de persoane care au studii economice sau de persoane fizice sau juridice care au calitatea de contabil autorizat sau expert contabil, fără a fi angajatul firmei, pe baza unui contract de prestări servicii.

Răspunderea pentru organizarea și ținerea contabilității – bani în casă și la bănci, mărfuri, clădiri, echipamente, creanțe de încasat – revin administratorului sau persoanelor care au obligația gestionării patrimoniului.

Documente contabile

Documentul reprezintă un act scris, care confirmă efectuarea unei operațiuni economice. Documentele contabile se împart în *documente primare și registre contabile*.

Documentul primar se elaborează la momentul înlăptuirii operațiunii economice sau nemijlocit după finalizarea ei. Cumularea, sistematizarea și prelucrarea informației din documentele primare se efectuează în registrele contabile.

Standardele naționale de contabilitate admit metode alternative de evaluare și evidență a activelor, veniturilor, cheltuielilor și a rezultatelor financiare ale întreprinderii. Fiecare antreprenor este obligat să elaboreze politica de contabilitate a firmei.

Deoarece evidența contabilă se bazează pe documentele primare, este foarte important să cunoașteți mai multe despre acest tip de documente.

Documentele primare reprezintă confirmarea documentară (pe suport de hârtie sau în format electronic), care justifică efectuarea operațiunii economice și acordă dreptul de a o efectua.

După *locul* elaborării, documentele se împart în interne și externe. **Documentele interne** sunt cele elaborate în interiorul întreprinderii. **Documentele externe** provin din afara întreprinderii.

După *forma* aprobată, documentele se împart în: tipizate și netipizate.

Documentele tipizate sunt aprobate legislativ și sunt obligatorii pentru toți agenții economici.

În lipsa formularelor tipizate, întreprinderea poate să-și elaboreze formulare proprii. Documentele tipizate pot fi *cu regim special și fără regim special*.

Documentele cu regim special se utilizează obligatoriu în cazul înstrăinării activelor, acordării serviciilor, achiziționărilor de la cetățeni, transportării activelor.

Documentele fără regim special se utilizează la evidența mijloacelor fixe, materialelor, salariilor, rezultatelor inventarierii etc.

Documentele tipizate cu regim special se tipăresc pe hârtie specială, au serie și număr și se înregistrează strict la vânzare. Evidența documentelor tipizate cu regim special se ține pentru fiecare formular în registre speciale. Documentul tipizat cu regim special în care s-au comis greșeli este scos din circuit, pe el se înscrie "Anulat" și trebuie păstrat cu toate exemplarele sale.

Documentele primare întocmesc pe suport de hârtie sau în formă electronică au aceeași putere juridică.

În cazul elaborării documentului primar în formă electronică, agentul economic este obligat, la solicitarea utilizatorului, să imprime copia documentului pe suport de hârtie pe cheltuială proprie.

Documentele utilizate în mod frecvent de o societate comercială sunt:

- **Factura fiscală** – este un înscris oficial și înseriat. Reprezintă actul pe care trebuie să-l primești în momentul în care cumperi și este actul oficial pe care trebuie să-l emiți în momentul în care vinzi produse sau servicii. În factură se înscriu datele de identificare a furnizorului, clientului, data emiterii, produsele vândute, cantitățile, prețul unitar, valoarea produselor și a taxei pe valoarea adăugată.

- **Chitanța fiscală** – este utilizată atunci când legea nu prevede obligativitatea întocmirii facturii și are mai puține date de identificare.
- **Chitanța cu regim special** care se dă/primește după achitarea sumelor către firma furnizoare/firma ta și atestă o plată în numerar.
- **Avizul de însoțire a mărfii** – are rol de a însoți marfa pe durata transportului.
- **Nota de intrare-recepție** – este întocmită la intrarea-ieșirea produselor din gestiune.

De asemenea, pentru o societate trebuie să ții:

- registrul vânzărilor în care să arătați marfa vândută și către cine
- registrul achizițiilor, care arată furnizorii și sumele plătite pentru aprovizionare
- registrul de casă, care arată fluxul de numerar, intrările și ieșirile din societate, pe zile.

Dacă vindeți marfă prin intermediul unor magazine, aveți obligația să emiteți bonuri fiscale de casă pe care trebuie specificat numele firmei, adresa, codul fiscal, valoarea fără TVA, TVA și suma totală de plată.

Registrele contabile

Atât persoanele fizice autorizate cât și cele juridice au obligația de a ține registre contabile.

Datele ce țin de activitatea antreprenorială se acumulează și se prelucrează în registrele contabile.

Registrele de contabilitate obligatorii sunt:

- registrul-jurnal,
- registrul-inventar,
- registrul cartea mare.

Acestea se utilizează în strictă concordanță cu destinația acestora și se prezintă în mod ordonat și astfel completate încât să permită în orice moment identificarea și controlul operațiunilor contabile efectuate.

Registrul - jurnal este un document contabil ce servește pentru înregistrarea sau jurnalizarea operațiunilor economice și financiare în ordinea efectuării lor în timp. Funcția sa se manifestă cu precădere pentru decontarea

gestionară a operațiunilor economice și financiare și pentru cunoașterea mișcării valorice a operațiunilor pe o anumită perioadă de gestiune. În activitatea practică, registrul-jurnal se regăsește sub denumirea de bază sau de notă de contabilitate.

Pentru verificarea înregistrării corecte în contabilitate a operațiunilor patrimoniale se întocmește lunar bilanța de verificare.

