

Revista micului antreprenor



ANUL I NR.1 2016

ISSN 2501 – 2517

ISSN L 2501 - 2517

Revista Liceului "Regina Maria" Dorohoi

Cuprins :



“Antreprenoriatul nu este nici o știință și nici o artă”
Peter Drucker

1. Introducere	pag.3
2. Secțiunea de referate/Lucrări științifice	pag.4
3. Abilități antreprenoriale dezvoltate la școlari mici	pag.4
4. Dezvoltarea competențelor la adolescenți	pag.7
5. Formarea spiritului antreprenorial în învățământul din România	pag.9
6. Formarea spiritului antreprenorial în învățământul preuniversitar	pag.10
7. Antreprenoriatul ca model în alegerea carierei la adolescenți	pag.13
8. Oportunitatea de afaceri	pag.17
9. Dezvoltarea competențelor antreprenoriale la adolescenți	pag.19
10. Antreprenorul ca model în alegerea carierei la adolescenți	pag.21
11. Secțiune de eseuri	pag.27
12. Secțiune de proiecte	pag.55
13. Știați că?	pag.73

Introducere

Uniunea Europeană promovează spiritul antreprenorial ca factor-cheie al competitivității și subliniază importanța dezvoltării unei culturi antreprenoriale la scară europeană. Și pentru România competența antreprenorială reprezintă un angajament conștientizat ca impact de perspectivă atât pentru individ, cât și pentru societate.

Una din calitățile importante ale unui antreprenor **este spiritul antreprenorial.**

Spirit antreprenorial - capacitatea de a vedea oportunități acolo unde alții văd doar probleme, dublată de acțiunea perseverentă de a utiliza la maximum aceste oportunități, ori pentru rezolvarea problemelor existente, ceea ce duce la reușită personală, profesională, economică etc.

Mai jos găsiți câteva trăsături definitorii, la care se mai pot adăuga și altele pe care le cunoașteți. **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

Pentru cariera antreprenorială, aceste activități desfășurate încă din învățământul liceal contribuie la dezvoltarea conștiinței de sine, a stimei pozitive, la încurajarea independenței elevilor și la dezvoltarea abilităților de luare a deciziei ale acestora; cresc șansele ca aceștia să manifeste activism, independență financiară și să se integreze optim din punct de vedere socio-profesional.

Nu învățăm pentru școală, ci pentru viață. Fiecare dintre noi are nevoie de spirit antreprenorial, inițiativă și angajament în ceea ce facem. Când antreprenoriatul a fost declarat una din cele opt competențe-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, acesta nu a fost menit să fie o competență doar pentru antreprenori, ci pentru toată lumea. Dezvoltarea spiritului antreprenorial nu poate fi limitat doar la activități de instruire. Dar în trainingurile de antreprenoriat, spiritul de inițiativă și cel creativ trebuie să fie obiectivul de bază.

Nouă, cadrelor didactice ne revine rolul ca să dezvoltăm abilitățile antreprenoriale ale tinerilor în timpul școlii. Este necesar să încurajăm o schimbare reală a mentalităților cu privire la capacitatea fiecărei persoane de a răspunde la necesitățile actuale și viitoare ale pieței forței de muncă și aceasta începe, în primul rând, prin insuflarea unui spirit antreprenorial încă din primii ani de școală. Prin propriul model de cunoaștere, deschidere, creativitate, adaptabilitate la ceea ce este nou, la mediul economic în schimbare și la provocările globalizării, vom contribui și la pregătirea unor tineri competitivi pe o piață a muncii modernă și flexibilă.

Secțiunea de referate/Lucrări științifice

Abilități antreprenoriale dezvoltate la școlari mici

*Prof. înv. Primar Ieremie Zenaida**Școala gimnazială Bosanci jud. Suceava*

Competențele generale ale căror dezvoltare este urmărită pentru grupa de vârstă 6-8 ani sunt:

Manifestarea interesului pentru autocunoaștere și a atitudinii pozitive față de sine și față de ceilalți

Utilizarea abilităților și atitudinilor specifice învățării în context școlar

Exprimarea adecvată a emoțiilor în interacțiunea cu copiii și adulții cunoscuți.

Aceste competențe se pot dezvolta prin activități de educație antreprenorială chiar la această vârstă. Antrenați în derularea orelor de dezvoltare personală și a celor de opțional, elevii stabilesc legături între ceea ce învață la școală și rolurile pe care le vor deține în societate ca viitori adulți. Parcurgând modulul „Noi înșine”, program implementat de Junior Achievement România, elevii pot experimenta, pe rând, ce înseamnă să fii ofertant de resurse de muncă sau să fii consumator ori producător. Prin lecțiile propuse de acest program, în rolul de persoană, elevii își dezvoltă caracteristicile personale, își formează o imagine reală despre sine, despre interesele proprii, pasiuni, talente. Ca resurse de muncă, ei învață despre valoarea muncii, despre diversitatea de meserii și profesii, despre așteptările patronilor sau ale antreprenorilor. Dacă au rolul de consumatori, copiii învață să decidă cum să folosească resursele limitate pe care le dețin pentru a obține satisfacție deplină. Școlarii cooperează cu ceilalți, își asumă anumite responsabilități, respectă reguli atunci când își stabilesc obiectivele personale, țin cont și de interesele grupului și ale societății. Parcurgând conținuturile propuse de acest modul, elevii sunt antrenați în activități interactive, concepute în manieră transdisciplinară, îmbinând armonios elemente de limbă și comunicare, calcul matematic, explorarea mediului înconjurător, de aderare la reguli civice și de exersare a abilităților practice și artistice. Am urmărit ca elevii să fie spontani în timpul acestor ore, să facă alegeri, să-și argumenteze ideile și opiniile, să manifeste inițiativă în comunicare, dar mai ales, să exprime emoții autentice despre ce învață.

Atunci când se implementează acest program la elevii de vârstă școlară mică se utilizează metode eficiente, cum ar fi: lucrul în echipă, jocul de rol, brainstormingul, problematizarea, conversația euristică. Activitățile sunt adaptate nivelului de asimilare, înțelegere și exprimare cognitivă și emoțională al elevilor, utilizându-se personaje de poveste de cele mai multe ori care îi învață pe copii despre „lumea muncii” și despre importanța economisirii, a câștigării de bani, a luării de decizii și a lucrului în echipă.

Formarea spiritului antreprenorial la elevii mici se poate realiza și prin derularea de acțiuni în colaborare cu antreprenori din comunitatea locală. Pot fi invitați foști elevi deveniți antreprenori, părinți ai elevilor, persoane cunoscute din comunitate. Personal, am găsit că sunt foarte instructive pentru elevi aceste activități, mai ales că școlarii sunt mândri atunci când vine în clasă unul dintre părinți în calitate de invitat, să vorbească despre propria afacere sau profesiune.



La această activitate, elevii au învățat cum se ornează o masă pentru un eveniment deosebit, cum trebuie să se comporte la masă. Persoana invitată, mama unui copil, este antreprenor local în acest domeniu.

În săptămâna „Școala altfel” elevii au vizitat un alt antreprenor local, respectiv un florar.

S-au familiarizat cu această meserie, urmărind explicațiile chiar în sera de flori.

Cei mai mulți copii au promis că vor îmbrățișa această meserie. Au participat la acțiuni de plantare de flori în grădina școlii de Ziua Mediului- 5 iunie și cu ocazia evenimentului organizat pe data de 29 octombrie, Ziua Verde a Eco-Școlilor din România. Au participat la activitate și părinți ai elevilor care au asigurat materialul



săditor, precum și alți elevi mai mari. Toți au trăit satisfacția pentru lucrul bine făcut atunci când au admirat grădina școlii împodobită ca de sărbătoare.



Vizita în atelierul mecanic le-a stimulat elevilor curiozitatea pentru această meserie, de mecanic auto.



La sectorul contabilitate au aflat alte lucruri interesante



Între timp, au muncit cu acul și ața, deprinzând o abilitate importantă pentru viață, cusătura cu puncte tradiționale românești devenind o îndeletnicire plăcută pentru momentele de relaxare. Priceperea și îndemânarea au fost răsplătite la olimpiada meșteșugurilor tradiționale



Participarea la Târgul de Florii, acțiune a școlii noastre derulată în fiecare primăvară, le dezvoltă elevilor spiritul antreprenorial. Ei confecționează diferite lucruri pe care, apoi, le vând participanților la târg. Își exersează astfel deprinderile de



comunicare și negociere, atât de utile în viața reală



Vizita la Curtea de Apel Suceava i-a familiarizat pe elevi cu alte domenii de activitate.



Acestea sunt câteva activități prin care se dezvoltă elevilor abilitățile de viață, li se formează spiritul antreprenorial. Este important ca elevii să fie familiarizați de mici cu munca și valoarea ei, pentru a deveni adulți conștientizați de rolul pe care îl au în societate.

Bibliografie și webografie:

xxx, „Noi înșine”-Ghidul profesorului și consultantului voluntar, Junior Achievement România, București, 2014

<http://www.jaromania.org/profesori/pagini/scoalaprimara>

<http://www.academia.edu/4280034/>

[metode si instrumente in dezvoltarea abilitatilor de viata](#)

Dezvoltarea competențelor antreprenoriale la adolescenți

Prof. Rotariu Gheorghe
Liceul Tehnologic „Al. Vlahuță” Șendriceni

Educația antreprenorială accentuează dimensiunea acțională în formarea personalității elevului. Consecință a acestui fapt, formarea spiritului antreprenorial se dovedește un prim pas în dezvoltarea mediului de afaceri. Educația antreprenorială din cadrul firmelor de exercițiu stimulează creativitatea elevilor, spiritul de inițiativă, capacitatea de asumare a riscurilor, precum și alte atribute și aptitudini general aplicabile care reprezintă bazele antreprenoriatului.

Pentru cariera antreprenorială, aceste activități desfășurate încă din învățământul liceal contribuie la dezvoltarea conștiinței de sine, a stimei pozitive, la încurajarea independenței elevilor și la dezvoltarea abilităților de luare a deciziei ale acestora; cresc șansele ca aceștia să manifeste activism, independență financiară și să se integreze optim din punct de vedere socio-profesional.

Nu învățăm pentru școală, ci pentru viață. Fiecare dintre noi are nevoie de spirit antreprenorial, inițiativă și angajament în ceea ce facem. Când antreprenoriatul a fost declarat una din cele opt competențe-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, acesta nu a fost menit să fi e o competență doar pentru antreprenori, ci pentru toată lumea. Dezvoltarea spiritului antreprenorial nu poate fi limitat doar la activități de instruire. Dar în trainingurile de antreprenoriat, spiritul de inițiativă și cel creativ trebuie să fie obiectivul de bază.

Nouă, cadrelor didactice ne revine rolul ca, prin demersul acestui curs, să dezvoltăm abilitățile antreprenoriale ale tinerilor în timpul școlii. Este necesar să încurajăm o schimbare reală a mentalităților cu privire la capacitatea fiecărei persoane de a răspunde la necesitățile actuale și viitoare ale pieței forței de muncă și aceasta începe, în primul rând, prin insuflarea unui spirit antreprenorial încă din primii ani de școală. Prin propriul model de cunoaștere, deschidere, creativitate, adaptabilitate la ceea ce este nou, la mediul economic în schimbare și la provocările globalizării, vom contribui și la pregătirea unor tineri competitivi pe o piață a muncii modernă și flexibilă.

Este important ca educația antreprenorială să fie dezvoltată pe întreg parcursul învățământului și ca atitudinile antreprenoriale să fie cultivate prin întregul sistem de învățământ. Obiectivele urmărite sunt: valorificarea oportunităților; transpunerea unei idei de afaceri în produse sau servicii; curajul de a înfrunta problemele și de a le soluționa; crearea de rețele cu alți elevi și adulți; acceptarea implicațiilor propriilor alegeri; perceperea activităților independente drept o alegere profesională valoroasă; gestionarea responsabilă a resurselor și a banilor; înțelegerea modului în care organizațiile funcționează în societate.

Pentru elevii care își vor înființa propria afacere la un moment dat după încheierea studiilor, vor fi necesare abilități specifice, precum: capacitatea de a elabora un plan de afaceri; cunoașterea procedurilor administrative pentru înființarea unei întreprinderi; înțelegerea principiilor contabile, de drept comercial și de drept fiscal; cunoașterea eticii comerciale și a responsabilității sociale; înțelegerea clară a mecanismelor pieței; cunoașterea tehnicilor de vânzare etc.

Educația orientată către promovarea spiritului antreprenorial și al dezvoltării de competențele antreprenoriale care urmează a fi formate prin procesul de învățare în cadrul educației antreprenoriale din firmele de exercițiu are la bază și promovează valori și atitudini precum: independență în gândire și în acțiune, relaționare pozitivă cu ceilalți, responsabilitate în activitatea antreprenorială, libera inițiativă.

Metodele de învățare sunt: simulările computerizate și jocurile de afaceri, firmele de exercițiu înființate de elevi, activitatea în cadrul firmelor și lucrul în echipă, vizitarea firmelor reale, îndrumare, consiliere și orientare profesională, jocuri de rol, discuții și schimb de idei, etc. Metodele practice includ constituirea și administrarea firmelor de exercițiu create de elevi.

Atunci când vorbim despre formarea și dezvoltarea competențelor în cadrul unei discipline se are în vedere a manifesta un comportament cognitiv specific unui domeniu și nu a acumula insule de informații din cadrul domeniului respectiv. Așadar, un astfel de proces consider că este unul de asigurare a calității educației, în general, a educației economice, în special și a formării competențelor și spiritului antreprenorial la elevii din sistemul preuniversitar.

Bibliografie:

- Stoica Adrian, Mihai Roxana. Evaluarea educațională / Inovații și perspective. - București: Humanitas Educațional, 2006.
- Elena Lupșa Educație antreprenorială - manual pentru clasa a X-a, Editura Corvin, 2004
2. Pânișoară, Georgeta, Pânișoară Ion-Ovidiu, Managementul resurselor umane, ed. Polirom, București, 2004, p. 162-180.



Formarea spiritului antreprenorial în învățământul din România

Prof. Muscă Sanda
Liceul Tehnologic „Al. Vlahuță” Șendriceni

Scopuri, obiective — deseori rostim și ne gândim la aceste cuvinte. Haideți să ne clarificăm, totuși ce reprezintă scopul în sine? Un scop este ceva ce trebuie obținut într-un interval anume de timp. Și dacă definiția pare a fi una simplă, realitatea demonstrează că atunci când este vorba despre stabilirea corectă a obiectivelor, apar mai multe nuanțe suplimentare. Fiecare persoană trebuie să decidă dacă scopurile stabilite sunt personale, ale companiei în care lucrează, ale familiei sale, ale unui grup sau poate ale omenirii în general.

Mai întâi de toate trebuie să ne apreciem ce dorim să obținem. Apare întrebarea: «Cum să definim corect ceea ce ne dorim?» Atunci când scopurile vor fi atinse, cu siguranță veți înțelege și veți simți acest lucru. De aici rezultă că scopul este măsurabil. Spre exemplu: «Îmi doresc să fiu un om bogat». Acest scop este corect definit? Nu, sigur că nu. Momentan probabil considerați că veți fi un om bogat având 1 milion de dolari, iar peste ceva timp, deja n-o să credeți astfel și în rezultat n-o să vă atingeți obiectivul propus. Ar fi corect să vă formulați scopurile în acest mod: «Îmi doresc să obțin 1 milion de dolari în 2 ani». Ați obținut 1 milion în 2 ani, aveți acești bani, iată atunci scopul este realizat.

Pentru cineva este mai importantă cariera, pentru altcineva familia, banii sau sănătatea. Sunt perioade în viață când trebuie să alegem calea pe care ne-o dorim sau cea pe care trebuie s-o parcurgem. Totuși indiferent de activitatea noastră, pentru a obține rezultate, trebuie să învățăm a gestiona corect timpul, începând de la stabilirea scopurilor și atingerea acestora.

Pentru a avea succes, atât în afaceri, cât și în activitățile zilnice, se recomandă să țineți cont de câteva sfaturi referitor la întrebarea „Cum ne stabilim corect obiectivele”?:

- Clarificați pentru sine ceea ce doriți să faceți cu-adevărat. Foarte multe persoane aleg să facă în viața de zi cu zi cu totul altceva decât și-ar dori. Visele sunt lăsate într-o parte și se acordă prioritate banilor și acțiunilor pe termen scurt, când de fapt nu este corect să se procedeze astfel. Doar atunci când vă veți spune propriei persoane: «Da, asta îmi doresc să fac, pentru că îmi place. Acolo vreau să ajung» — iată atunci aveți șanse de reușită.
- Scrieți obiectivele pe hârtie și periodic recitiți-le. Foarte puține persoane obișnuiesc să facă acest lucru, însă s-a demonstrat în nenumărate rânduri, că scopurile scrise pe hârtie și revizuite zilnic sau cel puțin o dată la câteva zile, îi ajută pe oameni să obțină ceea ce își propun.
- Divizați scopurile pe termen lung în sarcini pentru perioade mai scurte. Un scop ce urmează a fi atins într-un an de zile, ar fi bine să fie împărțit pe sarcini ce trebuie îndeplinite trimestrial, apoi lunar și zilnic. Sunt situații când unele obiective par irealizabile, iar odată ce sunt divizate în unele mai mici, ideile prin contur și reușitele apar poate și mai devreme decât se preconizează.
- Analizați ce veți avea de câștigat după ce veți atinge obiectivele propuse, cum se va schimba viața personală și profesională, ce probleme ar putea să apară de toată durata în care vă propuneți să vă atingeți scopurile și ce remedii ați pregăti împotriva obstacolelor?

- Treceți nemijlocit la acțiune și respectați planul elaborat, iar dacă pe alocuri din anumite circumstanțe rezultatele deviază de la ceea ce v-ați propus, nu vă alarmați, modificați puțin activitățile următoare, important să nu vă abateți de la scopul principal.
- Încercați în fiecare zi să munciți pentru realizarea unui scop, cât de mărunț nu ar fi el, contează ca acesta să contribuie la atingerea obiectivelor pe termen lung.
- Revizuiți periodic scopurile pe termen lung, fiindcă odată cu trecerea timpului, unele obiective ar putea să nu mai fie actuale, ceea ce înseamnă că este cazul să vă stabiliți altele noi, care vă vor determina să cuceriți noi orizonturi.

În toate acțiunile țineți cont de disciplină, responsabilitate și punctualitate.

Dacă momentan sunteți cu gândul la o idee de afacere, faceți primul pas spre realizarea în practică a acesteia. Nu stați prea mult timp pe gânduri, dacă scopul spre care tindeți vă place, atunci continuați în acea direcție. Nu ascultați persoanele sceptice care vor încerca să vă convingă că nu are rost să faceți ceea ce vă propuneți, că nu veți avea succese, fiți siguri pe propria persoană, credeți în visele voastre, stabiliți obiective concrete și munciți zilnic pentru îndeplinirea acestora, iar în timp veți fi uimiți că tot ce vă doreați cândva ați primit în rezultatul muncii depuse.

Recomandările expuse mai sus nu sunt o garanție a reușitei d-voastră, dar totuși sper să vă ajute dacă sunteți în impas, nu reușiți ceea ce vă propuneți sau vi se pare că nu aveți suficient timp să le realizați pe toate.



Formarea spiritului antreprenorial în învățământul preuniversitar din România

Prof. Rotariu Oana
Liceul "Regina Maria" Dorohoi

Uniunea Europeană promovează spiritul antreprenorial ca factor-cheie al competitivității și subliniază importanța dezvoltării unei culturi antreprenoriale la scară europeană. Și pentru România competența antreprenorială reprezintă un angajament conștientizat ca impact de perspectivă atât pentru individ, cât și pentru societate.

Nouă, cadrelor didactice în general, celor de specialitate (socio umane, economic, comerț), în special, ne revine rolul să dezvoltăm abilitățile antreprenoriale ale tinerilor în timpul școlii. Este necesar să încurajăm o schimbare reală a mentalităților cu privire la capacitatea fiecărei persoane de a răspunde la necesitățile actuale și viitoare ale pieței forței de muncă și aceasta începe, în primul rând, prin însuflarea unui spirit antreprenorial încă din timpul școlii.

Educația economică prevede, în primul rând, formarea competenței antreprenoriale din cadrul competențelor CE: „Competențele antreprenoriale în acest sens au o componentă pasivă și una activă: tendința individului de a introduce schimbări, precum și abilitatea de a accepta și a susține inovația condiționată de factori exteriori, acceptarea schimbării, asumarea răspunderii pentru acțiunile proprii pozitive sau negative, ducerea la bun sfârșit a ceea ce a fost început, stabilirea obiectivelor și realizarea lor și motivarea pentru a reuși aprecierea exprimării creative a ideilor, gândurilor, sentimentelor și opiniilor manifestate printr-o varietate de mijloace de comunicare, incluzând muzica, literatura, artele și sportul” .

Antreprenoriatul are o contribuție semnificativă în cadrul societății și în procesul de dezvoltare. Câteva dintre beneficiile acestuia sunt:

crearea de noi produse – datorită creativității și resurselor de care dispun antreprenorii se pot satisface noile nevoi ale consumatorilor, venind cu diferite produse/servicii inovatoare;

descoperirea de noi resurse – antreprenorii adesea sunt nemulțumiți de materialele și resursele tradiționale, căutând mereu alternative pentru a-și ușura activitatea și îmbunătăți performanțele (produsul, procesul tehnologic etc.);

crearea locurilor de muncă - extrem de multe funcții noi sunt create de sectorul antreprenorial.

Antreprenoriatul este forța motrică a economiei, care de regulă cel mai des ajunge să asigure progresul economic, prin inovare, investire de resurse și dorința de dezvoltare prin utilizarea noilor oportunități.

BIBLIOGRAFIE

Stoica Adrian, Mihai Roxana. Evaluarea educațională / Inovații și perspective. - București: Humanitas Educational, 2006.

Survei, annex, kei competencies, RO.doc, www.nepfoiskola.hu/pro-bls/docs/Products/Romania.

Pânișoară, Georgeta, Pânișoară Ion-Ovidiu, Managementul resurselor umane, ed. Polirom, București, 2004, p. 162-180.

