

PRIMI PASI ÎN AFACERI

SOFIA ȘULEANSCHI
VALENTINA VEVERIȚĂ

GHID
PENTRU
ANTREPRENORII
ÎNCEPĂTORI



Chișinău 2009

Această publicație a fost elaborată în cadrul proiectului Aeneas "Dincolo de reducerea sărăciei: Elaborarea unui cadru legislativ, regulator și instituțional pentru canalizarea remitențelor spre activități antreprenoriale în Moldova". Acest proiect a fost implementat de Organizația Internațională a Muncii și Organizația Internațională pentru Migrație cu sprijinul financiar al Comisiei Europene și Ministerul Afacerilor Externe al Italiei.

Copyright © Organizația Internațională a Muncii 2008
Prima ediție, 2009

Publicațiile Biroului Internațional al Muncii se bucură de copyright în cadrul Protocolului 2 al Convenției Universale de Copyright. Totuși, fragmente scurte pot fi reproduse fără autorizare cu condiția să se indice sursa. Pentru drepturi de reproducere sau traducere trebuie să se facă cerere la Biroul de Publicații (Drepturi și permise), Biroul Internațional al Muncii, CH-1211 Geneva 22, Elveția, sau pe email: pubdroit@ilo.org
Biroul Internațional al Muncii salută astfel de cereri.

Librăriile, instituțiile și alți utilizatori cu drepturi legale de reproducere pot face copii conform licenței obținute în acest scop. Vizitați www.ifro.org pentru a identifica organizațiile cu drept de reproducere în dv.

Ghid pentru antreprenorii începători - un manual pentru persoanele care-și doresc inițierea și derularea unei afaceri

Autori: Sofia Șuleanschi, Valentina Veverița
Editor: Georgeta Mincu, Redactor: Loretta Handrabura

ISBN: 978-92-2-822366-8 (web)

guide / entrepreneurship / enterprise creation / business development service
03.04.5

Denumirile utilizate în publicațiile BIM, care sunt în conformitate cu practicile Națiunilor Unite, precum și prezentarea materialului care figurează aici nu implică exprimarea unei opinii, de orice fel, de către Biroul Internațional al Muncii, cu privire la statutul juridic al unei țări, zone sau teritoriu, ori a autorităților acestora, ori cu privire la delimitarea frontierelor acestora.

Responsabilitatea pentru exprimarea opiniilor în articolele, studiile sau alte contribuții semnate aparține în totalitate autorilor, iar publicarea lor nu include și aprobarea opiniilor exprimate în acestea de către Biroul Internațional al Muncii.

Referințele la numele diverselor companii sau produse și procese comerciale nu implică și aprobarea acestora de către Biroul Internațional al Muncii, iar faptul că nu se menționează o anume companie, un anumit produs sau proces comercial nu înseamnă dezaprobare.

Publicațiile OIM pot fi obținute prin librăriile principale sau oficiile locale ale BIM din mai multe țări, sau direct de la Departamentul Publicații, Biroul Internațional al Muncii, CH-1211 Geneva 22, Elveția. Cataloagele și listele publicațiilor recente pot fi obținute gratuit la adresa de mai sus, sau prin e-mail: pubvente@ilo.org. Vizitați pagina web www.ilo.org/publns

CUVÂNT ÎNAINTE

Dragi antreprenori,

Problemele existente în economia națională, inclusiv lipsa locurilor de muncă bine plătite, afectează un număr tot mai mare de persoane, în special tineretul, care se simte exclus atât din viața social-economică a țării cât și din comunitatea acesteia. O bună parte dintre tineri văd soluționarea problemelor, cu regret, numai prin plecarea peste hotarele țării în căutarea unui destin mai bun, în timp ce alții caută soluții aici, pe meleagurile natale, încercând să se intergreze în diverse activități economice cum ar fi lansarea micilor afaceri private.

Noi credem că micile afaceri necesită a fi privite într-un context cu mult mai larg decât o simplă auto-angajare a populației. Ele influențează nu numai economia țării, dar și întreaga societate, oferind oportunități de a ridica nivelul de viață prin faptul că se câștigă noi surse de existență pentru întreținerea familiilor, se creează noi locuri de munca și se transferă sume considerabile în bugetul statului. În prezent micile afaceri devin o alternativă mult mai viabilă pentru tinerii din Moldova, deoarece asigură creșterea motivației pentru realizarea personală, încurajează inovația, inițiativa, creativitatea, independența, dinamismul și diversitatea, asigurându-se în acest mod dezvoltarea societății în întregime.

Dezvoltarea micilor afaceri asigură un potențial considerabil de absorbție a forței de muncă și în special a forței de muncă tinere. Tot mai mulți tineri percep începerea unei afaceri proprii ca o alegere potrivită a carierei lor, iar în multe cazuri pentru o bună parte dintre ei inițierea unei afaceri poate fi cea mai bună, dacă nu unica opțiune posibilă și accesibilă de auto-angajare în câmpul muncii.

Chiar de la începutul acestui Ghid vrem să vă atenționăm, dragi viitori antreprenori, că timpul pe care îl veți utiliza lucrând în interesul propriu și dezvoltând o afacere privată va contribui cu siguranță la acumularea deprinderilor și a calităților cum ar fi: inițiativa, responsabilitatea și spiritul de echipă. Inițierea și derularea unei afaceri presupune riscuri și eforturi considerabile pentru a depăși inerția și a trece de la idee la pași concreți în realizarea visului vostru. Cel ce va iniția o afacere va beneficia de toate rezultatele acestei afaceri, devenind în felul acesta proprietarul unei întreprinderi, iar ulterior - un întreprinzător de succes, care își va asuma totodată responsabilitatea și riscurile ce le va implica lansarea și dezvoltarea afacerii.

Mentionăm, în mod special, responsabilitatea și riscurile, deoarece anume acestea sunt invocate cel mai frecvent după lansarea afacerii de către tinerii antreprenori, ca fiind cele mai importante lucruri de care trebuie să se țină cont atunci când ești la început de cale în lumea afacerilor. Activitatea noastră în ultimii ani a ținut de promovarea antreprenoriatului pentru începători. Urmărind progresul acestora de la idee până la implementare și obținerea primelor succese în dezvoltarea afaceri, analizăm, în același timp, împreună cu ei și cauzele unor eșecuri.

Acest ghid a fost elaborat în special pentru antreprenorii începători care-și doresc inițierea și derularea unei afaceri anume în scopul diminuării semnificative a cazurilor de insucces.

Lansarea unei afaceri aduce multe avantaje atât persoanei care a lansat afacerea, cât și societății în întregime. Printre aceste avantaje se evidențiază următoarele: șansa unui câștig ridicat, siguranța locului de muncă, libertatea de a decide în mod independent modul de utilizare a resurselor acumulate, posibilitatea de a-ți ajuta familia, recunoașterea publică, stimularea creativității, putere și influență în luarea deciziilor etc. În plus, dă libertate fiecărei persoane în parte de a-și face viața mai plăcută, de a o trăi din plin și de a-și asuma un rol responsabil nu numai în cadrul familiei ci și în comunitatea în care locuiește.

Totodată nu putem să nu menționăm că drumul spre o activitate independentă nu este numai o călătorie plină de plăcere. El va fi presărat și cu diverse obstacole și probleme pe care va trebui să le rezolvați, iar succesul în afaceri nu este un lucru garantat pentru nimeni, ci este o muncă zilnică și asiduă în scopul realizării obiectivelor scontate. Într-un final, rezultatul efortului dumneavoastră susținut se va materializa într-o răsplată pe măsură sub forma propriului beneficiu atât cât îți dorești, dar și în strictă corelație cu insistența și abilitățile de antreprenor.

Ne-am bucura foarte mult să stim că succesul viitoarei tale afaceri s-a datorat sfaturilor și cunoștințelor obținute consultând acest Ghid.

Va urez mult succes, curaj, perseverență și multe realizări frumoase!

Sofia ȘULEANSCHI,

*Coordonator Programe
Dezvoltarea oportunităților economice,
Winrock International*

Cum să folosești acest ghid

Scopul general al ghidului este de a oferi un set de informații și instrumente pentru acele persoane care intenționează să inițieze o afacere sau să asiste pe cei care oferă sprijin potențialilor antreprenori în completarea cunoștințelor, dezvoltarea abilităților și aptitudinilor antreprenoriale.

Ghidul poate fi utilizat ca material de referință pentru prestatorii de servicii de consultanță în domeniul inițierii afacerilor, pentru personalul școlilor de meserii sau ale altor instituții de instruire profesională care au în programele de studiu subiecte ca bazele antreprenoriatului sau dezvoltarea abilităților antreprenoriale.

Pe paginile acestui ghid veți găsi informații succinte, dar destul de importante și relevante activității unei persoane antreprenoare, tehnici de evaluare a unei idei de afaceri, precum și sugestii despre identificarea și alegerea formelor de organizare și de lansare a unei afaceri potrivite pentru diferite tipuri de persoane.

Ghidul începe cu abordarea noțiunii de antreprenoriat în complexitatea sa, urmată de descrierea procesului antreprenorial, organizat în jurul conceptelor de identificare și evaluare a oportunităților de afaceri și se încheie cu elaborarea unui plan de afaceri, găsirea surselor de finanțare, inclusiv obținerea creditelor bancare și lansarea propriu-zisă a afacerii.

Un accent deosebit se pune pe aspectele practice ale posibilităților de dezvoltare a micului business în Republica Moldova, precum și pe partea informațională ce ține de instituțiile care vă pot ajuta în realizarea cu succes a afacerii dumneavoastră.

După însușirea fiecărui capitol ar fi bine să faceți o listă a sarcinilor sau acțiunilor pe care trebuie să le întreprindeți în viitorul apropiat, să mai faceți și o listă de contacte cu numere de telefoane, adrese, email-uri ale persoanelor pe care va trebui să le contactați, să consultați ghidurile, paginile web și sursele de informații la care se face trimitere în text. Acest demers te va ajuta mult să elaborezi un glosar al termenilor și activităților ce trebuie să le aplici pentru lansarea afacerii cât mai curând posibil.

Fiecare dintre noi suntem diferiți și scopul acestui îndrumar nu este de a te conforma unor anumite reguli de inițiere a afacerilor. Nu există o „formulă a secretului”. Această lucrare este doar un Ghid, bazat pe experiența unor antreprenori și consultanți. Nu este nevoie să faci exact precum este descris aici. Poți doar să reflectezi tangențial sau să le faci într-o ordine diferită, sau chiar să nu aplici nimic din cele sugerate, și afacerea ta să aibă un succes mare. În acesta constă farmecul de a fi antreprenor – a face lucrurile în felul său.

Paginile web

Acest ghid este doar o parte din sursele existente care te îndrumă cum să-ți lansezi o afacere. Puteți vizita pagina oficială a Ministerului Economiei și Comerțului (www.mec.gov.md) și Business portalul sectorului IMM din Republica Moldova (www.businessportal.md), pentru a citi mai multe despre orice pas în inițierea afacerii. Puteți găsi sfaturi și adresa întrebări pe forumul on-line sau să participați la dialogul public-privat. Paginile web sunt enumerate în Anexa 14. Adresele web utile conțin de asemenea o serie de informații relevante, noutăți, anunțuri despre programe în derulare, cursuri de instruire, seminare, conferințe aferente activităților de antreprenariat.

Toate aceste surse și servicii sunt desemnate să te ajute cu adevărat ca „să decolezi” în realitate spre o afacere reușită!

Savurează!

***Inițierea unei afaceri va fi cea mai captivantă, provocatoare,
interesantă și satisfăcătoare activitate
pe care ai avut-o vreodată.***

ÎNCEARCĂ ȘI REUȘEȘTE!

CUPRINS



CAPITOLUL I. A FI SAU A NU FI ANTREPRENOR	9
Despre antreprenoriat.....	10
Despre Antreprenor.....	11
Cum trebuie să fie un Antreprenor de succes?.....	11
Care sunt trăsăturile Antreprenorului fără succes?.....	12
Primii pași spre o afacere reușită !.....	13
Unde poți găsi oportunități sau idei de afaceri?.....	13
Ce te ajută să alegi cea mai viabilă idee de afacere?.....	15
Sfaturi pentru antreprenorii care intenționează să lanseze o afacere proprie:.....	18
TEST privind Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale.....	19
CAPITOLUL II. OPTIUNI POSIBILE PENTRU INIȚIEREA UNEI AFACERI	21
A. Lansarea unei afaceri de la „zero”.....	23
B. Procurarea unei afaceri existente.....	23
C. Procurarea unei Francize.....	24
Alegerea formei juridice pentru afacerea ta.....	28
Activitatea în baza Patentei de întreprinzător.....	31
Ce trebuie să mai știi atunci când pornești o afacere proprie?.....	32
CAPITOLUL III. ELABORAREA PLANULUI DE AFACERI	33
Elaborarea Planului de Marketing.....	37
Elaborarea Planului Operațional.....	44
Elaborarea Planului Financiar.....	47
Lista de verificare a Planului de afaceri.....	50
CAPITOLUL IV. EVIDENȚA CONTABILĂ ȘI IMPOZITAREA	51
Aspecte generale privind sistemul de evidență contabilă	52
Bazele contabilității.....	53
Sisteme de evidență contabilă în Republica Moldova.....	57
Impozitarea.....	59
Contribuții pentru asigurările sociale și primele de asigurare obligatorie medicală (pentru anul 2009)	63



CAPITOLUL V. FINANȚAREA AFACERII PROPRII	65
Pregătirea pentru accesarea unui credit bancar.....	67
Despre credit și componentele lui.....	68
Lista proiectelor în derulare în domeniul dezvoltării sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii	71
CAPITOLUL VI. CONSULTANȚA ȘI EVALUAREA AFACERII LA ANUMITE INTERVALE DE TIMP	89
Cum să analizezi situația curentă?.....	94
Cum să recunoști semnele unor probleme?.....	96
Lista de verificare a propriei afaceri.....	99
Rezultatele TESTULUI.....	102
ANEXE:	103
Anexa 1: Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat.....	104
Anexa 2: Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei.....	107
Anexa 3: Plăți pentru alte servicii acordate de către CÎS.....	109
Anexa 4: Lista activităților și cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător.....	112
Anexa 5: Structura unui Plan de afaceri.....	119
Anexa 6: Exemplu de Plan de afaceri.....	123
Anexa 7: Exemplu de Flux de numerar (Cash Flow).....	130
Anexa 8: Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor).....	132
Anexa 9: Borderoul de evidență a producției proprii.....	133
Anexa 10: Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii.....	134
Anexa 11: Borderoul de evidență a mijloacelor fixe și a obiectelor de mică valoare și scurtă durată.....	135
Anexa 12: Contactele Oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal.....	136
Anexa 13: Adrese web utile.....	140
Anexa 14: Lista actelor normative ce reglementează activitatea antreprenorială în Republica Moldova.....	141
Anexa 13: Lista secțiilor economice raionale.....	142



A FI SAU A NU FI ANTREPRENOR

Despre Antreprenoriat

Despre Antreprenor

Cum trebuie să fie un Antreprenor de succes?

Care sunt trăsăturile Antreprenorului fără succes?

Primii pași spre o afacere reușită !

Unde poți găsi oportunități sau idei de afaceri?

Ce te ajută să alegi cea mai viabilă idee de afacere?

Sfaturi pentru cei care să lanseze o afacere proprie.

TEST: Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale



A FI SAU A NU FI ANTREPRENOR



Sunt eu oare o persoană antreprenoare sau întreprinzătoare? Pot eu să pornesc și să gestionez o afacere proprie?

Asemenea întrebări pot apărea la oricare persoană, care dorește să-și schimbe propriul destin și să meargă pe o altă cale decât cea de a fi angajat. Inițierea unei afaceri poate fi o alternativă a îndeplinirii anumitor funcții pe care ți le cere patronul, managerul, directorul sau oricare altă persoană căreia te subordonezi în calitate de angajat al unei organizații, firme sau instituții.

Despre antreprenoriat

Conform Legii Nr. 845 „Cu privire la antreprenoriat și întreprinderi”, adoptată în anul 1992:



ANTREPRENORIATUL este o activitate de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora în mod independent, din proprie inițiativă, în numele lor, pe riscul său propriu și sub răspunderea lor patrimonială, cu scopul de a-și asigura o sursă permanentă de venituri.

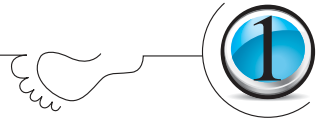
Aceasta este o definiție destul de complexă la prima vedere, dar este bine să o cunoști atunci când te gândești la o posibilă activitate de antreprenoriat în Republica Moldova.

De asemenea, îți aducem la cunoștință câteva date statistice care ar putea argumenta importanța afacerilor mici pentru tine și pentru întreaga țară, și anume:

- ◆ *In 2009 numărul întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) a atins cifra de peste 39300;*
- ◆ *IMM-urile reprezintă circa 98% din numărul total de întreprinderi din Republica Moldova;*
- ◆ *Numărul persoanelor care activează în sectorul IMM constituie 343500 persoane sau circa 60% din numărul total de angajați în economia națională;*
- ◆ *Veniturile din vânzările efectuate de IMM-uri reprezintă circa 45 % din totalul veniturilor pe economie și se estimează la circa 66,8 miliarde lei.*

Dacă dorești și Tu să fii printre cei peste 39 mii de antreprenori care activează în economia națională, atunci acest ghid este anume pentru tine, deoarece dezvoltarea unei activități de antre-





prezintă este caracteristică persoanelor cu multă inițiativă, capacitate de asumare a riscurilor, putere de convingere și spirit prudent. Antreprenoriatul este recomandat totodată persoanelor receptive și adaptabile la schimbări, precum și persoanelor care găsesc oportunități acolo unde majoritatea văd doar probleme. Asemenea persoane sunt deosebite și sunt recunoscute în societate ca persoane întreprinzătoare.

Despre Antreprenor

Din cele expuse mai sus putem formula o definiție simplă a antreprenorului:



ANTREPRENORUL este o persoană independentă, care, din propria inițiativă, pornește o afacere asumându-și riscurile ce țin de derularea acestei afaceri, în scopul obținerii unor beneficii personale.



Cum trebuie să fie un Antreprenor de succes?

Pentru întreprinzător, încrederea în propriile abilități antreprenoriale este o forță conducătoare care te ghidează prin diferitele etape ale inițierii și dezvoltării afacerii. Încrederea în propriile abilități antreprenoriale este o consecință naturală a expunerii prelungite la modele pozitive de antreprenoriat. O persoană cu ambiții antreprenoriale poate câștiga încrederea necesară în propriile abilități antreprenoriale prin contactul personal direct cu persoane care au reușit cu succes să pună bazele propriilor afaceri.

Mai jos găsești câteva trăsături definitorii, la care mai poți adăuga și tu personal pe cele pe care le cunoști. Antreprenorul trebuie să fie o persoană:

- Independentă și cu multă inițiativă
- Creativă, inventivă, cu capacități bune de planificare
- Ambițioasă, hotărâtă în reușită
- Curajoasă, capabilă de a învăța din eșecuri și de a-și asuma riscuri
- Perseverentă, puternică și rapidă în luarea deciziilor
- Flexibilă, ușor adaptabilă la diverse schimbări
- Descurcăreață și activă în rezolvarea problemelor și găsirea soluțiilor
- Responsabilă și optimistă
- Clară în exprimare, cu putere de convingere





- Sociabilă și bună ascultătoare*
- Realistă și cu încredere în forțele proprii*
- Să dispună de gândire pozitivă*
- Receptivă la noi provocări etc.*



Care sunt trăsăturile Antreprenorului fără succes?

Credem că odată ce te vei lansa în lumea afacerilor, trebuie să cunoști și unele din trăsăturile, ce nu se regăsesc la un antreprenor de succes și anume:

Neîncrederea în oameni. Este foarte greu să reușești în afaceri fără ajutor. De aceea, întreprinzătorul este înconjurat de parteneri, salariați, furnizori, clienți etc. Multe nereușite în afaceri se datorează aprecierii greșite a acestora. Concentrarea pe aparențe și nu pe realizări, credulitatea unor vorbe și ignorarea faptelor reale pot avea consecințe destul de grave pentru un antreprenor.

Lăcomia. Lăcomia antreprenorului poate avea diferite forme: refuzul de a plăti angajaților salariul la timp și corespunzător; micșorarea calității produsului în folosul unui profit pe termen scurt; implicarea concomitentă în mai multe afaceri etc. Toate acestea pot avea drept consecințe pierderea controlului asupra afacerii în întregime, precum și careva consecințe parțiale cum ar fi îndeplinirea ireponsabilă a funcțiilor de către angajați sau chiar plecarea acestora, pierderea clienților și altele. Lăcomia, în cele din urmă, poate duce chiar și la falimentarea propriu-zisă a afacerii.

Incorectitudinea. Afacerea merge bine cît timp întreprinzătorul este corect în relațiile sale cu partenerii, angajații, reprezentanții instituțiilor financiare, autoritățile publice și, mai ales, în relațiile cu clienții.

Lipsa de răbdare. Uneori este nevoie de un timp mai îndelungat pentru dezvoltarea unei afaceri. Nerăbdarea la încheierea unui contract sau la acceptarea unei comenzi rapide, urgența în angajarea sau eliberarea din funcție a unui salariat, închirierea în grabă a unui local pot avea efecte dezastruoase asupra afacerii.

Probabil că această listă poate fi continuată. Noi ne-am propus să accentuăm numai câteva din trăsăturile care pot avea un efect negativ asupra afacerii tale în speranța că atunci când vei porni afacerea ta proprie vei ține cont de acestea, pentru a diminua influența lor sau chiar pentru a le exclude. Dacă vei ține cont de aceste sfaturi, vei putea spori șansele tale de succes în realizarea afacerii ce îți aparține.



Primii pași spre o afacere reușită!

Există mai multe motive pentru care oamenii doresc să inițieze propria lor afacere. Noi evidențiem două dintre ele:

în I rând, este câștigul financiar suplimentar,

în al II-lea rând, este o realizare de succes pe plan profesional și dorința de a conduce.

Indiferent de pretext, este absolut cert faptul că aceste motive sînt mai mult de ordin personal și nu au o legătură directă cu produsele sau serviciile pe care le-ai putea produce în calitate de antreprenor. Din acest considerent, primul lucru la care trebuie să te gîndești în calitate de potențial antreprenor este următorul:



“Care este primul pas în inițierea afacerii: decizia de a înregistra firma proprie sau viabilitatea ideii mele de afaceri?”

Deși, în aparență, răspunsul ar fi “existența unei idei viabile de afaceri”, practicile existente ne demonstrează că o bună parte din antreprenorii începători decid să înființeze mai întâi firma (întreprinderea) și mai apoi încep să se gîndească la un produs sau serviciu, pe care intenționează să-l vîndă potențialilor clienți. Acest lucru deseori poate duce la eșec chiar de la începutul activității.

De aceea, considerăm că este foarte important să treci pe o lista aparte ideile pe care crezi că le-ai putea transforma într-o afacere. Orice idee, indiferent cât, “de trîsnită” este, trebuie acceptată și trecută pe lista posibilităților.



Unde poți găsi oportunități sau idei de afaceri?

Ideea de afaceri constituie unul din motivele principale ale unei afaceri de succes. Ideile de afaceri care pot fi transpuse în realitate reprezintă oportunitățile de afaceri. Deci, întreprinzătorul trebuie să fie permanent atent la noi idei de afaceri și atunci va utiliza mai multe surse de inspirație:

Privește în jurul tău, fii atent la următoarele aspecte:

- Stilul personal de viață și experiența acumulată*
- Locul de muncă*
- Pasiunile/Hobby-ul*
- Educația*
- Căutările sistematice etc.*





Revizuieste sau cercetează fiecare domeniu menționat mai sus, pentru a vedea care dintre aceste oportunități le poți transforma în afaceri viabile. Îți propunem să analizăm împreună câteva situații:

1. Stilul de viață și experiența personală. Ideile pot apărea din observații întâmplătoare din diferite situații din viața de zi cu zi. Ideile pot deveni evidente în rezultatul unei călătorii în altă regiune sau în altă țară, din experiența proprie atunci când cauți anumite produse sau servicii pe piață și nu le poți găsi. Oportunități pot apărea din ideile exprimate de alte persoane care s-au confruntat deja cu o problemă sau cu un rezultat al examinării comportamentului consumatorilor în diverse situații.

2. Locul de muncă. Acesta reprezintă una din sursele cel mai des întâlnite pentru o idee de afacere. Ideile ce apar la locul de muncă pot evolua în diferite moduri. Ai putea identifica o oportunitate pentru un produs sau serviciu, pe care angajatorul tău nu-l livrează clienților. Dacă te hotărăști să elaborezi ceva similar cu produsul sau serviciul oferit de către angajator, asigura-te că dispuie de un suport juridic adecvat și nu încalci nici un drept legal sau de autor al

BOXA 1



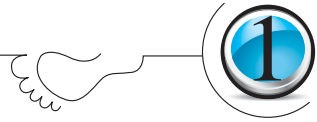
Exemplu:

Elena Ștefan a lucrat în învățământul de stat timp de 26 de ani, a fost educatoare 12 ani și învățătoare alți 14 ani. Deși era tentată încă din 1990 de posibilitatea de a intra în sectorul privat, de-abia în anul 2002 a făcut pasul decisiv: a devenit patroana grădiniței de copii Melba, împreună cu soțul ei. În luna octombrie, la deschidere, grădinița avea în îngrijire un singur copil. Cheltuielile pentru chirie (plătită în avans pe 6 luni), mobilare și dotarea cu jucării și material didactic au fost mari încât nu le-au mai rămas bani pentru publicitate. Din această cauză, în timpul iernii, grădinița a fost frecventată doar de 2-3 copii. În primăvară, familia Ștefan a reușit să adune bani și să realizeze un web-site propriu pe Internet. Apoi au utilizat fluturași speciali puși în cutiile poștale ale locuitorilor din zona unde funcționa grădinița. Astfel, grădinița a ajuns să aibă în vara anului 2003 zece copii, iar pentru toamnă s-au înscris încă alți 20.

Pornind de la întrebările frecvente ale părinților, soții Ștefan au hotărât să achiziționeze și au amenajat un microbuz pentru facilitarea transportului copiilor. În plus, grădinița oferă multe facilități cum ar fi: lecții de calculator, coregrafie, actorie, muzică, pictură, limba engleză și germană, înot. Copiilor li se organizează petreceri, vizite la muzee și spectacole la teatrul de păpuși. Mulțumiți de succesul tot mai mare al grădiniței, soții Ștefan planifică deja înființarea unei școli particulare.

(Adaptare după revista Capital, nr. 26, din 26 iunie 2003)





3. Pasiunea/Hobby-ul personal. Dintr-o pasiune personală poate rezulta o idee reușită de afacere, cum ar fi de exemplu: gătitul la bucătărie poate conduce la inițierea unei afaceri în alimentația publică sau organizarea unor petreceri; tricotarea, împletitul și brodatul - la deschiderea unui atelier de confecții sau ale articole de artizanat; pescuitul sau vânatul - la organizarea unor activități de prestare a serviciilor și diverselor produse turistice în zonele rurale.

4. Educația. Învățarea pe parcursul vieții este o necesitate importantă pentru activitatea antreprenorială. Cunoștințele suplimentare primite prin intermediul unor cursuri speciale de instruire sau prin studii individuale individual pot influența apariția unor idei noi de afaceri.

5. Căutări sistematice. Mai frecvent, ideile de afaceri pot apărea întâmplător, însă identificarea unor noi idei de afaceri depinde desigur de perseverența ta. Chiar dacă o căutare sistematică este o cale pe care cei mai mulți întreprinzători o ignoră, această cale presupune consultarea cărților și a altor publicații de specialitate, utilizarea unor metode tip brainstorming cu implicarea prietenilor, membrilor familiei, accesarea unor baze de date cu patente și invenții. În acest domeniu, Internet-ul a devenit una dintre cele mai accesibile surse de informații.



Ce te ajută să alegi cea mai viabilă idee de afacere?

Descoperirea ideilor de afaceri este doar o parte a procesului de inițiere a afacerii. Ideile trebuie să fie evaluate pentru a le determina pe cele ce necesită o investigare ulterioară mai avansată și minuțioasă. Dacă ai făcut deja o listă de idei, precum ți-am sugerat mai sus, citește atent această listă și alege ideile pe care le consideri a fi cele realizabile în timpul apropiat - fie într-un an, o jumătate de an, trei luni sau poate chiar o lună și mai puțin. După prima evaluare, încearcă să elaborezi o listă mai scurtă prin ierarhizarea ideilor identificate, ținând cont de informația și întrebările expuse mai jos:

Care sunt abilitățile de care dispui?

Trebuie să cunoști foarte bine afacerea pe care dorești s-o lansezi. De aceea, în procesul de evaluare a deciziei finale, este important să răspunzi la o bună parte din următoarele întrebări:

- ◆ Ești pregătit să renunți la anumite lucruri pe care le consideri importante, pentru a realiza ce ți-ai propus?
- ◆ Ce poți face tu personal în această afacere? Familia și prietenii în care ai încredere vor susține oare afacerea ta?
- ◆ Consideri că ai putea porni o afacere folosind experiența acumulată în domeniul în care activezi sau ai studiat?





Ce fel de persoană ești?

Caracterul și personalitatea joacă și ele un rol important în alegerea ideii de afaceri. De exemplu, dacă ești o persoană activă și dinamică, te vei putea adapta cu greu la o idee de afacere ce presupune o activitate de rutină. În cazul în care ești o persoană liniștită, calmă nu vei reuși să faci față unei activități ce presupune deplasări repetate în regiuni etc. sau ș.a.m.d.

Ce produse sau servicii nu le poți găsi pe piață?

Privește în jurul tău! Amintește-ți de problemele și dificultățile pe care le-ai avut în momentul procurării unor anumite produse sau servicii pentru tine, pentru familia ta sau chiar pentru serviciu.