La completarea registrelor contabile se utilizează următoarele documente justificative: factura de expediție, factura fiscală, bonul de plată, chitanța la intrarea (procurarea) și/sau ieșirea (vânzarea) produselor, materialelor, mărfurilor, mijloacelor fixe, serviciilor, listelor de inventariere, întocmite la începutul și sfârșitul activității economico-financiare și la finele fiecărei perioade de gestiune, pentru a determina mijloacele fixe, materialele, mărfurile, produsele, obiectele de mică valoare și scurtă durată existente efectiv etc.

Pe baza informațiilor furnizate de contabilitate se întocmesc rapoartele prevăzute de lege privind obligațiile fiscale. Astfel lunar, trimestrial, semestrial, anual trebuie întocmită o declarație de impozit pe profit care va fi depusă la Direcția Generală a Finanțelor publice până la 25 ale lunii următoare. Declarațiile care trebuie depuse la administrația financiară se găsesc pe site-ul www.anaf.ro și marea majoritate se pot depune și electronic, având obligația să vă autentificați cu o semnătură electronică.

În cazul pierderii, distrugerii sau sustragerii unor acte sau documente contabile se vor lua măsuri de reconstituire a acestora în termen de maximum 30 de zile de la data constatării.

Exercițiul financiar începe la 1 ianuarie și se termină la 31 decembrie cu excepția anului în care are loc înființarea firmei când începe la data înregistrării la Registrul Comerțului.

Arhiva se păstrează 30 de ani după încetarea activității, iar bilanțul contabil pe o perioadă de 50 de ani.

Resurse utile:

Educație financiară și contabilitate

www.faracontabilitate.ro

<http://www.finance-edu.ro/>

Programe pentru facturi, chitanțe, stocuri

<http://www.facturionline.ro/> gratuit 30 de zile

<http://www.gestiune-stocuri.ro/> gratuit 30 de zile

<http://www.facturaonline.ro/> gratuit

<http://factureaza.ro/> versiune gratuită limitată

Taxe și impozite

Principalele impozite și taxe sunt:

- **Impunerea veniturilor firmei realizată prin:** impozitul pe profit, impozitul agricol, impozitul pe venitul liber profesioniștilor, meseriașilor, a altor persoane independente și asociații familiale, impozitul pe dividende.
- **Sarcinile fiscale legate de salarizare:** impozitul pe salarii, contribuția pentru asigurările sociale, contribuția pentru pensia suplimentară, contribuția pentru ajutorul de șomaj.
- **Impozitele directe:** Taxa pe valoarea adăugată, accizele, taxele vamale.
- **Impozitele și taxele locale:** taxe pentru terenurile proprietate de stat folosite în alte scopuri decât pentru agricultură și silvicultură, impozitul pe clădiri de la persoane juridice, taxa asupra mijloacelor de transport deținute de agenții economici.
- **Prelevări pentru constituirea unor fonduri speciale:** fondul de risc și accidente, fondul de cercetare-dezvoltare, fondul special pentru sănătate, fondul asigurărilor sociale pentru agricultori, fondul special pentru agricultori etc.

Quantumul și termenele sunt destul de frecvent modificate, deci trebuie să fiți la curent cu **ultimul Cod fiscal în vigoare.**

Resurse utile:

Cod fiscal actualizat <http://anaf.codfiscal.net/>

MARKETING

În capitolele anterioare am discutat despre clienți, dar pe lângă aceștia mai sunt și alte persoane ale căror acțiuni vor avea impact asupra afacerii voastre:

Inițiatorii – cei care sugerează produse care să răspundă unei solicitări specifice din partea clienților. De exemplu cineva care sugerează un produs menit să rezolve o plângere a unui client.

Cei care influențează - o persoană sau grup de persoane care pot influența decizia de a cumpăra un produs, ca de exemplu o persoană celebră.

Cei care iau decizii – sunt de obicei persoanele care răspund de finanțele clienților, ca de exemplu un director general sau financiar.

Cumpărătorii – cei care cumpără fizic produsul sau serviciul. Cel care decide și cel care cumpără fizic pot fi adeseori persoane diferite. Pentru a vinde trebuie să puteți prezenta produsul sau serviciul în fața celor care decid cumpărarea.

Utilizatorii – utilizatorii finali ai produsului pot să nu participe deloc la procesul de achiziție, dar pot să influențeze prin reacția lor și să fie un factor important în motivarea cumpărării. De exemplu, copii nu participă direct la cumpărare, dar reacția lor în fața unei jucării poate convinge un părinte să o cumpere.

Atunci când construiți strategia de vânzări, trebuie să aveți în vedere toate aceste categorii.

Atunci când doriți să folosiți diferite instrumente pentru a vă promova afacerea, acesta fiind rolul marketingului, puteți pleca de la **analiza celor 4 P: Produs, Preț, Plasare, Promovare**, care sunt strâns legate între ele.

Idee

Folosiți modelul din JURNALUL de la sfârșitul acestui Ghid, secțiunea „Strategia de marketing” pentru a reflecta asupra celor mai bune modalități de a vă promova.

Iată câteva aspecte de luat în considerare referitoare la:

Produs:

- calitate
- mărime
- prezentare
- ambalare
- funcționalitate
- siguranță
- marcă
- suport după vânzare

Preț:

- preț de vânzare cu amănuntul
- strategie de preț
- reduceri pentru vânzări en-gros
- reduceri sezoniere de preț

Plasare:

- modalitățile de distribuire a produsului
- depozitarea produselor (stocuri, timp de păstrare, valabilitate)
- distribuție în teritoriu: regional, național sau internațional

Promovare:

- responsabil relații publice (PR) disponibil
- agenți de vânzare disponibili
- modalități de promovare prin scrisori, broșuri, apeluri telefonice, articole și interviuri, vânzări promoționale, vânzare la domiciliul clientului etc.

Marketingul poate părea prea complicat pentru o mică afacere, dar poate aduce beneficii importante în creșterea vânzărilor. Este recomandat să înțelegeți bine rolul său și să plecați cu strategii clare, simple, cu investiții minime, pe baza cărora să puteți măsura ușor rezultatele.

