Hilfswerk Austria International

"Elaina Consulting" S.R.L.

GHIDUL ANTREPRENORULUI
pe înțelesul tuturor

Elena Catîşev şi Diana Jumiga

Studiu produs în cadrul proiectului „Remitențele Dezvoltă Comunitățile în Moldova", implementat de Hilfswerk Austria Internațional, în parteneriat cu Centrul Național de Asistență și Informare a Organizațiilor Neguvernamentale din Republica Moldova – CONTACT cu suportul financiar al Uniunii Europene

Opiniile exprimate în această lucrare aparțin în exclusivitate autorilor şi nu reflectă necesar punctul de vedere al Uniunii Europene.

Acest proiect este finanțat de către Uniunea Europeană

Delegația Comisiei Europene în Republica Moldova
str. Kogălniceanu 12,
Chișinău, MD-2001,
Republica Moldova
Tel: (+373 22) 50 52 10
Fax: (+373 22) 27 26 22

Un proiect implementat de către Hilfswerk Austria Internațional

Str. Alexandru cel Bun nr. 85,
Chișinău, MD-2012
Republica Moldova
Tel: (+ 373 22) 21 25 41
Fax: (+ 373 22) 21 25 54

ABREVIERI:

AGEPI – Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală

Art - articol

CAEM – Clasificatorul activităților din economia Moldovei

CNSP – Centrul Național de Sănătate Publică

CIM – contract individual de muncă

CÎS – Camera Înregistrării de Stat

CM – Codul Muncii

CNAM – Compania Națională de Asigurări în Medicină

CNAS – Casa Națională de Asigurări Sociale

BNM – Banca Națională a Moldovei

BNS – Biroul Național de Statistică

IFS – Inspectoratul Fiscal de Stat

IMM – întreprinderi mici şi mijlocii

Î.I. – întreprindere individuală

K - capital

Max – maxim

MCC – maşină de calcul şi control

Min – minim

Nr – număr

Pt – pentru

S.A. – societate pe acțiuni

S.C. – societate în comandită

S.N.C. – societate în nume colectiv

SNC – standarde naționale de contabilitate

S.R.L. – societate cu răspundere limitată

CUPRINS:

1. Ce înseamnă business? 4
2. Ai putea fi om de afaceri? 4
3. Cînd lansezi o afacere proprie? 6
4. Ce domeniu alegi pentru afacerea proprie? 8
5. Cum poți să intri în lumea afacerilor? 10
6. Cum identifici ideea de afaceri? 13
7. Ce formă organizatorico-juridică să alegi pentru firma ta? 16
8. Care este procedura de înregistrare a firmei? 19
9. Ce faci după ce ai înregistrat firma? 21
10. Ce plăți obligatorii, impozite şi taxe vei avea de achitat? 23
11. Ce rapoarte, declarații, forme de bază trebuie să prezinți? 25
12. De ce acte, programe vei avea nevoie pentru a duce evidența contabilă? 25
13. Care este procedura de autorizare? 29
14. Care este procedura de licențiere? 31
15. Care este procedura de înregistrare a mărcii? 31
16. Cum gestionezi resursele umane? 32
17. Cum să-ți promovezi şi vinzi produsul/serviciul? 47
18. Cum faci planul financiar? 54
19. Ce scrii într-un plan de afaceri? 61
20. De unde găseşti bani pentru afacere? 63
21. Etica şi responsabilitatea socială în afaceri. 86
22. Reuşite şi eşecuri în afaceri. 87

ANEXE:

1. Test de evaluare a capacității antreprenoriale 90
2. Oficii teritoriale ale Inspectoratului Fiscal de Stat 91
3. Agenții teritoriale ale Centrului Național de Asigurări în Medicină 92
4. Agenții teritoriale ale Casei Naționale de Asigurări Sociale 92
5. BNS (Biroul Național de Statistică) 96
6. Indicatori financiari 97
7. Cadrul normativ pentru antreprenori 97
8. Caietul planului de afaceri 99
9. Modelul planului de afaceri 107
10. Link-uri utile 133

BIBLIOGRAFIE 134

CD cu mostre de acte, formulare, legi etc.

Drag cititor,

Acest ghid a fost elaborat în cadrul proiectul „Remitențele dezvoltă comunitățile din Republica Moldova", cu suportul financiar al Uniunii Europene.

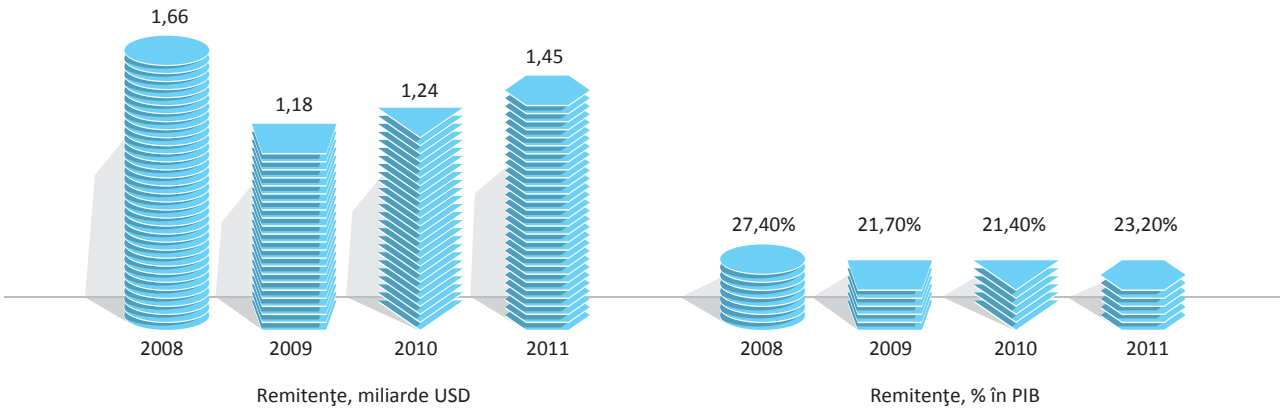
De ce?

Pentru a te motiva pe tine, care eşti beneficiar de remitențe, să investeşti banii trimişi de rudele tale de peste hotare în afaceri.

Ştiai că?

Aproximativ jumătate de milion de moldoveni (*25-30% din populație*) lucrează peste hotare.
Republica Moldova, conform raportului Băncii Mondiale, se află printre lideri în ceea ce priveşte ponderea remitențelor în PIB (*23,2%*), pe locul 2 după Tadjikistan.
Potrivit datelor Băncii Naționale a Moldovei, în primul trimestru al anului curent, volumul transferurilor băneşti în Moldova de peste hotare pin intermediul băncilor a constituit 288,72 mil.$.

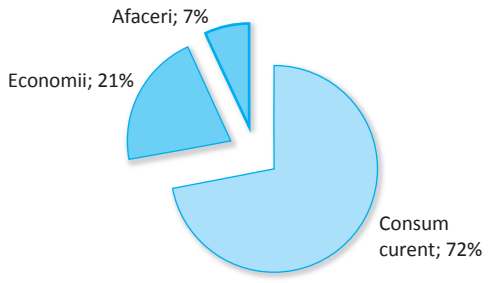
Evoluţia remitenţelor în Rep. Moldova



În mediul rural, ponderea remitențelor în produsul total este şi mai mare, fiind o sursă importantă şi stabilă de venituri pentru mai mult de 25% din localități şi un factor esențial de prevenire a sărăciei.

Din cîte observi, economia Moldovei este puternic dependentă de remitențe, însă din păcate **doar 7% (*oficial*) din banii concetățenilor noştri care muncesc peste hotare sunt investite în afaceri, ca să genereze noi venituri şi să contribuie la dezvoltarea țării.**

Utilizarea remitențelor în Moldova



Tu ce alegi?

1. Să cheltuieşti banii primiți de la rudele de peste hotare pe produse de uz curent, care-ți aduc satisfacție doar de moment?

sau

2. Să investeşti remitențele în afacerea proprie din care să faci mai mulți bani şi care ar crea noi locuri de muncă, ar contribui la bunăstarea cetățenilor şi respectiv, ar dezvolta economia Moldovei?

Ce ne-am propus prin acest ghid?

1. *Să te ajutăm să înțelegi dacă afacerile sunt de tine*
2. *Să îți arătăm că nu este deloc dificil să-ți lansezi o afacere în Moldova*
3. *Să îți oferim maxim informație utilă ca să economiseşti bani pe servicii de consultanță*
4. *Să îți indicăm de unde poți accesa bani la începutul afacerii*
5. *Să îți dăm idei de afaceri în care ai putea investi remitențele*
6. *Să îți dezvoltăm capacitățile antreprenoriale*
7. *Să-ți dăm în CD-ul anexă modele de acte cu care vei avea de lucrat practic*

Ce poți afla din acest ghid?

1. că banii nu trebuie cheltuiți, ci investiți în afaceri care să genereze mai mulți bani
2. că a lansa o afacere în Moldova este **interesant, accesibil** şi **profitabil**
3. că sunt multe oportunități de investire în Moldova
4. că statul şi organizațiile internaționale în Moldova îți vin în ajutor prin diverse programe de finanțare şi susținere a business-ului autohton
5. că afacerea proprie îți poate oferi satisfacție materială şi spirituală
6. că propriul business îți asigură un loc de muncă şi stabilitate pe viitor

5 motive pentru care se merită să citeşti acest ghid:

1. Primeşti răspunsuri concrete la întrebările care pot să-ți apară la început de cale în business
2. Minim teorie, maxim informație practică
3. Puține cuvinte, multe scheme şi prezentări grafice
4. Limbaj accesibil, pe înțelesul tuturor
5. Informația pe care ți-o dăm schematic îți va prinde bine pe viitor şi te va ajuta să **economiseşti bani, timp şi energie.**

Dacă vei avea întrebări pe viitor, nu ezita să te adresezi echipei de experți de la:

„**Elaina Consulting”** S.R.L.
Chişinău, str. A. Mateevici 71 of.8a
Republica Moldova, MD-2009
Tel. 022 24 00 26, 07988098
www.elaina-consulting.com

Şi nu în ultimul rînd, autorul Elena Catîşev şi co-autorul Diana Jumiga, alături de echipa „**Elaina Consulting**” SRL, Asociația Obştească „**Hilfswerk Austria**” în Rep. Moldova şi Comisia Europeană îți doresc **baftă şi spor în business!**

Ține minte: Cel mai teribil gînd de care trebuie să te temi este să nu greşeşti. Numai cel care nu face nimic, nu greşeşte. Ar trebui să-ți fie teamă că te-ai putea trezi peste 10, 20 sau 30 de ani de lucru într-o companie arătînd cu degetul spre televizor şi spunînd „aceasta a fost ideea mea”.

Citeşte acest ghid, investeşte remitențele în ideea ta şi fă bani!
Fii un exemplu bun pentru alții, ajută-te pe tine însuți şi ajută-ți țara.

1. Ce înseamnă business?

Business-ul tradus din engleză ar fi "starea de a fi ocupat", adică
business = să faci singur bani din aceea că eşti ocupat.

Nu **te duci la lucru**, nu **faci ce ţi se spune** şi nu **aştepţi** să-ţi dea cineva **salariul stabilit** pentru aceasta	dar →	singur **decizi ce este de făcut**, munceşti atît cît e nevoie, ca să îţi **poţi face singur salariul dorit**.

Antreprenor = omul care-şi asumă riscul în contextul organizării unei întreprinderi noi, crearea unui produs / serviciu nou, este un inovator, manifestă iniţiativă, investeşte mijloace, aplică aptitudini şi îşi asumă responsabilitatea pentru posibilele insuccese, cu scopul de a face bani şi a-şi satisface interesul personal, respectînd legea.

Legea cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi Nr. 845 din 03.01.1992

2. Ai putea fi om de afaceri?

Nu putem clasifica argumentele pro/contra intrării în lumea afacerilor. Totul pînă la urmă depinde de **CE ÎŢI PLACE** mai mult. Îţi putem propune o listă de control, care să-ţi ajute să iai o decizie raţională. Bifează în dreptul fiecărei propoziţii care te caracterizează şi numără cîţi de **Da** şi cîţi de **Nu** ai acumulat.

Afacerea proprie	DA	NU
VREAU SĂ	☐ Lucrez pentru mine. ☐ Lucrez cînd vreau, cum vreau şi cu cine vreau. ☐ Creez noi locuri de muncă, mă simt util în societate. ☐ Cîştig nelimitat (0 lei, 1 mln lei etc.). ☐ Iau salariul cînd vreau. ☐ Am subordonaţi care să-mi raporteze asupra sarcinilor date. ☐ Îmi creez singur condiţiile de lucru.	☐ Lucrez pentru alţii. ☐ Evit riscul. ☐ Am program, concediu, salariu stabil, premii trimestriale. ☐ Am timp pentru toate responsabilităţile de familie. ☐ Deservesc clienţi găsiţi de alţii.
SUNT GATA SĂ	☐ Iau salariul doar cînd firma are profit (am adus bani în firmă-am salariu, nu am adus bani în firmă-nu am salariu). ☐ Lucrez cît e nevoie. ☐ Risc să investesc timp şi bani, deşi rezultatul nu este garantat. ☐ Nu am concediu garantat, premii trimestriale. ☐ Nu am grafic stabil. ☐ Uneori nu am timp de responsabilităţile de familie. ☐ Caut clienţi singur. ☐ Lucrez în condiţii mărite de stres, mă predispun eforturilor mari fizice şi psihice.	☐ Am cîştig limitat (ex. 3000 lei/luna), chiar dacă am muncit mai mult decît e prevăzut în contract. ☐ Iau banii doar la o dată anumită. Nu iau avans din salariu. ☐ Lucrez cînd, cum şi cu cine îmi spun alţii. ☐ Mă subordonez şefilor şi le scriu rapoarte cînd cer. ☐ Lucrez în condiţiile de muncă pe care mi le crează alţii.

Afacerea proprie	DA	NU
ÎMI SPUN DESEORI	☐ De obicei reuşesc să fac ce îmi propun. ☐ Am încredere în forțele proprii. ☐ Sunt gata să iau totul de la capăt în caz de eşec. ☐ Familia mă susține. ☐ Am oameni de succes de la care să învăț şi care să mă încurajeze. ☐ Vreau să-mi fac singur salariul. ☐ Am mult spirit de inițiativă, de aventurier, posed spirit inovativ. ☐ Sunt sănătos, pot face față stresului o perioadă mai îndelungată. ☐ Mă pot autocontrola. ☐ Am pasiune pentru afaceri, modul de viață activ şi riscant.	☐ Nu cred în capacitățile mele de antreprenor. ☐ Las mîinile în jos la primul eşec. ☐ Responsabilitățile de familie pentru mine sunt prioritare. ☐ Sunt înconjurat de persoane care nu s-au ocupat de business niciodată, dar îmi dau sfaturi şi mă demotivează. ☐ Vreau ca cineva să-mi dea salariu. ☐ Mă îmbolnăvesc des, mă doare inima, sunt stresat, cad în depresie.
ÎMI PLACE	☐ Să mobilizez resurse financiare, materiale, umane. ☐ Să iau decizii. ☐ Să fiu creativ. ☐ Să fiu mobil. ☐ Să mă autoperfecționez. ☐ Să-mi cunosc părțile slabe şi forte. ☐ Să fiu director, persoana de care toți ascultă.	☐ Să mi se ofere resurse materiale, financiare, umane pentru desfăşurarea activității. ☐ Să execut ordinele altora. ☐ Să evit responsabilitatea de luare a deciziilor. ☐ Să fiu expert doar într-un domeniu.
TOTAL	**DA** ☐	**NU** ☐

Dacă Nu<Da, atunci încă nu a venit perioada să-ți deschizi afacerea proprie. Trebuie să revii la această listă atunci cînd simți că ai putea să obții mai multe decît la locul de muncă actual.

Dacă Da>Nu, atunci afacerile sunt de tine. Dar pentru a te convinge pe deplin de acest lucru, vezi dacă deții următoarele **calități:**

EŞTI	Curajos, optimist, energic, perseverent, rezistent la stres, responsabil, realist, cumpătat, sociabil, inventiv, descurcăreț, de sine stătător, empatic, practic, convingător, economic, punctual, flexibil la schimbări şi inovații, ai abilități de lider, de comunicare, experiență în muncă, poți impune un spirit competitiv în echipă, poți învăța din greşeli	***Trăsăturile de personalitate pot aduce succes doar dacă sunt orientate spre binele clientului.*** Cercetătorii confirmă că doar 5-10% din întreaga populație posedă talent de întreprinzător.
ÎNVEȚI	Să planifici şi să gestionezi eficient timpul şi resursele (financiare, umane, informaționale) Să poți aplica cunoştințe din management, marketing, contabilitate etc. (cel puțin ca să poți controla că ceilalți îşi fac treaba bine).	***Oamenii de afaceri sunt cei care pe lîngă talentul înnăscut, LUCREAZĂ şi îşi dezvoltă CONTINUU calitățile personale şi profesionale, cu scopul de a FACE BANI şi a DA BANI celor care îi ajută.***

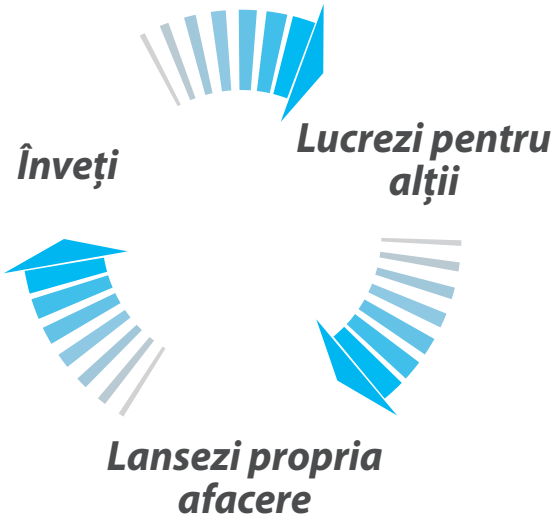
Din cîte ai observat, calitățile înnăscute nu sunt suficiente pentru un antreprenor. Dacă vrei să ai o afacere proprie, va trebui să-ți dezvolți abilitățile şi să deprinzi multe lucruri noi.

„În afaceri, trei lucruri sunt necesare: cunoştinte, temperament şi timp." (Owen Fellthам)

3. Cînd lansezi o afacere proprie?

Cît mai curînd, deoarece cu cît înaintezi în vîrstă, cu atît este mai greu să îți asumi riscuri. Apar obligațiuni de familie mai stricte, responsabilități mai complicate. Totodată, ai nevoie de ceva timp pentru a te acomoda la mediul de afaceri şi a ajunge la profit.

