



Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul tematic 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană

Titlu proiect: “**PROMotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru**” - POCU/82/3.7/104254

## **Activitatea 6.**

### **Susținerea antreprenoriatului în regiunea de implementare a proiectului**

#### **6.3. Studiu de analiză în domeniul antreprenoriatului, bune practici și măsuri de susținere**

#### ***Bune practici în antreprenoriat***

### **AFACEREA - DE LA IDEE LA OPORTUNITATE**

**27.05.2020, orele 16.00-18.00**

**Universitatea Spiru Haret, Brașov, str. Turnului nr. 7  
Platforma Blakboard**

**Autor:**

**CRUCERU GICA**

***Expert bune practici în antreprenoriat***



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman

## AFACEREA - DE LA IDEE LA OPORTUNITATE

### 1. Cum să faci bani?

Afacerile de succes pornesc deseori de la o întrebare simplă: *“cum să faci bani?”*.

Fie că este vorba de afaceri mici sau mari, de afaceri online sau agricole, toate au în spatele lor... o minte și un suflet.

Mintea naște ideile de afaceri și dezvoltă schemele – complicate, uneori – de punere în practică a lor, iar sufletul este cel care dă energie, vitalizează și susține cele mai îndrăznețe planuri. Pasiunile ne dau direcție și ne mențin conectați la ceea ce facem și cum facem, dând sens vieții noastre. Poate de aceea cele mai răsunătoare succese în afaceri au pornit de la o idee simplă sau de la un hobby despre care poate, toți credeau că nu va duce nicăieri.

Primul lucru pe care trebuie să-l faci o persoană după ce a luat decizia de implicare în afaceri îl constituie identificarea unor idei posibile de afaceri din care să rezulte oportunități viabile. O oportunitate atractivă și bine definită reprezintă piatra de temelie a unei afaceri de succes.

**Este însă, deosebit de important să se facă distincție între idee și oportunitate.**

**Deci care este diferența dintre o oportunitate atractivă și o simplă idee?**

*In primul rând oportunitățile* sunt date de **existența unei nevoi pe piață**. Antreprenorul a identificat un grup de consumatori care pot deveni clienți și care pot aduce profit. Toate aspectele afacerii sunt favorabile și aceasta poate genera un cash flow semnificativ într-o perioadă relativ scurtă de timp.

*In al doilea rând, oportunitatea* se pliază foarte bine pe **zona de interes și de expertiză a antreprenorului**.

*In al treilea rând,* antreprenorul are posibilitatea de a **exploata diverse conjuncturi**, care țin fie de cunoștințele sale legate de domeniu, fie de sistemul de relații și parteneriate pentru a obține un avantaj competitiv față de concurenții săi.

In final, este foarte importantă **sincronizarea** între găsirea tuturor elementelor prezentate: *Oportunitatea în sens antreprenorial este o idee care poate fi transformată într-o afacere.*



#### Caracteristici ale ideilor de afaceri:

- Ideea de afaceri este una nouă și originală
- Există o nevoie pentru un asemenea produs
- Investiția este minimă
- Se adresează unui segment mare din piață
- Antreprenorul are cunoștințe și expertiză în domeniul vizat

Procesul identificării ideilor de afaceri și evaluare a oportunităților este influențat de:

- tipul afacerii în care se dorește să se intre,
- instruire,
- educație,
- posibilități financiare
- situația familială.

Misiunea întreprinzătorului este de a identifica acea afacere care îl ajută cel mai bine să-și realizeze obiectivele propuse. Întrebările la care ar trebui răspuns înainte de a ne lansa în afaceri pot fi:

- De ce doresc să îmi deschid afacerea?
- Ce tip de afacere vreau să am?
- Cine este cumpărătorul meu ideal?
- Ce tip de produse sau servicii urmează să comercializez?
- De câți bani am nevoie pentru a începe afacerea?
- Va trebui să obțin un credit sau o altă formă de finanțare pentru a face rost de bani?
- Sunt dispus să cheltui timp și bani pentru a pune afacerea pe picioare?
- Cu ce sunt ideea mea de afaceri/produsele/serviciile mele diferite de cele ale competitorilor mei?
- Unde va fi sediul afacerii mele/Locația?
- De câți angajați am nevoie la început?
- Care sunt furnizorii de care am nevoie?
- În cât timp voi putea vinde produsele/serviciile mele?
- În cât timp voi ajunge să am profit?
- Care sunt competitorii mei?
- Cum vor fi prețurile mele comparativ cu cele ale concurenței?
- Ce formă legală este cea mai potrivită pentru afacerea mea?
- Care sunt reglementările legale care mă afectează și care sunt taxele pe care trebuie să le plătesc?
- Am nevoie de o asigurare? Ce tip de asigurare este cea mai potrivită?
- Cum îmi voi conduce afacerea?
- Cum îmi voi promova afacerea?