- ♦ *Ce produse sau servicii nu erau disponibile atunci când aveai cel mai mult nevoie de ele?*
- ♦ *Ce produse au fost greu sau chiar imposibil de găsit în regiunea sau localitatea ta?*
- ♦ *Care este modalitatea de organizare a procesului de producție sau distribuție a acestora pe piața locală?*

Pentru început poți să te orientezi spre o anumită gamă de produse sau servicii și spre o anumită nișă pe piață, adică să oferi acele produse sau servicii care sunt solicitate la moment de o anumită categorie de consumatori (femei, copii, studenți, pensionari, șomeri) și nu pot fi găsite cu ușurință sau nu există concurență.

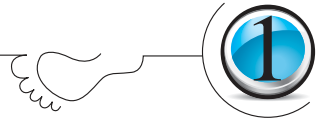
Ce produse sau servicii sunt solicitate de întreprinderile locale?

Există oare 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 simplu motiv că în zona respectivă nu există furnizori de tipul acestora. În această situație, anume tu poți fi cea persoană specializată în comercializarea materiei prime respective sau a serviciilor solicitate de aceste întreprinderi.

Ce produse sau servicii lipsesc în anumite regiuni sau localități?

De multe ori poți observa că consumatorii dintr-o localitate solicită produse sau servicii care nu există pe piața locală. Pentru a procura bunurile respective, locuitorii acestei localități se deplasează la o oarecare distanță, de exemplu, în centrul raional sau chiar la Chișinău, fapt ce presupune cheltuieli suplimentare de bani și de timp! Poți analiza și încerca singur aceste oportunități sau în cooperare cu alți parteneri să oferi anume produsele sau serviciile solicitate în localitatea respectivă.





IMPORTANT! - Pentru început trebuie să te convingi, în mod obligatoriu, că consumatorul local va prefera să cumpere produsele tale de pe loc fără a se deplasa în altă localitate.

Există oare potențial pentru activități de import și export?

Cunoști unele limbi străine? Ai lucrat în străinătate până acum? Ai informație și suficiente cunoștințe care îți permit să te profilezi într-o activitate ce ține de comerțul extern? În acest context, primul pas studierea produselor de import comercializate pe piața internă. Află unde au fost fabricate aceste produse care se vând cu succes pe piața noastră.

Poți să abordezi o idee deja existentă într-un mod nou?

Aici vrem să-ți aducem la cunoștință că o parte considerabilă a afacerilor de succes pornesc de la modificarea, redefinirea sau regândirea unei idei de afaceri deja existente. Gândește-te bine, poate poți să abordezi o idee deja existentă într-un mod cu totul nou și original!?

Ce probleme ecologice pot deveni oportunități de afaceri?

Cunoști deja faptul că preocupările opiniei publice pentru mediul ambiant sunt printre cele mai importante tendințe ale societății noastre. Atitudinile și percepțiile se schimbă zi de zi, oamenii încearcă să devină mai responsabili de modul în care sunt depozitate deșeurile și păstrate resursele naturale. Putem remarca că consumatorii doresc tot mai des să consume produse alimentare naturale. În acest sens, cererea pe piață a bunurilor a căror producere nu dăunează mediul înconjurător începe să crească. Așadar, ca idei de afaceri pot fi analizate fabricarea produselor ecologic pure, reciclarea deșeurilor, în special a celor plastice sau organice etc, atât la nivel de localitate, cât și la nivel de țară.

Ce poți face de la domiciliu?

Dacă este nevoie să stai acasă, gândește-te la posibilitatea unui business la domiciliu. Spre exemplu, poți amenaja un spațiu în care să poți coase, împleti sau croșeta; poți asambla diferite articole, suvenire, cărți poștale; poți vinde anumite produse prin telefon; poți folosi computerul pentru servicii de traduceri, redactare, contabilitate, poți oferi chiar și servicii de informare și consultanță etc. Cred că această listă poate fi prelungită în funcție de aptitudinile și cunoștințele de care dispui.





Sfaturi pentru cei care doresc să lanseze o afacere proprie:

- Verifică în mod autocritic aptitudinile tale personale, inclusiv și calificarea profesională.
- Analizează minuțios piața și posibilitățile de desfacere a produselor sau serviciilor pe care intenționezi să le plasezi pe piață.
- Analizează ce este mai indicat - înființarea unei firme noi sau preluarea-cumpărarea unei firme existente.
- Alege cu grijă viitorii parteneri și personalul de angajat.
- Alege cea mai potrivită formă de organizare juridică pentru afacerea ta.
- Analizează reglementările ce țin de domeniul ales.
- Determină cu exactitate necesarul de surse financiare necesare.
- Alege cu grijă amplasamentul afacerii și dotarea cu echipament, utilaj etc.
- Planifică cu prudență cifra de afaceri, costurile și profiturile viitoare.
- Apelează la un specialist calificat care te va ghida în alegerea sistemului de evidență contabilă.
- Verifică posibilitățile de utilizare a tehnicii de calcul proprii sau închiriate.
- Informează-te cu privire la obligațiunile tale fiscale imediate și de perspectivă.
- Evaluează riscurile posibile și asigură-te că există măsuri de diminuare a acestora.
- Îndeplinește cu grijă toate formalitățile legale ce țin de pornirea afacerii.

În paralel cu sfaturile de mai sus poți începe deja să te auto-evaluezi ca potențial antreprenor, utilizând Testul de pe următoarea pagină.





Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale

1. Ești genul de persoană care începi lucrurile din proprie inițiativă?

- a) Dacă mă provoacă cineva, sunt apoi în măsură să duc lucrurile la bun sfârșit.
- b) Mă implic și fac treaba în felul meu propriu. Nu am nevoie de cineva care să mi spună să încep.
- c) Ușure! Nu încep să fac ceva până nu sunt convins că trebuie.

2. Ce părere ai despre ceilalți oameni?

- a) Majoritatea celor din jur mă enervează.
- b) Îmi plac oamenii. Pot să lucrez aproape cu oricine.
- c) Am suficienți prieteni și nu mai am nevoie de alții.

3. Îi poți conduce pe ceilalți?

- a) Pot să conving oamenii să facă ceva, dacă îi conduc și dacă le arăt cum să acționeze.
- b) Pot să conving majoritatea oamenilor să lucreze cu mine fără prea mare dificultate.
- c) De obicei, las pe altcineva să pună lucrurile în mișcare.

4. Poți să îți asumi responsabilități?

- a) Voi prelua responsabilitatea dacă va fi nevoie, dar prefer ca altcineva să fie direct responsabil.
- b) Întotdeauna e vreun/vreo viteaz/curajoasă prin jur, nerăbdător să iasă în față. Eu zic să l lăsăm pe el/ea!
- c) Îmi place să mi asum lucrurile în care sunt implicat și să le văd cum evoluează.

5. Ce fel de organizator ești?

- a) Îmi place să am un plan înainte de a începe. Eu sunt, de obicei, acela care stabilește ce e de făcut.
- b) Mă descurc bine până în momentul în care lucrurile devin foarte complicate. În momentul acela s-ar putea să am dificultăți.
- c) De regulă, iau lucrurile așa cum sunt.





Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale (continuare)

6. Ce fel de muncitor ești?

- a) Nu mi dau seama dacă munca "pe brânci" te duce la vreun rezultat.
- b) Pot munci din greu pentru un timp, dar când mă satur - gata!
- c) Pot să mă mobilizez atât timp cât este necesar. Nu mă deranjează să muncesc din greu.

7. Cum iei decizii?

- a) Iau decizii, dacă am timp suficient. Dacă trebuie să mă hotărâsc repede, de obicei regret alegerea făcută.
- b) De regulă, mă pot hotărî rapid și deciziile pe care le iau sunt bune.
- c) Nu mi place să fiu eu cel care ia hotărârile! Probabil, "o voi da în bară"!

8. Pot avea ceilalți încredere în ceea ce spui?

- a) Încerc să fiu la înălțime, dar uneori spun ce mi e mai comod.
- b) Pot avea încredere totală! Nu obișnuiesc să spun lucruri pe care nu le cred.
- c) Ce rost mai are să transpiri, dacă celălalt oricum nu va ști care e diferența?

9. Cum duci lucrurile la sfârșit?

- a) Dacă îmi propun să fac ceva, nimic nu mă poate opri.
- b) Dacă treaba nu merge cum trebuie, o las baltă! De ce să îți bați capul?
- c) De regulă, duc la bun sfârșit ceea ce încep.

10. Poți să ții o evidență?

- a) Evidențele nu sunt necesare. Știu tot ce e necesar să știu fără să țin evidențe.
- b) Aș putea, dar e mai important să duc treaba la bun sfârșit decât să țin încărci activitatea cu cifre.
- c) De vreme ce sunt necesare, țin evidențe, chiar dacă nu îmi face prea mare plăcere.



Răspunsurile la întrebările din test trebuie să fie corecte și oneste, pentru că în baza lor se vor contura propriile puncte tari și slabe; șansele și riscurile posibile, precum și alte aspecte pe care în entuziasmul întemeierii afacerii proprii le poți neglija din diverse motive. Verifică punctajul acumulat cu rezultatele prezentate la pagina 102.





OPȚIUNI POSIBILE PENTRU INITIEREA UNEI AFACERI

Lansarea unei afaceri de la “zero”

Procurarea unei afaceri existente

Procurarea unei francize

*Alegerea formei juridice
pentru afacerea ta*

*Ce trebuie să mai știi atunci
cînd pornești o afacere proprie?*

OPȚIUNI POSIBILE PENTRU ÎNȚIȚIEREA UNEI AFACERI

În capitolul anterior au fost descrise unele oportunități de generare a ideilor pentru lansarea unei noi afaceri. În continuare vom încerca să identificăm împreună cele mai accesibile modalități de inițiere a unei afaceri, atât pentru diferite tipuri ale acestora, cât și pentru diferite caractere ale antreprenorilor. În prezent, în Moldova sunt posibile trei tipuri de inițiere a unor mici afaceri, acestea fiind:

- a) Lansarea unei afaceri de la „zero”
- b) Procurarea unei afaceri deja existente
- c) Procurarea unei francize.



Care ar fi opțiunea potrivită pentru tine?

Înainte de a decide care dintre aceste modalități este mai potrivită pentru tine, va trebui să răspunzi la următoarele întrebări:

- ◆ *Ce aștepti de la afacere ta?*
- ◆ *Care este motivul inițierii sau lansării afacerii tale ?*
- ◆ *Cât de mult control dorești să deții în această afacere ?*
- ◆ *Care sunt sursele financiare disponibile pe care poți să le atragi?*
- ◆ *Cât dorești și poți să investești personal în afacerea ta?*
- ◆ *Câtă experiență personală poți aduce în afacerea ta?*



Am ajuns la un moment când este foarte important să-ți rezervezi ceva timp pentru a analiza scopurile și obiectivele personale și de afaceri.

Sugestiile menționate mai sus trebuie să fie luate în considerare la alegerea modalității dorite și care este și cea mai potrivită pentru tine. Pentru a te ajuta să ei o decizie, vom ilustra în continuare care sunt avantajele și dezavantajele pentru fiecare dintre cele trei modalități:

A. Lansarea unei afaceri de la „zero”

<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>
<ul style="list-style-type: none">• Devii propriul tău șef• Libertate maximă de acțiune pentru întreprinzător• Satisfacție personală• Potențial nelimitat pentru câștig• Investiție financiară inițială mai redusă• Provocare de a realiza propriul produs sau serviciu pe piață• Oportunitate de a dezvolta propriile practici de afaceri etc.	<ul style="list-style-type: none">• Interval de timp mai îndelungat pentru lansarea produsului sau serviciului• Credibilitate redusă din partea clienților, furnizorilor• Dificultăți în atragerea surselor de finanțare și credibilitate redusă din partea finanțatorilor• Lipsă de suport• Responsabilitate unică• Resurse limitate, în unele cazuri resurse și eforturi necesare subevaluate• Adesea, timp insuficient pentru marketing, necesitatea unor resurse adiționale etc.

B. Procurarea unei afaceri existente

<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>
<ul style="list-style-type: none">• Afacerea este deja creată și activează• Posibilitate de a activa și a plăti salarii chiar din prima lună• Reputația bună a întreprinderii și moștenirea situației anterioare favorabile• Echipamente și utilaje deja existente și angajați instruiți• Posibilitatea planificării în baza unor date reale• Oportunitate semnificativă de cercetare, pentru a identifica și evalua viabilitatea afacerii	<ul style="list-style-type: none">• Afacerea poate avea o imagine sau situație anterioară nefavorabilă• Valoarea afacerii poate fi dificil de determinat• Activele pot fi supra-evaluate• Sentiment redus al satisfacției personale de la crearea și consolidarea afacerii proprii• Probabilitatea moștenirii angajaților care nu împărtășesc altă viziune și pot opune rezistență la orice schimbare• Modificarea sau schimbarea practicilor anterioare de afaceri poate duce la anumite pierderi ai clienților firmei

C. Procurarea unei francize

Franciza, prin conținutul său, oferă noilor francizați avantajele necesare pentru ca întreprinderea nou înființată să devină, încă de la început, un agent economic competitiv.

<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Preluarea unei afaceri viabile • Posibilitatea de a accesa mai ușor finanțarea • Investiția inițială mai redusă ar putea spori posibilitatea de obținere mai rapidă a profitului • Imagine foarte bună și acces la publicitate • Folosirea unei mărci comerciale cunoscute • Acces la instruire de calitate • Asistență tehnică și managerială 	<ul style="list-style-type: none"> • Costuri înalte pentru francize și alte taxe • Inflexibilitate datorită restricțiilor sau numelui comercial impus de francizor • Libertate redusă în organizarea și dezvoltarea afacerii • Dificultăți la vânzarea francizei • Existența unor riscuri specifice

Activitatea antreprenorială în bază de franciză în Moldova este reglementată de Legea Nr. 1335 –XIII din 01.10.97 "Cu privire la franchising". În țara noastră *franciza* apare ca opțiune de afaceri în ultimii ani și este apreciată ca instrumentul secolului XXI pentru dezvoltarea micilor afaceri.

De aceea vom descrie un pic mai detaliat această opțiune:

Ce este franciza?



FRANCIZA este un sistem de comercializare, bazat pe o colaborare continuă, în bază de 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.

Prin urmare, franciza este un acord între două persoane juridic independente care oferă:

- ♦ unei persoane sau un grup de persoane (francizat) dreptul de a vinde un produs sau un serviciu utilizând marca comercială sau marca numelui a unei persoane de afaceri (francizor)

- ◆ francizatul dreptul de a vinde un produs sau serviciu folosind metodele de operare ale francizorului și obligația de a plăti francizorului taxe pentru utilizarea acestor drepturi
- ◆ francizorului obligația de a furniza drepturile și asistența necesară francizatului.

Ce este contractul de franciză?



CONTRACTUL DE FRANCIZĂ este contractul prin care francizorul se obligă să pună la dispoziția francizatului un nume comercial și un know-how verificat, asistență tehnică și comercială, pentru ca francizatul, în schimbul plății unei redevențe (taxă), să poată exploata sau dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu sub marca francizorului.

Contractul de franciză

Francizorul	Francizatul
Este în posesia mărcii și a numelui comercial	Folosește mărcile și numele comercial al firmei
Oferă ca suport: Finanțare (uneori) Publicitate și marketing Instruire	Dezvoltă afacerea cu suportul francizorului
Primește taxe	Plătește taxe

Distingem mai multe categorii de francize, dar cele mai principale sunt: 1) de distribuire, 2) tip format de afacere.

Francizele *de distribuire* a produsului vând în mod simplu produsele francizorului și sunt în relații de ofertant - distribuitor. În franciza de distribuire a produsului, licențele francizorului sunt: marca comercială și loggo-ul pentru francizați, dar tipic francizaților nu li se oferă întregul sistem de gestionare al afacerii.

Francizele *de afaceri*, nu numai că utilizează produsele francizorilor, serviciile și marca, dar și metoda integrală de gestionare a afacerii, așa cum ar fi planul de marketing sau manualele operaționale. În cazul francizei de afaceri, principala obligație a francizatului este respectarea în detaliu a modelului de afaceri transmis de francizor.





OPȚIUNI POSIBILE PENTRU ÎNȚIEREA UNEI AFACERI

Cel mai clasic exemplu de franciză este rețeaua de restaurante Mc Donald's, al cărui succes s-a răspândit pe plan internațional anume datorită conceptului de activitate standardizat. Cele mai populare oportunități de franciză sunt în următoarele domenii:

Fast food

Servicii

Restaurante

Construcții

Servicii de afaceri

Vânzarea cu amănuntul

Asigurare

Alimentație publică

Distribuirea băuturilor fără alcool

Distribuirea automobilelor

Stațiile de alimentare cu gaz

Indiferent de tipul de franciză pentru care optați, înainte de luarea deciziei finale, analizați următorii trei factori de care depinde succesul opțiunii tale:



- ◆ **Apreciază** dacă ești persoana potrivită pentru a deveni francizat.
- ◆ **Stabilește** care este tipul de franciză care ți se potrivește (de distribuire sau tip de afacere).
- ◆ **Calculează** costurile francizei.

În concluzie, atunci când se procură o franciză, se procură de fapt dreptul de a folosi numele, produsele, serviciile, mărcile comerciale și conceptele de afacere ale companiei date. Trebuie de semnat un acord legal ce stipulează toți termenii și condițiile acestei relații. În acest caz, îți recomandăm întotdeauna să consulți un jurist înainte de a semna un asemenea acord sau contract.

Franciza este o bună posibilitate de a organiza o afacere proprie sigură pentru micii antreprenori, chiar și pentru persoane, care niciodată în viață nu au practicat o afacere.

Dacă decizi să pornești o afacere în bază de franciză, îți propunem să-ți faci o auto-evaluare suplimentară.



Ești persoana potrivită pentru a deveni francizat?

Începe cu o auto-evaluare sinceră și complexă și convinge-te dacă ești cu adevărat persoana potrivită pentru a deveni francizat. Această auto-evaluare te va ajuta să afli dacă ai profilul persoanei adecvate pentru a înfrunța o relație specială de afacere.



lată câteva calități de care trebuie să dispună un Francizat:

- Un bun francizat trebuie să aibă **capacitatea de a conduce** o afacere pentru care menținerea identității pe toată durata ei este esențială. Veți intra într-o afacere care poate dura mulți ani și în această perioadă vei face unul și același lucru permanent. Dacă ești o persoană căreia îi plac schimbările, atunci nu poți face parte din categoria francizaților de succes;
- Francizatul trebuie să aibă **capacitatea de a accepta puncte de vedere diferite de cele proprii**. Opiniile fiecărui francizat în ceea ce privește funcționarea afacerii sunt foarte importante pentru creșterea eficienței și calității rețelei de franciză. Pentru un francizat este important să fie capabil nu numai să asculte părerile francizorului, dar și să le accepte, chiar și în cazul în care acestea diferă de cele proprii;
- Francizatul trebuie să fie un **om corect și să aibă capacitatea de a respecta regulile stabilite** de francizor, deoarece francizorul trebuie să fie sigur că fiecare francizat va aplica întocmai metodele și procedurile sistemului creat de el. Dacă sunteți genul de persoană care știți mai bine cum trebuie de făcut un lucru sau altul și, de obicei, faceți ceea ce știți, dar nu ceea ce vi se cere, atunci renunțați la oportunitatea de a deveni francizat.

Unele diferențe dintre un francizat și un antreprenor independent pot fi prezentate sub forma de table astfel:

FRANCIZAT	ANTREPRENOR INDEPENDENT
◆ este mult mai cumpătat	◆ independent și foarte îndrăzneț
◆ îi place să fie ghidat în afaceri	◆ conduce afacerea conform propriilor sale idei
◆ preferă afaceri cu un grad mai redus de risc	◆ poate accepta riscuri
◆ este mult mai analitic	◆ este independent și are strategie proprie

Site-uri utile pentru cercetarea oportunităților de achiziționare a unei francize:

- www.franciza.md
- www.franchise.org
- www.observatorulfrancizei.ro
- www.rarf.ru
- www.franchising.org.ua
- Asociația de Franchising în Republica Moldova
- Asociația Internațională a Francizelor
- Franciza în România
- Asociația Rusă de Franchising
- Asociația Ucraineană de Franchising



Alegerea formei juridice pentru afacerea ta

După ce ai ales ideea de afacere dorită, te-ai auto-evaluat ca antreprenor și ai decis modul în care vei porni afacerea proprie, următorul pas este să alegi forma juridică pentru înregistrarea oficială a afacerii. În Republica Moldova înregistrarea oficială a unei activități antreprenoriale se efectuează conform *Legii privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali* Nr. 220-XVI din 19.10.2007.

Astfel, poți înregistra afacerea ta sub una din următoarele forme juridice de organizare:

Întreprinzător individual;

Societate pe acțiuni;

Societate cu răspundere limitată;

Societate în nume colectiv;

Societate în comandită;

Cooperativă de producție;

Cooperativă de întreprinzător;

Întreprindere de arendă ș.a.

În continuare îți vom prezenta câteva definiții reieșind din legislația în vigoare.

Întreprinzător individual (II) este persoana fizică, cu capacitate deplină de exercițiu, cetățean al Republicii Moldova, cetățean străin sau apatrid, domiciliat în Republica Moldova, care practică activitate de întreprinzător, în nume și pe risc propriu, fără a constitui o persoană juridică și este înregistrat în modul stabilit de lege. Întreprinzătorul individual se prezintă în raporturile juridice civile ca persoană fizică, însă asupra activității de întreprinzător se aplică regulile care reglementează activitatea persoanelor juridice cu scop lucrativ. El este în drept să practice orice activitate neinterzisă de lege.

Societatea cu răspundere limitată (SRL) este societatea comercială cu personalitate juridică, al cărei capital social este divizat în părți sociale conform actului de constituire și ale cărei obligații sînt garantate cu patrimoniul societății.

Societate pe acțiuni (SA) este societatea comercială al cărei capital social este divizat în acțiuni și ale cărei obligații sînt garantate cu patrimoniul societății. Ea poate fi constituită de una sau de mai multe persoane. Acționarii nu răspund pentru obligațiile societății. Ei suportă, în limitele participării lor la capitalul social, riscul pierderilor ce rezultă din activitatea societății.

Înregistrarea de stat a unei întreprinderi, societăți, firme sau companii se efectuează de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale (în continuare CÎS) prin intermediul celor 10 Oficii teritoriale (Bălți, Cahul, Chișinău, Căușeni, Edineț, Hîncești, Orhei, Soroca, Ungheni,

UTA Găgăuzia). Lista acestora cu adrese, contacte, ore de primire o poți găsi în *Anexa 1: Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat* din acest Ghid sau, pentru a te asigura că este cea mai actuală, o poți consulta pe pagina web a acestei instituții (<http://www.mdi.gov.md>).

Documente necesare pentru înregistrarea de stat a unei afaceri:

a întreprinzătorului individual	a persoanei juridice	a persoanelor juridice cu investiții străine
<p>Cererea de înregistrare, conform modelului aprobat de Camera Înregistrării de Stat</p> <p>Buletinul de identitate a fondatorului sau a reprezentantului acestuia, împuternicit prin procură autenticată în modul stabilit de lege</p> <p>Documentul ce confirmă achitarea taxei de înregistrare</p> <p>Oficiul teritorial al Camerei, în termen de 3 zile lucrătoare de la data depunerii documentelor, adoptă decizia de înregistrare a întreprinzătorului individual.</p>	<p>Cererea de înregistrare, conform modelului aprobat CÎS</p> <p>Buletinele de identitate ale fondatorilor sau ale persoanelor împuternicite în temeiul legii, precum și ale managerului principal al întreprinderii sau organizației</p> <p>Hotărârea de constituire și actele de constituire ale persoanei juridice, în funcție de forma juridică de organizare, în două exemplare</p> <p>Documentul, eliberat de organul fiscal teritorial, ce confirmă că fondatorii întreprinderii sau organizației nu au datorii la bugetul public național</p> <p>Documentul ce confirmă depunerea de către fondatori a aportului în capitalul social al persoanei juridice în mărimea și în termenul prevăzute de legislație</p> <p>Documentul ce confirmă achitarea taxei de înregistrare și taxei de timbru.</p>	<p>Cererea de înregistrare, conform modelului aprobat de organul înregistrării de stat</p> <p>Extrasul din registrul național din țara de origine a investitorului;</p> <p>Actele de constituire ale persoanei juridice străine;</p> <p>Cazierul judiciar al administratorului persoană fizică străină, eliberat de organul competent din țara de origine și din Republica Moldova;</p> <p>Decizia asociaților privind constituirea persoanei juridice sau a reprezentanței în Republica Moldova.</p> <p>Documentele enumerate la lit. a., b. și c. se prezintă în original sau în copii autentificate notarial și legalizate de către oficiile consulare ale Republicii Moldova peste hotare, traduse în limba de stat.</p>

Procedura de înregistrare a unei întreprinderii la CÎS poate include o serie de activități în dependență de forma juridică aleasă. Însă, antreprenorii trebuie să cunoască că la CÎS se verifică și următoarele aspecte pe lângă documentele prezentate pentru înregistrarea de stat și anume:

- ◆ Dacă pe numele fondatorilor sunt înregistrate întreprinderi care nu funcționează și care nu au fost lichidate în modul stabilit de lege sau care au datorii față de bugetul public național;
- ◆ Denumirea întreprinderii din punct de vedere terminologic;
- ◆ Atribuirea codurilor statistice;
- ◆ Luarea la evidență fiscală;
- ◆ Eliberarea certificatului pentru deschiderea contului temporar în instituțiile bancare;
- ◆ Recepționarea comenzilor pentru perfectarea ștampilei;
- ◆ Depunerea capitalului social subscris în contul temporar (pentru dovada depunerii în capitalul social – certificatul bancar sau actul de evaluare, actul de audit după caz)
- ◆ Achitarea taxelor necesare (în incinta Camerei) (dovada achitării taxei de înregistrare și taxei de timbru – bon de plată).

În final fondatorii se prezintă la registratorul de stat la data și ora indicată pentru:

- ◆ autentificarea actelor de constituire,
- ◆ eliberarea certificatului de înregistrare (luarea la evidență fiscală, CNAS și CNAM),
- ◆ eliberarea documentelor de constituire
- ◆ eliberarea ștampilei întreprinderii înregistrate.

După efectuarea înregistrărilor în Registrul de Stat, se eliberează, după caz, următoarele documente:

- ◆ Decizia de înregistrare a persoanei juridice (filialei sau reprezentanței) nou create, însoțită de certificatul de înregistrare, extras din registrul de stat, actele de constituire, după caz, contract, statut, decizie de fondare;
- ◆ Ștampila persoanei juridice;
- ◆ Decizia de refuz.

Numărul unic de identificare de stat (IDNO) atribuit întreprinderii este considerat și cod fiscal al întreprinderii. Întreprinderea și organizația se consideră constituită la momentul înregistrării de stat.

Întreprinzătorul este obligat să înregistreze afacerea până la începerea activității economice. Aceasta se va face la locul unde se va afla sediul întreprinderii, la organele abilitate pentru a i se atribui codul fiscal și statistic.

Sediul întreprinderii poate fi domiciliul unuia din fondatori sau o altă adresă. Dacă sediul este oferit de către o persoană fizică, atunci se prezintă o decizie autentificată notarial de acordare a adresei juridice pentru viitoarea întreprindere. Dacă sediul este oferit de către o persoană juridică, se prezintă o scrisoare de garanție.



Înainte de a prezenta documentele pentru înregistrarea oficială a afacerii, ar fi bine să consulți *Anexa 2. Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei*, care conține un șir de servicii oferite de către Camera Înregistrării de Stat contra plată.

Îți recomandăm să-ți evaluezi mai întâi posibilitățile personale privind pregătirea în mod individual a pachetului de documente și să decizi dacă vrei sau nu să apelezi la ajutorul CÎS, ținând cont de tarifele acestuia (*Anexa 3. Plăți pentru alte servicii acordate de CÎS*).

Activitatea în baza Patentei de Întreprinzător

Activitatea de muncă individuală cu caracter antreprenorial, care nu se înregistrează de regulă la CÎS, se poate desfășura în baza Patentei de întreprinzător. Patenta de întreprinzător este un Certificat de stat nominativ, ce atestă dreptul de a desfășura genul de activitate indicat în acesta, în decursul unei anumite perioade de timp.

Înregistrarea, impozitarea, evidența contabilă în baza utilizării patentei de întreprinzător este reglementată de Legea „Cu privire la patenta de întreprinzător”, nr. 93-XIV din 15 iulie 1998. Patenta se eliberează la cererea antreprenorului de către Oficiile teritoriale ale Inspectoratul Fiscal, pe raza căruia solicitantul își are domiciliul sau la locul de desfășurare a activității preconizate. Patenta de întreprinzător poate fi obținută în termen de 3 zile de la data depunerii cererii cu condiția perfectării documentelor necesare și după achitarea costului patentei, ce reprezintă o taxă de stat.

Lista activităților de antreprenariat și cuantumul taxei aferente activității alese le poți găsi în *Anexa 4. Lista activităților și cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător*, valabilă la momentul elaborării acestui Ghid.

Acum, după ce ai apreciat abilitățile personale și ai obținut destulă informație și cunoștințe pentru a deveni un antreprenor de succes, este timpul să-ți planifici propria afacere.





Ce trebuie să mai știi atunci când pornești o afacere proprie?

Sunt câteva aspecte obligatorii care trebuie să fie luate în considerare înainte de a porni afacerea:

Mai întâi de toate, înainte de a înregistra o firmă, companie, întreprindere, trebuie să cunoști foarte bine *legislația*. Pentru a consulta textele acestora, îți recomandăm permanent să accesezi site-ul www.justice.md sau www.old.justice.md, pagini gratuite unde poți găsi legislația Republicii Moldova în vigoare.