"În lumea afacerilor toți sutem plătiți cu două monede: cash şi experiență. Ia mai întîi experiența; banii vor veni mai tîrziu." (Harold Geneen)



Iată un scenariu des întîlnit

1. ***Înveți*** o specialitate, absolveşti o facultate (3-5 ani).
2. ***Lucrezi*** pentru o companie, aplici cunoştințele de la universitate, înveți lucruri noi (2-4 ani).
3. ***Lansezi propria companie*** şi aplici cunoştințele acumulate la locul de muncă precedent.
4. ***Înveți*** din propriile greşeli, acumulezi experiență valoroasă şi cunoştințe noi (5 ani).
5. Îți ***vinzi cunoştințele*** la un preț bun prin serviciile prestate de compania ta.
6. Cînd te plictiseşti de propria afacere, poți lucra pentru alte companii pentru un salariu mult mai mare sau poți lucra în calitate de ***expert independent***.
7. ***Înveți*** ceea de ce ai strictă nevoie.

Toate aceste etape se încadrează într-un proces ciclic. Deja punctul de start depinde de aspirațiile tale şi de circumstanțele în care te dezvolți.

Poți alege **propriul scenariu** analizînd avantajele şi dezavantajele fiecărui punct de pornire.

1. ***Înveți*** → ***Lucrezi pentru alții*** → ***Lansezi afacere***

Avantaje	*Dezavantaje*
● *Ai deja o bază teoretică şi practică: ai acumulat cunoştințe la universitate, la locul de muncă anterior.* ● *Ştii deja ce greşeli trebuie să eviți.* ● *Economiseşti timpul la planificarea şi gestionarea afacerii.*	● *Pierzi cca10 ani stînd în bancă şi investindu-ți potențialul în succesul unei alte companii.* ● *Devii mai rațional, deci îți asumi mai greu riscuri şi faci mai greu față eşecurilor.* ● *Începi afacerea proprie cînd deja trebuie să îți creezi o familie şi ai multe responsabilități legate de aceasta.*

2. *Lucrezi pentru alții → Lansezi afacere → Înveți*

Avantaje	Dezavantaje
● *Acumulezi cunoștințe practice la maxim într-un anumit domeniu.* ● *Mai ușor identifici specialitatea pe care s-o înveți și să-ți fie utilă.* ● *Îți dezvolți mai rapid abilitățile.* ● *Faci bani în timp ce alții învață, îți acumulezi capital pentru afacerea proprie.*	● *Te complexezi că nu ai diplomă de studii.* ● *Salariul este mai mic în comparație cu angajații calificați.* ● *Insuficiența de cunoștințe teoretice.* ● *Calitatea insuficientă a serviciilor prestate.* ● *Ai nevoie de mai mult timp și consultanță la realizarea sarcinilor, iar acestea costă.*

3. *Lansezi afacerea → Înveți → Lucrezi pentru alții (prestînd servicii)*

În timp ce alții învață teorie și își investesc potențialul în dezvoltarea companiilor deja existente, oameni care aleg acest scenariu dedică 5-10 ani din cariera lor direct în propria afacere, îi investesc în experiență, în studiul pieții, în adaptarea la aceasta, dezvoltarea produsului/serviciului, în paralel învățînd ceea de ce au nevoie la moment (*prin accesare de traininguri, a consultațiilor specialiștilor etc.*). Succesul lor depinde în mare parte de autodisciplină, informare continuă, intuiție și apelarea la sfatul specialiștilor. Momentul paradoxal este că acești aventurieri (*cu vîrsta cuprinsă de obicei între 18-25 ani*), se bazează mai mult pe entuziasm, decît pe cunoștințe și de aceea le este mai ușor să facă față unor eventuale eșecuri și să încerce din nou fără ezitare. Ei dețin mai mult curaj în implementarea planurilor inovatoare, deoarece îi interesează mai puțin riscul și mai mult provocarea și dorința de a face mulți bani și a fi directori, persoane admirate pentru spiritul de inițiativă și capacitatea de mobilizare a tuturor resurselor disponibile.

Avantaje	Dezavantaje
● *Cu cît mai devreme începi, cu atît mai departe ajungi și obții rezultatele dorite.* ● *Ai ocazia să înveți din greșelile proprii.* ● *Ești mai predispus să îți asumi riscuri.* ● *Te mobilizezi mai bine în caz de eșecuri, le iai drept provocare.* ● *Înveți din mers, din practică, în timp ce alții dețin doar cunoștințe teoretice.* ● *Ai mai mult timp la dispoziție să te dedici afacerii, să o dezvolți și să o faci profitabilă.* ● *Te înscrii la cursuri deja știind de ce ai nevoie și iai maxim beneficiu din acestea.*	● *Riscul de a face greșeli din lipsa cunoștințelor teoretice și practice.* ● *Lipsa de încredere din partea celorlalți, nu întotdeauna te iau în serios.* ● *Nu ai suficiente resurse financiare.*

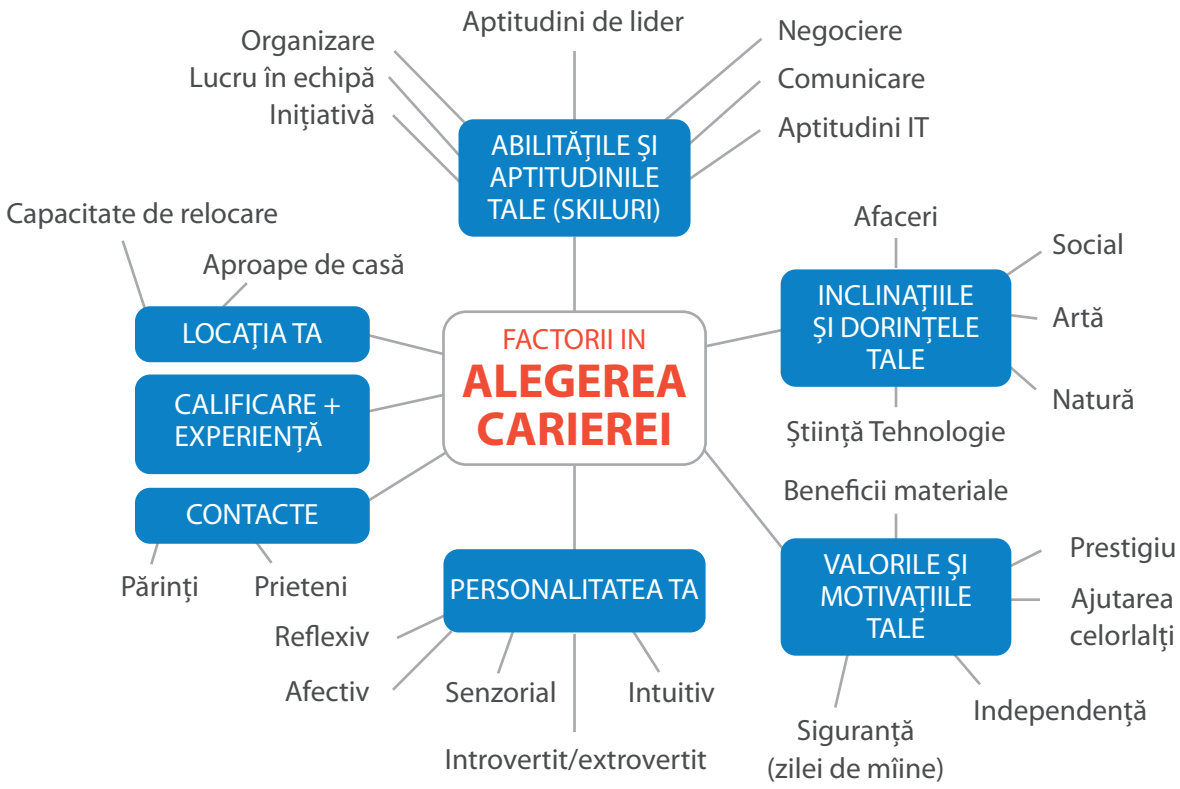
Deci, ținînd cont de faptul că al treilea scenariu are suficient de multe avantaje, te încurajăm să nu pierzi timpul și să iai o decizie privind lansarea unei afaceri proprii cît mai curînd.

Și nu uita: „Timpul este măsura afacerilor." (Francis Bacon)

4. Ce domeniu alegi pentru afacerea proprie?

O parte din reuşita în afaceri se datorează faptului că **îţi place ceea ce faci şi poţi face ceea ce-ţi place.** Contează mult să alegi domeniul care să corespundă capacităţilor şi aspiraţiilor tale, un domeniu în care să te regăseşti, să fii sigur de sine, să te simţi împlinit şi să primeşti plăcere.

Iată reprezentarea grafică a factorilor esenţiali în alegerea carierei, respectiv a domeniului de activitate.



Sursa: http://www.la-psiholog.ro/info/alegerea-carierei

Totodată, îţi vin în ajutor şi **testele psihologice de personalitate şi de orientare a carierei.** Iată unele din ele, pe care le poţi face on-line şi la care poţi obţine imediat interpretarea rezultatului:

Testul de personalitate MBTI (Jung)

http://www.la-psiholog.ro/teste-psihologice/test-personalitate-mbti-jung-16-tipuri

Testul de interese profesionale

http://www.la-psiholog.ro/teste-psihologice/test-interes-profesional

Testul de inteligenţă emoţională EQ

http://www.la-psiholog.ro/teste-psihologice/test-eq-inteligenta-emotionala

Teste de evaluare a aptitudinilor

de inteligenţă, logică, raţionament numeric, argumentare orală, talent artistic etc.

ANEXA 1: **Test de evaluare a capacităţii antreprenoriale**

Şi nu în ultimul rind, **evaluează-ți valorile,** căci deşi se vorbeşte despre etica şi responsabilitatea socială în afaceri, lumea business-ului e dură şi nu întotdeauna coincide cu valorile tale.
De exemplu, un medic care este gata să ajute chiar şi pacientul care nu are bani, un profesor care ramîne peste programul de muncă să controleze caietele elevilor, nu corespunde formatului de afaceri, în care nu faci nimic dacă nu ai interes şi beneficiu financiar din activitate. În business va trebui să înveți să renunți la munca gratuită, la clienți care nu au bani şi la ceea ce-ți consumă timp fără a-ți aduce venit. În business vei fi nevoit să dai în judecată pe cei care nu-şi onorează obligațiunile de plată, chiar dacă au copii şi vor veni cu lacrimi la tine, pentru că **afacerea nu eşti tu, ci e o entitate aparte, o persoană juridică/fizică, care are propriile obligațiuni față de salariați, furnizori, care la rîndul lor aşteaptă salarii, plăți** etc. În business nu te poți baza pe încredere, bunăvoință, prietenie, ci pe contracte stricte, chiar şi cu propriii membri ai familiei sau parteneri de afaceri.

"O prietenie bazată pe afaceri este mai bună decît o afacere bazată pe prietenie". (John Davison Rockefeller)

Ce sunt IMM-urile?

IMM = abrevierea pentru întreprinderile mici şi mijlocii

Această noțiune ține de clasificarea întreprinderilor după anumite criterii.

Criterii Rep. Moldova / Întreprinderi	micro	mici	mijlocii	mari
numărul angajaților	1-9	10-49	50-249	250...
volumul anual din vînzări (*cifra de afaceri*) şi valoarea anuală de bilanț a activelor (*capitalul social*)	< 3 mln lei	< 25 mln lei	< 50 mln lei	> 50 mln lei
Ponderea în totalul agenților economici înregistrați		97,5% (47,3 mii)		
Ponderea în volumul vînzărilor tuturor agenților economici		34,6% (71887,6 mln lei)		
Nr de angajați (*locuri de muncă*) din nr total de angajați din sectorul privat		57,7% (294,2 mii)		

IMM sunt cel mai des întîlnite (în Moldova şi UE), crează majoritatea locurilor de muncă şi produc majoritatea produselor şi serviciilor.

În rîndul IMM, totalitatea întreprinderilor mici rămîne lider după suma profitului pînă la impozitare.

Ca să te poți inspira din ce e "la modă" şi profitabil în termeni de domenii de activitate în rîndul întreprinderilor mici şi mijlocii (IMM), vezi mai jos datele statistice pe anul 2011 oferite de Biroul Național de Statistică.

Domenii de activitate	Structura IMM	Venit din vînzări
Comerț	41%	49,1%
Industrie prelucrătoare	10,2%	13%
Tranzacții imobiliare, închirieri, acitivități de servicii prestate întreprinderilor	16,6%	7,1%
Alte activități	11,3%	4,4%
Transporturi şi comunicații	6,8%	9 %
Agricultură, economia vînatului şi silvicultura	5,1%	7,8%
Construcții	5,5%	7,7%
Hoteluri şi restaurante	3,2%	1,6%
Energie electrică, gaze şi apă	0,4%	0,4%

Din aceste domenii de activitate, doar ultimele 2 poziții au înregistrat pierdere (nu au avut profit).

„Nici o națiune nu a fost ruinată vreodată din cauza comerțului." (Benjamin Franklin)

Recomandare: *Alege domeniul de activitate în care primii tăi clienți ar fi prietenii, rudele, cunoscuții, colegii şi domeniile în care ai "relații"/ "pile", în care cunoscuții ar putea să pună un cuvînt pentru tine şi să-ți ofere un sfat valoros.*

Ca să ştii cum se numeşte exact domeniul de activitate pe care-l vrei pentru afacerea ta, accesează **Clasificatorul CAEM**.

Clasificatorul CAEM

Atunci cînd alegi activităţile, încearcă **să eviţi domeniile cu grad înalt de risc,** care îţi pot aduce pierderi în loc de venituri şi eventual vor fi respinse de bănci în caz de solicitare de credit. Iată unele din aceste activităţi, după clasificarea dată de revista „Forbes" *(renumită în întreaga lume prin listele întocmite anual, aşa ca lista celor mai mari 2000 companii din lume şi lista celor mai bogaţi 100 de oameni ai planetei*):

1. Transporturile. Aici sunt incluse afacerile cu taxi, limuzine, ambulanţe. Trebuie să plăteşti taxe mari de asigurare, sunt pierderi din cauza scumpirii combustibilului şi există competiţie puternică.

2. Magazinele de îmbrăcăminte. Riscurile apar din cauza saturării pieţei şi datorită fluctuaţiilor vînzărilor în funcţie de sezon. Firmele mici pot fi eclipsate de giganţii industriei, în plus, schimbarea gusturilor de la un an la altul pune afacerea în pericol.

3. Restaurante şi baruri. Această nişă suferă cel mai mult, deoarece industria alimentelor preparate e dezamăgitoare, poate brusc să se reducă numărul de clienţi din cauza competiţiei.

4. Comunicaţiile. E considerat un domeniu riscant pentru un furnizor independent datorită prezenţei pe piaţă a marilor companii prestatoare de aceleaşi servicii cu oferte atractive.

5. Agenţiile şi operatorii de turism. Pentru a atrage clienţii, agenţiile trebuie să ofere destinaţii spre locurile exotice unde firmele de turism on-line nu sunt atît de eficiente. Este mai dificil de a învinge scepticismul clienţilor, care consideră călătoria pe cont propriu mai avantajoasă.

6. Magazinele de alimente. E vorba de supermarketuri, vînzarea de fructe şi legume. Aici intervine aceeaşi problemă: marile lanţuri, deja bine instalate pe piaţă şi riscul alterării rapide a produselor.

7. Serviciile personale: firmele de curăţenie, spălătoriile, cizmăriile, etc. Esenţială este locaţia. Nimeni nu va parcurge kilometri întregi doar pentru a-şi curăţa/repara lucrurile. Poţi atrage clienţii cu preţuri mici, dar în acest caz amortizarea investiţiei va fi extrem de dificilă.

8. Service-urile auto. Toate maşinile sunt asigurate, iar companiile de asigurări achită costul reparaţiilor, ori acestea nu au de gînd să plătească sume prea mari. În plus, cei mai mulţi dealeri locali şi naţionali şi-au extins oferta de service şi pot face faţă unui volum mare de maşini, un lux pe care firmele mici nu şi-l pot permite.

9. Transportul de mărfuri. Fluctuaţiile de preţ la combustibil fac afacerea riscantă. Totodată, regulile tot mai drastice impuse transportatorilor fac şi mai dificilă investiţia.

10. Serviciile financiare precum casele de schimb, bancomatele, transferul de bani. Numeroasele fraude fac riscantă afacerea. De asemenea, legile tot mai severe, fac chiar unele bănci renumite să le evite.

5. Cum poţi să intri în lumea afacerilor?

Posibilităţi de intrare în lumea afacerilor

Descrierea fiecărei posibilităţi de a intra în lumea afacerilor o găseşti în tabelul următor.

Posibilități de intrare în lumea afacerilor

Opțiuni	Avantaje	Dezavantaje
Crearea unei noi afaceri	• inovare • alegerea genurilor de activitate • libertate de decizie • independență • administrare proprie (*angajezi/concediezi pe cine vrei*) • nu ai de corectat greşelile altora • ridicarea stimei de sine, admirația altora • provocare	• investiții proprii mai mari (*financiare, de timp*) • responsabilitate mai mare • mai mult efort • multe cercetări de piață • lipsa de experiență
Cumpărarea unei afaceri existente sau asocierea într-o afacere existentă	• risc mai mic • clienți deja existenți • încadrarea în etapa deja profitabilă sau de dezvoltare • economie de timp, încadrarea directă în faza de dezvoltare	• repararea greşelilor altora • analiza financiară minuțioasă • riscul de a nu cunoaşte motivele reale ale fostului proprietar de a-şi vinde afacerea • genurile de activitate stabilite deja
Asocierea într-o afacere existentă	• te ocupi de ceea ce îți place şi ce nu aveai curajul să faci de unul singur • afacerea e pe roate deja • ai o viziune clară asupra punctelor slabe şi forte ale firmei • înveți de la partener • împarți responsabilitățile şi sarcinile • te poți bizui pe partener în caz de urgență (*lucrează el cînd tu nu poți şi invers*) • în parteneriat apar mai multe idei, interese comune, schimb eficient de opinii • posibilitatea venirii cu noi propuneri de genuri de activitate	• decizia se ia împreună cu partenerul, chiar dacă nu-ți convine • trebuie să împarți profitul • dificultăți în caz de conflict cu partenerul • analiza financiară durează • genurile de activitate sunt stabilite deja • un partener de afaceri poate lăsa multe responsabiltăți doar pe seama ta, bazîndu-se pe prietenia ce vă leagă ***În afaceri nu avem prieteni, ci doar parteneri. (Alexander Dumas)***
Cumpărarea unei francize	• dreptul de a copia o afacere profitabilă, de succes • obții know-how, cunoştințe verificate • imagine înaltă deja creată • drepturi exclusive de distribuție (*protecție teritorială*) • nivel scăzut de bancrotizare • finanțare parțială din partea franchiser-ului • acordarea asistenței din partea franchiser-ului (*ex. în marketing, design, instruire, consiliere în management, cercetare, publicitate etc.*) Ex. sfera serviciilor (*alimentație publică, centre curative, servicii de business, instruire şi educație, computere, servicii menajere şi sociale, turism, sport, distracții, servicii auto*), comerțul cu amănuntul	• prețul uneori prea costisitor • unele restricții decizionale (*ex. la angajare, planificare, amplasare, vînzare franciză etc.*) • respectarea strictă a unor operațiuni standardizate • multe rapoarte, timp consumat • consultația juristului destul de costisitoare • necesitatea abilităților de negociere (*ex. a contractului*)

Pe scurt despre franciză

Franciza = un sistem de raporturi contractuale între întreprinderi, în care partea denumită franchiser acordă părții denumite franchisee dreptul de a produce și/sau a comercializa anumite produse (*mărfuri*), de a presta anumite servicii, în numele și cu marca franchiserului, precum și dreptul de a beneficia de asistența tehnică și organizatorică a acestuia.

