

# EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ

## **-SUPPORT DE CURS-**

Clasele: a X-a LICEU și a XI-a Școala profesională

An școlar 2020-2021, Semestrul I

**PROF. CALANCE MĂDĂLINA**

## METAFORA COPACULUI



Copac = afacere

Semințe = idei

Apă/ ploaie = bani/vânzări (clienți)

Ramuri = activități

Rădăcini = antreprenori, capital, resurse

Secetă / uscare/ îngălbenire = eșec

Flori = marketing

Fructe = produse

Sol (pământ) = piața

## II. INIȚIEREA ȘI DEZVOLTAREA UNEI AFACERI

### 2.1 Întocmirea PLANULUI DE AFACERI

Între calitățile și competențele întreprinzătorului am identificat, în lecțiile trecute, abilitățile manageriale. Managerul planifică. Ce înseamnă a planifica? A organiza o activitate după o anumită schemă, conform unui anumit plan. Si voi aveți competențe organizatorice, pe care le probați în viața de zi cu zi. Puteți planifica o vacanță, o petrecere sau o sesiune de studiu. A planifica înseamnă a exprima, într-o succesiune de etape, ceea ce ne propunem, în funcție de anumite condiții și în funcție de anumite resurse de care dispunem pentru a ajunge rezultatul dorit.

Planul este o proiecție a viitorului. El ne ajută să ajungem de la situația sau condiția actuală la ceva ce ne dorim. Orice individ rațional, atunci când întreprinde o activitate, are un plan. Inginerul constructor are nevoie de o schiță sau de proiectul de construcție al clădirii, șoferul are nevoie de harta rutieră, bucătarul are nevoie de o rețetă care să îl ghideze către rezultatul final.

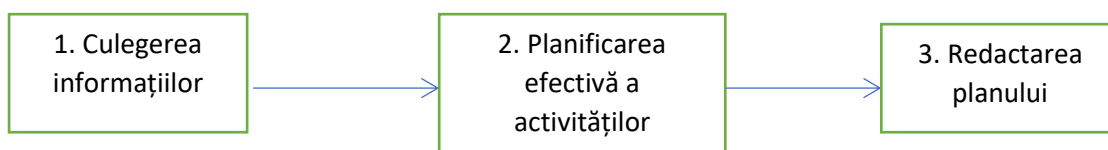
#### Definiție

**Planul de afaceri** = un document, un instrument de lucru ce conține detalii importante despre: afacere, firmă, produsele/serviciile comercializate, resursele utilizate, managementul firmei, elementele de marketing, situația economico-financiară a firmei.

#### Rol:

- planificare
- management
- comunicare (pentru finanțatori sau partenerii de afaceri)

Întocmirea planului de afaceri cuprinde 3 etape:



#### TEMA nr.1

1. Rezolvă exercițiile: I, II, III din manual!
2. Identifică cel puțin două idei de afacere în domeniul/specializarea clasei tale!

## 2.2 Conținutul planului de afaceri

### A. Sinteza planului de afaceri

- Deși apare în introducere, se redactează la finalul întocmirii planului de afaceri

### B. Prezentarea societății comerciale/firmei

- denumirea firmei și data înființării
- forma juridică de constituire

**Forme de constituire:** SRL, S.A, S.N.C, S.C.S, S.C.A (vezi pagina 27 din manual)

**Număr de înregistrare:** exemplul PALAS IAȘI: J22/2680/2007

Numărul de înregistrare la REGISTRUL COMERȚULUI conține:

- indicativul "J" pentru persoanele juridice;
- indicativul "F" pentru persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale
- indicativul "C" pentru societățile cooperative, codul numeric specific județului (de la numărul 1 la 40, precum și 51 și 52, de exemplu: 22 pentru Iași, 08 pentru Brașov, 12 pentru Cluj, 13 pentru Constanța, 40 pentru București) în care se află situat sediul social/profesional al firmei respective
- un număr de ordine (pentru fiecare an numărătoarea începe de la numărul 1)
- anul în care a fost înmatriculată firma.