Sfatul expertului

Promovarea prin Internet

Astăzi foarte răspândită, promovarea prin Internet se poate face prin:

- dezvoltarea propriului website și magazin online;
- deschiderea unei pagini pe rețele de socializare precum Facebook;
- utilizarea website-ului unui vânzător cu amănuntul;
- adăugarea de produse în website-urile care compară produsele existente pe piață.

Înainte de a decide să investiți timp și bani în crearea unui website sau a unei pagini Facebook, analizați care este metoda cea mai potrivită pentru publicul vostru țintă. Dacă vă adresați persoanelor vârstnice, este mai puțin probabil să aibă acces direct la Internet și deci la informații despre produsele propuse.

Folosiți toate posibilitățile de găzduire gratuită a site-urilor și produselor sau cele care cer resurse puține. De exemplu, produsele fabricate manual pot fi expuse gratuit pe site-ul breslo.ro sau pe etsy.com cu taxe mici, acesta din urmă având cumpărători potențiali din toată lumea.

Monitorizați prezența pe Internet, dacă și unde produsele voastre sunt căutate, menționate sau criticate și de ce.

PRIMELE ȘASE LUNI

Cel mai important lucru când deschideți afacerea sau când răspundeți la primul apel al unui client este să fiți pregătiți și încă din prima zi să apăreți ca profesioniști în fața clienților, furnizorilor și a altor parteneri.

Verificați dacă v-ați pregătit corespunzător în următoarele aspecte:

1. Administrativ

Aveți pregătite hârtii cu antet și logo-ul companiei, cărți de vizită etc. printate pe hârtie de bună calitate. Nu este nevoie să investiți mulți bani sau să faceți stocuri mari în avans. Le puteți face singuri, cu cheltuială puțină.

Asigurați-vă că numerele de telefon, fax, adresele de email funcționează și le puteți folosi imediat. Asigurați-vă că puteți fi contactați de clienți. Un client care sună la un telefon unde nu răspunde nimeni va căuta probabil în altă parte.

Astăzi este foarte util să aveți un computer conectat la Internet, care are programele de care aveți nevoie. Dacă aveți mai mult de un computer, este util să dispuneți de o rețea, prin care puteți schimba ușor informații și puteți folosi toate anexele precum imprimante, fax etc.

Sfatul expertului

Verificați micile detalii, în funcție de natura afacerii voastre. Clienții sunt mereu atenți la detalii și de ele depinde uneori dacă se întorc sau nu. Este mult mai profitabil să aveți clienți mulțumiți, care cumpără de mai multe ori, decât să investiți efort, timp și bani ca să găsiți alții noi. În plus, reputația vă va fi afectată de opinia clienților nemulțumiți și veți pierde alți potențiali clienți.

2. Marketing

Asigurați-vă că aveți gata următoarele:

- lista prețurilor pentru toate produsele;
- descrierea completă a fiecărui produs;
- lista contactelor clienților;
- un plan de acțiune pentru a contacta mai mulți clienți;
- un mecanism prin care să colectați părerile și sugestiile clienților.

De multe ori o afacere este inaugurată printr-un eveniment sau o petrecere. Mulți antreprenori experimentați preferă să aștepte să treacă primele luni, în care sunt multe lucruri mai importante de făcut decât o petrecere de lansare. Prioritatea este să faceți ca afacerea să devină operațională și să începeți să livrați produsele sau serviciile, până când aceasta se stabilizează.

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Care este feedback-ul clienților?

Urmăriți recomandările și sugestiile clienților, ați implementat măsurile corespunzătoare?

Ce activități de promovare au avut efect?

Cum puteți crește vizibilitatea afacerii și cum atrageți mai mulți clienți?

3. Obligații legale

Când deschideți afacerea trebuie să aveți toate avizele necesare, contractele cu furnizorii încheiate, contractele angajaților semnate și angajații instruiți, în special în domeniul protecției muncii.

Trebuie să păstrați aceste contracte, avize și orice document cerut de lege în bună ordine, încă de la început, altfel veți pierde nervi și energie să le căutați când aveți nevoie. Organizați-le în clasoare, pe categorii și păstrați cu grijă originale și copii după orice contract.

Dacă utilizarea produsului sau serviciului se face în anumite condiții,

asigurați-vă că sunt disponibile ușor pentru clienți. Scrieți condițiile și distribuiți-le o dată cu produsele sau serviciile, pentru a evita plângeri ulterioare.

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Sunt respectate contractele?

Furnizorii respectă termenele contractelor? E nevoie să utilizați penalizări?

Au fost incidente legate de plângeri ale clienților cu consecințe legale?

Sunteți asigurat suficient de bine din punct de vedere legal?

4. Resurse umane

Dacă pentru desfășurarea activității aveți nevoie de personal, asigurați-vă că sunt angajați înainte de prima zi. Este bine să înceapă chiar cu câteva zile înainte de deschidere, pentru a vă asigura că sunt pregătiți și știu ce au de făcut.

Pregătiți-vă și strategia de resurse umane pentru primele șase luni. Cântăriți bine dacă aveți nevoie de angajați, de câți, unde îi veți găsi și cum îi veți recruta. Puteți de exemplu să cereți recomandări prietenilor, rudelor sau primilor angajați.

De multe ori să lucrezi cu membrii familiei este avantajos, dar această situație poate crea și multă tensiune. Înainte de a implica pe cineva din familie sau prieteni, asigurați-vă că sunteți de acord asupra tuturor detaliilor (sarcini și responsabilități, condiții și ore de lucru, salariu și termene de plată, concedii etc.).