Asigurarea calității educației în cadrul disciplinelor socio-umanistice este determinată de următorii factori:

- aducerea în prim-plan a aspectului calitativ al formării proceselor cognitive pentru rezolvarea de situații variate, implicate în activitatea de cunoaștere științifică, învățare continuă, mai ales independentă: sensibilitatea la probleme, spiritul de observație, stabilitatea și calitatea reprezentărilor, calitatea și operațiile gândirii (analiză, sinteză, comparație, generalizare, concretizare), construirea de argumente, formularea de soluții variate, de judecăți de valoare, găsirea de soluții noi, calități ale imaginației (combinație, asociere, schematizare, modificare, anticipare, înălțuire, metaforizare, transformare), ale limbajului (forme variate de comunicare, expresivitate, concentrare, corectitudine), ale proceselor ce sprijină cunoașterea (motivația, voința, atenția, deprinderile, afectivitatea);
- formarea calităților intelectuale reflectate în formularea, precizarea, operaționalizarea obiectivelor educației corespunzătoare domeniului cognitiv, prioritare în instruire: operații, capacități de cunoaștere simplă, percepere (definire, identificare, recunoaștere, dobândire); de înțelegere (ilustrare, reprezentare, exprimare proprie, interpretare, diferențiere, explicare, demonstrare, prevedere, completare); de aplicare (concretizare, generalizare, dezvoltare, organizare, utilizare, clasificare, restructurare); de analiză (distingere, sesizare, clasificare, deducere, comparare); de sinteză (relatare, documentare, proiectare, modificare, derivare, dezvoltare, formulare nouă, combinație ș.a.); de evaluare (apreciere, argumentare, judecare, decizie ș.a.);
- modificarea atitudinii față de informativ sub aspectele: diminuarea volumului, eliminarea cunoștințelor perimate și de detaliu, esențializarea, creșterea valorii aplicative și operaționale ș.a.;
- formarea pentru/prin învățarea activă;
- dezvoltarea gândirii critice

Demersul de stabilire a competențelor antrenează triada: domeniul didactic (vizând obiectivele transdisciplinare și cele ale ariilor curriculare), domeniul socioeconomic (vizând pregătirea pentru piața muncii) și domeniul de cunoaștere, concretizat în școală printr-un obiect de studiu (descriș psihologic prin modul de gândire specific expertului, în sensul cognitivist al termenului).

Domeniul socioeconomic presupune formarea unor competențe antreprenoriale declarate de CE, care se concretizează prin următoarele: elevul are competența de a fi agent al schimbării, de a identifica unele soluții inovatoare, de a avea abilități decizionale; elevul este orientat către rezultat, are atitudine proactivă în rezolvarea problemelor, are gândire creativă, poate comunica eficient.

Un alt aspect descrie dobândirea, utilizarea și mobilizarea cunoștințelor de către elevi în contexte adaptate vârstei și nivelului de informatizare ale acestuia. Atunci când vorbim despre formarea competențelor în cadrul unei discipline se are în vedere a manifesta un comportament cognitiv specific unui domeniu și nu a acumula insule de informații din cadrul domeniului. Doar un astfel de proces considerăm că este unul de asigurare a calității educației economice și a formării competențelor și spiritului antreprenorial la elevii din sistemul preuniversitar.

Antreprenoriatul ca model în alegerea carierei la adolescenți

Prof. Malenchi-Gafițanu Oana-Marina
Liceul "Regina Maria" Dorohoi

Antreprenoriatul este o sursă de inovare și schimbare, și ca atare stimulează creșterea productivității și a competitivității economice. Antreprenoriatul este strâns legat de cunoștințe și flexibilitate, doi factori care au câștigat o nouă semnificație ca sursă a competitivității într-o economie mondială din ce în ce mai globalizată. Odată cu schimbările tehnologice și cu intensificarea concurenței mondiale aduse de globalizare și de liberalizarea economică, ipoteza că încurajarea spiritului antreprenorial reprezintă încurajarea competitivității unei țări, azi pare mai valabil decât oricând.

Este surprinzător faptul că actuala discuție dezbate importanța antreprenoriatului în special în țările dezvoltate și faptul că problema modului de stimulare a spiritului antreprenorial pare să fie o preocupare primordială a factorilor de decizie din țările OCDE. Ca un element-cheie în asigurarea competitivității țărilor dezvoltate, spiritul antreprenorial este chiar mai important pentru țările în curs de dezvoltare care încearcă să atingă competitivitatea pe piețele internaționale. Acest document analizează următoarele întrebări: Care este natura exactă a spiritului antreprenorial și rolul său în teoria economică?

Cât de mult au avansat teoria și de cercetare de la teoria ciclurilor lungi ale lui Schumpeter? Ce sunt legăturile spiritului antreprenorial și creșterea economică? Pot fi considerat antreprenoriatul ca fiind interfața între întreprinderi mici (de nivel micro) și creșterea economică (la nivel macro)? Având în vedere faptul că spiritul antreprenorial joacă un rol important în dezvoltarea economică, cum poate fi promovat?

Majoritatea cercetărilor economice, psihologice și sociologice punctează faptul că spiritul antreprenorial este un proces și nu un fenomen static. Antreprenoriatul este mai mult decât un factor economic mecanic (Pirich 2001: 14-15). Antreprenoriatul are de a face cu schimbarea și este, de asemenea, frecvent asociat cu probleme legate de alegere. Definițiile existente despre antreprenoriat fac adesea referire la rolul funcțional al antreprenorilor¹ și includ coordonare, inovare, neutralizarea incertitudinii, furnizare de capital, luare a deciziilor, proprietate și alocare a resurselor (Friijsetal. 2002: 1-2; Jääskeläinen 2000: 5). Într-adevăr, trei dintre cele mai frecvente roluri funcționale menționate ale antreprenorilor sunt asociate cu principalele școli de gândire cu privire la antreprenoriat:

Căutarea riscului: antreprenorii descriși de Cantillon sau Knight doresc să-și asume riscurile asociate cu incertitudine.

Inovare: antreprenorii descriși de Schumpeter grăbesc generarea, diseminarea și punerea în aplicare a ideilor inovatoare.

Căutarea oportunității: antreprenorii descriși de Kizner identifica oportunități și reușesc să obțină profit din acestea (OCDE, 1998: 11; Carree și Thurik 2002: 8).

O definiție operațională a antreprenoriatului care sintetizează cu succes rolurile funcționale ale antreprenorilor este cea a lui Wennekers și Thurik (1999): "... capacitatea și voința manifestată a indivizilor, pe cont propriu, în echipe din interiorul și din afara organizațiilor existente, de a percepe și de a crea noi oportunități economice (produse noi, noi metode de producție, noi scheme de organizare și noi combinații produs-piață) și de a introduce ideile lor pe piață, în ciuda incertitudinii și a altor obstacole, prin luarea deciziilor cu privire la amplasarea, forma și utilizarea resurselor și instituțiilor." (46-47) Antreprenoriatul este, prin urmare, în esență o caracteristică comportamentală a unei persoane. Antreprenorii o pot expune numai în timpul unei anumite faze a carierei lor, sau numai cu privire la anumite activități (Carree și Thurik 2002: 4-5).

BIBLIOGRAFIE:

- Irimia H. – Antreprenorul – dușmanul birocrăției, Revista „Economistul” nr. 779/1996
Ișfănescu Ramona – Rolul inițiativei antreprenoriale în organizarea spațiului geografic din Banat – Teză de doctorat, București, 2008
Văduva S. – Antreprenoriatul. Practici aplicative în România și alte țări în tranziție, Editura „Economică”, București, 2004
Vlăsceanu Mihaela – Economie socială și antreprenoriat, Editura „Enciclopedică”, București, 1993
*** – Antreprenoriatul – factor dinamizator al economiei



Antreprenoriatul ca model în alegerea carierei la adolescenți

Prof. Rotariu Corina-Daniela
Liceul "Regina Maria" Dorohoi

În lumea întreagă, există un sentiment crescând de nesiguranță, neliniște, în ciuda numeroaselor realizări importante din timpurile noastre. În plus, tranziția spre o societate globală este pusă sub semnul întrebării. Globalizarea e o nouă experiență aproape pentru toți indivizii, când așezați în fața aparatului TV urmăresc evenimentele transmise în direct din orice loc al planetei, suprimând, distanțele. Deci, globalizarea servește la legarea oamenilor și colectivelor anterior separate, astfel încât putem spune, lumea a devenit un singur loc.

Trebuie amintit numai că globalizarea conduce la creșterea șomajului și a inegalităților. În acest context apare firească întrebarea „De unde au apărut (sau vor apare) toate locurile de muncă?”.

Răspunsul corect, conform realității zilelor noastre nu poate fi decât antreprenoriatul – singura sursă ce poate crea și dezvolta noi locuri de muncă.

Antreprenoriatul trebuie privit drept activitatea pusă în slujba obiectivelor companiei și subordonat scopului acesteia – maximizarea profitului.

Antreprenoriatul este considerat un motor al dezvoltării, cel care preia riscurile și responsabilitățile unei afaceri. Economia antreprenorială a demonstrat că este importantă, pentru că prin ea s-au putut lansa noi produse și tehnologii care să satisfacă pretențiile consumatorului și a crescut productivitatea.

Dezvoltarea SUA, care este considerată unică, se datorează economiei antreprenoriale.

Formarea sistemului antreprenorial în SUA se datorează în mare măsură Universităților care au știut să creeze și să dezvolte programe de stimulare a spiritului antreprenorial. În ultimele decenii țările UE au devenit tot mai conștiente că decalajul față de SUA se datorează și unui deficit de spirit antreprenorial.

Antreprenorul – persoana capabilă să învingă obstacolele pentru punerea în practică a unei idei inovatoare în sectorul noilor produse și al noilor servicii. Întreprinzătorul – persoana care inițiază o nouă afacere, fie în cadrul unei afaceri desfășurate, fie inițiază un proces de schimbare radicală. Investitorul – persoana sau instituția care deține lichidități ce pot fi utilizate în diverse domenii sau activități economice.

În economia antreprenorială, ideile și cunoștințele fiind esențiale pentru inovare și creștere economică, investiția în resurse umane este un factor important al menținerii competitivității economice și tehnologice. Formarea resurselor umane de înaltă calificare, din care se alimentează domeniul cercetării-dezvoltării (C-D), necesită timp mai îndelungat, dar investițiile în educație sau alte domenii care susțin procesul de învățare continuă aduc mari beneficii economiei și societății, nu numai pe termen scurt, dar și pe termen lung și foarte lung. Construirea unei solide capacități umane atât de necesară economiei antreprenoriale și spre care se aspiră la nivel european, nu este posibilă fără susținerea printr-o finanțare adecvată a învățământului, cât și a cercetării.

În principiu, întreaga populație a unei țări poate constitui o sursă potențială de resurse umane pentru știință și tehnologie (S&T), dar cu cât segmentul de populație cu nivel înalt al educației formale este mai consistent, cu atât există o posibilitate mai mare de ocupare în activitatea de C-D.

Tinerii absolvenți și tinerii cercetători se orientează spre cariere de mai mare perspectivă, în activitate și baremuri de salarizare. Pierderea unor contingente de tineri, care au o capacitate mai mare de adaptare la cerințele societății bazate pe cunoaștere și de înnoire continuă a cunoștințelor și calificării profesionale, va accentua fenomenul de îmbătrânire a populației ocupate în știință și tehnologie. Această tendință constituie o problemă serioasă la nivel european, afectând dinamica noii economii bazate pe cunoaștere. Deși, potrivit sondajelor, oamenii de știință se bucură de o bună reputație, lipsa de atractivitate a acestui domeniu constituie, în cazul studenților, obstacolul major în calea opțiunii pentru activitatea științifică. Dacă țările europene, prin tradiție, investesc în toate formele de educație, s-a constatat că investițiile în educația terțiară nu se corelează direct cu numărul absolvenților care optează pentru profesia de cercetător. Unele țări au experimentat cu succes strategii de atragere și menținere în C-D a unei însemnate părți a segmentului de populație cu înaltă pregătire, în timp ce, în altele, atractivitatea pentru alte profesii sau șomajul sunt factori cu o influență puternică asupra gradului de ocupare din știință și tehnologie.

Dacă nu putem învăța cum să creștem productivitatea lucrătorilor cunoașterii și a prestatorilor de servicii și să o creștem repede, țările dezvoltate se vor confrunta cu o stagnare economică și tensiuni sociale severe. Oamenii pot fi plătiți numai în raport cu productivitatea lor. Productivitatea lor creează fondul comun de valori din care sunt apoi plătite salariile. Dacă productivitatea nu urcă, cu atât mai mult dacă scade, venituri mai mari reale nu pot fi plătite.

BIBLIOGRAFIE:

- Andreș Solomia – Cultură antreprenorială, Editura „Eftimie Murgu”, Reșița, 2007
Drucker P. – Inovația și sistemul antreprenorial, Editura „Enciclopedică”, București, 1993
Frunzăverde Doina, Irimia H., Rîndașu Venera – Antreprenariat: teorie și practică, Editura „Mirton”, Timișoara, 2005

Oportunitatea de afaceri

Prof. Ing. Rusu Liviu
Liceul Tehnologic de Mecatronică și Automatizări Iași

În general, o afacere (o firmă) poate fi imaginată drept un complex de procese, sisteme tehnologice și relații între entități, ce are drept scop oferirea de produse și servicii ce satisfac nevoile unor indivizi. În această lumină, obiectivul principal al unei afaceri este realizarea de profit pentru proprietarii afacerii respective.

Oportunitatea de afaceri, în termeni simpli, reprezintă o investiție într-un domeniu în care se poate dezvolta o afacere cu un potențial mare de succes. O oportunitate de afaceri implică vânzarea sau închirierea unui produs, serviciu, echipament, care va permite demararea unei afaceri. Oportunitățile de afaceri sunt dificil de definit, deoarece termenul înseamnă lucruri diferite pentru oameni diferiți. Ideile de afaceri sau oportunitățile de afaceri valoroase sunt foarte rare. Veți întâlni mulți întreprinzători care consideră că ideea lor este cea mai bună, este oportunitatea câștigătoare și merită investit în ea.

Practica antreprenorială de sute de ani a relevat că există anumite categorii de oportunități de afaceri, care se întâlnesc cu o frecvență mare. Cunoașterea lor este instructivă, în special pentru tineri și pentru persoanele interesate în a deveni întreprinzători, indiferent de vârstă. Lista acestor oportunități, care are la bază, în principal, abordarea cuprinsă în cunoscuta lucrare americană NxLevel Guide for Entrepreneurs este următoarea:

1. Descoperirea unei nișe de piață; principalul element de considerat este determinarea mărimii și duratei nișei de piață pentru a fi sigur că poate susține o afacere profitabilă pe termen lung.
2. Transformarea unui hobby într-o afacere; incumba două aspecte: mai întâi examinarea și constatarea că hobby-ul respectiv are valoare economică iar al doilea aspect se referă la faptul că transformarea hobby-ului în afacere va antrena numeroase eforturi.
3. Existența unui număr de clienți pentru acest produs; este o oportunitate economică deosebit de valoroasă, întrucât asigură rezolvarea aspectului celui mai dificil în orice afacere—certitudinea cumpărătorului, a pieței.
4. Experiența și competența profesională; cu cât o persoană deține cunoștințe și know-how aprofundate în anumite domenii, cu atât este mai în măsură să-și construiască o afacere profitabilă.
5. O invenție cumpărată sau proprie; este important să se conștientizeze că de la invenție până la punerea la punct a unei afaceri de succes este necesar să se cheltuiască o mare cantitate de timp și energie, în special pentru a atrage potențiali clienți să cumpere noul produs.
6. Recunoașterea unei oportunități de afacere; Aceasta face parte din talentul antreprenorial pe care îl au numai anumite persoane.
7. Situație financiară personală disperată; astfel de situații apar, de regulă, atunci când o persoană și-a pierdut locul de muncă și nu reușește să se mai angajeze în altă firmă.
8. Achiziționarea unei francize; franciza constă în cumpărarea de către una sau mai multe persoane a dreptului de a marketa un anumit produs sau serviciu de la o firmă consacrată, utilizându-i marca și numele, în condițiile respectării cu strictețe a sistemului practicat de aceasta.

9. Separarea unui element de produs sau serviciu dintr-un produs existent sau serviciu; persoana care este organic implicată în producerea și comercializarea unui produs constată că anumite părți ale acestora se pot folosi și/sau comercializa separat, în condiții de performanță economică superioară.

În practica economică se constată că, uneori, anumite oportunități de afaceri se suprapun parțial sau se combină. Esențială este abordarea cu minuție și rigurozitate pentru a le valorifica cu succes, în mod profitabil, prin înființarea de noi firme sau prin dezvoltarea firmelor existente.

Bibliografie:

- D.P. Wold, *NxLevel Guide for Entrepreneurs*, WEN, University of Colombia, Denver, 1998.
- O.Niculescu, *Curs-pregătirea și gestionarea afacerilor*, Fac.de comunicare și relații publice, Bucuresti, 2011



Dezvoltarea competențelor antreprenoriale la adolescenți

Prof. Aurica Borșan
Liceul "Regina Maria" Dorohoi

Educația antreprenorială urmărește formarea competențelor specifice elevilor, care să le permită orientarea profesională spre a deveni antreprenori, iar prin valorificarea potențialului să acționeze eficient în orice domeniu. Educația antreprenorială contribuie direct la formarea competențelor necesare pentru afirmare, le cultivă tinerilor spiritul de inițiativă și îi pregătește pentru integrarea în societate, le educă cultura și etica economică, îi ajută în orientarea profesională. Este important ca educația antreprenorială să fie dezvoltată pe întreg parcursul învățământului și ca atitudinile antreprenoriale să fie cultivate prin întregul sistem de învățământ. Competențele antreprenoriale se referă la capacitatea unui individ de a pune ideile în practică. Aici intră creativitatea, inovația, asumarea riscurilor, precum și capacitatea de a planifica și de a manageria proiecte în scopul atingerii obiectivelor.

Dezvoltarea abilităților privind cariera începe din perioada școlară și continuă de-a lungul tranziției la viața adultă. Prin programele de consiliere și orientare pentru carieră elevii își formează competențe în următoarele domenii: autocunoaștere și dezvoltare personală, comunicare și relaționare interpersonală, managementul informației și al învățării, planificarea carierei, educație antreprenorială, managementul stilului de viață. Aceste competențe permit un control activ al propriei cariere și adaptarea mai ușoară la un mediu educațional și profesional aflat în schimbare.

Programele și modulele antreprenoriale oferă elevilor instrumentele necesare pentru a gândi creativ și pentru putea soluționa problemele într-un mod eficient. Educația antreprenorială poate fi eficientă mai ales în formarea profesională inițială, deoarece elevii sunt aproape de încadrarea în muncă, iar desfășurarea unei activități independente poate reprezenta o opțiune importantă pentru aceștia. Firma de exercițiu reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Educația antreprenorială din cadrul firmelor de exercițiu stimulează creativitatea elevilor, spiritul de inițiativă, capacitatea de asumare a riscurilor, precum și alte atribute și aptitudini general aplicabile care reprezintă bazele antreprenoriatului. Pentru cariera antreprenorială, aceste activități desfășurate încă din învățământul liceal contribuie la dezvoltarea conștiinței de sine, a stimei pozitive, la încurajarea independenței elevilor și la dezvoltarea abilităților de luare a deciziei ale acestora; cresc șansele ca aceștia să manifeste activism, independență financiară și să se integreze optim din punct de vedere socio-profesional.



Educația antreprenorială din cadrul firmelor de exercițiu le oferă elevilor informații cu ajutorul cărora aceștia: să înțeleagă locul și rolul întreprinzătorului în dinamica pieței, să poată genera idei inovatoare în domeniul afacerilor, să fie în măsură să prevadă și să soluționeze probleme și riscuri ce apar în derularea unei afaceri, să știe unde și cum să găsească asistență și sprijin pentru a aplica ideile de afaceri. Educația orientată către promovarea spiritului antreprenorial și al dezvoltării de competențele antreprenoriale care urmează a fi formate prin procesul de învățare în cadrul educației antreprenoriale din firmele de exercițiu are la bază și promovează valori și atitudini precum: independență în gândire și în acțiune, relaționare pozitivă cu ceilalți, responsabilitate în activitatea antreprenorială, libera inițiativă. Metodele de învățare sunt: simulările computerizate și jocurile de afaceri, firmele de exercițiu înființate de elevi, activitatea în cadrul firmelor și lucrul în echipă, vizitarea firmelor reale, îndrumare, consiliere și orientare profesională, jocuri de rol, discuții și schimb de idei, etc. Metodele practice includ constituirea și administrarea firmelor de exercițiu create de elevi. Parteneriatele încheiate între o școală și o firmă reală reprezintă o modalitate eficientă de cooperare în vederea dezvoltării spiritului antreprenorial al elevilor. Aceste parteneriate pot implica următoarele: cooperare cu elevii și coordonatorii firmelor de exercițiu; firma reală prezintă probleme reale și practice pentru a fi folosite în activitățile elevilor; firma reală se asigură că elevul își formează o imagine despre sectorul respectiv și operațiunile aferente acestuia prin vizitarea societății, prin observarea unui director, participarea la expoziții etc. Este nevoie de educație antreprenorială și nu începând cu liceul ci încă din ciclul primar sau măcar cu cel gimnazial. Învățând și înțelegând lumea afacerilor de mic, ajuns la maturitate, mentalitatea omului va fi alta. Fiind înzestrat cu cultură antreprenorială, își va putea lua viața în propriile sale mâini și va îndrăzni să schimbe lumea așa cum va crede el de cuviință.

Bibliografie:

1. Lupșa Elena, *Educație antreprenorială*, Manual pentru clasa a Xa, Ed. Corvin, 2005
<http://www.tribunainvatamantului.ro/notiuni-de-educatie-antreprenoriala-in-randul-elevilor-de-gimnaziu/>

Antreprenorul ca model în alegerea carierei la adolescenți

Prof. Ing. Sârbu Adriana
Liceul "Dimitrie Cantemir" Darabani

Fără îndoială, adolescenții se gândesc deseori la viitoarea carieră, la viitorul lor profesional. În jocurile copilăriei au jucat frecvent multe roluri: polițist, pilot, vedetă muzicală, medic, avocat etc. La vârsta adolescenței, căutarea propriei identități interferează cu căutarea drumului profesional care să le asigure traiul de zi cu zi.

În economia de piață, o șansă în plus pentru realizarea pe plan socio-profesional o reprezintă activitățile de antreprenoriat. Însă, pentru a porni un drum pe calea antreprenoriatului, este nevoie de o autoevaluare cât mai realistă, atât a resurselor de care dispun, cât și a posibilităților reale de afirmare a acestora. De asemenea, pentru a fi un bun antreprenor, adolescenții trebuie să-și descopere și să-și armonizeze sistemul de valori cu cel al lumii în care trăiesc. Nu în ultimul rând, familiarizarea tinerilor cu contextul social și economic depinde de cunoașterea și de înțelegerea mentalităților umane.