**Codul de identificare fiscală – CIF** este ca un CNP , adică un cod unic de identificare a unui comerciant, exemplu: 43237997.

**Capitalul social** este definit ca suma tuturor aporturilor efectuate de asociați în vederea constituirii și funcționării unei societăți comerciale.

### Societățile pot avea capital:

- de stat (Romgaz, Transgaz, Compania Națională de Autostrăzi și Drumuri Naționale, - CNADNR, Transelectrica, CFR, Tarom, Poșta Română, Aeroporturi București, Imprimeria Națională, Administrația Porturilor Maritime Constanța)
- privat (Rompetrol, Dacia, Mobexpert, RCS\_RDS, ARABESQUE, DEDEMAN)
- mixt (stat+privat)

**Obiectul de activitate:** producție, servicii, comerț, construcții agricultură, educație, etc.

**Codul CAEN** ( clasificarea activităților din economia națională) este un nomenclator cu toate tipurile de activități economice. De pildă:

**CODURI CAEN** SECTIUNI Q CA

A - Agricultură, silvicultură și pescuit

01 - Agricultură, vânătoare și servicii anexe

011 - Cultivarea plantelor nepermanente

0111 - Cultivarea cerealelor (exclusiv orez), plantelor leguminoase și a plantelor producătoare de semințe oleaginoase

0112 - Cultivarea orezului

0113 - Cultivarea legumelor și a pepenilor, a rădăcinoaselor și tuberculilor

0114 - Cultivarea trestiei de zahăr

0115 - Cultivarea tutunului

## C. DESCRIEREA AFACERII

### Scop-misiune- obiective

Scopul reprezintă rațiunea de a fi a firmei. Misiunea se întemeiază pe valorile firmei: excelență în deservirea clienților, creativitatea, integritatea, cinstea, responsabilitatea socială. Obiectivele reprezintă rezultate intermediare ce conduc la atingerea scopului.

### CUM FORMULĂM UN OBIECTIV?

Pornim de la SCOP sau obiectivul fundamental (țintă, țel), căruia îi sunt subsumate mai multe obiective (pași intermediari efectuați spre atingerea scopului):

- Obiectiv 1 (rezultat așteptat)
- Obiectiv 2
- Obiectiv 3
- .....
- .....

STRATEGIE= maniera în care acționăm spre atingerea scopului / cea mai bună cale de urmat, având în vedere obiectivele stabilite și resursele întreprinzătorului sau resursele firmei.

! OBIECTIVUL trebuie să respecte regulile acronimului SMART:

S- Specific (concret)

M- Măsurabil

A- Posibil de atins

R- Realist, realizabil

T- Încadrat/delimitat în timp

*Obiectiv: să îmi măresc media la MATEMATICĂ, de la 5 la 7, studiind 2 ore pe săptămână, începând de la 24.11.2020 și până la 15.01.2021 și remarcându-mă la ore prin ieșitul la tablă și formularea răspunsurilor corecte.*

## D. DESCRIEREA AMĂNUNȚITĂ A PRODUSELOR/SERVICIILOR OFERITE

## E. DEFINIREA PIEȚEI

## F. ORGANIZAREA FIRMEI ȘI MANAGEMENTUL ACESTEIA

## G. SITUAȚIA ECONOMICO – FINANCIARĂ A SOCIETĂȚII

## PLAN DE AFACERI

(model orientativ)

Cuprinsul

### Partea I: DESCRIEREA AFACERII

- ◆ **produsul** - descrierea bunului sau serviciului pe care îl va oferi firma, cu accent pe beneficiile consumatorului;
- ◆ **poziția pe piață** - numărul competitorilor (firme care oferă același bun sau serviciu), care sunt avantajele față de competitori;
- ◆ **șansele de dezvoltare** - care sunt perspectivele afacerii, ținând cont de evoluțiile previzibile ale pieței;
- ◆ **obiectivele** - ce își propune să realizeze firma, în cât timp și cu ce instrumente va fi măsurată atingerea obiectivelor.