Dacă procuri o franciză, eşti **franchisee**, iar cel care-ți vinde franciza se numeşte **franchiser**.
Partenerii la franchising dispun de conturi și balanțe individuale în bancă, asigură independent darea de seama contabilă și statistică în modul stabilit de legislația țării lor de reședință.

Tipuri de franchising

Franchisingul corporativ (*industrial, de producere*)	Franchisingul comercial (*de distribuție, de servicii*)
prevede participarea franchisee-ului la întregul ciclu de producție al franchiserului	prevede comercializarea de producție finită (mărfuri) sau prestarea de servicii de către franchisee
a) contacte permanente între franchiser și franchisee; b) schimb permanent de informații; c) reglementare detaliată a activității și grad înalt de responsabilitate a franchisee-ului. **Exemple:** CAMPARI, SCHWEPPES, COCA-COLA, PEPSI-COLA etc.	a) specializarea îngustă a franchisee-ului în comercializarea unui anumit tip de produse (mărfuri) sau în prestarea unui anumit tip de servicii; b) plata redevenței către franchiser din volumul total de vînzări; c) riscul franchisee-ului legat de comercializarea de produse (mărfuri) sau de prestarea de servicii; d) gradul scăzut de reglementare a obligațiilor franchisee-ului. **Exemple:** SANTAL, VERITAS, YVES ROCHER, MC DONALD'S, PIZZA HUT, HERTZ, AVIS, HILTON, HOLIDAY INN

În Moldova, cel mai potrivit ar fi să procuri franciză de servicii.

Afaceri în bază de franciză în Moldova	Afaceri autohtone care vînd franciza
Mango, Celio, Mexx, Olsen, Sele, McDonald`s, Fornetti, Buon Giorno, Zara, Hugo Boss, Petrom, Xerox, DHL, 1C	Andy's Pizza, Fornetti, Alina Electronic, Neuron Grup, Shell, Pepsi-Cola, Coca-Cola

Cod Civil (art. 1171-1178) - Contractul de franchising
Legea Republicii Moldova cu privire la franchising 1335-XIII din 01.10.1997

10 motive pentru a cumpăra o franciză

1. Afacerea la cheie. Elimini toată munca grea: găsirea unei locații, negocierea chiriei, angajarea contractorilor de încredere.

2. Sistem deja testat. Avînd un sistem deja testat elimină greșelile pe care le faci, deoarece ai presupus că așa e mai bine.

3. Șanse mai mari de succes. Dacă urmezi sistemul fixat de franchiser, ești pe drumul cel bun pentru a conduce o afacere de succes.

4. Imagine corporativă și marcă recunoscută. Consumatorii cumpără produse deja cunoscute, oamenii peferă să lucreze în companii cu renume.

5. Mai ușor obții finanțare. Bancherii se uită la lanțurile francizelor de succes (risc mai mic, posibilități de finanțare in-house, leasing).

6. Traning. Franciserul te va învăța să îți conduci franciza exact în același fel în care sunt conduse și celelalte francize.

7. Suport continuu. Vei avea mereu suportul franciserului și oricînd vei putea apela și la alți francisee.

8. Marketing. Francisierul se ocupă de tot ce înseamnă marketing ori îți dă un model pe care să-l urmezi.

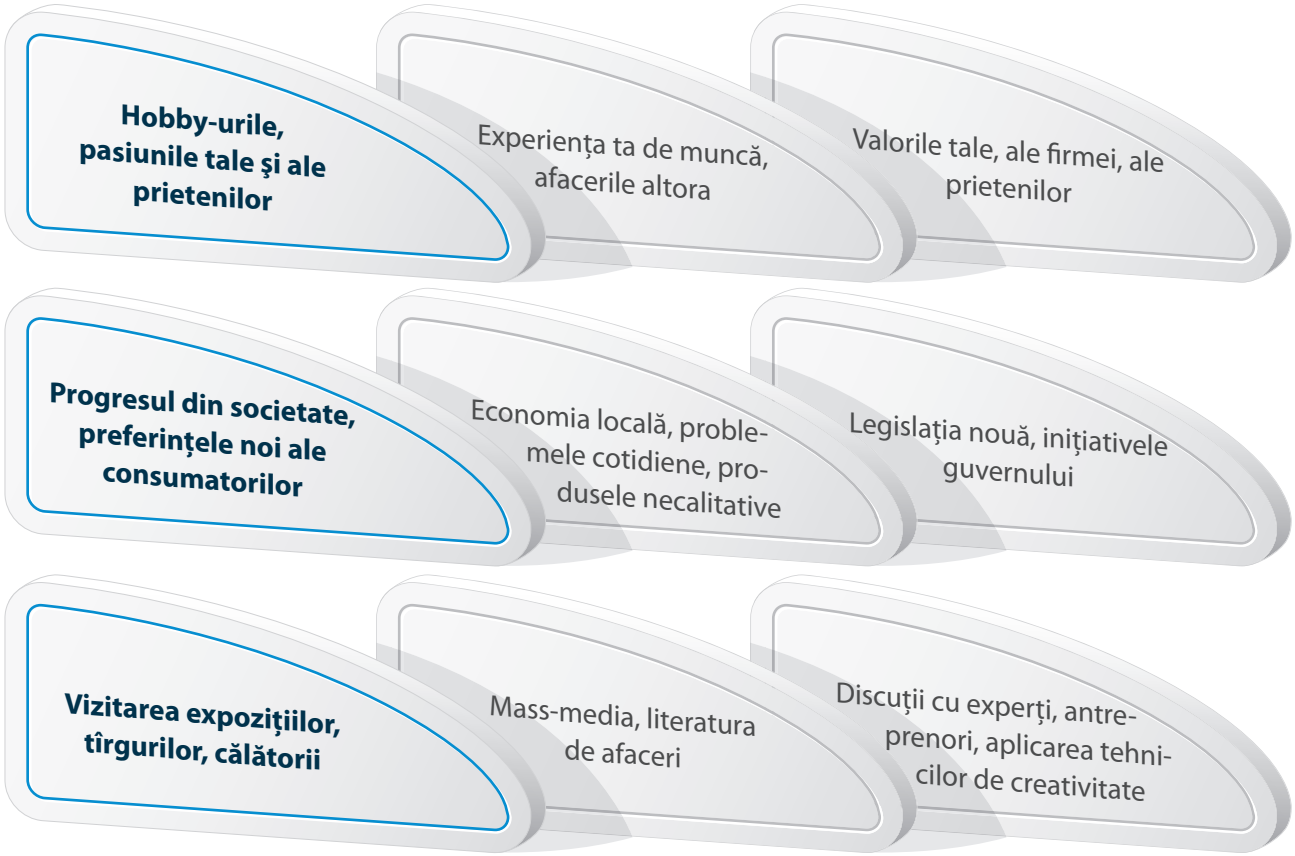
9. Teritoriu exclusiv. De asemenea, o dată cu franciza obții și un teritoriu exclusiv pe care să faci afaceri.

10. Obții locații multiple. Proprietarii care dețin mai mult de o franciză reușesc să administreze din ce în ce mai multe locații.

În Republica Moldova poți cumpăra o franciză pentru restaurant cu 10 000 EUR. Pe lîngă ratele de înregistrare a francizei achiți lunar 6% din rulaj și 1% pentru publicitate.

6. Cum identifici ideea de afacere?

Ideile de afaceri pot fi inspirate din:



„Toate bogățiile își au originea în minte. Bogăția este în idei, nu în bani. (Robert Collier)

Dacă eşti o persoană mai puțin creativă, sunt **tehnici care să te ajute la identificarea ideii** de afaceri. Iată unele din ele:

- **Brainstorming** (*fiecare persoană din grup generează cît mai multe idei, indiferent de calitatea acestora, nimeni nu critică, se dă frîu liber imaginației, ulterior se aleg ideile cele mai potrivite pentru a fi puse în practică. Această metodă poate fi aplicată şi individual*)
- **Crearea şi explorarea băncii de idei** (*notează-ți ideile de moment, visele, ceva ce-ai văzut şi ți-a plăcut, ce este interesant şi apoi revino la această mapă pentru a te inspira*)
- **Philips 6-6** (*6 persoane, fiecare are 1 minut la dispoziție pentru a genera o idee, toți le spun pe rînd, durează 6 minute*)
- **PRES** (*cineva propune idei, în grup se raționalizează, se dau exemple reuşite, fiecare vine cu sugestii*)
- **Lista întrebărilor succesive** (*întreabă-te de ce îți dorești o afacere, reieşind din răspuns formulează altă întrebare, ca la final să ajungi la ideea de afaceri*)

“111 idei de afaceri pe timp de criză” Eduard Roşca

„Regula vieții mele este să transform afacerile în plăcere şi plăcerea în afaceri.” (Aaron Burr)

Ce idei de afaceri ar funcționa în mediul rural?

Lansînd o afacere în mediul rural, în primul rînd trebuie să analizezi concurența din zona în care vei activa, infrastructura, potențialul pieții, posibilitățile de accesare a granturilor etc.

Iată cîteva sugestii de idei de afaceri, care ar putea funcționa la nivel rural:

- Magazin on-line de artizanat;
- Vulcanizare mobilă;
- Spălătorie auto;
- Cultivarea legumelor ecologice;
- Producerea răsadurilor;
- Producerea sucului natural;
- Crearea serelor (*pentru flori, plante decorative, legume*);
- Depozite de păstrare a producției agricole (*cu controlul atmosferei*);
- Servicii de spălare a fructelor şi legumelor;
- Teren de fotbal sau golf artificial, pe care să-l dai în chirie contra cost;
- Amenajări interioare şi design-ul spațiilor deschise (*grădini, parcuri*);
- Sală de sport;
- Croitorie modernă;
- Grădiniță de copii particulară;
- Construcția şi reparația caselor;
- Montarea şi reparația comunicațiilor comunale (*rețele electrice interioare, canalizare şi asigurare cu apă, sisteme de încălzire, etc.*);
- Fabricarea produselor şi construcțiilor din metal, servicii de sudare;
- Reparația eletrocasnicelor, aparatelor radio, TV, video;
- Reparația încălțămintei;
- Reparația mobilei;
- Curățătorie;
- Frizerie;
- Creşterea fazanilor, a struților;
- Creşterea prepelițelor, struților, melcilor, viperelor etc;
- Servicii veterinare;
- Fabricarea produselor din lemn (*tîmplărie*);
- Turism rural.

EXEMPLU:

O viperă produce 1,5 grame de venin pe an, iar gramul de venin se vinde cu 1000 euro.
Viperele cresc în terarii de sticlă şi trebuie hrănite de 2 ori pe lună cu şoareci. Temperatura optimă din terarii este între 22-25°C, iar vipera face în jur de 12 pui pe an. Veninul se poate recolta de cîteva ori pe lună. Clienții tăi vor reprezenta companiile farmaceutice din întreaga lume, aşa că este bine să contactezi companii din diverse țări pentru a semna precontracte. Semnarea de precontracte te va ajuta să obții finanțare, dacă nu dispui de fonduri. Deşi această afacere este una periculoasă şi necesită multă atenție, ea ar putea genera profituri mari.

După ce ai identificat ideile de afaceri care-ți plac şi care corespund obiectivelor tale personale (familiale, sociale, de sport, sănătate, dezvoltare personală şi profesională, etc), analizează-le comparativ şi alege care îți convine mai mult.

Notează fiecare idee: 5 – cu siguranță, 4 – da, 3 – nu știu, 2 – nu cred, 1 – în nici un caz

	Criterii de apreciere	Idea 1					Idea 2					Idea 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Calități personale	Ești interesat să te ocupi de acest tip de afacere?															
	Ai cunoștințele și calitățile necesare?															
Cerințele pieții	Ai potențial mare în marketing?															
	Piața pe care vrei să activezi are ritm rapid de creștere?															
	Materialele necesare sunt ușor accesibile?															
	Ideea nu necesită mari cheltuieli de publicitate?															
Concurența	Ideea prezintă avantaje față de cele ale concurenților?															
Tehnologie	Cunoști procesul tehnologic?															
	Ai condiții, utilajul necesar pentru a desfășura activitatea?															
Risc	Este legal să implementezi ideea respectivă?															
	Ideea poate fi adaptată?															
	Nu există un risc mare la deschiderea afacerii?															
	Este ușor de lansat afacerea respectivă?															
Viabilitate	Sunt acceptabile cheltuielile inițiale?															
	Sunt surse de finanțare pentru această afacere?															
	Perioada de recuperare a investiției inițiale este mică?															
	Suma punctelor acumulate															

Maximal fiecare idee poate acumula 80 puncte. Alege ideea ce a acumulat mai multe puncte.

Recomandări:

- Ia decizia asupra ideii de afaceri de sine stătător;
- Nu evita domeniile în care există concurență;
- Nu copia totalmente afaceri deja existente;
- Nu te axa doar pe idei revoluționare. Încearcă mai bine să îmbunătățești un serviciu sau un produs care există deja. **Folosește-ți creativitatea pentru a promova în mod original o idee banală**;
- Verifică dacă ideea e viabilă (*dacă vei putea aduna resursele necesare pentru a da start afacerii și suporta cheltuielile investiționale primare*).
- Citește istorii de succes, înconjoară-te de oameni care să te inspire, sfătuitori buni, aliați de încredere.

„Comunitatea naște creativitatea" (Michael Card).
„Creativitatea înseamnă să gândești lucruri noi, iar inovația înseamnă să le faci." (Theodore Levit)

Cum îți protejezi ideea de afacere?

Ai o idee de afacere și urmează să te întîlnești cu niște potențiali investitori. Cum ai putea s-o protejezi, ca să nu ajungi în situația ca aceștia să-ți implementeze ideea pe cont propriu (*să ți-o fure*)?

În Republica Moldova nu există legi care ar proteja ideea de afaceri. În schimb, îți putem sugera niște sfaturi de care ai putea ține cont la o primă întîlnire cu investitorul:

- Nu dezvălui chiar toate amănuntele ideii de afaceri;
- Apelează la ajutorul unui expert sau jurist să-ți pregătească un contract cu clauze concrete privind datele confidențiale și dreptul exclusiv de proprietate intelectuală;
- Identifică elementele fără de care afacerea ta nu ar putea funcționa, adică "know-how-ul", și prezintă ideea fără ca să dezvălui acest "know-how".

Dacă totuși dorești să-ți protejezi ideea, ai putea să o **patentezi** în Rusia sau în România, deoarece legea în Republica Moldova nu prevede așa ceva.

7. Ce formă organizatorico-juridică să alegi pentru firma ta?

Ai 2 opţiuni de bază, să faci afaceri în calitate de persoană fizică sau juridică.

Persoană fizică (Cod Civil, cap. I)

- *Întreprindere individuală*
- *Gospodărie ţărănească*
- *Patentă de întreprinzător*

Persoană juridică (Cod Civil, cap. II)

- *SRL - societate cu răspundere limitată*
- *SA - societate pe acţiuni*
- *SNC - societate în nume colectiv*
- *SC - societate în comandită*
- *Cooperativă*

Legea cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi Nr. 845 din 03.01.1992

- **Întreprinzător Individual** - persoană fizică cu capacitate de exerciţiu deplină, care practică activitate de întreprinzător în nume şi pe risc propriu, fără a constitui o persoană juridică, şi este înregistrată în modul stabilit de lege.
  Legea RM Privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice şi a întreprinzătorilor individuali, Nr. 220-XVI din 19.10.2007
- **Patenta de întreprinzător** este un certificat de stat nominativ, ce atestă dreptul de a desfăşura genul de activitate de întreprinzător indicat în ea în decursul unei anumite perioade de timp.
  Legea cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.1998

  În această lege găseşti informaţie referitoare la modul de eliberare a patentei, valabilitatea patentei, taxa şi modul de achitare a patentei de întreprinzător.
- **Gospodăria ţărănească** este o întreprindere individuală, bazată pe proprietate privată asupra terenurilor agricole şi asupra altor bunuri, pe munca personală a membrilor unei familii (membri ai gospodăriei ţărăneşti), avînd ca scop obţinerea de produse agricole, prelucrarea lor primară, comercializarea cu preponderenţă a propriei producţii agricole.
  Legea privind gospodăriile ţărăneşti (de fermier) Nr.1353-XIV din 03.11.2000
- **Societatea cu răspundere limitată** este societatea comercială cu personalitate juridică al cărei capital social este divizat în părţi sociale conform actului de constituire şi ale cărei obligaţii sunt garantate cu patrimoniul societăţii.
  Legea privind societăţile cu răspundere limitată Nr. 135 din 14.06.2007
  Codul Civil (art. 145-155)
- **Societate pe acţiuni** este societatea comercială al cărei capital social este în întregime divizat în acţiuni şi ale cărei obligaţii sunt garantate cu patrimoniul societăţii.
  Legea privind societăţile pe acţiuni Nr. 1134 din 02.04.1997
  Codul Civil (art. 156-170)
- **Societate în nume colectiv** este societatea comercială ai cărei membri practică, în conformitate cu actul de constituire, activitate de întreprinzător în numele societăţii şi răspund solidar şi nelimitat pentru obligaţiile acesteia.
  Codul Civil (art. 121-135)
- **Societate în comandită** este societatea comercială în care, de rînd cu membrii care practică în numele societăţii activitate de întreprinzător şi poartă răspundere solidară nelimitată pentru obligaţiile acesteia (comanditaţi), există unul sau mai mulţi membri-finanţatori (comanditari) care nu participă la activitatea de întreprinzător a societăţii şi suportă în limita aportului depus riscul pierderilor ce rezultă din activitatea societăţii.
  Codul Civil (art. 136-144)
- **Cooperativă** este asociaţia benevolă de persoane fizice şi juridice, organizată pe principii corporative în scopul favorizării şi garantării, prin acţiunile comune ale membrilor săi, a intereselor lor economice şi a altor interese legale.
  Codul Civil (art. 171-178)