De asemenea am extras în *Anexa 15. Lista actelor normative ce reglementează antreprenoriatul în Moldova*, la acest Ghid, principalele denumiri de legi, hotărâri, acte normative, regulamente, care te vor ajuta să te informezi despre regulile de joc în mediul de afaceri.

Apoi trebuie să fii pregătit să *lucrezi zilnic* peste program. Un antreprenor trebuie să fie capabil să lucreze independent și să ia decizii rapide de unul singur. De asemenea, va trebui să aloci o bună parte de timp în căutarea clienților și în procesul de negocieri. Dacă tehnica vânzărilor și relațiile cu clienții nu fac parte din abilitățile tale personale, trebuie să te gândești la persoane, parteneri sau angajați, oameni de încredere care au aceste aptitudini.

De asemenea, trebuie să fii absolut sigur că *există o piață de desfacere* pentru produsul sau serviciul pe care intenționezi să-l oferi consumatorilor, în condițiile specifice businessului ales. Spre exemplu, deși deschiderea unui magazin sau unei tarabe poate fi deseori o afacere profitabilă, totuși, plasarea acestora în apropierea unui supermarket poate fi o decizie nu prea bună și merită o evaluare adițională.

Un *spreț financiar suficient* este absolut necesar pentru succesul tău în afaceri. De obicei, sursele financiare proprii investite în afacerea ta pot fi un argument eficient atunci când vei avea nevoie de surse suplimentare și vei solicita un împrumut de la o instituție de microfinanțare sau de la o bancă comercială.

Este foarte important să cunoști că majoritatea instituțiilor financiare îți pot solicita și un *plan de afaceri* pentru a obține împrumutul necesar. Toate acestea contează, deoarece instituția financiară vrea să se asigure de viabilitatea afacerii tale și de faptul că împrumutul solicitat va fi rambursat în termenii și în condițiile stabilite.



Înainte de a iniția o afacere, trebuie să te convingi că știi toate cerințele de reglementare a activității de antreprenoriat în domeniul ales, adică: numărul și tipul avizelor, autorizațiilor, aprobărilor, permiselor și licențelor, care vor fi obligatorii pentru legiferarea afacerii tale.





ELABORAREA PLANULUI DE AFACERI

Elaborarea Planului de Marketing

Elaborarea Planului Operațional

Elaborarea Planului Financiar

Lista de verificare a Planului de afaceri



ELABORAREA PLANULUI DE AFACERI

“Dintre cele mai importante funcții ale managementului, planificarea este cea mai importantă.

Planificați-vă lucrul și lucrați conform planului.”

Grant Hooker, BeaverTails Canada Inc

Secretul succesului în afaceri este *planificarea* riguroasă. Pentru a rămâne rezistent pe piață, competitiv și flexibil la cerințele și necesitățile consumatorului trebuie neapărat să-ți planifici afacerea. Orice planificare de afaceri presupune acumularea următoarelor tipuri de informații pentru a obține un profit cât mai înalt și pe termen de durată, și ulterior de a încerca să utilizezi aceste informații la elaborarea unui plan de afaceri, și anume:

- ◆ Acumularea informației despre afacere, potențialii tăi clienți și concurenți
- ◆ Acumularea informației despre piață
- ◆ Acumularea informației despre procesul de producție
- ◆ Acumularea informației despre personal, precum și informații financiar-contabile
- ◆ Analiza situației actuale, oportunitățile și amenințările interioare și exterioare ale afacerii



De ce este nevoie de un Plan de afaceri?

Situația economică instabilă și nesigură, cadrul regulatoriu incert, concurența dură, schimbările frecvente de pe piața financiară, tehnologiile care avansează rapid, inflația, impozitele care uneori se schimbă anual odată cu adoptarea legii bugetului etc. necesită o atenție deosebită din partea ta și oferă o importanță vitală planificării viitoarei tale afaceri. Cu cât dispui de mai multă informație referitoare la afacerea pe care o dorești cu atât mai multe posibilități reale vei avea pentru soluționarea problemelor.

Un plan de afaceri prezintă multe provocări și oportunități pentru un antreprenor începător și reprezintă șansa de a-ți testa ideile, de a structura mai întâi toate oportunitățile și riscurile pe hârtie. Este un instrument de simulare a dezvoltării atât a succesului în afaceri, cât și a situației de eșec.

Planul de afaceri te va ajuta să-ți organizezi activitatea și să prognozezi cum se va desfășura afacerea ta. Elaborând un plan de afaceri, nu riști cu nimic. Acesta reprezintă doar un avantaj în asigurarea succesului tău, care te va ajuta să prezinți în formă scrisă ideea de afacere și te ghidează să fii atent la momentele sensibile pe care le implică o activitate antreprenorială.



Planul de afaceri te ajută să ei decizii mai bune și să anticipezi problemele care pot să apără, inclusiv să determini opțiunile de afaceri potrivite. Investigațiile efectuate la etapa de elaborare a Planului te ajută să anticipezi problemele viitoare astfel încât să poți prevedea din timp soluțiile posibile înainte de apariția acestora, simulând pe hârtie diferite căi de dezvoltare a afacerii, atât optimiste cât și pesimiste. Acest fapt îți oferă oportunitatea să elaborezi diferite strategii pentru a te asigura că afacerea ta va răspunde circumstanțelor, presiunilor sau schimbărilor imprevizibile din mediul de afaceri, concurențial și din comportamentul consumatorilor.

Planul de afaceri poate fi folosit ca un instrument de vânzare pentru a atrage resursele necesare. Dacă doriți să cereți finanțare chiar și de la prieteni sau familie, atunci trebuie să le prezentați un Plan de afaceri, pentru ca ei să înțeleagă că ceea ce faceți este destul de serios. De asemenea, Planul va fi util și în cazul în care intenționezi să inițiezi o discuție sau negocieri cu potențialii investitori sau cu orice altă instituție financiară în scopul solicitării unui împrumut.

Care este conținutul unui Plan de afaceri?

Astfel, pentru a înțelege ce este un Plan de afaceri, trebuie definit mai întâi conceptul de „afacere”.



O definiție neconvențională a acestui concept poate fi: intenția unei PERSOANE de a întreprinde anumite ACTIVITĂȚI în scopul obținerii unui PROFIT !

Altfel spus, Planul de afaceri reprezintă un tablou vizibil al viitoarei afaceri, îmbunătățind șansele întreprinzătorului de a-și atinge scopul propus. Conform unui dicționar economic, Planul de afaceri reprezintă documentul ce descrie trecutul, prezentul și planurile de viitor ale unei afaceri, în vederea solicitării unei investiții, căutării unui acționar sau vânzării firmei. Planul de afaceri, de regulă, conține o componentă financiară solidă.

Elaborarea unui plan de afaceri începe cu expunerea viziunii antreprenorului asupra ideii sale de afaceri. Fiecare întreprinzător are viziuni de tipurile:

- ◆ **Vreau** să înființez o frizerie sau o rețea de frizerii;
- ◆ **Vreau** să cos hăinuțe pentru copii;
- ◆ **Vreau** să cos sau să croșetez articole pentru femei;
- ◆ **Vreau** să produc și să comercializez sucuri din fructe etc.



„**Vreau...**” –este o viziune, care, de fapt, exprimă obiectivul final la care dorești să ajungi prin afacere. Călea pe care o alegi pentru a implementa viziunea reprezintă strategia firmei tale. Pentru a-ți argumenta strategia, trebuie să răspunzi la următoarele întrebări:

- ◆ Care este esența și care va fi generatorul de profit al afacerii tale ?
- ◆ Care vor fi produsele sau serviciile tale?
- ◆ Cum dorești să arate produsele sau serviciile tale?
- ◆ Cine vor fi clienții tăi?
- ◆ Care este cererea pe piață pentru produsele sau serviciile pe care dorești să le oferi?
- ◆ Unde vei ajunge în 3, 6, sau 12 luni? Chiar de la început fixează-ți obiective cantitative!
- ◆ Care sunt punctele tari care te determină să crezi că vei reuși cu certitudine?

Pentru a acționa în continuare, îți recomandăm mai întâi să citești cu luare aminte *Anexa 5. Structura unui Plan de afaceri*. Încearcă apoi să elaborezi o schiță a Planului de afaceri, punând pe hârtie totul ce știi despre ideea ta de afacere. Cercetează părțile care lipsesc și discută cu alte persoane care crezi că sunt mai experimentate în aceste domenii, fie prieteni, colegi, profesori, mentori.

Elaborarea Planului de afaceri necesită timp, disciplină și multă cercetare. Nu trebuie să percepi crearea unui plan ca o povară sau o sarcină prea complicată, inclusiv să gândești că poți porni o afacere reală fără un Plan de afaceri. De fapt, în activitatea de antreprenor vei întâlni sarcini mult mai grele decât elaborarea unui Plan de afaceri. Planul de afaceri va fi și un instrument de vânzare, de aceea va fi bine să-l cunoști până în cele mai mici detalii. Toate secțiunile trebuie să fie identificate clar și ușor de citit.



Structura unui Plan de afaceri trebuie să cuprindă toate aspectele ce țin de:

MARKETING, OPERAȚIUNI ȘI SURSE FINANCIARE

Fiecare Plan de afaceri va conține șase elemente esențiale. Acestea sunt:

UNDE?

DE CE?

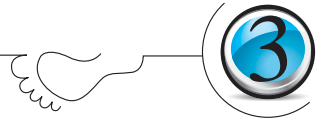
CUM?

CÂND?

CINE?

CE?





Începe să planifici chiar acum începând cu elaborarea **planului de marketing, apoi planul operațional și în final a planului financiar**. Un exemplu de structură detaliată a unui Plan de afaceri poți găsi în *Anexa 5. Structura unui Plan de afaceri*.

Elaborarea Planului de Marketing



Ce este marketingul? Cred că deja te-ai și întrebat.

În sens general, **marketingul** reprezintă „știința și arta de a convinge clienții să cumpere”. Renumitul marketolog, Philip Kotler, definea marketingul ca „un proces social și managerial, prin care indivizi sau grupuri de indivizi obțin ceea ce le este necesar și doresc, prin crearea, oferirea și schimbul de produse și servicii având o anumită valoare”. Explicând mai simplu, marketingul reprezintă „arta și știința de a vinde”.

În acest context, marketingul este una din componentele de bază a Planului tău de afaceri și mai mult ca atât marketingul va fi necesar de aplicat pe tot parcursul dezvoltării afacerii tale. El este unul din principalele instrumente utilizate actualmente de toate companiile care au obținut succes, vânzări mari, profituri mai înalte. Ținta marketingului sunt consumatorii: satisfacerea necesităților consumatorului, previzionarea nevoilor acestora, deoarece fără clienți nu există vânzări și, prin urmare, nu poți obține nici profit.

Planul de marketing va descrie toate activitățile de marketing legate de producerea și vânzarea unui anumit produs sau serviciu, inclusiv bugetele alocate. În această secțiune îți oferim câteva puncte de reper la care trebuie să te gândești atunci când elaborezi planul de marketing.

Dacă crezi că nu ai destulă experiență în acest domeniu, apelează la servicii de instruire sau asistență, pentru a beneficia de cunoștințele unui specialist în domeniu, care îți va oferi posibilitatea să-ți îmbunătățești aptitudinile în domeniul marketingului și să alegi cea mai potrivită strategie de dezvoltare pentru afacerea ta.

Pentru a elabora un Plan de marketing, antreprenorii combină, de regulă, 4 politici principale, numite, de obicei, cei „patru P” sau mixul de marketing. Acestea sunt:

POLITICA DE **PRODUS**,
POLITICA DE **PREȚ**,
POLITICA DE **PROMOVARE**,
POLITICA DE **PLASARE**.





POLITICA DE PRODUS va include aspecte ale managementului și marketingului de produs, care se ocupă de specificațiile bunului sau produsului și la modul în care reacționează la nevoile și dorințele consumatorului final.

POLITICA DE PREȚ se referă la procesul de stabilire a prețului pentru un produs, inclusiv reducerile de preț.

POLITICA DE PROMOVARE include reclama, relațiile publice, publicitatea și vânzările personale și se referă la diferite metode de promovare a unui produs, brand sau companie.

POLITICA DE PLASAMENT sau distribuție se referă la modul în care produsul ajunge la client; la aspectele ce țin de distribuție la locul, regiunea geografică sau ramura industrială unde produsul sau serviciul este vândut, de segmentul căruia se adresează - tineri, adulți, familii, companii, oameni de afaceri, femei, bărbați etc.

Înainte de a evalua aceste elemente, trebuie să definești clar necesitățile pe care dorești să le satisfaci prin intermediul produselor sau serviciilor pe care intenționezi să le oferi, piața țintă pe care dorești s-o cucerești și obiectivele de marketing.



Începe cu Studiul de Piață!

◆ pentru conturarea necesităților consumatorilor

Deși procesul ar putea începe cu unele presupuneri pe care le poți face vis-a-vis de existența unor necesități pe piață, totuși, trebuie neapărat să-ți susții ideea cu date concrete. Acestea te vor ajuta să afirmi sau să negi informația referitoare la numărul potențialilor clienți a produsului sau serviciul tău și să găsești răspuns la întrebările ce țin de necesitățile, doleanțele consumatorilor, caracteristicile produselor sau serviciilor solicitate de consumatori și cât sunt dispuși să plătească pentru acestea. De obicei, pentru efectuarea studiilor de acest gen sunt necesare informații care pot fi colectate din două surse: date primare și date secundare.

Date primare – informația pe care o colectezi individual, inclusiv pe care o obții în urma discuțiilor cu potențialii clienți referitor la necesitățile și dorințele lor de procurare a unui anumit tip de produs sau serviciu pe care dorești să-l oferi și, respectiv, prețul propus pentru comercializare. Ai putea să întrebi potențialii clienți prin telefon, să porți discuții cu ei față-n față sau prin intermediul unui chestionar. Poți să folosești chiar e-mail-ul.



Date secundare - informația relevantă pentru afacerea ta, dar care a fost colectată de către alte organizații. De exemplu, Biroul Național de Statistică este o sursă excelentă de informații despre diverse piețe și tendințe pe piață. Alte surse includ revistele de specialitate; asociațiile de afaceri din industria respectivă; Camera de Comerț și Industrie etc.

◆ pentru analiza concurenței pe piață

Realizarea analizei concurenței pe piață este încă un pas important în procesul de definitivare a strategiei de marketing. Trebuie să știi la ce să te aștepți de la concurenți, adică de la cei care produc sau prestează produse sau servicii identice sau similare. Răspunsurile la întrebările menționate mai jos te pot ajuta în efectuarea analizei situației concurențiale:

- Cine sînt concurenții întreprinderii tale?
- Ce segment de piață acoperă ei?
- Care este gama de produse comercializată de concurenți pe piață locală?
- Care sunt caracteristicile specifice ale produselor sau serviciilor propuse de concurenți?
- Care este prețul oferit de ei pentru produsele sau serviciile similare?
- Care este cheia succesului lor pe piață? Încearcă să o definești. Știm, nu este ușor!!!

Trebuie să examinezi majoritatea factorilor existenți pe piața în care intenționezi să lansezi afacerea ta, pentru a diferenția clar produsul sau serviciul oferit de firma ta pe piața dorită. Toată informația ce ține de piață și mediul competitiv trebuie să te ajute să înțelegi dacă ideea ta de afaceri este una viabilă.

O metodă excelentă pentru a afla mai multe despre concurenți este contactarea sau chiar vizitarea lor la locul de activitate. De exemplu, dacă printre concurenți se enumeră un restaurant, atunci consumă în calitate de client serviciile acestui restaurant aflându-te la fața locului. În cazul unei unități de comerț cu amănuntul - vizitează magazinul, procură și colectează informația despre deservirea clienților, calitatea produselor, ambalajului etc.



După ce ai recapitulat informația privind consumatorii și concurenții, inclusiv viabilitatea ideii de afaceri, următorul pas pe care trebuie să-l faci este să definești toate elementele strategiei de marketing începând cu piața țintă.



◆ **pentru identificarea segmentului de piață**

O piață sau un segment de piață este un grup relativ omogen de clienți potențiali. Afacerea ta poate opta pentru consumatori - persoane fizice, fie alte afaceri sau persoane juridice.

Indiferent de situație, încearcă să determini consumatorii concreți, care iau decizia de cumpărare în nume propriu sau în numele organizației pentru care lucrează. Este foarte important să cunoști cine sunt aceste categorii de consumatori și care sunt factorii care influențează decizia lor de cumpărare. Pentru a defini piața sau segmentul de piață țintă, trebuie să ții cont de următorii factori:

- ◆ demografic – vârsta, genul, venitul, ocupația, educația
- ◆ geografic – unde locuiesc consumatorii sau unde sunt amplasați în cazul firmelor
- ◆ psihologic – caracteristicile stilului de viață, inclusiv activitățile, interesele și opiniile.



După ce ai definit piața, trebuie să definești mai amănunțit produsul sau serviciul pe care îl vei oferi. În aceasta te vor ajuta cunoștințele acumulate anterior despre cele patru politici „P” ale mixului de marketing.

Politica de produs

Pentru a defini clar produsul sau serviciul tău, în sensul elaborării unei politici de produs pe care o vei promova în continuare, va trebui să întreprinzi câteva acțiuni de bază și anume:

- Enumeră caracteristicile specifice și beneficiile produsului sau serviciului și concentrează-te asupra conferirii unicității acestuia pe piața respectivă de desfacere!
- Identifică care sunt motivele principale care vor determina clienții să se orienteze spre produsele sau serviciile tale!
- Află la ce se gândește, în primul rând, un potențial client atunci când ia decizia de cumpărare a produselor sau serviciilor tale?
- Verifică încă o dată care sunt produsele sau serviciile similare oferite de concurenți?
- Identifică care sunt deosebirile și asemănările dintre produsele tale și cele oferite de concurenți?



- Afă cum produsele sau serviciile tale pot satisface necesitățile clientului mai ieftin și mai rapid sau mai eficient decât cele ale concurenților?
- Investighează dacă mai există și alte probleme sau necesități pe care tu le poți soluționa, iar concurenții nu.

Politica de preț

Odată ce produsul sau serviciul tău este bine definit, trebuie să stabilești un preț competitiv al acestuia. La stabilirea prețului trebuie să ei în considerare următorii factori:

- existența mediului competitiv și informațiile primare despre prețul cerut de concurenți;
- considerarea prețului de piață și luarea în calcul a studiului de piață efectuat;
- stabilirea unui nivel al prețului care va asigura nivelul dorit de profit;
- prognoza vânzărilor, pentru a te asigura că prețul pe care-l ceri acoperă toate cheltuielile etc.

Spunând aceste lucruri, nu este mai puțin important să găsești răspuns și la următoarele întrebări:

- Care poate fi ponderea vânzărilor produselor sau serviciilor tale pe piață?
- Cine dintre concurenții tăi se află la limita de sus a prețurilor de vânzare?
- Cine dintre concurenți se află la limita de jos a prețurilor de vânzare?
- Prin ce se deosebesc produsele oferite de concurenți?
- Care este limita prețului pe care poți s-o ceri pentru produsele sau serviciile oferite?
- Există oare limite de preț pentru produsele sau serviciile tale?
- Vei putea oferi reduceri de preț (luând în considerare volumul, caracterul sezonier etc)?



Atenție! Nu poți crea imaginea unei calități înalte și, în același timp, să oferi cele mai mici prețuri. Este nevoie să alegi unul dintre aceste obiective. Pentru a atrage atenția clienților și a menține sau spori rentabilitatea produsului sau serviciului, poți propune un mod diferit de prezentare sau realizare a bunului oferit în raport cu cel al concurenților.



Politica de plasare (distribuție)

Plasarea produsului se referă la strategia de distribuție a acestuia, care include amplasarea afacerii și modul în care vei distribui produsul sau serviciul. Indiferent de canalul de distribuție ales pentru produsul sau serviciul oferit, trebuie să te asiguri că clienții îl vor accesa cu maximă ușurință.



În același ordine de idei, iată câteva întrebări ce trebuie analizate minuțios la subiectul **amplasarea afacerii**:

- Cine este responsabil de luarea deciziilor privind procesul de vânzare a produselor sau serviciilor?
- Produsele sau serviciile sunt distribuite prin intermediari sau direct consumatorilor?
- Care este situația în domeniul promovării? Cine se ocupă de promovarea produselor sau serviciilor tale?
- Care este cererea actuală la produsele sau serviciile similare pe piață?
- Cum vei promova produsele sau serviciile?
- Care din întreprinderile concurente deține cea mai mare cotă de piață la moment și de ce?
- Care este mărimea cotei de piață deținută de cel mai important concurent?

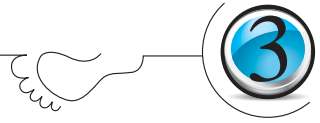


Dacă nu există cerere pentru produsele sau serviciile oferite, schimbă **IMEDIAT** genul de activitate al întreprinderii sau gândește o nouă modalitate de stimulare a cererii pentru aceste produse sau servicii!

Alte elemente importante de analizat pentru amplasarea afacerii ar fi:

- Accesul la materia primă
- Distanța până la piețele de desfacere
- Puterea de cumpărare a populației
- Accesul la energia electrică
- Accesul la comunicații (serviciile poștale, telefon, internet etc.)
- Posibilități de alimentare cu apă
- Acces la rețeaua de canalizare
- Starea drumurilor și accesul la drumurile centrale
- Compatibilitatea cu planul de urbanism din localitatea unde-ți planifici afacerea
- Posibilitatea angajării personalului calificat





- Transportul public (autobuz, microbuz, cale ferată)
- Servicii financiare (Instituții de micro-finanțare, Băncile comerciale, Asociații de Economie și Împrumut etc.)
- Prezența unor afaceri similare

Politica de promovare

Promovarea este un element la fel de important al strategiei de marketing, prin care comunicați cu clienții și consumatorii de pe piață, pentru a-i familiariza cu produsul sau serviciul pe care-l oferiți. Există diverse tactici pentru a cuceri o cotă de piață, inclusiv publicitate prin intermediul mass media, TV, radio, panouri, reclamă pe autobuze și microbuze, vânzări promoționale etc.

Majoritatea strategiilor de promovare includ o combinație a acestor tactici în funcție de grupul țintă pe care dorești să-l abordezi și de bugetul pe care l-ai stabilit pentru acțiunile de promovare. De aceea pentru a alege o politică eficientă de promovare trebuie să definești următoarele:

- Care sunt preferințele cele mai importante ale clienților atunci când decid să cumpere un produs sau serviciu?
- Care sunt beneficiile clientului?
- Care este principala idee pe care dorești să o comunicii potențialilor cumpărători?
- Poți prezenta ideea sau mesajul dorit în 20-30 de secunde?
- Cum îți dorești să acționeze clientul: să achiziționeze mai multe produse/servicii sau să cumpere un singur produs/serviciu?

Dacă vei răspunde la întrebările menționate, atunci neapărat vei reuși să elaborezi și să realizezi propriul plan de marketing, care la rândul său va contribui esențial la reușita afacerii tale. Gândește bine o schemă de lucru, pe care o vei putea revizui după anumite intervale de timp în funcție de situația din cadrul afacerii: lunar, trimestrial și anual. Acest plan trebuie să fie perfecționat, modificat și ajustat la schimbările care vor apărea în activitatea întreprinderii tale. Nu lăsa Planul să se prăfuiească pe un raft sau în sertarul mesei de birou.



ATENȚIE pentru proprietarul unei afaceri! Cu cât te vei ocupa mai mult timp de afacerea proprie, cu atât vei avea mai multe posibilități pentru a deveni un adevărat expert în evaluarea necesităților, tendințelor, cererii și ofertei pe piață și, evident, vei obține și mai multe beneficii.





Elaborarea Planului Operațional

Planul operațional ca parte componentă a Planului de afaceri trebuie să includă informații despre furnizori, planurile de producere, prestarea serviciilor, reglementările relevante și resursele umane. Toate aceste detalii sunt necesare pentru a organiza cât mai eficient afacerea ta. În continuare, vom analiza după aceeași metodă fiecare element în parte.

Furnizori

De la începutul afacerii elaborează o listă a persoanelor care vor furniza materialele și produsele necesare pentru desfășurarea activității de antreprenoriat. Informațiile despre furnizorii cheie trebuie să includă adresele, produsele și termenii lor de plată. Va fi foarte util să identifici și niște furnizori de rezervă, dacă furnizorii pe care ai mizat au unele probleme.

Relația ta cu furnizorii trebuie să reprezinte ceva mai mult decât prețul oferit, pentru că ei pot sa contribuie prin diferite metode la dezvoltarea afacerii tale. De exemplu, unii furnizori, pe lângă un produs la un preț rezonabil pot oferi un parteneriat mai complex, cum ar fi investiții în echipament, asistență și întreținere a echipamentului, uneori chiar și parteneriat de marketing.

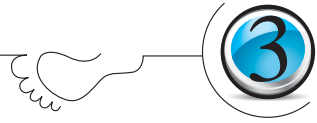


Operațiuni

Acest capitol te va ajuta să acumulezi informații necesare pentru elaborarea planului de producere sau de prestare a serviciilor. Este bine să hotărăști de la început:

- Unde vor fi amplasate spațiile productive și personalul administrativ?
- Ce suprafață va fi necesară pentru producere, cum va fi aceasta obținută?
- Ce facilități sunt disponibile (comunicații, electricitate, gaz, apă, căi de acces etc.)?
- Ce fel de tehnologii vei folosi? Ce utilaje și echipamente sunt necesare?
- Care va fi capacitatea de producție?
- Ce riscuri implică procesul de producție și ce măsuri de protecție poți întreprinde?
- Ce materie primă și materiale vor fi folosite și care vor fi furnizorii?
- Care va fi modalitatea de transportare a materiei prime, a materialelor?
- Unde se va depozita materia primă, materialele, inclusiv și produsele finite?
- Cine pot fi partenerii tăi în afaceri, în cazul unui parteneriat?





Forma de organizare și conducere a afacerii

- Ce denumire ai ales? Are acest nume vreo semnificație deosebită ?
- Ce formă juridică de organizare ai ales pentru afacerea ta? De ce ai ales anume această formă, care sunt avantajele și dezavantajele ei?
- Câte cote sau acțiuni deține fiecare asociat în cazul unor parteneriate posibile și ce pondere au fiecare dintre partenerii asociați?
- Unde va fi plasat sediul firmei etc.?

Structura organizatorică și echipa managerială

- Definește organigrama sau structura firmei.
- Descrie principalele funcții ale personalului cheie.
- Descrie în ce măsură proprietarii (asociați sau acționari) se vor implica în conducerea afacerii.
- Identifică cine sunt persoanele care vor conduce afacerea etc.

Forța de muncă și angajarea personalului

- Stabilește structura și calificările personalului pe care vei avea nevoie să-i angajezi.
- Determină modalitatea de selectare a personalului și cum vei instrui suplimentar personalul în caz de necesitate.
- Stabilește de la început mărimea salariului care va fi achitat lunar și suplimentar poți stabili alte forme nesalariale de motivare a personalului.

Identificarea personalului calificat în conformitate cu necesitățile activității tale este o componentă importantă pentru asigurarea succesului în afacere. Chiar dacă la momentul inițierii afacerii, intenționezi să activezi de unul singur, în caz de lărgire a afacerii trebuie să fii pregătit și familiarizat cu unele aspecte ce țin de angajarea personalului. În acest sens, îți propunem o listă de verificare, care va asigura că Planul de angajare al personalului să fie complet și potrivit pentru realizarea scopului propus (vezi *Boxa 3 Lista de verificare și angajare a personalului*).





BOXA 3



Lista de verificare pentru angajare a personalului

1. Elaborarea fișei de post pentru fiecare poziție de personal, care include:
 - Funcțiile și sarcinile
 - Salariul
 - Orele de lucru
 - Forma de raportare
2. Elaborarea și comunicarea clară a politicilor și procedurilor referitoare la resursele umane:
 - Concediu de boală
 - Concediu anual și concediu de îngrijire a copilului
 - Concediu pe cont propriu
 - Plângeri
 - Politica disciplinară
 - Zile libere
 - Beneficii
3. Elaborarea unei politici de instruire a fiecărui angajat, conform specificului afacerii, prin oferirea:
 - Instruire de bază, în caz de necesitate
 - Oportunități de creștere, în cazul unei calificări înalte
 - Prime competitive, în cazul unei productivități mărite
4. Studiarea reglementărilor și responsabilităților ce țin de angajarea personalului:
 - Securitatea la locul de muncă
 - Contracte de muncă
 - Impozite și contribuții (impozitul pe venit, asigurarea medicală, fondul de pensii, fondul social)
 - Registrul cărților de muncă
 - Standardele de angajare etc.



Elaborarea planului financiar

Efectuarea unei analize financiare detaliate a afacerii dorite te va ajuta să determini dacă afacerea ta este sau nu viabilă. De asemenea, te va ajuta să determini dacă poți câștiga suficienți bani în această afacere pentru necesitățile personale și/sau obținerea unui profit adecvat!

Cunoașterea volumului vânzărilor și cheltuielilor lunare te va ajuta să ei decizii bune referitor la procurarea echipamentului, angajarea personalului sau utilizarea liniei de creditare.

Un element important la elaborarea Planului financiar este enumerarea pe o listă a tuturor cheltuielilor legate de lansarea afacerii tale, iar structura după care poți elabora bugetul de lansare este prezentat în Tabel 1: Bugetul de lansare a afacerii. Încearcă să incluzi toți banii planificați pentru lansarea afacerii până la ziua oficială de deschidere, astfel vei obține o cifră aproape reală a investițiilor necesare la etapa de inițiere.

