



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTERMEDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

IDENTIFICAREA OPORTUNITATILOR DE DEZVOLTARE A AFACERILOR



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE REGIUNALĂ
A REGIUNII BUCUREȘTI ILFOV



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA BRASOV



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA BRASOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TELEORMAN



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Oportunitatea de afaceri in prima faza este o idee

Ideea apare in mintea intreprinzatorului sub forma “ Ce-ar fi daca m-as apuca de....?”

In societatea actuala exista un puternic flux informational care se exercita asupra tuturor oamenilor.

Majoritatea oamenilor percep acest flux informational, dar numai mintea intreprinzatorului identifica rapid acele informatii care servesc la fundamentarea oportunitatii de afaceri.

Intreprinzatorul stie sa priveasca creativ si inovator o problema si sa gaseasca solutii acolo unde majoritatea oamenilor se opresc.

El stie “sa vada” evolutia unui produs/serviciu pe termen lung si isi da seama de perspectiva favorabila a afacerii.

Oportunitatea de afaceri este de fapt o viziune pe termen lung a intreprinzatorului care anticipeaza evolutia unui anumit produs/serviciu in perspectiva si intreveade si posibilitatea de a-l realiza.



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE IAȘI
ȘI ȘCOLA SPECIILOR MAREȘIUA, JUDEȚUL IAȘI



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE TIMIȘOARA
FONDAREA 1870



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE BRAȘOV



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE TELEORMAN



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Abordarea inovatoare - caracteristica unica a întreprinzătorului

Caracteristicile unice ale minții întreprinzătorului constituie o preocupare a specialiștilor din diferite domenii (psihologi, sociologi etc.) care caută să identifice deosebirile față de restul oamenilor.

Specialiștii au stabilit diferite tehnici prin care mintea întreprinzătorului identifică oportunitatea de afaceri și o folosește în fundamentarea deciziilor.

Ceea ce individualizează întreprinzătorul este capacitatea sa unică de a analiza inovator elemente disparate, aparent fără o legătură între ele și a găsi o cale unică de rezolvare a problemei.

Întreprinzătorul își asumă un risc în realizarea unei anumite oportunități de afaceri, care trebuie recompensat corespunzător de către societate.

Recompensa se poate materializa atât financiar, prin profitul realizat din afacere, dar și prin satisfacția pe care o simte întreprinzătorul atunci când vede că afacerea începe să meargă.

Abordarea inovatoare este elementul esențial în realizarea unei oportunități de afaceri și este proprie minții întreprinzătorului. Riscul asumat de întreprinzător este recompensat material, dar majoritatea întreprinzătorilor resimt un puternic sentiment de satisfacție atunci când afacerea începe să dea roade.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Preocupari pentru oportunitati de afaceri

Oportunitatile de afaceri sunt analizate de:

- ✓ micii întreprinzători, care doresc să-și deschidă propria afacere (start-up)
- ✓ oamenii de afaceri care au deja afaceri în derulare.

Ciclul de viață al unei afaceri impune analiza unor noi oportunități de afaceri, așa încât preocuparea pentru găsirea unor căi de dezvoltare a afacerii existente trebuie să devină o preocupare permanentă pentru a avea succes în domeniul afacerilor.

Indiferent dacă începi o afacere sau dezvolti una existentă, analiza oportunității de afaceri se face identic.

Singura deosebire între un start-up și dezvoltarea unei afaceri în derulare o constituie resursele financiare, care sunt mult mai puține și greu de atras în cazul unui start-up.

Odata intrat in lumea afacerilor, preocuparea de a gasi noi oportunitati devine un obiectiv permanent. Absenta preocuparii pentru noi oportunitati duce in mod sigur la faliment.



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE REANT
AL MUNICIPIULUI ALBA IULIA



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
TIMIȘOARA



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
BRAȘOV



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
TELEORMAN



CAMERA DE COMERT
ȘI INDUSTRIE
PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Oportunitatea de afaceri = produse/servicii vandabile

Scopul oportunității de afaceri este găsirea unor produse/servicii care să satisfacă o cerere potențială de piață, nesatisfăcută de oferta existentă.

Etapa ulterioară ideii de afaceri este studiul de piață al produsului/serviciului ce urmează să fie oferit prin noua oportunitate de afaceri, care să ofere o imagine cât mai completă a cererii și ofertei și a mecanismelor care le guvernează.