Nu uitați că salariile și taxele sunt costuri importante pe care va trebui să le acoperiți din vânzări, așa că angajați personal doar dacă sunteți siguri că acoperiți un program de lucru normal și aveți suficiente încasări. Vă puteți gândi și la alte variante: program de lucru redus, doar în perioadele aglomerate (week-end, de exemplu, pentru anumite afaceri) etc.

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Care au fost performanțele angajaților?

Ce probleme au apărut legate de performanța lor și de ce?

Sunt motivați? Există nemulțumiri neexprimate?

5. Operațiuni

Cel mai important este să vă asigurați că puteți răspunde unei cerințe, comezi, solicitări ale clientului și îi puteți pune la dispoziție produsele sau serviciile de care are nevoie.

Înainte de a deschide porțile, revizuiți întregul proces, având grijă de ordinea operațiunilor, cine este responsabil și care este intervalul de timp pentru fiecare etapă.

Exemplu de etapizare a procesului:

1. Preluarea comenzii
2. Verificarea produselor și calității lor
3. Verificarea concordanței produselor cu comanda
4. Confirmarea primirii plății
5. Livrarea
6. Colectarea impresiilor și sugestiilor clientului

Idee:

Folosiți ideile din JURNALUL de la sfârșitul acestui Ghid, secțiunea „Procese” pentru a vă organiza detaliile.

Nu veți putea prevedea absolut totul de la început, dar pe măsură ce practicați, procesele se vor clarifica. Aveți întotdeauna în minte că procesele scurte, clare și complete sunt cele care vă asigură rapiditatea răspunsului și, indirect, satisfacția clientului.

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Unde se încurcă lucrurile, se pierde timp, apar disfuncționalități, rebuturi?

Din ce motive scade calitatea produselor sau a serviciilor?

6. Financiar

Este indispensabil să păstrați evidența zilnică a fluxului de numerar. Cu cât această activitate presupune un decalaj între cheltuieli de producție, livrare și plată, cu atât mai bine trebuie să vă planificați intrările și ieșirile de numerar, pe zile, săptămâni și luni.

De exemplu, dacă afacerea presupune producția și vânzarea unor produse de patiserie, știți cât trebuie să cheltuiți în avans pentru a le produce și livra. Puteți estima intervalul de timp de la momentul cheltuielii (ieșire din flux) până veți încasa banii pe produse (intrare în flux). Timpul în acest caz poate de fi de una sau două săptămâni, dar pentru alte afaceri poate fi de ordinul lunilor.

Trebuie să țineți cont de faptul că nu toate cheltuielile se fac în același timp. Veți avea de plătit salarii și taxe la anumite date, facturi de furnizori (apă, gaz, electricitate etc.) la alte date, la fel pentru furnizorii de materie primă pe care o cumpărați în avans. Din acest motiv, aveți nevoie de o evidență zilnică, săptămânală și lunară, pentru a ține cont de toate aceste cheltuieli. Pentru ca bilanțul să fie pozitiv, să aveți pregătiți din timp bani pentru viitoare cheltuieli și să luați măsuri din vreme în cazul în care scad încasările sau aveți cheltuieli neprevăzute.

Vi se poate părea prea mare efortul să țineți la zi aceste evidențe, dar să vă treziți fără numerar disponibil va fi și mai dificil.

Stabiliți un sistem de raportare a vânzărilor și cheltuielilor care să vă permită să aveți o idee de ansamblu asupra mersului afacerii.

Păstrați toate hârtiile în ordine pentru contabilitate: bonuri, facturi, contracte, extrase de cont etc.

La sfârșitul primelor șase luni veți avea suficiente date pentru a calcula profitabilitatea afacerii.

Sfatul expertului

Răspundeți la întrebările:

Vă controlați suficient de bine fluxul de numerar?

Cum vă situați față de estimările financiare inițiale?

Cât de bine vă încadrați în bugetul inițial?

Ce v-a afectat bugetul pozitiv sau negativ și de ce?

Care sunt previziunile actualizate?

Ce măsuri puteți lua pentru a îmbunătăți situația financiară?

Există riscuri care vă pot afecta bugetul în următoarele luni?

Continuați să vă puneți întrebarea *Ce aș putea să fac diferit, mai bine?* Cheia reușitei este o planificare adecvată și o organizare bună. Gândiți înainte și rămâneți deschiși la orice situație. Întotdeauna există o soluție.

„Orice se poate învăța. Pentru că îmi doream să fac ceva, am început să cercetez. Asta a însemnat să merg pe la conferințe de online unde să aflu câte ceva despre această zonă nouă pentru mine. (...) A început așadar un lung drum de învățare despre tot ce nu știam: piață, proiecte, oameni, oportunități, strategie, PR, buget, cashflow, TVA, management, board meetings.

S-au întâmplat toate peste noapte? Nu! Dar am început ceva, am luat totul treptat, am perseverat și nu m-am uitat niciodată înapoi. M-am uitat tot timpul înainte și mi-am pus constant întrebări: Ce aș putea să fac mai bine? Cum putem crește mai mult? Ce soluții avem? Cine ne-ar putea ajuta?”