### Partea a II-a: PLANUL DE MARKETING

- ◆ **piața-țintă** - cine sunt clienții actuali (dacă există) și potențiali, care sunt tendințele cantitative și structurale ale pieței;
- ◆ **strategiile de marketing** - cum se va realiza organizarea vânzărilor, ce strategii în domeniul produsului, prețului, distribuției vor fi utilizate;
- ◆ **strategiile de promovare a produsului** - ce strategii de promovare a produsului, de reclamă și publicitate vor fi aplicate.

### Partea a III-a: PLANUL DE PRODUCȚIE

- ◆ **furnizorii** - număr, care sunt dificultățile sau avantajele de acces, ce fel de contracte vor fi încheiate;
- ◆ **licențele de fabricație** necesare și alte reglementări - cum vor fi ele obținute, respectiv implementate;
- ◆ **organizarea producției** - care sunt compartimentele, responsabilitățile specifice, posturile de lucru necesare (calificări specifice și necesarul de lucrători), cum se derulează procesele și fluxurile de fabricație;
- ◆ **echipamente și tehnologii** - ce capacități de producție și dotări specifice sunt necesare.

### Partea a IV-a: PLANUL DE MANAGEMENT

- ◆ **organizarea firmei** - care este structura generală a firmei, ce formă juridică are firma, ce organigramă și responsabilități specifice revin fiecărui departament, cum se asigură fluxurile informaționale și de control;
- ◆ **conducerea firmei** - cine o exercită și cum;
- ◆ **managementul resurselor umane** - care sunt prevederile legale referitoare la raporturile de muncă dintre angajator și angajați, formele de retribuire a lucrătorilor, măsurile de protecție a muncii și de pregătire profesională continuă ce vor fi aplicate.



### Partea a V-a: PLANUL FINANCIAR

- ◆ **veniturile estimate** - de unde vor proveni;
- ◆ **costurile estimate** - cum se va realiza controlul și reducerea lor permanentă;
- ◆ **fluxul de lichidități** - cum se va asigura continuitatea fluxurilor de încasări de cheltuieli ale firmei;
- ◆ **alternative de finanțare** - care sunt sursele posibile de finanțare a activității și cum vor fi ele mobilizate.

## TEMA nr. 2:

1. Formulează un obiectiv care să conducă la îndeplinirea următorului scop: consolidarea imunității organismului
2. Cum ai denumi o firmă din Iași ce are ca obiect de activitate producerea și comercializarea măștilor de protecție?

## 2.3. CONDIȚII LEGISLATIVE ALE ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE

Următorii pași trebuie avuți în vedere la **înființarea unei societăți**:

1. rezervarea numelui firmei care trebuie să fie unic;
2. deschiderea unui cont bancar și depunerea capitalului social al firmei;
3. alegerea obiectului de activitate al societății din nomenclatorul Codurilor CAEN;
4. alegerea și contractarea sediului social;
5. pregătirea actului constitutiv ale firmei sau al cererii de înființarea a PFA-ului sau Întreprinderii Individuale;
6. depunerea actelor în vederea înregistrării la Registrul Comerțului și obținerea Certificatului de Înmatriculare;
7. înregistrarea în scopuri fiscale și de TVA\* și obținerea licențelor și autorizațiilor de funcționare

\*TVA= Taxa pe Valoare Adăugată, este o taxă pe consum ce se aplică procentual pentru fiecare produs comercializat în țară, din faza de producție și până la consumatorul final. Fiecare vânzător impozitează cumpărătorului TVA, pe care o restituie bugetului de stat. Cota standard a TVA-ului în România este 19%. Exemplu: o pâine are prețul inițial de 1,6 lei, TVA 19%= 0,3 lei, prețul final cu TVA= 1,6+0,3 = 1,9 lei)