Pentru multe persoane, despărțirea de un loc de muncă (postură în care alții decid) sau asumarea unei alte ocupații, de exemplu de antreprenor (postură în care persoana respectivă este propriul său angajat) poate părea un lucru înfricoșător. Însă acest lucru nu este valabil în cazul adolescenților, care se află încă în școală și își caută sprijinul și motivația. Într-adevăr, nu orice copil are potențialul de a fi și de a reuși să fie cel mai bun, nu orice copil are spiritul de antreprenor. Dar, vârsta adolescenței presupune un avantaj enorm, respectiv lipsa ancorării în universul gri al societății actuale, „necunoașterea” noțiunii de compromis în ceea ce privește calitatea muncii.

În contextul în care șomajul este o problemă îngrijorătoare în multe economii ale lumii, antreprenoriatul este privit ca o soluție viabilă la această problemă. Antreprenorii reprezintă motorul de creștere al oricărei economii și o sursă importantă de locuri de muncă.

La nivel european, după apariția crizei, apetitul pentru antreprenoriat a scăzut cu câteva puncte procentuale (de la 55% în 2009 la 42% în 2012), potrivit unui Eurobarometru despre Antreprenoriatul în statele membre UE, din 2012. Potrivit datelor furnizate de Global Entrepreneurship Monitor și Comisia Europeană însă, România este prima țară din Uniunea Europeană din punct de vedere al intențiilor antreprenoriale. Procentajul este mai mult decât dublu față de media înregistrată în Uniunea Europeană.

Ne numărăm printre primele țări europene și atunci când vine vorba despre modul în care antreprenoriatul este privit în societate. 71% dintre români consideră antreprenoriatul ca o alternativă de carieră excelentă, în comparație cu doar 58% dintre europeni, în timp ce 74% din populația României consideră că antreprenorii au un statut privilegiat în societate.

În rândul tinerilor dorința de a deveni antreprenor este și mai pregnantă, 52% dintre studenții respondenți dorind să înceapă propria afacere în următorii doi ani. 57% dintre tinerii respondenți au declarat că ar prefera să fie antreprenori și nu manageri într-o companie. De asemenea, 56% dintre tineri consideră oportun să devină antreprenori după acumularea de experiență profesională, potrivit unui studiu realizat de EY România în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București.

Cele mai importante trei motive pentru care tinerii își doresc să pornească propria afacere sunt: posibilitatea de punere în practică a propriilor idei de afaceri, posibilitatea de a fi propriul șef, ce vine de la sine cu independență și program flexibil, respectiv posibilitatea de a realiza venituri din antreprenoriat. Ideea de afacere, calitatea planului de afaceri precum și calitatea rețelei de contacte și networking sunt considerate de tinerii studenți ca fiind cele mai importante ingrediente ale unui business de succes. De asemenea, 22% dintre respondenți consideră eșecul unui business o oportunitate de învățare spre deosebire de doar 5% dintre colegii lor care au demarat deja procesul antreprenorial.

La polul opus, cele mai importante trei motive pentru care tinerii ezită în pornirea propriilor afaceri sunt reprezentate de lipsa fondurilor și capitalului la început, teama de eșec precum și situația financiară incertă. Antreprenoriatul atrage însă din ce în ce mai multe fonduri de investiții, companii precum și investitori interesați să se alăture tinerilor cu idei de afaceri în demersul de transformare a acestora în business-uri sustenabile și de succes, ING Bank, OTP Consulting România sau platformele de Crowdfunding (PotsiEu, Multifinantare sau We-are-here.ro) fiind doar câteva exemple în acest sens.

O formă aparte de antreprenoriat social care prinde tot mai mult în ultimii ani este antreprenoriatul social. Scopul principal al antreprenorilor sociali nu este obținerea de bani, ci construirea unor afaceri etice, durabile, care să aibă un impact social pozitiv. Prin beneficiile sociale, agroturismul, agricultura biologică sau rețelele de mici fermieri și meșteșugari se găsesc la granița dintre antreprenoriatul clasic și cel social. Adolescenții sunt mereu în preajma evenimentelor sociale, cunosc de multe ori în detaliu mecanismele și procedurile de organizare și de realizarea a unor proiecte de acest gen.

„Economia socială este o formă alternativă de dezvoltare economică echitabilă, responsabilă și democratică, supranumită și al treilea sector. În contextul actualei crize globale, economia socială pare să reprezinte una dintre soluțiile viabile cu un potențial semnificativ pentru crearea și asigurarea de locuri de muncă”, spune Florica Cherecheș, Executive Director la ONG-ul de dezvoltare comunitară și socio-economică Integra Romania Association. Ea precizează că antreprenoriatul social apare în primul rând pentru a ajuta la incluziunea socială a persoanelor marginalizate sau cu handicap, a încuraja ocuparea forței de muncă, valorificarea unui potențial local sau susținerea activității sociale a unor ONG-uri. Printre principiile antreprenoriatului social, Florica Cherecheș enumeră autonomia gestiunii, procesul democratic de decizie, adeziunea prin voluntariat, precum și faptul că în procesul de distribuție a veniturilor, prioritatea este acordată persoanelor și muncii, înaintea capitalului.

Tările unde antreprenoriatul social este răspândit sunt: Statele Unite ale Americii, cele din Europa de Vest (Italia, Franța, Marea Britanie, Suedia, Belgia, Olanda). În ultimii ani, antreprenoriatul social a început să fie promovat în țările sărace și pe piețele emergente din țări din America de Sud, Africa și Asia. „În toate țările se practică acest tip de antreprenoriat, indiferent de gradul lor de dezvoltare, doar că în țările mai dezvoltate el este recunoscut, legiferat și se bucură de sprijin prin subvenții și facilități fiscale, iar în alte țări există fără a fi recunoscut”, adaugă Florica Cherecheș.

Concepte care se confundă cu antreprenoriatul social

Antreprenoriatul social este confundat deseori cu responsabilitatea socială corporatistă (corporate social responsibility, CSR) și investițiile responsabile social (socially responsible investing, SRI). Cele trei au multe elemente comune (strategii de profit pe termen lung, sustenabile, neagresive față de mediu și în acord cu nevoile sau așteptările principalelor grupuri co-interesate, de la proprietari sau investitori, până la consumatori, parteneri, angajați și comunitățile din proximitatea operațiunilor organizațiilor, precum și tripla evaluare și raportare - economico-financiară, socială și de mediu - a performanței organizației), dar că se disting prin nivelul de decizie.

Astfel, antreprenoriatul social este o inițiativă a antreprenorului, CSR ține de managementul unei companii, iar SRI ține de opțiunile investitorilor pentru un fond de investiții responsabil social, precum și de deciziile fondului de a investi în companiile care probează un anumit nivel de performanță socială.

La granița antreprenoriatului social se află și alte afaceri sau proiecte care pornesc de la niște nevoi sociale reale ale unor comunități sau grupuri sociale și care reușesc să identifice o cale durabilă de a răspunde acelor nevoi. Prin obiectivele și beneficiile lor sociale, antreprenoriatul rural, agroturismul, agricultura biologică sau organică, micile ferme ecologice, cooperativele sau rețelele de mici fermieri și meșteșugari se găsesc la granița dintre antreprenoriatul clasic și cel social.

Cine practică antreprenoriatul social?

Activitățile din antreprenoriatul social pot fi desfășurate atât de ONG-uri, cât și de cooperative (meșteșugărești, agricole, de consum, bănci cooperatiste, unitățile protejate autorizate), asociații mutuale și case de ajutor reciproc. Sectorul cooperației a fost foarte bine dezvoltat până în 1989, după care a început să se dezvolte puternic sectorul organizațiilor non-profit, aproape inexistent în perioada 1949 - 1989. Unitățile protejate au o creștere mai lentă din cauza lipsei facilităților aferente. În afara acestor categorii, se întâlnesc în legislația românească în vigoare și referiri la așa-numitele întreprinderi sociale, dar fără niciun corespondent în cadrul tipurilor de persoane juridice legiferate în clipa de față în România. Prin urmare, această categorie nu poate fi analizată, neexistând legislație aplicabilă relevantă.

O întreprindere socială este cea care se adresează sistemic cauzelor inegalităților sociale și economice și, astfel, își propune să transforme structural societatea, pentru a realiza o mai mare justiție socială și economică. Acestea pot lucra în toate domeniile și folosesc diferite strategii pentru a produce schimbare. Se poate vorbi de antreprenoriat social și în cazul unui freelancer sau al unei persoane fizice autorizate (PFA), și în cazul unui ONG, al unei ferme sau asociații familiale, al unui IMM, al unei cooperative ori SRL. Nu natura, ci obiectivele și performanța socială definesc antreprenoriatul social.

În unele cazuri, aceste firme furnizează serviciile și produsele de care au nevoie comunitățile marginalizate sau cu venituri mici, iar în alte cazuri oferă servicii celor care beneficiază de întreprinderea socială. Pentru practicarea, stimularea și dezvoltarea antreprenoriatului social este vital ca oamenii să aibă acces egal la minime oportunități de instruire, de dezvoltare personală și profesională, precum și la noile tehnologii de comunicare.

Profilul antreprenorului social

Antreprenorul social este un membru al societății civile care folosește afacerea pe care o

dezvoltă astfel încât aceasta să aibă un impact social. Uneori, noțiunea de antreprenori social este folosită și cu sensul de inovator social - persoana care rezolvă o problemă socială importantă într-un mod deosebit de eficient sau inovativ. Antreprenorul social este cineva care recunoaște o problemă socială și care folosește principiile antreprenoriale pentru a organiza, crea și administra un capital de risc pentru a face schimbări sociale. Oliver Olson, Country Manager la organizația CEU Business School Romania, spune că un antreprenor social nu caută recompense financiare ca un rezultat final, ci mai degrabă o recompensă altruistă. El mai spune că astfel de antreprenori se găsesc, de obicei, în zonele unde sunt organizații guvernamentale (UNESCO, UNICEF etc) și non-guvernamentale (Crucea Roșie, Habitat pentru Umanitate). Antreprenorii obișnuiți identifică o oportunitate comercială pe care încearcă să o speculeze creând sau oferind unei piețe un bun sau un serviciu nesatisfăcut în prealabil, dar necesar sau indispensabil. Însă, antreprenorii sociali identifică o nevoie socială pe care încearcă să o rezolve speculând o oportunitate comercială nesatisfăcută sau insuficient satisfăcută pe piața respectivă.

Antreprenoriatul social în România

Antreprenoriatul social există în România încă din 1850, când s-au înființat Casele de păstrare și împrumuturi. Aproape 70 de ani mai târziu se adoptă cadrul juridic pentru funcționarea organizațiilor non-profit prin Legea nr. 21/1924. Cea de-a treia și cea mai recentă formă de economie socială existentă în România, unitatea protejată autorizată (UPA), este reglementată prin Legea nr. 448/2006 privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap, cu modificările și completările ulterioare. Antreprenoriatul social s-a dezvoltat cel mai bine în Transilvania, zona unde tradițiile, valorile și moștenirea culturală au influențat acest lucru.

De câțiva ani, se poate vorbi de o oarecare popularizare a antreprenoriatului social în România. Mediul universitar, mai cu seamă facultățile cu profil social și economic, precum și mediul ONG sunt cele mai familiarizate cu acest concept. Există prea puține cursuri și programe educaționale în acest domeniu, iar dintre cele existente, cele mai multe nu au consistență și continuitate necesare pentru a genera schimbările așteptate”, adaugă Bogdan Diaconu.

Legislația din România

În România nu există legislație pentru întreprinderile sociale, însă există un proiect de realizare a unei legislații privind economia socială, numit *Economie Socială pentru Grupuri Vulnerabile*.

Partenerii în proiect sunt Ministerul Muncii, Familiei și Egalității de Șanse (MMFES), Bernard Brunhes International, ENSIE, Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM), Integra România, Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Sector 1 București (DGASPC), Direcția de Asistență Socială Comunitară Timișoara.

În prezent, activitățile economice ale ONG-urilor din România sunt scutite de impozit, dacă obțin venituri de sub 15.000 euro într-un an și dacă aceste venituri reprezintă cel mult 10% din veniturile scutite. Peste aceste niveluri se plătește 16% impozit pe profit. Indiferent de situație, TVA-ul se plătește la nivelul de 19%, dacă veniturile sunt mai mici de 35.000 de euro și/sau dacă s-a optat pentru plata acesteia.

Modelul Leaders. Acum patru ani, ONG-ul Leaders, care promovează leadership-ul, a început să organizeze evenimente cu participare pe baza de taxă: „Noi ne-am îndreptat către întreprindere socială, pentru că aceasta a fost cea mai bună metodă prin care am putut evolua. În prezent, Leaders organizează anual în jur de zece evenimente, dintre care șase sau șapte sunt cu acces pe bază de taxă. Anul trecut, veniturile organizației au fost în jur de 150.000 de euro dintre care 40% provin din serviciile prestate, 40% din bartere (PR, media, tipografie, catering, închirierea masinilor etc) și 20% donații. Doar financiar, anul trecut veniturile Leaders au urcat cu 30% față de anul anterior, fiind între 70.000 de euro și 80.000 de euro, dintre care 80% sunt pentru serviciile prestate. „Nu obținem profit. Facem un cost estimat pentru un proiect. De exemplu, Leadership School este undeva între 15.000 de euro și 20.000 de euro pe ediție. Leaders este o întreprindere socială, care valorifică tot ceea ce obține ca resursă și investește mai departe în dezvoltarea organizației și a comunității.”

Ce NU este antreprenoriatul social?

Între antreprenoriatul clasic și antreprenoriatul social există diferențe specifice. Antreprenoriatul social:

NU este un conglomerat de antreprenoriate; NU este antreprenoriatul realizat de societate; NU este niciodată indiferent față de problemele sociale dar nu este CSR (Responsabilitatea socială a companiilor), o sponsorizare sau filantropie; NU este focalizat pe obținerea profitului; NU își cuantifică rezultate obținute pe termen scurt.

Ce este antreprenoriatul social?

Este tipul de antreprenoriat care își stabilește ca obiectiv creșterea bunăstării societății. Antreprenoriatul social: dezvoltă întreprinderi care realizează venituri pentru a putea susține o cauză socială; este determinat de identificarea unei nevoi sociale; încurajează incluziunea în societate a persoanelor cu dizabilități, realizarea de piețe pentru nevoile neacoperite, ocuparea forței de muncă și utilizarea resurselor alternative; folosește eficient resursele pentru a stabili un impact social cât mai mare; se finanțează din profitul obținut.

Ce este CSR (responsabilitatea socială a companiilor)?

Granița între CSR și antreprenoriat social apare la nivelul formei de utilizare a profitului. Companiile: au ca responsabilitate prioritară maximizarea profitului și apoi distribuirea între acționari; se implică doar în acțiunile sociale care se pot transforma în beneficii economice; decid sectorul social în funcție de opiniile consumatorilor și de efectul asupra evoluției profitului; pot reprezenta prin modelul responsabil, factorii declanșatori ai antreprenoriatului social; nu reușesc să rezolve probleme sociale, produc doar efecte pozitive.

Cine este antreprenorul social?

Antreprenorul social: are misiunea de rezolva o problemă a societății; descoperă metodele inovative prin care să aducă schimbarea în bine a societății; sunt responsabili de impactul pe care întreprinderea dezvoltată o are asupra societății; este susținut de întreprinderi guvernamentale, incubatoare de afaceri, ONG-uri; obține profit pe care îl reinvestește în totalitate devenind autosustenabil.

CONCLUZII

Obținerea de profit în folosul unui grup social defavorizat este principiul de bază al antreprenoriatului social. Activitățile economice din antreprenoriatul social trebuie să fie etice, durabile și să creeze locuri de muncă pentru persoanele defavorizate.

În România nu există legislație pentru întreprinderile sociale, însă există un proiect de realizare a unei legislații privind economia socială, numit *Economie Sociala pentru Grupuri Vulnerabile*, care se estimează că poate deveni lege peste doi ani. Prin nivelul de decizie, antreprenoriatul social se distinge de responsabilitatea socială corporatistă și de investițiile responsabile social.

Activitățile din antreprenoriatul social pot fi desfășurate atât de ONG-uri, cât și de cooperative (meșteșugărești, agricole, de consum, bănci cooperatiste, unitățile protejate autorizate), asociații mutuale și case de ajutor reciproc.

Bibliografie

Cretu, Daniela, Daniliuc, Felix-Silviu, *Ghid practic pentru antreprenori*, Editura „Universul Juridic”, București, 2012;
Gordon, E. Michael, *Antreprenoriatul*, Editura „Curtea Veche”, București, 2012;
Farrell, Larry C. , *Cum să devii antreprenor. Dezvoltă-ți propria afacere!* , Editura „Curtea Veche”, București, 2012;

Site-uri de specialitate:

<http://www.startups.ro/analize/ce-este-antreprenoriatul-social>

<http://www.altreileasector.ro/categorie/antreprenoriat-social/>

<http://www.antreprenoriatsocial.ro/ro/esential/>

<http://success-romania.ro/economie-sociala/antreprenoriat-social.htm>

<http://www.responsabilitatesociala.ro/taguri/antreprenoriat-social.html>

Secțiune de eseuri

Propria idee de afaceri

Ciornenchi Mihai Gabriel & Sănăuceanu Ionuț-Cosmin,
Clasa a X a B, Liceul „Regina Maria

Ideea noastră de afacere a pornit de la o simplă discuție în familia unuia dintre noi, despre o rudă care locuiește în Alba Iulia și care, printr-o mică investiție, a reușit să se facă cunoscut în tot județul, datorită afacerii pe care o are și de care este foarte mândru. Auzind acestea, m-am consultat cu prietenul meu și printr-o simplă căutare pe internet, am descoperit profitul pe care îl obții de pe urma unor simple prepelițe. Acesta a fost punctul de plecare al ideii noastre de afacere. Am considerat că poate fi o afacere profitabilă având în vedere faptul că dintr-un ou de prepeliță pentru incubat, care va costa 0,6 lei, obții o prepeliță care, de-a lungul perioadei ei de fertilitate (de cca 10 luni), va face în jur de 300 de ouă, pe care le poți vinde cu 0,3 bucata.

Și....ca niște buni antreprenori....odată ce avem ideea de afacere....ne apucăm de treabă. Ne-am gândit că firma noastră să se numească “FERMA CURCUBEU”, iar sloganul acesteia să fie:

“Cumperi ce-i mai bun mereu

De la “FERMA CURCUBEU”

Iar emblema să fie pe măsura denumirii

Firma “FERMA CURCUBEU” S.R.L. (este forma juridică cea mai convenabilă) va fi o întreprindere care se va ocupa atât cu vânzarea ouălor de prepeliță, cât și cu creșterea prepelițelor. Creșterea prepelițelor pentru carne și ouă este o afacere de excepție, deoarece oul de prepeliță este folosit ca medicament, ce poate vindeca o mulțime de afecțiuni, oul de prepeliță având numai indicații nu și contraindicații. Carnea de prepeliță este una dintre cele mai fine și apreciate în gastronomie, deoarece are un conținut scăzut de grăsimi și colesterol.



Scopul întreprinderii trebuie să fie satisfacerea necesităților oamenilor în materie de carne și ouă proaspete de prepelițe. În acest scop, realizându-se următoarele activități:

- Creșterea prepelițelor cu scopul producerii ouălor de prepeliță.
- Punerea în vânzare a ouălor și a cărnii de prepeliță.
- Livrarea serviciilor la domiciliu la un preț convenabil.

PRODUSELE SI SERVICIILE

Ouăle și carnea de prepeliță ce vor fi date spre vânzare vor fi orientate spre satisfacerea nevoilor zilnice, fiind produse bio. Hrănirea adecvată a prepelițelor în cuști de prepelițe va menține un nivel ridicat, constant al producției de ouă de prepeliță. Pentru clienții fideli fermei, se va face un discount de 20%. În pragul sărbătorilor de iarnă se vor face reduceri la pui de prepeliță pentru toți clienții:

- Pui de prepeliță de la 3 zile, la 7 zile – 1,7 lei/buc.
- Pui de prepeliță de la 10 zile, la 18 zile – 3,7 lei/buc.

Reclama produselor va fi efectuată prin intermediul rețelei mass-media, foi volante, automobilele care livrează produsele firmei, site web.

PRODUCEREA

Afacerea pleacă de la existența a două hale de câte 50 mp fiecare, foste grajduri, aflate în stare bună, care nu necesită investiții importante pentru a fi pregătite pentru prepelițe. Acestea au o capacitate de 30 000 de păsări, care sunt achiziționate de la un producător autohton. Se mai achiziționează un incubator și se pregătește un spațiu pentru obținerea și creșterea puilor până la vârsta la care se pot muta în spațiile de producție. Ouăle se obțin în număr de 10 – 12 000 pe zi. Se abatorizează în jur de o tonă de carne de prepeliță pe lună.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de noi doi. Vom coordona întreaga activitate, ne vom ocupa direct de problemele de producție, de asemenea vom angaja și controla personalul. Pentru început vom avea nevoie de următoarele categorii de salariați: șoferi, distribuitori, persoane însărcinate cu asigurarea hranei animalelor, persoane care să asigure igienizarea spațiului, persoane care pregătesc produsele pentru vânzare. Echipa de vânzare va fi formată din câțiva vânzători. Pe măsură ce vom extinde afacerea și vom deveni cunoscuți pe piața intenționăm să distribuim produsele noastre și în supermarketuri.

Menționez că principiile noastre de lucru vor fi: dinamismul, acuratețea și eficacitatea. Până când întreprinderea nu va avea o poziție financiară puternică, profitul va fi îndreptat spre dezvoltarea întreprinderii.

BIBLIOGRAFIE:

- Action Learning pentru IMM-urile din județele Bihor, Sălaj și Satu-Mare. Un nou model de școală antreprenorială în domeniul resurselor umane, Program Phare, 2001;
- Colecția Revistei Idei de afaceri, 2000-2004;

<http://ouaprepelita.pprepelite.ro/pui-de-prepelita-cresterea-puilor-hranire-temperatura/>

<http://ouaprepelita.pprepelite.ro/magazin/pui-de-prepelita-de-carne/>

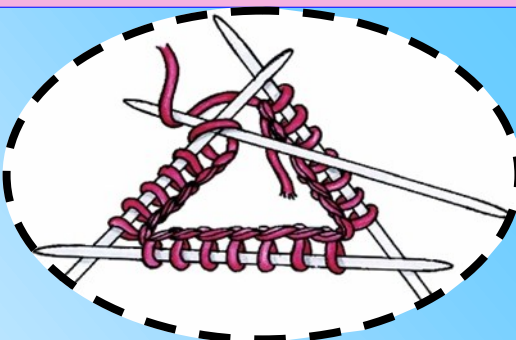
<http://forum.softpedia.com/topic/645350-cresterea-prepelitelor/>



Propria idee de afaceri

Tesner Rebeca-Mădălina ,
Clasa a X a B, Liceul „Regina Maria

Ideea mea de afacere a pornit, în cazul meu, de la sora mea mai mică. Ea adoră lucrurile handmade, mai ales lucrurile tricotate sau cusute, pe care le consideră „cadouri sufletești” ...și, astfel, totul a început când o mătușă i-a dăruit de Crăciun încă o pereche de șosetele tricotate din lână...având acum 10 perechi, își dorește mult mai multe și încearcă mereu să facă rost.