Tabel 1: Bugetul de lansare a afacerii

Denumire	Valoare	Sursa de finanțare
1. Cheltuieli de constituire		
2. Taxe		
3. Impozite		
4. Asigurări		
5. Licențe		
6. Terenuri		
7. Clădiri		
8. Mașini și utilaje		
9. Mijloace de transport		
10. Mobilier		
11. Stocuri inițiale de materie primă și materiale		
12. Stocuri inițiale de mărfuri		
13. Salarii brute, inclusiv contribuția angajatorului		
14. Chiria		
15. Amenajări și reparații		
16. Întreținere		
17. Utilități (electricitate, gaz, apă, energie termică etc.)		
18. Alte cheltuieli (nenominalizate)		
.....		
XX. Necesar de numerar (cash)		
FINANȚARE TOTALĂ		



Un alt element nu mai puțin important la elaborarea planului financiar este prognozarea într-un tabel a **Fluxului de numerar** necesar desfășurării afacerii din prima zi de activitate.

Fluxul de numerar are forma unui tabel ce include veniturile sau încasările pe care le preconizezi să le obții în fiecare lună și cheltuielile pe care trebuie să le efectuezi. Aceasta îți oferă posibilitatea să verifici achitarea facturilor lunare și responsabilitățile financiare față de creditori și debitori.

Dacă ai nevoie de bani pentru a începe afacerea, detaliază suma de bani necesară conform necesităților inclusiv și planul de rambursare, definit simplu:



Fluxul de numerar este diferența dintre încasările și plățile curente ale unei firme, pe o anumită perioadă de timp.

În practica, Fluxul de numerar, asemănător unei balanțe de verificare, are și dublu rol:

- ♦ oferă informații despre ceea ce se va întâmpla/s-a întâmplat din punctul de vedere al rezultatelor/rulajelor;
- ♦ va ajuta sa planificați activitatea viitoare a firmei.

Marele avantaj al acestui gen de evidență este flexibilitatea: puteți include în fluxul de numerar numai informațiile de care aveți nevoie. Drept exemplu, puteți examina în *Anexa 7. Exemplu de Flux de numerar* pentru a înțelege cum arata un tabel al fluxului de numerar care înregistrează veniturile și cheltuielile generate de realizarea unui produs. O buna previzionare a cash flow-ului, numita și buget de cash flow, stă la baza procesului financiar al unei firme și este deosebit de important pentru supraviețuirea acesteia.

Bilanțul contabil la începutul activității întreprinderii prezintă situația în care afacerea datorează sau deține ceva la o dată anumită. Bilanțul contabil este compus din declarația prognoza-tă a activelor, pasivelor și acțiunilor pentru primul an de activitate.

ACTIVELE includ numerarul, inventarul, conturile primite, clădirile și echipamentul.

PASIVELE includ datorile pe termen scurt și termen lung, conturile de plătit și impozitele de achitat.

Mai multe detalii privind evidența activității de antreprenoriat sunt prezentate în următoarele capitole.

Riscurile afacerii: Într-un plan de afaceri este foarte important să prognozezi și să analizezi



riscurile pe care le poate implica afacerea ta. Problematika riscurilor poate fi analizată din mai multe puncte de vedere, Iată câteva dintre acestea:

- ◆ *Riscurile privind proprietatea:*
 - Dezastrele naturale (cutremurele, inundațiile, alunecările de teren, furtunile puternice etc.) afectează, de regulă, mai mulți întreprinzători și au efecte negative majore. Soluția cea mai eficientă de protecție împotriva acestor riscuri este asigurarea.
 - Incendiile reprezintă situații de risc care se produc frecvent. Protecția presupune atât măsuri complexe de prevenire cât și asigurarea.
 - Furturile, reprezintă, de asemenea, situații de risc. Pentru prevenirea și limitarea acestora se pot folosi sistemele de alarmă și agenții de pază, precum și asigurarea.
- ◆ *Riscurile privind clienții se referă îndeosebi la vânzările pe încrederea personală sau eliberarea produselor la realizare, în cazul în care clientul refuză din diverse motive să plătească produsul achiziționat. De cele mai multe ori, aceste riscuri pot fi prevenite prin încheierea contractelor unde este stipulată răspunderea fiecărei părți.*
- ◆ *Riscurile privind personalul se referă la furturi sau la falsuri comise de către proprii angajați ai întreprinzătorului. Cauzele țin atât de lacunele săvârșite în selectarea corespunzătoare a persoanelor angajate, cât și de mediul intern al organizației (relațiile dintre angajați și angajator, politica salarială și așteptările angajaților, sistemul de control intern și procedurile prevăzute în cazul depistării unor situații negative).*



Lista de verificare a Planului de afaceri

Mai jos este prezentată o listă de verificare a conținutului Planului de afaceri. Poți folosi această listă de verificare ca un ghid, pentru a te asigura că ai inclus majoritatea informațiilor necesare în Planul de afaceri. Marchează aspectele considerate!

- Sumarul executiv
- Profilul afacerii (introducere)
- Analiza pieței și a domeniului/sectorului de activitate (identificarea oportunităților)
- Identificarea produsului/serviciului
- Identificarea pieței ținte
- Cercetarea de marketing
- Analiza concurențială
- Strategia de marketing (tactici și instrumente)
- Strategia de promovare
- Strategia de stabilire a prețurilor
- Strategia de distribuție sau amplasare
- Planul operațional (cerințe privind resursele)
- Furnizorii
- Planurile de producere/cerințele operaționale
- Reglementările operaționale
- Resursele umane
- Informațiile financiare
- Costurile de lansare
- Bilanțul contabil
- Prognoza fluxului de numerar
- Analiza riscurilor
- Planurile pe viitor
- Anexele

Adițional acestei liste vă prezentăm un exemplu de plan de afaceri (vezi *Anexa 6. Exemplu de Plan de afaceri*).





EVIDENȚA CONTABILĂ ȘI IMPOZITAREA

*Aspecte generale privind sistemul de
evidență contabilă*

Bazele contabilității

*Sisteme de evidență contabilă în Republica
Moldova*

Impozitarea

*Impozite și taxe generale de stat
Contribuții pentru asigurările sociale și primele de asigurare
obligatorie medicală (anul 2009)*



EVIDENȚA CONTABILĂ ȘI IMPOZITAREA

În acest capitol vom expune informații despre evidența contabilă și impozitarea unei întreprinderi într-un mod puțin diferit de toate celelalte capitole. El va cuprinde pe alocuri și aspecte teoretice ce țin de evidența contabilă, inclusiv în partida simplă, dar și informații de ordin legislativ. Suntem convinși că ele nu te vor plictisi, deoarece cunoștințele acumulate în acest capitol îți vor fi de mare folos și te vor ajuta mult să faci față cerințelor impuse de politicile fiscale promovate de Republica Moldova în raport cu sectorul întreprinderilor mici și mijlocii.

Aspecte generale privind sistemul de evidență contabilă

În Moldova sînt utilizate cîteva sisteme de ținere a evidenței contabile, iar decizia de aplicare a uneia sau alteia îi aparține fiecărui antreprenor în funcție de preferințele și specificul activităților sale: Acestea sunt:

- ◆ Sistemul în partidă simplă;
- ◆ Sistemul simplificat în partidă dublă;
- ◆ Sistemul complet în partidă dublă.



Înainte de a prezenta o scurtă descriere a fiecărei dintre aceste metode, vom trece în revistă noțiunile de bază cu care operează evidența contabilă, raportarea și monitorizarea activității de antreprenariat. Apoi, în următorul subcapitol, vei avea posibilitate să compari elementele fiecărui sistem de ținere a evidenței contabile, pentru a medita asupra alegerii celui mai potrivit.



Bazele contabilității

Evidența contabilă a apărut din necesitatea estimării cantitative a resurselor și în prezent îndeplinește un șir de funcții, principale fiind cea informațională, de control și analitică.

Pentru obținerea și prezentarea informației despre starea patrimoniului întreprinderii și rezultatele financiare, evidența contabilă se bazează pe **principii** speciale, care sunt utilizate în toate țările cu economie de piață.

Informația din rapoartele financiare trebuie să corespundă următoarelor caracteristici calitative: să fie **simplică, clară, obiectivă, completă și utilă**. Conținutul, de asemenea, trebuie să fie prioritar față de formă.

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.

În baza celor expuse, putem oferi următorul echilibru al evidenței contabile:

$$\text{Patrimoniu} = \text{Drepturi} + \text{Datorii}$$

Patrimoniul în limbaj contabil este numit activ, iar drepturile și datoriile – pasiv. Așadar, deducem că elementele principale ale evidenței contabile sunt patrimoniul, drepturile și datoriile fiecărui antreprenor. Însă, evidența contabilă nu se limitează doar la studierea bunurilor întreprinderii și surselor de procurare. 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 și negativ – pierdere.

$$\text{Venituri} - \text{Cheltuieli} = \text{Rezultat financiar}$$





Generalizând cele expuse, conchidem că **obiectul** evidenței contabile este **patrimoniul, drep-
turile și datorile, veniturile și cheltuielile și, desigur, rezultatul financiar.**

Pentru desfășurarea activității, oricare întreprindere are nevoie de mijloace concrete, numite **active**. Aceste mijloace sunt diverse, în funcție de rolul lor în procesul economic și, din acest punct de vedere, ele se împart în active pe termen lung și active curente.

Activele pe termen lung reprezintă bunurile materiale, cu o durată de funcționare mai mare de un an și o valoare mai mare de 3000 lei. Activele pe termen lung sunt *clădirile, terenul, utilajul, mașinile* și altele. Deoarece activele pe termen lung se utilizează în multe cicluri de activitate, ele sunt supuse *uzurii*.

Activele curente se folosesc doar o singură dată în activitatea întreprinderii, adică valoarea lor se consumă într-o singură operație economică. Activele curente sunt *materialele, produsele, mărfurile, banii* etc. Activele curente au o durată de utilizare mai mică de un an.

Metodele evidenței contabile sunt:

- ◆ Bilanțul contabil;
- ◆ Contul;
- ◆ Dubla înregistrare;
- ◆ Evaluarea;
- ◆ Calculația;
- ◆ Documentarea;
- ◆ Inventarierea.



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

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

Dublă înregistrare se numește înregistrarea concomitentă și cu aceeași sumă a unei operații economice în două conturi.

*Evaluarea este procedeul de determinare a valorii elementelor contabile la re-
noașterea inițială și la întocmirea bilanțului contabil.*



Calculația este o metodă de stabilire ulterioară a valorii elementelor contabile prin aplicarea metodelor matematice.

Documentarea reprezintă un mod contabil de fixare a operațiilor economice doar prin documente.

Aici se cere să explicăm și noțiunea de document, care are o însemnătate deosebită nu numai pentru evidența contabilă, dar și pentru activitatea de antreprenoriat în general.

Prin urmare, *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 înfăptuirii operațiunii economice sau nemijlocit după finalizarea ei. Cumularea, sistematizarea și prelucrarea informației din documentele primare se efectuează în registrele contabile.



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

Inventarierea îndeplinește 2 funcții:

- ◆ stabilește existența efectivă a patrimoniului;
- ◆ controlează corespunderea dintre datele contabile și realitate.

Standardele naționale de contabilitate admit metode alternative de evaluare și evidență a activelor, veniturilor, cheltuielilor și a rezultatelor financiare a 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 aceste tip de documente.

Documentele primare reprezintă confirmarea documentară (pe suport de hârtie sau în formă electronică), care justifică efectuarea operației 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 întocmite 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 din cont propriu.

Elementele documentelor primare:

- ◆ Denumirea și numărul;
- ◆ Data întocmirii;
- ◆ Denumirea, adresa, codul fiscal a persoanei care a emis documentul;
- ◆ Denumirea, adresa, codul fiscal a persoanei care a primit documentul;
- ◆ Conținutul faptelor economice;
- ◆ Cantitatea și valoarea faptelor economice;
- ◆ Funcția, numele, prenumele, semnătura și ștampila persoanelor responsabile.

Dacă în documentul primar lipsește măcar unul din elementele obligatorii, atunci documentul nu este valabil. În documentele primare utilizate pentru uzul intern al întreprinderii pot fi omise datele privind denumirea, adresa și codul fiscal. Întreprinderile pot include în documentele primare elemente suplimentare.



Registrele contabile

Datele ce țin de activitatea antreprenorială se acumulează și se prelucrează în registrele contabile. Registrele contabile pot avea forme diverse: i) Formă de carte; ii) Foi separate; iii) Cartele; iv) Documente electronice.

Nomenclatorul și structura registrelor contabile se stabilesc de fiecare întreprindere de sine stătător, pornind de la necesitățile informaționale proprii, ținându-se cont de normele metodologice și prezența elementelor obligatorii.

Registrele contabile se elaborează pe suport de hârtie sau în formă electronică. Elementele obligatorii ale registrelor sunt: i) Denumirea registrului, ii) Denumirea întreprinderii, iii) Perioada de înregistrare, iv) Data efectuării operațiilor economice, v) Cantitatea și valoarea operațiilor economice, vi) Funcția, numele, prenumele și semnătura persoanelor responsabile.

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, 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.



Sisteme de evidență contabilă în Republica Moldova

Precum am menționat, în Moldova sunt utilizate câteva sisteme de ținere a evidenței contabile, iar decizia de aplicare a uneia sau alteia îi aparține fiecărui antreprenor în funcție de preferințele și specificul activității antreprenoriale.

- a. Sistem în partidă simplă;
- b. Sistem simplificat în partidă dublă;
- c. Sistem complet în partidă dublă.

A. Sistemul în partidă simplă:

Au dreptul să țină contabilitatea în partidă simplă, fără prezentarea rapoartelor financiare întreprinderile, care nu depășesc limitele a 2 din cele 3 criterii enumerate mai jos:

- ◆ Venitul din vânzări – cel mult 3 milioane lei;





- ◆ Activele pe termen lung – cel mult 1 milion lei;
- ◆ Numărul mediu de salariați – cel mult 9 persoane.

B. Sistemul simplificat în partidă dublă:

Au dreptul să țină contabilitatea simplificată în partidă dublă cu prezentarea rapoartelor financiare simplificate întreprinderile care nu depășesc limitele a 2 din 3 criterii:

- ◆ Venitul din vânzări – cel mult 15 milioane lei;
- ◆ Totalul bilanțului contabil – cel mult 6 milioane lei;
- ◆ Numărul mediu de salariați – cel mult 49 persoane.

C. Sistemul complet în partidă dublă:

Contabilitatea completă în partidă dublă, cu prezentarea rapoartelor financiare complete, o țin întreprinderile care nu corespund criteriilor menționate mai sus și, indiferent de criteriile specificate, este obligatorie pentru:

- ◆ Instituțiile publice și de interes public;
- ◆ Întreprinderile importatoare de mărfuri supuse accizelor;
- ◆ Instituțiile financiare, casele de schimb valutar, lombardurile;
- ◆ Întreprinderile din domeniul jocurilor de noroc și altele.



Pentru antreprenorii începători poate fi mai atractivă ținerea evidenței contabile în baza Standardului Național de contabilitate, ce ține de aplicarea contabilității în partidă simplă.

Prezentul standard a fost aprobat prin Ordinul ministrului finanțelor nr. 104 din 27.11.2002, publicat în Monitorul Oficial nr.170-172 din 13.12.2002. Acesta se extinde asupra tuturor persoanelor juridice și fizice, care desfășoară activitate de întreprinzător, organizațiilor necomerciale, indiferent de apartenența lor de ramură, tipul de proprietate, formă juridică și de organizare.

Ținerea evidenței contabile în partidă simplă se bazează pe patru documente contabile obligatorii. În ghidul nostru le puteți găsi în următoarele anexe: *Anexa 8. "Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor)"; Anexa 9. "Borderoul de evidență a producției proprii"; Anexa 10. "Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii"; Anexa 11. "Borderoul de evidență a mijloacelor fixe și a obiectelor de mică valoare și scurtă durată".*



Impozitarea

Impozitele și taxele fac parte din categoria de plăți obligatorii, pe care orice agent economic trebuie să le efectueze în conformitate cu legislația în vigoare. Aceștia li se alătură contribuțiile de asigurări sociale și primele medicale.

În acest Ghid vom enumera doar tipurile de impozite, taxe și contribuții aferente activităților la etapa primară a dezvoltării unei afaceri. Pentru mai multe detalii, antreprenorul sau contabilul va trebui să consulte ori de câte ori are nevoie pagina oficială a Inspectoratului Fiscal de Stat. (www.fisc.md) sau să telefoneze la unul din consultanții oficiilor teritoriale ale Inspectoratului fiscal, a căror contacte le puteți găsi în *Anexa 12. Lista oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal* sau pe pagina lor web- <http://www.fisc.md/ro/contacts/tel/terit/>.

Impozite și taxe generale de stat. Tipurile de impozite și taxe generale de stat sunt următoarele:

- ◆ Impozitul pe venit
- ◆ Taxa pe valoarea adăugată
- ◆ Accizele
- ◆ Taxa Vamală,
- ◆ Taxele Rutiere,
- ◆ Alte impozite generale de stat (în relații cu imobile în proprietate)

Impozitul pe venit (Cod Fiscal: Titlul II. Impozitul pe venit). Pentru toate tipurile de întreprinderi, pe parcursul anului 2009, se aplică cota zero la impozitul pe profitul nedistribuit al persoanelor juridice. Veniturile orientate la plata dividendelor se impozitează cu 15 %.

Conform Codului Fiscal și Legii pentru modificarea și completarea unor acte legislative nr. 177-XVI din 20.07.2007, suma totală a impozitului pe venit se determină:

- a) pentru persoane fizice, cu excepția gospodăriilor țărănești (de fermier) și întreprinzătorilor individuali, în mărime de:
 - ◆ 7% din venitul anual impozabil ce nu depășește suma de 25200 lei;
 - ◆ 18% din venitul anual impozabil ce depășește suma de 25200 lei.
- b) pentru persoanele juridice - în mărime de 0% din venitul impozabil
- c) pentru gospodăriile țărănești (de fermier) și întreprinzătorii individuali - în mărime de 0% din venitul impozabil.



Totul despre impozitul pe venit: scutiri și facilități, impozitare, reguli, achitare, calculare puteți găsi pe pagina web a Inspectoratului fiscal de stat <http://www.fisc.md/ro/lege/fiscrm/2/>

Taxa pe Valoarea Adăugată (T.V.A.) reglementată de Codul Fiscal: Titlul III, T.V.A. este impozit general de stat, care reprezintă o formă de colectare la buget a unei părți din valoarea mărfurilor livrate și serviciilor prestate care sunt supuse impozitării pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a unei părți din valoarea mărfurilor, serviciilor impozabile importate în Republica Moldova.

Conform CF, pentru anul 2009, s-au stabilit următoarele **Cote ale TVA:**

- a) cota-standard - în mărime de 20% din valoarea impozabilă a mărfurilor și serviciilor importate și a livrărilor efectuate pe teritoriul Republicii Moldova;
- b) cote reduse în mărime de:
 - 8% - la pâinea și produsele de panificație (190120000, 190540, 190590300, 190590600, 190590900)*, la laptele și produsele lactate (0401 0402, 0403, 0405, 040610200)*, livrate pe teritoriul Republicii Moldova cu excepția produselor alimentare pentru copii care sunt scutite de T.V.A., în conformitate cu art.103 alin. (1) pct.2);
 - 8% - la medicamentele, atât indicate în Nomenclatorul de stat de medicamente, cât și autorizate de Ministerul Sănătății, importate și/sau livrate pe teritoriul Republicii Moldova, precum și medicamentele preparate în farmacii conform prescripțiilor magistrale, cu conținut de ingrediente (substanțe medicamentoase), autorizate (în redacția Legii Nr.177-XVI din 20 iulie 2007);
 - 8% - la mărfurile, importate și/sau livrate pe teritoriul Republicii Moldova, de la pozițiile tarifare 3005, 3006 10, 3006 20 000, 3006 30 000, 3006 40 000, 3006 60, 3006 70 000, 3707 90, 3808 94, 3821 00 000, 3822 00 000, 4014, 4015, 4818 90, 9001 10 900, 9001 30 000, 9001 40, 9001 50, 9018 31, 9018 32, 9018 39 000 (introdusă prin Legea Nr.177-XVI din 20 iulie 2007, în vigoare 1 ianuarie 2008; în redacția Legii Nr.172-XVI din 10 iulie 2008);
 - 5% - la gazele naturale și gazele lichefiate, atât la cele importate, precum și la cele livrate pe teritoriul Republicii Moldova;
- c) cota zero - la mărfurile și serviciile livrate în conformitate cu art.104, Capitolul V.

Accizele – impozit general de stat, stabilit pentru anumite categorii de mărfuri de consum. Reglementarea acestuia este stabilit în Codul Fiscal, Titlul IV: Accizele, informații detaliate și actualizate găsiți la link-ul <http://www.fisc.md/ro/lege/fiscrm/5/>



Plătitori de accize sunt persoanele fizice și juridice care prelucrează și/sau fabrică, importă mărfuri supuse accizelor, precum și subiecții care desfășoară activitate în domeniul jocurilor de noroc. Aceștia sunt obligați să dețină registrul de evidență a mărfurilor și să primească certificat de acciză până la începerea activității în cauză.

Cotele accizelor se stabilesc în baza art.122 al Codului fiscal: a) în sumă absolută la unitatea de măsură a mărfii sau b) *ad valorem*, în procente de la valoarea mărfurilor, fără a ține cont de accize și TVA, ori de la valoarea în vamă a mărfurilor importate, luând în considerare impozitele și taxele aferente importului, fără a ține cont de accize și TVA.

Taxa vamală este o plată obligatorie, percepută de autoritatea vamală la introducerea sau scoaterea mărfurilor de pe teritoriul vamal al Republicii Moldova.

Plătitori ai taxelor vamale sunt persoanele fizice și juridice care importă bunuri materiale. Tarifele vamale se stabilesc anual în Anexa nr.1 la Legea nr. 1380-XIII din 20 noiembrie 1997 Cu privire la tariful vamal.

În tariful vamal se aplică următoarele tipuri de taxe vamale:

- ◆ *ad valorem*, calculată în procente față de valoarea în vamă a mărfii;
- ◆ specifică, calculată în baza tarifului stabilit la o unitate de marfă;
- ◆ combinată; va aplică trei tipuri de tarife: *ad valorem*, specifice și combinate.

De asemenea, importul și exportul mărfurilor este supus *plăților pentru procedurile vamale*.

Cuantumul acestora este stabilit prin Anexa 2 la Legea tarifului vamal. Aceasta însă nu face parte din categorii taxelor generale sau locale, ea se aplică de către autoritățile vamale.

Taxele rutiere sunt reglementate de Codul fiscal, Titlul IX. Subiecții impunerii achita taxele rutiere la conturile trezoreriale ale bugetului de stat. Informații detaliate găsiți pe pagina IFS (www.fisc.md).

Impozite și taxe locale. Tipurile de impozite și taxe locale sunt cele reglementate de Titlul VII: Codului Fiscal: Taxe locale ale. Taxa locală este o plată obligatorie aplicată de către autoritățile publice locale și efectuată la bugetul unității administrativ-teritoriale. Conform Titlului VII, impozite locale sunt:

- a) Taxa pentru amenajarea teritoriului
- b) Taxa pentru dreptul de a organiza licitații locale și loterii
- c) Taxa pentru amplasarea publicității (reclamei) (Legea nr.108-XVI din 16 mai 2008)



- d) Taxa pentru dreptul de a aplica simbolică locală
- e) Taxa pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii de deservire socială
- f) Taxa de piață
- g) Taxa pentru cazare
- h) Taxa balneară
- i) Taxa pentru prestări servicii de transport auto de călători pe teritoriul municipiilor, orașelor și satelor (comunelor) (în redacția Legii nr.177-XVI din 20.07.2007, în vigoare de la 1 ianuarie, 2008)
- j) Taxa pentru parcare
- k) Taxa de la posesorii de câini
- l) Taxa pentru amenajarea localităților din zona de frontieră sau birouri (posturi) vamale de trecere a frontierei vamale.

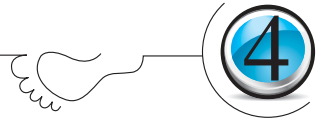
De asemenea, impozite locale sunt considerate și alte 2 categorii de impozite: (i) impozitele pe bunuri imobiliare, (ii) taxele pentru resursele naturale.

Impozitul pe bunurile imobiliare este reglementat prin Titlul VI al Codului Fiscal. Impozitul pe bunurile imobiliare reprezintă o plată obligatorie la buget de la valoarea bunurilor imobiliare.

Taxe pentru resurse naturale (Cod Fiscal: Titlul VIII. Taxe pentru resurse naturale. Informații detaliate pot fi găsite la <http://www.fisc.md/ro/lege/fiscrm/10/>). Conform art. 299, Sistemul taxelor pentru resursele naturale reglementate de prezentul titlu include:

- a) taxa pentru apă;
- b) taxa pentru efectuarea prospecțiilor geologice;
- c) taxa pentru efectuarea explorărilor geologice;
- d) taxa pentru extragerea mineralelor utile;
- e) taxa pentru folosirea spațiilor subterane în scopul construcției obiectivelor subterane, altele decât cele destinate extracției mineralelor utile;
- f) taxa pentru exploatarea construcțiilor subterane în scopul desfășurării activității de întreprinzător, altele decât cele destinate extracției mineralelor utile;
- g) taxa pentru lemnul eliberat pe picior.





Contribuții pentru asigurările sociale și primele de asigurare obligatorie medicală (anul 2009)

Plătitorii contribuțiilor pentru asigurările sociale și primelor de asigurare obligatorie medicală sunt următorii subiecți:

- ◆ Persoanele angajate în baza contractului individual de muncă
- ◆ Întreprinderile și organizațiile
- ◆ Proprietarii de terenuri agricole
- ◆ Fondatorii de întreprinderi individuale
- ◆ Titularii patentelor de întreprinzător

Tarifele **contribuțiilor pentru asigurările sociale** sunt următoarele:

6 % din salariu și alte recompense achitate individual

23% la fondul de retribuire a muncii și alte recompense persoanelor angajate, achitate de angajator;

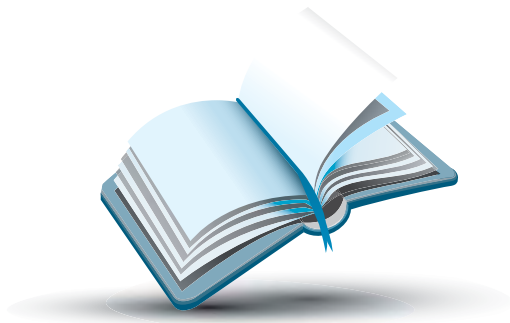
22% - pentru sfera agricolă (16% achitat de către angajator, 6% acoperite din bugetul de stat)

Tarifele pentru **primele de asigurare obligatorie medicală** sunt următoarele:

3,5%+3,5 % din salariu și alte recompense achitate individual de angajați și, respectiv, angajator

- ◆ O mărime fixă se stabilește în sumă de 2637,60 pentru categoriile de plătitori, prevăzute de Legea cu privire la mărimea, modul și termenii de achitare a primelor de asigurare obligatorie medicală.
- ◆ O facilitate se acordă în mărime de 50% din această sumă în cazul în care achitățile se efectuează în termen de 3 luni de la începutul anului.
- ◆ Suma de 3708 lei anual pentru asigurarea individuală (se achită lunar câte 1/12 din suma anuală).





5

CAPITOLUL

FINANȚAREA AFACERII PROPRII





FINANȚAREA AFACERII PROPRII

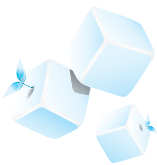
Organizarea finanțării pentru o nouă afacere nu este o sarcină ușoară. Afacerile noi nu au vânzări sau evidență. Cu toate acestea, din punct de vedere al finanțării, aceste afaceri sunt considerate cu un risc mai mare decât afacerile existente. Antreprenorii începători consideră că este dificilă estimarea sumei necesare pentru a începe și desfășura o afacere. Frecvent, antreprenorii subestimează semnificativ suma de fonduri de care au nevoie la inițierea afacerii. Ei nu lasă loc pentru obstacole neașteptate sau oportunități. Mai mult de 80% din noile afaceri sunt, de obicei, finanțate din surse proprii sau împrumuturi de la membrii familiei, rude sau prieteni.

Surse de fonduri: Sursele primare de fonduri pentru micile întreprinderi nou lansate sunt fondurile personale, prietenii și rudele, mai rar investitorii privați, instituțiile de micro-finanțare, băncile comerciale, programele guvernamentale, programele internaționale de granturi.

Surse financiare personale: Cea mai accesibilă și necondiționată sursă de fonduri pentru afacerea ta se află deseori în buzunarul propriu. De asemenea, este prima sursă de care trebuie să ții cont, deoarece majoritatea oamenilor nu vor investi în afacerea ta, dacă nu vei demonstra unele angajamente personale. Până la urmă, care ar fi motivația unei persoane terțe să investească în afacerea ta, dacă tu, în calitate de antreprenor, încă nu ești pregătit să investești propriile finanțe? De aceea te îndemnăm să cauți investiții personale, ceea ce înseamnă să cauți în conturile de economii sau alte surse proprii, să vinzi o proprietate ce îți aparține sau să amâni alte cheltuieli, care sunt mai puțin importante decât inițierea propriei afaceri.

Prieteni și rudele: Odată ce ai evaluat propriile economii și ai descoperit că acestea nu sunt, totuși, suficiente, poate a venit timpul să colectezi bani de la prieteni și rude. Această sursă este folosită de mulți antreprenori drept o bună parte de finanțare a afacerii la etapa de inițiere. Cel mai mare risc legat de această sursă de finanțare constă în punerea relației tale cu aceste persoane în pericol, în cazul în care afacerea ta nu reușește. Prin urmare, este important să tratezi investițiile lor în același fel ca și cum sunt de la o bancă sau altă sursă externă de capital. Elaborăți un acord formal, stipulați termenii și condițiile, inclusiv un plan de rambursare și ținerea lor la curent cu dezvoltarea afacerii. În funcție de natura afacerii, acest tip de finanțare ar putea fi suficient pentru a suplini fondurile personale.