Forme organizatorico-juridice

Forme juridice	Întreprinzător individual	Societate cu Răspundere limitată	Societate pe acțiuni	Societate în nume colectiv	Societate în comandită	Cooperativă
Denumirea	*Î.I. + min numele 1 fondator*	*S.R.L. + denumire*	*S.A. + denumire*	*S.N.C. + numele sau denumirea asociaților*	*S.C. + numele sau denumirea comanditaților*	*C.P.+ scopul principal al activității*
Aplicare	*Afaceri de familie, Agricultură, artizanat, educație*	*Cele mai răspîndite, în IMM, în agricultură, turism, cercetări sociologice, prestări servicii*	*Întreprinderi mari, În domeniul bancar, telecomunicații, comerț, asigurări, producție mobilier*	*În afaceri mici, în care asociații realizează activitatea în comun*	*În întreprinderi mici. Volum mic de servicii prestate sau produse Relații apropiate dintre fondatori*	*Pentru favorizarea și garantarea intereselor economice și legale a membrilor, prin acțiunile lor comune*
Capital social	*Patrimoniu format din bunurile personale ale fondatorului*	*5400 lei*	*20 000 lei Capital social divizat pe acțiuni.*	*Variabil, din cote de participare*	*Variabil, din cote de participare*	*Variabil, din cote de participare*
Structura	*Fondator unic sau un grup de persoane (ex. membrii familiei) Fondatorii nu sunt obligați nemijlocit să participe la activitatea societății.*	*Fondator unic sau mai mulți asociați (max 50)*	*Structură mai extinsă și mai puțin flexibilă decît în S.R.L. Fondată de 1 sau mai multe persoane fizice sau juridice S.A. de tip închis – max 50 acționari, acțiunile pot fi achiziționate de un nr limitat de persoane S.A. de tip deschis – dreptul de înstrăinare a acțiunilor fără restricții Drepturi suplimentare pentru acționarii care dețin min 5% și 10% din acțiuni (CC, art 167,168).*	*2-20 persoane fizice sau juridice O persoană fizică sau juridică poate fi doar asociat doar la 1 S.N.C, Fiecare participant poate reprezenta societatea în raport cu terții. Conducerea se poate efectua prin 1 persoană (în bază de procură) și în mod colegial. Fiecare membru = 1 vot, dacă nu se prevede altfel*	*Min 1 comanditar și 1 comanditat Max 20 persoane Comanditații conduc Comanditarii (membri finanțatori) nu se implică la activitatea întreprinderii Persoana poate fi comanditat doar în 1 S.C. și nu poate fi membru al S.N.C.*	*Minim 5 membri, persoană juridică sau fizică (vîrsta minimă 16 ani).*
Răspundere pentru obligațiuni	*Prin patrimoniul fondatorului*	*Prin patrimoniul societății, în limitele participațiunilor*	*Prin patrimoniul societății, în limitele participațiunilor Societatea nu răspunde pentru obligațiile acționarilor săi. Fondatorii societății răspund solidar pentru obligațiile lor*	*Răspundere subsidiară solidară și nelimitată a fondatorilor și membrilor, prin întreg patrimoniul lor*	*Răspundere solidară și nelimitată a comanditaților pentru obligațiunile societății și răspunderea comanditarilor pentru pierderi în limita aportului depus Societatea nu poartă răspundere pentru obligațiile asociaților, care nu sunt în legătură cu activitatea acesteia*	*Răspundere subsidiară solidară prin patrimoniul societății, în limitele participațiunilor În 2 luni după aprobarea bilanțului contabil anual, membrii sunt obligați să recupereze pierderile prin contribuții suplimentare.*

Î. I.	*S.R.L.*
+ Nu e nevoie de capital inițial minim	*-Este nevoie de capital inițial minim de 5400 lei*
+ Nu sunt restricții privind bunurile care sunt puse la baza afacerii.	*-Legea stabileşte modul în care banii şi bunurile pot fi depuse în capitalul social.*
+ Nu există cerințe privind formarea unui capital de rezervă.	*-Este obligatorie formarea capitalului de rezervă (10% din capitalul social) prin vărsăminte anuale de min 5% din beneficiul net al S.R.L.*
+ Administrarea este mai simplă, deoarece fondatorul o poate administra singur, ori angaja un manager (e nevoie de mai puțini specialişti pentru a administra afacerea), birocrația e mai mică.	*-Administrarea e mai complicată, deoarece pot fi mai mulți asociați, cu ponderi diferite în capitalul social, trebuie să fie respectate reglementările complexe de ordin juridic şi financiar (mai mare birocrație). Mai costisitoare serviciile de consultanță.*
- Fondatorul răspunde pentru obligațiile întreprinderii cu tot patrimoniul său, cu excepția bunurilor care, conform legii, nu pot fi urmărite. Risc financiar mai mare. Poate pierde bunurile familiei în caz de eşec.	*+ Întreprinderea răspunde pentru obligații doar cu patrimoniul său propriu. Asociații poartă răspundere pentru obligațiile societății numai în limita valorii cotelor ce le aparțin.* *Deci, risc minim pentru fondatori*
- Limitată la nivel de finanțare, băncile de obicei nu iau în serios aşa întreprinderi	*+ Mai credibile în fața băncilor şi a creditorilor*

+ (avantaje), - (dezavantaje)

Avantajele şi dezavantajele IMM-urilor

Avantaje IMM	Dezavantaje IMM
• Gestionare relativ mai uşoară a afacerii (*birocrație mai redusă, circulația mai rapidă a informației, operativitatea luării deciziilor*); • Exersarea mai eficientă a controlului (*personal redus la număr, interacțiunea mai strînsă cu angajații, integrarea mai rapidă a angajaților în colectiv*); • Integrarea mai rapidă a firmei în rețeaua regională; • Adaptabilitatea sporită la fluctuațiile din economie, acomodarea timpurie la schimbările în procesul de producție; • Lansarea rapidă a unui produs/serviciu inovațional; • Promptitudine managerială la soluționarea unor necesități locale; • Producerea mărfurilor sau prestarea serviciilor personalizate de calitate superioară, individualitatea companiei; • Cooperare mai strînsă între client şi producător de bunuri / prestator de servicii; • Necesități reduse de capital, tehnologii simple de producere; • Rotație mai rapidă a capitalului propriu; • Posibilitatea limitării la micro-creditare în caz de insuficiență a capitalului propriu; • Posibilitatea de a extinde IMM într-o afacere mare (ex. *Bill Gates a început afacerea la 16 ani, a elaborat programe de calculator împreună cu nişte colegi de clasă, ulterior a devenit fondatorul Microsoft*); • Micul business este mai des susținut de stat.	• Dependența firmei de una sau câteva persoane; • Lipsa cadrelor ce posedă cunoştințe manageriale solide, condiționată de numărul redus de personal; • Caracterul neoficial al relațiilor în cadrul IMM poate afecta dezvoltarea pozitivă a afacerii; Preocuparea proprietarului de problemele zilnice presante în locul planificării activității pe un termen mai lung; • Concurență sporită din partea companiilor de talie mai mare; • Accesarea mai dificilă a creditelor mari, baza financiară şi tehnică slabă; • Necesitatea lansării unei campanii publicitare de amploare pentru a se menține pe piață; • Nivel majorat de risc (*dependența de factori externi şi nu de factori decizionali*); • Legislația imperfectă în domeniul micului business.

Rolul IMM:

- Crează noi locuri de muncă, astfel reducînd şomajul.
- Contribuie la dezvoltarea economică a țării.
- Diversifică asortimentul de mărfuri şi servicii pe piață, astfel promovînd inovațiile.
- Încurajează concurența în rîndul întreprinderilor mari.
- Promovează folosirea rațională a resurselor locale.
- Facilitează activitatea întreprinderilor mari prin activitatea de producție şi prestări servicii.
- Sporeşte calificarea personalului şi pregătirea acestuia pentru posturi în întreprinderi mari.

8. Care este procedura de înregistare a firmei?

ETAPA 1: Pregăteşte-te

Ce trebuie să ai cu tine?

- **buletinele de identitate** ale fondatorilor şi a administratorului (*dacă e altul decît fondatorul*)
- o lista cu **variante de denumire** a întreprinderii (*în limba română*)
- acte privind **sediul firmei**, care poate fi:
  - *domiciliul fondatorului*
  - *imobilul acordat de o persoană fizică nefondatoare* (actul ce confirmă dreptul de proprietate şi decizia autentificată notarial, prin care fondatorul permite utilizarea acestui imobil pentru desfăşurarea activităţii juridice)
  - *imobilul luat legal în chirie de la o persoană juridică* (contractul de chirie autentificat notarial şi scrisoarea de garanţie a proprietarului)

Ce trebuie să ştii?

- **tipul formei organizatorico-juridice** pentru firma ta
- **termenul în care vrei să fie deschisă firma** CÎS înregistrează întreprinderea în termen de max 5 zile lucrătoare (3 zile lucrătoare în cazul Î.I.) de la data prezentării întregului set de documente. Firma poate fi înregistrată şi la urgenţă (în 4 şi 24 h), precum şi în zile de odihnă sau sărbătoare
- **genurile de activitate** pentru care optezi (în actele de constituire vor fi incluse max 5). Consultă Clasificatorul Activităţilor din Economia Moldovei (CAEM)
- **tarifele** aprobate de Guvern pentru serviciile cu plată prestate de CÎS

Cheltuieli de înregistrare:

Cheltuieli de înregistrare	Regim normal	24 h	4 h
Taxa pentru înregistrare	250 lei (în 5 zile) 54 lei (Î.I. în 3 zile)	500 lei 216 lei	1000 lei 432 lei
Perfectarea actelor	108 lei (5 zile)	216 lei	432 lei
Rezervarea denumirii	39 lei	78 lei	156 lei
Extras din Registru	252		
Publicarea în Buletinul CÎS	54 lei		
Aprobarea denumirii la Centrul de terminologie	40 lei		
Ştampila	189 lei	239 lei	

Tarife de stat pentru înregistrare şi modificări http://cis.md/content/61

ETAPA 2: Acţionează

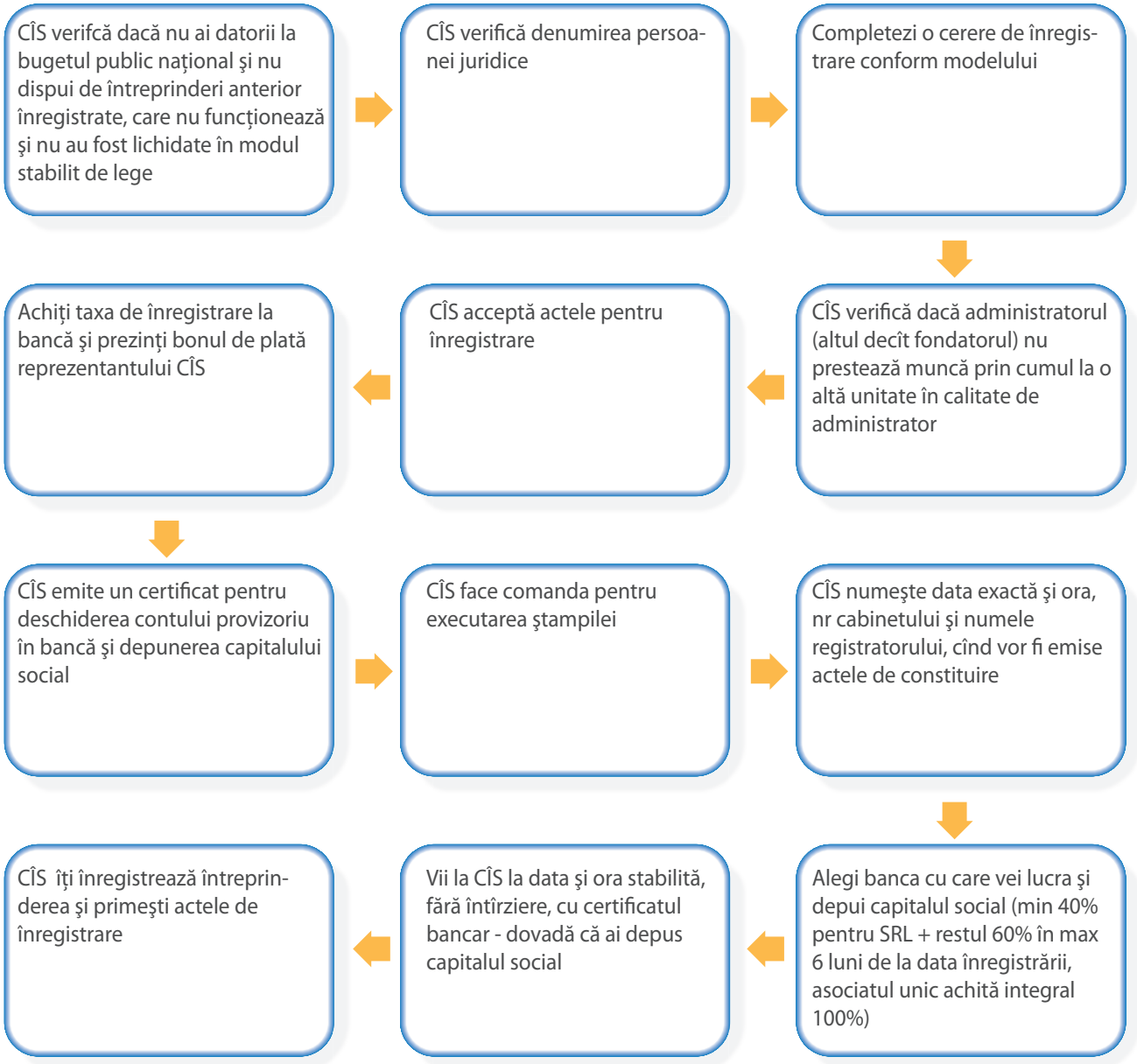
Mergi la oficiul teritorial al Camerei Înregistrării de Stat cu setul de acte

adrese, telefoane găseşti la http://cis.gov.md/content/68
tel. informaţii 022 274 406

Există şi posibilitatea de a înregistra firma prin intermediul reprezentantului prin procură şi a întreprinzătorului individual prin intermediul internetului.

„Procedura şi condiţiile de prestare a serviciilor on-line" http://cis.md/content/60

ETAPA 3: Aşteaptă



Înregistrarea de stat a întreprinzătorului individual nu se admite în cazul în care:

1. persoana fizică este deja înregistrată în calitate de întreprinzător individual;
2. persoana respectivă este lipsită, prin hotărîrea instanţei de judecată, de dreptul de a practica activitate de întreprinzător;

ETAPA 4: Verifică actele de înregistrare

- Decizia Camerei Înregistrării de Stat privind înregistrarea (coincide cu data înregistrării persoanei juridice)
- Certificatul de Înregistrare (cu numărul unic de identificare IDNO, care coincide cu codul fiscal)
- Extrasul din Registrul de Stat
- Actele de Constituire (Decizia de fondare, Statutul)
- Ştampila şi adeverinţa de fabricare a ştampilei
- Înştiinţarea despre luarea la evidenţă fiscală, statistică, medicală şi socială

Actele de constituire vor fi emise administratorului, deoarece conform Codului Civil (art.61), persoana juridică își exercită, de la data constituirii, drepturile și își execută obligațiile prin **administrator**. Iar întreprinzătorul individual fiind unicul fondator este și administrator.

Pe viitor, la CÎS vei apela în următoarele cazuri:

1. Comandarea Extrasului din Registrul de Stat;
2. Înregistrarea modificărilor în actele de constituire sau a datelor înscrise în Registrul de Stat (în maxim 30 zile de la adoptarea deciziei de modificare);
3. Suspendarea temporară a activității (maxim 3 ani).

La schimbarea sediului:

- În maxim 7 zile anunți CÎS și Inspectoratul Fiscal (teritorial) despre modificare;
- Publici aviz în Monitorul Oficial.

9. Ce faci după ce ai înregistrat firma?

PAS 1: Analizezi ofertele bancare pentru a deschide un cont curent

La ce să atragi atenție?