**ACTUL CONSTITUTIV= acordul de voință al asociaților sau acționarilor realizat cu scopul de a da naștere, a modifica, a transmite sau a stinge drepturi și obligații ce decurg din exercitarea obiectului de activitatea al societății comerciale (vezi p.30 din manual).**

### TIPURI DE FIRME ÎN ROMÂNIA:

Cele mai cunoscute tipuri de firme din România sunt:

- PFA – Persoană fizică autorizată
- II – Întreprindere individuală
- IF – Întreprindere familială
- SRL – Societate cu răspundere limitată
- SRL-D – Societate cu răspundere limitată – debutant
- SA – Societate pe acțiuni
- ONG, Asociații și Fundații – organizații non-profit

**CODUL MUNCII** – este legea care reglementează totalitatea **RAPORTURILOR DE MUNCĂ** în România. Atât pentru angajator cât și pentru angajat este obligatorie respectarea prevederilor legale privind: **contractul de muncă, sănătatea și securitatea în muncă, timpul de muncă și timpul de odihnă, salarizarea, formarea profesională** ș.a.(vezi p. 36-37 din manual).

### TEMA nr. 3

1. Citește din manual, de la pagina 27, despre principalele tipuri de societăți comerciale!
2. Numește instituția căreia trebuie să te adresezi atunci când dorești să deschizi o firmă.
3. Ce înseamnă TVA? Calculează prețul cu TVA pentru Șamponul X cu preț inițial de 10 lei!

## 2.4 Instrumente necesare studierii pieței

**PIAȚA= LOCUL ÎN CARE SE ÎNTÂLNESC CEREREA ȘI OFERTA sau CUMPĂRĂTORII ȘI VÂNZĂTORII. În cadrul pieței se desfășoară schimburile (vânzarea-cumpărarea).**

Întotdeauna un antreprenor de succes nu va încerca să vândă ce a produs, ci va produce ceea ce poate vinde! Întotdeauna produsele/serviciile destinate vânzării se adresează satisfacerii nevoilor sau dorințelor consumatorilor.

Fiecare produs/serviciu este destinat unui anumit grup de clienți (piața-țintă). Colectarea și analizarea informațiilor necesare deciziei antreprenorului în inițierea și dezvoltarea afacerii se fac prin intermediul **STUDIULUI DE PIAȚĂ**. Acesta oferă informații relevante cu privire la: dimensiunea pieței-țintă, factorii ce influențează decizia de cumpărare, amplasarea ideală a afacerii, venitul consumatorilor ș.a.

Metodele de cercetare a pieței pot fi grupate în două categorii:

1. **Metode primare** (informații direct de la sursă despre obiceiurile, opiniile, preferințele consumatorilor). Exemplu: CHESTIONARUL (vezi pagina 41 din manual), interviul, focus-grupul, observarea directă ș.a.
2. **Metode secundare** (informații ce provin din alte cercetări de piață). Exemplu: biblioteci, cărți și publicații de afaceri, ziare și reviste, buletine și materiale informative ale băncilor, camerelor de comerț, rapoarte statistice etc.

### MIXUL DE MARKETING

market

noun [ C ]

UK  /'mɑː.kɪt/ US  /'mɑːr.kɪt/

**market** noun [ C ] (BUYING AND SELLING)

**Marketing** = termen de origine anglo-saxonă ce se referă la **piață**, la acțiunile de vânzare și cumpărare (Super**market**- locul în care se vând și se cumpără multe mărfuri 😊).

