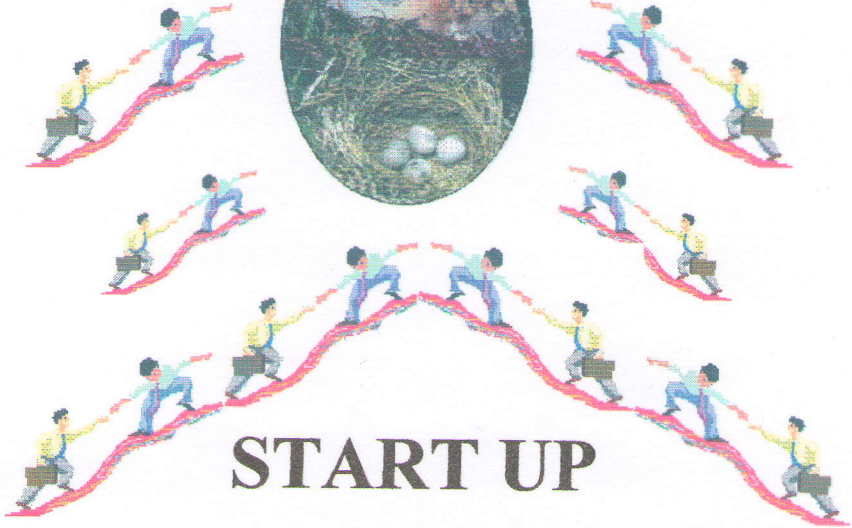


Vasile AVĂDĂNEI
Cornelica STÎNGU
Elena IANCU



START UP

**Cum se începe și se
dezvoltă o afacere**

Manual pentru tineri



Editura NONA
- 2009 -

dr. ing. Vasile AVĂDĂNEI
ing. Cornelia STÎNGU
ing. Elena IANCU

START UP

Cum se începe și se dezvoltă o afacere

Manual pentru tineri

Editura NONA

- 2009 -

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
AVĂDĂNEI, VASILE

Start up: cum se începe și se dezvoltă o afacere:
manual pentru tineri / Vasile Avădănei, Cornelia

Stîngu, Elena Iancu – Piatra Neamț:

Editura Nona, 2009-11-16

ISBN 978-973-7979-67-4

I. Stîngu Cornelia

II. Iancu Elena

Cuvânt înainte

Motto:

Noi nu avem soluții pentru afacerile dumneavoastră, ci vă învățăm cum să le descoperiți

Lucrarea „START UP – cum se începe și se dezvoltă o afacere” are la bază experiența autorilor în relația cu mediul de afaceri din județul Neamț. Aceasta s-a desfășurat în două planuri foarte apropiate. În anul 2003 s-a derulat un proiect finanțat prin programul PHARE RICOP MAO (Măsurile Active pentru Ocupare) în care s-a înființat și a început să funcționeze un incubator de afaceri, care nu a ajuns la un nivel ridicat de performanță din mai multe cauze obiective și subiective.

Al doilea element de plecare este dat de constituirea în 2005 a structurii teritoriale a autorității naționale pentru întreprinderi mici și mijlocii (care uneori a fost minister, alteori agenție) și funcționarea la Piatra Neamț a unui Centru de Informare, Asistență și Instruire.

Autorii au desfășurat și desfășoară activități în cadrul celor două entități și au acumulat o importantă experiență în legătură cu fenomenul antreprenorial din județul Neamț și implicit din România, interacțiunea cu mentalități, așteptări, performanțe.

Am considerat că a venit momentul elaborării unei astfel de lucrări care să vină în ajutorul tinerilor întreprinzători.

La nivel național spiritul antreprenorial nu este dezvoltat, numărul de întreprinzători la 1.000 locuitori fiind foarte mic în raport cu media Uniunii Europene (26). Nici județul Neamț nu stă mai bine; abia s-a depășit pragul de 20 întreprinzători la 1.000 locuitori.