1. Reputația băncii
2. Amplasarea băncii (să fie în raza în care activezi, aproape de IFS, CNAS, CNAM teritoriale)
3. Tarifele pentru deservire
4. Produsele/serviciile pe care le oferă persoanelor juridice (deservire conturi, carduri salariale, web-client, credite, rate de schimb etc.)
5. Operativitate
6. Programe de fidelizare

PAS 2: Deschizi contul curent

1. Cu actele de constituire te duci la bancă și îndeplinești cererea de deschidere a contului curent
2. Revii la bancă în aproximativ 5 zile (după ce aceasta primește înștiințarea de la Inspectoratul Fiscal)
3. Semnezi fișele cu specimenul de semnătură
4. Citești atent contractul privind deschiderea contului curent, îl semnezi
5. Ți se dau coordonatele contului

PAS 3: Pui firma la evidență fiscală, statistică, medicală și socială

Te prezinți cu documentele (original+copie) specificate în schema de pe pagina următoare la oficiile teritoriale:

1. IFS (Inspectoratul Fiscal de Stat) – ANEXA 2
2. CNAM (Compania Națională de Asigurări în Medicină) – ANEXA 3
3. CNAS (Casa Națională de Asigurări Sociale) – ANEXA 4
4. BNS (Biroul Național de Statistică) – ANEXA 5

IFS

După ce ai pus firma la evidență la CNAM, CNAS și BNS

Pentru actul vizitei fiscale

- Certificat de înregistrare
- Extrasul din registrul de stat
- Decizie privind înregistrarea întreprinderii
- Statutul / Actul de constituire
- Buletinul de identitate al fondatorului
- Bulentin de identitate al conducătorului
- Ordin de încadrare în funcție a contabilului
- Contract de arendă a subdiviziunii, oficiilor, filialelor
- Codurile activității din Înștiințarea despre luarea la evidență fiscală, statistică, medicală și socială
- 2 mape plastic cu șină

Pentru certificatul de înregistrare a subdiviziunii (orginal+copie):

- buletinul de identitate
- contractul de locațiune
- certificatul de înregistrare
- extrasul dn registrul de stat
- formular completat

CNAM

În max 10 zile de la obținerea certificatului de înregistrare

- buletin de identitate
- certificatului de înregistrare
- formularul completat

CNAS

În max 10 zile de la obținerea certificatului de înregistrare

- certificatul de înregistrare
- extrasul din registrul de stat
- decizia de fondare
- înștiințarea despre luarea la evidență fiscală, statistică, medicală și socială
- rechizite bancare
- adeverința de fabricare a ștampilei
- buletinul de identitate al fondatorului/fondatorilor
- fișa contribuabilului la bugetul asigurărilor sociale (completat)
- Pe copii trebuie să fie aplicată ștampila firmei

BNS

În max 1 lună de la obținerea certificatului de înregistrare

- înștiințarea despre luarea la evidență fiscală, statistică, medicală și socială
- certificat de înregistrare
- extrasul din registrul de stat

10. Ce plăți obligatorii, impozite şi taxe vei avea de achitat?

Contribuabil, subiect al impozitării=persoana care este obligată să achite taxe şi impozite

Plăți obligatorii

Cotele plăților obligatorii sunt stabilite anual prin Hotărîre de Guvern şi sunt stipulate în:

Codul Fiscal al Republicii Moldova (2012)
Legea bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2012 nr. 270 din 23.12.2011
Legea fondurilor asigurării de asistență medicală pe anul 2012, nr. 271 din 23.12.2011

Contribuții de asigurări sociale obligatorii	• **23%** din fondul de retribuire a muncii pentru fiecare angajat, calculată lunar, achitată de angajator lunar sau trimestrial **pînă pe data de 10** a lunii următoare perioadei de gestiune. • 6% reținut din salariul angajatului. • Întreprinzătorii individuali şi titularii de patente – 4704 lei anual, achitată lunar nu mai puțin de 1/12 din suma, pînă la data de 10 a fiecărei luni de gestiune. • *Pentru ce*? Indemnizații, ajutoare, pensii, pentru prevenirea îmbolnăvirilor şi recuperarea capacității de muncă, ajutor de deces.
Prime de asigurări medicale obligatorii	• Pentru persoanele asigurate – 7% (3,5% achitate de angajator, 3,5% - de asigurat), lunar, la momentul achitării salariilor. • Întreprinzătorii individuali şi titularii de patente - 2982 lei anual, achitare anuală, în termen de 3 luni de la data intrării în vigoare a legii fondurilor asigurărilor obligatorii de as.med. pe anul respectiv). • *Petru ce*? acoperirea cheltuielilor de tratare a maladiilor şi afecțiunilor persoanelor asigurate.

Impozite şi taxe

Codul Fiscal al Republicii Moldova (2012)

de stat

- *Impozit pe venit*
- *TVA (taxa pe valoare adăugată)*
- *Accize*
- *Impozit privat*
- *Taxa vamală, rutieră etc.*

locale

- *Impozit pe bunuri imobiliare*
- *Taxa pentru amenajarea teritoriului*
- *Taxa pentru unitățile comerciale şi de prestări servicii de deservire socială*
- *Taxa pentru prestarea serviciilor de transport auto de călători pe rutele localităților*
- *Taxa pentru folosirea resurselor naturale, taxa de piață, taxa pentru parcare, taxa balneară, taxa de amplasare a publicității, de aplicare a simbolicii locale etc.*

Impozitul pe venit	7% din VAI pt gospodăriile ţărăneşti 12% din VAI pt persoane juridice IMM, neplătitoare de TVA: - pînă la 100 000 lei încasări - 3% din activitatea operaţională -100 000 – 600 000 lei - pot alege regimul de impozitare 3% Pentru persoane fizice: 7% din VAI <= 25 200 lei 18% din VAI > 25 200 lei Persoanele juridice declară pînă în ultima zi a lunii următoare în care s-a făcut plata, în baza raportului IRV09, la filialele IFS. Persoanele fizice depun declaraţia pînă la data de 31 martie a anului următor (în cazul în care a lucrat în 2 sau mai multe posturi la diferite întreprinderi pe parcursul anului).	**VAI** (venit anual impozabil) VAI= venit brut - deduceri - scutiri **Deduceri**=cheltuieli ordinare şi necesare suportate de contribuabil în cadrul activităţii întreprinderii. **Scutiri:** 8 640 lei/an scutire personală pentru persoană fizică (*Cod Fiscal, art .33 CF)* 1 920 lei anual/fiecare persoană întreţinută (*Cod Fiscal art.35)* 8640 lei/an scutire pentru soţ/soţie care lucrează, dar nu beneficiază de scutiri
Impozitul pe bunuri imobiliare (pentru terenuri agricole sau industriale, clădiri, construcţii, apartamente)	Cota stabilită anual de APL (*Cod Fiscal, art. 280)* 0,05 % - 0,3% din baza impozabilă (valoarea estimată a bunurilor la 1 ianuarie a anului fiscal)	Achitarea în 2 părţi egale (pînă la 15 august şi 15 octombrie a anului fiscal). Cine achită integral pînă pe 30 iunie, are dreptul la o reducere de 15% a sumei impozitului.
Impozitul privat	1% din valoarea de vînzare a bunurilor supuse privatizării. La virare se reţin 5% din plăţi, pentru acoperirea cheltuielilor legate de restructurarea şi privatizarea obiectului.	Se achită în bugetul de stat sau al unităţii administrativ teritoriale pînă la semnarea contractului de vînzare-cumpărare a bunurilor proprietate publică.
Impozit funciar	10-30 lei pentru fiecare 100 m², plus alte categorii de proprietari din alte localităţi achită alte tarife.	Cotele concrete ale impozitului funciar şi impozitului pe bunurile imobiliare se stabilesc anual de către autorităţile reprezentative ale administraţiei publice locale.
Accize (pentru anumite mărfuri de consum)	Cotele accizelor (Cod Fiscal, art. 122): - În lei la un.măs. a mărfii în expresie naturală (ex. 1,85 lei pt 1 l de bere fabricată din malţ). - În % de la valoarea în lei a mărfii, fără a ţine cont de accize şi TVA (Ex. 25% din valoarea îmbrăcămintei din blană).	**Înregistrarea ca plătitor de accize:** Înainte de începerea activităţii în cauză, e necesară obţinerea **certificatului de acciz** prin îndeplinirea unei cereri model la Serviciul Fiscal de Stat (*Cod Fiscal art. 126 – lista actelor necesare)* Se achită lunar.
Taxa pe valoare adăugată (TVA)	Cota standard 20% din valoarea mărfurilor şi serviciilor importate sau/şi livrate în Moldova. **Obligatorie:** livări > 600 000 lei (în perioada fiscală) **Opţională:** livrări 100 000 lei- 600 000 lei Scutiri de TVA: *Cod Fiscal art. 103* **Cote reduse:** 8% - pîine, produse de panificaţie, lactate, lapte, anumite medicamente 6% - gazele naturale, lichefiate 0% - mărfurile şi serviciile pentru export, energia electrică şi termică destinate populaţiei, altele în *Cod Fiscal art.104*	**Înregistrarea ca plătitor TVA:** Îndeplinirea cererii către IFS nu mai tîrziu de ultima zi a lunii în care a avut loc depăşirea de 600 000 lei. Se achită pînă la ultima zi a lunii următoare.
Taxa pentru publicitate	1% din venitul total al întreprinderii.	Trimestrial/anual pînă la ultima zi a lunii următoare.
Taxa vamală, taxa rutieră	*Anexele 1-6 titlul IX al CF*	Se achită anual pînă la 30 aprilie sau în perioada cînd a fost procurat automobilul sau primit în arendă.
Taxa pentru amenajarea teritoriului	Nr mediu scriptic trimestrial al salariaţilor şi fondatorilor neincluşi în efectivul de salariaţi 20 lei / persoană.	Achitare trimestrială pînă la data de 25 a lunii următoare după trimestrul de gestiune.
Taxa pentru unităţile comerciale şi de prestări servicii de deservire socială	Cota pentru oraş, sate. Diferă de la oraş la oraş	În dependenţă de suprafaţa ocupată, amplasarea, tipul mărfurilor.
Taxa pentru prestarea serviciilor de transport auto de călători pe rutele localităţilor	500 lei /autovehicul max 8 locuri 1 000 lei / 9-16 locuri, 1 500 lei / 17-24 locuri, 1 900 lei / 25-35 locuri, 2 100 lei / 36 ... locuri	În dependenţă de unitatea de transport, în funcţie de numărul de locuri.
Taxa pentru folosirea resurselor naturale, taxa de piaţă, taxa pentru parcare etc.	1 leu / 1 m.c. apă extrasă din fondul apelor 16 lei / 1 m.c. apă minerală extrasă pt îmbuteliere 0,06 lei / 10 m.c. apă utilizată la hidrocentrale	Se prezintă IFS teritorial darea de seamă respectivă şi se achită în bugetul unităţilor administrativ-teritoriale pînă în ultima zi a lunii următoare trimestrului de gestiune.

11. Ce rapoarte, declarații, forme de bază trebuie să prezinți?

Of.teritoriale	Tipuri de declarații/rapoarte	Termen de prezentare
CNAM	Lista de evidență nominală (2 exemplare) pentru fiecare angajat/concediat în parte	Pînă pe data de **7 a lunii următoare** angajării/concedierii
CNAS	Declarația REV1 + REV2 (1 exemplar) pentru fiecare angajat/fondator care nu deține codul CPAS	Timp de **10 zile de la angajare** + copia buletinului de identitate a asiguratului Formularul REV2 este format din două părți, după completare o parte rămâne la agentul economic, cealaltă – la subdiviziunea teritorială a CNAS.
	Declarația 4 BASS	Trimestrial, pînă pe data de **15 a primei luni a trimestrului următor** Întreprinzătorii individuali şi titularii de patentă prezintă declarația 4BASS anual pînă pe 10 ianuarie a anului următor.
	Declarația REV5 + REV2 (1 exemplar) pentru fiecare angajat în parte, în format hîrtie (pînă la 10 angajați), obligatoriu şi în format electronic (mai mult de 10 angajați).	**Anual**, pînă la data de **25 februarie** (dacă sunt pînă la 20 angajați) sau pînă pe **25 aprilie** (dacă sunt mai mult de 20 angajați). Versoul formularului REV2 se completează numai pentru pachetele care conțin formularele REV5.
BNS	Raport financiar anual SNC5 (bilanț contabil)	**Anual**, pînă la **31 martie** a anului următor. Prezentat de companii cu mai mult de 49 salariați şi venit din vînzări mai mare de 15mln lei.
	Raport financiar simplificat SNC4	Anual, pînă la 31 martie a anului următor. Prezentat de companii cu pînă la 49 salariați şi venit din vînzări pînă la 15 mln lei.
	Raport 1M (retribuirea muncii)	**Lunar** pînă la data de **10 a lunii următoare.**
	Raportul 5C (consumurile şi cheltuielile întreprinderii)	**Trimestrial** pînă la data de **25 a lunii următoare**
IFS	TAT 07 (taxa pentru amenajarea teritoriului)	**Trimestrial**, pînă pe **ultima dată a lunii următoare**
	MED 08 (reținerile privind primele de asigurare medical)	
	Declarație privind TVA şi anexa Forma TVA FACT	**Lunar**, pînă în **ultima zi a lunii următoare**
	IRV 09	
	IAL 09 (locațiune, plăți în folosul persoanelor fizice)	**Anual**, pînă la data de **31 ianuarie** a anului următor (dacă a fost prezentat IRV 09)
	IAS 09 (salariați)	
	VEN 08 (impozitul pe venit al persoanelor juridice)	**Anual**, pînă pe **31 martie** anul următor Se elaborează în paralel cu raportul financiar

Modele declarații, formulare, rapoarte

12. De ce acte, programe vei avea nevoie pentru a duce evidența contabilă?

Mergi la **Î.S. Editura de Imprimate „Statistica”** şi procură

- Foi de certificate
- Formulare tipizate de documente primare cu regim special
- Formulare de producție

Adresa: MD-2001 mun.Chişinău, str.Bucureşti, 34
tel: 022 275391 (secția producție) sau tel.022 270789 (administrator Pavlov Vitalie)
E-mail: statistica@editura.mldnet.com

Documente pe care trebuie să le prezinți la Editura Statistică la efectuarea comenzii:

1. certificat de înregistrare (original şi copia)
2. extrasul din registru (original şi copia)
3. buletin de identitate (original şi copia)
4. ştampila

Poți să dai comandă de aceste formulare şi electronic, prin intermediul web-site-ului www.stat.hq.md

În cazul comenzii electronice ți se va solicita următoarea informație:

• Date personale: numele deplin, număr de telefon, e-mail, Skype, messenger,
• Datele companiei: numele juridic, codul fiscal, număr de telefon, adresa la care se efectuează comanda, e-mail, web-site;
• Momentul livrării sau data exactă şi ora stabilită cu privire la adresa de livrare.

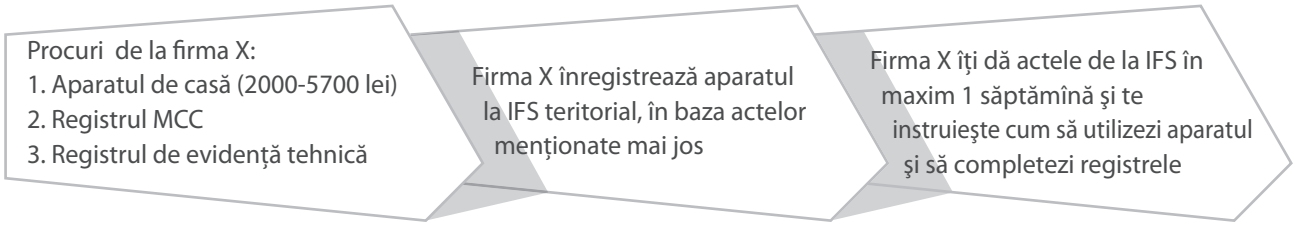
ATENȚIE ! :
Toate formularele sunt numerotate şi trebuie să le foloseşti strict pe rînd.
Dacă ai greşit, anulezi, scrii ANULAT, păstrezi ambele exemplare.

Ce trebuie să procuri inițial?

• facturi de expediție (dacă nu eşti plătitor de TVA, se eliberează la momentul efectuării unei livrări de mărfuri sau servicii)
• foi de parcurs (pentru casarea combustibilului, dacă ai automobile în folosința firmei)
• act de achiziții a mărfurilor (cînd achiziționezi ceva pentru firmă de la o persoană fizică)
• act de achiziție a serviciilor de locațiuni şi a cheltuielilor aferente
• delegații (ca să poată semna altcineva în locul tău, fără ca să-i dai ştampila)
• bonuri de plată (cînd nu ai aparat de casă şi activitatea ta presupune că ai dreptul să faci decontări în numerar fără a deține aparatul de casă, sau cînd e defectat aparatul de casă şi ai declarat acest lucrul la IFS)
• indigou (2) – pentru îndeplinirea facturilor etc.

Genuri de activitate în care poți face decontări în numerar fără aparat de casă
• *Comercializarea produselor agricole crescute de agenții economici pe terenurile proprii sau arendate – în piețe, iarmaroace şi alte locuri autorizate de organele administrației publice locale.*
• *Comercializarea de către gospodăriile țărăneşti (de fermier) a produselor agricole altor agenți economici, precum şi serviciile pentru agricultură prestate de acestea, cu eliberarea bonurilor de plată.*
• *Comercializarea obiectelor de cult religios şi a literaturii religioase, ritualurile şi ceremoniile efectuate de către organizațiile religioase în locaşurile de cult.*
• *Comercializarea ziarelor, revistelor, biletelor de loterie.*
• *Serviciile prestate de transportul în comun urban în baza biletelor şi/sau abonamentelor de călătorie (la preț fix, executate în mod tipografic).*
• *Serviciile veterinare, serviciile de reparare urgentă a spațiului locativ, instalațiilor inginereşti, mobilierului, tehnicii de uz casnic, prestate de agenții economici populației deplasîndu-se la clientelă, cu eliberarea bonurilor de plată.*
• *Desfăşurarea activității farmaceutice în punctele medicale din localitățile rurale în care nu sunt farmacii, cu eliberarea bonurilor de plată.*
• *Activitățile desfăşurate de titularii patentelor pe baza patentei de întreprinzător.*
• *Activitățile pentru care sistemele de evidență şi gestiune computerizată asigură emiterea facturilor fiscale pe hîrtie specială cu însemne de protecție, imprimînd seria şi numărul facturii fiscale din diapazonul atribuit de Inspectoratul Fiscal Principal de Stat, care îndeplinesc şi funcția bonurilor de plată (achitare în numerar).*
• *Activitatea instituțiilor financiare care se licențiază şi se reglementează prin actele normative ale Băncii Naționale a Moldovei, cu excepția operațiunilor de schimb valutar către persoanele fizice.*
• *Recepționarea (colectarea) plăților fiscale obligatorii, precum şi a plăților nefiscale de către organele fiscale şi/sau primării, cu eliberarea documentelor de evidență strictă ale Serviciului Fiscal de Stat.*
• *Prestarea serviciilor de către avocați. Activitatea notarială.*
• *Recepționarea plăților pentru servicii prin intermediul ghişeelor bancare automate de autodeservire care emit chitanțe de plată în numerar.*
• *Asigurarea alimentației elevilor şi personalului din instituțiile de învățămînt primar şi secundar general pe durata anului de studii. La finele gestiunii zilnice se întocmeşte documentul primar cu regim special – bonul de plată, care conține totalitatea tranzacțiilor comerciale efectuate.*
• *Comercializarea către populație a bunurilor şi serviciilor de alimentație publică, în perioada desfăşurării iarmaroacelor, expozițiilor, festivalurilor şi diverselor măsuri cultural-sportive – în parcuri şi străzi, precum şi în alte locuri publice, autorizate de autoritățile publice locale şi/sau centrale cu informarea organului fiscal respectiv. La finele gestiunii zilnice se întocmeşte documentul primar cu regim special – bonul de plată, care conține totalitatea tranzacțiilor comerciale efectuate.*

În rest, pentru decontări în numerar, ai nevoie obligatoriu de aparat de casă (MCC-maşină de calcul şi control). Pentru aceasta:



Pentru a înregistra aparatul de casă la IFS teritorial, vei avea nevoie de următoarele acte:

- Cererea model
- Copia Certificatului de înregistrare / Copia de atribuire a codului fiscal
- Copia Extrasului din registrul de stat
- Copia Licenței privind profilul de activitate al întreprinderii
- Copia documentului privind procurarea MCC
- Copia Contractului privind deservirea tehnică a MCC
- Registrul MCC
- Registrul de evidenţă tehnică (paşaportul tehnic) al MCC
- Instrucțiunea de exploatare a MCC

Firma de la care ai cumpărat aparatul de casă trebuie să-ți dea următoarele acte:

- Registrul de evidenţă tehnică
- Instrucțiunea de exploatare a MCC
- Contractul de deservire tehnică a aparatului de casă
- Factura

ATENȚIE ! :

1. Trebuie să păstrezi Registrul de casă pe parcursul întregii perioade de exploatare a aparatului de casă şi 3 ani după scoaterea acestuia de la evidenţă.
2. La începutul fiecărui an eşti obligat să prezinți Registrul de casă pentru anul precedent la IFS (chiar dacă acesta încă nu a fost finalizat) şi să înregistrezi un Registru nou, pentru anul curent. Aceeaşi procedură trebuie să o treci şi atunci cînd Registrul se finalizează pînă la sfîrşitul anului.
3. Zilnic trebuie să scoți raportul Z dacă au fost eliberate bonuri fiscale (cecuri).
4. Inspectoratul Fiscal Principal de Stat, Garda Financiara şi subdiviziunile lor teritoriale efectuează controlul asupra utilizării MCC.