Sergiu Biriș, Trilulilu, Zonga, LiveRail

Anexa nr. 1: Actele normative care reglementează înregistrarea și autorizarea funcționării comercianților

- Legea nr. 359/2004 privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice, asociațiilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice (M. Of. nr. 839/2004) cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 26 din 5 noiembrie 1990 privind registrul comerțului, republicată, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 49 din 4 februarie 1998);
- Legea nr. 346/2004 privind stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 681 din 29 iulie 2004);
- Normele metodologice nr. P/608-773 din 15/21 aprilie 1998 privind modul de ținere a registrelor comerțului și de efectuare a înregistrărilor, emise de Camera de Comerț și Industrie a României împreună cu Ministerul Justiției (M. Of. nr. 176 din 11 mai 1998);
- Hotărârea Guvernului nr. 991/2004 pentru stabilirea modelului cererii de înregistrare și al certificatului de înregistrare în registrul comerțului (M. Of. 590/2004);
- Hotărârea Guvernului nr. 616 din 27 iunie 2001 privind aprobarea taxelor percepute pentru publicarea în Monitorul Oficial al României, Partea a IV-a, a încheierii judecătorului delegat la înregistrarea comercianților și a actului constitutiv, vizat de judecătorul delegat (M. Of. nr. 373 din 10 iulie 2001);
- Ordonanța Guvernului nr. 92 /2003 republicată privind Codul de procedură fiscală (M. Of. nr. 313 din 27 august 1998);
- Ordinul ministrului finanțelor nr. 2116 /1998 privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 82/1998 privind înregistrarea fiscală a plătitorilor de impozite și taxe (M. Of. nr. 485 din 17 decembrie 1998)
- Hotărârea Guvernului nr. 573/2002 pentru aprobarea procedurilor de autorizare a funcționării comercianților (M. Of. nr. 414/ 2002);
- Legea nr. 307/2006 privind apărarea împotriva incendiilor, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 633 din 21 iulie 2006);
- Ordinul MAI nr. 80/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice de avizare și autorizare privind securitatea la incendiu și protecția civilă

(M. Of. nr. 326/2009);

- Ordinul MS nr. 1030/2009 privind aprobarea procedurilor de reglementare sanitară pentru proiectele de amplasare, amenajare, construire și pentru funcționarea obiectivelor ce desfășoară activități cu risc pentru starea de sănătate a populației cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 603 din 1 septembrie 2009);
- Ordinul MADR nr. 261/2003 pentru aprobarea Normei sanitare veterinare privind procedura de autorizare sanitară veterinară a unităților și de aprobare a activității de export, precum și definirea unităților supuse controlului sanitar veterinar (M. Of. nr. 302/2003);
- H.G. nr. 1076/2006 privind stabilirea procedurii de realizare a evaluării de mediu pentru planuri și programe, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 707/2004);
- Legea nr.31/1990 privind societățile comerciale, republicată, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 1066 din 17 noiembrie 2004);

Precizare

Noile reglementări prevăd simplificarea procedurii de autorizare a funcționării prin introducerea, în anumite situații expres prevăzute de lege, a *Declarației pe proprie răspundere* în condițiile extinderii activităților CAEN pentru care se aplică această procedură. Totodată, se prevede simplificarea conținutului cererii de înregistrare și autorizare, precum și reducerea cuantumurilor taxelor și tarifelor aferente înregistrării. Efectul imediat al acestor modificări, la care se adaugă trecerea la sistemul de lucru cu verificarea dosarelor, pe loc, este de reducere a timpului consumat de comerciant pentru solicitarea înregistrării și, în același timp, de reducere a termenului de eliberare a certificatului de înregistrare cu anexele aferente la mai puțin de 20 zile.

Sursa: <http://www.aippimm.ro/>, Ghidul tânărului întreprinzător

Anexa nr. 2: Facilități acordate studenților care doresc să înființeze o afacere proprie potrivit HG nr. 166/2003

Potrivit prevederilor HG nr. 166/2003, studenții care doresc să înființeze o afacere proprie beneficiază de scutiri de la plata taxelor și tarifelor după cum urmează:

- tarifele pentru serviciile de asistență prestate de oficiile registrului comerțului de pe lângă tribunale;
- taxele și tarifele pentru operațiunile de înmatriculare efectuate la oficiile registrului comerțului de pe lângă tribunale;
- taxele și tarifele pentru autorizarea funcționării solicitate comercianților la constituire;
- taxele și tarifele pentru obținerea de la administrația publică locală a autorizației de desfășurare a unor activități economice în mod independent;
- tarifele pentru publicarea, în extras, în Monitorul Oficial al României Partea a IV-a, a încheierii de înmatriculare pronunțată de judecătorul delegat la oficiul registrului comerțului de pe lângă tribunal;
- taxa de timbru pentru activitatea notarială, în cazul actelor a căror încheiere în formă autentică este obligatorie.

Nu fac obiectul facilităților fiscale prevăzute de HG nr. 166/2003:

- taxa de verificare și/sau rezervare firmă și/sau emblemă;
- taxa judiciară de timbru și de timbru judiciar.

Pentru a beneficia de aceste facilități, studentul care înființează o afacere proprie trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- să urmeze cursurile unei forme de învățământ superior la o instituție de învățământ acreditată;
- să fie cel puțin în anul II de studiu și să fi promovat toate obligațiile prevăzute de senatul universității;
- să nu fi depășit vârsta de 30 ani.

Îndeplinirea acestor condiții legale trebuie să fie atestată printr-un act doveditor emis de instituția de învățământ superior acreditată al cărei student este solicitantul.

Aceste facilități fiscale se acordă o singură dată și pentru constituirea unei singure firme, individual sau împreună cu alți studenți care îndeplinesc condițiile legale menționate mai sus.

Prin urmare, facilitățile fiscale de mai sus se acordă numai pentru constituirea unei firme, nu și în cazul dobândirii acesteia prin cesiunea părților sociale de la o altă persoană.

Întrucât dispozițiile HG. nr. 166/2003 se referă numai la instituțiile de învățământ superior acreditate, rezultă că de prevederile acestui act normativ pot beneficia doar studenții instituțiilor de învățământ superior acreditate, de stat sau particulare, indiferent dacă urmează specializări acreditate sau autorizate, de lungă sau de scurtă durată, dacă se află la studii aprofundate și de masterat, și indiferent de forma de învățământ pe care o urmează.