Instituțiile de micro-finanțare și băncile comerciale ce oferă produse pentru începători

Aceste instituții sunt tot mai des folosite în calitate de surse externe pentru finanțarea noilor afaceri. Prima preocupare pentru Instituțiile de micro-finanțare și pentru Băncile comerciale la evaluarea cererii pentru credite este încrederea lor în abilitatea persoanei de a rambursa creditul.

Această încredere depinde de mai mulți factori cum ar fi:

- ◆ Fluxul de numerar adecvat care să corespundă programului de rambursare,
- ◆ Activele suficiente
- ◆ Fișa personală anterioară și istoria de creditare, dacă ai beneficiat de alte credite anterior.

Instituțiile de micro-finanțare din Republica Moldova și, cu atât mai mult, Băncile comerciale nu-și vor asuma riscuri prea mari în cazul unor afaceri mici. Ele au responsabilitatea să asigure securitatea depozitelor de bani și să obțină o încredere absolută în rambursarea rezonabilă a surselor alocate. De aceea noi atragem atenția tuturor antreprenorilor începători asupra necesității de a se adresa la instituțiile financiare numai după ce au aflat condițiile de obținere a împrumutului. De asemenea, este binevenită și vizitarea acestor instituții având informațiile cerute, inclusiv situația financiară curentă, Planul de afaceri etc.



Pregătirea pentru accesarea unui credit bancar

Trebuie să fiți pregătit că pentru afacerile nou-înființate, băncile sunt destul de rezervate în acordarea creditelor. Precum am menționat mai sus, instituția financiară are nevoie de siguranța că va primi înapoi banii acordați drept credit, iar o bună parte din afacerile nou-create nu pot oferi din plin această garanție, din diferite motive (nu au istoric, nu au experiență).

Cu toate acestea, pentru prima ta vizită la o instituție de micro-finanțare sau bancă comercială trebuie să te pregătești destul de minuțios, iar reprezentarea unei afaceri nou-înființate trebuie să o faci astfel încât firma să fie pusă în cea mai bună lumină posibilă și argumentele în folosul rambursării să fie foarte convingătoare.

lăți câteva sfaturi, dacă te-ai decis să apelezi la o instituție financiară pentru un credit:





- ◆ Colectează informații despre liniile de finanțare existente la instituțiile financiare (bănci, agenții de micro-creditare, organizații non-guvernamentale etc);
- ◆ Alege instituția și linia de credit în funcție de condițiile de finanțare și alte facilități oferite;
- ◆ Elaborează un Plan de Afaceri;
- ◆ Pregătește setul de documente solicitate;
- ◆ Evaluează corect garanțiile disponibile, apelează la specialiști, dacă este necesar;
- ◆ Ține cont de taxele suplimentare care pot fi prevăzute în contractul de creditare.



Despre credit și componentele lui

Creditul reprezintă un împrumut acordat de către o parte (denumită creditor, de ex. o bancă) unei alte părți (denumită debitor) pe o perioadă determinată de timp și cu un grafic de rambursare (întoarcere a sumei împrumutate), la terminarea căruia debitorul restituie suma împrumutată plus o anumită dobândă (procent).

Băncile din Moldova oferă credite în lei sau în valută străină. Pentru obținerea creditului, este necesar de a prezenta: i) o cerere – anchetă oferită de către instituția financiară, ii) buletinul de identitate, iii) alte documente, în funcție de tipul creditului ales.



Care sunt părțile componente ale unui credit?

Creditul constă din *suma principală* (suma propriu-zisă luată cu împrumut) și *dobânda* (care se calculează ca un procent din suma principală).

Rata dobânzii. Aceasta poate fi *fixă* (aceeași pe toată perioada creditului) sau *flotantă* (poate fi schimbată de către bancă în dependență de situația pe piață). Dobânda poate fi calculată:

- la soldul creditului, ceea ce înseamnă că veți plăti dobânda doar pentru suma datorată, *după* achitarea conform graficului de rambursare
- la suma principală, luată cu împrumut inițial.

Comisioane. În afara dobânzii, debitorul achită și anumite comisioane – plăți suplimentare. De exemplu, există comision la eliberarea creditului, comision pentru rambursarea anticipată (achitarea înainte de termen a creditului) etc.

Penalități. Atunci când nu este respectat graficul de rambursare (întârziere cu plată), persoana va fi obligată să plătească penalități destul de mari. Atunci când întârzierea plății este mai mare



de 60 de zile, instituția financiară va trimite dosarul în judecată pentru recuperarea datoriei. Dacă o persoană are restanțe la credite, acest lucru va putea fi ușor verificat, ceea ce va împiedica acea persoană să mai beneficieze de credite de la alte instituții financiare din Moldova.



Ce reprezintă gajul și când este nevoie de el?

În funcție de *suma și scopul* creditului, acesta poate fi eliberat *cu gaj* sau *fără gaj*. Creditele *garantate prin gaj* sunt eliberate, de regulă, pentru procurarea unor bunuri cu valoare mare, precum sunt autoturismele, imobilele sau echipamentul de producere. Prin gaj persoana garantează că, în cazul în care ea nu poate rambursa creditul, creditorul va vinde obiectul dat în gaj, din suma obținută rambursându-și suma împrumutată. Drept gaj pot servi imobilele, terenurile, apartamentele, autoturismele, echipamentele și alte obiecte acceptate de instituțiile financiare.

Este important faptul că bunurile se iau în gaj la un preț mai mic decât valoarea celui bun pe piață. De regulă, autoturismele, echipamentul și alte bunuri sunt evaluate la 30-50% din prețul lor pe piață.

Dacă bunul gajat mai are și alți proprietari, atunci este nevoie de acordul lor.

Ce reprezintă o garanție personală?

Pentru toate tipurile de credite, banca poate cere și garantarea de către o altă persoană, care, la rîndul ei, va răspunde de achitarea creditului în loc de debitor, în cazul în care debitorul nu achită creditul în termenii stabiliți. Cel care garantează va prezenta aceleași documente ca și debitorul, inclusiv buletinul de identitate, certificatul de salariu etc.



Întrebările care trebuie puse unui lucrător al instituției financiare:

- Care este rata dobânzii și cum este ea - fixă sau flotantă?
- Ce comisioane suplimentare percepe banca: comision de acordare, pentru rambursarea anticipată etc?
- Care sunt penalitățile în caz de întârziere sau ne-respectare a graficului de rambursare?
- Ce documente pot să confirme situația mea financiară?
- Dacă mi se cere gaj, care bunuri aș putea să le utilizez în acest caz?





Acordarea garanțiilor. Unele organizații de micro-finanțare oferă garanții financiare micilor întreprinzători, pentru obținerea unui credit de la o bancă comercială.

În continuare găsiți cele mai cunoscute organizații de micro-finanțare și o listă a băncilor comerciale, care, la momentul elaborării acestui Ghid, aveau produse pentru antreprenorii începători.

Cele mai cunoscute Instituții Financiare cu produse pentru începători

Denumirea organizației	Adresa	Contacte	Pagina web
Microinvest	str. Pușkin 16	tel: 212764/68, 229905	www.microinvest.md
Corporația de Finanțare Rurală	Str. Ion Creangă, 10/5	tel: 595559	www.microfinance.md
Prime Capital	Str. Bănulescu-Bodoni, 7	tel: 543043	www.primecapital.md
Procredit Bank	str. Eminescu, 35	tel: 271707	www.procreditbank.md
Banca Socială	str. Bănulescu Bodoni, 61	Tel: 221481, 225169	www.socbank.md
Mobiasbanca - Groupe Societe Generale	bd. Ștefan cel Mare și Sfint, 81-a	tel: 256456	www.mobiasbanca.md
Moldova-Agroinbank	str. Cosmonauților, 9	tel: 856565	www.maib.md
Banca de Economii	Str. Columna, 115	tel: 218001, 218005	www.bem.md
Eximbank – Gruppo Veneto Banca	bd. Ștefan cel Mare și Sfint, 171/1	tel: 301102	www.eximbank.md



Creditele mici se pot obține și de la cele peste 450 Asociații de Economii și Împrumut, care funcționează pe întreg teritoriul țării, majoritatea fiind plasate în localitățile rurale. Pentru a afla datele de contact a celei mai apropiate Asociații de Economii și Împrumut, puteți contacta Comisia Națională a Pieței Financiare la tel. 022-223871 sau accesa pagina web a CNPF: <http://www.cnpf.md/md/asoc/>, unde puteți găsi ultima actualizare a Listei Asociațiilor de economii și împrumut.

Dacă, totuși, consideri că nu ești bine pregătit pentru a atrage finanțare externă, îți oferim o scurtă informație ce ține de instituțiile și organizațiile publice, care se preocupă de activitățile antreprenoriale, inclusiv și unele programe destinate micilor antreprenori. În continuare sunt prezentate lista proiectelor în derulare la momentul elaborării acestui ghid.



BOXA 4

Lista proiectelor în derulare în domeniul dezvoltării sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (aprilie, 2009)

1. PROGRAMUL NAȚIONAL DE ABILITARE ECONOMICĂ A TINERILOR

Implementator: Ministerul Economiei și Comerțului, Ministerul Finanțelor și Ministerul Educației și Tineretului.

Obiective: Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor bazate pe cunoașterea și gestionarea optimă a resurselor și facilitarea accesului tinerilor antreprenori la resurse financiare necesare inițierii și dezvoltării unei afaceri proprii.

Grup țintă: Programul este destinat persoanelor tinere cu vârsta cuprinsă între 18-30 de ani, care doresc: să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale, să lanseze o afacere proprie în zonele rurale și/sau să-și extindă propria afacere în zonele rurale, creând noi locuri de muncă.

Activitățile principale: Programul cuprinde trei componente de implementare:

(1) Instruire și consultanță antreprenorială (implementator - Organizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM), (2) Obținerea creditelor preferențiale în valoare



maxima de până la 300.000 lei (perioada de rambursare maxim 5 ani) cu o porțiune de grant nerambursabil (40%) (**Implementator** - Directoratul Liniei de Credit (DLC), (3) Monitorizarea post-finanțare (DLC)

Contacte:

ODIMM

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău
Telefon: 22 57 99 / fax: 29 57 97
E-mail: info@odimm.md,
Persoana de contact: Viorica Rusu
Web: www.odimm.md, www.businessportal.md

DLC

Adresa: str. Bănulescu - Bodoni 57/1, Chișinău
Telefon: 23 82 46 / fax: 23 82 48

2. PROGRAMUL „GESTIUNEA EFICIENTĂ A AFACERII”

Implementator: Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Obiectiv: Sporirea calificării în domeniul antreprenorial pentru asigurarea gestionării eficiente a afacerii proprii.

Grup țintă: Viitori antreprenori și antreprenori activi care practică activități economice sub orice formă de organizare juridică.

Activitățile principale: Organizarea cursurilor gratuite pe 8 module de instruire la alegere: managementul financiar; managementul resurselor umane și legislația muncii; înregistrarea în calitate de plătitor a TVA și aplicarea legislației în domeniu; contabilitatea pe domenii de aplicare; marketing; marketing internațional; planificarea afacerii; activitatea economică externă și relațiile vamale.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău
Telefon: 29 57 41 / fax: 29 57 97
E-mail: info@odimm.md,
Persoana de contact: Viorica Rusu
Pagina Web: www.odimm.md, www.businessportal.md



3. ACORDAREA CONSULTANȚEI DE CĂTRE EXPERȚII DIN GERMANIA

Implementator: Senior Expert Service, Germania

Obiectiv: Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale

Grup țintă: IMM, instituții publice, autorități locale, instituții de învățământ, instituții internaționale

Activitățile principale: Acordarea consultanței de către experți internaționali cu experiență vastă în diferite domenii.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău
Telefon: 29 53 80 / fax: 29 57 97
E-mail: o.melniciuc@odimm.md,
Persoana de contact: Olga Melniciuc
Web: www.ses-bonn.de

4. ACTIVE LEARNING : PROGRAM DE TRAINING ȘI ÎNVĂȚARE EXPERIENȚIALĂ ÎN TURISM

Implementator: Organizația Pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii pe lângă Ministerul Economiei și Comerțului în parteneriat cu Fundația Națională Pentru Dezvoltare Comunitară, Iași

Obiectiv: (1) Creșterea calității serviciilor în turism prin îmbunătățirea competențelor profesionale legate de managementul relațiilor cu clienții ale managerilor din turism și ale personalului care lucrează direct cu clienții în sectorul turistic din aria geografică a României și R. Moldova;

(2) Diversificarea metodelor de promovare a Obiectivelor de atracție turistică din zona transfrontalieră și dezvoltarea ofertei turistice transfrontaliere prin promovarea și vânzarea activă, de către operatorii de turism, a unor pachete comune de atracții turistice.

Grupul țintă: IMM care activează în domeniul turismului.

Activitățile principale: Organizarea cursurilor de instruire în domeniul dezvoltării abilităților antreprenoriale și profesionale a lucrătorilor din domeniul turismului



Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău
Telefon: 29 53 80 / fax: 29 57 97
E-mail: o.melniciuc@odimm.md,
Persoana de contact: Olga Melniciuc

5. PROGRAMUL BAS

Implementator: Business Advisory Service, BERD

Obiectiv: (1) de a susține dezvoltarea și creșterea competitivității întreprinderilor private mici și mijlocii; (2) de a susține dezvoltarea pieței serviciilor de consultanță din Moldova și (3) de a îmbunătăți gradul de competitivitate a companiilor locale de consultanță.

Grup țintă: IMM (de la 10 la 250 de angajați, în cazuri excepționale până la 500 angajați) din Republica Moldova, ocupate în sfera de producție, servicii și comerț și care activează pe piața nu mai puțin de doi ani.

Activitățile principale: Acoperire financiară parțială a costurilor pentru servicii de consultanță. Subsidiu maxim oferit companiilor eligibile este în sumă de 10 000 EUR, sumă ce nu constituie mai mult de 50% (exclusiv taxe) din suma proiectului.

Contacte:

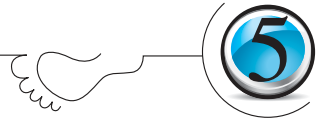
Adresa: str. Bănulescu-Bodoni 57/1, of. 414, 416 și 418, Chișinău
Telefon: 21 16 14, 23 52 24
E-mail: office@bas.md,
Persoana de contact: Stela Melnic
Web: <http://www.bas.md>

6. PROGRAMUL DE CO-FINANȚARE A PROIECTELOR DE EFICIENȚĂ ENERGETICĂ

Implementator: Business Advisory Service, BERD cu sprijin financiar a SIDA

Obiectiv: Susținerea financiară a IMM încadrate în Activitățile de eficiența energetică





Grup țintă: Companiile interesate în elaborarea proiectelor /documentației tehnice cu impact semnificativ asupra eficienței energetice (transfer spre surse energetice mai eficiente din punct de vedere economic, implementarea de noi tehnologii cu impact asupra eficienței energetice și mediului înconjurător, etc), precum și în implementarea proiectelor de audit energetic.

Activități principale: Co-finanțarea proiectelor de eficiența energetică. Rata subsidiilor va varia între 60-70% din suma proiectului aprobat spre finanțare, dar nu va depăși suma de 10.000 EUR.

Contacte:

Adresa: str. Bănulescu-Bodoni 57/1, of. 414, 416 și 418, Chișinău
Telefon: 21 16 14, 23 52 24
E-mail: office@bas.md,
Persoana de contact: Stela Melnic
Web: <http://www.bas.md>

7. PROGRAMUL JNPGA PENTRU DEZVOLTAREA SECTORULUI IMM

Implementator: Unitatea de Implementare a Grantului Acordat de Guvernul Japoniei pe lângă Ministerul Economiei și Comerțului

Obiectiv: Promovarea eforturilor privind ajustările economice structurale prin facilitarea procurării de către IMM a unui vast sortiment de echipament de producere.

Grup țintă: Întreprinderile mici și mijlocii de pe întreg teritoriul al Republicii Moldova (cu excluderea mun. Chișinău și Bălți).

Activitățile principale: Procurarea de echipament în regim de leasing pe o perioadă de un an, cu oferirea unui grant de 40%. Valoarea procurării variază de la 5 mil. Yeni Japonezi pana la 24 mil. Yeni Japonezi.

Contacte:

Adresa: bd. Stefan cel Mare 180, biroul 812 Chișinău
Telefon: 23 85 74, 29 67 18 / fax: 29 67 19
E-mail: office.giu@jnpga.md,
Persoana de contact: Alexandru Ceban
Web: <http://www.jnpga.md>





8. ACORDAREA DE CREDITE PENTRU ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII DE ÎNȚREPRINZĂTOR

Implementator: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă

Obiectiv: acordarea creditelor în condiții avantajoase pentru organizarea activității de întreprinzător și crearea noilor locuri de muncă.

Grup țintă: Întreprinderile micro, mici și mijlocii, asociațiile gospodăriilor țărănești, fermierii, șomerii înregistrați la agențiile teritoriale care intenționează lansarea unei activități antreprenoriale.

Activitățile principale: Acordarea creditelor pentru o perioadă de până la 3 ani cu o dobândă de 50% din rata de bază a Băncii Naționale, cu o perioadă de grație de cel mult un an pentru proiectele de producere și construcție și de cel mult 6 luni pentru prestarea serviciilor. Creditele se acordă angajatorilor și șomerilor care: desfășoară activități în sectorul de producere, construcție, prestări servicii sau în turism, își asumă angajamentul de antrena, în proporție de cel puțin 50% la locurile de muncă nou-create persoane din rândurile șomerilor înregistrați la agenții, de a le menține raporturi de muncă cel puțin 3 ani.

Contacte:

Adresa: str. Vasilie Alexandri 1, Chișinău
Tel: 28 76 19 / Fax: 73 37 81
Email: valentina.lungu@anofm.gov.md,
Persoana de contact: Valentina Lungu
Web: http://www.anofm.md/acordare_credite

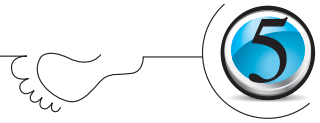
9. STIMULAREA ANGAJATORILOR PENTRU ÎNCADRAREA ABSOLVENȚILOR ÎN CÂMPUL MUNCII

Implementator: Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă

Obiectiv: Stimularea angajatorilor pentru angajarea absolvenților instituțiilor de învățământ superior, studiile cărora au fost finanțate din bugetul de stat.

Grup țintă: Agenți economici care angajează absolvenți repartizați de agențiile teritoriale pentru ocuparea forței de muncă.





Activități principale: Asigurarea agenților economici cu 600 lei lunar pe o perioadă de 12 luni (18 luni în cazul studenților invalizi) pentru angajarea studenților încadrați în condițiile măsurii de stimulare. Contract de angajare se încheie pe o perioadă de cel puțin de 3 ani.

Contacte:

Adresa: str. Vasilie Alexandri 1, Chișinău
Telefon: 28 76 19 / fax: 73 37 81
Email: valentina.lungu@anofm.gov.md,
Persoana de contact: Valentina Lungu
Web: http://www.anofm.md/stimularea_angajarilor

10. CEED: RIDICAREA COMPETITIVITĂȚII ȘI CONSOLIDAREA ÎNTREPRINDERILOR

Implementator: Chemonics International Inc, USAID

Obiectiv: Ridicarea competitivității companiilor moldovenești pe piața mondială în următoarele domenii: 1) produsele textile și mașini; 2) tehnologii informaționale și de calcul; și 3) producerea vinului.

Grup țintă: Antreprenorii care activează în domeniile sus-menționate. Pe parcursul implementării proiectului, vor fi identificate organizațiile de comerț care vor beneficia de relațiile din cadrul lanțului de aprovizionare.

Contacte:

Adresa: str. Tighina 49/4, etajul 3, Chișinău
Telefon: 50 52 45
E-mail: office@ceed.md,
Persoana de contact: Doina Nistor
Web: http://moldova.usaid.gov/moldova_economic.shtml

11. FONDUL OCCIDENTAL PENTRU ÎNTREPRINDERILE DIN NOILE STATE INDEPENDENTE

Implementator: Western NIS Enterprise Fund, USAID

Obiectiv: Consolidarea întreprinderilor privatizate





Grup țintă: Întreprinzători și companiile care dau dovadă de perspective serioase și demonstrează o rată înaltă a profitului.

Activitățile principale: Investiția în acțiuni și tranzacții inclusiv oferirea împrumuturilor directe întreprinzătorilor și finanțarea leasingului pentru echipament și/sau bunuri.

Contacte:

Adresa: str. Petru Movila 12, ap.4, Chișinău
Telefon: 88 72 00 / fax: 88 72 01
E-mail: amunteanu@wnisefk.com,
Persoana de contact: Cristina Harea
Web: www.wnisefk.com

12. PSI: INVESTIȚII ÎN SECTORUL PRIVAT

Implementator: Camera de Comerț și Industrie, Guvernul Olandei

Obiectiv: Dezvoltarea sectorului privat prin promovarea și susținerea cooperării între agenții economici din Republica Moldova și Olanda.

Grup țintă: Agenți economici din Republica Moldova.

Activitățile principale: (1) Susținerea parteneriatului Moldo-Olandez prin acordarea asistenței financiare în mărime de până la 50% din mărimea investițiilor efectuate, dar nu mai mult de 750 mii Euro; (2) Acordarea consultanței în etapele de inițiere și de dezvoltare a parteneriatului.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare 151, Chișinău
Telefon: 22 13 91
E-mail: eic@chamber.md,
Persoana de contact: Ludmila Rotaru
Web: <http://www.chamber.md/index.php?id=704>
http://www.evd.nl/business/programmes/programmaint_psi.asp?land=psi



13. PROGRAMUL RISP II

Implementator: Unitatea pentru Implementarea Proiectelor Agricole, World Bank

Obiectiv: Stimularea creșterii productivității și veniturilor în spațiul rural prin asigurarea accesului antreprenorilor la cunoștințe, tehnologii moderne și finanțare.

Grup țintă: Orice doritor de a iniția o afacere individuală (pe baza de patentă, întreprindere individuală, gospodărie țărănească, SRL); Întreprinderi și antreprenori înregistrați care activează în spațiul rural.

Activitățile principale: Oferirea serviciilor de consultanță și acordarea creditelor preferențiale pentru inițierea și/sau dezvoltarea afacerilor în zona rurală.

Contacte:

Adresa: str. Cosmonauților, 9, bir. 544, Chișinău
Telefon: 22 24 65; 22 24 67 / fax: 24 44 69
E-mail: risp@capmu.md,
Persoana de contact: Corneliu Iftodi
Web: <http://www.capmu.md/?a=8&id=0>

14. PROIECTUL DE DEZVOLTARE A BUSINESSULUI AGRICOL

Implementator: Citizens Network For Foreign Affairs, USAID

Obiectiv: De a spori veniturile populației din zonele rurale prin îmbunătățirea competitivității sectorului agricol al Moldovei.

Grup țintă: Companiile medii și mici de procesare agricolă, companiile intermediare din cadrul lanțului de distribuție a produselor pe piața externă, producătorii dornici să producă bunuri de calitate superioară, producătorii agricoli și organizațiile industriale.

Activitățile principale: Proiectul oferă asistență tehnică, traininguri și suport în facilitarea accesului la credite și alte produse financiare.



Contacte:

Adresa: str. Bulgara 33/1, Chișinău
Telefon: 57 79 30 / Fax: 57 79 31
E-mail: info@moldova.cnfa.org,
Persoana de contact: Stela Capbatut
Web: www.cnfa.md

15. PROIECTUL „ACORDAREA CONSULTANȚEI DE CĂTRE EXPERTII DIN OLANDA”

Implementator: PUM, Senior Expert din Olanda

Obiectiv: Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale.

Grupul țintă: IMM din Moldova

Activitățile principale: (1) Acordarea consultanței de către experți străini; (2) Organizarea seminarelor în țara beneficiarului și/sau în Olanda, (3) Desfășurarea stagiunii beneficiarului de la 2 săptămâni până la 3 luni în Olanda, (4) Căutarea partenerilor de afaceri în alte țări.

Contacte:

Telefon: 51 50 84, 069373685
E-mail: alapanoff@yandex.ru,
Persoana de contact: Ala Panov, Valentina Mutilic
Web: <https://www.pum.nl/CountryPage.asp?Chapter=5&Page=28&IDCountry=MW>

16. PROIECTUL CREȘTERII PRODUCȚIEI ALIMENTARE - 2KR

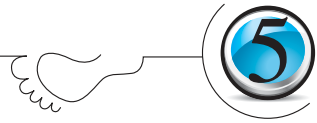
Implementator: Ministerul Economiei și Comerțului al Republicii Moldova, Guvernul Japoniei

Obiectiv: Dezvoltarea agriculturii și creșterea producției alimentare în Republica Moldova.

Grup țintă: Persoane juridice private, producători agricoli și persoane fizice, indiferent de forma organizatorică de activitate, care practică activitatea de întreprinzător și/sau prestează servicii agricole mecanizate.

Activitățile principale: Procurarea tehnicii agricole în rate (inițial se achită 50% din costul total și mai apoi în rate pe parcursul perioadei de doi ani). Prețul tehnicii nu include TVA.





Contacte:

Adresa: str. Calea Basarabiei 18, Chișinău,
Telefon: 27 84 63, 54 98 81
E-mail: office@2kr.moldnet.md,
Persoana de contact: Vasile Condrea
Web: www.2kr.moldnet.md

17. PROIECTUL „AMELIORAREA COMPETITIVITĂȚII”

Implementator: Camera de Comerț și Industrie, World Bank

Obiectiv: Consolidarea competitivității companiilor din Moldova prin intermediul îmbunătățirii calității produselor și serviciilor acestora.

Grup țintă: Agenții economici din sectorul de producere sau cel al serviciilor.

Activitățile principale: Acordarea granturilor proporționale pentru implementarea Sistemului de Management al Calității. Mecanismul de Grant va rambursa 50% din cheltuielile suportate de întreprindere. Suma maximă de co-finanțare constituie \$ 10,000.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare nr. 151, et., 1, of. 4, Chișinău
Telefon: 24 51 48, 22 33 10
Email: project@chamber.md,
Persoana de contact: Suruceanu Catalina
Web: <http://chamber.md/index.php?id=412>

18. PROGRAMUL MOLDO-GERMAN DE SPORIRE A CALIFICĂRII MANAGERILOR

Implementator: Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova

Obiectiv: Programul este destinat formării noii generații de manageri contemporani, capabili să-și desfășoare afacerea cu succes atât în țara proprie, cât și pe piața mondială.

Grupul țintă: La program pot participa managerii întreprinderilor autohtone, vorbitori de limbă engleză, cu vârsta de până la 40 ani.





Activități principale: (1) organizarea unui curs de pregătire prealabilă la Centrul de Formare Continuă al CCI, (2) efectuarea, timp de o lună, unui stagiu la Centrele de instruire din Germania. Taxa de participare la Program constituie 5700 lei plus costul biletului de avion și include cheltuieli în Moldova (consultații, coordonare, însoțire, instruire, materiale informaționale distribuite, pauze de cafea, testare etc.) și cele din Germania (instruire, cazare, alimentare transport intern, vizite la întreprinderi, întrevederi, program cultural etc.). În Germania fiecare participant va primi bursă de circa 600 euro, va fi cazat în hotel și va fi asigurat cu alimentare (dejun și prânz).

Contacte:

Adresa: bl. Ștefan cel Mare 151, Chișinău
Telefon: 23-52-94
E-mail: seminar@chamber.md,
Persoana de contact: Victoria Cotici
Web: <http://chamber.md/index.php?id=1107>

19. STARTSOUTH AND STARTEAST PROGRAMME

Implementator: NUTEK: Swedish Agency for Economic and Regional Growth

Obiectiv: Promovarea formării unor parteneriate de afaceri dintre companiile din RM și companiile din Suedia prin transferul de know-how, investiții în echipament.

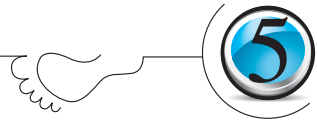
Grupul țintă: IMM-uri din RM

Activitățile principale: Oferirea unui suport financiar în suma de 500 000 SEK (30 mii dolari SUA) și pentru transferul de inovații 250 000 SEK (15 mii dolari SUA). Inițial suportul financiar este oferit sub formă de împrumut și după ce programul a fost implementat, datoria se anulează. În caz dacă proiectul nu a fost finisat suportul financiar este necesar rambursarea datoriei.

Contacte:

Adresa: Box 4044, 102 61 Stockholm
Telefon: +46 8-681 94 54
E-mail: stefan.berry@nutek.se,
Persoana de contact: Stefan Berry
Web: <http://www.nutek.se/sb/d/118/a/373>





20. PROGRAMUL DE DEZVOLTARE A AFACERILOR RURALE - IFAD III

Implementator: Unitatea Consolidată pentru Implementarea Programelor, IFAD

Obiectiv: Stimularea creșterii activităților agricole strategice și de afaceri în mediul rural prin accesul agenților economici la serviciile și resursele financiare

Grupul țintă: Întreprinderile rurale înregistrate sub orice forma organizatorico-juridică bazată pe proprietate privată, încadrați în activitățile economice din spațiul rural al republicii.