Tânăra generație este foarte expusă în ceea ce privește găsirea unui loc de muncă după terminarea perioadei școlare. În general patronii manifestă interes redus la solicitările de angajare a tinerilor invocând lipsa de experiență, ceea ce nu e departe de adevăr. Pe de altă parte, programele educaționale, într-o tranziție continuă și incoerentă, nu au reușit să se adapteze pentru a asigura cunoștințele necesare ocupării unui loc de muncă. Bineînțeles, există și excepții, mulți tineri absolvenți de învățământ mediu sau superior sunt la mare căutare mai ales de patronii care derulează afaceri *high tech*, dar meritul dobândirii abilităților este mai mult al lor decât al școlii.

Cei mai expuși sunt tinerii din mediul rural care nu au acces la informații și nu au „motorul” care să le proiecteze un scenariu optimist și coerent în ceea ce privește viitorul lor profesional.

În plus, apare tentația plecării la lucru în străinătate care atrage mulți tineri și creează mari dezechilibre sociale și economice locale.

În ceea ce privește spiritul antreprenorial, școala oferă prea puține elemente care ar putea să îndemne tinerii să ia în considerare această opțiune profesională ca alternativă de ocupare.

Ne bucurăm să începem în toamna anului 2009 un demers pe care îl considerăm așteptat în școli pentru promovarea spiritului antreprenorial în rândul tinerilor. Direcția Județeană pentru Tineret Neamț și Inspectoratul Școlar al Județului Neamț au răspuns propunerilor noastre de a crea un program de contactare a tinerilor, la început pentru evaluarea profilului antreprenorial și apoi prin organizarea de seminarii în care tinerii să afle mai multe despre statutul de întreprinzător și să participe la o serie de exerciții practice. La acest din urmă demers s-a alăturat un important catalizator, Asociația de Inițiativă Locală 2002 Roman, care a obținut o finanțare pe un

proiect deus la Ministerul Tineretului și Sportului. Acest proiect, „*Eu, întreprinzătorul*” se derulează în câteva licee și școli de arte și meserii din județul Neamț. În cadrul acestei finanțări s-au alocat resursele editării prezentei lucrări, pe care o considerăm ca un abecedar util tinerilor care doresc să devină întreprinzători.

Lucrarea este structurată astfel:

- primul capitol descrie profilul antreprenorial și atributele pe care trebuie să le aibă o persoană de vârstă activă pentru a deveni întreprinzător;
- următorul capitol se referă la modul în care trebuie abordată o idee de afaceri pentru a putea fi pusă în practică;
- odată ideea de afaceri cristalizată, ea trebuie planificată, trebuie create scenariile pentru ca efectul activităților desfășurate să fie pozitiv și stabil pe durată mare;
- abia după ce s-au stabilit elementele operative se poate înființa legal firma cu toate avizele și autorizațiile necesare
- organizarea funcționării firmei presupune dezvoltarea următoarelor compartimente: management, financiar - contabil, marketing pentru care sunt rezervate capitole separate în lucrare.
- la început de drum o firmă ar trebui să primească asistență tehnică și financiară și sunt prezentate formele de sprijin tehnic și financiar în vigoare
- în capitolul final se trec în revistă câteva idei de afaceri

Lucrarea se adresează tinerilor întreprinzători care optează pentru gestul, deocamdată încă, temerar de a începe și dezvolta o afacere. Este adevărat că marii oameni de afaceri nu au studii de specialitate, dar pentru a desfășura o activitate generatoare de venituri este necesar să ai un minimum de cunoștințe. Considerăm că ceea ce vor găsi cititorii în cadrul acestei lucrări în va determina să încerce să dezvolte activități în care să

aplice aceste cunoștințe fie că e vorba de o mică fermă agricolă, fie că este vorba de o afacere cu calculatoare.

Acesta este doar începutul, deoarece dezvoltarea afacerii necesită cunoștințe mai laborioase, instrumente mai sofisticate și, mai ales, depășirea unor bariere de mentalitate și ... curaj, mult curaj.