În analiza **ideilor** de afaceri trebuie parcurse anumite etape care să ne confirme dacă acestea sunt într-adevăr **oportunități** viabile. Toate ideile trebuie să fie susținute de o nevoie reală, pentru care să existe o piață pregătită și să poată oferi un profit semnificativ.

În evaluarea oportunităților antreprenorii ar trebui să răspundă la următoarele

întrebări:

1. Care este **nevoia** pe care o acoperă sau problema pe care o rezolvă produsul/serviciul meu? (Propunerea de valoare)
2. Cui urmează să **vând** produsul/serviciul meu? (Piața țintă)
3. Cum voi face **bani**? (Modelul de venituri)
4. Cum îmi voi **diferenția** compania față de celelalte companii existente pe piață (USP – Propunerea Unică de Vânzare)
5. Care sunt **barierele** de intrare pe piață?
6. Câți **competitori** am și care este calitate acestora? (Analiza competiției)
7. Cât de mare este **pieța** pe care intru? (Mărimea pieței)
8. Cât de repede crește sau scade piața? (Evoluția pieței)
9. Cât la sută din piață intenționez să acopăr? (Cota de piață)
10. Ce tip de companie va fi compania mea?
11. Cât de mult va trebui să **investesc** la început? (Costuri de start-up)
12. De unde voi face rost de bani? Voi investi doar banii proprii sau am nevoie de capital extern? (Necesarul financiar)

## 2. Cum să evaluezi ideile de afaceri ?

Poate că una dintre cele mai mari provocări în afaceri este să alegi ideea potrivită în care să investești. Un antreprenor inventiv și informat cu privire la tendințele pieței poate avea câteva zeci de idei de afaceri. Din păcate însă, resursele financiare sunt limitate iar un antreprenor poate alege de cele mai multe ori doar o idee de afacere pe care să o pună în practică.



Alegerea nu este ușoară, mai ales atunci când există mai multe idei atractive de business. Iată în continuare o listă cu șapte întrebări al căror răspuns vă poate ajuta să departajați ideile de afaceri.

- **Intenționați să creați o piață nouă?**
- **Ideea de afaceri se bazează pe o anumită tendință?**
- **Oferta dumneavoastră este într-adevăr unică?**
- **Care este frecvența cu care clienții cumpără produsele?**

Dacă sunt îndoieli cu privire la atingerea acestui obiectiv, este mai bine să renunțați la idee sau să o adaptați.

- **Aveți un preț competitiv?**
- **Câți concurenți aveți?**

Un instrument util în acest sens este **Matricea de analiză comparativă a concurenților**

### Matricea de analiză comparativă a concurenților

Introduceți valorile în căsuțele albastre pentru a obține rezultatul

Puncte tari	Ale afacerii dvs.	Ale concurenților			
		A	B	C	D
Calitate					
Gama					
Promovarea					
Amplasarea					
Servicii post-vânzare					
Distribuție					
Tehnologie					
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Scala

1	2	3	4	5
nesatisfăcător	satisfăcător	bun	foarte bun	excelent



UNIUNEA EUROPEANĂ

**Modelul RAMP de evaluare a ideilor de afaceri**

Un instrument util care vă va ajuta să vă evaluați ideea de afaceri este modelul RAMP. Acronimul RAMP vine de la:

- Return – Randamentul investitiei
- Advantage – Avantajul competitiv
- Market – Piața
- Potential – Potențialul afacerii

Fiecare din cele patru elemente este analizat prin intermediul unor întrebări cheie, incluse în tabelul de mai jos.