Studiul de piață trebuie să anticipeze comportamentul consumatorilor față de produsul/serviciul oferit.

Este recomandabil ca studiul de piață să fie întocmit de o firmă de specialitate, dar această variantă este costisitoare și de aceea prohibitivă mai ales pentru start-up-uri.

Variantă recomandată pentru start-up – studiul făcut de întreprinzător, care poate culege singur informațiile necesare și în același timp se acomodează cu un domeniu abordat.

Studiul de piață reprezintă etapa ulterioară ideii de afaceri, care caută să identifice toate aspectele caracteristice pentru piața pe care va evolua produsul/serviciul oferit. Cu cât studiul este mai complet și bazat pe informații pertinente, cu atât șansele de reușită ale oportunității de afaceri cresc.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Informatii principale ale studiului de piata

Un studiu de piata trebuie sa ofere necesarul de informatii referitoare la: dimensiunea pietei, oferta de produse similare/de substitutie, cererea si consumul, concurenta.

Trebuie acordata o atentie deosebita modul in care se formeaza pretul de piata si este necesara evidentierea factorilor care il influenteaza.

Pentru afacerile de dimensiuni mici, este foarte interesanta segmentarea pietei, care reprezinta principala oportunitate de afaceri de succes. Studiul de piata trebuie sa evidentieze modul de segmentare al pietei si modalitatile prin care afacerea propusa exploateaza aceasta segmentare.

Principiu de baza este: “Decat un procent mai mic pe o piata mai mare, mai bine un procent mai mare pe o piata mai mica” si reprezinta principala cale de succes pentru afacerile de dimensiuni mici.

Abordarea unui segment de piata mai redus permite stabilirea unor strategii mai corecte in promovarea produsului/serviciului si in special diminuarea presiunii concurentiale.

Studiul de piata trebuie sa faca o analiza cat mai completa a pietei care va fi abordata prin oportunitatea de afaceri. Pentru afacerile de dimensiuni mici, analiza segmentarii pietei poate evidientia principalele cerinte de succes ale afacerii.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Stabilirea caracteristicilor (trasaturilor) produsului/serviciului oferit

Cerința cea mai importantă pentru studiul de piață este evidențierea cerințelor pieței care încă nu sunt satisfăcute de produsele/serviciile existente.

Aceste cerințe ale pieței trebuie cuantificate în elemente palpabile și bine dimensionate care să fie îndeplinite de produsul/serviciul nou oferit în cadrul oportunității de afacerii propuse.

Este un proces de analiză amplă prin care o cerere de piață (nesatisfăcută în prezent) urmează să-și găsească o ofertă corespunzătoare în viitor, care să-i satisfacă cât mai bine pretențiile.

Este un proces de potrivire între:

- ✓ Ceea ce cere piața;
- ✓ Caracteristicile produsului/serviciului oferit.

Studiul de piață trebuie să stabilească cerințele pieței care nu au o ofertă corespunzătoare. Cererea de piață trebuie bine definită pentru a vedea dacă produsul (serviciul) nou oferit poate să le îndeplinească prin caracteristicile (trasaturile) sale.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Resursele disponibile limitează posibilitatea îndeplinirii cererii de piață

Teoretic se pot stabili cu mare precizie care sunt caracteristicile produsului/serviciului oferit, ce îndeplinesc cel mai bine cererea de piață.

Problema importantă este dacă se pot mobiliza resursele necesare (de toate tipurile) pentru a realiza produsul/serviciul ce îndeplinește aceste caracteristici.

În cele mai multe cazuri se poate constata că resursele disponibile nu pot asigura realizarea produsului/serviciului “ideal” care să îndeplinească absolut toate caracteristicile cerute de piață.

În marea majoritate a cazurilor se face un compromis între:

- ✓ Cerința pieței;
- ✓ Caracteristicile produsului/serviciului oferit
- ✓ Resursele disponibile pentru realizarea produsului/serviciului

Existența resurselor limitează realizarea produsului/serviciului care posedă caracteristicile ce îndeplinesc cel mai bine cererea de piață. Compromisul între cele 3 cerințe (piață, caracteristici, resurse) se referă la alegerea variantei care implică cel mai mic consum de resurse, realizându-se produsul/serviciul cu caracteristicile care se apropie cel mai bine de ceea ce cere de piață.