Activitățile principale: Acordarea creditelor cu condiții preferențiale pentru dezvoltarea afacerilor în valoare de 150 mii USD pe un termen de până la 15 ani cu o perioadă de grație de până la 5 ani. Activități economice eligibile pentru program sunt: plantarea viilor, livezilor de nuci, mere, cireșe, altele; producerea butașilor și puietului săditor; producerea legumelor, inclusiv în seră; creșterea animalelor, păsărilor, peștelui, apicultura și producerea produselor respective; prelucrarea fructelor și legumelor; procurarea echipamentului agricol (de prelucrare, irigare, abatoare, incubatoare); procurarea tehnicii agricole și a capitalului circulant; exportul mărfurilor agricole, marketing, proiecte investiționale, comerț; ateliere de confecționare, prelucrare a lemnului și metalului, etc.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare, 162, of 1303, Chișinău
Telefon: 21 05 42 / fax: 22 52 57
E-mail: office@ifad.md,
Persoana de contact: Ion Russu
Web: <http://ifad.md/IFADIII>

21. PROGRAMUL DE REVITALIZARE A AGRICULTURII - IFAD II

Implementator: Unitatea Consolidată pentru Implementarea Programelor, IFAD

Obiectiv: Contribuirea prin acțiune participativa la realizarea planurilor de dezvoltare strategica a localităților și anume în domeniul agricol.

Grupul țintă: Întreprinderile rurale înregistrate sub orice forma organizatorico-juridică

Activitățile principale: Acordarea împrumuturilor preferențiate în valoare de până la 200 mii USD pe un termen de până la 15 ani. 20% - 30% din valoarea împrumuturilor cordate constituie





grant nerambursabil condiționat. Activități economice eligibile pentru program sunt: producerea, colectarea, prelucrarea, ambalarea, depozitarea produselor agricole, prestarea serviciilor specializate în agricultura și alte activități economice (cu profil agricol) din spațiul rural.

Contacte:

Adresa: bd. Ștefan cel Mare, 162, of. 1303, Chișinău
Telefon: 21 05 42 / fax: 22 52 57
E-mail: office@ifad.md,
Persoana de contact: Ion Russu
Web: <http://ifad.md/IFADII>

22. SMEDRA: DEZVOLTAREA ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII ÎN LOCALITĂȚILE RURALE

Implementator: Pro Cooperare Regională, HEKS

Obiectiv: Dezvoltarea economică rurală prin crearea unui climat favorabil pentru implementarea ideilor de afaceri ale întreprinzătorilor din regiunile rurale ale Republicii Moldova.

Grupul țintă: Proiectul se adresează întreprinzătorilor mici și mijlocii din satele raioanelor Drochia, Râșcani, Fălești, Sângerei, Glodeni, care activează în diferite domenii ale agriculturii.

Activitățile principale: Proiectul cuprinde 2.

Activități principale: acordarea de granturi și activitatea de instruire. Grantul acordat va rambursa 50% din valoarea proiectului, dar nu mai mult de 5000€. Activitatea de instruire va cuprinde: aplicarea tehnologiilor moderne în agricultura, management, oportunități financiare și de creditare, etc.

Contacte:

Adresa: str. Mircea cel Bătrân, 81, Bălți
Telefon: 231-92544 / fax: 231-92546
E-mail: pro_co_re@yahoo.co.uk,
Persoana de contact: Mihailov Sergiu
Web: <http://www.procore.md/?pagina=noutati&id=8>



23. CONCURSUL NAȚIONAL AL IDEILOR DE AFACERI

Implementator: Cotidianul „Timpul” în parteneriat cu Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale „Viitorul”

Obiectiv: Sporirea dezvoltării economice a RM prin stimularea creării și dezvoltării afacerilor mici

Grupul țintă: Orice persoană fizică, cu vârsta de la 18 ani, rezident sau nerezident al Republicii Moldova

Activitățile principale: Finanțarea celor mai bune planuri și ideilor de afaceri. Sunt eligibile pentru concurs ideile de afaceri mici, ce prevăd o investiție inițială ce nu depășește 30.000 lei. Din suma respectivă, 70% sunt acoperiți din sursele financiare ale organizatorilor concursului, restul (30%) fiind asigurat de către câștigător din sursele.

Contacte:

Adresa: str. Mitropolit Dosoftei, 95 Chișinău
Telefon: 29 61 92 / fax: 29 61 92
E-mail: timpul@mdl.net,
Persoana de contact: Olesia Marcuța
Web: <http://www.timpul.md/SitePages.asp?idPage=13>

* Perioada de depunere a ideilor de afaceri a fost prelungită până-n septembrie 2009.

24. CONCURSUL EUROPEAN AL PLANURILOR DE AFACERI

Implementator: Inițiativa Central Europeană (ICE)

Obiectiv: Dezvoltarea unei economii bazate pe cunoștințe, prin stimularea IMM inovative, care operează în sectorul de cercetare și tehnologii avansate, cu scopul de a spori capacitățile de inovare și de a întări prezența la nivel local, regional și european.

Grupul țintă: IMM din Republica Moldova, precum și alte țări membre ale ICE.

Activitățile principale: Desfășurarea unui concurs al celor mai bune idei de business. IMM câștigător va beneficia de 20.000 EUR pentru implementarea planului său de afaceri. Ideea de afaceri trebuie să fie fezabilă și sustenabilă, preferabil din următoarele domenii: ICT, biotehnologii, nanotehnologii, produse noi și altele.

Contacte:

Telefon: +39 040 77 86 738777 / fax: +39 040 77 86 766;
E-mail: dovier@cei-es.org
Persoana de contact: Elisabetta Dovier
Web: www.ceinet.org/main.php?pageID=302



25. PROIECTUL "ADEPT": ANTREPRENORIAL DEZVOLTARE ECONOMICĂ ȘI PERSONALĂ A TINERILOR

Implementator: Fundația Pro WOMEN, Iași în parteneriat cu Centrul de Consultanță în Afaceri, Chișinău, și Asociația Studenților Europeni, Iași.

Obiectiv: Creșterea nivelului de competențe personale, profesionale și antreprenoriale ale tinerilor din zona transfrontalieră.

Grup țintă: Tineri aflați în an terminal și proaspăt absolvenți de studii superioare din Republica Moldova și România (Iași, Vaslui, Botoșani).

Activități principale: (1) Desfășurarea cursurilor de instruire gratuite în domeniile: comunicare, promovarea imaginii personale, managementul stresului, conflictelor și al timpului, planificarea carierei și leadership, (2) acordarea serviciilor gratuite de orientare profesională și mediere/ plasare pe piața muncii, (3) Desfășurarea cursurilor și acordarea consultanței gratuite pe teme antreprenoriale.

Contacte:

Adresa: str. Mitropolit Petru Movilă 23/9, of. 3, Chișinău
Telefon: 21 00 94 / fax 22 05 51
E-mail: adept.md@gmail.com,
Persoana de contact: Lilia Fusa
Web: <http://www.prowomen.ro/iasi/index.php?page=1052>

26. PASET: DEZVOLTAREA AFACERILOR PENTRU ABILITAREA SOCIO-ECONOMICĂ A TINERILOR

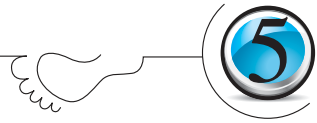
Implementator: Ministerul Educației și Tineretului și Ministerul Economiei și Comerțului

Obiectiv: Crearea unui climat favorabil pentru implementarea ideilor de afaceri ale tinerilor, care le-ar asigura un loc de muncă și o șansă reală pentru o viață decentă, independentă din punct de vedere financiar.

Grup țintă: Tinerii cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 ani, din satele și orașele mici ale țării.

Activitățile principale: Instruire în domeniul dezvoltării afacerilor; Asistență la identificarea potențialelor oportunități de afaceri; Asistență în elaborarea tehnică a propunerilor de afaceri;





Asistență în procesul de înregistrare juridică a afacerii; Asistență la elaborarea aplicației pentru grant și cererii de creditare; Asistență post-creare pînă la doi ani, în funcție de necesitățile antreprenorului. Proiectul vizează acordarea creditelor preferențiale (pe 2 ani) cu o porțiune de grant (max 50%) și valoarea maximă \$10,000.

Contacte:

Adresa: bd. Stefan cel Mare 180, biroul 1100 Chișinău
Telefon: 20 99 79 / fax: 24 44 69
E-mail: infopaset@gmail.com
Persoana de contact: Olga Sainciuc
Web: <http://edu.md/?lng=ro&MenuItem=11&SubMenu0=4>

27. CENTRUL DE AFACERI PENTRU FEMEI ANTREPRONORI

Implementator: Fundația PRO WOMEN, lași în parteneriat cu Asociația Euroregiunea Siret–Prut–Nistru.

Obiectiv: Facilitarea schimbului de experiență între femeii antreprenoare din România și cele din Republica Moldova și transferul de bune practici în domeniul afacerilor.

Grup țintă: Femeii antreprenoare cu experiența în afaceri pînă la trei ani și/sau femeii care intenționează să-și deschidă o afacere în Republica Moldova sau România

Activitățile principale: Organizarea cursurilor de instruire pe următoarele tematici: (1) antreprenorialul și psihologia afacerilor; (2) marketing; (3) legislația privind afacerile; (4) managementul riscului; (5) resursele umane și recrutarea personalului; (6) elaborarea planului de afaceri; (7) comunicarea în afaceri.

Cursurile de instruire sunt gratuite, fiind organizate la lași, România. Participanților la aceste sesiuni de instruire li se vor asigura masa și cazarea din contul organizatorului.

Contacte :

Telefon: +40232 - 440698/440699/ fax: +40232 - 260154/210824,
Mobil: +40730 103 390
E-mail: otiliacaniparu@prowomen.ro,
Persoana de contact: Otilia Caniparu
Web: www.prowomen.ro







CONSULTANȚA ȘI EVALUAREA AFĂCERII LA ANUMITE INTERVALE DE TIMP

Cum să analizezi situația curentă?

Cum să recunoști semnele unor probleme?

Lista de verificare a propriei afaceri

Rezultatele TESTULUI

CONSULTANȚA ȘI EVALUAREA AFACERII LA ANUMITE INTERVALE DE TIMP



De ce este important sa te consulți la momentul inițierii afacerii?

Ai putea avea nevoie de serviciile unui consultant chiar la etapa de inițiere a afacerii. Din start vom enumera câteva situații în care poți cere sfaturi profesionale de la un expert:

- ◆ Obținerea consultației pentru a alege cea mai potrivită structură organizatorico-juridică pentru afacerea ta;
- ◆ Obținerea unui sfat înainte de procurarea afacerii;
- ◆ Obținerea informației despre contractele de muncă cu angajații;
- ◆ Revizuirea și consultanța referitor la semnarea unor contracte pentru întreprinderea ta. Aceasta ar putea include oricare dintre următoarele acorduri obligatorii:
 - Acord de Franciză
 - Acorduri de distribuție (cu furnizorii)
 - Acord de sub-contractare
 - Acord de împrumut/credit bancar
 - Acord de chirie
 - Pentru a reprezenta afacerea în instanțe juridice

Poate aveți nevoie de consultanța unui jurist chiar acum.

Consultanța unui jurist

Din aceste considerente, credem că este o idee bună să cunoști cum să comunici cu un jurist atunci când apare o situație de afacere ce necesită expertiză legală. Înainte de a alege juristul, cereți o recomandare de la un prieten, coleg sau de la o altă persoană în care aveți încredere. De asemenea, puteți face o cercetare pe internet, deoarece majoritatea firmelor de consultanță juridică au pagini web.

Noi îți recomandăm să-ți fixezi cel puțin o vizită pentru început. Prima vizită îți va permite să te întâlnești și să evaluezi abilitatea juristului de a se conforma necesităților și personalității tale. Pe parcursul acestei întâlniri vei discuta domeniile de experiență oferite de către această firmă sau persoană, costul serviciilor, metoda și termenii de achitare. Firma/persoana pot solicita, de asemenea, și plăți anticipate. Plățile anticipate sunt cheltuielile mărunte pe care firma ar putea să le suporte în numele firmei tale. Acestea pot include sume pentru înregistrare afacerii sau anumite costuri de îndeplinire a expertizei, plăți pentru copiere, convorbiri telefonice interurbane, taxe speciale de stat, parcare și transport etc.



Sfaturi de care e bine să ții cont atunci când apelezi la o firmă de consultanță sau la un expert:

- Acumulează și prezintă la întrevvedere orice documente relevante ce țin de problema cu care te-ai adresat. Acestea includ contracte de muncă sau de afaceri, contracte de leasing sau alte documente pe care crezi că e important să le semnezi.
- Trebuie să ai încredere în abilitatea experților firmei de consultanță că vor înțelege afacerea, pentru a rezolva cât mai bine îngrijorările tale. În majoritatea cazurilor, vei căuta o firmă sau un expert în domeniul afacerilor.
- Pregătește din timp întrebările și problemele pe care le ai, deoarece trebuie să plătești timpul expertului. Evident, cu cât mai puțin timp vei petrece cu expertul, cu atât mai puțin bani vei plăti.

În continuare îți prezentăm câteva sugestii de reducere a costurilor:

- ◆ Acumulează și prezintă toate documentele. Fă o copie a documentelor relevante pentru expert. Aceasta îți va permite să aveți fiecare câte o copie a documentului pentru discuție.
- ◆ Notează-ți gândurile, întrebările și problemele pe hârtie până la întâlnire, pentru a nu devia de la subiect și îți va permite să rezolvi totul ce ți-ai planificat pentru întâlnire.
- ◆ Încearcă să nu telefonezi expertul mai des decât este necesar. Scrie mesaje electronice ori de câte ori consideri necesar. În prezent aceasta este o metodă de comunicare destul de eficientă și are avantajul de a ține un registru al mesajelor tale. Nu te simți intimidat, expertul lucrează pentru tine și el este specialist în domeniul său, iar tu ești expert în afacerea ta. Împreună trebuie să formați o echipă eficientă.



- ◆ Trebuie să te simți liber, să adresezi întrebări, dacă nu înțelegi sfatul pe care-l primești. Dacă nu te simți confortabil să discuți problemele cu această persoană, atunci găsește un alt consultant în domeniul respectiv.

Odată ce afacerea ta va crește și se va schimba, pentru a face față noilor provocări, necesitățile tale pentru asistență și serviciile juridice vor crește.

Consultanța unui contabil

Evidența contabilă reprezintă unul din elementele necesare pentru succesul afacerii tale. Un contabil oferă multe tipuri de experiențe valoroase suplimentar la faptul că este un bun specialist în realizarea politicii de contabilitate, inclusiv achitarea impozitelor. Este important să legalizezi afacerea proprie atunci când o pornești, să te asiguri cu un sistem de evidență și contabilitate adecvat, adică să ai cel puțin o înțelegere fundamentală a metodelor de ținere a evidenței contabile.

Deseori, unii antreprenori angajează prin cumul o persoană care duce evidența contabilă, care, de regulă, vine la firmă o dată în săptămână/lună sau ori de câte ori este nevoie. Din punct de vedere al multor antreprenori, aceștia sunt mai ieftini. Decizia referitor la alegerea tipului de contabil îți aparține! Dar, este important să ții cont de fiecare dată nu numai de cost, dar și de beneficiile pe care le poate obține firma având un contabil profesionist și o evidență contabilă eficientă.



De ce este nevoie de evidență? Mulți antreprenori începători sunt surprinși de volumul de documente necesar pentru a conduce o afacere de succes. Dacă găsiți recipise ce țin de cheltuielile firmei prin buzunare, în scrumiera mașinii sau în geantă, acesta este un semn că, probabil, nu duceți corect registrele de cheltuieli.

Pentru început, ai putea avea nevoie de cel puțin un contabil angajat prin cumul, care ar veni la întreprindere în fiecare săptămână, lună sau trimestru, pentru a crea și completa corect registrele contabile, chiar dacă este vorba despre o contabilitate simplă. Bani pe care îi cheltuiți acum pentru salarizarea unui contabil profesionist vor fi recuperați la efectuarea corectă a plăților obligatorii, a plății impozitelor și evitarea amenzilor și dărilor de mită posibile.

Registrele contabile sunt un factor critic în atragerea investitorilor în viitor, pentru împrumutarea banilor sau chiar pentru crearea unei imagini publice. Registrele corecte conferă credibilitate și istorie la creșterea și dezvoltarea afacerii tale.

Aproape fiecare companie este supusă unor controale planificate și inopinate cel puțin o dată pe an. Folișiți cunoștințele unui contabil profesionist în domeniu, pentru a fi la curent cu toate schimbările în legislație, inclusiv schimbările din Codul Fiscal. Practicile unei contabilități bune te vor pregăti pentru un audit ușor și fără probleme. Iată, spre exemplu, unele situații care te-ar putea determina să apelezi la *consultația unui contabil profesionist*:

- ◆ Necesitatea obținerii unor recomandări sau propuneri de maximizare a câștigurilor sau a profitului net prin reducerea legală a responsabilităților fiscale. Aceasta ar putea include o consultație despre cea mai potrivită structură de afaceri pentru compania ta;
- ◆ În cazul în care pentru tine este critică înțelegerea diferenței dintre impunerile fiscale atât pentru tine personal, cât și pentru angajați tăi, inclusiv și pentru afacerea ta în întregime;
- ◆ Completarea declarației anuale privind impozitul pe venit;
- ◆ Consultanță referitor la deprecierea permisă a valorii activelor. Această deducere afectează profitul tău net și te poate ajuta să iei o decizie bună despre perioada potrivită, pentru a face anumite cheltuieli de capital;
- ◆ Analiza și completarea corectă a declarațiilor cu privire la fluxul de numerar, declarațiile cu privire la venit și bilanțul contabil. Aceste trei declarații sunt foarte importante pentru garantare finanțării, în cazul solicitării unui suport financiar.



Evaluarea afacerii la anumite intervale de timp

Odată ce ai pornit o afacere proprie, este *important* ca sistematic să-ți acorzi timp pentru a evalua ceea ce faci. Este ușor să fii prins în activitatea zilnică a afacerii și să uiți de tabloul general, în special, cum se manifestă afacerea ta vis-a-vis de obiectivele stabilite.

Cea mai importantă cale de evaluare a felului cum te descurci în afacerea proprie este de a reveni înapoi la Planul de afaceri. În Planul de afaceri ai stabilit anumite prevederi privind cei mai importanți indicatori (puncte de reper) pentru primele luni de activitate și, cel mai important, pentru primul an de activitate.

Referindu-te la Planul de afaceri în comparație cu rezultatele pe care le obții, ai putea considera necesară revizuirea acestuia, pentru a reflecta asupra schimbărilor de pe piață, în mediul general sau în mediul tău propriu de afaceri. Astfel, poți folosi timpul acesta ca o oportunitate pentru a face schimbările necesare în Planul de afaceri și a reflecta mai minuțios asupra afacerii curente și condițiile de pe piață.

O afacere trebuie să fie flexibilă pentru a face față schimbărilor continue ale cererii pe piață precum și pentru a avea posibilitate de a incorpora cunoștințele și ideile noi generate de activitățile zilnice.

Pe lângă revenirea la Planul de afaceri, pentru a verifica situația curentă a afacerii tale, în continuare îți vom prezenta câteva sugestii ce țin de identificarea altor domenii problematice și posibile soluții ale acestora.



Cum să analizezi situația curentă?

Odată cu dezvoltarea afacerii este foarte important ca tu să-ți păstrezi o prezență activă în afacere. Adică, trebuie să oferi suficient timp pentru conducerea propriei afaceri, pentru a te asigura că filozofia și principiile pe care s-au bazat inițierea afacerii sau companiei tale de la bun început rămân și în continuare fundamentale în desfășurarea activităților zilnice.

Este foarte important să analizezi permanent Managementul și Marketingul companiei tale. Vom oferi câteva directive și indicatori de comparație, pentru a te ajuta să evaluezi situația la zi a afacerii tale:

Managementul. Observă unde îți petreci timpul. Asigură-te că orele suplimentare pe care le petreci la birou sunt efective și se axează asupra domeniilor corecte. Drept exercițiu, efectuează un audit al timpului și du evidența lucrurilor pe care le faci în fiecare zi din săptămână. La sfârșitul săptămânii, adună volumul de timp petrecut în domeniile cheie cum sunt:

- ◆ Vânzări
- ◆ Administrare
- ◆ Marketing
- ◆ Planificare
- ◆ Stabilirea relațiilor.

„Faceți-vă timp pentru a elabora o strategie privind ceea unde vreți să ajungeți cu afacerea, cum veți ajunge acolo și rețineți – cea mai importantă persoană pentru care faceți aceasta este persoana Dvs.”

Ken Locklin, RBC Royal Bank



Întrebările la care trebuie să răspunzi, pentru a evalua situația curentă a afacerii, ar fi următoarele:

Petreci suficient timp în domeniile care sunt importante pentru dezvoltarea afacerii tale ? - ce țin de generarea venitului și satisfacerea dolianțelor clienților. Dacă nu reușești să faci acest lucru, trebuie să vezi în ce măsură poți delega unele sarcini altei persoane.

Evidența contabilă este în conformitate cu cerintele legislației ? Dacă nu, poate ai nevoie să angajezi un contabil pentru a face aceasta. Ai putea începe de aici. Cu cât aștepti mai mult să te organizezi, cu atât vei cheltui mai mult timp și bani în corectarea greșelilor și posibilelor eșecuri.



Unul din lucrurile dificile pe care un antreprenor trebuie să le învețe pe parcursul dezvoltării afacerii este posibilitatea de a delega.

Nu puteți face totul singur. Intenția de a face aceasta poate avea un impact considerabil asupra afacerii tale și poate duce la oportunități pierdute

Shirley Westeinde, Westeinde Group

Marketing. Trebuie să fii permanent conștient de faptul că totul în jurul tău este în proces de schimbare. Produsul sau serviciul se va vinde numai dacă oamenii cred că au nevoie de acesta și își permit să-l cumpere. Atunci când se schimbă necesitățile lor, trebuie să evaluezi dacă ei sunt încă clienții tăi și dacă poți să ajustezi produsul sau serviciul pentru a le satisface necesitățile înainte ca aceasta să-o facă concurenții.

La acest subiect trebuie să analizezi mai multe componente în tandem: produsul sau serviciul, clienții, concurenții, metodele de promovare și de publicitate și, nu în ultimul rând, vânzările.

Produsele sau serviciile

- ◆ Există schimbări la nivel de produs sau serviciu pe care trebuie să le faci pentru a crește vânzările?
- ◆ Ai evaluat potențialii și actualii clienți, pentru a descoperi ce le place sau ce nu le place la produsul sau serviciul oferit de tine ?
- ◆ Se prăfuiesc produsele tale la depozit sau pe polițele din oficiu?





Clienții

- Ce procent din clienții tăi sunt clienți fideli?
- Atragi pe unii din clienții concurenților tăi?
- Primești informație de la clienții tăi?
- Ești interesat de plângerile și sugestiile clienților?



Nu neglija acest slogan: **SATISFACEREA CLIENTULUI ESTE CHEIA SUCCESULUI TĂU**

Concurenții

- Ai vizitat recent concurenții tăi?
- S-au schimbat prețurile sau serviciile?
- Îi depășești pe concurenți sau încă nu?

Publicitate și promovare

- Monitorizezi eficiența publicității și a programelor de promovare?
- Sporești prin mass media interesul cumpărătorului despre produsul sau serviciul propus?

Vinzări

- Este venitul tău acela pe care l-ai planificat?
- Ești bine organizat pentru activitățile de vânzare?
- Dispui de instrumentele potrivite pentru facilitarea vânzării?
- Închei noi contracte de vânzări?

Cum să recunoști semnele unor probleme?

Se termină banii: Este o situație normală pentru o companie nouă să aibă probleme cu fluxul de numerar în primii ani de activitate. Dacă ai probleme legate de fluxul de numerar, ar fi bine să verifici aspectele ce țin de proceduri de colectare, inventar, procedurile și comportamentul de achiziție, stabilirea prețului și, nu în ultimul rând, momentele ce țin de vânzări. Din nou vom recurge la o listă de verificare:

Procedurile de colectare

- Colectezi banii la timp?
- Verifici ciclul de achitări a clienților, poate au uitat data de achitare?



- Care este procedura de facturare? Cât de des emiți facturi?
- Negociază tranșele sau plățile interimare pentru proiectele mari.
- Verifică procesul de aplicare a avansului!
- Puneți întrebarea, dacă ai oferit sau oferi în continuare avans clienților fără a verifica istoria lor de achitare a facturilor?
- Ai marfă la depozite sau articole care nu se vînd ? Poate este timpul pentru lichidare area stocurilor ?

Comportamentul de achiziție

- În primul rând, oprește-te să cumperi!
- Unde se duc banii? Începe să monitorizezi cheltuielile.
- Ai făcut careva achiziționări mari sau semnificative?
- Te-ai conectat la serviciul Banca online sau Client -Banca – aceasta îți permite oriunde de afli să verifici contul curent.
- Urmărește zilnic contul bancar, dacă este necesar!

Stabilirea prețului pentru produs sau serviciu

- Care sunt prețurile concurenților?
- Sunt prețurile competitive pe piață?
- Ai pus un preț mai mic la produs sau serviciu?

Vinzările se stopează?

- Ai stabilit un preț prea mare pentru produs sau serviciu?
- Ești o persoană cu care se fac ușor afaceri?
- Care sunt canalele de distribuție?
- Cât de repede poți oferi produsul serviciul tău clientului?
- Alocați suficient timp pentru atragerea noilor clienți?
- Vinzi mai mult clienților existenți? Este de 100 de ori mai ușor să vinzi clienților existenți decât să găsești alții noi.

Revizue publicitatea

- Revizue metodele de publicitate – utilizezi forma potrivită de publicitate?
- Înțelege și înregistrează cum te găsesc clienții?
- Îți cunoști piața țintă? Segmentează și concentrează-te asupra piețelor specifice.
- Ai deschis o pagină web? Te-ai înregistrat pe toate portalele business gratuite?

NU mai aveți timp! Atunci informația ce urmează se referă chiar la tine, proprietarul afacerii. Proprietarii de afaceri se concentrează în mod constant pe diferite direcții în același timp. Nici o persoană nu poate să facă totul. În personal trebuie să determini dacă aduci valoare adăugată afacerii sau să deleghezi responsabilitățile altor persoane, care le-ar îndeplini mai bine.



VÂNZAREA trebuie să fie prioritatea de bază.

Fără vânzări, afacerea nu este relevantă.

Administrarea

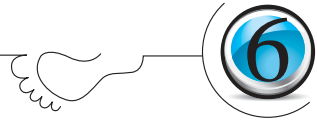
- ◆ Organizează oficiul. Organizează-ți agenda, pentru a te acomoda la evenimentele din rețeaua de contacte, telefoane etc.
- ◆ Planifică-ți timp pentru evidența contabilă. Stabilește o zi pe săptămână, pentru a achita facturile (de exemplu, data de 30 a fiecărei luni).
- ◆ Angajează un administrator de oficiu pe jumătate de zi. Dacă nu-ți poți permite, roagă un membru de familie să te ajute.
- ◆ Planifică săptămâna în calendar, asigură-te că aceasta este vizibilă și urmează-o. La sfârșitul fiecărei zile folosește 15 minute pentru a-ți planifica următoarea zi.

Sistemul de contabilitate

- ◆ Ai un sistem efectiv care te satisface?
- ◆ Pierzi recipisele? O soluție simplă este să creezi un sistem de plic, folosind un plic pentru fiecare lună. Această metodă este foarte ușoară, deoarece toate recipisele sunt puse într-un plic.
- ◆ Nu puteți face față evidenței contabile – angajează un contabil care să vină o dată pe săptămână sau o dată pe lună. Este mai puțin stresant și mai eficient.

Pro-activ sau reactiv

- ◆ Petreci mai mult timp pentru a soluționa problemele?
- ◆ Învață să stabilești prioritățile și concentrează-te asupra celor mai importante.



Lista de verificare a propriei afaceri

PRIMELE 90 ZILE

Operațional

- Sistemul de contabilitate este creat.
- Oficiul meu este organizat adecvat, cu un echipament potrivit:
- linie de telefon/ fax/ internet
- Mi-am instalat tot software –ul și am învățat cum să-l folosesc.
- Am creat sistemul de evidență și am etichetat fișierele.
- Am îndeplinit toate declarațiile mele lunare pentru afacerea mea.
- Am instruit cum se cuvine și am identificat responsabilitățile personalului meu.
- Am identificat metoda de compensare pentru personalul meu.

Vânzări și Marketing

- Am comandat următorul set de cartele de vizită.
- Îmi concentrez activitatea asupra generării venitului.
- Mi-am creat o bază de date a clienților mei și sunt în contact zilnic cu ei.
- Urmez planul de publicitate și de informatizare.
- Petrec o zi normală de muncă (8:00 -17:00) pentru activități legate de generarea veniturilor.
- Lucrul cu documentele și alte funcții administrative se îndeplinesc după orar.
- Sunt activ la trimiterea ofertelor prin intermediul poștei directe și merg în persoană la clienți.
- Lucrez continuu la rețeaua mea de clienți, pentru a-mi identifica planurile pentru viitor.
- Cer (și obțin!) referințe de la clienți.
- Am analizat situația privind resursele umane și cea referitoare la volumul vânzărilor.

În continuare am nevoie să:

- sporesc instruirea privind vânzările.
- Extind forțele de vânzări.
- Mențin un nivel calitativ de susținere a personalului.

Financiar

- Duc evidența veniturilor actuale și a celor planificate în fiecare săptămână.
- Am identificat unde pot să reduc cheltuielile prin negocierea celor mai bune acorduri de plată cu creditorii mei.



PRIMELE 6 LUNI*Operațional*

- Am creat un sistem de evidență pentru clienții mei și am creat o bază de date cu aceste informații.
- Am comparat prețurile furnizorilor mei cu cele de pe piață; sunt sigur că primesc cele mai bune prețuri și aprovizionarea cea mai de încredere.
- Am evaluat performanța personalului și a echipei pe vânzări.

Vinzări și Marketing

- Am trimis clienților un chestionar necesar colectării informațiilor celor mai importante, pentru ca să pot îmbunătăți deservirea clienților și să diferențiez avantajele.
- Ofer un nou serviciu/produs.
- Veniturile planificate/actuale sunt revizuite și se vor stabili noi obiective de vânzări și practici de angajare.
- Am dovezi referitoare la spectrul mare de clienți.