Scoaterea sigiliului şi sigilarea MCC se efectuează:

- la înregistrarea MCC la IFS teritorial;
- la efectuarea controalelor de către persoanele împuternicite, în caz de necesitate;
- în cazul necesității de a efectua o reparație, deservire tehnică cu deschiderea MCC.

Regulamentul cu privire la modul de înregistrare şi exercitare a controlului asupra utilizării maşinilor de casă şi control.

Programe specializate pentru evidența contabilă

De obicei evidența contabilă este dusă în programe specializate, cum ar fi **"1 C: Contabilitatea 8".** Acest program este predestinat pentru automatizarea evidenței contabile şi fiscale, incluzînd pregătirea obligatorie a rapoartelor la întreprindere, în conformitate cu legislația Republicii Moldova în vigoare.

Acest program este licențiat şi trebuie să fie procurat de la persoane autorizate.

Avantajele 1C: Contabilitatea 8

- Toată evidența într-un singur program;
- Automatizarea activității organizaționale şi economice;
- Ducerea evidenței diferitor tipuri de activitate comercială într-o singură bază de date;
- Rezolvarea problemelor de planificare, bugetare şi de analiză financiară;
- Calcularea salariului şi administrarea personalului;
- Largi oportunități pentru evidența administrativă şi structura rapoartelor analitice, susținerea evidenței multi valutare;

Implementarea 1C se efectuează cu ajutorul instructorului-implementator al companiei autorizate.
Te va costa de la 300-700 $ în dependență de complexitatea operațiunilor pe care le efectuezi.

Pentru a lucra în acest program ai nevoie de cursuri de instruire (minim 1 lună, 40 ore academice, preț mediu 400 lei).

ATENȚIE ! :
Contabilitatea urmează a fi ținută în permanență, chiar de la momentul înregistrării întreprinderii şi pe toată durata de existență a acesteia, chiar şi în perioade de inactivitate economică, în scopuri de raportare fiscală, statistică, de asigurări sociale, medicale şi altele.

Angajarea contabilului sau contractarea de servicii contabile?

În cazul IMM-urilor, contabilul poate avea regim de lucru part-time (cu timp de muncă parțial) şi să fie remunerat în regie (după numărul de ore lucrat) conform unui contract de prestări servicii. Ar costa aproximativ 500-1000 lei/lună, în dependență de volumul de activitate al firmei.

Contabilul trebuie să fie o persoană de încredere, calificată şi cu experiență vastă. Este genul de persoană pentru care nu se merită să economiseşti pe salariu, ca să nu ai de plătit ulterior penalități şi amenzi. Salariul mediu al unui contabil calificat este de 300 EUR.

Ce-ar fi mai bine, să angajezi un contabil sau să apelezi la servicii contabile externalizate?

	Angajarea contabilului	Contractarea de servicii contabile
Avantaje	• Confidențialitatea datelor • Prezența permanentă la oficiu • Cunoaşterea mai bună a situației companiei • Promptitudine în soluționarea problemelor urgente • Contabilul se ocupă doar de compania ta sau/şi are programul de lucru stabilit	• Responsabilitățile sunt transferate firmei contractate (anumite operațiuni contabile, spre exemplu, contabilitate primară, calcularea şi remiterea impozitului pe salarii) • Soluții contabile specializate • Firmele de "outsourcing" dețin tehnologii avansate sau pachete de software care pot aduce îmbunătățiri imediate unor procese informatice contabile învechite • Raportul bun calitate/preț
Dezavantaje	• Cheltuieli permanente - salariul contabilului • Trebuie să-i oferi spațiu de lucru • Amenajarea locului de muncă	• Costurile legate de digitalizarea documentelor contabile (costul unui scaner de capacitate mare, pachete software pot depăşi pe cel al serviciului de externalizare propriu-zis) • Firma terță poate descoperi nereguli în activitatea companiei

13. Care este procedura de autorizare?

După înregistrarea de stat, întreprinderea trebuie să obțină diverse autorizații speciale pentru a începe şi a desfăşura o afacere.

Autorizație = licențe, permise, certificate, avize, aprobări, coordonări.

Autorizația = act de autoritate al administrației publice locale, prin care se obține dreptul de a desfăşura o anumită activitate, în baza unor documentații specifice pentru fiecare gen de solicitare în parte.

În conformitate cu legislația Republicii Moldova unele activități sunt supuse **licențierii şi/sau autorizării**.

Sunt mai multe tipuri de autorizații, pentru confirmarea unor cerințe tehnice, norme separate sub un anumit aspect, de exemplu: autorizația sanitară, autorizația sanitară veterinară, autorizația de activitate şi import/export, autorizația de retransmisie etc:

Autorizația sanitară - pentru toate unitățile de comerț, alimentație publică şi de deservire socială.
Autorizația sanitară veterinară de funcționare - pentru piețele agroalimentare, gheretele de comercializare a ouălor, farmaciile veterinare, unitățile în care se comercializează carne tranşată şi peşte, produse de origine animală.

Cea mai frecvent întîlnită este **autorizația sanitară**.

Cine se supune supravegherii sanitaro-epidemiologice de stat?
Orice unitate economică sau o parte a sa, indiferent de forma de proprietate, pentru care sunt stabilite cerințe sanitaro-igienice şi antiepidemice şi necesită supravegherea respectării acestora, cu excepția acelor obiecte în care nu activează oamenii, iar factorii de muncă şi de mediu (aerul, apa, solul, produsele alimentare) nu influențează negativ mediul de viață şi sănătatea populației.

Ce se supune autorizării sanitare?
Activitățile de întreprinzător, care constituie risc pentru sănătatea populației şi nu contravin legislației sanitare în vigoare.

Nomenclatorul autorizațiilor, *aprobat prin Hotărîrea Guvernului nr. 920/30.08.2005*
Genurile de activitate supuse autorizatiei sanitare

Cine solicită autorizația sanitară?
Administrația unităților economice în subordinea cărora se află obiectivul(ele) supus(e) supravegherii sanitaro-epidemiologice de stat conform cerințelor indicate în "Autorizația sanitară de funcționare", specificînd genul de activitate pentru care se solicită autorizarea.

Agenții economici poartă responsabilitate personală conform legislației în vigoare pentru crearea condițiilor optime de muncă şi securitate a sănătății angajaților, populației pentru calitatea mărfurilor şi produselor alimentare pe care le produc ori le comercializează (depozitează).

Care este procedura de obținere a autorizației sanitare de funcționare?

Agentul economic depune o cerere conform modelului stabilit în instituțiile de medicină preventivă teritoriale.

Procedura de autorizare sanitară a obiectivelor în instituțiile Serviciului sanitaro-epidemiologic de stat se efectuează în timp de **10 zile lucrătoare** din momentul depunerii cererii şi a documentelor necesare de către solicitanți. În final, autorizația sanitară de funcționare se semnează de către medicul şef sanitar de stat al teritoriului (sau adjuncții lui).

În procesul de autorizare pot fi folosite materialele de supraveghere, rezultatele investigațiilor de laborator şi măsurătorilor precedente (care nu vor depăşi 12 luni de la examinare).

Pentru obiectivele nou construite, reconstruite, reprofilate, modernizate (primar) *autorizația se eliberează la etapa de recepție în exploatare, prezentînd:*

a) copia certificatului de înregistrare a unității economice;
b) copia actului de proprietate sau contractul de închiriere a spațiilor;
c) lista grupelor de produse/mărfuri, care urmează a fi fabricate, depozitate, comercializate (se va include în cerere).

Pentru **prolongarea autorizației sanitare** de funcționare (vizare), în cazul cînd în activitate pe perioada de referință nu au parvenit modificări în genul de activitate, la cerere se va anexa doar raportul privind rezultatele atestării locurilor de muncă.

În caz de **schimbare sau extindere a activității**, unitatea economică respectivă va solicita instituțiilor de medicină preventivă teritoriale o nouă autorizație sanitară de funcționare.

În cazul în care unitatea economică nu îndeplinește condițiile sanitaro-epidemiologice de funcționare pentru care a fost autorizată, iar conducătorul nu a suspendat din propria inițiativă funcționarea obiectivului, Medicul șef sanitar de stat al teritoriului retrage autorizația sanitară de funcționare prin emiterea hotărîrii de suspendare a activității întreprinderii. Activitatea obiectivelor se suspendă și în cazul funcționării acestora cu valabilitatea expirată a autorizațiilor sanitare.

Agenții economici sunt obligați să informeze instituțiile Serviciului sanitaro-epidemiologic de stat despre modificările în structura unității și situațiile excepționale (defectarea apeductelor magistrale, prizelor de apă, stațiilor de tratare a apei, rețelei de canalizare, sistemei de ventilare, cazuri de intoxicații și îmbolnăviri profesionale etc.).

Agenții economici pot contesta deciziile medicilor șefi (adjuncții lor) sanitari de stat privind autorizarea (vizarea) sanitară a obiectivelor conform prevederilor *Legii nr.1513 din 16 iunie 1993 privind asigurarea sanitaro -epidemiolo- gică a populației (art.44)*

Amplasarea și funcționarea rețelei de **comerț ambulant** se admite numai cu avizul centrelor teritoriale de igienă și epidemiologie și în baza autorizațiilor sanitare pentru așa gen de activitate.

HOTĂRÎREA GUVERNULUI REPUBLICII MOLDOVA cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova Nr.517 din 18.09.96

Autorizații de funcționare de la Administrația Publică Locală

Pentru desfășurarea unor activități comerciale, este nevoie și de autorizația administrației publice locale. În acest sens, direcțiile de comerț și alimentație publică ale primăriilor municipiilor și comitetelor executive raionale eliberează autorizații de amplasare a unităților comerciale.

În or. Chișinău, Primăria eliberează autorizația unității comerciale și/sau de prestări servicii:

Termen	Pentru unități comerciale și/sau de prestări servicii:
pînă la 5 ani	*amplasate în spații proprietate privată*
nu mai mult de 5 ani	*amplasate în încăperi închiriate*
pînă la 3 ani	*gherete și pavilioane*
pînă la 1 an	*tarabe, tonete, remorci, automobile și alte unități de comerț ambulant - provizoriu.*

Autorizația de funcționare se perfectează în termen de cel mult 15 zile lucrătoare, începînd cu data primirii cererii și documentelor.

14. Care este procedura de licențiere?

Pentru obținerea licenței trebuie de depus la **Camera de Licențiere** o cerere în care sunt indicate următoarele date pentru ***persoana juridică:***

- Denumirea completă a întreprinderii;
- Adresa juridică;
- Codul fiscal;
- Genul de activitate supus licențierii;
- Sediul filialelor;
- Lista actelor anexate la cerere care vor confirma abilitatea de desfăşurare a genului de activitate pentru care este solicitată licența.

Actele anexate:

- Copia Certificatului de Înregistrare a întreprinderii;
- Adeverința ce confirmă lipsa datoriilor față de bugetul consolidat de stat al asigurării sociale;
- Alte acte în dependență de condițiile de licențiere a unui sau altui gen de activitate.

Camera va examina documentele prezentate şi va adopta **decizia de eliberare sau de respingere** a cererii în termen de cel mult **15 zile lucrătoare**, începînd cu data primirii cererii. Înştiinţarea privind o hotărîre ori alta se expediază solicitantului în scris, în termen de cel mult 3 zile lucrătoare de la data adoptării deciziei.

Autoritățile de licențiere:

- Camera de Licențiere (licențiază majoritatea genurilor de activitate);
- Banca Națională a Moldovei;
- Comisia Națională a Pieței Financiare;
- Agenția Națională pentru Reglementare în Energetică;
- Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice şi Tehnologia Informației;
- Consiliul Coordonator al Audiovizualului.

Contacte Camera de Licențiere
Adresa: *Republica Moldova, MD-2001, mun. Chişinău, bd. Ştefan cel Mare, 124*
Informații de contact: *tel. (+373) 22 54 21 14, hot line (+373) 22 27 22 21*
Web: http://www.licentiere.gov.md/

Genurile de activitate supuse reglementării prin licențiere- ***Legea 451/30.07.2001 privind licențierea unor genuri de activitate***
Genurile de activitate propuse pentru excluderea integrală din domeniile reglementate prin licențiere.
http://www.licentiere.gov.md/public/files/Ghid/Taxe_genuri_16.02.11.pdf

15. Care este procedura de înregistrare a mărcii?

Marca = orice semn sau orice combinație de semne susceptibile de reprezentare grafică, care servesc la deosebirea produselor sau a serviciilor anumitor persoane fizice/juridice de ale altor persoane.

Cel mai frecvent întîlnite tipuri de mărci sunt: **verbale, figurative**, **combinate, tridimensionale, şi de alt tip.**

Organul competent împuternicit să înregistreze mărcile pe teritoriul Republicii Moldova este **Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova (AGEPI).**

www.agepi.md

Cum înregistrezi o marcă?

Pentru a înregistra o marcă este necesar de a prezenta la AGEPI o ***cerere de înregistrare a mărcii***, întocmită pe un formular-tip. Cererea trebuie să se refere la o singură marcă.

Cererea include:

- formularul cererii, prin care se solicită înregistrarea mărcii;
- reprezentările grafice ale mărcii.

La cerere se pot anexa după caz un şir de alte documente conform prevederilor **REGULAMENTULUI privind procedura de depunere, examinare şi înregistrare a mărcilor.**

Etapele de înregistrare a mărcii:

- depunerea cererii;
- examinarea respectării condiţiilor de depunere a cererii de înregistrare a mărcii;
- publicarea datelor cererii depuse;
- examinarea în fond a cererii;
- înregistrarea mărcii şi eliberarea titlului de protecţie.

Fiecare etapă se efectuează în decursul unei anumite perioade de timp. Orice persoană fizică sau juridică este în drept să depună cerere de înregistrare a mărcilor atît pe teritoriul Republicii Moldova, cît şi în străinătate. Titularul mărcii înregistrate are dreptul exclusiv de a dispune de marcă, de a o folosi şi de a interzice folosirea ei neautorizată. **Durata de valabilitate a certificatului de înregistrare a mărcii** este de **10 ani** cu posibilitatea reînnoirii pe o perioada de 10 ani ori de cîte ori este necesar.

Taxele serviciului de înregistrare a mărcii
Formularele de la AGEPI (http://www.agepi.md/md/trademarks/forms.php)

Informaţii de contact AGEPI:
Tel. *(+373-22) 400607, 400608;*
Anticamera:*(+373-22) 400500;*
Fax: *(+373-22) 440119*
str. Andrei Doga nr. 24, bloc 1,
Chişinău, MD-2024, Republica Moldova

16. Cum gestionezi resursele umane?

Pentru ca întreprinderea ta să funcţioneze eficient ai nevoie de personal calificat, suficient şi motivat. Pentru aceasta va trebui să parcurgi următoarele **etape:**

Codului Muncii al Republicii Moldova

1. PLANIFICAREA

"Oameni sunt avuţia cea mai mare a unei companii. Nu contează dacă produsul este o maşină sau vorbim despre produse cosmetice. O companie va fi atît de bună pe cît o păstrează oamenii." (Mary Kay Ash)

De cîți oameni ai nevoie la început de afacere?

La început de afacere, trebuie să economiseşti la maxim pe salarii şi să te pregăteşti moral să faci munca mai multor persoane. La etapa inițială, va trebui să înveți să fii:

1. administrator
2. manager pe oficiu
3. contabil, curier
4. manager pe marketing şi vînzări
5. manager resurse umane

Faptul că eşti responsabil de mai multe domenii în companie îți dă avantajul pe viitor de a elabora descrierea postului, vei şti exact care sunt atribuțiile postului vacant şi nu în ultimul rînd vei putea controla mai bine angajații, pentru că deja vei şti ce e de făcut şi cît timp ia fiecare sarcină.

Dacă totuşi simți că nu eşti capabil să îți asumi toate rolurile de mai sus, va trebui să apelezi la specialişti (**contabil, manager vînzări**) şi ai putea să-ți iai un **asistent personal** (care să fie manager de oficiu, curier şi care să te ajute în sarcinile de rutină).

Contabilul poți să-l plăteşti pe ore lucrate, iar pe managerul pe vînzări poți să-l remunerezi în bază de comision din contractele încheiate în folosul firmei (astfel riscul şi investițiile vor fi minime).

Planificarea personalului trebuie să fie în raport direct cu:

- volumul de lucru
- complexitatea sarcinilor
- veniturile întreprinderii
- calificarea ta

Scopul tău principal este să formezi o echipă puternică, cu calități personale şi profesionale bune.
Străduie-te să nu angajezi rude, prieteni, cunoscuți doar pentru că aceştia sunt în căutarea unui loc de muncă şi ar vrea să-i ajuți. Gîndeşte-te în primul rînd la necesitățile reale ale întreprinderii tale şi la capacitatea de plată a acesteia. Planificarea personalului trebuie să fie una strategică şi coordonată cu previziunile financiare.

Ce este structura organizatorică a unei întreprinderi?

Structura organizatorică = ansamblul persoanelor, al subdiviziunilor organizatorice şi al relațiilor dintre acestea, constituite în aşa mod încît să se realizeze obiectivele prestabilite.