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE REANȚ
ȘI ȘCOLA SPECIILOR MĂRGALEI, JUDEȚUL ALBA IULIA



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALAȚI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TIMIȘOARA



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
FILIALA BRAȘOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TELEORMAN



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Pretul scăzut – prima tentativă în demararea unei afaceri

În faza de început a unei afaceri este tentant să folosești un preț scăzut pentru a avea succes imediat.

Elementul important care contribuie la preț scăzut este subevaluarea unor costuri, întreprinzătorul fiind extrem de entuziast în această fază și suplinind prin forțe proprii o serie de costuri ale afacerii.

Odată depășită faza de început, dezvoltarea afacerii începe să facă necesare costurile care inițial au fost subestimate, ceea ce conduce la o scădere a rentabilității.

În același timp și concurența reacționează și se aliniază la prețuri, ceea ce conduce la scăderea rentabilității unui întreg sector de activitate.

Un preț scăzut în faza de demarare a unei afaceri se poate transforma într-un mare dezavantaj pe termen lung.

Principala cauză care determină falimentul afacerilor mici este subestimarea prețului de vânzare. Din acest motiv afacerile mici nu se pot dezvolta într-o fază superioară.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Avantajul competitiv – principala cale de succes a unei oportunități de afaceri

Avantajul competitiv este răspunsul la întrebarea „*De ce clientul va cumpara de la mine?*” și reprezintă calea prin care oferta proprie se diferențiază de cele ale concurenței.

Avantajul competitiv este rezultatul :

- ✓ Analizei produselor/serviciilor similare și de substituție existente pe piață, cu evidențierea punctelor tari și în special slabe ale acestora;
- ✓ Stabilirii cerințelor segmentului-tintă de clienți, cărora le va produce satisfacție;
- ✓ Stabilirii caracteristicilor produsului/serviciului oferit în condiții de inovare, care să răspundă cât mai bine cerințelor segmentului-tintă;
- ✓ Stabilirii unui pret pentru noua ofertă și analiza lui în condiții concurențiale, având în vedere o strategie pe termen lung.

Singura modalitate de succes a unei oportunități de afaceri este crearea unui avantaj competitiv al ofertei proprii față de cea a concurenței. Este rezultatul unei analize ample, care are în vedere oferta existentă și modul în care oferta proprie va răspunde mai bine la cererea de piață.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALAȚI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Creativitatea în afaceri

Orice oportunitate de afaceri trebuie privită ca oferind ceva nou, nu neapărat numai pe piață, dar pentru întreg procesul de realizare al unui produs/serviciu.

Creativitatea este atitudinea inovatoare a omului de afaceri și este o caracteristică extrem de importantă.

Ea se manifestă printr-o abordare inedită a unui domeniu, care nu a mai fost utilizată și care este la baza succesului unei oportunități.

Creativitatea în afaceri duce la produse/servicii mai competitive care se impun mai ușor pe piață și creează avantajul competitiv.

Există diferențieri foarte mari în ceea ce privește creativitatea între firme în funcție de dimensiune. Cele mai creative firme sunt cele de dimensiuni reduse.

Pe măsură ce o firmă crește, componenta inovatoare și creativitatea scad.

Oportunitatea de afaceri nu poate avea succes dacă în procesul de realizare al produsului/serviciului oferit nu există creativitate și inovare. Aceste caracteristici se întâlnesc în special la firmele de dimensiuni mici. Ele constituie un fel de “laborator” de afaceri în care se experimentează soluții noi și inedite, care contribuie la creșterea competitivității,



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE RECENT
ALBA IULIA



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALAȚI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TIMIȘOARA



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
BRAȘOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TELEORMAN



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Cele 7 sursele ale oportunităților de afaceri

Rezultatul neașteptat- un eșec sau succes poate fi transformat într-o oportunitate.

Rezultat distonant – reacția pieței este în contradicție cu așteptările inițiale.

Perfecționarea proceselor – permanent există tendința de creștere a unor procese mai competitive.

Modificări ale structurii industriei și/sau a pieței, care elimină produsele vechi.

Modificările demografice – atrag modificări ale consumului

Modificări în percepția consumatorilor.

Noile descoperiri științifice – dar aplicarea lor practică necesită de obicei un timp foarte lung.