**Modelul RAMP de evaluare a ideilor de afaceri**

<b>R – Return (Randamentul investitiei)</b>	<b>A – Advantage (Avantajul competitiv)</b>
<p><b>Profitul</b> Este ideea de afaceri profitabila? Veniturile vor depasi cheltuielile?</p>	<p><b>Structura costurilor</b> Care este oferta furnizorilor? Cat va costa fiecare element pentru a fi achizitionat sau produs? Un instrument util pentru realizarea acestei activitati este <b>Matricea de analiza comparativa a furnizorilor</b></p>
<p><b>Strategia de exit</b> Aveti o strategie de exit? Intentionati sa vindeti compania sau sa o listati la bursa?</p>	<p><b>Barierile de intrare pe piata</b> Exista o competitie crescuta? Exista reglementari specifice? Sunt necesare anumite patente si brevete? Este nevoie de un capital initial mare? Cu cat sunt mai multe bariere la intrarea pe piata cu atat mai dificil va fi accesul dumneavoastra si sansele de succes. Printre instrumentele utile care va pot fi de ajutor in acesta etapa a analizei se numara template-urile: <b>Analiza competitivitatii, Matricea de analiza comparativa a concurentilor, Analiza STEP si Analiza SWOT.</b></p>
<p><b>Timpul pana la atingerea pragului de rentabilitate</b> In cat timp va deveni fluxul de numerar pozitiv? In cat timp va ajunge compania sa aiba un venit net multumitor? Pentru realizarea acestor calcule va recomandam sa utilizati template-urile <b>Pragul de rentabilitate si Fluxul de numerar.</b></p>	<p><b>Drepturi de proprietate intelectuala</b> Detineti astfel de drepturi de proprietate intelectuala (brevete, patente, licente exclusive) care sa va ofere un avantaj competitiv in fata potentialilor concurenti?</p>
<p><b>Necesarul de investitie</b> Pentru realizarea acestor calcule va recomandam sa utilizati template-ul <b>Costuri Start-up.</b></p>	<p><b>Canalele de distributie</b> Cum va veti vinde produsul/serviciul? Il veti vinde direct catre consumatori sau prin intermediul furnizorilor, il veti vinde en-gross sau en-detail?</p>
<p><b>M – Market (Piata)</b></p>	<p><b>P- Potential (Potentialul afacerii)</b></p>
<p><b>Nevoia</b> Exista o nevoie reala pe piata care poate fi acoperita prin intermediul produsului/serviciului oferit de dumneavoastra? Indiferent cat de interesanta pare ideea, asigurati-va ca exista o problema sau o nevoie reala la care produsul/serviciul dumneavoastra ofera o solutie</p>	<p><b>Riscuri vs. Recompense</b> Riscuri vs. Recompense Cat de riscanta este oportunitatea de afacere? Riscul asumat va fi direct proportional cu beneficiile obtinute? Un instrument util in analiza acestor aspecte este template-ul</p>
<p><b>Piata tinta</b> Cine sunt cumparatorii? Cine sunt utilizatorii? Care sunt caracteristicile demografice ale grupului tinta? Un instrument util pentru realizarea segmentarii pietei este template-ul: <b>Criterii de segmentare clienti.</b></p> <p><b>Pretul</b> Care va fi pretul standard de vanzare? Pretul practicat va va asigura un profit rezonabil? Cum este pretul produsului/serviciului dumneavoastra in raport cu cel al concurentei?</p>	<p><b>Riscuri vs. Recompense</b> Echipa pe care o aveti este potrivita pentru afacerea pe care doriti sa o desfasurati? Dumneavoastra sau cineva din echipa dumneavoastra detine expertiza specifica pe domeniul de activitate in cauza?</p> <p><b>Sincronizarea</b> Este piata pregatita pentru produsul/serviciul dumneavoastra? S-ar putea sa aveti o idee geniala, dar daca nu gasiti clienti pentru ea, nu veti reusi sa transformati afacerea intr-o activitate de succes.</p>
	<p><b>Obiectivele afacerii vs. Obiectivele echipei.</b> Conceptul de baza al afacerii se potriveste cu obiectivele dumneavoastra personale sau cu ale echipei cu care veti pona la drum? Este important sa existe acesta potrivire, avand in vedere ca perioada de inceput a unei afaceri cere extrem de mult timp, munca si implicare pentru a transforma oportunitate intr-un succes.</p>



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman



### 3. Soluții pentru reducerea riscurilor când inițiezi o afacere

Deși este imposibil să eviți toate riscurile atunci când te decizi să-ți începi propria afacere, o planificare bună te poate ajuta să-ți pui afacerea pe picioare minimizând riscurile. Cum poți să faci asta?