Având în vedere că Legea nr. 31/1990, republicată nu condiționează calitatea de administrator de deținerea calității de asociat/acționar, o societate comercială care a beneficiat la înființare de facilitățile fiscale menționate mai sus, poate numi administratori persoane care nu îndeplinesc condițiile prevăzute de HG nr. 166/2003 pentru acordarea acestor facilități.

Studenții cetățeni străini care urmează cursurile unei instituții de învățământ superior pe teritoriul României nu beneficiază de prevederile HG nr. 166/2003.

Dacă, în termen de 3 ani de la înmatricularea societății, intervine cesionarea parțială sau totală a părților sociale sau acțiunilor, societatea este obligată să restituie integral sumele pentru care s-a acordat scutirea de plată.

Pentru constituirea unei societăți comerciale într-una din formele prevăzute de Legea nr. 31/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare, puteți consulta site-ul www.onrc.rola rubricile „Formulare”, „Formalități” și „Taxe”, sau vă puteți adresa serviciului de asistență din cadrul oficiului registrului comerțului în a cărui raza teritorială doriți să stabiliți sediul societății.

Sursa: Oficiul Național al Registrului Comerțului, http://www.onrc.ro/documente/facilitati_studenti_HG166.pdf

Anexa nr. 3: Documentele necesare pentru înregistrarea în registrul comerțului, înregistrarea fiscală și autorizarea funcționării societății cu răspundere limitată – debutant (S.R.L. - D)

Condiții

- Potrivit O.U.G. nr. 6/2011 pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii debutanți în afaceri, acestea pot fi înființate de **întreprinzători cu capacitate de exercițiu deplină, care îndeplinesc următoarele condiții:**
 1. au capacitate juridică deplină de exercițiu;
 2. anterior datei înmatriculării societății în Registrul Comerțului nu au mai deținut și nu dețin calitatea de acționar sau asociat al unei întreprinderi constituite în spațiul economic european;
 3. înființează pentru prima dată o societate comercială cu răspundere limitată în condițiile Legii nr. 31/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare, privind societățile comerciale și ale prezentei ordonanțe de urgență;
 4. declară pe propria răspundere, sub sancțiunea legii penale pentru declarații mincinoase, că îndeplinesc condițiile prevăzute la lit. b, pe care o depun la Registrul Comerțului odată cu cererea de înmatriculare a societății.
- **Societatea înființată trebuie să îndeplinească următoarele condiții:**
 1. este societate comercială cu răspundere limitată (SRL), care funcționează pe durată nedeterminată, în condițiile Legii nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
 2. se încadrează în categoria microîntreprinderilor în condițiile Legii nr. 346/2004, cu modificările și completările ulterioare, privind stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii și ale prezentei ordonanțe de urgență;
 3. este înființată de un întreprinzător debutant, ca asociat unic, sau de cel mult 5 (cinci) întreprinzători debutanți asociați. Condițiile pentru întreprinzătorul debutant trebuie îndeplinite de fiecare dintre asociați;
 4. este administrată de asociatul unic sau de unul sau mai mulți

administratori dintre asociații;

5. are în obiectul de activitate cel mult 5 (cinci) grupe de activitate prevăzute de clasificarea activităților din economia națională în vigoare (CAEN Rev 2). În cele 5 (cinci) grupe de activitate nu pot fi incluse ca obiect de activitate al societății următoarele: intermediari financiare și asigurări, tranzacții imobiliare, activități de jocuri de noroc și pariuri, producție sau comercializare de armament, muniții, explozibili, tutun, alcool, substanțe aflate sub control național, plante, substanțe și preparate stupefiante și psihotrope, precum și activitățile excluse de normele europene pentru care nu se poate acorda ajutor de stat.

Activitățile interzise se încadrează în următoarele grupe și clase CAEN Rev. 2:

- a. intermediari financiare și asigurări (CAEN Rev. 2 - 641, 642, 643, 649, 651, 652, 653, 661, 662, 663);
- b. tranzacții imobiliare (CAEN Rev. 2 - 681, 682, 683);
- c. activități de jocuri de noroc și pariuri (CAEN Rev. 2 - 920);
- d. producție sau comercializare de armament, muniții, explozibili, tutun, alcool, substanțe aflate sub control național, plante, substanțe și preparate stupefiante și psihotrope (CAEN Rev. 2 - 110 (cu excepția clasei 1107), 120, 254, , 0115, 1200, 2051, 4635, 4725, 4726);
- e. activitățile excluse de normele europene pentru care nu se poate acorda ajutor de stat, conform art. 1 din Regulamentul (CE) nr. 1998/2006 privind aplicarea art. 87 și 88 din Tratatul privind ajutoarele de minimis, sunt următoarele:
 - activități de pescuit și acvacultură, acoperite de Regulamentul Consiliului (CE) nr. 104/2000 (CAEN Rev. 2 - 031, 032);
 - activități legate de producția primară a produselor agricole așa cum sunt enumerate în anexa 1 la Tratatul de instituire a Comunității Europene (CAEN Rev. 2 - 011, 012, 013, 014, 015, 016, 017);
 - ajutoarele destinate agenților economici care activează în sectorul carbonifer, așa cum este definit în Regulamentul CE nr. 1.407/2002 privind ajutorul de stat pentru industria cărbunelui (CAEN Rev.2 - 051, 052, 061, 062, 0721, 0892, 091, 099);
 - ajutoarele pentru achiziționarea vehiculelor de transport rutier de marfă acordate agenților economici care au ca obiect de activitate prestarea de servicii de transport rutier de marfă contra cost;

- f. activități de procesare și marketing ale produselor agricole listate în anexa 1 la Tratatul de instituire a Comunității Europene, în următoarele cazuri:
 - când cuantumul ajutorului este stabilit pe baza prețului sau a cantității produselor de acest tip cumpărate de la producătorii primari sau puse pe piață de operatorii economici respectivi;
 - când ajutorul este condiționat de a fi parțial sau integral cedat producătorilor primari (fermieri);
- g. activități legate de export către state terțe sau state membre, și anume: ajutoarele legate direct de cantitățile exportate, de crearea și funcționarea unei rețele de distribuție sau pentru alte cheltuieli curente legate de activitatea de export;
- h. ajutoarele destinate utilizării produselor naționale în detrimentul celor importate.