Teoreticienii afacerilor au identificat 7 surse tipice de afaceri. Toate trebuie să constituie preocuparea unui om de afaceri. Un spirit de observație atent, poate transforma un eveniment nesemnificativ, trecut cu vederea de majoritatea oamenilor, într-o oportunitate de afaceri. Există și domenii consacrate de oportunități de afaceri, dar în general acestea sunt mai greu de abordat și costisitoare.



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE IAȘI
ȘI ȘCOLA SPECIALE MĂRGAȘA, JUDEȚUL IAȘI



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALAȚI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TIMIȘOARA



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
BRAȘOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
TELEORMAN



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
PRAHOVA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Sprrijinul acordat in afaceri – atitudine sociala

Sprrijinirea afacerilor (și în special a celor de dimensiuni reduse-IMM-uri) din punct de vedere politic și prin alte facilități are o motivație socială.

Motive:

- ✓ Crează locuri de muncă pentru oameni;
- ✓ Contribuie la dezvoltare economică atât verticală, cât și orizontală, asigurând viabilizarea activităților în alte sectoare;
- ✓ Oferă produse/servicii consumatorilor, îndeplinind un rol social.

Pentru IMM-uri, UE a creat un cadru favorizant principal cu 10 direcții principale prin “Small Business Act” – Lisabona 2005.

Și la nivelul României există preocupări pentru traducerea în practică a SBA, nivelul de facilități fiind încă destul de redus, datorită constrângerilor bugetare.

La nivelul statelor membre UE există un cadru politic director pentru încurajarea afacerilor mici și mijlocii. Această necesitate s-a impus ca urmare a competitivității ridicate a IMM-urilor, care sunt capabile să realizeze produse/servicii mult mai vandabile pe piață.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Resurse necesare in afaceri

Resursele materiale sunt reprezentate de ansamblul de materii prime, materiale, marfuri și servicii legate de acestea, care asigură desfășurarea în bune condiții a activității de bază ale unei firme.

Resursele tehnice se referă la echipamentele necesare pentru realizarea unui produs/serviciu. Resursele umane au în vedere forța de muncă necesară și calificarea ei. O atenție deosebită trebuie acordată componentei de management.

Resursele financiare sunt necesare pentru acoperirea costurilor de punere în funcțiune a afacerii. Acestea sunt de 2 tipuri – proprii și atrase. Finanțările nerambursabile constituie un important sprijin în demararea unei afaceri și se situează între sursele proprii și cele atrase.

Ultima fază a transpunerii în practică a unei oportunități de afaceri este analiza resurselor, cu toate componentele sale. Orice afacere pentru a funcționa are nevoie de resurse. Acestea trebuie analizate pentru a stabili dacă sunt suficiente calitativ și cantitativ pentru funcționarea afacerii în bune condiții. O atenție deosebită trebuie acordată resurselor financiare, care trebuie să asigure costurile inerente în perioada de implementare a afacerii și eventualele dificultăți din perioada de început.



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV

Contract POSDRU/92/3.1/S/63168 „Dezvoltarea competențelor manageriale și antreprenoriale pentru IMM în vederea îmbunătățirii eficienței organizaționale și valorificării oportunităților de afaceri”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
“Investește în oameni!”

Planificarea în afaceri

Orice om de afaceri nu se hazardează într-o afacere fără a avea o imagine clară asupra evoluției unei afaceri, respectiv o planificare a afacerii.

Orice planificare în afaceri se face pe baza unui document (studiu de fezabilitate sau plan de afaceri).

Elaborarea unui studiu de fezabilitate/plan de afaceri este o activitate laborioasă, care implică un domeniu foarte larg de cunoștințe.

Pentru elaborarea planificării în afaceri varianta optimă implică o colaborare între întreprinzător și o firmă de specialitate.

Principala calitate a documentului de planificare este precizia estimărilor făcute pentru viitor. Cu cât rezultatele reale, care vor fi obținute în viitor vor fi mai apropiate de cele estimate, cu atât planificarea a fost mai bine făcută.

Este absolut necesară planificarea în afaceri pentru a avea o imagine clară a ceea ce urmează să se întâmple. Instrumentul de planificare în afaceri are rolul de a prezice viitorul ei și de a atrage resursele financiare necesare.



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI



FINAS
CONSULTING



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV



ȘCOALA ROMÂNĂ
DE AFACERI
FILIALA GALATI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
REGIUNEA TELEORMAN



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
REGIUNEA PRAHOVA