Mai jos sunt câteva soluții pentru reducerea riscurilor în faza inițială a afacerii:

- **Incepe-ți afacerea de acasă.**
- **Incepe-ți afacerea în sistem part-time.**
- **Deschide-ți o afacere online. .**
- **Cumpără o afacere.**
- **Cumpără o franciză.**
- **Nu face angajări.**

Un instrument extrem de util în evaluarea riscurilor unei idei de afaceri, poate fi Matricea de analiză a riscurilor, prezentată mai jos:

**Matricea de analiză a riscurilor**

Nr. crt.	Risc	Probabilitatea de apariție*		Impactul*		Grad de expunere al riscului**	
		Probabilitate	Scor	Probabilitate	Scor	Probabilitate	Scor
1.							0
2.							0
3.							0
4.							0

Probabilitatea de apariție	Scor
Foarte mică	0-20
Mică	21-40
Medie	41-60
Mare	61-80
Foarte mare	81-100

Risc	Interpretare	Clasificare
Impact mare/ Probabilitate mare	<b>Foarte mare</b> Sunt cele mai mari riscuri cărora întreprinzătorii trebuie să le acorde o atenție deosebită	<b>A</b>
Impact mare/ Probabilitate medie Impact mediu/ Probabilitate mare	<b>Mare</b> Aceste riscuri au fie o probabilitate mare de apariție, fie un impact semnificativ	<b>B</b>
Impact mediu/ Probabilitate medie	<b>Mediu</b> Există o șansă medie ca riscurile un impact sesizabil să apară.	<b>C</b>
Impact mediu/ Probabilitate scăzută Impact scăzut/ Probabilitate medie	<b>Mic</b> Aceste riscuri pot apărea în unele situații și au un impact scăzut sau mediu.	<b>D</b>
Impact scăzut/ Probabilitate scăzută	<b>Neglijabil</b> Sunt riscuri cu probabilitate mică de apariție și cu un impact scăzut. De aceea pot fi neglijate.	<b>E</b>

#### IMPACTUL



PROBABILITATEA		Scăzut	Mediu	Mare
		(neseemnificativ, trebuie doar notat)	(impact rezonabil, necesită monitorizare)	(va avea un impact semnificativ)
PROBABILITATEA	<b>Scăzută</b>	<b>E</b>	<b>D</b>	<b>C</b>
	(puțin probabil să se întâmple)			
	<b>Medie</b>	<b>D</b>	<b>C</b>	<b>B</b>
	(se poate produce la un moment dat)			
	<b>Mare</b>	<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>
	(probabil se va produce)			

#### 4. Surse macroeconomice de idei de afaceri

*"Nimic nu este mai puternic decât o idee căreia i-a venit timpul".*

*Victor Hugo*

Pentru a avea succes, întreprinzătorul este obligat să țină cont de tendințele demografice, sociale, tehnologice și de afaceri, care pot indica modificarea așteptărilor și preferințelor clienților, schimbarea modalităților de organizare și funcționare a afacerilor.

##### ➤ **Tendințele demografice**

Demografia studiază caracteristicile populației. Din punct de vedere al oportunităților de afaceri un interes deosebit îl reprezintă studiul segmentelor populației, adică al diferitelor categorii de populație, după vârsta, sex, educație etc. Cel mai semnificativ criteriu de segmentare în inițierea afacerilor îl reprezintă vârsta.

Două categorii de vârstă sunt mai semnificative în România: tinerii între 20-30 de ani, foarte numeroși, care își schimbă preferințele în mod frecvent, creând mereu oportunități de afaceri și vârsticii, al căror număr a crescut și el impresionant.



##### ➤ **Tendințele sociale**

Dintre tendințele sociale din care pot rezulta oportunități de afaceri mai importante sunt:

- modificarea structurii familiei
- creșterea interesului pentru stilul de viață sănătos
- creșterea interesului pentru mediul înconjurător
- schimbarea obiceiurilor de consum

În ultimul timp se pune un accent deosebit pe respectarea, reluarea și preluarea unor tradiții și obiceiuri, cum ar fi Paștele, Crăciunul, Anul Nou, Mărțișor, Ziua Indrăgostiților, Halloween, Sămbra Oilor, Târgul de Fete, Sânzienele etc., evenimente sociale care pot furniza suficiente...idei...de...afaceri...producătorilor,...comercianților...și...prestatorilor de servicii.

##### ➤ **Tendințele tehnologice**

Cele mai notabile tendințe tehnologice se referă la folosirea computerelor și la accesul la Internet, care au schimbat radical inclusiv modul în care se fac afacerile.

Impactul globalizării se simte acum mai mult ca niciodată, sub imperiul accesului la Internet: poți sta în fața laptopului în Cluj și să îți cumperi un aparat foto din Hong Kong.



Modalitățile de înregistrare a muzicii s-au schimbat de câteva ori în ultimii 20 de ani: acum mai au casete doar nostalgicii care vor să le arate copiilor și nepoților o parte de “istorie”.