De aici și ideea mea...mă gandesesc că mulți oameni împărtășesc aceeași pasiune ca și sora mea, așa ca m-am decis sa înființez o mică afacere, doar cu lucruri handmade, în special lucruri tricotate .Odată ce am făcut rost de idee, ar cam fi timpul să mă apuc de treabă.

Un prim pas a fost stabilirea numelui firmei, ceea ce, a fost foarte complicat, pentru ca nu am avut o idee bună, nimic din ce alegeam nu se potrivea cu ceea ce îmi doream sa exprim de fapt, numele firmei trebuia să fie ușor de reținut dar și interesant, pentru a atrage atenția cumpărătorului. Într-un final am decis, firma avea să se numească „Ke-So” S.R.L. ..numele pare puțin ciudat , și chiar așa este, vine din Engleză și tradus înseamna „șosetele tricotate” adica, „knitted socks” .. dar numele fiind puțin lung si greu de pronunțat, am ales să folosesc primele doua litere drept inițiale. Sloganul firmei , nu prea inspirat, era :

„Hai la Ke-So ca să-ți iei
Șosetele câte vrei !”
Iar emblema

Firma „Ke-So” S.R.L. (este forma juridică cea mai convenabilă) va fi o întreprindere ce se va ocupa cu producția și vânzarea de șosetele destinate oricărei categorii de vârstă.

Produsele textile vor fi handmade și se vor produce în ateliere proprii, aprovizionarea cu materiale textile făcându-se de la o fabrică de profil. Se vor folosi materiale 100% naturale (lâna, olișcă) astfel încât să-i mulțumim pe cumpărătorii noștri.

Scopul întreprinderii trebuie să fie satisfacerea necesității cumpărătorului in materie de lenjerie, în scopul acesta realizându-se următoarele activități :

- Producerea de șosete după un model creat de designer-ul propriu
- Producerea de șosete la comanda (cu diferite modele)

Punerea în vânzare a șosetelor la un preț convenabil



PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Produsul ce va fi fabricat în întreprindere, adică șosetele destinate oricărei persoane, va fi un produs de calitate orientat spre satisfacerea nevoii clientului. Articolele vor avea diferite culori și materiale, pentru diferite sexe și mărimi.

De asemenea, cumpărătorii fideli vor beneficia de un discount de 30%. Ambalajul va avea imprimată numele, sigla, adresa și numărul de telefon al firmei, iar reclama produselor va fi efectuată bineînțeles prin intermediul rețelei mass-media, a bannerelor și a site-urilor web.

PRODUCEREA

Procesul de producție va avea la baza următorii pași:

- Aprovizionarea firmei cu materie primă
- Producerea articolelor

Expunerea acestora spre a fi vândute

Materialul necesar producerii produsului va fi procurat de la producători autohtoni. Pentru producție, voi folosi pentru început personal din propria mea familie, așa cum am mai zis, lucrurile vor fi handmade, ulterior voi folosi și mașini de tricatat, atunci când comenzile vor fi prea mari iar noi vom fi presați de timp. În viitor voi investi mai mult în personal calificat, pentru a mări mai mult procentajul capacității de producere.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă, bineînțeles, de mine, eu fiind asociatul unic al acesteia. Astfel voi coordona întreaga activitate și mă voi ocupa de toate problemele pe care firma le va întâmpina, tot odată voi controla și angaja personalul. Voi avea nevoie pentru început de un designer, personal specializat în realizarea tricaturilor, un șofer și un distribuitor însărcinați cu expedierea produselor și personal care se va ocupa cu procurarea de materiale necesare. Pentru început va exista un singur punct de vânzare a produselor, pe măsura ce afacerea mea va înflori o voi extinde și în alte orașe.

Principiile mele vor fi eficacitatea, devotamentul și punctualitatea, în final voi adopta prețuri convenabile și îmi voi lărgi gama de produse pentru a-mi afirma firma și pentru a-i lărgi poziția.

BIBLIOGRAFIE

Lazăr N. și Mitrache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a. București, Editura Didactică și Pedagogică, 2006

http://www.realitatea.net/cum-se-alege-numele-firmei_1109375.html
<http://3afaceri.blogspot.ro/2012/03/obiecte-mici-crosetate.html>
<http://www.revistabiz.ro/primii-pasi-pentru-inceperea-unei-afaceri-117/>

Propria idee de afaceri

Apetrei Ramona ,
Clasa a X a E, Liceul „Regina Maria

Mi-am dorit mereu să am propria mea afacere. Am visat la magazine întregi de haine, papuci, cosmetice, flori.... dar parcă degeaba, tot nu era ceva foarte extraordinar cu care aş putea să ies în evidență, și în același timp să nu mai aibă nimeni.

Ce aş putea să fac eu și să nu aibă nimeni .?? M-am gândit inițial la ceva caritabil . Acest lucru atrage lumea, și chiar am putea ajuta pe cineva care are nevoie. Dar e prea complicat. Eu vreau ceva simplu, dar totodată să fie modern și să atragă lumea, așa a luat naștere mica noastră afacere, a mea și a prietenei mele, ea se numește „PITICOT”.



PITICOT este un mic magazin de jucării pentru copii, dar nu orice jucării, ci cele făcute manual.

Sloganul nostru este: „Piticului ce vrei să-i iei, la PITICOT găsești ce vrei.”

Firma „PITICOT” se va ocupa de confecționarea unor jucării ce îi va încânta foarte mult pe copii. Aceste jucării sunt confecționate din materiale reciclabile și pictate manual cu culori fabricate natural, care să nu dăuneze copilului ,în cazul în care acesta le va bage în gură. Jucăriile vor fi inspirate din trecut și vor conține și modele tradiționale cusute manual din materiale 100% naturale (în ,bumbac)

Scopul acestei întreprinderi este de a le arăta copiilor cum erau jucăriile cu ce fel de jucării s-au jucat părinții lor și totodată de a le reaminti părinților de vremurile de demult. În acest scop realizându-se următoarele activități :

- Punerea la dispoziția clienților câte mai multe jucării originale
- În cazul în care găsiți o jucărie cu un defect le puteți returna

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Produsele noastre vor fi fabricate în întreprindere de 20 de femei, care știu foarte bine ce fac. Aceste vor fi coordonate și supravegheate de noi, patronii acestei companii, fiecare va fi pus la locul lui și îndrumată să facă doar ceea ce se pricepe.

Fiecare etapa a confecționării jucării se face în camere diferite (camera unde se construiesc propriu-zis, "Atelier", camera unde se pictează, camera unde se usucă, camera unde se ambalează și apoi unde se depozitează pentru a fi trimise către magazin, care este foarte aproape de fabrică, dar trebuie transportate cu mare grijă). Clientul nostru va beneficia de mai multe oferte în cazul în care acesta nu va fi rău platnic și va cumpăra destul de des de la noi. În cazul în care acesta va cumpăra 5 produse odată va primi cadou încă un produs la alegere. În cazul în care cumpăra frecvent mai multe, dar nu 5 odată, la zece produse primește unul gratis, cu condiția că la fiecare cumpărare se va înregistra în baza noastră de date .

PRODUCEREA

Procesul de producție va consta în următoarele etape:

Aducerea și confecționarea de cele mai bune materiale

Producerea articolele, făcându-se doar manual

Amplasarea lor cât mai aproape de ochiul clientului

Materia primă va fi luată doar de la marile companii din țară, dar și din străinătate (Germania, Rusia, Franța, Elveția). Pentru început vom confecționa culorile și meșterii se vor ocupa de scheletul interior în cazul în care jucăria va fi din lemn, iar cele din materiale vor fi confecționate la mașina de cusut și din tricotaje. Mai întâi voi investi ceva bani în amenajarea și promovarea produselor pentru a-mi face cunoscuta afacerea. Apoi îmi voi extinde afacerea poate și într-o fabrică mai mare și cu mai mulți angajați.

RESURSE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de către mine și prietena mea. Eu mă voi ocupa de problemele de aprovizionare, iar prietena mea se va ocupa de angajarea și controlarea angajaților. Ea va avea de angajat și găsit următorii oameni: designer, croitorese, sculptori, pictori, persoane care să se ocupe de confecționarea culorilor, persoane care să întrețină curățenia, șofer, vânzători. Inițial exista doar un magazin, dar ulterior după ce afacerea merge bine și profitul va fi mare, îmi propun să construiesc câte un magazin în fiecare oraș mare. Produsele noastre nu vor fi distribuite în alte magazine sau mall.

Menționez că principiile noastre de lucru sunt foarte stricte și nu admitem greșeli grave. Toți angajații vor avea un regulament strict la intrare, vor avea o îmbrăcăminte adecvată și măsuri de igienă foarte stricte. Dacă afacerea va merge bine promitem că unele chestiuni care privesc produsul nostru se vor îmbunătăți, cum ar fi :

Calitatea produsului va fi îmbunătățită.

Vom încerca să schimbăm modelele ca clienții noștri să nu se plictisească.

Poate vom micșora și prețurile.

Sper că ideea mea v-a plăcut mult și de aceea vă invit și pe voi să vă gândiți la o afacere care poate ați visat-o, dar nu ați îndrăznit niciodată să o spuneți. Nu vă trebuie decât puțină imaginație și spirit ... antreprenorial.

BIBLIOGRAFIE

1. Colecția Revistei Idei de afaceri, 2000-2004;

Lazăr, N. și Mitache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a, București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006

Ideea mea de afacere

Sandu Lavinia ,
Clasa a X a B, Liceul „Regina Maria

Fiecare la un moment dat s-a gândit să își construiască o afacere, fie pentru că ar vrea să obțină profit, fie pentru că unii dintre noi se nasc cu acel talent prin care pot să conducă o afacere fără ca cineva să le fi făcut măcar o introducere în lumea "business - ului". Un bun om de afaceri va spune mereu că nu există secrete pentru a atinge culmile succesului. Este doar rezultatul unei munci asidue, al învățării și al asumării eșecului. În lumea afacerilor fiecare este plătit cu două monede: bani cash sau cecuri și experiență. Mai întâi pentru un novice experiența e vitală apoi banii vor veni singuri dacă știi cum să-i gestionezi și cum să obții profit. Pentru început, sunt atât de multe lucruri care îți sunt necesare pentru a-ți clădi afacerea și de aceea ai nevoie de finanțare, și fie niște bani strânși pentru viitoarea afacere sau un sponsor care te va ajuta în primă fază, iar apoi veți putea face o înțelegere în privința profitului.

Dacă planurile mele de viitor ar fi fost diferite poate m-aș fi îndreptat cu drag spre lumea business-ului ,dar eu vreau să fac o facultate și să am o cu totul altă meserie. În plus mulți brokeri câștigă milioane zilnic din afaceri chiar dacă nu au deloc studii cum ar fi cazul unui broker celebru:Lupul de pe Wall Street-Jordan Belfort.

Lăsând la o parte aceste amănunte, mereu mi-am dorit să îmi deschid un magazin cu haine, bineînțeles nu orice fel de haine, ci unele care se ridică la standardele impuse de Donatella Versace sau Giorgio Armani. O voi numi „L&S.-universal brand”.

Firma „L&S.-SRL” va fi o întreprindere care se va ocupa cu producerea și comercializarea hainelor de bună calitate, dar și a genților și pantofilor din piele și a accesoriilor făcute din metale prețioase. Brand-ul se adresează tuturor vârstelor: pentru copii care încă pășesc timizi în lumea modei, pentru doamnele care vor să afișeze un look stilat dar totodată un look casual, dar și pentru bărbații care sunt interesați de hainele de calitate. Se vor folosi în special materiale precum bumbac dar și satin, brocart,velur și șifon.

Scopul întreprinderii este satisfacerea nevoii de a arăta bine la orice vârstă ,deoarece trăim într-o societate în care hainele joacă un mare rol în definirea unei bune prime impresii. În acest scop se vor realiza următoarele activități:

Producerea de haine,accesorii și pantofi create de diferiți designer;

Crearea în ateliere specializate a noilor modele;

Construirea magazinelor care vor găzdui noile modele potrivite pentru cei interesați.

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Magazinul „L&S.” va dispune de o largă gamă de produse și va satisface în totalitate nevoile clienților. De aceea magazinul va putea fi accesat și online de pe pagina: „www.l&s.com”. Știind că, cumpărătorii vor fi foarte încântați de ideea de a pune magazinul și în variantă online, vom adăuga și reduceri de 50% încă din prima lună deoarece atunci clienții vor putea cunoaște mai bine brand-ul respectiv de haine și astfel vom cunoaște, prin intermediu telefonic nevoile acestora.

Hainele produse vor fi de înaltă calitate. Vom avea specialiști în modă care vor crea diferite outfituri și vor alege cu grijă modelele care ne vor reprezenta firma pe platforma online.

PRODUCEREA

Procesul de producție va consta în următoarele etape:

- Aprovizionarea atelierelor cu materia prima necesara;
- Producerea hainelor, accesoriilor și pantofilor;
- Expunerea lor în magazinele din diferite colțuri ale țării cu scopul de a fi vândute.

Materia primă necesară fabricării va fi procurată de la diferiți furnizori cunoscuți care se ocupă cu astfel de acțiuni. Materialele vor fi aduse din Asia și imediat ce ajung la furnizor sunt livrate în diferite fabrici din orașele mai mici pentru a se păstra confidențialitatea.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma o voi conduce eu, cel care a întemeiat această afacere. Bineînțeles că voi avea un grup de asociați cu care mă voi consulta în privința: hainelor care sunt livrate în magazine și hainelor care sunt afișate pe platforma online. Pentru a pune în mișcare o afacere voi avea nevoie de: un grup de consultanți (asociați), persoane care lucrează în IT și se vor ocupa expres de platforma online, designeri de vitrine, vânzători în magazine, designeri specializați, croitorese, șoferi, persoane care trebuie să procure materialele și furnizori.

Viitoarea mea afacere va fi condusă cu seriozitate iar obiectivele de lucru vor fi: gestionarea timpului liber, gestionarea banilor, gestionarea sarcinilor, eficacitatea, rapiditatea cu care se vor încheia diferite acțiuni și puterea de muncă necesară în atingerea țelurilor. Pentru menținerea și lărgirea pe piață, întreprinderea va adopta următoarele măsuri:

- Mărimi diferite ale hainelor și pantofilor;
- Prețuri accesibile;
- Multitudinea de produse;

Sper că ideea mea de afacere a reușit să vă capteze interesul. Singurul lucru pe care trebuie să știți este că o afacere nu este greu de început, dar trebuie un lider care să știe să o controleze eficient.

BIBLIOGRAFIE

Chivu I., Popa I. , Curteanu D., Formarea formatorilor - de la teorie la practică, Editura economică, București 2000

Hiebeler R., Kelly Th., Kettelman Gh., Anderson Ar., Cele mai bune practici. Cum reușești în afaceri prin strategii al căror element central este clientul, Editura Image, București, 1998;

www.managementul marketingului.com;

<http://www.lorand.biz/dezvoltare-personala-si-profesionala/dezvoltarea-personala-cea-mai-buna-investitie/>

Propria mea Idee de afacere

Bobeică Ștefan ,
Clasa a IX a A, Liceul Tehnologic, „Al. Vlahuță” Șendriceni

Sunt sigur că a iniția propria afacere nu este ceva ușor, însă din puțina experiență pe care o am, de a elabora un plan de afaceri, țin să menționez că este ceva extraordinar de frumos, interesant și realizabil în anumite condiții. Momentul în care trebuie să inventezi denumirea acesteia, este o adevărată adrenalină- jocuri de cuvinte, imaginație și concentrare la maxim. Tot ceea ce am descris eu mai sus, am avut ocazia să trăiesc în momentul în care m-am gândit să inițiez propria mea întreprindere de fabricare a produselor farmaceutice. După multe cercetări am hotărât că întreprinderea mea se va numi „Pentru viață S.R.L. „ și va activa pentru început în orașul Dorohoi. Sloganul va fi “O minte sănătoasă într-un corp sănătos”. Pentru punerea planului meu de afacere în acțiune, mă voi asocia cu verișoara mea ,care este și directoarea întreprinderii și și-a adus contribuția prin investirea unei cote-părți de 55 % din cheltuielile necesare, iar eu ca manager, am contribuit cu o cotă-parte de 45 %.

Scopul meu prin inițierea acestei întreprinderi este de a fabrica un sortiment variat de produse farmaceutice din plante medicinale de cea mai înaltă calitate și bineînțeles, la prețuri accesibile pentru toți. Eu sunt sigur că firma noastră are toate șansele să devină una de succes întrucât este unica din întreg satul și va apăra interesele oamenilor în ceea ce privește înlăturarea incomodităților în diverse situații nefavorabile și tratarea diferitor boli.

Producerea și serviciile

Clienții noștri vor fi în primul rând locuitorii municipiului Dorohoi, dar și cei din satele vecine întrucât noi vom produce și vom pune în vânzare medicamente fabricate din plante, adică naturale, ceea ce interesează pe toată lumea –natural și eficient. La capitolul concurenți nu prea ne îngrijorăm momentan, însă, atunci când vom reuși să ne extindem la nivel de raion, fără doar și poate arma noastră cea mai puternică vor fi produsele naturale, iar celelalte detalii urmează să le revizuiți când concurenții vor apărea. Cât despre “specificul afacerii” noastre, acesta este ca tîndem să restabilim medicina Evului Mediu în care oamenii erau mai sănătoși și mai puternici datorită întrebuintării produselor naturale și vom oferi fiecărui client câte un pachet de infuzie de ceai tot din plantele cele mai bune pe care le cresc cooperatorii noștri-întreprinderea S.R.L. “BioPlant”.Afacerea noastră are toate șansele să devină una de succes, deoarece va fi singura întreprindere din Dorohoi care se va ocupa cu producerea medicamentelor necesare locuitorilor localității și nu în ultimul rând prețurile noastre vor fi accesibile pentru oricine.

Misiunea firmei “Pentru viață S.R.L.” este de a oferi clienților un asortiment variat de produse farmaceutice de cea mai înaltă calitate, la un preț accesibil, care le va asigura o viață liniștită și lipsită de incomodități.

Producerea

Domeniul nostru de activitate este fabricarea produselor farmaceutice de calitate superioară din plante medicinale în cooperare cu S.R.L. Activitatea noastră se va derula în clădirea de pe str. Aleea Criva, care dispune de 31 de săli de lucru, unde echipa noastră de angajați va avea posibilitatea să pună în practică cunoștințele acumulate pe parcursul anilor de studii superioare. Sălile vor fi dotate cu utilaje de ultimă generație și echipamente de lucru necesare angajaților.

Obiectivele pe termen lung pe care și le propune întreprinderea noastră sunt :

- Îmbunătățirea continuă a calității produselor farmaceutice
- Asigurarea sănătății locuitorilor
- Obținerea unui profit rentabil în urma activității productive
- Diversificarea mai multor sedii în satele vecine

Colaborarea cu diverși agenți economici , care activează în același domeniu

Obiective pe termen scurt:

Realizarea publicității de lansare a firmei

Oferta avantajoasă a reducerilor

Instruirea personalului

Credem că afacerea noastră va oferi produse precum :

- Diodella - utilizată ca tonic, hemostatic, antiastmatic, laxativ ,calmant al durerilor abdominale
- Mizella - are efect antispasmodic, diuretic

Dielleina - analgezic , calmant , antispastic

Noi suntem de părerea că suma inițială necesară deschiderii afacerii este de 885.000 lei.

Resursele umane ale firmei

Pentru a evolua în dezvoltarea afacerii, dorim ca pe viitor să diversificăm activitatea noastră și astfel să satisfacem și cererea crescândă în cadrul pieței de consum. Noi suntem sigure că împreună cu echipa de oameni care sta în spatele nostru, și care are o pregătire profesională superioară , menținând un contact permanent cu clienții noștri pentru a cunoaște cerințele lor și pentru a veni în întâmpinarea acestora cu soluții originale, vom reuși să atingem cele mai înalte culmi ale succesului.

Bibliografie

<http://documents.tips/documents/eseu-afacerea-meadocx.html>

Lazăr N. și Mitrache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006

Propria mea Idee de afacere

Frunzete Gabriel-Octavian ,
Clasa a IX a A, Liceul Tehnologic „Al. Vlahuță” Șendriceni

Ce idee de afacere aş avea? O întrebare la care am găsit un răspuns destul de simplu. Ideea mea a pornit de la un lucru banal: aflat într-un magazin, am văzut cum vânzătoarele încercau să împacheteze un cadou într-un mod cât mai rapid și în același timp, atrăgător. În acel moment, mi-a venit ideea din care se poate naște o afacere cu un profit rezonabil. Cum orice cadou trebuie ambalat cât mai atrăgător, am găsit o modalitate simplă, ieftină de a rezolva problema: pungile de hârtie. Piața pentru astfel de obiecte este în continuă creștere.



Și, odată ce am ideea, m-am apucat de treabă. M-am gândit ca firma mea să se numească „PUNGA VESELĂ”, iar sloganul acesteia să fie:
„Un cadou în PUNGĂ pui,
Și VESEL îl dai oricui”
iar emblema să fie pe măsura denumirii:

Firma „PUNGA VESELĂ” S.R.L. va fi o întreprindere care se va ocupa cu producția și vânzarea de pungi de hârtie destinate ambalării cadourilor. Scopul întreprinderii trebuie să fie satisfacerea necesităților persoanelor în materie de împachetarea cadourilor, în acest scop realizându-se următoarele activități:

- Producerea de pungi de cadouri după un model creat de designer-ul propriu
- Producerea de pungi de cadouri la comandă (cu diferite imprimeuri dorite de clienți)

Punerea în vânzare a pungilor de cadouri la un preț convenabil

PRODUSELE ȘI SERVICII

Produsul care va fi fabricat în întreprindere este destinat împachetării de cadouri. Pungile de cadouri vor fi de diferite culori și cu diferite modele. Pentru clienții fideli, care cumpără un număr mai mare de pungi, se va face un discount de până la 30%. Reclama produselor va fi efectuată prin intermediul automobilelor care livrează produsele firmei, site web și expunerea produselor în magazine de bijuterii, în librării, magazine vestimentare.