Sperăm că vom reuși să trezim interesul cititorilor și vom colabora într-un viitor apropiat la proiecte de afaceri spectaculoase.

Pentru cei sceptici și neinteresați de propunerea noastră încheiem cu un alt motto:

Când învățăm să mergem cădem de multe ori și nu ne lăsăm; când învățăm să înotăm înghițim multă multă apă; oare de ce avem pretenția ca o afacere să ne reușească din prima încercare ?

Cuprins

- 1. Profilul întreprinzătorului, 11**
 - 1.1. Spiritul antreprenorial, 11
 - 1.2. Aptitudini antreprenoriale, 13
 - 1.3. Atitudinea întreprinzătorului, 19
 - 1.4. Întreprinzătorul și piramida nevoilor, 24
- 2. Inițierea unei afaceri, 25**
 - 2.1. Construirea ideii de afacere, 25
 - 2.1.1. Ideea de afacere, 25
 - 2.1.2. Cum se identifică o oportunitate, 28
 - 2.1.3. Unde se caută oportunitățile ?, 31
 - 2.2. Ciclul de viață al unei afaceri, 32
 - 2.3. Contextul intern al unei afaceri, 36
 - 2.4. Contextul extern al unei afaceri, 38
- 3. Cadrul legal al unei afaceri, 41**
 - 3.1. Legislația românească de afaceri, 41
 - 3.2. Documentele înființării firmei, 44
 - 3.3. Etape la înființarea unei firme, 49
 - 3.4. Despre Întreprinderi Mici și Mijlocii, 52
- 4. Cum se planifică o afacere, 53**
 - 4.1. De ce? și Cum? , 53
 - 4.2. Strategia firmei, 56
 - 4.3. Planul de afaceri, 61
 - 4.4. Analiza de risc, 63
 - 4.5. Organizarea afacerii, 65
- 5. Managementul afacerii, 67**
 - 5.1. Conducerea afacerii, 67

-
- 5.2. Relațiile în interiorul firmei, 74
 - 5.3. Relații cu exteriorul firmei, 76
 - 5.3.1. Relația cu mediul concurențial, 76
 - 5.3.2. Relația cu furnizorii, 81
 - 5.3.3. Relația cu clienții, 82
 - 5.3.4. Relații publice, 84
 - 5.4. Relația cu statul, 85
 - 5.5. Relația cu băncile, 86
 - 5.6. Parteneriate în afaceri, 87
 - 5.6.1. Factorii interesați, 87
 - 5.6.2. Parteneri financiari, 88
 - 5.6.3. Parteneri tehnologici, 89
 - 5.7. Relația cu mediul înconjurător, 89
 - 5.8. Resurse umane, relații inter-umane, 90
 - 5.9. Procesul decizional, 92
 - 6. Planificarea financiară, 95**
 - 6.1. Conceptul de management financiar, 95
 - 6.2. Compartimentul financiar – contabil al unei firme, 98
 - 6.3. Mecanisme și fluxuri, 99
 - 6.4. Planul de conturi, 100
 - 6.5. Balanța de verificare, 107
 - 6.6. Bilanțul contabil - contul de profit și pierdere, 108
 - 6.7. Investiții, 108
 - 6.8. Accesarea surselor de finanțare, 110
 - 7. Marketingul afacerii, 113**
 - 7.1. Definirea politicilor și strategiilor de marketing, 113
 - 7.2. Mix-ul de marketing, 117
 - 7.2.1. Conceptul de marketing - mix, 117
 - 7.2.2. Elaborarea mix-ului de marketing, 120
 - 7.3. Portofoliul de produse / portofoliul de clienți, 124

7.4. Negocierea în afaceri, 128

8. *Forme de sprijin a unei afaceri*, 133

8.1. Consultanță, 133

8.2. Asistență, 134

8.3. Finanțare nerambursabilă, 134

9. *Alte tipuri de afaceri*, 141

9.1. Franciza, 141

9.2. Multi level marketing, 143

9.3. Asigurări, 146

***Concluzii*, 149**

***Bibliografie*, 151**