Financiar

- Am făcut ajustări la fluxul de numerar, pentru a reflecta orice creștere sau descreștere a cheltuielilor pentru restul anului.
- Îmi colectez conturile debitoare la timp.
- Înregistrez vânzările actuale și plățile în fiecare lună și le compar cu calculele planificate.



PRIMUL AN

Operațional

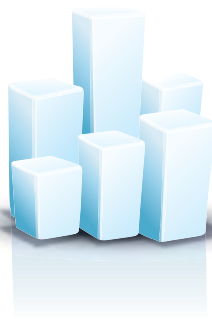
- Am redus costurile fără a compromite creșterea afacerii mele.
- Dispon de documentația potrivită despre clienții mei în baza de date.
- S-au stabilit furnizorii cheie și am vizitat companiile lor.
- Am furnizori alternativi, în cazul în care am nevoie de produse/serviciile lor.

Vânzări și Marketing

- Am revizuit obiectivele mele de vânzare și cerințele de activitate.
- Mențin programe de instruire continuă pentru mine și personalul meu.
- Revizuiesc suma de bani cheltuită pentru publicitate și promovare, pentru a vedea dacă e necesară mărirea cheltuielilor în viitor.
- Mă voi alătura la o rețea, grup de contacte în afaceri cum este Camera de Comerț locală sau o asociație de afaceri din micul business.

Financiar

- Sunt în proces de finalizare a declarației mele pe venit, și a unui bilanț contabil.
- Mă voi întâlni cu contabilul angajat, pentru a revizui situația și a vedea dacă pot face unele schimbări, pentru a spori profiturile mele în următorul an.
- Revizuiesc cheltuielile mele anuale punând accentul pe cheltuielile majore de numerar, pentru a vedea dacă acestea pot fi reduse.
- Re-planific prognoza de venituri în baza rezultatelor acestui an.





Rezultatele Testului: Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale

Punctaj:

1. $a=7, b=10, c=4$;
2. $a=4, b=10, c=7$;
3. $a=7, b=10, c=4$;
4. $a=7, b=4, c=10$;
5. $a=10, b=7, c=4$;
6. $a=4, b=7, c=10$;
7. $a=7, b=10, c=4$;
8. $a=7, b=10, c=4$;
9. $a=10, b=4, c=7$;
10. $a=4, b=7, c=10$.

Interpretare:

1. Scor între 91-100 puncte – **Excelent!**

Ești născut pentru a fi întreprinzător! Trebuie să te gândești serios la ideea de a-ți lansa propria ta afacere.

2. Scor între 81 – 90 – **Foarte bine!**

Cu siguranță ai toate premisele pentru a fi un bun întreprinzător. Calea către succes îți este deschisă.

3. Scor între 51 – 80 – **Se poate mai bine!**

Ai câteva dintre lucrurile necesare pentru a fi întreprinzător, dar mare atenție! Sunt o serie de puncte slabe care trebuie îmbunătățite pentru a crește șansele de succes.

4. Scor sub 50 – **Nesatisfăcător!**

Poate ar fi mai bine să te gândești la o slujbă sigură și liniștită. Se pare că afacerile nu prea reprezintă o atracție pentru tine!





ANEXE:

- Anexa 1: Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat:*
- Anexa 2: Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei*
- Anexa 3: Plăți pentru alte servicii acordate de către CÎS*
- Anexa 4: Lista activităților și quantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător*
- Anexa 5: Structura unui Plan de afaceri*
- Anexa 6: Exemplu de Plan de afaceri*
- Anexa 7: Exemplu de Flux de numerar*
- Anexa 8: Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor)*
- Anexa 9: Borderoul de evidență a producției proprii*
- Anexa 10: Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii*
- Anexa 11: Borderoul de evidență a mijloacelor fixe și a obiectelor de mică valoare și scurtă durată*
- Anexa 12: Contactele Oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal*
- Anexa 13: Adrese web utile*
- Anexa 14: Lista actelor normative ce reglementează antreprenoriatul în Moldova*
- Anexa 15: Lista sectiilor economice raionale*

Anexa 1. Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat

Telefoanele de contact și orele de primire ale **Oficiilor Teritoriale** pentru fiecare raion pot fi găsite pe pagina web a Ministerului Dezvoltării Informaționale la adresa: http://www.mdi.gov.md/office_grp_md_1/

Oficiul Teritorial	Zona de deservire	Zilele de primire/localul unde se face audiența
BĂLȚI	Bălți	<i>Luni-Vineri/str. Moscovei, 13</i>
	Sîngerei	<i>Fiecare zi de marți a lunii str. Independenței, 124 - clădirea Primăriei</i>
	Glodeni	<i>Fiecare zi de joi a lunii str. Suveranității, 4 - clădirea Primăriei</i>
	Fălești	<i>Fiecare zi de luni a lunii str. Ștefan cel Mare, 73 - clădirea Primăriei</i>
	Rîșcani	<i>Fiecare zi de mercuri a lunii str. 31 August, 4 – clădirea Primăriei</i>
CAHUL	Cahul	<i>Luni-Vineri/str.31 August, 11</i>
	Cantemir	<i>Fiecare a doua și a patra zi de mercuri a lunii str. Trandafirilor, 2 - clădirea Primăriei</i>
	Taraclia	<i>Prima și a treia zi de luni a lunii str.Lenina,167 -clădirea Băncii de Economii</i>

Oficiul Teritorial	Zona de deservire	Zilele de primire/localul unde se face audiența
CHIȘINĂU	Chișinău	<i>Luni-Vineri/ bd.Ștefan cel Mare, 73</i>
	Anenii Noi	<i>Prima și a treia zi de vineri din lună str.Sciusev,1 - clădirea Inspectoratului Fiscal</i>
	Dubăsari	<i>A doua și a patra zi de vineri din lună s.Coșnița - clădirea Consiliului Raional</i>
CĂUȘENI	Căușeni	<i>Luni-Vineri/ str.A. Mateevici, 3 A</i>
	Căinari	<i>A treia și a patra zi de mercuri a lunii str.Alexandru cel Bun,12 -clădirea Primăriei</i>
	Ștefan - Vodă	<i>Fiecare zi de vineri a lunii str.Libertății,1 - clădirea Inspectoratului Fiscal</i>
HÎNCEȘTI	Hîncești	<i>Luni-Vineri: str.Mihalcea Hîncu, 148A</i>
	Basarabeasca	<i>Primele trei zile de vineri și a patra zi de joi a lunii str. Karl Marks, 2 -clădirea Primăriei</i>
	Cimișlia	<i>Primele trei zile de vineri și a patra zi de joi a lunii str.Ștefan cel Mare,12 -clădirea Consiliului raional</i>
	Leova	<i>Fiecare zi de marți a lunii str.Dosoftei,3 - clădirea Consiliului raional</i>
EDINEȘI	Edineș	<i>Luni-Vineri/ str.Ștefan-Vodă, 18</i>
	Briceni	<i>Fiecare zi de vineri a lunii str.Independenței,3 - Ofciul Agenției pentru ocuparea forței de muncă</i>
	Dondușeni	<i>Prima și a treia zi de marți din lună str.Independenței,47 -clădirea Consiliului raional</i>
	Ocnia	<i>Prima și a treia zi de mercuri din lună str.Independenței,47 - clădireaConsiliului raional</i>

Oficiul Teritorial	Zona de deservire	Zilele de primire/localul unde se face audiența
ORHEI	Orhei	<i>Luni-Vineri</i> /bd.M. Eminescu, 9
	Telenești	<i>Prima zi de marți a lunii și a treia zi de joi a lunii</i> str. Mihai Viteazul, 12 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Rezina	<i>Prima și a patra zi de joi a lunii, și A doua și a treia zi de marți a lunii</i> /str.27 August,1 - clădirea Primăriei
	Șoldănești	<i>Prima și ultima zi de mercuri a lunii</i> str.Boris Glavan, 1 - clădirea Inspectoratului Fiscal
Soroca	Soroca	<i>Luni – Vineri</i> / str. Alexandru cel Bun, 16
	Drochia	<i>Fiecare zi de vineri a lunii</i> str.Independenței,15 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Florești	<i>Fiecare zi de marți a lunii</i> str.Victoriei, 2 - clădirea Inspectoratului Fiscal
Ungheni	Ungheni	<i>Luni-Vineri</i> /str.Națională, 7
	Nisporeni	<i>Prima și a treia zi de joi a lunii</i> str. Ion Vodă, 2 - clădirea Consiliului raional
	Călărași	<i>Prima și a treia zi de marți a lunii</i> str. Biruinței, 1 - clădirea Consiliului raional
UTA GĂGĂUZIA	Comrat	<i>Luni-Vineri</i> str. Comsomoliscia, 24
	Ceadăr-Lunga	<i>Fiecare zi de vineri a lunii</i> str.Lenin, 2 - clădirea Adm.raionale din Ceadăr-Lunga
	Vulcănești	<i>Fiecare zi de vineri a lunii</i> clădirea Administrației raionale din Vulcănești

Anexa 2. Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei

Nr./ ord.	Denumirea serviciului	Suma în lei	Organul competent
1	Înregistrarea întreprinderilor cu statut de persoană fizică, precum și înregistrarea modificărilor în documentele de constituire ale acestora	54	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
2	Înregistrarea întreprinderilor cu statut de persoană juridică, a filialelor și reprezentanțelor, precum și înregistrarea modificărilor în documentele de constituire ale acestora	250	
3	Înregistrarea instituțiilor financiare, organizațiilor de asigurări, filialelor și reprezentanțelor	900	
4	Înregistrarea modificărilor în documentele de constituire la instituțiile financiare și organizațiile de asigurări	180	
5	Înregistrarea întreprinderilor cu capital străin, filialelor și reprezentanțelor.	250	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția înregistrări întreprinderi cu capital străin
6	Înregistrarea modificărilor în documentele de constituire la întreprinderile cu capital străin	250	
7	Înregistrarea modificărilor în Registrul de stat al datelor referitor la schimbarea administratorului	90	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
8	Eliberarea duplicatului certificatului înregistrării de stat al întreprinderilor sau organizațiilor	180	8

Furnizarea informației din Registrul de Stat al întreprinderilor și organizațiilor, privind eliberarea extraselor din Registrul

Nr./ ord.	Denumirea serviciului	Suma în lei
1	Informația (denumire, forma juridică de organizare, IDNO, data înregistrării, sediul, date despre administratorul)	36
2	Informația prevăzută în pct.1 plus informația despre asociați, mărimea capitalului social, cota de participare a asociatului, codul fiscal, număr de telefon (cu excepția datelor privind adresa)	63
3	Raport istoric despre o întreprindere sau organizație. Evoluția întreprinderii sau organizației de la momentul înregistrării până la data solicitării raportului:	126
	a) înregistrarea inițială	
	b) mențiunile în ordine cronologică (cu excepția datelor privind adresa)	126
4	Informația privind inițierea procedurii de reorganizare sau de lichidare a întreprinderii sau organizației	36
5	Informația despre întreprinderi sau organizații clasificate în baza diferitor criterii (gen de activitate, participare străină la capital etc.)	în temeiul contractului încheiat
6	Informație privind radierea din Registrul de stat a întreprinderii sau organizației	63
7	Informație privind succesiunea de drept a întreprinderilor și organizațiilor	90
8	Certificatul constatator că un anumit act sau fapt este sau nu este înscris sau menționat în Registrul sau în documente de constituire	90

Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția fonduri speciale și informații curente

Anexa 3. Plăți pentru alte servicii acordate de către CÎS

Nr./ ord.	Denumirea serviciului	Suma în lei	Organul competent
1	Eliberarea copiilor certificate:		Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția fonduri speciale si informatii curente
	a)contract (declarație) de constituire	90	
	b)decizie (hotărâre, ordin)	36	
	c)statut	90	
	d)acord privind înregistrarea modificărilor (sau deciziei de înregistrare a modificărilor)	54	
	e) proces-verbal	36	
2	Verificarea denumirii	39	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
3	rezervare a denumirii, inclusiv prin intermediul Internet-ului	1 lună - 50 6 luni - 100	
4	Perfectarea documentelor de constituire pentru înregistrarea întreprinderilor sau organizațiilor		Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția asistentă înregistrări și radieri
	a) întreprindere individuală	54	
	b) societate în nume colectiv	108	
	c) societate în comandită	108	
	d) cooperativă (de consum, de producție, de construcție a locuințelor, de construcție a garajelor etc.)	108	
	e) societate cu răspundere limitată	108	
	f) societate pe acțiuni	306	
	g) întreprindere de stat	108	
	h) întreprindere municipală	108	
	i) uniuni de întreprinderi	306	
	î) filiale și reprezentanțe	108	
j) organizații	108		

Nr./ord.	Denumirea serviciului	Suma în lei	Organul competent
5	Perfectarea modificărilor și/sau completărilor în documentele de constituire		Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția asistența înregistrări și reorganizări
	a) întreprindere individuală	36	
	b) societate în nume colectiv	72	
	c) societate în comandită	72	
	d) cooperativă (de consum, de producție, de construcție a locuințelor, de construcție a garajelor etc.)	108	
	e) societate cu răspundere limitată	108	
	f) societate pe acțiuni	108	
	g) întreprindere de stat	72	
	h) întreprindere municipală	72	
	i) uniuni de întreprinderi	72	
	î) filiale și reprezentanțe	72	
j) organizații	72		
6	Examinarea documentelor întreprinderilor sau organizațiilor înregistrate (unor părți ale acestuia) la sediul Camerei Înregistrării de Stat sau la oficiile teritoriale ale acesteia.	54	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția fonduri speciale si informatii curente

Nr./ ord.	Denumirea serviciului	Suma în lei	Organul competent
7	Publicarea informației în Buletinul Oficial al Camerei Înregistrării de Stat	54	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
8	Autentificarea copiei certificatului de înregistrare a întreprinderii	6	
9	Traducerea informației eliberate din Registrul de stat și a documentelor de constituire din limba moldovenească:	18	
	a) în limbile europene (pentru 1 pagină)		
	b) în limbile orientale (pentru 1 pagină)	36	
10	Perfectarea textelor documentelor în limbi străine (pentru 1 pagină)	18	
11	Confruntarea textelor de diferite limbi (pentru 1 pagină)	12	

Notă:

Tarifele menționate mai sus sunt stabilite conform Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr. 926 din 12.07.2002 „Privind aprobarea tarifelor la serviciile cu plată, prestate de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale”

Pentru înregistrarea întreprinderii sau organizației și furnizarea informației în regim de urgență (1zi), precum și pentru prestarea serviciilor în zi de odihnă sau sărbătoare, plata se dublează.

Plata pentru înregistrarea întreprinderilor și organizațiilor, filialelor și reprezentanțelor acestora, precum și pentru prestarea altor servicii cu deplasarea registratorului de stat la locul solicitat de antreprenor se majorează de 3 ori.

Anexa 4. Lista activităților și cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
1. Comerțul cu amănuntul			
<p>1.1. Comerțul cu amănuntul la tarabe, teighele, tonete și din autovehicule în piețe și/sau în locuri autorizate de autoritatea administrației publice locale</p> <p>[Poziția 1.1 în redacția Legii nr.121-XVI din 29.05.2008, în vigoare 17.06.2008, se exclude la 01.01.2017]</p> <p>[Poziția 1.1 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]</p>	360	180	100
<p>1.2. Comerțul cu amănuntul în chioșcuri și în alte încăperi ce ocupă terenuri separate, a căror suprafață nu depășește 12 m², cu excepția comerțului cu aparate electronice și electrocasnice cu termenul de garanție stabilit, conform legislației în vigoare</p> <p>[Poziția 1.2 exclusă de la 01.01.2008 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]</p>	400	200	100
<p>1.3. Comerțul cu amănuntul în chioșcuri și în alte încăperi ce ocupă terenuri separate, a căror suprafață nu depășește 7 m², cu excepția comerțului cu aparate electronice și electrocasnice cu termenul de garanție stabilit, conform legislației în vigoare</p> <p>[Poziția 1.3 exclusă de la 01.01.2008 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]</p>	250	150	75

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
1.4. Comercializarea cu amănuntul a apei îmbuteliate în locurile autorizate de autoritatea administrației publice locale [Poziția 1.4 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	250	150	75
1.5. Comerțul cu amănuntul la tarabe, tejghele și în alte tipuri de puncte comerciale, autorizate de autoritatea administrației publice locale, cu cărți și alte tipărituri, precum și cu publicații muzicale (note) [Poziția 1.5 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	30	25	10
2. Producerea de mărfuri, executarea de lucrări și prestarea de servicii			
2.1. Întocmirea dărilor de seamă contabile	300	200	100
2.2. Transportul călătorilor cu automobilele- taxi, cu un număr de locuri de până la 7 inclusiv [Poziția 2.2 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	250	150	100
2.3. Transportul auto de mărfuri, cu excepția transportului de mărfuri inflamabile, explozive, toxice, otrăvitoare și radioactive:			
- până la 1,5 tone	175	90	45
- de la 1,5 la 3,5 tone	200	100	50

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
- de la 3,5 la 7 tone, inclusiv cu remorcă	250	125	70
- peste 7 tone, inclusiv cu remorcă			
[Poziția 2.3 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	400	200	100
2.4. Servicii logopedice	80	40	20
2.5. Masaj, servicii de îngrijire a bolnavilor și alte servicii medicale, acordate de către personalul medical inferior	140	70	35
2.6. Servicii veterinare, zootehnice	150	50	20
2.7. Servicii dactilografiere, inclusiv cu folosirea computerului	150	50	25
2.8. Servicii de frizerie și servicii cosmetice	200	80	30
2.9. Croitul, cusutul, tricotarea și reparația îmbrăcăminții și acoperămintele pentru cap și comercializarea	100	50	25
2.10. Confecționarea și reparația încălțămintei și comercializarea	90	45	30
2.11. Servicii de spălătorie	90	45	30
2.12. Predarea limbilor străine (instruire individuală sau în grupe cu un număr de până la 20 persoane)	140	70	35
2.13. Predarea și meditarea diferitelor discipline, cu excepția muzicii, coregrafiei și artelor plastice (instruire individuală sau în grupe cu un număr de până la 20 persoane)	100	50	30

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
2.14. Predarea muzicii, coregrafiei și artelor plastice (instruire individuală sau în grupe cu un număr de până la 20 persoane)	100	50	30
2.15. Organizarea de diferite secții pe interese, inclusiv de cultură fizică, pentru copii de până la 16 ani (în grupe de până la 20 persoane)	70	35	20
2.16. Organizarea de diferite secții pe interese, inclusiv de cultură fizică, pentru adulți (în grupe de până la 20 persoane)	100	50	35
2.17. Servicii de păstrare a bagajelor	100	50	25
2.18. Servicii de întreținere și amenajare a locuințelor și a sectoarelor aferente	100	60	30
2.19. Vulcanizarea camerelor și anvelopelor în ateliere	200	75	30
2.20. Repararea locuințelor	180	90	45
2.21. Construirea caselor de locuit și a garajelor în localitățile rurale	-	-	70
2.22. Ajustarea și reparația mobilei	180	50	35
2.23. Reparația tehnicii de uz casnic, instrumentelor și mecanismelor, ceasurilor	130	65	30
2.24. Reparația cuptoarelor cu microunde și a altor aparate electrice de încălzit de uz casnic	100	50	25
2.25. Reparația aparatelor tele, audio, video de uz casnic	150	75	40

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
2.26. Reparația aparatelor fotografice, camerelor de filmat și a altor aparate sau instrumente optice	90	45	30
2.27. Reparația și acordarea instrumentelor muzicale	110	55	30
2.28. Fotografierea, confecționarea și vânzarea fotografiilor, executate în mod individual, servicii video	200	100	50
2.29. Scrierea placardelor, filmelor netirajate, amenajarea vitrinelor, reclamatelor, prezentarea artistică	160	80	40
2.30. Confecționarea articolelor meșteșugărești de artă populară (artizanat) și vânzarea lor, cu excepția vânzării la expoziții și licitații	110	55	30
2.31. Deservirea muzicală a ceremoniilor	230	100	50
incursiv regizarea ceremoniilor	200	100	50
2.32. Aratul și alte lucrări de cultivare a pământului cu mijloace tehnice, protecția plantelor contra bolilor și dăunătorilor	50	50	50
2.33. Servicii de guvernant(ă)	80	40	20
2.34. Servicii hoteliere (în hoteluri cu un număr de locuri de până la 7) [Poziția 2.34 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	100	50	25
2.35. Darea în locațiune a locuințelor și a caselor individuale de locuit:			
- cu o cameră	90	45	25

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
- cu două camere	120	60	30
- cu trei camere	150	80	40
- cu patru camere	180	90	45
- cu cinci camere	220	110	55
- cu mai mult de cinci camere [Poziția 2.35 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	400	200	100
2.36. Darea în locațiune a unor încăperi (suprafețe) sau camere din componența locuințelor sau a caselor individuale de locuit			
- a unei camere	60	30	15
- a două camere	90	45	25
- a trei camere	120	60	30
- a patru și mai multe camere [Poziția 2.36 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	150	80	40
2.37. Darea în locațiune a încăperilor cu altă destinație decât aceea de locuință (garaje, șoproane, depozite, pavilioane) cu suprafața:			
- până la 50 m ²	60	30	15
- de la 50 la 100 m ²	90	45	25
- peste 100 m ² [Poziția 2.37 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	120	60	30
2.38. Servicii de sudare, de lucrări tehnico-sanitare	120	60	30
2.39. Organizarea discocluburilor	600	300	150

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
2.40. Executarea și comercializarea obiectelor de lemn, metal, ghips, argilă, ciment	100	60	40
inclusiv servicii de dulgherie	80	45	30
2.41. Confecționarea și darea în chirie a recuzitelor pentru diferite ceremonii și comercializarea lor	150	80	50
2.42. Copiere, multiplicare și legatul cărților	150	75	30
2.43. Tăbăcirea și prelucrarea pieilor, confecționare articolelor din blană și din piele și comercializarea lor	200	120	100
[Poziția 2.44 exclusă prin Legea nr.361-XVI din 23.12.05, în vigoare 01.01.06]			
2.45. Producerea, prelucrarea și comercializarea varului	50	50	50
[Poziția 2.45 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]			
2.46. Colectarea și comercializarea ambalajelor din sticlă	100	75	50
2.47. Creșterea florilor și comercializarea lor	150	75	40
[Poziția 2.47 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]			
2.48. Păstorit	60	40	25

Notă:

Patentele de întreprinzător eliberate, până la 1 ianuarie 2006 de inspectoratele fiscale de stat teritoriale pentru activitățile specificate la poziția "2.44. Dobândirea și comercializarea calcarului" se vor utiliza până la expirarea termenului de valabilitate.

Anexa 5. Structura unui Plan de afaceri

1. REZUMAT

- Suma dorită pentru finanțare, scopul și modul de utilizare; Garanțiile oferite și capitalul social existent
- Scurtă descriere a firmei (numele, domeniul de activitate, data înființării)
- Scurtă descriere a afacerii (de unde a venit și cum a evoluat ideea, situația actuală a firmei, produsele sau serviciile oferite, piața pe care se găsește sau în care va intra firma, factori cheie de succes, previziuni ale veniturilor, cheltuielilor și profitului etc.)

2. CUPRINS

2.1. DESCRIEREA AFACERII

2.1.1. Descrierea domeniului/sectorului economic

- Cum a evoluat și care sunt tendințele de evoluție a acestui domeniu/sector în viitor ?
- Care sunt riscurile specifice acestui domeniu/sector?
- Care sunt firmele și câte la număr care activează pe această piață? Domeniul/sectorul este dominat de firme mari sau mici?
- Cât de mare este riscul eșecului (falimentului) în domeniul/sectorul respectiv?

2.1.2. Produsul sau serviciul oferit

- Descrie amănunțit fiecare din produsele/serviciile pe care doriți să le oferiți pe piață
- Care sunt caracteristicile specifice acestor produse/servicii?
- Unde se situează produsele/serviciile tale în raport cu produsele/serviciile similare ale altor firme prezente deja pe piață?
- Care sunt punctele tari și punctele slabe ale fiecărui produs/serviciu oferit și care sunt avantajele competitive vădite ale fiecăruia?
- Care este durata și ciclul de viață (de utilizare) a produsului/serviciilor tale ?
- Ce garanție vei oferi produselor/serviciilor?
- Cum vor fi ambalate produsele respective?

2.1.3. Operațiunile

- Unde vor fi amplasate facilitățile productive și administrația?

- Cât spațiu este necesar și cum va fi obținut?
- Ce utilități (electricitate, gaz, apă, comunicații, căi de acces etc.) sunt necesare? Sunt toate acestea disponibile?
- Care este tehnologia ce va fi folosită? Ce utilaje sînt necesare?
- Care va fi capacitatea de producție?
- Ce riscuri implică procesul de producție? Ce măsuri de protecție se vor lua?
- Ce materii prime și materiale/componente vor fi folosite; cine și de unde sînt furnizorii?
- Cum se va realiza transportul materiei prime, materialelor și componentelor achiziționate ?
- Unde se va depozita materia primă, materialele, componentele, semifabricatele etc., inclusiv și produsele finite ?
- În cazul în care faci business în parteneriat cu cineva, cine sunt partenerii și cu care alte firme planifici să colaborezi ?

3. PLANUL DE MARKETING

3.1. Piața-țintă

- Cine sînt consumatorii, unde se găsesc și cât de des cumpără ei produsele/serviciile tale?
- Care este numărul total al potențialilor consumatori și ce cantitate/volum de produse/servicii ar putea ei consuma în total ?
- Care sunt segmentele de piață și nișele pe care intenționezi să realizezi produsele/serviciile tale?
- Analizează dacă este piața în stagnare sau în creștere; Cum presupuneți că va evolua consumul de produse/servicii propuse întreprinderea proprie.
- Care este segmentul pe care intenționezi să-l ocupi?

3.2. Concurența

- Care sunt concurenții cei mai apropiați (directi și indirecti)?
- Analizează care sunt punctele lor tari și slabe?
- Prin ce diferă produsul/serviciul tău de cel al concurenților?

3.3. Distribuția

- Cum va ajunge produsul/serviciul la consumator?
- Veți folosi serviciile unor intermediari? Cine sunt ei?
- Care vor fi canalele de distribuție?

3.4. Prețul

- Care va fi prețul produsului/serviciului și cum a fost stabilit?
- Care este prețul produsului în raport cu cel al concurenților?
- Care va fi strategia de stabilire a prețurilor (se va practica stabilirea unor prețuri diferențiate/reduceri de preț în dependență de volum/număr/cantitate/zonă geografică/oferte speciale etc.?)

3.5. Promovarea produsului

- Care sunt caracteristicile importante și unice ale produsului/serviciului?
- Ce tip de reclamă/publicitate se va folosi (ziare, reviste, poștă, radio, televiziune, pliante, broșuri etc.?)
- Ce alte forme de promovare se vor folosi (mostre gratuite, demonstrații practice, cupoane pentru reduceri de preț etc.?)
- Care sunt costurile pentru promovarea produselor/serviciilor? Dispuneți de acești bani?

4. ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA AFACERII

4.1. Forma juridică de organizare și forma de proprietate

- Ce denumire ai ales pentru afacerea dorită? Are acest nume vreo semnificație aparte?
- Ce formă juridică de organizare ai ales pentru afacere? De ce?
- Cine sunt proprietarii firmei? Care este suma aportului vărsată de fiecare proprietar la formarea capitalului social?
- Câte părți sociale (cote/acțiuni) deține fiecare asociat și ce valoare au?
- Unde va fi plasat sediul firmei și de ce anume în acel loc/local etc.?

4.2. Structura organizatorică, managerul sau echipa managerială

- Ce tip de structură organizatorică a afacerii vei stabili? De ce?
- Alcătuieste organigrama firmei.
- Descrie principalele atribuții ale funcțiilor și compartimentelor din organigramă.
- În ce măsură proprietarii (asociați sau acționari) se vor implica în conducerea afacerii?
- Cine sunt persoanele care vor conduce afacerea?
- Anexează CV-urile echipei manageriale.

4.3. Forța de muncă

- Descrie numărul și structura personalului preconizat pentru implicarea în afacere și concret de ce fel de personal veți avea nevoie în perioada următoare inițierii afacerii.
- Cum vei face selecția personalului? Va fi nevoie de o pregătire profesională suplimentară a personalului?
- Ce salarii și alte avantaje/facilități nesalariale vei acorda personalului?

5. PLANUL DE FINANȚARE

5.1. Bugetul de lansare (pornire) al afacerii

- Enumeră toate elementele necesare pentru pornirea afacerii.
- Ce valoare are fiecare?
- Cum și de unde va fi obținut?
- Din ce sursă va fi finanțat?
- Completează formularul bugetului de lansare a afacerii (pentru toată perioada de timp necesară până la pornirea efectivă a afacerii)!

5.2. Bugetul de operare (exploatare)

- Enumeră toate elementele necesare pentru funcționarea afacerii?
- Completează formularul bugetului de operare (buget de venituri și cheltuieli), pentru cel puțin primul an de activitate
- Pentru afacerile (firmele) care sunt în curs de constituire, întocmește Bilanțul contabil pentru momentul începerii funcționării efective.
- Pentru afacerile (firmele) deja existente, pornește de la ultimul Bilanț contabil, respectiv Cont de profit și pierdere (anexați-le).

5.3. Finanțarea afacerii

- Care este suma totală necesară pentru finanțarea afacerii?
- Care este suma asigurată din sursele proprii sau ale asociaților?
- Cât este necesar să se obțină din alte surse? Care sunt acestea (credite bancare, împrumuturi de la rude, prieteni etc.)?
- Cum se va eșalona în timp rambursarea creditului și a dobânzii, în cazul obținerii unui credit bancar?
- Care va fi scopul și calendarul de utilizare a creditului?
- Completează formularul de previziune a cash-flow-ului.