Telefonia mobilă a devenit o adevărată modă, telefoanele inteligente și tabletele revoluționând modul în care se comunică. Automatele de cafea, cappuccino, ceai, ciocolată fierbinte, țigări etc. devin o necesitate reală. Fiecare din această tendință a fost la un moment dat o oportunitate exploatată de un vizionar.

## Concluzii

Una dintre cele mai mari provocări pentru viitorii antreprenori se referă nu numai la luarea deciziei de a se lansa în afaceri ci mai ales la alegerea celui mai potrivit tip de afacere în care să se implice. Câteva lucruri de care trebuie să ții cont atunci când evaluezi diferite idei de afaceri pentru a vedea care este cea mai potrivită pentru voi.

**Numărul 1 – Clientul.** În primul rând, trebuie să **îți cunoști și să înțelegi clientul**. S-ar putea să îți se pară ciudat să îți cunoști clientul înainte de a ști ce fel de afacere vrei să faci, dar răspunsul este relativ simplu: clientul este cel care definește afacerea, așa că fără clienți nu există afacerea. Dacă ai o idee de afaceri, nu încerca să o dezvolti în jurul a ceea ce crezi TU că au nevoie sau că și-ar dori clienții, pentru că riști să proiectezi propriile tale idei și nevoi. Trebuie să înveți cât mai multe despre potențialii tăi clienți pentru a putea răspunde cât mai bine nevoilor și așteptărilor lor.

**Numărul 2 – Pasiunea.** În al doilea rând, trebuie să fii pasionat de ceea ce faci. Dezvoltarea unei afaceri implică extrem de multă muncă și dedicare: în perioada de început (asta înseamnă uneori primii 2 ani) vei ajunge să lucrezi câte 16-18 ore pe zi pentru a-ți pune afacerea pe picioare. Vei fi constant pus în situația de a găsi noi modalități de a-ți îmbunătăți și crește afacerea și de a fi convinge și pe alții să îți se alăture, fie în calitate de parteneri, de colaboratori, de angajați sau de clienți. Dacă nu ești pasionat de ceea ce faci și nu îți place produsul sau afacerea ta îți va fi extrem de dificil să investești timpul și energia necesare să o transformi într-o afacere de succes.

**Numărul 3 – Concurența.** În al treilea rând, trebuie să îți cunoști și să înțelegi concurența. Orice afacere are concurența, fie directă, fie indirectă, așa că, pentru a avea succes trebuie să îți studiezi competitorii. Concurența poate fi o bună sursă de inspirație și un reper pentru propria strategie. În plus, dacă nu îți cunoști concurența și nu știi până unde este dispusă să meargă pentru a te scoate din piața ei, riști să investești timp și resurse într-un război al preturilor în care ai șanse minime de câștig, în loc să te concentrezi pe dezvoltarea propriei afaceri. Instrumente utile în acest proces sunt: Analiza competitivității **Matricea de analiză comparativă a concurenților**, **Matricea de analiză a riscurilor** ș.a

**Numărul 4 – Fluxul de numerar.** Foarte mulți întreprinzători se lansează în afaceri plini de entuziasm și cu idei foarte bune, dar scapă din vedere un aspect care poate părea plictisitor la prima vedere, dar care se va dovedi esențial pentru supraviețuirea / succesul afacerii, și anume banii. Majoritatea se concentrează pe aspectele financiare corelate direct cu crearea produsului / serviciului și uită faptul că finanțarea unei afaceri implică costuri de marketing (investiția în marketing este mai mare la începutul afacerii), costuri de personal, costuri de furnizorii și alte cheltuieli care pot părea mici luate separat, dar care se adună, cum ar fi chiria, telefonul, abonamentul la internet, etc. O evidență bună a fluxului de numerar este esențială pentru a vedea dacă toate costurile afacerii (atât fixe cât și variabile) pot fi acoperite din veniturile afacerii.

**Numărul 5 – Tu.** Tu reprezintă o resursă importantă pentru afacerea ta, de aceea este important să te cunoști, să îți știi punctele tari și punctele slabe și să știi până unde ești dispus să mergi pentru a-ți transforma afacerea într-un succes.

În plus, trebuie să fii dispus să investești constant în educația ta antreprenorială și să înveți atât din propria experiență, cât și din exemplele oferite de ceilalți.

Indiferent de tipul de afacere în care dorești să te implicii, dacă pleci la drum ținând cont de aceste 5 elemente, ideea ta are toată șansa de a se transforma în ideea de afaceri perfectă..