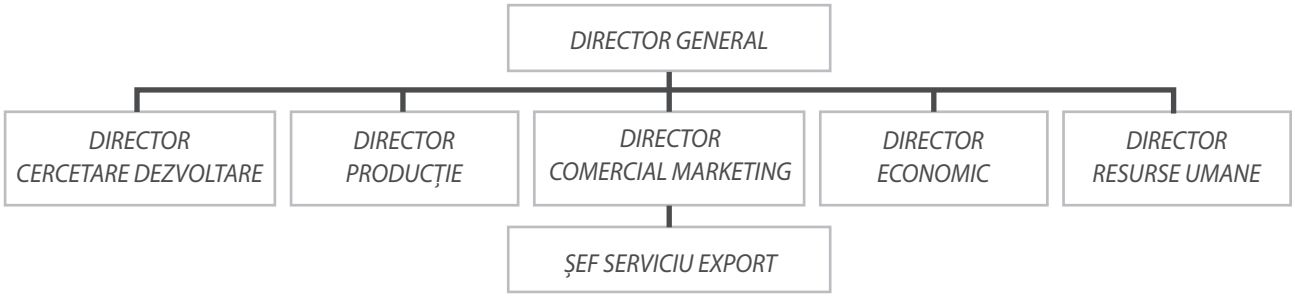
O structură organizatorică trebuie:

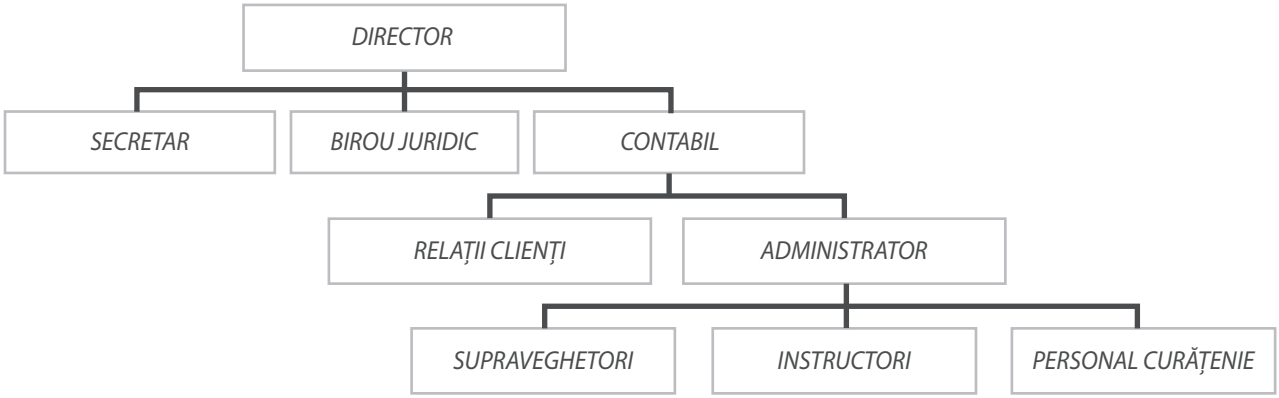
- să reflecte obiectivele şi planul de acțiune;
- să oglindească autoritatea în măsură să administreze întreprinderea;
- să evidențieze cadrul de desfăşurare a activităților.

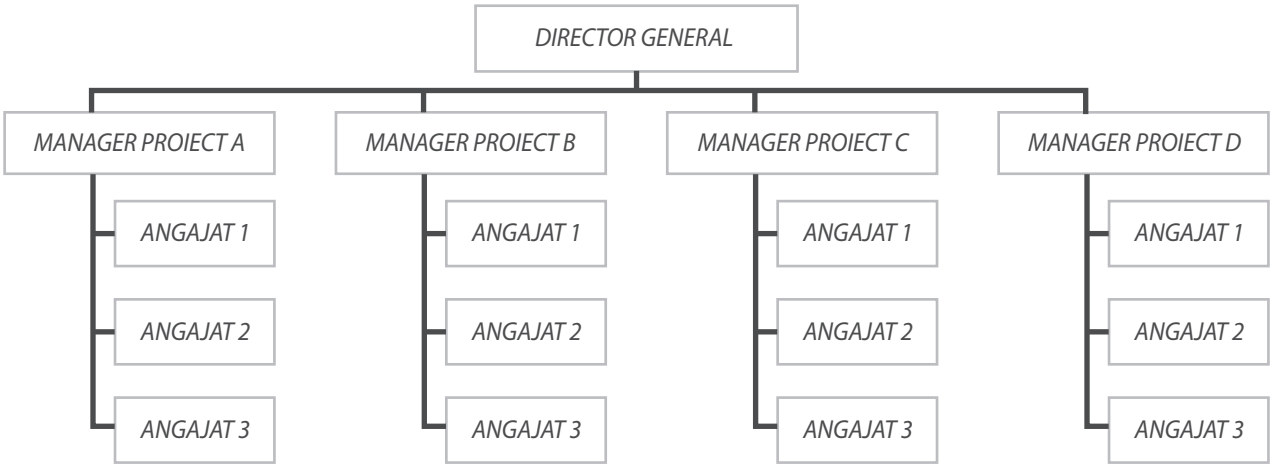
Structura organizatorică poate fi:

1. de conducere sau funcțională;
2. de producție sau operațională.

Iată cîteva exemple de structuri organizatorice







În cadrul acestor părți se regăsesc următoarele componente:

- ***postul*** – ansamblul obiectivelor, sarcinilor, competențelor şi responsabilităților desemnate pe anumite perioade de timp fiecărui angajat al firmei;
- ***funcția*** – funcții de conducere şi funcții de execuție;
- ***departamentul*** – ansamblul unor posturi şi funcții cu conținut similar unde îşi desfăşoară activitatea persoane care au cunoştințe specializate într-un anumit domeniu, sunt amplasate într-un anumit spațiu şi subordonate nemijlocit unei singure persoane;
- ***relațiile organizatorice*** – legăturile dintre componentele structurii: relații de autoritate, cooperare, control, de reprezentare;
- ***ponderea ierarhică*** – numărul persoanelor conduse de un cadru de conducere;
- ***nivelul ierarhic*** – ansamblul subdiviziunilor organizatorice. Numărul nivelurilor ierarhice depinde de mărimea firmei, diversitatea activităților şi complexitatea producerii.

2. RECRUTAREA

Recrutarea personalului = procesul de asigurare a unui număr suficient de mare de candidați calificați din care să fie selectați cei care corespund cel mai bine pentru ocuparea funcțiilor necesare întreprinderii tale.

La ce aspecte atragi atenția cînd recrutezi personalul?

- Cînd apare o poziție vacantă, mai întîi întreabă-te dacă mai este necesară această poziție sau poate poți redistribui sarcinile altor poziții existente;
- Identifică şi atrage un număr cît mai mare de candidați pentru a obține necesarul cantitativ şi calitativ de angajați;
- Recrutează într-un timp cît mai scurt şi cu cele mai mici cheltuieli posibile.

Cînd recrutezi, trebuie să deții informațiile necesare referitoare la caracteristicile postului, cît şi la calitățile viitorului deținător al acestuia.

O descriere elementară a postului (fişa postului) trebuie să includă:

1. Denumirea postului
2. Locul postului în structura organizatorică
3. Atribuțiile de bază
4. Responsabilitățile
5. Cerințe (Cunoştințe Tehnice, Experiență, Abilități)
6. Criterii de success
7. Rolul postului

Model fişă de post

SURSELE DE RECRUTARE

Surse din interiorul firmei

- angajații actuali;
- prietenii şi rudele acestora;
- solicitanții anteriori.

Avantaje:

- cunoşti mai bine punctele "forte" şi "slabe" ale candidaților;
- atragi candidații mai uşor;
- recrutarea este mai rapidă şi mai puțin costisitoare;
- angajații simt că ai încredere în ei şi iai în considerație recomandările lor.

Dezavantaje:

- nu beneficiezi de "idei noi" care ar putea veni o dată cu angajații din exterior;
- pot apărea conflicte între angajați;
- demoralizarea angajaților care nu au fost promovați.

Surse din exteriorul firmei

- colegii şi universități;
- şcoli profesionale;
- agenții specializate;
- oficiile forței de muncă, piața muncii;
- alte întreprinderi.

Avantaje:

- atragerea unui număr mai mare de candidați potențiali;
- noi angajați = noi surse de idei şi cunoştințe noi;
- diminuarea cheltuielilor cu pregătirea personalului.

Dezavantaje:

- riscul de a ajunge candidați care nu vor face față postului;
- costul recrutării personalului este mult mai ridicat;
- timpul mai îndelungat pentru orientare şi integrare în colectiv.

Prin ce metode recrutezi personalul?

1. ***Plasezi publicitate*** – plasezi un anunț însoțit de descrierea postului. Acesta trebuie să fie formulat cît mai exact şi politicos, să fie difuzat pe o arie cît mai extinsă pentru a ajunge la maximum de persoane care să corespundă criteriilor specificate în descriere.
2. ***Apelezi la recomandările cunoscuților*** – apelezi la colegi, asociați, cunoscuți care pot oferi informații despre persoanele interesate să ocupe posturile vacante.
3. ***Mergi la instituțiile superioare de învățămînt*** şi discuți direct cu absolvenții, găseşti o persoană pe care să o „creşti" (în care să investeşti timp şi bani), dar care îți va fi devotată mai mult timp.
4. ***Apelezi la agenții de headhunting (vînare de creiere)***, care conving persoane înalt calificate de la alte companii să vină la tine. În acest caz, trebuie să plăteşti serviciul agenției, să oferi un salariu mai mare şi condiții de muncă mai bune.

Sfaturi utile:

- Nu te grăbi să angajezi;
- Spune NU cumătrismului;
- Atrage atenție persoanelor tinere care au potențial şi dorință de lucru;
- Nu evita să angajezi persoane în vîrstă – ele pot avea o experiență excelentă în domeniu;
- Atrage atenție deosebită calităților personale ale potențialului angajat;
- Sună la telefoanele indicate în CV pentru a controla veridicitatea informației.

Site-uri de recrutare:

www.angajare.md	www.jobinfo.md	www.makler.md
www.anofm.md	www.joblist.md	www.moldovajob.md
www.bestjobs.md	www.jobmoldova.md	www.munka.md
www.cariera.md	www.joburi.md	www.rabota.md
www.hr.md	www.locurimunca.info	www.topjobs.md

3. SELECȚIA PERSONALULUI

Selecția personalului = alegerea, conform anumitor criterii, a celui mai competitiv sau potrivit candidat pentru ocuparea unui anumit post.

Procesul de selecție a Resurselor Umane

1. Cererea de angajare, depunerea CV-ului și a scrisorii de prezentare/motivare
2. Interviul de preselecție
3. Testarea de selecție
4. Interviu aprofundat de selecție
5. Verificarea referințelor (recomandărilor)
6. Examenul medical
7. Decizia de angajare, oferirea postului

De obicei interviul se organizează în 2-3 etape, prin care să cunoşti cît mai multe despre potențialul angajat.

Sfaturi în timpul interviului:

- lasă intervievatul să vorbească mai mult;
- analizează părțile tari şi slabe ale candidatului, cariera anterioară;
- nu pune întrebări care să sugereze răspunsul;
- fii amabil şi ascultă atent prezentarea personală a candidatului;
- dă o sarcină mică potențialului angajat pentru a vedea cum se descurcă;
- nu da feedback în timpul interviului.

După inteviu, analizează obiectiv informația acumulată şi selectează persoana care corespunde cel mai mult descrierii postului şi care s-ar adapta cel mai bine colectivului de muncă actual.

Este foarte important ca cerințele postului să corespundă cu capacitatea angajatului. Plasarea într-o funcție nepotrivită poate conduce la eforturi și timp suplimentar pentru angajat. Deci, ai nevoie de "***omul potrivit la funcția potrivită***".

4. ANGAJAREA

A.) Persoanele selectate în etapa precedentă înaintează angajatorului **cererea de angajare.**

B.) Angajatorul, prin **Ordinul (dispoziția, decizia, hotărîrea) angajatorului,** aduce la cunoştință salariatului, sub semnătură, în termen de **3 zile lucrătoare** de la data semnării de către părți a contractului individual de muncă (CIM).

C.) **Angajatorul este obligat să informeze salariatul** despre:

munca care i se încredințează, condițiile de muncă, drepturile şi obligațiile sale

regulamentul intern al unității şi contractul colectiv de muncă

tehnica securității, igiena muncii, măsurile de securitate antiincendiară şi alte reguli de securitate şi sănătate în muncă

Modelul Regulamentului de Ordine Interioară
Regulile de apărare împotriva incendiilor
Codul muncii, art. 222-244

D.) **Angajatorul şi angajatul convin asupra contractului individual de muncă (CIM)**

La încheierea CIM, persoana care se angajează va prezenta următoarele documente:

- ***buletinul de identitate*** sau un alt act de identitate;
- ***carnetul de muncă,*** cu excepția cazurilor cînd persoana se încadrează în cîmpul muncii pentru prima dată sau se angajează la o muncă prin cumul;
- ***documentele de evidență militară*** – pentru recruți şi rezerviști;
- ***diploma de studii,*** certificatul de calificare ce confirmă pregătirea specială – pentru profesiile care cer cunoştințe sau calități speciale;
- ***certificatul medical***, în cazurile prevăzute de legislația în vigoare.

Întreprinderea trebuie să aibă cîte un carnet medical (fişă medicală) pentru fiecare angajat în parte, care să conțină rezultatele anuale ale fluorografiei, a consultației medicale la medicul de familie şi la ginecolog, plus fotografia angajatului. Acestea vor fi solicitate la efectuarea controlului din partea Centrului Național de Sănătate Publică.

http://www.cnsp.md

Codul muncii, art. 57

Angajatorii nu au dreptul să ceară de la persoanele care se angajează alte documente.

E.) La CIM se anexează ***Fişa Postului,*** ce cuprinde responsabilitățile postului, calificările persoanei respective şi alte informații utile. Cu cît fişa postului este mai completă şi mai clară, cu atît salariatului îi va fi mai uşor să înțeleagă ce se cere de la el, ce presupune succesul pentru companie, iar managerului îi va fi mai uşor să monitorizeze şi să evalueze activitatea angajatului.

Refuzul motivat al uneia dintre părți privind perfectarea CIM se comunică celeilalte părți prin răspunsul în scris, în decurs de ***5 zile lucrătoare.***

F.) **Angajatorul face înscrierile necesare în carnetul de muncă al angajatului.**

În municipiul Chişinău, la „TehnoDesign & K" S.R.L. poţi procura:

1. Carnete de muncă (pentru angajaţii care nu au, care se angajează pentru prima dată)
2. Registru de evidenţă a circulaţiei carnetelor de muncă (în care înregistrezi toate carnetele de muncă ale angajaţilor, chiar şi cele neemise de firma ta, la angajare şi concediere)
3. Registru de evidenţă a formularelor (toate carnetele de muncă procurate de tine pentru angajaţi)

Ce trebuie să ai la tine?

1. Buletinul de identitate (copia)
2. Certificatul de înregistrare
3. Numărul de înregistrare al plătitorului de TVA
4. Rechizite bancare
5. Ştampila

Contacte: Tel. 24-12-84, fax. 23-49-29, Chişinău, str. A. Mateevici 29

Carnetele de muncă: *Codul muncii, art. 66*

- se ţin pentru salariaţii care lucrează în unitate mai mult de 5 zile lucrătoare;
- se procură doar pentru salariaţii care sunt angajaţi pentru prima dată;
- sunt sub evidenţă strictă în Registrul de evidenţă a circulaţiei carnetelor de muncă;
- se păstrează la angajator pe întreaga durată a CIM;
- se restituie salariatului în ziua eliberării din serviciu.

Modul de completare, păstrare şi evidenţă a carnetelor de muncă este stabilit de Guvern.
Sancţiunile disciplinare nu se înscriu în carnetul de muncă. Motivele încetării CIM se înscriu strict, indicîndu-se articolul, alineatul, punctul şi litera corespunzătoare din lege.

Angajatorul este obligat să elibereze salariatului în termen de **3 zile lucrătoare**, la cererea lui scrisă, un **certificat cu privire la munca** în cadrul unităţii respective, în care urmează să se indice specialitatea, calificarea, funcţia, durata muncii şi cuantumul salariului.

Contractul individual de muncă

Contractul individual de muncă (CIM) = înţelegerea dintre salariat şi angajator, prin care salariatul se obligă să presteze o muncă într-o anumită specialitate, calificare sau funcţie, să respecte regulamentul intern al unităţii, iar angajatorul se obligă să-i asigure condiţiile de muncă prevăzute de prezentul cod, de alte acte normative ce conţin norme ale dreptului muncii, de contractul colectiv de muncă, precum şi să achite la timp şi integral salariul. *Codul muncii, art. 45*

Părţile CIM: cetăţenii Republicii Moldova, cetăţenii străini şi apatrizii.

Salariat	Angajator
• *Persoană fizică min 16 ani* • *Persoană fizică de 15 ani (doar cu acordul scris al părinţilor)*	• *Persoană fizică cu capacitate de exerciţiu* • *Persoană juridică*

La încheierea CIM, ***se interzice orice limitare*** directă sau indirectă în drepturi în dependenţă de ***sex, rasă, etnie, religie, domiciliu, opţiune politică sau origine socială.***

Conținutul obligatoriu al CIM (*Codul muncii, art. 49)*
• numele și prenumele salariatului
• datele de identificare ale angajatorului
• durata contractului
• data de la care contractul urmează să-și producă efectele
• specialitatea, profesia, calificarea, funcția
• atribuțiile funcției
• riscurile specifice funcției
• drepturile și obligațiile salariatului
• drepturile și obligațiile angajatorului
• condițiile de retribuire a muncii, inclusiv salariul funcției sau cel tarifar și suplimentele, premiile și ajutoarele materiale
• compensațiile și alocațiile, inclusiv pentru munca prestată în condiții grele, vătămătoare și/sau periculoase
• locul de muncă
• regimul de muncă și de odihnă
• perioada de probă, după caz
• durata concediului de odihnă anual și condițiile de acordare a acestuia
• prevederile contractului colectiv de muncă și ale regulamentului intern al unității referitoare la condițiile de muncă ale salariatului
• condițiile de asigurare socială
• condițiile de asigurare medicală

Clauze opționale ale CIM: *Codul muncii, art. 51*

- clauza de mobilitate;
- clauza de confidențialitate (părțile convin ca pe toată durata CIM și timp de cel mult 1 an după încetarea acestuia, să nu divulge date sau informații de care au luat cunoștință în perioada executării CIM, în condițiile stabilite de regulamentul intern al unității, de contractul colectiv sau de cel individual de muncă;
- alte clauze care nu contravin legislației în vigoare;
- clauze referitoare la compensarea cheltuielilor de transport, la compensarea serviciilor comunale, la acordarea spațiului locativ.