PRODUCEREA

Procesul de producție va consta în următoarele etape:

- Aprovizionarea cu materie primă a întreprinderii
- Producerea pungilor de cadou
- Expunerea lor cu scopul de a fi vândute



Materia primă va fi procurată de la producători autohtoni, iar accesoriile necesare vor fi importate din Occident. Pentru producție, voi folosi mașini de confecționat pungi și utilaje de imprimat flexografic 4-6 culori.

Cantitatea medie de pungi pentru cadouri confecționate este de 1600-5000 lunar, și în funcție de numărul comenzilor primite, această cantitate poate varia. Prețul variază în funcție de mărimea pungii și modelul imprimat pe pungă.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de mine, ca asociat unic. Eu voi coordona toate activitățile firmei, voi angaja și controla personalul. Pentru început, personalul va fi format din: designer, persoane însărcinate cu procurarea materialelor, șofer, distribuitor, persoane care să se ocupe efectiv de producerea pungilor de hârtie, un îngrijitor. Pentru început, vânzarea articolelor va avea loc în magazinul de la poarta întreprinderii, dar și în câteva magazine locale, apoi mă voi extinde în magazine din toată țara. Principiile de lucru vor fi: eficacitate, punctualitate, acuratețe și dinamism. Pe măsură ce întreprinderea va evolua, voi angaja personal mai numeros și voi lua măsuri pentru lărgirea poziției de piață: varietatea produselor, prețuri convenabile, ridicarea calității produsului.

BIBLIOGRAFIE

1. Colecția Revistei Idei de afaceri, 2000-2004;
2. http://www.referat.ro/referate/Pungi_de_hartie_plan_de_afaceri_2307.html
3. http://forum.softpedia.com/topic/340222-afacere-pungi-de-hartie/page_st_54

Propria mea Idee de afacere

Pulhac Denisa ,
Clasa a X a C, Liceul Tehnologic, „Al. Vlahuță” Șendriceni

Atunci când o idee de afacere se ivește în calea noastră și avem șansa să profităm de aceasta din plin, ce ne mai rămâne de făcut, decât să o punem în aplicare? Ei bine, nu trebuie decât să ne folosim puțin mintea noastră, dar și imaginația, nu-i așa?



Fără să vreau am primit mii de idei. Nici nu m-am prea complicat să caut. Sinceră să fiu nu a trebuit decât să ascult ceea ce își doresc o serie de oameni, să ascult despre ceea ce lor le-ar prinde bine și ar avea nevoie, astfel mi-a venit și mie, în cele din urmă o idee. Poate că sugestia mea este una prea îndrăzneată, dar m-am gândit dacă să o pun sau nu, în aplicare. Și în cele din urmă m-am hotărât. Probabil, din curiozitate am avut curajul, și încurajată de cea mai bună prietenă, am început să o pun în aplicare. Ideea mea presupune ca fiecare om să își scrie povestea vieții lui, însă cu un final inventat de ei, deoarece fiecare poveste trebuie să își aibă sfârșitul ei. Am observat că oamenii doritori să își scrie povestea vieții lor, au propriile experiențe, unice și fără cusur, din care toți am putea învăța. Am considerat că prin redactarea poveștilor reale, voi putea avea o afacere rentabilă, dacă avem în vedere faptul că toți oamenii sunt interesați să citească despre viețile altora....

Odată ce am idee, mă apuc și de treabă. Am stat mult până m-am hotărât ce nume să îi pun firmei mele și până la urmă a am ajuns să îi pun numele „LIFE EXPERIENCES(experiențele vieții)”, iar sloganul acesteia să fie:

„Când în viață eșuezi,
Nu uita că ai de unde să alegi. Și atunci răsfăciești mai des ”LIFE EXPERIENCES”

Emblema

Firma ”LIFE EXPERIENCES” S.R.L va fi o întreprindere care se va ocupa cu producția și vânzarea de cărți destinate tuturor celor care sunt interesați atât să citească, cât și să învețe din greșelile altora. Cărțile vor fi produse în atelierul propriu, aprovizionarea cu materialele necesare făcându-se de la o fabrică de profil. Se vor folosi materiale de bună calitate, astfel încât să mulțumim pe oricine.

Scopul întreprinderii trebuie să fie satisfacerea necesităților cumpărătorilor în materie de ce fel de cărți cu experiențe vor dori, în acest scop realizându-se următoarele activități:

- Redactarea de cărți după un model propriu(diverse povești: tragice, emoționante, cu un final fericit, etc);
- Redactarea de cărți la comandă(doar anumite povești; doar tragice sau doar amuzante, etc);
- Punerea în vânzare a cărților la un preț convenabil.

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Cărțile vor avea diferite mărimi, deoarece ele vor fi prezentate pe capitole; vor avea diferite culori, în funcție de sentimentele expuse în acele povești și pe vârste diferite. Unele pot fi înțelese mai greu de cei tineri; altele pot fi prea copilărești pentru cei înaintați în vârstă; iar pentru copii vor fi și cărți cu imagini. Ceea ce dorim de fapt, e să îi mulțumim pe toți. Pentru clienții fideli, care vor cumpăra săptămânal articolele noastre, i se va face un discount de până la 25%. Articolul va avea, de asemenea, un ambalaj original și va consta într-o punguță specială, care va avea imprimată numele, sigla, adresa și numărul de telefon al firmei. Reclama produselor va fi efectuată prin intermediul rețelei mass-media, foi volante, automobile care livrează produsele firmei, site web.

PRODUCEREA

Procesul de producție va consta în următoarele etape:

1. Aprovizionarea cu materii prime a întreprinderii;
 2. Producere produselor: cărțile;
- Expunerea lor cu scopul de a fi vândute.

Materia primă va fi asigurată de o librărie ce ne sprijină în această afacere. Pentru producție voi folosi pentru început mașini de scris, apoi după ce voi câștiga îndeajuns voi investi în cumpărarea unor calculatoare și imprimante bune, ce îmi vor asigura o rapiditate în producerea produselor; îmi vor permite mărirea capacității de producție.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de mine, ca asociat unic. Voi coordona întreaga activitate, mă voi ocupa direct de problemele de aprovizionare, producție și desfacere, de asemenea, voi angaja și controla personalul. Pentru început voi avea nevoie de următoarele categorii de salariați: șofer, distribuitor, persoane însărcinate cu procurarea de materiale, două persoane care să asigure igienizarea locului. Pentru început, există două puncte în care se vor pune în vânzare cărțile: librăria care ne asigură material primă și magazinul amplasat la poarta întreprinderii.

Menționez că principiile mele de lucru vor fi:

- Comunicarea;
- Punctualitatea;
- Eficacitatea;
- Devotamentul.

Pentru păstrarea și lărgirea poziției pe piață, întreprinderea va adopta o strategie care va adopta o serie de măsuri:

- Ridicarea calității produsului;
- Variatatea de produse;
- Prețuri convenabile.

BIBLIOGRAFIE

1. Lazăr, N. și Mitache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006

<http://www.revistabiz.ro/primii-pasi-pentru-inceperea-unei-afaceri-117/>

<http://www.plandefacere.ro/cum-sa/cum-sa-initiezi-o-afacere/>

Ideea mea proprie de afacere

Stan Amalia ,
Clasa a X a C, Liceul Tehnologic „Al. Vlahuță” Șendriceni

V-ați gândit vreodată să vă deschideți o afacere? Sunt sigură că mulți dintre voi da, iar dacă nu, v-aș recomanda să vă luați o cană cu ceai fierbinte în mână și să meditați asupra următoarelor întrebări: Vreau să-mi înființez propria mea afacere? Ce afacere vreau? Dacă ai răspuns afirmativ la prima întrebare și ești foarte sigur de răspunsul tău de la a doua întrebare, atunci nu ezita să-ți pui în practică planul, așa cum fac eu.

Ei bine, mi-a venit în cap să-mi deschid propria mea afacere cu pixuri. Da, ați auzit bine, pixuri. Ideea aceasta mi-a venit când eram prin clasa a V-a. Mereu mi-au plăcut pixurile. Nu știu de ce, dar cert e că mi-au plăcut și-mi plac și până în ziua de azi. De fiecare dată când am de cumpărat ceva de la librărie sau de la un magazin, nu ezit să îmi cumpăr cel puțin un pix. Mai știu că atunci când eram mică și mergeam cu mama la cumpărături strecuram adesea câte un pix sau două în coșul de cumpărături. De atunci și până acum fac la fel. Și nu o fac pentru că nu am pixuri acasă sau scriu cine știe ce și mi se termină pixurile extrem de repede. Nu! O fac pentru că îmi plac pixurile. Poate acum vă gândiți: De ce să-ți placă un pix când poate să-ți placă atâtea lucruri pe această lume? Ei bine, întrebați-mă! Dar mai mult ca sigur, n-am să vă spun pentru că nici măcar eu nu știu de ce.

Însă m-am gândit: dacă tot ador pixurile de ce să nu-mi deschid o afacere din asta? Cine știe? Poate o să am succes. În plus câți oameni nu au nevoie de pix în unele momente? Mai ales elevii? Cu ce vor scrie dacă nu vor avea pixuri?

Așa că nu ezitați să faceți și voi la fel, indiferent de ce vreți să faceți, indiferent cât de nebunesc ar suna, indiferent dacă prietenii tăi râd de tine. E afacerea ta! Ce ai de pierdut? „Încercarea moarte n-are!”

Și ca un bun antreprenor, odată ce am ideea de afacere, urmează să mă apuc de treabă. Așadar am ales ca firma mea să se numească „PIX FACTOR”.

Firma „PIX FACTOR” S.R.L. va fi o întreprindere ce se va ocupa cu producția și vânzarea pixurilor (așa cum anunță și titlul) de cea mai bună calitate (metal). Menționez faptul că bila mică din vârf care dozează pasta din rezervor va fi făcută din alamă, oțel, ceramică sau carbură de wolfram cu diametrul de circa 0,7mm, la dorința cumpărătorului.

Scopul acestei firme este de a le satisface dorințele oricărui client în acest scop realizându-se următoarele activități:

Producerea de pixuri după un anumit model

Producerea de pixuri la comandă (în acest caz se acceptă personalizarea acestora)

Punerea în vânzare a pixurilor la un preț rezonabil

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Pixurile „PIX FACTOR” vor avea diferite culori, diferite dimensiuni și diferite forme. De asemenea prezintă o bună calitate fiind confecționate din metal. Instrumentele de scris vor fi rezistente și prezentabile. Nu vor lăsa pete în urma folosirii acestora pe foaia de lucru.

Pixurile din cadrul firmei se vor putea face și la comandă fiind fabricate și personalizate după dorința cumpărătorului (el va fi cel care va alege din ce material va fi făcută bila din vârf și ce model ar dori să aibă noul său pix), iar produsele vor fi livrate în cutii speciale pe care vor fi introduse numele, sigla, adresa și numărul de telefon al firmei. Reclama produselor va fi făcută prin intermediul rețelei mass-media, site web și automobile care vor livra produsele firmei.

PRODUCEREA

Etapele de producție vor fi următoarele:

- Aprovizionare cu materie primă a întreprinderii
- Producerea instrumentelor de scris

Expunerea lor cu scopul de a fi vândute

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de mine, ca asociat unic. Voi coordona întreaga activitate, mă voi ocupa direct de problemele de aprovizionare, producție și desfacere, de asemenea voi angaja și controla personalul.

În cadrul firmei voi avea nevoie de următoarele categorii de salariați: designer, persoane însărcinate cu procurarea de materiale, șofer, distribuitor, o persoană care să asigure igienizarea spațiului, toți aceștia potriviți pentru slujba din cadrul firmei. Aceștia vor fi aleși în urma unui interviu preliminar. Pentru început voi începe vânzarea instrumentelor de scris în cadrul magazinului care va fi amplasat chiar la poarta întreprinderii. Odată ce afacerea mea se va extinde și mă voi face cunoscută pe piață intenționez să-mi deschid propriul magazin.

Cu scopul de a vă determina să vă gândiți și voi la ceea ce vreți să faceți, sper ca v-am trezit interesul pentru a pune în practică totul.

Bibliografie:

Lazăr, N. și Mitrache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a.
București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006

<https://ro.wikipedia.org/wiki/Pix>

<http://blog.promotionalobjects.eu/pixuri-personalizate-pixuri-promotionale/>

<http://www.stilouridelux.ro/informatii-produse>

Ideea mea proprie de afacere

Stanciuc Georgiana ,
Clasa a X a E, Liceul „Regina Maria” Dorohoi

Hmm... Acum, că afacerea mea a atins apogeul dezvoltării, mi-a venit ideea de a scrie o scurtă istorisire de la ce a început și cum am obținut cheia succesului.

Pot spune că temelia afacerii mele este pusă de un copil de 5 ani. Ce-i drept, nici mie nu îmi vine să cred. Totul a început după experiența de a fi bonă timp de o vară. Am promis surorii mele că voi avea grijă de fetița ei, timp în care ea avea să-și facă treburile. Ei bine, am descoperit în acest copil o mare pasiune pentru acea pisicuță cu fundiță roz numită Hello Kitty.



În fiecare zi îmi povestea cât de bucuroasă e de fiecare dată când mami îi cumpăra o cană, o pereche de șosete sau un creion, având drept simbol pisicuța.

M-am gândit că ar putea ieși o afacere destul de profitabilă dacă aș începe să personalizez lucruri și hăinuțe, având în vedere că majoritatea fetițelor de această vârstă adoră culoarea roz și bineînțeles, pe Hello Kitty.

Așa că, având ideea de afacere și sprijinul nepoțelei mele, am început să lucrez la noua mea firmă! Mă gândisem și la un nume, și acela este "COPILĂRIE ROZ", iar sloganul :

„De ești fetiță e frumos

Să visezi la o COPILĂRIE ROZ”

Emblema, cu siguranță că este aceasta

Firma "COPILĂRIE ROZ" S.R.L Dorohoi (mi s-a părut varianta cea mai corectă) avea să fie o întreprindere care se ocupă cu fabricarea și vânzarea de produse personalizate pentru fetițe de vârsta copilăriei. Materialele textile sunt importate din fabrici speciale, astfel încât calitatea să fie una maximă de 100%, fapt ce va mulțumii părinții. Sticla, porțelanul, lemnul, plasticul și celelalte materiale sunt solicitate doar atunci când primim comenzi speciale.

Scopul acestei întreprinderi este satisfacerea dorințelor și totodată necesității fetițelor în materie de haine și bunuri de uz cotidian, în acest scop realizându-se următoarele activități:

Producerea obiectelor după dorința clientului

Realizarea comenzii într-un timp cât mai scurt

Vânzarea articolelor la un preț convenabil

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Produsele sunt fabricate într-o întreprindere, spațiul de muncă este vechiul atelier de confecție, acum renovat și remodelat special pentru confecționarea unor produse de calitate. Culoarele, mărimile și numărul articolelor depind numai și numai de dorința clientului. Consider că posibilitatea de a satisface dorințe într-un timp relativ scurt și calitatea produsului, a determinat dezvoltarea firmei atât de repede.

Bineînțeles că ne răsplătim și clienții fideli. La un număr de 3 comenzi pe lună, a patra este gratuită, iar pentru clienții care comandă pentru prima oară, avem o reducere de 20% și posibilitate de a returna produsul, în cazul în care nu sunt mulțumiți. Ambalajul este unul original, în cutii învelite în plastic roz, cu emblema, semnătura mea și datele firmei. Reclama produselor este efectuată prin intermediul posterelor, dar în special a rețelei mass-media, având angajați speciali care se ocupă cu înnoirea imaginilor și paginilor de primă vedere.

PRODUCEREA

Procesul de producție constă în:

- Aprovizionare cu materie primă
- Confecționarea produselor de oameni îndemânați și informați, după dorința clientului
- Vânzarea și mulțumirea clientului

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Această firmă este condusă de mine. Deocamdată am ca angajați șoferi, croitori, designeri, pictori și informaticieni, însă dacă voi mai avea nevoie, cu siguranță voi căuta noi oameni care să fie dispuși de a munci cot la cot cu șeful lor. Vânzătorii sunt repartizați pe standarde în mall, informaticieni și cei care livrează comenzile.

Sper ca produsele mele să poată fi vândute și în market-uri, de ce nu?

Principiile după care merg în firma mea sunt îndemânarea, eficacitatea și punctualitatea. În prezent sunt mulțumită de punctul de dezvoltare în care am ajuns și sper ca totul și să decurgă la fel de bine sau dacă e loc de mai mult, așa să fie!

Pentru a-mi menține echilibrul contez pe reinventarea a noi modele și informarea clientului, adăugarea de discounturi și realizarea a multe reclame.

Sper că această afacere, care a pornit de la o idee banală să vă stârnească curiozitatea de a încerca și de ce nu, de a realiza o întreprindere de succes! Încercați-vă spiritul antreprenorial, căci dacă nu o veți face, niciodată nu o să știți ce puseși realiza!

BIBLIOGRAFIE

Action Learning pentru IMM-urile din județele Bihor, Sălaj și Satu-Mare. Un nou model de școală antreprenorială în domeniul resurselor umane, Program Phare, 2001;

- Colecția Revistei Idei de afaceri, 2000-2004;

<http://documents.tips/documents/eseu-afacerea-meadocx.html>

Lazăr, N. și Mitrache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006

Propria mea idee de afacere

Streteanu Bianca ,
Clasa a X a B, Liceul „Regina Maria” Dorohoi

Încă de când eram copil, mereu m-au atras jocurile care implicau înființarea unui magazin, fie el de jucării sau pietre frumos colorate pe care le vindeam mereu cu zâmbetul pe buze în schimbul câtorva frunze proaspăt culese de nuc. Apoi, crescând, gândurile mele au evoluat. În mintea mea, în momente de profundă meditație, construiam profilul propriei firme. Ea n-a căpătat niciodată contururi concrete, dar mereu mă imaginaam în mijlocul unei întreprinderi, înconjurată de zeci de angajați care robotesc cu zâmbetul pe buze, cu clienți mereu mulțumiți și care, plini de recunoștință pentru binele făcut, scot bacnotele colorate din portofelele lor din piele fără pic de regret.

Iar, în acest ton, într-o zi ca oricare alta, eliberând dulapul de hainele de toamnă pentru a le înlocui cu cele de iarnă și separând hainele demodate și uzate într-un colț al lor, m-a străfulgerat o idee. M-am gândit că moda este un aspect al vieții foarte schimbător, iar cei ce vor să o urmeze, se aventurează într-o „cursă” intermidabilă și extrem de dificilă. De asemenea, cu hainele demodate sau hainele afectate de timp ce se întâmplă? Ar fi o risipă să le abandonăm. Așa că, în acest spirit, m-am gândit să înființez un atelier în care hainele distruse de uzură să fie recondiționate, iar hainele vechi să fie aduse mereu în pas cu moda actuala. Consider că, acest atelier ar fi benefic, nu numai pentru cei ce vor să fie în pas cu moda, ci și pentru cei care își doresc să recondiționeze perechea de blugi preferată, sau rochia purtată la prima întâlnire care acum e foarte uzată, dar care, în același timp, e așa de plină de sute de amintiri încât nu se pot debarasa de ea în nici un fel.

Astfel, firma mea se va numi „*Vechiul cel nou*” și va avea următorul slogan:

„Ai tăi blugi vechi s-au rupt?

Adu-i la noi la cusut!

Cămașa ta s-a demodat?

Designerii noștri te-au rezolvat!

E nevoie de numai un telefon

La firma «Vechiul cel nou»!”

Firma „Vechiul cel nou” S.R.L. va fi o întreprindere care se va ocupa cu recondiționarea hainelor uzate sau demodate, haine de orice categorie. Astfel, firma va fi reprezentată de o serie de ateliere împărțite în funcție de nevoile clientului: un atelier mare pentru aducerea obiectelor vestimentare în pas cu moda, iar un alt atelier pentru recondiționarea obiectelor de îmbrăcăminte. Cel de-al doilea atelier va fi împărțit în funcție de problemă: un atelier pentru hainele rupte sau cu țesături rărite, un altul pentru hainele pătate sau cu alte defecțiuni. Primul atelier va avea designeri care vor fi mereu la curent cu moda actuală și care vor folosi elemente ale modei curente (paiete, gablonțuri, petice viu colorate etc.) pentru a aduce produsul clientului la standardele dorite.

PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Clienții se vor prezenta la firmă sau pot telefona pentru a le fi ridicate produsele direct de la locuință, specificând ce îmbunătățiri doresc sau care este defectul produsului. Ajunse la firmă, produsele vor fi sortate în funcție de problema lor și vor fi transferate la atelierul corespunzător. Vor fi folosite cele mai de calitate produse pentru ca obiectul de vestimentație respectiv să nu se mai deterioreze și a doua oară și pentru ca ai noștri clienți să fie mulțumiți. Transportul produselor va fi asigurat de automobile personalizate cu numele, sloganul, sigla și un număr de contact al firmei pentru a face și publicitate. De asemenea, media va avea un rol foarte important în promovarea firmei. Va fi creată și o pagină de Facebook și un site web pentru ca oameni de pretutindeni să beneficieze de serviciile firmei.

Clienții fideli vor beneficia de reduceri substanțiale. La 10 produse restaurate, reducerea va fi de 10% și tot așa.

PRODUCEREA

Pentru restaurarea hainelor dar și înnoirea lor, vor fi folosite atât mașini performante de cusut (pentru rezistență), dar, principala forță de muncă va fi cea umană întrucât lucrurile făcute de mână sunt cele mai de calitate și cele mai valoroase.

RESURSELE UMANE

Eu voi conduce și coordona activitatea firmei, voi alege cel mai calificat personal, de la designeri, la croitorese, șoferi, distribuitori, persoane pricepute în domeniul informaticii pentru a administra activitatea firmei în spațiul media, persoane care să relaționeze cu clienții.

Plănuiesc ca „Vechiul cel nou” să aibă în dotare, cu timpul, chioșcuri în cele mai importante orașe, reclame amănunțite care să prezinte cât mai clar și explicit scopul și beneficiile firmei.

De asemenea, clienții mai sceptici pot asista la activitatea ce se desfășoară în cadrul atelierelor pentru a se convinge că personalul calificat depune o muncă de calitate.

Sper că ideea mea de afacere se va concretiza la un moment dat și va avea beneficii atât pentru mine, cât și pentru personalul angajat, dar nu în ultimul rând, pentru oamenii de pretutindeni.