Documentele necesare pentru înregistrarea în registrul comerțului, înregistrarea fiscală și autorizarea funcționării societății cu răspundere limitată – debutant (S.R.L. - D)

Operațiuni prealabile

Cererea de verificare disponibilitate și/sau rezervare firmă (original) - *formular*, completată cu 3 denumiri - *detalii*, în ordinea preferințelor, respectiv de verificare disponibilitate și/sau rezervare emblemă - *formular*.

Înregistrare

1. Cererea de înregistrare (original) - formular;
2. Anexa 1 privind înregistrarea fiscală - formular;
3. Declarația-tip pe propria răspundere semnată de asociați sau de administratori din care să rezulte că persoana juridică îndeplinește condițiile de funcționare prevăzute de legislația specifică în domeniul sanitar, sanitar-veterinar, protecției mediului și protecției muncii pentru activitățile precizate în declarația-tip (model 2 - original);
4. Dovada verificării disponibilității și rezervării firmei (original);
5. Dacă este cazul, acordul pentru utilizarea denumirii, prevăzut de art.

- 39 din Legea nr. 26/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare (original);
6. Actul constitutiv (original) - detalii (Modele acte constitutive: SRL asociat unic, SRL mai mulți asociați);
 7. Documentul care atestă dreptul de folosință asupra spațiului cu destinație de sediu social (copie) - detalii;
 8. Cererea adresată ANAF în vederea obținerii certificatului emis de administrația financiară competentă, care certifică faptul că pentru imobilul cu destinație de sediu social nu a fost înregistrat un alt document pentru înstrăinarea dreptului de folosință asupra aceluiași imobil, cu titlu oneros sau gratuit - formular;
 9. Declarația pe propria răspundere în formă autentică privind respectarea condițiilor referitoare la sediul social, în cazul în care, din certificatul emis potrivit pct. 8, rezultă că sunt deja înregistrate la administrația financiară alte documente care atestă înstrăinarea dreptului de folosință asupra aceluiași imobil cu destinație de sediu social - detalii;
 10. Dovezile privind efectuarea vărsămintelor aporturilor subscrise de asociați la capitalul social (copii) - detalii;
 11. Actele privind proprietatea pentru aporturile în natură subscrise și vărsate la constituire; în cazul în care printre acestea se află și imobile, certificatul constatator al sarcinilor de care sunt grevate (copii certificate);
 12. Declarațiile date pe propria răspundere, după caz, de către fondatori/administratori/cenzori sau persoane fizice reprezentante ale persoanei juridice numită administrator sau cenzor, din care să rezulte că îndeplinesc condițiile legale pentru deținerea acestor calități (original) - detalii;
 13. Declarațiile date pe propria răspundere de către fondatori, din care să rezulte că, anterior datei înmatriculării societății în registrul comerțului nu a mai deținut și nu deține calitatea de acționar sau asociat în cadrul unei întreprinderi constituite în spațiul economic european (original) - formular;
 14. Actele de identitate ale fondatorilor, administratorilor, cenzorilor sau auditorilor persoane fizice (copie);
 15. Specimenele de semnătură ale reprezentanților societății (original) - detalii;
 16. Dacă este cazul:

- avizul privind schimbarea destinației imobilelor colective cu regim de locuință, prevăzut de Legea nr. 230/2007 (completat pe formular-tip, original);
- avizele prealabile prevăzute de legile speciale (copie);
- împuternicire specială (în formă autentică), avocațială sau delegație pentru persoanele desemnate să îndeplinească formalitățile legale (original).

Notă:

- *În cazul societăților cu răspundere limitată constituite cu asociat unic dacă există aporturi în natură se solicită, în prealabil, numirea de către directorul oficiului registrului comerțului de pe lângă tribunal și/sau persoana sau persoanele desemnate a unui expert pentru evaluarea acestora. Cererea se depune la oficiul registrului comerțului.*
- **Soluționarea cererii revine în competența directorului oficiului registrului comerțului de pe lângă tribunal și/sau persoanei sau persoanelor desemnate care poate/pot dispune administrarea și a altor acte doveditoare decât cele enumerate.**
- *Formularele se distribuie la sediul ORC.*
- *Cererea de înregistrare și înscrisurile prevăzute de lege, îndosariate (în dosar cu șină) și numerotate, se depun de către solicitant la ORCT direct, prin poștă, cu scrisoare cu valoare declarată și confirmare de primire sau prin mijloace electronice. Cererea transmisă în formă electronică va avea încorporată, atașată sau logic asociată semnătura electronică extinsă.*

Sursa: Oficiul Național al Registrului Comerțului, <http://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/persoane-juridice/societati-cu-raspundere-limitata-debutant-srl-d>

Citate și bibliografie

Botezatu, A. (2012). Cum stabilești fluxul de numerar al firmei. Preluat de pe www.startups.ro: <http://www.startups.ro/tutoriale/cum-stabilesti-fluxul-de-numerar-al-firmei>

Campioni în business. (2012). Studiu național – Percepțiile despre antreprenoriat și antreprenori. Preluat de pe Campioni în business: <http://www.campioniinbusiness.ro/resurse-2012.html>

CIT Restructuring. (2014). Studiu privind solvabilitatea companiilor din România. Preluat de pe <http://citrestructuring.ro>.