**Marketingul** este o știință a vânzărilor și cuprinde o multitudine de instrumente, metode și strategii ce se aplică în vederea **atragerii + convingerii + satisfacerii clienților.**

**MIXUL de MARKETING** cuprinde o serie de acțiuni ale firmei în vederea promovării imaginii/brand-ului/produsului pe PIAȚĂ. Cuprinde cei **4 P**:

1. Prețul = valoarea monetară a produsului
2. Produsul = bunul sau serviciul destinat vânzării
3. Promovarea = eforturile prin care se face cunoscut produsul
4. Plasarea = punctele de vânzare



### Exemplu: Dezinfectantul X

1. **Preț:** 10 lei
2. **Produs:** Soluție dezinfectantă (80 ml) cu alcool pentru o igienă a mâinilor fără apă. Are o consistență ușoară și se usucă imediat pe piele, lăsând-o catifelată. Recipientul poate fi purtat în geantă, rucsac, mașină etc. Are parfum de .... etc.
3. **Promovare:** reclamă TV, mostre gratuite
4. **Plasare:** supermarketuri, farmacii



### TEMA nr. 4

1. Citește din manual: prospectarea pieței, analiza pieței, urmărirea pieței, prognoza pieței (pagina 40).
2. Ilustrează mixul de marketing cei 4 P în cadrul unui exemplu real sau imaginar de produs/serviciu care poate fi achiziționat de consumatorii români.

## 2.5 Resursele necesare derulării unei afaceri

Principalele tipuri de resurse utilizate de antreprenor: financiare, materiale, umane, informaționale.

1. **RESURSE FINANCIARE** = disponibilitățile bănești necesare pentru inițierea și desfășurarea afacerii.

Principalele forme de finanțare a afacerii sunt:

- Finanțarea bancară
- Finanțarea bugetară (de la stat)
- Finanțarea externă (fonduri europene)
- Autofinanțarea (resurse proprii)

În cazul împrumuturilor nerambursabile antreprenorul trebuie să achite atât suma împrumutată cât și DOBÂNDA (suma de bani plătită de către debitor creditorului pentru dreptul de a dispune pentru o anumită perioadă de suma împrumutată)

Formula dobânzii simple (pentru credite cu rambursare până într-un an):

$$D=C \cdot d' \cdot n^*$$

$$\text{Dobândă} = \text{CREDIT} \cdot \text{rata dobânzii} \cdot \text{perioada}$$

\* pentru luni:  $n$  devine  $\frac{n \text{ (număr luni)}}{12}$ ; pentru zile:  $n$  devine  $\frac{n \text{ (număr zile)}}{360}$

**Exemplu: pentru un Credit de 20 000 de euro, la o rată a dobânzii de 5%, cu rambursare într-un an de zile:**

$$D= 20\ 000 \cdot 5\% \cdot 1= 1000 \text{ euro}$$

$$\text{Suma finală rambursată: } S_n= C + D= 20\ 000 + 1000= 21\ 000 \text{ euro}$$

2. **RESURSE MATERIALE (capitalul)**= bunurile produse prin muncă și utilizate pentru producerea altor bunuri și/sau servicii destinate vânzării.

**FACTORUL de producție CAPITAL se împarte în două categorii:**

- 1) **Capitalul fix:** clădiri, mașini, utilaje (utilizate în mai multe cicluri de producție, consumate treptat și înlocuite în timp);
- 2) **Capitalul circulant:** materii prime, materiale, energie pentru producție ( se consumă în cadrul unui singur ciclu de producție și se înlocuiesc imediat, de pildă făina folosită pentru producerea pâinii).