BIBLIOGRAFIE

Chivu I., Popa I., Curteanu D. –Formarea formatorilor - de la teorie la practică Editura economică, București 2000

Hiebeler R., Kelly Th., Kettelman Gh., Anderson Ar., *Cele mai bune practici. Cum reușești în afaceri prin strategii al căror element central este clientul*, Editura Image, București, 1998;

www.managementul-marketingului.com

Propria mea idee de afacere

Ghicioc Roxana Flavia ,
Clasa a X a B, Liceul „Regina Maria” Dorohoi

Ideea mea de afacere ? Cred că aceasta este întrebarea care m-a pus în ipostaza de jurat și m-a determinat să fac cea mai dură preselecție pentru a alege cea mai bună idee din zecile care îmi colindau mintea în acel moment . Ce-i drept mi-a luat ceva timp până să pot alege ceva deoarece afacerile pe care mi le închipuiam erau fie prea profitabile , dar nu erau idei care să mă facă fericită , fie erau afaceri non-profit , dar care mă făceau mândră de alegerea mea . În cele

din urmă am reușit să aleg ideea care să fie atât profitabilă cât și pe placul meu . Deși fac parte din „noua generație”, adică generația în care totul este înlocuit prin intermediul domeniului IT , pot spune că sunt o persoană de modă veche . Ideea mea de afacere vizează cărțile , într-adevăr cărțile vechi nu ne mai încântă , dar tinerii refuzând cărțile vechi , refuză cititul , deci automat exclud și cărțile moderne care ar putea fi pe placul lor . Afacerea pe care mi-o doresc se va numi „O carte pentru fiecare suflet” și va utiliza ca slogan celebrul citat al lui Cicero „O cameră fără cărți e ca un trup fără suflet.”.

Această afacere vizează , în primul rând, tinerii , însă este deschisă tuturor vârstelor. Pentru a atrage cât mai mulți clienți afacerea va avea un site numit „carteamea.ro”. Prin intermediul acestui site , clienții vor spune ce fel de cărți își doresc (de dragoste , de aventură , de groază etc.) , iar eu îi voi ajuta să aleagă cartea potrivită pe care o pot cumpăra atât sub formă digitală , cât și sub forma standard de carte normală . După ce au fost citite cărțile în format standard pot fi returnate și vândute la un preț mai mic, clientul primind 70% din banii dați înapoi , iar în cazul cărților în format digital, clientul va primi 25% din bani înapoi dacă acesta va determina doi prieteni să-și achiziționeze cărți de la firma mea .

Firma „O CARTE PENTRU FIECARE SUFLET” S.R.L. (este forma juridică cea mai convenabilă) se va ocupa de vânzarea cărților , în parteneriat cu câteva edituri precum CORINT , RAO, POLIROM etc. Aprovizionarea cu cărți se va face cu ajutorul editurilor cu care suntem în parteneriat . Site-ul firmei va facilita relația vânzător-cumpărător și va favoriza profitul afacerii.

Scopul afacerii este de a încuraja cititul și de a păstra adevăratele valori culturale , în acest scop realizându-se următoarele:Întemeierea unei pagini online care facilitează relația vânzător-cumpărătorFirma va încheia parteneriate cu cât mai multe edituri pentru a avea o gamă largă din care clientul să aleagăPosibilitatea de a returna produsul , clientul primind înapoi o anumită sumă de bani





PRODUSELE ȘI SERVICIILE

Produsul va fi fabricat de către editurile cu care firma se află în parteneriat. Pentru clienții a căror comandă depășește suma de 100 de lei transportul va fi gratuit, altfel se plătesc taxele normale. Clienții pot returna cărțile normale și vor primi înapoi 70% din costul produsului, iar în cazul în care clientul își convinge doi prieteni să facă fiecare câte o comandă de pe site-ul nostru care să depășească suma de 50 de lei (cei doi prieteni vor confirma faptul că site-ul le-a fost recomandat de clientul în cauză), acel client va primi 25% din suma pe care a plătit-o pe cartea în format digital. Cărțile vor fi ambalate într-o cutie prevăzută cu emblema firmei și cu datele de contact. Reclama va fi efectuată cu ajutorul rețelei mass-media, foilor volante a site-urilor web.

PRODUCEREA

Produsele vor fi distribuite firmei de către editurile cu care se află în parteneriat. Împachetarea se va face la sediul firmei.

RESURSELE UMANE ALE FIRMEI

Firma va fi condusă de mine, ca asociat unic. Voi coordona întreaga activitate, mă voi ocupa personal de comenzi și de aprovizionarea cu cărți, totodată voi angaja și controla personalul. Voi avea nevoie doar de 5 oameni care se vor ocupa cu împachetatul produselor. Livrarea produselor se va face prin intermediul Poștei române sau CARGUS, cu care firma va semna un parteneriat.

Menționez că scopurile mele sunt de a păstra vie dorința lumii de a citi și de a facilita cititul.

Deși este o idee banală, tind să cred că am atras atenția asupra ei și mă veți ajuta să-mi dezvolt întreprinderea făcând dvs. primele comenzi pentru a testa valorile fundamentale de care sunt sigură că firma mea va da dovadă: punctualitate, dinamism și eficiență.

BIBLIOGRAFIE

1. Lazăr N. și Mitache M. Educație antreprenorială, Manual pentru clasa a X-a. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006
2. http://www.realitatea.net/cum-se-alege-numele-firmei_1109375.html
3. <http://www.revistabiz.ro/primii-pasi-pentru-inceperea-unei-afaceri-117/>
4. <http://www.plan-de-afacere.ro/cum-sa/cum-sa-initiezi-o-afacere/10-pasi-sa-iti-incepi-propria-afacere/>

Propria mea idee de afacere

Luca Ana –Maria
Liceul Economic “Octav Onicescu” Botoșani

Dacă ar fi să-mi deschid propria afacere, aceasta ar fi un salon de înfrumusețare.

Cu toții știm că în zilele de azi majoritatea femeilor își petrec o parte din timpul liber în astfel de saloane. Pentru a demara o astfel de afacere voi avea nevoie de un capital; îmi vor fi necesare diferite aparate, ustensile și produse care vor fi utilizate pentru înfrumusețarea facială, a unghiilor, și a părului.

Această idee mi-a venit odată cu plăcerea de “a mă aranja”, de “ai aranja” și pe alții când am ocazia.

Încă de când eram mică mă jucam cu parul păpușilor. Desigur, îl încâlceam, dar credeam că fac totul bine. Crescând am învățat să împletesc în diferite moduri și diferite modele, chiar dacă părea uneori un chin pentru sora mea, care se plângea de fiecare dată când o trăgeam de păr.

Într-o zi, căutând prin lucrurile mamei, am găsit două sticlute mici, roșii, erau oje. După ce am aflat de ele, am început să-mi fac unghiile, treptat, în diferite moduri.

Acum, această plăcere s-a amplificat din dorința de a face lucrurile din ce în ce mai bine, cu mai multă atenție și cu mai multe idei.

Cred că o astfel de idee pentru afacere, ar fi destul de profitabilă. Pentru mine este un lucru important să le demonstrez celorlalte persoane că pot câștiga bani prin propriile mele puteri și că pot conduce o afacere astfel încât să merite efortul depus de mine, cât și de angajați.

Înființarea acestei afaceri va avea un impact social important în sensul că voi putea oferi locuri de muncă unor oameni calificați ca frizeri, coafezi, manichiuriști. Aceștia vor presta servicii pe placul clienților astfel încât circuitul acestora să crească. Această idee este deosebită deoarece pasiunea mea va imprima serviciilor prestate o calitate superioară în raport cu celelalte saloane, la preturi avantajoase. Nu va fi de neglijat faptul că salonul îmi va oferi o sursă bună de venit pentru mine și familia mea.

De asemenea, salonul poate fi un loc bun pentru elevii ce fac practică în acest domeniu, oferindu-le sprijinul și nevoia necesară.

Odată ce utilizez anumite produse necesare pentru serviciile prestate în firmă, voi putea, totodată, să le prezint și să le promovez clienților.

Deschiderea afacerii îmi aduce responsabilități mari, mă va obliga să-mi organizez mai bine timpul, cât și banii.

Prin intermediul unei astfel de întreprinderi mă pot face cunoscută în rândul saloanelor renumite.

Angajații vor fi specializați și astfel clienții, chiar și cei mai pretențioși, vor putea beneficia de aceste servicii.

Mă voi simți împlinită prin inițierea și dezvoltarea acestei afaceri. Deja numai ideea de a avea posibilitatea să-mi pun în aplicare creativitatea și de a fi propriul meu șef îmi dă fiori de încântare.

Viitoarea afacere se pliază pe preocupările mele din copilărie și din adolescență, chiar din viața de zi cu zi. În mod sigur voi investi multă pasiune în această afacere, ceea ce va contribui în mod decisiv la succesul acesteia.

Propria mea idee de afacere

Baciu Naomi

Clasa a X a E, Liceul "Regina Maria" Dorohoi

Să vă povestesc despre ideea mea de afacere și cum am ajuns să îmi doresc asta. Ideea mea a început de când eram mică, mereu mi-au plăcut câinii și nu suportam să îi văd cum îngheață de frig iarna. Pe atunci nu știam că sunt haine pentru căței, poate erau prea scumpe și din cauza aceasta nu vedeam oameni care să plimbe cățelei îmbrăcați. Am mai crescut și am păstrat această dorință. Am realizat că stăpânul are de câștigat din această afacere, nu o să mai fie nevoie să tot șteargă lăbuțele și blana cățelului. Consider că este o afacere profitabilă pentru ambele tabere, stăpânii câștigă timpul în care ar trebui să curețe cățelul, animalul de companie primește confort în anotimpul rece. Firma mea se va numi LI Puppy Clothes, vor fi haine pentru orice dimensiuni, îmi doresc ca orice rasă să se poată bucura de această afacere. Nu mi-am propus această afacere cu scopul de a scoate profit din ea. Iubind câinii mă interesează mult și sănătatea lor. De exemplu, câinii de talie mare au des probleme de sănătate, în special cu plămânii. Nimeni nu își dorește să își vadă animalul suferind, trebuie să avem grijă de sănătatea cățeilor, noi de ce să ne îmbrăcăm gros în anotimpul răcoros și ei să îndure frigul?

Caracteristicile produselor oferite de firma mea vor fi:

- Materialul va fi: bumbac, acrylic, polistiren.
- Dimensiuni pentru orice tip de rasă.
- Vor fi confecționate de angajați ai firmei aleși cu mare atenție.

Prețul acestor haine nu va fi mare. Astfel, pot oferi produse nu prea scumpe. Îmi doresc ca oricine să poată achiziționa niște botoșei și o bluză pentru animaluț.

- Se vor putea face și haine cu model la comandă.

Firma dorește să atragă clienții prin oferirea unor servicii de calitate. În prima lună vor fi reduceri prin care consider că vom atrage clienți care vor rămâne plăcut surprinși de produse și vor spune despre firma noastră și mai departe. Pentru a putea satisface clienții fideli, vor primi un voucher cu 20% când considerăm că merită această ofertă.

Organizarea firmei

Firma dorește să se extindă în mai multe orașe din țară, iar pe viitor mi-aș dori să p extind și în alte țări, dar pentru început o să mă limitez la un singur oraș. Sediul va fi într-o zonă populată, fiind ușor de observat de trecători care pot intra să vadă cum se lucrează hainele de câini, fără a deranja angajații.

Angajații care se ocupă cu realizarea produsului vor fi dintre cei mai pricepuți și vor avea un spațiu amenajat special pentru a putea lucra în liniște și li se va oferi mâncare și orice mai au nevoie, lucruri care nu vor scade din salariu. Aceștia vor folosi mașini de cusut pe care le voi primi gratis de la unchiul meu, patronul unei firme cu obiecte care țin de croitorie. Angajații trebuie să aibă studii și să își dovedească calificarea printr-o diplomă. Firma va răsplăti munca depusă de angajații care se implică într-un mod foarte serios printr-o mărire de salariu. În personal va fi și un angajat care să se ocupe cu notarea celor care nu vin o zi la firmă și cu notarea celor care nu lucrează la nivelul care ar trebui.



O să mă consult cu un veterinar care să mă ajute cu niște sfaturi despre cât de groase sau subțiri pot fi hainele, încât să nu deranjeze animalul. Aceste sfaturi trebuie date în funcție de rasa câinelui.

Concurența nu prezintă un motiv de frică pentru mine. Consider ca voi avea o firmă de mare succes prin prețul și calitatea produsului. Nu spun că aș fi mai bună decât alți competitori, dar știu cum să îmi ating obiectivul. Un avantaj ce îl va avea firma mea este faptul că voi lăsa clienții să contribuie cu idei pentru produse pentru a le face mult mai interesante.

Activitatea de promovare o să fie realizată prin informarea persoanelor de ofertele firmei și avantajele de a avea aceste produse. O să realizez niște pliante care vor fi împărțite prin școli și voi ruga copiii să le arate și părinților. O să fie împărțite și prin diferite apartamente și chiar lipite pe stâlpi din oraș. Sunt sigură că aceasta este cea mai bună cale de a face reclamă firmei.

Vreau să se împartă pliante prin școli pentru că sunt sigură că elevii care dețin căței vor fi interesați când o să citească despre avantajul de a feri animalul de o răceală și își vor determina părinții să îmi cumpere produsele.

Încă am timp să găsesc noi idei care să îmbunătățească aceasta firmă și să îmi aducă un profit destul de bun. Mă concentrez asupra stării de bine și de satisfacție care o va primi clientul când o să își vadă prietenul canin sănătos și plin de viață într-un anotimp care îl întrista înainte.

BIBLIOGRAFIE

Chivu I., Popa I., Curteanu D. –Formarea formatorilor - de la teorie la practică Editura economică, Bu GATES, Bill. (2002). @faceri cu viteza gândului. Spre un system nervos digital. București; Editura Amaltea curești 2000

GATES, Bill. (2002). @faceri cu viteza gândului. Spre un system nervos digital. București; Editura Amaltea

Hiebeler R., Kelly Th., Kettelman Gh., Anderson Ar., *Cele mai bune practici. Cum reușești în afaceri prin strategii al căror element central este clientul*, Editura Image, București, 1998;

www.managementulmarketingului.com;

<http://www.lorand.biz/dezvoltare-personala-si-profesionala/dezvoltarea-personala-cea-mai-buna-investitie/>

Propria mea idee de afacere

Autor: Olaru Alina Florentina
Colegiul Economic “Octav Onicescu” Botosani



Deoarece fotografiile fură sufletul oamenilor, eu ca fotograf voi da suflet fotografiilor. De aceea, am luat și decizia de a înființa o afacere: cea de a deschide un studio profesional de fotografie.

În prezent, nu există o definiție legală a afacerii în România. O afacere reprezintă orice activitate practică de către persoanele fizice și juridice care au drept scop obținerea de venit.

Fotografia este una dintre pasiunile mele. Dacă ar fi să vorbesc pe larg despre pasiunea pentru fotografie mi-ar trebui zeci de pagini, dar o să încerc să surprind ce e mai important în câteva rânduri. Prima dată când am început să simt gustul acestei pasiuni a fost acum câțiva ani în urmă când am primit de Crăciun un aparat foto compact Nikon. A fost dragoste la primele cadre! Din acel moment m-am decis să fac poze și să ajung un fotograf profesionist. Mi-a plăcut mereu să fac fotografii, să „prind” și să „memorez” în imagini pe hârtie sau mai nou digitale, momentele unice din viața mea, pentru ca apoi să îmi pot aminti cu drag de clipele trăite sau locurile vizitate. Iar de când a apărut și posibilitatea de stocare a imaginilor pe suport digital numărul fotografiilor pe care le am a crescut foarte mult.

Chiar dacă multe dintre fotografiile nu ies așa cum mi-ar plăcea, continui să immortalizez cât de des pot aceste momente, clipe, frânturi de viață. Prietenii deja îmi știu pasiunea și atunci când mă invită la un eveniment din viața lor nu se mai miră că mă văd cu aparatul la gât.

De aceea vreau să îmi fac propriul studio de fotografie, deoarece e o afacere "de casă" și care mă pasionează prin surprinderea unor instantanee inedite sau amintiri de neuitat. Pot câștiga destul de bine dacă am talent și îmi găsesc clienți și contracte avantajoase: pot face poze la nunți, botezuri, petreceri, aniversări pe care le voi prelucra în propriul meu studio.

Propria mea idee de afacere

Autor: Pascaru Mihaela-Bianca
Colegiul Economic "Octav Onicescu" Botoșani

Consider sportul foarte important pentru viața omului. Încetul cu încetul încep să-mi dezvolt o pasiune, iar exercițiile fizice fac parte din rutina mea zilnică. Îmi place să am un stil de viață sănătos și să am grijă de corpul meu. Îmi place să descopăr diferite rețete și să-mi prepar o masă gustoasă și sănătoasă, bogată în proteine.

Pe viitor aș vrea să promovez stilul de viață sănătos. Din ce în ce mai mulți oameni se luptă zilnic cu surplusul de greutate, mănâncă foarte prost, iar din această cauză se îmbolnăvesc. Dorind să-i ajut pe acești oameni, vreau să înființez o firmă care să scoată pe piață produse care să-i ajute să slăbească și să scape de anumite boli. Pe lângă această firmă, aș face și un sediu unde pot veni persoane de toate vârstele pentru a afla mai multe lucruri despre nutriție și o sală de sport. Vor avea la dispoziție un nutriționist care va prezenta anumite teme și va răspunde la orice întrebare care i se adresează. La sala de sport va fi un antrenor care îi va învăța ce exerciții ar trebui să facă și cum să le execute corect pentru a avea rezultate fabuloase.

Cred că oamenii vor fi foarte curioși și vor fi atrași de acest proiect.

Prin intermediul înființării acestei afaceri, îmi pot satisface nevoile materiale. Având un venit mai mare, îmi pot cumpăra orice îmi doresc și pot asigura un viitor pentru mine și familia mea. Pe lângă acestea, îmi pot satisface și nevoile spirituale. Făcând sport, mă simt cel mai bine și mă voi simți și mai bine când voi ști că prin intermediul pasiunii mele îi pot ajuta și pe alții.

Avantajele înființării unei afaceri se concretizează astfel:

În primul rând ajut mai multă lume. Ca angajat îmi ajut în mod direct doar șeful, dar ca întreprinzător am ocazia să schimb viețile a sute de oameni. În consecință primesc recunoștință. Când ai propria afacere, primești felicitări în persoană sau pe mail de la zeci de persoane.

Un alt avantaj este faptul că ajungi să înțelegi mai bine pe ceilalți. Ca patron ai obligația să știi foarte bine cine e clientul tău. Acest obicei de a căuta neîncetat să înțelegi clientul din ce în ce mai bine, mă va ajuta și în viața personală.

Când ai propria afacere îți gestionezi mai bine timpul. Îți fixezi singur orele între care să lucrezi, pauzele, precum și activitățile care țin de viața personală.

O afacere îți oferă șansa de ați atinge multe obiective.

Cred că această afacere va avea succes deoarece oamenii din ziua de azi caută tot mai multe soluții pentru a fi sănătoși și a avea o viață mai ușoară.

Propria mea idee de afacere

Autor: Simionescu Alina Elena
Colegiul Economic "Octav Onicescu" Botoșani

Pentru a avea succes într-o afacere, după părerea mea, este esențial să îmbini utilul cu plăcutul. Așa nu vei pleca supărat la munca, ci vei pleca fericit pentru că faci ceea ce-ți place.

Ca orice om educat iubesc arta. Îmi place să desenez, să pictez, să ascult muzică, să fac fotografii, să mă uit la filme dar cel mai mult îmi place să cânt. Nu toți cei talentați au posibilitatea de a urma un liceu de arte, sau alții vor să facă altceva în viață, dar totuși nu ar dori să-și irosească talentul. Într-o astfel de situație mă aflu și eu și de aceea cred că o modalitate de a răspunde acestei provocări este de a iniția și dezvolta o afacere în domeniul artei. Mai exact, o școală de arte cred că ar fi binevenită.

Sunt de părere că, dacă îmi înființez o proprie afacere, voi lăsa ceva în urmă, voi construi ceva ce poate va schimba societatea în bine, nu voi trece prin viață fără a face un lucru semnificativ. M-am gândit să înființez o școală de arte în Botoșani deoarece este un oraș unde nu există o astfel de școală. Există o școală de arte dar este specializată doar pe muzică, iar școala pe care eu îmi doresc să o întemeiez va avea mai multe departamente precum: desen, muzică, film, teatru, fotografie, pictură, dans și modelaj.

Scopul meu este cel de a ajuta pe cei ce vor să își extindă cunoștințele în domeniul ales de dânsii, să poată să profeseze după ce urmează această școală, să poată arăta întregii lumi ce știu ei mai bine să facă.

Cu ajutorul unei finanțări externe și cu banii cu care elevii plătesc orele, școala va putea fi echipată cu profesori specializați, dar și cu tot felul de echipamente necesare desfășurării orelor. Departamentul de muzică va avea amenajată o sală mare, specială, în care se vor găsi: o scenă, stații profesionale, microfoane, portative și multe cărți din domeniu. Și secțiile de desen, film, pictură, dans și modelaj vor fi dotate cu echipamente necesare pentru a-i ajuta pe elevi să învețe. Pe lângă echipamentele necesare pe care le va deține, secția de fotografie va organiza excursii în toată lumea pentru a-i învăța pe elevi să surprindă natura în toată splendoarea sa. Cursurile de teatru vor putea fi acompaniate de mari vedete în domeniu pentru a-i ajuta pe elevi să profeseze, dar și mici trucuri de scenă.

Școala de arte va organiza la fiecare sfârșit de an de studiu și la mari evenimente, spectacole pentru a arăta întregii lumi talentul pe care elevii îl stăpânesc. Odată la 2 luni școala va organiza o expoziție de tablouri realizate de elevi care vor putea fi cumpărate de doritori. Așa, ei vor putea câștiga și bani din munca și talentul lor.

După ce elevii termină școala de arte vor primi un atestat pe care îl vor putea folosi într-o eventuală angajare. Școala urmărește să ofere și un loc de muncă pentru câțiva dintre elevii promovați, care își doresc să-și împartă cunoștințele cu noii copii. Orele se vor desfășura în cursul anului școlar, dar fără a încurca activitatea acestora.

Cursurile sunt contra cost, iar pe timp de vară, doritorii pot beneficia de acestea, dar la un preț mai ridicat.

Sunt de părere că ideea mea este viabilă deoarece, pe de o parte școala de arte va umple o nișă în piața locală, iar pe de altă parte se pare că oamenii au devenit tot mai conștienți de importanța educației artistice și astfel vor fi dornici de a cunoaște mai multe.

Artă ne îmbunează sufletul, ne ajută să ne regăsim și chiar să ne înțelegem pe noi înșine, după cum spunea și Pablo Picasso „Artă spală sufletul de tot praful fiecărei zile din viața noastră”. Oamenii cu educație artistică vor fi oameni detașați de „praful” inherent al unei zile obișnuite. În mod sigur sănătatea lor psihică va avea de câștigat.