Coleman, A. (2014). The world's best start-up hubs: Bucharest, Romania. Preluat de pe www.virgin.com: <http://www.virgin.com/entrepreneur/the-worlds-best-start-up-hubs-bucharest-romania>

Dîrțu, M., & Roșca, A. (2014). Cei care schimbă jocul. Editura Publica.

Ernst & Young. (2012). Antreprenorii Vorbesc. Barometrul percepției asupra mediului antreprenorial. România 2012.

Fundația Post-Privatizare. (2012). Promovarea antreprenoriatului ca factor cheie pentru dezvoltarea economică.

Fundația Post-Privatizare. (2013). Raportul Fundației Post-Privatizare privind sectorul IMM din România, ediția 2013.

Gerber, M. E. (2010). The most successful small business in the world. The ten principles. John Wiley & Sons.

GPEC. (2014). Blog GPEC. Preluat de pe www.gpec.ro: <http://www.gpec.ro/blog/romanii-au-cumparat-online-produse-in-valoarea-de-600-milioane-euro-in-2013>

Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii. (2005). Ghidul tânărului întreprinzător. Preluat de pe <http://www.aippimm.ro>: http://www.aippimm.ro/articol/imm/acces_finantare/ghid_2_intreprinzator

Startups, ed. Ian Whyteling. (2009). Start your own business 2009, The Ultimate Step-by-Step Guide. Crimson.

Steffan, B. (2008). Ready to start your own business? Prepare to think and act like a successful entrepreneur. Pearson Prentice Hall Business.

Resurse utile

Guvernul României, Departamentul pentru întreprinderi mici și mijlocii, mediu de afaceri și turism: <http://www.aippimm.ro/>

Oficiul Național al Registrului Comerțului: <http://www.onrc.ro/index.php/ro/>

Programe naționale cu finanțare de la bugetul de stat:

Programul pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului la finanțare - START -

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-pentru-dezvoltarea-abilitatilor-antreprenoriale-in-randul-tinerilor-si-facilitarea-accesului-la-finantare---start--/>

Programul COMERȚ SERVICII 2014:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/comert2014/>

Programul național multianual pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul IMM – FEMEIA MANAGER:

<http://www.aippimm.ro/articol/programe/programul-femeia-manager/programul-national-multianual-pentru-dezvoltarea-culturii-antreprenoriale-in-randul-femeilor-manager-din-sectorul-imm>

Programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii tineri – TINERI DEBUTANȚI:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-tineri-debutanti/>

Programul național multianual pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului– MEȘTEȘUGURI ȘI ARTIZANAT:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/program-mestesuguri-si-artizanat/>

Programul național multianual de înființare și dezvoltare de incubatoare tehnologice și de afaceri – INCUBATOARE:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-incubatoare/>

Programul ROMANIA-HUB România țara tinerilor întreprinzători:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-romania-hub-romania-tara-tinerilor-intreprinzatori-/>

Programul EMPRETEC pentru sprijinirea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii:

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-empretec/>

Fundații și asociații :

Asociația Națională a Antreprenorilor www.anaa.ro

Fundația Post-Privatizare: <http://www.postprivatizare.ro/romana/>

Resurse pentru start-up-uri:

Startups în Austria și CEE: <http://inventures.eu>

AKCEES <http://akcees.com/>

The Lean Startup <http://theleanstartup.com/>

Virgin Startup: <http://www.virginstartup.org>

Google for entrepreneurs: <https://www.googleforentrepreneurs.com>

JURNAL

Antreprenor:

Idei de afaceri și resurse

Produs/servicii	Categorie clienți	Nevoia clientului pe care o adresează
Descriere sumară	Sugari, copii, adolescenți, adulți, vârstici, femei etc.	Descrie cărei nevoi a clientului îi este adresat produsul/serviciul și în ce fel.

Listă de acțiuni pentru înființarea afacerii

Acțiune	Modalitate de rezolvare	Termen limită
Descrierea acțiunii	Cum veți rezolva? Cine vă poate ajuta?	Zi/lună/an

Parteneri și resurse externe

Tipul partenerului	Nume, date de contact	Oportunitate potențială
<i>Exemplu: Membru Asociația Națională a Antreprenorilor</i>	...	<i>Cunoaște principalii furnizori. Deține informații despre prețuri.</i>

Obiective și plan de acțiune

Viziune și obiective generale:

Plan de acțiune specific (lunar/săptămânal)

	Obiectiv	Acțiune	Data limită	Resurse necesare
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Strategia de marketing

Numele produsului și piața țintă	Produs	Preț	Distribuție	Promovare
<i>Scurtă descriere a produsului și a pieței</i>	<i>Specificațiile produsului în detaliu</i>	<i>Preț de vânzare și strategie de preț</i>	<i>Unde îl veți distribui în funcție de piață și clienții pe care îi vizați</i>	<i>Unde veți găsi clienții vizați și cum vă veți adresa lor</i>

Vizitați site-ul de Internet
și pagina de Facebook a proiectului:

www.serviciipentruocupare.ro
www.facebook.com/serviciipentruocupare



Unde ne găsiți?

Beneficiarul proiectului:

BPI group 

romania@bpi-group.com
www.bpi-group.ro

Parteneri:



www.provocatie.ro



www.primaria-murfatlar.ro



www.primariajidvei.ro



www.cella-invest.ro

Titlul programului: Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Titlul proiectului: Împreună spre succes! Șanse mai bune de ocupare în regiunea ta.
Editorul materialului: SC BPI Management Consulting Romania SRL
Data publicării: noiembrie 2014
Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.