Anexa 6. Exemplu de Plan de afaceri

Plan de afaceri

„Soapy Rides”

Soapy Rides, Rose Meadow 345 Tel. 876543

1. REZUMAT EXECUTIV

Soapy Rides este o spălătorie de mașini care va oferi servicii clienților din orașul Rose Meadow. Va furniza două servicii principale: spălarea și reparația interiorului și exteriorului mașinilor. Soapy Rides nu are concurenți care să ofere servicii de calitate la prețuri convenabile. Compania poate oferi servicii de înaltă calitate atât de spălare, cât și de reparație a mașinilor, datorită calificării angajaților săi.

Serviciile Soapy Rides se vor concentra pe trei grupuri de clienți: proprietarii de mașini personale, vânzătorii de mașini și companiile locale. Regiunea este destul de înstărită, 40% din locuitori câștigă peste 40.000\$ pe an.

Pe un teritoriu de aproximativ 5 km există 5 companii vânzătoare de mașini care au nevoie de servicii de spălare ale automobilelor. Există, de asemenea, multe companii locale care au mașini.

Un avantaj competitiv al companiei este experiența dlui Mark Smith, proprietarul afacerii. Pe parcursul ultimilor doi ani dl.Smith a fost implicat în afacerea de familie, ce se ocupa de reparația automobilelor. Înainte de această experiență Mark Smith a studiat mecanica auto la liceul din localitate.

Soapy Rides anticipează acapararea unui segment de piață de 20%. Peste un an afacerea va genera o marjă brută de 95% și o marjă netă de 11%.

2. DESCRIEREA AFACERII

Misiunea afacerii Soapy Rides este de a oferi servicii de spălare și reparație auto de cea mai înaltă calitate în localitatea Rose Meadow. Obiectivele companiei sunt:

- ◆ să devină prima afacere în topul afacerilor de spălare și reparație a automobilelor din Rose Meadow;

- ◆ să mențină o marjă a profitului brut de 95%;
- ◆ să genereze o marjă a profitului net de 11% după primul an de activitate
- ◆ să extindă afacerea, creând un astfel de serviciu într-un alt loc după al treilea an de activitate.

Proprietarii companiei

Compania va fi înregistrată sub numele lui Mark Smith, unicul proprietar al afacerii. Cheltuielile inițiale pentru afacerea Soapy Rides vor fi finanțate printr-un credit personal de 30.000 \$, care a fost solicitat de către Mark Smith. Atelierul de lucru și oficiul vor fi arendate pentru minimum trei ani. Arenda va costa 1.200\$ pe lună. Asigurarea va costa aproximativ 200\$ pe lună.

Mark lucrează împreună cu un designer grafic la elaborarea logo-ului, a antetului și a broșurilor companiei.

Echipamentul include trei pompe de apă de presiune înaltă, două aspiratoare industriale, două calculatoare și un aparat de casă. Clădirea a fost utilizată anterior ca punct de deservire rapidă a automobilelor și, respectiv, a fost construită astfel încât să permită circulația rapidă a automobilelor. Se va apela la serviciile unei companii contractate pentru a renova încăperea.

În tabelul de mai jos sunt descrise Condițiile de lansare a afacerii și Soldul de Casă

CONDIȚIILE DE LANSARE	\$	SOLDUL DE CASĂ	\$
Taxe juridice	500	Bilanțul financiar la data începerii	8.700
Cheltuieli legate de birotică, oficiu etc.	400	Stocul inițial	1.250
Broșuri, indicatoare și panouri publicitare	1.150	Capital circulant total	9.950
Asigurarea	200	Active pe termen lung	10.000
Arenda	1.200	Active totale	19.950
Echipamentul	4.400	Totalul necesar	30.000
Construcția și renovarea	2.200	Investitorul 1	30.000
		Pierderea la început	(10.050)
TOTAL	10.050	Capital total	19.950

3. ANALIZA PIETEI

Orașul Rose Meadow oferă o serie de avantaje pentru o afacere de spălare a automobilelor. Peste 40% din locuitorii din zonă câștigă peste 40.000 \$ pe an. Multe persoane au mașini noi și pun mare preț pe întreținerea acestora. În regiune există, de asemenea, un număr mare de companii vânzătoare de automobile (cinci dintre care activează în raza de 5 km de la locul unde va fi amplasată afacerea). Soapy Rides va oferi servicii de spălare, curățare și reparație a automobilelor, reparații simple și verificări de rutină.

Clienții țintă ai companiei sunt: proprietari de mașini noi, proprietari de mașini luxoase, proprietarii de mașini sport, proprietari de mașini de o viață, dealerii, companii din localitate.

Proprietari de mașini noi: Proprietarii mașinilor vor fi cei mai probabili utilizatori ai serviciilor de spălare a mașinilor. Acestor proprietari le place să se mândrească cu mașinile lor și le spală frecvent.

Proprietari de mașini luxoase: Acești proprietari au mașinile luxoase de câțiva ani și doresc să le mențină în formă. Ei își aduc mașinile la spălat în mod regulat.

Proprietarii de mașini sport: Acești proprietari sunt, de cele mai multe ori, tineri care acordă o mare importanță modului în care arată mașinile lor. De obicei, le duc la spălat în fiecare săptămână.

Proprietari de mașini de o viață: Mulți dintre acești proprietari își au mașinile de mai mult de 5-6 ani. Ei le duc la spălat ocazional. Le place ca mașinile lor să arate ca noi și vor să le păstreze în formă.

Dealerii: Sunt cinci companii vânzătoare de mașini noi și mașini la mâna a doua în apropierea locului unde va fi amplasată afacerea. Aceste companii utilizează deseori serviciile de spălare a mașinilor din apropiere pentru a curăța automobilele înainte de a le scoate la vânzare.

Companii din localitate: Unele companii din localitate au mașini și microbuze care trebuie păstrate curate. Aceste companii sunt în căutarea unor servicii de spălare a automobilelor, convenabile ca preț și eficiente, pe care preferă să le utilizeze pe parcursul săptămânii.

Strategia de poziționare pe piața țintă: Strategia afacerii Soapy Rides este de a atrage clienți permanenți, care vor apela la serviciile acesteia în perioadele mai liniștite ale săptămânii. Nu va fi complicat să atragem clienți în lunile de vară și în week-end.

Totuși, pe parcursul săptămânii, în special iarna, persoanele nu se vor gândi la spălarea mașinilor. De aceea, clienții țintă ai Soapy Rides vor fi persoanele care, în general, nu sunt foarte afectate de perioadele de activitate intensă, cum ar fi proprietarii de afaceri, pensionarii, vânzătorii de mașini și companiile.

Concurenții Soapy Rides din Rose Meadow sunt câteva afaceri ce se ocupă de spălarea manuală a automobilelor și câteva mașini automate de spălare a automobilelor. Astfel, clienții țintă ai Soapy Rides vor fi persoanele care pun destul preț pe calitate și pe mașinile lor pentru a cheltui 12 \$ pe săptămână ca să le spele.

Concurența: În Rose Meadow mai există o spălătorie mare manuală a automobilelor. Este destul de nouă și încearcă să concureze cu mașinile automate de spălare a automobilelor, oferind prețuri reduse. Totuși, aceasta nu atrage clienții care își doresc servicii calitative de curățare. Aceștia sunt clienții țintă ai Soapy Rides, deoarece ei sunt interesați mai mult de calitatea serviciilor. Ei nu sunt împotriva să cheltuiască ceva mai mulți bani pentru a-și spăla și lustrui mașina.

Cheia succesului afacerii Soapy Rides este proprietarul acesteia și legăturile sale personale în regiunea Rose Meadow. Datorită acestor legături, vânzările și marketingul se vor axa pe abordarea individuală a fiecărui client, punându-se accent pe câștigarea unor clienți loiali. Avantajul competitiv va fi faptul că proprietarul va pune mare accent pe crearea unui serviciu care să fie și rapid și eficient, păstrând, în același timp costurile la un nivel minim.

Estimarea vânzărilor: În următorul tabel sunt estimate vânzările în baza strategiei de piață. Compania are drept scop creșterea vânzărilor concentrându-se pe segmente de clienți care vor dori să aibă mașinile curate pe parcursul întregului an.

VÂNZĂRILE PE UNITĂȚI	2004	PREȚUL PE UNITATE	2004	COSTUL PE UNITATE	2004
Spălare integrală	1.760	Spălare integrală	\$15,00	Spălare integrală	\$0,70
Spălare exterioară	2.050	Spălare exterioară	\$9,00	Spălare exterioară	\$0,40
Curățare interioară	770	Curățare interioară	\$8,00	Curățare interioară	\$0,30
Deservire	129	Deservire	\$140,00	Deservire	\$3,00
Spălarea automobilelor companiilor	615	Spălarea automobilelor companiilor	\$10,00	Spălarea automobilelor companiilor	\$0,70
Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	494	Deservirea automobilelor vânzătorilor de	\$70,00	Deservirea automobilelor vânzătorilor de	\$3,00
Vânzările totale pe unități	5.818				

VÂNZĂRI TOTALE	2004	COSTURI	2004	PERSONAL	2004
Spălare integrală	\$26.400	Spălare integrală	\$1,232	Proprietarul	\$18,000
Spălare exterioară	\$18.450	Spălare exterioară	\$820	Spălători de automobile	\$30,240
Curățare interioară	\$6.160	Curățare interioară	\$231	Personalul administrativ/ Vânzări	\$13,440
Deservire	\$18.060	Deservire	\$387		
Spălarea automobilelor companiilor	\$6.150	Spălarea automobilelor companiilor	\$431		
Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	\$34.580	Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	\$1,482		
Vânzările totale	\$109.800	Vânzările totale	\$4,583	Suma totală pentru salarii	\$61,680

4. PLANUL DE MANAGEMENT

Mark Smith va fi singurul proprietar și manager al companiei. În administrarea financiară a companiei acesta va fi ajutat de un contabil specialist.

Planul de personal: Atunci când își va începe activitatea compania va angaja cu normă deplină un specialist în spălarea și deservirea automobilelor. În plus, compania va lucra și cu colaboratori temporari și pe jumătate de normă. Compania va mai angaja un asistent administrativ, care îl va ajuta pe proprietar cu munca de birou și va activa în calitate de recepționist.

5. PLAN FINANCIAR

În planul următor este descrisă dezvoltarea financiară a afacerii Soapy Rides. Inițial afacerea va fi finanțată printr-un credit personal în valoare de 30.000\$ personal, pe care îl va contracta proprietarul. În al treilea an de activitate se speră că va putea fi deschis al doilea sediu.

Analiza pragului de rentabilitate: Costurile lunare fixe pentru Soapy Rides sunt estimate la aproximativ 7.500\$, iar, conform pragului de rentabilitate, compania trebuie să de-servească 203 mașini pe lună.

ANALIZA PRAGULUI DE RENTABILITATE	
Unitățile lunare conform pragului de rentabilitate (automobile)	203
Venitul lunar conform pragului de rentabilitate	\$9.122
Costurile lunare fixe estimate	\$7.500

Profitul și pierderile estimate

Următorul tabel cu privire la profit și pierderi prezintă veniturile și cheltuielile pentru primul an de activitate.

PROFIT ȘI PIERDERI	ANUL 1
Vânzări	\$109.800
Cost total al vânzărilor	\$4.583
Profit brut	\$105.218
Profit brut %	95,83%
Cheltuieli	
Salarii	\$61.680
Vânzări și marketing	\$2.600
Uzura	\$2.070
Încăperi	\$3.325
Asigurarea	\$1.800
Arenda	\$4.800
Impozite pe salarii	\$15.420
Cheltuieli operaționale totale	\$91.695
Profit înainte de impozitare	\$13.523
Impozitele achitate	\$3.204
Profit net	\$10.318
Profit net/vânzări	9,40%

Sursă: Adaptare de pe pagina web a companiei Sample Plans, <http://www.sampleplans.com.>, publicat în Dezvoltă-ți afacerea, Publicație OIM/ILO. Acesta a fost un exemplu foarte simplu de plan de afaceri. Planul de afaceri este un document confidențial și rămîne a fi o lucrare individuală specifică afacerii tale. Lista de verificare a planului de afaceri de la pagina 50 este cea recomandată pentru elaborarea Planului tău de afaceri!

Anexa 7. Exemplu de Flux de numerar (Cash Flow)

I	Anul I												Total	
	ian	feb	mar	apr	mai	oct	noi	dec	An I				
	Intrări ale mijloacelor bănești													
A	Intrări din vânzări (struguri)	0	0	0	0	0	40,000	0	0	0	0	0	0	80,000
	Total interimar	0	0	0	0	0	40,000	0	0	0	0	0	0	80,000
B	Alte intrări ale mijloacelor bănești												
	Credite bancare pe termen lung	0	0	0	30,000	0	0	0	0	0	0	0	30,000
	Contribuții proprii	0	0	0	5,000	0	0	0	0	0	0	0	7,000
	Total interimar	0	0	0	35000	0	0	0	0	0	0	0	37,000
	Total intrări (A+B)	0	0	0	35,000	0	40,000	0	0	0	0	0	117,000
II	leșuri ale mijloacelor bănești												
C	Consumuri directe ale activității de producție												
	Îngrășăminte	0	0	0	0	0	2,080	0	0	0	0	0	3,180
	Forța de muncă	0	0	3,000	2,000	3,000	2,000	0	0	0	0	0	12,500
	Operații tehnologice mecanizate	0	0	0	0	0	1,500	0	0	0	0	0	1,500
	Chețuiri neprevăzute (10%)	0	0	300	200	300	558	0	0	0	0	0	1,718
	Total interimar	0	0	3,300	2,200	3,300	6,138	0	0	0	0	0	18,898

Anexa 12. Contactele Oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal

IFS teritoriale	Adresa	Functia, numele, prenumele	Telefon, E-mail
m.Chişinău	2005 str.Cosmonauţilor,9	şef-adjunct al IFPS, sef al IFS pe m.Chisinau, Procopii Duca anticamera şef-adjunct Vladimir Diaur	<u>82-32-52,</u> 82-32-53 82-33-02 82-32-54 82-32-71 fisc007sef@municipiu.fisc.md
s.Centru	2012 str.Mitr.Vaarlam,65	şeful oficiului fiscal Ludmila Peeva anticamera	82-31-52 82-31-85 fisc002sef@municipiu.fisc.md
s.Buiucani	2004 str.Mihai Viteazul,2	şeful oficiului fiscal Elena Dragomir anticamera	82-30-11 82-30-21 fisc005sef@municipiu.fisc.md
s.Ciocana	2042 str.M.Sadoveanu, 24/1	şeful oficiului fiscal Nadejda Gordeev anticamera	82-30-67 82-30-74 fisc004sef@municipiu.fisc.md
s.Botanica	2043 str.Teilor,10	şeful oficiului fiscal Anatol Mocreac anticamera	82-32-39 82-32-41 fisc003sef@municipiu.fisc.md
s.Râşcani	2068 str.Kiev,3a	şeful oficiului fiscal Iurii Sisianu anticamera	82-31-10 82-31-32 fisc006sef@municipiu.fisc.md
Bălţi	3101 str.Stefan cel Mare, 128	şeful Inspectoratului Tatiana Neghina	231 2-35-02 fisc231@balti.fisc.md
Anenii-Noi	6501 str.Sciusev,1	şeful Inspectoratului Veaceslav Bondari	265 2-47-44 fisc265@anenii.fisc.md
Basarabeasca	6702 str.Karl Marx,55	Seful Inspectoratului Aurica Gnatovscaia	297 2-30-40 fisc267@bas-c.fisc.md

IFS teritoriale	Adresa	Functia, numele, prenumele	Telefon, E-mail
Briceni	4701 str.Independenței,28	Șeful Inspectoratului Larisa Rusu	247 2-22-48 fisc247@briceni.fisc.md
Cahul	3901 str.Tolstoi,2	șeful Inspectoratului Ecaterina Cara	299 2-54-46 fisc239@cahul.fisc.md
Cantemir	7301 str.Trandafirilor,2	șeful Inspectoratului Emil Pupazan	273 2-22-87 fisc273@cantemir.fisc.md
Călărași	4401 str.Alex. cel Bun,130	șeful Inspectoratului Valentina Cazacov	244 2-28-48 fisc244@calarasi.fisc.md
Căușeni	4301 str.Păcii,14	șeful Inspectoratului Maria Bahcivanji	243 2-22-48 fisc243@causeni.fisc.md
Cimișlia	4101 bul.Ștefan cel Mare,10	șeful Inspectoratului Maria Burac	241 2-21-74 fisc241@cimislia.fisc.md
Criuleni	4801 str.31 August,106	șeful Inspectoratului Larisa Istrati	248 2-04-13 fisc248@criuleni.fisc.md
Dondușeni	5101 str.Feroviarilor,4	șeful Inspectoratului Valentina Scurtu	251 2-49-00 fisc251@donduseni.fisc.md
Drochia	5201 bul.Independenței,15	șeful Inspectoratului Igor Velicico	252 2-22-48 fisc252@drochia.fisc.md
Dubăsari	4571 s.Cocieri, str.V.Lupu,28	șeful Inspectoratului Marina Soltan	248 2-2-91 fisc248@dubasari.fisc.md
Edineț	4601 str.Independenței,101	șeful Inspectoratului Valeriu Diacioc	246 2-47-82 fisc246@edinet.fisc.md
Fălești	5901 str.Moldovei,20	șeful Inspectoratului Valeriu Muduc	259 2-39-79 fisc259@falesti.fisc.md
Florești	5001 str.Victoriei,2	șeful Inspectoratului Mariana Bolganschi	250 2-26-82 fisc250@floresti.fisc.md

IFS teritoriale	Adresa	Functia, numele, prenumele	Telefon, E-mail
Glodeni	4901 str.Suveranității,2	șeful Inspectoratului Nelea Singorean	249 2-38-73 fisc249@glodeni.fisc.md
Hâncești	3401 str.Mihalcea Hâncu,123	șeful Inspectoratului Ludmila Caruta	269 2-40-01 fisc234@hincesti.fisc.md
Ialoveni	6801 str.Alexandru cel Bun,57	șeful Inspectoratului Tatiana Cucu	268 2-27-62 fisc268@ialoveni.fisc.md
Leova	6301 str.Dosoftei,3	șeful Inspectoratului Larisa Burazeris	263 2-24-37 fisc263@leova.fisc.md
Nisporeni	6401 str.Suveranității,2	șeful Inspectoratului Gheorghe Cibotaru	264 2-35-35 E-mailfisc264@nisporeni.fisc.md
Ocnîța	7101 str.Independenței,47	șeful Inspectoratului Ion Ciumac	271 2-11-46 fisc271@ocnita.fisc.md
Orhei	3501 bul.M.Eminescu,2	șeful Inspectoratului Evghenii Pisov	235 2-45-21 fisc235@orhei.fisc.md
Rezina	5401 str.27 August,1	șeful Inspectoratului Maria Nasu	254 2-30-80 fisc254@rezina.fisc.md
Râșcani	5601 str.31 August,16	șeful Inspectoratului Zinaida Tcaci	256.2-32-87 fisc256@riscani.fisc.md
Sângerei	6201 str.Independenței,111	șeful Inspectoratului Nina Popov	262 2-26-90 fisc262@singerei.fisc.md
Soroca	3001 str.Stan Poetaj,10	șeful Inspectoratului Ion Morari	230 2-30-05 fisc230@soroca.fisc.md
Strășeni	3701 str.M.Eminescu,31	șeful Inspectoratului Valentina Plesca	237 2-20-61 fisc237@straseni.fisc.md
Șoldănești	7201 str.Boris Glavan,1	șeful Inspectoratului Ludmila Plotean	272 2-22-87 fisc272@soldanesti.fisc.md

IFS teritoriale	Adresa	Functia, numele, prenumele	Telefon, E-mail
Ștefan-Voda	4201 str.Libertății,1	șeful Inspectoratului Nicolai Damian	242 2-23-50 fisc242@stefan-voda.fisc.md
Taraclia	7401 str.Valeriu Cebanov,3	șeful Inspectoratului Stepan Tolov	294 2-13-88 fisc274@taraclia.fisc.md
Telenești	5801 str.Renașterii,69	șeful Inspectoratului Raisa Comac	258 2-22-48 fisc258@telenesti.fisc.md
Ungheni	3601 str.Naționala, 17	șeful Inspectoratului Mihail Postu	236 2-73-02 fisc236@ungheni.fisc.md
Comrat	3801 str.Comsomolului,24	șeful Inspectoratului Iurii Frolov	298 2-31-50 fisc238@comrat.fisc.md
Ceadăr-Lunga	6101 str.Lomonosov,33	șeful Inspectoratului Maria Formuzal	291 2-24-33 fisc261@ceadir-lunga.fisc.md
Vulcănești	5301 str.Gagarin,60	șeful Inspectoratului Valentina Neachina	293 2-37-53 fisc253@vulcanesti.fisc.md

Anexa 13. Adrese utile web

Adresa paginei	Denumirea instituției, paginei
www.mec.gov.md	Ministerul Economiei și Comerțului
www.mfa.gov.md	Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene
www.mf.gov.md	Ministerul Finanțelor
www.maia.gov.md	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
www.mcdt.gov.md	Ministerul Construcțiilor și Dezvoltării Teritoriului
www.mediu.gov.md	Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale
www.edu.gov.md	Ministerul Educației și Tineretului
www.ms.gov.md	Ministerul Sănătății
www.mpsfc.gov.md	Ministerul Protecției Sociale, Familiei și Copilului
www.turism.gov.md	Ministerul Culturii și Turismului
www.justice.gov.md	Ministerul Justiției
www.mai.gov.md	Ministerul Afacerilor Interne
www.mdi.gov.md	Ministerul Dezvoltării Informaționale
www.mapl.gov.md	Ministerul Administrației Publice Locale
www.fisc.md	Inspectoratul Fiscal de Stat
www.statistica.gov.md	Biroul Național de Statistică
www.customs.gov.md	Serviciul Vamal
www.at.gov.md	Agenția Transporturi
www.moldsilva.gov.md	Agenția pentru Silvicultură "Moldsilva"
www.aamv.gov.md	Agenția Agroindustrială "Moldova - Vin"
www.tender.gov.md	Agenția Rezerve Materiale, Achiziții Publice și Ajutoare Umanitare
www.arfc.gov.md	Agenția Relații Funciare și Cadastru
www.ccecc.gov.md	Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției
www.licentiere.gov.md	Camera de Licențiere
www.businessportal.md	Business portalul întreprinderilor sectorului IMM din RM
www.allmoldova.com	Noutăți, adrese ale companiilor, oferte, cereri
www.justice.md	Legislația Republicii Moldova
www.licentiere.gov.md/ro/index.php	Licențierea activităților
www.minfin.md/ro/answerquestion/impzt	Calculul Impozitelor
http://mybusiness.md	On-line Magazin despre Micul Business în Moldova
http://jobmarket.md/ru/index	
www.franciza.md	Asociația de Franchising în Republica Moldova
www.franchise.org	Asociația Internațională a Francizelor
www.observatorulfrancizei.ro	Franciza în România
www.rarf.ru	Asociația Rusă de franchising
www.franchising.org.ua	Asociația Ucraineană de Franchising

Anexa 14: Lista actelor normative ce reglementează antreprenoriatul în Moldova

Legile Republicii Moldova:

- ◆ Legea R.M. cu privire la antreprenoriat și întreprinderi Nr. 845-XII din 3.01.1992.
- ◆ Legea R.M. privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali nr. 220-XVI din 19.10.2007.
- ◆ Legea R.M. cu privire la înregistrarea de stat a întreprinderilor și organizațiilor nr. 1265-XV/2000.
- ◆ Legea R.M. privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206-XVI /2006.
- ◆ Legea R.M. privind gospodăriile țărănești (de fermier) nr. 1353-XIV din 3.11. 2000.
- ◆ Legea R.M. privind societățile cu răspundere limitată nr. 135-XVI din 14.06.2007.
- ◆ Legea R.M. cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.98
- ◆ Legea R.M. cu privire la leasing nr. 59-XVI din 28.04. 2005.
- ◆ Legea R.M. privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător nr. 451-XV/2001.
- ◆ Legea R.M. cu privire la protecția concurenței nr. 1103-XIV din 30.06.2000.
- ◆ Legea R.M. privind limitarea activității monopoliste și dezvoltarea concurenței nr.906-XII /1992.
- ◆ Legea R.M. privind mărcile și denumirile de origine a produselor nr. 588-XIII din 22.09.1995.
- ◆ Legea R.M. cu privire la arenda în agricultură nr. 198-XV din 15.05.2003
- ◆ Legea R.M. privind protecția mărcilor nr. 38-XVI din 29.02.2008.
- ◆ Legea R.M privind securitatea generală a produselor nr. 422-XVI din 22.12.2006.
- ◆ Legea R.M. cu privire la investiții în activitatea de întreprinzător nr. 81-XV din 18.03.2004.
- ◆ Legea R.M. cu privire la parcurile industriale nr.164 –XVI din 13.07.2007.
- ◆ Legea R.M. cu privire la parcurile științifico-tehnologice și incubatoarele de inovare nr.138 –XVI/2007.
- ◆ Legea contabilității nr. 113-XVI din 27.04.2007.
- ◆ Legea R.M. privind achizițiile publice nr. 96-XVI din 13.04.2007.
- ◆ Legea R.M. pt mod. și complet. Art.49 din titlul II al Codului Fiscal R.M. nr. 185-XV/2004.

Hotărâri de Guvern:

- Hotărârea Guvernului nr.538 din 17.05.2007 cu privire la crearea Organizației pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii.
- Hotărârea Guvernului cu privire la aplicarea mașinilor de casă și control cu memorie fiscală pentru efectuarea decontărilor în numerar nr. 474 din 28.04. 1998.
- Hotărârea Guvernului cu privire la Nomenclatorul autorizațiilor, permisiunilor și certificatelor, eliberate de către autoritățile administrative centrale și organele subordonate acestora persoanelor fizice și juridice pentru practicarea activității antreprenoriale nr. 920 din 30.09. 2005.
- Hotărârea Guvernului nr. 517 din 18.09. 1996 cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova
- Hotărârea Guvernului privind aprobarea tarifelor la serviciile cu plată, prestate de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale nr. 926 din 12.07.2002.

Anexa 15:

Raionul	Adresa Sectiei economice	Telefon	Email
Anenii Noi	Piața 31 August, 4	2-36-26	anenii.noi@imm.md
Bălți	ștr. Independenței, 1	24-485	balti@imm.md
Basarabasca	str. K. Marx, 55, bir. 318	2-20-58	basarabasca@imm.md
Briceni	str. Independenței, 48	2-28-45	briceni@imm.md
Cahul	str. Piața Independenței, 2	2-88-06	cahul@imm.md
Călărași	str. Biruinței, 1	2-36-40	calarasi@imm.md
Cantemir	str. Trandafirilor, 2, MD 7300	2-32-33	cantemir@imm.md
Căușeni	str. Mihai Eminescu, 31/ birou 35, 36,	2-31-80	causeni@imm.md
Chișinău	str. Columna, 106	22-50-89	chisinau@imm.md
Cimișlia	str. Ștefan cel Mare, 12, bir. 308	2-20-58	cimislia@imm.md
Comrat	str. Pobedii, 117	2-23-97	gagauzia.uta@imm.md
Criuleni	str. 31 august. 108, bir. 319, MD4800	2-22-64	criuleni@imm.md
Dubăsari	sat. Coșnita, Str Pacii 70	4-47-46	dubasari@imm.md
Dondușeni	str. Independenței, 47, bir. 23	2-12-09	donduseni@imm.md
Drochia	str. Independenței, 15, bir. 28	2-21-50	drochia@imm.md
Edineț	str. Independenței, 33, MD 4601	2-22-48	edinet@imm.md
Fălești	str. Ștefan cel Mare, 50	2-39-41	falesti@imm.md
Florești	bd. Victoriei, 2	2-03-42	floresti@imm.md
Glodeni	str. Suveranității, 2	2-31-74	glodeni@imm.md
Hâncești	str. Mihalcea Hincu, 126, MD3400	2-30-37	hincesti@imm.md
Ialoveni	str. Alexandru cel Bun, 33	2-44-20	ialoveni@imm.md
Nisporeni	str. I. Vodă, 2	2-22-27	nisporeni@imm.md
Leova	str. Independenței, 5, MD 6300	2-21-90	leova@imm.md
Ocnîța	str. Independenței 51, b 405, MD 7101	2-15-04	ocnita@imm.md
Orhei	bd. Mihai Eminescu, 2, MD 3505	2-70-44	orhei@imm.md
Rezina	str. 27 August, 1, MD 5400	2-16-44	rezina@imm.md
Râșcani	str. Independenței, 44, MD 5600	2-33-52	riscani@imm.md
Sângerei	str. Independenței, 111, MD 6201	2-32-85	singerei@imm.md
Șoldănești	str. 31 August, 1, MD 8301	2-54-83	soldanesti@imm.md
Soroca	str. Ștefan cel Mare, 5, bir 512	2-28-48	soroca@imm.md
Ștefan Vodă	str. Libertății, 1, MD 4201	2-20-88	stefan.voda@imm.md
Strășeni	str. M. Eminescu, 28, MD 3701	2-79-04	straseni@imm.md
Taraclia	str. Sovetskaia, 59, MD 7401	2-59-83	taraclia@imm.md
Telenești	str. 31 August, 9, MD	2-23-55	telenesti@imm.md
Ungheni	str. Națională, 9, bir. 314	2-30-54	ungheni@imm.md

Opiniile exprimate în publicație aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Comisiei Uniunii Europene, ale Ministerului de Externe al Italiei, ale Organizației Internaționale a Muncii sau ale Organizației Internaționale pentru Migrație.

Publicația a fost realizată cu sprijinul Comisiei Uniunii Europene și a Ministerului de Externe al Italiei.