SECȚIUNE DE PROIECTE

PLAN DE AFACERI

Tudosă Diana Beatrice, Clasa XII F, Liceul „Regina Maria” Dorohoi



1. **Firma:** S.C. BETTY CLUB S.R.L

2. **Sloganul:** Acasă de te plictisești/ Să te distrezi, la noi reușești!

3. **Emblema**

4. **Descrierea activității propuse**

- Obiectul de activitate: COD CAEN : 9329 - Alte activități recreative și distractive n.c.a. – activități ale parcurilor recreative (fără cazare)

- Preț de pornire: 30.000 RON

- Investiția necesară – 30 000 RON

- Puncte de vânzare: va exista, pentru început, un singur punct de prestare a serviciilor de recreere, situat în strada Ion Minulescu nr.2

- Echipa de conducere : Tudosă Diana Beatrice

- Echipa de vânzare va fi formată din două persoane care se vor ocupa cu supravegherea copiilor în timpul jocului și cu întreținerea acestora; acestea vor avea certificat de specializare în domeniu și experiență în supravegherea copiilor de vârste diferite.

- Scopul: amenajarea unui spațiu dinamic de relaxare și de joacă

- Obiective : joaca este un lucru natural pentru copii, care le dezvoltă imaginația și îi învață să interacționeze cu ceilalți. Deci îmi propun ca obiective:

dotarea cu aparate de joacă pentru copii

dotarea cu băncuțe și măsuțe unde se pot desfășura activități de învățare

oportunități excelente pentru o bună creștere și dezvoltare.

5. **Descrierea produselor și serviciilor**

- Amplasamentul firmei : spațiul de care dispun este de 250 mp și nu are în dotare aparate de joacă specifice nivelului de vârstă preșcolară și școlară până la 8 ani.. Oportunitatea investiției este justificată de necesitatea punerii în valoare a spațiului și a creării unui loc de recreere, promenadă, joacă pentru copii. Este benefic să existe în oraș un loc de joacă ținând cont că activitățile în spațiile de joacă sunt importante pentru copii ajutând atât la dezvoltarea fizică cât și mentală, jocul fizic testând atât abilitățile cât și capacitatea de exprimare, creativitatea, îndemânarea, antrenând funcțiile motorii și stimulând imaginația.

- Descrierea procesului de producție

Procesul de producție constă în amenajarea unui spațiu de joacă modern, realizat din materiale ce nu pun viața copiilor în pericol, un spațiu care să încurajeze copiii să-și dezvolte personalitatea. imaginea de sine pozitivă, capacitățile de cooperare și colaborare, realizarea unor relații bazate pe încredere și respect reciproc.

6. Managementul și personalul

Conducerea firmei va fi asigurată de managerul antreprenor, Tudosă Diana care va administra firma. Personalul va fi reprezentat de două supraveghetoare pentru copii, care vor fi selectate în urma unei selecții drastice după depunerea CV și prezentarea la interviu. Este necesară o selecție foarte riguroasă deoarece este vorba de clienți copii care au nevoie de multă atenție și supraveghere continuă pentru a ne desfășura activitatea în deplină siguranță și cu mulțumiri din partea părinților. Este știut faptul că un client mulțumit îți aduce și alți clienți.

Pentru aceste posturi este cea mai potrivită o persoană cu o vârstă cuprinsă între 20-25 de ani, dinamică, sociabilă, amabilă cu copii, capabilă să asimileze rapid cunoștințele și să învețe din greșeli; să aibă un caracter deschis, prezența de spirit, înfățișare plăcută, cu un program flexibil.

7. Planul financiar

veniturile firmei vor proveni din încasarea banilor din chiria pentru o oră de joacă, astfel: luni-vineri- 8 lei ora de joacă, week-end- 10 lei ora de joacă și organizarea de petreceri 15 lei de copil pentru 4 ore de închiriere.

Costurile de producție sunt calculate astfel: iluminatul general și încălzirea unității – 400 lei/lună, salariile supraveghetorelor – 1200 lei/lună/persoană, materiale consumabile - 200 lei, salariul managerului – 2000/lună

Venituri preconizate – în funcție de orarul săptămânal dacă se iau în considerare, în medie, câte 6 ore pe zi și un număr mediu de 5 copii pe oră, înseamnă $6 \text{ ore} \times 5 \text{ copii} \times 8 \text{ lei} = 240 \text{ lei/zi}$, deci $240 \times 5 = 1200 \text{ lei}$.

În week-end întrucât, după un mic studiu de piață efectuat de mine, am constatat că numărul de copii va fi mai mare, calculez în medie câte 10 copii la un număr de 8 ore (copiii nu sunt la grădinițe și școli, au mai mult timp liber pe care și-l pot petrece la locul de joacă); astfel veniturile ar putea fi în medie $8 \times 10 \times 10 \text{ lei} = 800$, deci în două zile de week end încasările preconizate sunt de 1600 lei. Deci, 2800 lei pe săptămână. Fără să mai luăm în calcul și eventualele petreceri care sunt taxate la 15 lei/oră.

Deci, venitul lunar preconizat ar fi de $2800 \times 4 = 11200 \text{ lei}$.

Dacă scădem cheltuielile preconizate de 5000 lei, ar ieși un profit lunar de $11200 - 5000 = 6200 \text{ lei}$.

Dacă mai scădem niște cheltuieli neprevăzute 200 lei și un buget de promovare de 400 lei ar rezulta un profit de 5600 lei

În primul an aș dori să reinvestesc profitul în funcție de ceea ce îmi doresc mititeii pentru a face cât mai atractiv locul de joacă.

8. Modalități de promovare

Activitatea de marketing are ca obiectiv informarea potențialilor clienți de ofertele și avantajele pe care le poate oferi firma mea. În acest scop voi elabora materiale promoționale, constând în fluturași promoționali. Fluturașii promoționali au fost distribuiți prin intermediul colaboratorilor. De asemenea au fost angajați doi promoteri care, timp de o săptămână, contra sumei de 100 RON fiecare, au distribuit fluturașii în cutiile poștale ale orașului. Sunt convinsă că cea mai bună reclama va fi totuși calitatea serviciilor noastre, iar cel mai eficient mijloc de promovare vor fi chiar clienții noștri care vor recomanda serviciile și produsele noastre. Voi urmări, de asemenea, promovarea numelui și serviciilor prin încheierea de parteneriate cu posturile de radio și televiziune, precum și cu presa scrisă locală, pentru obținerea de spații publicitare cu costuri minime. Am estimat suma de 400 lei / lună, timp de un an, ca fiind necesară și suficientă pentru promovarea serviciilor noastre.

Plan de afaceri

Lefter Andreea

Clasa a XII a E, Liceul "Regina Maria" Dorohoi

I. FIRMA – denumire, formă juridică

F.E. Relax & Travel S.R.L. este o firmă de exercițiu, situată în localitatea Dorohoi, str. B-dul Victoriei, nr.112, jud. Botoșani, cod poștal 715200.

Forma juridică: S.R.L (Societate cu răspundere limitată)

Capitalul social de 800 lei, împărțit în 80 părți sociale/acțiuni/părți de interes, fiecare având valoare egală de 10 lei, fiecare asociat/acționar deținând un număr de 10 părți sociale/acțiuni/părți de interes.

Asociați: Lefter Andreea Diana, Cojocariu Sevinc Georgiana, Hăpăianu Cosmin Florin, Ionel Ana Maria, Onciu Dănuț Ionuț, Pavel Crina Larissa, Pavel Simona, Surmei Ioana Andreea.

II. SLOGANUL



III. EMBLEMA



IV. DESCRIEREA ACTIVITĂȚII PROPUSE

Obiectul de activitate: activități ale agențiilor turistice.

Codul CAEN: **7911 Activități ale agențiilor turistice.**

F.E. Relax&Travel S.R.L. are ca obiect de activitate oferirea de activități în domeniul turismului și de pachete turistice în scopul atragerii clienților.

Printr-o studiere minutioasă a pieței, am aflat care sunt așteptările publicului de la o agenție de turism: prețuri cât mai mici și condiții deosebite.

Serviciile pe care le oferă firma clienților sunt:

Asigurarea de ghizi și asistenta turistică;

Transportul cu autoturisme, microbuze, autocare;

Servicii de îngrijire a copiilor, persoanelor cu handicap, animalelor domestice proprietatea turistilor;

Servicii de asigurare a securității turistului și de salvare în caz de pericol;

Transferuri de la aeroport – gara și retur;

Transportul intern cu orice mijloc de transport.

Principalele activități desfășurate de această agenție de turism:

Vacante combinate circuit -sejur mare-munte;

Sejururi și tratamente în stațiuni balneo-climatice;

Voiaje la sfârșit de săptămână;

Voiaje de studii;

Tabere pentru elevi, studenți;

Congrese, reuniuni;

Pelerinaje etc.

Costurile pentru deschiderea unei agenții de turism sunt relativ mici, în raport cu alte activități, acesta fiind și unul dintre motivele pentru care s-au înființat atât de multe firme pe acest profil.

Costurile includ: înființarea societății (maximum 300 €), achiziționarea echipamentelor de birou (computere, soft, imprimantă, copiator, scanner: 1500-5000 €, în funcție de numărul de computere care se achiziționează), cheltuieli legate de cumpărarea sau închirierea sediului, alte cheltuieli inițiale (stabilire contacte cu partenerii, angajare personal, consumabile, cheltuieli cu promovarea etc). Un instrument util în calcularea tuturor costurilor implicate de înființarea afacerii este template-ul Costuri Start-up.

Rata profitului net nu este una spectaculoasă, de regula ea atingând în jur de 3-5% din cifra de afaceri, însă este vorba despre o piață care înregistrează creșteri semnificative la nivel global.

Pentru asigurarea succesului funcționării afacerii este extrem de importantă păstrarea unei evidențe stricte a intrărilor și ieșirilor de bani. Pentru a avea o evidență cât mai bună a încasărilor și plăților, utilizați template-ul fluxul de numerar.

În această etapă vă puteți ușura semnificativ munca utilizând o aplicație Excel pentru planuri de afaceri, un soft creat special pentru antreprenori și pentru care nu aveți nevoie de cunoștințe de contabilitate extinse pentru a putea profita de avantajele lui.

V. DESCRIEREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR

Activitățile acestei firme constau în producerea, comercializarea și promovarea unor aranjamente turistice diverse, ca și vânzarea de servicii turistice izolate.

F.E. va oferi următoarele servicii:

bilete de odihnă și tratament în stațiunile din țară;

tabere și programe educaționale (lingvistice, de creație, cultural-educative) pentru elevi și studenți;

sejururi internaționale în sistem hotelier sau "homestay" (gazduire la familii);

circuite interne și mai ales internaționale;

transport turistic cu mijloace de transport închiriate în țară și străinătate;

rezervări de bilete pentru avion / tren;

asigurări medicale;

carte verde;

asigurare auto (RCA).

Agenții de turism ale firmei SC Relax&Travel SRL se implică în organizarea de conferințe, congrese, seminarii și diverse alte evenimente.

Câteva din pachetele promoționale:

Produs	Pret (lei/UM)	Pondere în vânzări totale
Sejur de 7 zile Dubai/2 persoane,zbor inclus	850 euro	2%
Sejur de 3 zile statiunea Busteni/persoana+lectii de sky incluse in pret	350 RON	78%
Sejur de 7 zile pe litoral,hotel 4 stele,cu vedere la mare/familie(mama,tata si copil(10 ani))	2.500 RON	20%

VI. MANAGEMENTUL ȘI PERSONALUL

Echipa de management

1. Administrator – Director general – Lefter Diana Andreea

elaborează fișa postului pentru personalul care va fi angajat împreună cu șefii compartimentelor;

semnează documentele contabile de cumpărare de la furnizori în conformitate cu prevederile

Legii 82/1991, cu modificările și completările ulterioare;

are drept de semnătură pe documentele justificative și în bancă;

emite decizii cu privire la buna desfășurare a activității din unitate;

organizează și coordonează activitatea generală a societății;

stabilește anual, împreună cu directorii de departamente, obiectivele generale de dezvoltare - comunică fiecărui director obiectivele generale și specifice previzionate pentru fiecare departament și urmărește ca acestea să fie comunicate personalului din cadrul fiecărui departament;

aprobă bugetul de venituri și cheltuieli (BCV) și rectificările acestuia;

identifică oportunități de afaceri;

asigură managementul firmei, clauza de confidențialitate, relații la locul de muncă: de subordonare, supraordonare și de colaborare;

reprezintă firma în relațiile protocolare cu furnizorii, clienții și alte organisme/ organizații cu impact real/ potențial asupra rezultatelor firmei;

asigură rețeaua de relații necesară dezvoltării activității firmei.

2. Manager resurse umane – Pavel Crina Larisa

cunoaște și respectă prevederile din Manualul de Asigurarea Calității;
cunoaște prevederile Contractului Colectiv de Muncă;
cunoaște prevederile Contractului Individual de Muncă - cunoaște și respectă prevederile Regulamentului de Organizare și Functionare;
cunoaște și respectă prevederile Regulamentului de Ordine Interioară;
posedă experiența și capacitate profesională corespunzătoare postului;
cunoaște activitatea și legislația în vigoare specifică compartimentului;
trebuie să posede cunoștințe de psihologie organizațională și diagnoza;
cunoaște un editor de text pe calculator;
trebuie să știe să opereze cu o bază de date (Excel, FOX, Access);
trebuie să știe să utilizeze programul Power Point;
trebuie să cunoască un program statistic de prelucrare a datelor (SPSS, Statistica, Statview);
cunoaște legislația de personal în vigoare.

3. Manager marketing – Onciu Dănuț Ionuț

implementează planurile de marketing pentru produsele alocate;
administrează eficient relația cu furnizorii;
asigură suport informațional pentru echipa de vânzări;
menține stocul de mărfă în optimul stabilit;
identifică și contactează potențiali clienți în vederea negocierii, încheierii și executării contractelor comerciale;
întocmește oferte de servicii;
acordă asistență clienților și potențialilor clienți;
negociază, încheie și asigură executarea contractelor și acordurilor comerciale;
ține evidența contabilă primară și întreține relațiile cu clienții din portofoliu etc.

4. Director comercial – Surmei Ioana Andreea

elaborează și propune spre aprobarea conducerii firmei planul de vânzări însoțit de o politică dinamică de creștere continuă a volumului de vânzări;
urmărește realizarea planului de vânzări;
stabilește obiective clare pentru orientarea și organizarea activității de vânzări în firma;
analizează săptămânal și ia decizii privind comenzile transmise de clienți pentru produse / servicii;
participă la elaborarea de strategii și la organizarea campaniilor de promovare pentru produsele / serviciile noi;
contactează noi clienți și le prezintă propuneri concrete de colaborare;
urmărește încasarea la termenele stabilite prin contracte a sumelor datorate de clienți;
coordonează, îndrumă și controlează modul de organizare și desfășurare a activității Agențiilor de turism, astfel încât să asigure utilizarea eficientă a timpului de lucru;
urmărește permanent activitatea concurenței;
urmărește culegerea informațiilor comerciale care interesează firma și întocmește rapoarte informative către Directorul General;
menține permanent legătura cu Agenții de turism din punctele de vânzare, solicitând informații despre stadiul activităților programate, activitățile în curs de desfășurare, situațiile nou create etc.

Alți membrii ai echipei (angajații):**1. Contabil șef – Hăpăianu Cosmin Florin**

verificarea întocmirii corecte a documentelor primare;
introducerea de date în baza de date contabilă;
verificarea datelor introduse;
raportare debite restante ale clienților;
correspondența cu terții, pentru asigurarea corectitudinii datelor și documentelor transmise, precum și asigurarea transmiterii acestora la timp, pentru respectarea termenelor de închidere lunare;
verificarea și asigurarea respectării procedurilor de lucru pentru operațiunile aflate în aria sa de control;
urmărirea și evidența documentelor cu regim special;
urmărirea și evidența stocurilor secundare din stația de îmbuteliere (altele decât materii prime);
buna cunoaștere a sistemului contabil din România etc.

2. Specialist în publicitate și marketing – Ionel Ana Maria

implementează planurile de marketing pentru produsele alocate;
administrează eficient relația cu furnizorii;
asigură suport informațional pentru echipa de vânzări;
menține oferta de servicii în optimul stabilit;
identifică și contactează potențiali clienți în vederea negocierii, încheierii și executării contractelor comerciale;
întocmește oferte de servicii;
acordă asistență clienților și potențialilor clienți.

3. Șef serviciu resurse umane – Cojocariu Sevinc Georgiana

cunoaște și respectă prevederile din Manualul de Asigurarea Calității;
cunoaște prevederile Contractului Colectiv de Muncă;
cunoaște prevederile Contractului Individual de Muncă - cunoaște și respectă prevederile Regulamentului de Organizare și Functionare;
cunoaște și respectă prevederile Regulamentului de Ordine Interioară;
posedă experiența și capacitate profesională corespunzătoare postului;
cunoaște activitatea și legislația în vigoare specifică compartimentului;
trebuie să posede cunoștințe de psihologie organizațională și diagnoza;
cunoaște un editor de text pe calculator;
trebuie să știe să opereze cu o bază de date (Excel, FOX, Access);
trebuie să știe să utilizeze programul Power Point;
trebuie să cunoască un program statistic de prelucrare a datelor (SPSS, Statistica, Statview);
cunoaște legislația de personal în vigoare.

4. Secretară - Agent turism intern și extern – Pavel Simona

răspunde pentru desfășurarea și finalizarea cu succes a contractelor turistice angajate;
răspunde pentru calitatea negocierii contractelor/actelor adiționale cu clienții și cu reprezentanții hotelurilor/ pensiunilor;
își asumă responsabilitatea pentru propunerile de noi unități de cazare, după ce a verificat poziția în piață și standardele serviciilor oferite de către acestea;
răspunde pentru desfășurarea și finalizarea cu succes a contractelor turistice externe angajate;
răspunde pentru calitatea negocierii contractelor/actelor adiționale cu clienții și cu reprezentanții hotelurilor sau pensiunilor, asumându-și responsabilitatea pentru propunerile de noi unități de cazare, după ce a verificat poziția în piață și standardele serviciilor oferite de către acestea.

VII. PLAN FINANCIAR**A. Lista cheltuielilor pentru care se solicită finanțare**

Nr. crt.	Denumire activ	Cantitate	Pret unitar fara TVA RON	Valoare fara TVA RON	Achizitionare
1.	Calculatoare	3	2216	6648	05/2015
2.	Mobilier Birou	2	1012	2024	05/2015
3.	Scaun	10	76	760	05/2015
4.	Dulap	2	1064	2128	05/2015

B. Proiecții financiare

	Anul1	Anul2	Anul3
Total venituri	300.000	400.000	425.000
Cheltuieli salariale	158.304	160.000	165.000
Depreciere	1.000	1.500	2.000
Cheltuieli generale ale firmei	2.000	3.000	4.000
Cheltuieli materiale	2.000	2.900	3.300
Total cheltuieli	163.304	234.000	258.000
Profit	136.696	166.000	167.000

Cheltuieli**lunare/anuale**

Salarii: 13.192 RON/luna

Chiria: 50 RON/lună x 12 = 60 RON/an

Utilități: medie/lună 1200 + 35 = 1235 RON/lună

Promovare: 100 RON/lună

Aprovizionare: 5315 RON/lună

La sfârșitul primului an estimăm un profit de 136.696 RON, profit care se va mări considerabil în următorii ani datorită extinderii afacerii la nivel național, vânzându-se mai multe produse datorită originalității și calității acestora.

Concluzii:

Ne centram pe satisfacerea nevoilor clientului prin oferirea unor produse de calitate, în tendințe. Intenționăm să deschidem un magazin virtual structurat pe categorii de produse și să ne facem un blog.

Ca și avantaje concurențiale putem include vârsta tânără a membrilor echipei și dorința de afirmare.

Domeniul de activitate a firmei ține cont de evoluția tehnologică.

VIII. MODALITĂȚI DE PROMOVARE

Activitatea de marketing are ca obiectiv informarea potențialilor clienți de ofertele și avantajele pe care le poate oferi firma mea. În acest scop voi elabora materiale promoționale, constând în fluturași promoționali. Fluturașii promoționali au fost distribuiți prin intermediul colaboratorilor.

PLAN DE AFACERI

Tolocarul Raluca, clasa a XII a F Liceul "Regina Maria" Dorohoi

1. **Firma:** S.C. "MUFFY" S.R.L.2. **Slogan:** Prăjiturile noastre, visele voastre dulci!3. **Emblema:**4. **Descrierea activității propuse:**

- **Obiectul de activitate:** 1071 Fabricarea pâinii, fabricarea prăjiturilor și a produselor proaspete de patiserie.

- **Prețul de pornire:** 10.000 euro

- **Investiția necesară:** Costurile de început ar presupune, pe lângă autorizații și cheltuieli ocazionale de cumpărarea/închirierea spațiului (7.000 Euro), achiziționarea echipamentelor necesare producției (15.000 de Euro).

- **Puncte de vânzare:** str. A.I. Cuza, nr. 7, Dorohoi.

- **Echipa de conducere:** Firma va fi condusă de cei 2 asociați și de un administrator. Asociații vor coordona întreaga activitate, vor angaja și vor controla personalul, se vor ocupa direct de problemele de producție, precum și de contractare pentru aprovizionare și desfacere.

Administratorul va ține evidențele contabile și va supraveghea activitatea de achiziție și desfacere. Pentru această funcție a fost angajată o persoană care are calificare de contabil și experiență în domeniu.

- **Echipa de vânzare:** Personalul va fi selectat (2 vânzători+un șofer care livrează comenzile), instruit și testat la locul de muncă. Fiecărei persoane îi va fi încheiat un contract de muncă.

- **Obiective:**

- să mărim producția de pâine pentru a satisface clienții;
- să ne creăm o clientelă stabilă;
- să atingem un grad de utilizare a capacității de producție de 75%;
- să realizăm o cifră de afaceri lunară de circa 100.000 lei și un profit brut de 35.000 lei.

Începând din al doilea an al realizării contractului ne propunem:

- să lărgim volumul activității ajungând la un grad de utilizare a capacității de producție de 95%;

- să atingem o cifră de afaceri de circa 132.000 lei și un profit brut de 41.000 lei pe lună.