### 3. RESURSE UMANE = personalul/angajații întreprinderii

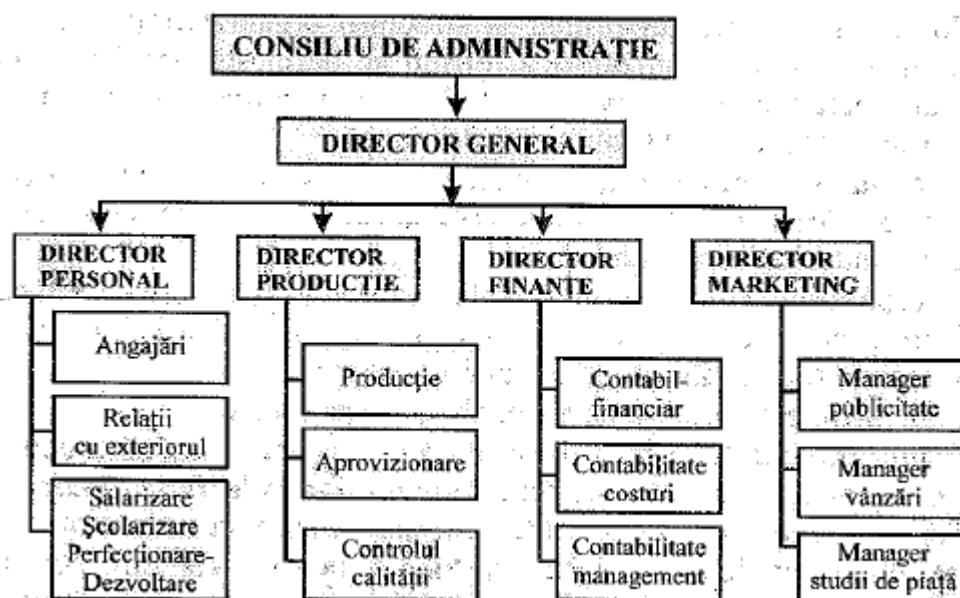
#### CATEGORII:

- Personal cu funcții de conducere (conducerea întreprinderii (director, manager), șefi de compartimente/departamente/servicii/birouri/secții etc.)
- Personal cu funcții de execuție (economisti, ingineri, maiștri)
- Personal operativ (vânzători, reprezentanți vânzări, comunicare/secretariat)
- Muncitori (calificați/necalificați; direct productivi/indirect productivi)

**Productivitatea MUNCII** ( $W_L$ ) = volumul de producție (Q) realizat cu ajutorul factorului de producție muncă (L).

$$W_L = \frac{Q}{L}, \text{ deci numărul de muncitori necesar } L = \frac{Q}{W_L}$$

Structura de organizare a resurselor umane se găsește în **ORGANIGRAMA FIRMEI:**



Vezi în manual, pagina 53!

Personalul firmei este încadrat în urma proceselor de **RECRUTARE** și **SELECȚIE!**

Selecția candidaților pentru un anumit post se face în baza CV-ului, scrisorii de intenție și a **INTERVIULUI de angajare**. Obținerea unor anumite posturi implică și susținerea de teste/probe practice.



## CV (MODEL simplificat)

### Date personale:

Nume

Data nașterii

Domiciliu

E-mail

Telefon

### Domeniul ocupațional/ Postul vizat:

#### Experiență profesională

=

=

#### Educație și formare (experiența educațională)

≡

≡

#### Competențe lingvistice:

≡

#### Competențe și abilități sociale:

≡

#### Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului:

≡

#### Competențe și aptitudini artistice:

≡

#### Alte diplome, certificate, calificări:

≡

#### Informații suplimentare:

- 4. RESURSE INFORMAȚIONALE** – reprezintă o categorie vitală de resurse: inovația, competențele antreprenoriale, cunoștințele specifice domeniului (know-how); tehnologii de fabricație, procesul de organizare și de conducere a întreprinderii, tehnologia informației și comunicării. **Knowledge is power!**

#### TEMA nr.5

1. Calculează dobânda pentru un credit de 20 000 lei solicitat pe o perioadă de 6 luni, la o rată a dobânzii de 10%.
2. Subliniază elementele de capital circulant utilizate într-o fabrică de pâine: făina, uleiul, cuptorul, clădirea, angajații, curentul electric, gazul metan, sarea, masa de lucru, malaxorul.
3. Realizează CV-ul personal după modelul sugerat anterior!