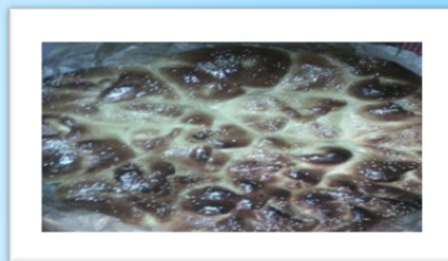
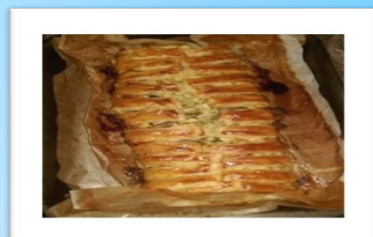
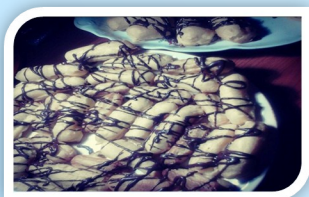
- **Scopul:** Scopul principal al firmei este de a ne satisface clienții și de a fi lideri pe piață.

5. **Descriere produselor și serviciilor:**

Amplasamentul firmei - firma este amplasată într-o zonă foarte circulată și poate fi găsită foarte ușor de clienți.

Descrierea procesului de producție - pentru întreg procesul de producție, fabrica are achiziționate și instalate linii automatizate, semi-automatizate, linii de flux mecanizate, de la cei mai buni producători europeni.

Câteva dintre preparatele noastre:

**6. Managementul și personalul:**

Firma va fi condusă de cei 2 asociați și de un administrator. Vor mai fi angajați și: 2 vânzători, 1 șofer, 1 contabil, 3 cofetari, 1 brutar, 1 persoană responsabilă de curățenie.

7. Planul financiar:

- cuptor electric de patiserie nou – cu anexe – se apropie de 1000 Euro;
- un malaxor cu cuvă de 40 litri costă în jur de 3.500 Euro;
- echipamentele frigorifice și cele de aer condiționat ajung împreună la circa 2.500 Euro;
- mobilierul de lucru și de expunere poate fi achiziționat cu 1.000 Euro;
- lucrările de amenajări interioare pot costa 1.000 Euro;
- vestiarul pentru salariați – 3 mp: mobilier – 300 Euro
- telefon + fax - 200 Euro

8. Modalități de promovare:

- vom oferi gratuit mostre din produsele noastre de patiserie;
- vom organiza o petrecere cu acces gratuit unde vă veți putea înfrupta din produsele noastre;
- vă punem la dispoziție o pagina web de unde puteți comanda și urmări produsele și prețurile acestora;
- o scurtă conversație prietenoasă, un zâmbet, un mic cadou, un „Mulțumesc și vă mai așteptăm pe la noi!”, sunt elemente care fac diferența între un client care cumpără o dată și unul care se va întoarce, eventual cu alți doi clienți.

PLAN DE AFACERI

Racu Claudiu-Jasmin, Clasa a XII a , Liceul „Regina Maria” Dorohoi

1. S.C. R&R Technology S.A
2. Alwayswithyou: Smart, Fast, Safe

3. Emblema:



4. - Compania va realiza prototipul de automobile, acesta folosindu-se de levitația electromagnetică.

Preț pornire 7 000 euro.

Investiție necesară 500 000 euro.

Echipa de conducere este formată din 28 de membri.

Echipa de vânzare este formată din 12 membri.

Scopul afacerii este inovația. Se dorește crearea unei noi tehnologii de viitor, care să fie mult mai accesibilă pentru toate categoriile de persoane.

Obiectivul este salvarea mediului prin înlocuirea motoarelor pe combustibili poluanți, scăderea timpului de transport, confort sporit în deplasare, siguranță în domeniul transportului.

5. Pe lângă sediul numitei R&R Technology din București, județul Ilfov, va exista un punct de fabricare al automobilelor în orașul Mioveni, județul Argeș.

Mașinile ieșite de pe poarta fabricii de la Mioveni, județul Argeș, vor fi dotate cu soft-uri create la sediul din București, al firmei.

6. Pe lângă cei 28 de angajați ai părții administrative, compania mai are în structura personalului încă 85 de persoane calificate care vor ajuta la conturarea produselor finale. De asemenea, compania mai are în structura sa 12 cercetători științifici, ingineri software și lucrători în domeniul tehnologiei spațiale.

Investiția necesară este de circa 500 000 de euro, acești bani vor proveni din împrumuturi bancare, din fonduri nerambursabile oferite de Uniunea Europeană, dar și pe site-urile de profit, în care anumite persoane donează pentru cercetare.

7. Pentru a promova activitatea pe care o facem, compania a realizat prin intermediul unei firme specializate un site web interactiv, a cărei adresă este <http://rrtech.com/>, dar și conturi pe majoritatea rețelelor de socializare, pentru ca eventualii clienți să ne găsească mai ușor.

BIBLIOGRAFIE

<http://www.realitatea.net/cum-se-alege-numele-firmei>

PLAN DE AFACERI FERMA DE SEMI - SUBZISTENȚĂ

Sîsîeac Cristina- Maria, Liceul „Dimitrie Cantemir” Darabani

1. **I.I. SîSîEAC;**
2. **Sloganul:** C.R.E.D. (Calitate-Rigoare-Eficiență-Dinamism);
3. **Emblema:**



4. Descrierea activității propuse:

Obiectul de activitate:

Are ca principală activitate cultivarea cerealelor, plantelor leguminoase și a plantelor producătoare de semințe oleaginoase.

Forța de muncă necesară este compusă din familia sa.

Preț de pornire: 30.000 Euro;

Investiția necesară:

Nr. Crt.	Detaliere (denumire, caracteristici tehnice , nr.)	Valoare lei
I. Cladiri pentru producția vegetală		
1.	Magazie cereale 72 mp	7500
II. Mașini și utilaje agricole		
1	Tractoare	10000
2	Combine	
3	Semănătoare	2500
TOTAL		20000

Investițiile vizate în aceste proiect se axează pe achiziționarea unor echipamente moderne si tehnologii performante, absolut necesare pentru realizarea unor produse conform exigențelor stand-ardelor europene.

În acest fel se vor achiziționa:

Tractor John Deere 6100 MC

Semănătoare Gaspardo MT 6 (cu dublu disc)

Semănătoare S-SC Maria



Tractorul John Deere 6100 MC la semănat soia cu semănătoarea Gaspardo MT 6

În momentul de față Sîsîeac Cristina-Maria desfășoară activități în cultura plantelor de câmp, activitate pentru care este autorizată. La început a produs doar pentru consumul propriu, după care a reușit să obțină un plus de producție pentru comercializare.

Condițiile naturale, economice și sociale locale, permit atât extinderea fermei cât și creșterea producției destinate comercializării rezultate în urma activității sale în fermă.

Dezvoltarea fermei poate fi realizată treptat cu o bună planificare a tuturor resurselor, ce pot duce la obținerea unui câștig satisfăcător în vederea reluării a noi cicluri de producție în următorii ani, întreținerea familiei și realizarea investițiilor propuse în cadrul fermei.

Furnizarea de materii prime:

Pentru input-uri utilizate în producția vegetală (semințe, îngrășăminte, insecto-fungicide)

SC Agrochim SRL Botoșani, SC Alcedo SRL, SC Unisem SRL, Apimold Botoșani;

Prețurile sunt cele oferite de furnizori;

Selecția furnizorilor pentru a obține cele mai bune prețuri și produse de calitate este efectuată în funcție de reputația și competența în domeniu, amplasarea în teritoriu, punctualitatea livrărilor, existența unei game adecvate de produse și prețul de livrare.

Exploatarea nu se confruntă cu riscuri și dificultăți în privința aprovizionării cu materii prime și materiale necesare desfășurării activității.

Puncte de vânzare:

Încheierea de contracte de vânzare-cumpărare cu unitățile procesatoare de plante oleaginoase;

Încheierea de contracte de vânzare-cumpărare cu unitățile din domeniul panificației.

Piața de desfacere a producției obținute depinde de doi factori: cererea de piață și condițiile de negociere. Toți clienții sunt locali, iar principalele riscuri și dificultăți în desfășurarea producției sunt în funcție de oscilația produselor agricole la nivel național și regional. Desfacerea are loc direct de la vânzător către client fără activități intermediare. Pe segmentul de piață vizat există o nevoie acută a produselor românești deoarece piața este invadată de produse aduse din export.

Echipa de conducere;

Echipa de vânzare;

Scopul: Creșterea volumului producției de pe suprafața destinată culturilor vegetale;

Obiective:

- Efectuarea de lucrări mecanice în timp optim și de calitate;
- Alegerea de soiuri și hibrizi din cei mai productivi;
- Folosirea de cantități optime de îngrășăminte;
- Combaterea burienilor, bolilor și dăunătorilor;
- Crearea condițiilor de recoltare a culturilor în perioada optimă.

În următorii ani, fermierul vizează:

Cumpărarea unei suprafețe de teren agricol;

Structurarea fermei pe 3 culturi principale: grâu, soia și floarea-soarelui;

Îmbunătățirea parcului auto cu utilaje obținute accesând fonduri Europene.

Nr. Crt.	Localitatea/ Județ	Suprafața agricolă totală - ha		Din care					
		În ar- endă	proprietate	Arabil	Pășuni	Pomi	Vii	Fânețe	Alte categorii
1.	Comuna Hudești, Județul Botoșani	25,00	5,00	30,00					
Total		25,00	5,00	30,00					

În prezent exploatarea agricolă are suprafața de 5,00 ha teren în proprietate plus cele 25,00 ha teren luat în arendă pe timp de 10 ani.

Descrierea procesului de producție:

Fermierul Sîsîeac Cristina-Maria este înregistrat la Oficiul Registrului Comerțului. Sîsîeac Cristina-Maria este fiica lui Sîsîeac Gheorghe și lucrează în domeniul agricol ocupându-se de cultivarea terenului agricol pe exploatarea părinților fiind ajutat de familia sa.

Fermierul s-a hotărât să crească dimensiunea exploatarei agricole prin creșterea suprafeței de teren, prin arendarea a 25 ha teren arabil. Exploatarea proprie are o suprafață agricolă de 5 ha teren arabil. Consideră că agricultura poate fi o activitate rentabilă dacă se respectă tehnologia de cultură a plantelor. Dorește să practice o agricultură performantă într-o exploatare agricolă de mărime mijlocie și cu perspective de dezvoltare. Dezvoltarea exploatarei o va face în timp, folosind toate oportunitățile oferite de FEADR.

6. Managementul și personalul.

Sîsîeac Cristina-Maria în calitate de reprezentant al exploatarei lucrează alături de familia sa în fermă și are experiență în cultivarea plantelor.

Pentru ca activitatea din exploatare să fie mai eficientă, ea va căuta în continuare să urmeze un curs de pregătire profesională în vederea aprofundării cunoștințelor teoretice și practice, astfel ca pe lângă cunoștințele pe care le are să-și dobândească și următoarele calități:

- Îmbunătățirea calităților organizatorice;
- Cunoștințe privind organizarea și conducerea inițiativelor în activitățile de afaceri în contextul economiei libere, de piață;

Sistemul contabil și tehnica informației.

Pregătirea profesională vizează și:

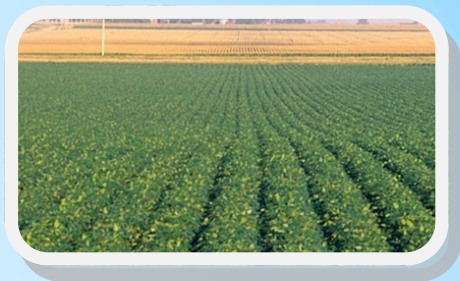
Urmarea unui curs de pregătire profesională.

7. Planul financiar

Nr. Crt.	Denumire cultură	Suprafața (ha)	Producție (tone/ha estimată)	Cost de producție/ha estimat lei	Preț mediu (pe kg/lei)	Total venit lei
1.	Grâu comun	6,00	5000	2000	0,65	7500
2.	Soia	14,00	3500	2500	1,50	38500
3.	Floarea-Soarelui	10,00	3000	2000	1,40	22000
Total		30,00				68000

8. Modalități de promovare:

Promovarea afacerii se va realiza periodic prin mijloace mass-media, precum: internet, televiziune locală, presă scrisă, precum și prin afișaj stradal local și județean.



Soia semănată la 70 cm între rânduri cu Gaspardo MT 6.



Grâu semănat cu Gaspardo S-SC Maria

Folosirea tehnologiilor moderne în agricultură

Avantajele folosirii tehnologiilor moderne în agricultură sunt următoarele:

- Fermierii care practică o agricultură inteligentă folosind tehnologii moderne reușesc să își maximizeze șansele de profit;
- Reduc în mod considerabil costurile de producție;
- Reduc timpul necesar efectuării lucrărilor agricole (arat, fertilizat, semănat, prășit mecanic, ierbicidat, recoltat);
- Sunt competitivi la nivel european prin creșterea producției și a calității produsului finit.

Evaluarea principalelor riscuri:

- Procesul de aprovizionare, scumpirea imputurilor;
- Piața de desfacere: interes și prețuri scăzute pe piață pentru anumite produse obținute în fermă;
- Calitatea managementului: neadaptarea managementului la cerințele și oportunitățile de pe piață;
- Dificultăți în desfacerea producției apar și în funcție de oscilația prețurilor a produselor agricole la nivel național și regional;
- Lipsa contractelor fermei între producător și valorificator generează o stare de incertitudine în activitate.

PLAN DE AFACERI

Croitoru Marian-Liceul Tehnologic de Mecatronică si Automatizări Iași

1.Denumirea firmei : S.C. Timp liber S.R.L. Iași.

Societatea comercială, din punct de vedere a formei se dorește a fi Societate cu răspundere limitată-S.R.L.

2.Sloganul firmei : Sunați si comandați!**3.Emblema societății :****4.Descrierea activității propuse.****a.Obiectul de activitate.**

Activitatea firmei va consta în distribuția de produse de strictă necesitate în sistem door-to-door în municipiul Iași. Activitatea se va desfășura pe baza unui abonament flexibil și prin comenzi ad-hoc. Comenzile pot fi preluate si telefonic.

Produsele comandate vor fi distribuite la sfârșit de săptămână, într-un interval orar convenit cu clientul. Produsele distribuite, vor fi cele de strictă necesitate precum ar fi: pâine, lapte, ulei, zahăr, ouă, mezeluri s.a. Serviciul nostru de furnizare a produselor solicitate, vine în întâmpinarea acestei categorii de consumatori dar răspunde și unui model destul de dezvoltat în țările din U.E.

Produsele pot fi procurate din marile lanțuri comerciale unde produsele sunt efectiv mai ieftine. Avantajul distribuției door-to-door a produselor asigură o economie de timp importantă pentru consumator (persoane în vârstă, persoane cu dizabilități sau tip workolic).

b.Preț de pornire: 250 lei**c.Investiție necesară:**

-căruț pentru cumpărături: 4 buc.

-plasă cumpărături tip Lidle: 10 buc.

d.Puncte de lucru:

Activitatea firmei se va desfășura pe raza municipiului Iași. Serviciul de distribuție a produselor comandate va fi furnizat mai întâi pe zone restrânse la nivelul unui cartier sau maxim două cartiere limitrofe, în ideea dezvoltării echilibrate și sustenabile a afacerii. Se va urmări maximizarea potențialul unei zone înainte de a se trece la dezvoltarea unei zone noi.

e.Organizarea firmei și managementul:

1.Director executiv - gestionează relațiile cu magazinele de profil și problemele curente.

2.Responsabil marketing – preia comenzi, întocmește graficul de livrare, încheie contracte.

3.Agent comercial/Distribuitor – comercializează/livrează produsele.

4.Șofer (după ce firma va avea mai mult profit)- transportă marfa/produsele.

f.Scopul firmei:

Serviciul firmei va consta în livrarea de produse la domiciliu în condiții de securitate alimentară pe baza unui abonament flexibil. Produsele livrate, vor fi verificate și certificate.

f.1.Justificare: decizia privind înființarea acestei afaceri a fost luată după un scurt studiu de piață în domeniul comerțului cu produse de strictă necesitate.

f.2.Oportunitate:

- firma își va desfășura activitatea la distanțe mari de zone cu supermareturi.
- prețurile la aceste magazine sunt mai mici decât la centrele de cartier.
- produsele de la aceste magazine sunt conform standardelor de siguranță alimentară.
- pe piața românească, nișa este exploatată într-o mică măsură.
- avantajul activității door-to-door asigură o economie de timp pentru consumator.

g.Obiective :

- reducerea costurilor, dar nu prin diminuarea calității.
- creșterea flexibilității produselor comandate.
- reducerea timpului de livrare.
- asigurarea concordanței dintre obiectivele firmei și cerințele clienților.

5.Descrierea serviciului.

a.Amplasamentul firmei: domiciliu/municipiul Iași

b.Descrierea afacerii:

- comenzile sunt preluate zilnic până în ora 12.
- comenzile sunt preluate prin telefon sau prin e-mail.
- agentul comercial după caz, se deplasează și acasă pentru a prelua comanda.
- agentul se deplasează la supermarket și cumpără produsele pe baza comenzii întocmite de către client.
- plata pentru produsele cumpărate se face cash pe baza bonului de casă în momentul livrării.
- produsele sunt livrate: lada frigorifică/punga termoizolantă/căruț pentru cumpărături/plasa.
- transportul produselor se vor face cu o mașină cumpărată în leasing.

c.Puncte tari:

- existența unei nișe neexploatare.
- posibilitatea de creștere prin extinderea în teritoriu.
- lanțul distribuției diminuat.
- mijloace de marketare ieftine și la îndemână.
- piața consumului în creștere.

d.Puncte slabe:

- posibilitatea ca ideea să fie copiată.
- reticența inițială a unor clienți față de ideea de a nu controla cumpărarea produselor.
- posibile întârzieri în livrare, datorate condițiilor de trafic.

6.Managementul firmei și a personalului.

La sediul firmei vor avea următoarele activități:

- existența unui telefon și a unui computer.
- preluarea comenzilor de la clienți.
- programarea și repartizarea comenzilor în vederea rezolvării celor solicitate de client.
- întocmirea tuturor documentelor financiare.

Personal angajat:

- 1.Director executiv - gestionează relațiile cu magazinele de profil și problemele curente.
- 2.Responsabil marketing – preia comenzi, întocmește graficul de livrare, încheie contracte.
- 3.Agent comercial/Distribuitoare – comercializarea și livrarea produselor comandate.
- 4.Șofer- transport produse.

7. Planul financiar.

- la începutul activității, se vor percepe: 10% din valoarea bonului de casă.
- după fidelizarea clienței: la 4 livrări, una este gratuită.

8. Modalități de promovare.

Strategia de promovare este în așa fel proiectată încât să nu depășească posibilitățile de prestare pe care le asigură logistica astfel încât:

- se va determina zona în care se va desfășura activitatea.
- metoda de promovare a firmei va fi una directă prin introducerea de pliante în cutiile poștale.
- promovarea pe piață a serviciului oferit și cu ajutorul unui website.
- publicitate on-line.
- personalizarea echipamentului purtat de personal precum și a mașinii de transport.



ȘTIATI CĂ?

(în engleză **franchising**, în română **franciză**) prevede cumpărarea dreptului spre utilizare a unei anumite mărci comerciale cunoscută sau un concept de afacere care a fost deja testat în practică.

Francizor (engl. franchiser) este persoana care acordă o franciză.

Francizat (engl. franchisee) este persoana care cumpără o franciză.

De regulă, se plătește o anumită sumă la început pentru a deschide afacerea, pentru a instrui personalul, pentru echipamente și utilaje care au un anumit design standard, etc.

Francizorul posedă:

- Marca și numele comercial;

- Oferă ca suport: fi nanțare (uneori) și publicitate și marketing;

- Primește taxe.

Francizatul după achitarea taxei:

- Folosește mărcile și numele comercial al fi rmei;

- Dezvoltă afacerea cu suportul francizorului.

Printre primele afaceri în sistem de franciză deschise în România se află restaurantele fast-food McDonald's. Primul restaurant McDonald's s-a deschis la 16 iunie 1995 la Unirea Shopping Center. Ziua deschiderii a adus 15.302 clienți și a înregistrat cel mai mare număr de tranzacții pentru prima zi din Europa Centrală.

TOP 100 al celor mai dinamice francize la nivel mondial revista ENTREPRENEUR

ROMÂNIA

- agenția imobiliara Re/Max (locul 10),

- Pizza Hut (locul 23),

- Cartridge World (locul 30),

- InterContinental Hotels Group (locul 31),

- McDonald's (locul 38),

- KFC (locul 48)

- WSI Internet (locul 61).

Acesta a fost și scopul cadrelor didactice coordonatoare a concursului județean "Elevul—mic antreprenor" desfășurat la Liceul "Regina Maria" Dorohoi în perioada februarie-iunie 2016



TABEL CENTRALIZATOR REZULTATE CONCURS „ELEVUL- MIC ANTREPRENOR” - Ediția I

SECȚIUNEA I- ESEURI

Premiul	Nume /prenume elev	Școala de proveniență	Cadru didactic îndrumător
I	Stanciuc Giorgia	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Oana Maria
II	Conțu Cezar Ioan	Colegiul Economic Anghel Rugină Vaslui	Tanasă Alina
II	Sandu Lavinia	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Corina Daniela
III	Atomei Nicoleta Natalia	Liceul Tehnologic „Al.Vlahuță” Șendriceni	Țuca Violeta Mihaela
III	Frunzete Gabriel Octavian	Liceul Tehnologic „Al.Vlahuță” Șendriceni	Rotariu Gheorghe
mențiune	Dobrincu Dumitrița Sabina	Liceul „Dimitrie Cantemir”Darabani	Sîrbu Adriana
mențiune	Simionescu Alina Elena	Colegiul Economic Botoșani	Octav Paul
mențiune	Luca Ana-Maria	Colegiul Economic Botoșani	Octav Paul

SECȚIUNEA II - PROIECTE

Premiul	Nume /prenume elev	Școala de proveniență	Cadru didactic îndrumător
I	Lefter Andreea Diana	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Corina Daniela
II	Sîsîeac Cristina Maria	Liceul „Dimitrie Cantemir”Darabani	Sîrbu Adriana
III	Tudosă Beatrice	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Oana Maria
mențiune	Croitoru Marian	Liceul Tehnologic de Mecatronică și Automatizări	Rusu Liviu
mențiune	Racu Claudiu Iasmin	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Borșan Aurica
mențiune	Tolocar Raluca	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Oana Maria Rotariu Corina Daniela
Premiul Special	Ghicioc Roxana	Liceul „Regina Maria”Dorohoi	Rotariu Oana Maria Rotariu Corina Daniela

Colectivul de redacție

Coordonatori colectiv redacțional:

Prof. ROTARIU OANA MARIA

Prof. ROTARIU CORINA DANIELA

Colectiv redacțional:

Prof. Rotariu Oana Maria

Prof. Rotariu Corina Daniela

Prof. Sandu Mariana

Prof. Amariei Nicoleta

Prof. Rotariu Gheorghe

Prof. Borșan Aurica