Perioada de probă

După selectarea candidatului/candidaților, poți propune o perioadă de probă de pînă la 90 de zile pentru a înțelege dacă persoana selectată se potrivește postului pe care îl ocupă, dacă îi place activitatea pe care o desfășoară și dacă s-a încadrat bine în echipa de lucru. *Codul muncii, art. 60*

Salariați	Perioada maximă de probă
muncitorii necalificați și salariații cu CIM cu perioadă determinată de 3-6 luni	15 zile calendaristice
salariații cu CIM cu perioadă determinată mai mare de 6 luni	30 zile calendaristice
muncitorii calificați	3 luni
persoanele cu funcție de răspundere	6 luni

Perioada de probă nu include perioada concediului medical sau a absențelor din motive întemeiate documentate și poate fi stabilită doar o singură dată.

Se interzice aplicarea perioadei de probă următorilor salariați: *Codul muncii, art. 62*

a) tinerii specialiști;
b) persoanele în vîrstă de pînă 18 ani;
c) persoanele angajate prin concurs;
d) persoanele care au fost transferate de la o unitate la alta;
e) femeile gravide;
f) invalizii;
g) persoanele alese în funcții elective;
h) persoanele angajate în baza unui contract individual de muncă cu o durată de pînă la 3 luni.

În cazul în care rezultatul perioadei de probă este nesatisfăcător, acest lucru se constată în ordinul (dispoziția, decizia, hotărîrea) cu privire la concedierea salariatului, ce se emite de către angajator pînă la expirarea perioadei de probă, fără plata indemnizației de eliberare din serviciu. *Codul muncii art. 63 (2)*

Angajatorul nu are dreptul să ceară salariatului efectuarea unei munci care nu este stipulată în contractul individual de muncă, cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul cod.

Durata CIM: *Codul muncii art. 54*

1. de regulă, pe durată nedeterminată (dacă nu este stipulată în CIM).
2. pe o durată determinată, max 5 ani, pentru executarea lucrărilor cu caracter temporar sau sezonier, în următoarele cazuri (art.55 CM):

CIM cu durată determinată se semnează cu: *Codul muncii art. 55*

a) conducătorii unităților, adjuncții lor şi contabilii-şefi
b) persoanele care lucrează temporar (maxim 2 luni) sau sezonier
c) persoanele pensionate
d) persoanele ale cărui CIM este suspendat sau care se află în concediu
e) persoanele detaşate la lucru peste hotarele RM
f) persoanele care fac stagiere, instruiri profesionale, cursuri de zi la instituții de învățămînt
g) lucrătorii de creație din artă şi cultură
h) colaboratorii ştiințifici din instituțiile de cercetare-dezvoltare, cu cadrele didactice şi rectorii instituțiilor de învățămînt superior universitare ş.a.

Salariatul are dreptul să încheie CIM concomitent şi cu alți angajatori (munca prin cumul).
CIM se întocmeşte în scris, în 2 exemplare, se semnează de către părți şi i se atribuie un număr din registrul unității, aplicîndu-i-se ştampila unității.

Un exemplar al contractului individual de muncă se înmînează salariatului, iar celălalt se păstrează la angajator.

Salariatul beneficiază de toate drepturile şi îndeplineşte obligațiile prevăzute de legislația muncii, de regulamentul intern al unității, de contractul colectiv şi de cel individual de muncă.

Modificarea CIM se face obligatoriu printr-un acord suplimentar semnat de părți, care se anexează la contract şi este parte integrantă a acestuia. *Codul muncii, art. 68*

Deplasare în interes de serviciu	Detaşare
Maxim 60 zile lucrătoare (CM, art.174-176).	Dispusă doar cu acordul scris al salariatului Efectuată în baza unui CIM distinct Max 1 an, cu posibilitatea prelungirii cu maxim încă 1 an
	Salariatul are dreptul la compensarea cheltuielilor de transport şi a celor de cazare, precum şi la o indemnizație specială în conformitate cu legislația în vigoare, cu contractul colectiv şi/sau cu cel individual de muncă.

Suspendarea contractului individual de muncă

Codul muncii, art. 75-79

Suspendarea CIM = suspendarea prestării muncii de către salariat şi a plății drepturilor salariale (salariu, sporuri, alte plăți) de către angajator, **prin ordinul (dispoziția, decizia, hotărîrea) angajatorului**, care se aduce la cunoştința salariatului, sub semnătură, cel tîrziu la data suspendării (cu excepția cazurilor de circumstanțe ce nu depind de voința părților).

Circumstanțe de suspendare a CIM: *Codul muncii, art. 75-79*

1. prin acordul părților
2. inițiativa uneia dintre părți
3. în circumstanțe ce nu depind de voința părților

Circumstanțe ce nu depind de voința părților	Prin acordul părților	La inițiativa uneia dintre părți
a) concediu de maternitate; b) boală sau traumatism; d) carantină; e) încorporarea în serviciul militar sau în serviciul civil; f) forță majoră; g) trimitere în instanța de judecată a dosarului penal privind comiterea de către salariat a unei infracțiuni incompatibile cu munca prestată, pînă la rămînerea definitivă a hotărîrii judecătoreşti; h) omiteri, din vina salariatului, a termenului de trecere a controlului medical; i) depistare, conform certificatului medical, a contraindicațiilor care nu permit îndeplinirea muncii specificate în contractul individual de muncă; j) cerere a organelor de control sau de drept, conform legislației în vigoare; k) prezentare la locul de muncă în stare de ebrietate alcoolică, narcotică sau toxică, constatată prin certificatul eliberat de instituția medicală competentă sau prin actul comisiei formate dintr-un număr egal de reprezentanți ai angajatorului şi ai salariaților; l) aflare în grevă în conformitate cu Codul Muncii; m) stabilire pe termen determinat a gradului de invaliditate ca urmare a unui accident de muncă sau a unei boli profesionale; precum şi n) în alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.	a) acordare a concediului fără plată pe o perioadă mai mare de o lună; b) urmare a unui curs de formare profesională sau de stagiere cu scoaterea din activitate pe o perioadă mai mare de 60 de zile calendaristice; c) şomaj tehnic; d) îngrijire a copilului bolnav în vîrstă de pînă la 10 ani; e) îngrijire a copilului invalid; f) în alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.	a) concediu pentru îngrijirea copilului în vîrstă de pînă la 6 ani; b) concediu pentru îngrijirea unui membru bolnav al familiei cu durata de pînă la un an, conform certificatului medical; c) urmare a unui curs de formare profesională în afara unității, potrivit art.214 alin.(3); d) ocupare a unei funcții elective în autoritățile publice, în organele sindicale sau în cele patronale; e) condiții de muncă nesatisfăcătoare din punctul de vedere al securității şi sănătății în muncă; f) din alte motive prevăzute de legislație. g) pe durata anchetei de serviciu, în conformitate cu Codul Muncii.

Şomajul tehnic = imposibilitatea temporară a continuării activității de producție de către unitate sau de către o subdiviziune interioară a acesteia pentru motive economice obiective.
Durata maximă a şomajului tehnic = **6 luni / an calendaristic.** În această perioadă salariații stau la dispoziția angajatorului şi beneficiază de o **indemnizație minimă de 75 % din salariul lor de bază** (în baza ordinului angajatorului), cu excepția cazurilor de suspendare a CIM conform art.77 lit.c).

Articolele 82-90 din Codul muncii stipulează toate ***temeiurile încetării contractului individual de muncă:***

Art. 82	Încetarea contractului individual de muncă în circumstanțe ce nu depind de voința părților
Art. 83	Încetarea contractului individual de muncă pe durată determinată
Art. 84	Nulitatea contractului individual de muncă
Art. 85	Demisia
Art. 86	Concedierea
Art. 87	Interzicerea concedierii fără acordul organului sindical
Art. 88	Procedura de concediere în cazul lichidării unității, reducerii numărului sau a statelor de personal
Art. 89	Restabilirea la locul de muncă
Art. 90	Răspunderea angajatorului pentru transferul sau eliberarea nelegitimă din serviciu

Ziua încetării contractului individual de muncă se consideră ultima zi de muncă.

CIM încetează în temeiul ordinului (dispoziției, deciziei, hotărîrii) angajatorului, care se aduce la cunoştința salariatului, sub semnătură, cel tîrziu la data eliberării din serviciu.

Demisia

Salariatul are dreptul la demisie (desfacere a contractului individual de muncă din proprie inițiativă), anunțînd despre aceasta angajatorul, prin cerere scrisă, **cu 14 zile calendaristice înainte.** *Codul Muncii, art. 85*

În caz de demisie a salariatului în legătură cu pensionarea, cu stabilirea gradului de invaliditate, cu concediul pentru îngrijirea copilului, cu înmatricularea într-o instituție de învățămînt, cu trecerea cu traiul în altă localitate, cu îngrijirea copilului pînă la vîrsta de 14 ani sau a copilului invalid, cu alegerea într-o funcție electivă, cu angajarea prin concurs la o altă unitate, cu încălcarea de către angajator a contractului individual şi/sau colectiv de muncă, a legislației muncii în vigoare, angajatorul este obligat să accepte **demisia în termenul redus indicat în cererea depusă şi înregistrată,** la care se anexează documentul respectiv ce confirmă acest drept.

Conducătorul unității, adjuncții lui şi contabilul-şef sunt în drept să demisioneze pînă la expirarea duratei contractului individual de muncă în cazurile stipulate de contract, anunțînd despre aceasta angajatorul, prin cerere scrisă, **cu o lună înainte.**

Concedierea

Concedierea = desfacerea din inițiativa angajatorului a contractului individual de muncă pe durată nedeterminată, precum şi a celui pe durată determinată. *Codul muncii, art. 86*

Concedierea se admite pentru următoarele motive:
• rezultatul nesatisfăcător al perioadei de probă
• lichidarea unității sau încetarea activității angajatorului persoană fizică
• reducerea personalului
• salariatul nu corespunde funcției deținute sau nu poate efectua munca sa din cauza problemelor de sănătate, fapt indicat în certificatul medical
• salariatul nu corespunde funcției deținute sau datorită calificării insuficiente, fapt confirmat prin hotărîrea comisiei de atestare
• schimbarea proprietarului (referitor la conducătorul unității, adjuncți, contabilul-şef
• încălcarea repetată, pe parcursul unui an, a obligațiilor de muncă, dacă anterior au fost aplicate sancțiuni disciplinare
• absența nejustificată de la serviciu mai mult de 4 ore consecutive în timpul zilei de lucru
• prezentarea la lucru în stare de ebrietate alcoolică, narcotică sau toxică, stabilită în modul prevăzut la art.76 lit.k
• sustragerea bunurilor materiale sau financiare de la locul de muncă (inclusiv în proporții mici), fapt stabilit prin hotărîrea instanței de judecată sau a organului de competență
• comiterea de către salariatul care operează nemijlocit cu mijloace băneşti sau materiale a unor acțiuni culpabile, dacă în baza acestor acțiuni angajatorul pierde încrederea față de salariatul respectiv
• încălcarea gravă repetată, pe parcursul unui an, a statutului instituției de învățămînt de către un cadru didactic (art.301)
• comiterea de către salariatul care îndeplineşte funcții educative a unei fapte imorale incompatibile cu funcția deținută
• aplicarea, chiar şi o singură dată, de către un cadru didactic a violenței fizice sau psihice față de discipoli (art.301)
• semnarea de către conducătorul unității, adjuncți sau contabil-şef a unui act juridic nefondat care a cauzat prejudicii materiale
• încălcarea gravă, chiar şi o singură dată, a obligațiilor de muncă de către conducătorul unității, adjuncți sau contabilul-şef
• prezentarea de către salariat angajatorului, la încheierea contractului individual de muncă, a unor documente false (art.57 alin.(1)), confirmat în modul stabilit
• Încheierea contractului individual de muncă cu o altă persoană, care va efectua sarcinile, mai înainte efectuate de angajatul prin cumul, în calitate de funcția de bază (art.273)
• restabilirea la locul de muncă, conform hotărîrii instanței de judecată, a persoanei care a îndeplinit anterior munca respectivă, dacă transferul salariatului la o altă muncă conform prezentului cod nu este posibilă
• transferarea salariatului la o altă unitate cu acordul celui transferat şi al ambilor angajatori
• refuzul salariatului de a continua munca în legătură cu schimbarea proprietarului unității sau reorganizarea acesteia, precum şi subordonarea unității unui alt organ
• refuzul salariatului de a fi transferat la o altă muncă pentru motive de sănătate, conform certificatului medical (art.74 alin.(2))
• refuzul salariatului de a fi transferat în altă localitate în legătură cu mutarea unității în această localitate (art.74 alin.(1))
• pentru alte motive prevăzute de prezentul cod şi de alte acte legislative.

Nu se admite concedierea salariatului:

- în perioada aflării lui în concediu medical,
- în concediu de odihnă anual,
- în concediu de studii,
- în concediu de maternitate,
- în concediu parțial plătit pentru îngrijirea copilului pînă la vîrsta de 3 ani,
- în concediu suplimentar neplătit pentru îngrijirea copilului în vîrstă de la 3 la 6 ani, în perioada îndeplinirii obligațiilor de stat sau obşteşti, precum şi în perioada detaşării, cu excepția cazurilor de lichidare a unității.

CM, art. 88

Pentru ***Restabilirea la locul de muncă*** vezi *Codul Muncii, art. 89*

Salarizarea

Salariul se plăteşte periodic, dar ***nu mai rar decît o dată pe lună*** pentru salariații remunerați în baza salariilor lunare ale funcției. Salariul poate fi transferat la contul de card al salariatului.

Mărimea salariului trebuie să fie direct proporțională cu performanțele angajatului, cu contribuția acestuia la rezultatele întreprinderii, cunoştințe, experiență, efort, competență.

Mărimea salariului şi a recompenselor şi modalitatea de achitare a acestora trebuie să fie menționată în contractul individual de muncă.

Tipuri de salariu

Salariu minim	*1300 lei lunar*
Salariu mediu	*3550 lei lunar*
Salariu în acord	*= în funcție de volumul lucrărilor efectuate sau volumul producției fabricate* ***accent pe cantitate***
Salariu în regie	*= în funcție de timpul lucrat* ***accent pe calitate*** *cînd lucrul e riscant sau obiectul prelucrat prea mare*

Alte recompense:

Sporuri la salariu	pentru condiții nocive de muncă, ore lucrate în afara programului, etc.
Prime	pentru realizări deosebite
Comisioane	ca % din vînzări sau încasări
Participare la profit	ca % din profit din contribuția la rezultatul firmei

"Nu plătesc salarii bune fiindcă am mulți bani; Am mulți bani fiindcă plătesc salarii bune."
(Robert Jan Amos Komensky)

Timpul de muncă. Durata normală a timpului de muncă al salariaților din unități nu poate depăşi ***40 de ore pe săptămînă.*** Pentru anumite categorii de salariați, prevăzuți de lege, durata timpului de muncă nu poate depăşi 35 de ore pe săptămînă. Repartizarea timpului de muncă în cadrul săptămînii este, de regulă, uniformă şi constituie 8 ore pe zi, timp de 5 zile, cu două zile de repaus sau a săptămînii de lucru de 6 zile cu o zi de repaus.
Durata zilnică normală a timpului de muncă constituie **8 ore.** Durata zilnică maximă a timpului de muncă nu poate depăşi 10 ore în limitele duratei normale a timpului de muncă de 40 de ore pe săptămînă. Pentru anumite genuri de activitate, unități sau profesii se poate stabili o durată zilnică a timpului de muncă de 12 ore, urmată de o perioadă de repaus de cel puțin 24 de ore.

Munca de noapte. Se consideră muncă de noapte munca prestată ***între orele 22.00 şi 6.00.*** Durata muncii (schimbului) de noapte se reduce cu o oră. Nu se admite atragerea la munca de noapte a anumitor categorii de salariați (în vîrstă de pînă la 18 ani, a femeilor gravide etc.). Pentru munca prestată în program de noapte se stabileşte un adaos în mărime de cel puțin 0,5 din salariul de bază pe unitate de timp stabilit salariatului.

Munca suplimentară (munca prestată în afara duratei normale a timpului de muncă) poate fi dispusă de angajator doar cu acordul scris al salariatului, iar fără acordul salariatului doar pentru situații excepționale, prevăzute de lege, şi în limita a 240 de ore într-un an calendaristic. Pentru primele două ore, se retribuie în mărime de cel puțin 1,5 salarii de bază stabilite salariatului pe unitate de timp, iar pentru orele următoare - cel puțin în mărime dublă.

Repausul săptămînal. Repausul săptămînal se acordă timp de 2 zile consecutive, de regulă sîmbăta şi duminica. Durata repausului săptămînal neîntrerupt în orice caz nu trebuie să fie mai mică de 42 de ore, cu excepția cazurilor cînd săptămîna de muncă este de 6 zile.

Munca în zilele de repaus. Munca în zilele de repaus este interzisă, cu excepția cazurilor de muncă suplimentară.

Zilele de sărbătoare nelucrătoare.
În Republica Moldova, zile de sărbătoare nelucrătoare, *cu menținerea salariului mediu*, sunt:

1 ianuarie	Anul Nou
7 şi 8 ianuarie	Naşterea lui Isus Hristos (Crăciunul)
8 martie	Ziua internațională a femeii
prima şi a doua zi de Paşte	conform calendarului bisericesc
ziua de luni la o săptămînă după Paşte	Paştele Blajinilor
1 mai	Ziua internațională a solidarității oamenilor muncii
9 mai	Ziua Victoriei şi a comemorării eroilor căzuți pentru independența Patriei
27 august	Ziua Republicii
31 august	sărbătoarea "Limba noastră"
ziua Hramului bisericii din localitatea respectivă	declarată în modul stabilit de consiliul local al municipiului, orașului, comunei, satului

În zilele de sărbătoare nelucrătoare se admit lucrările doar în unitățile a căror oprire nu este posibilă în legătură cu condițiile tehnice şi de producție (unitățile cu flux continuu), lucrările determinate de necesitatea deservirii populației, precum şi lucrările urgente.

Durata concediului de odihnă anual - concediul de odihnă anual plătit, este cu o durată minimă de ***28 de zile calendaristice,*** cu excepția zilelor de sărbătoare nelucrătoare.

Cum se calculează salariile?

Salariul net (care se dă la mîna angajatului) = Salariul brut - Impozite reținute de la angajat

Impozite achitate de întreprindere	Impozite reținute de la angajat din salariu	Scutiri de care beneficiază angajatul
Asigurare medicală 3,5%	Asigurare medicală 3,5%	Scutire personală 720 lei
Fondul social 23%	Fond de pensii 6%	
	Impozit reținut din salariu	

Impozitul pe venit se calculează din venitul impozitabil.

Impozitul pe venit = 7% din venitul impozabil (dacă venitul impozabil este pînă la 2100 lei/lunar)+ 18% din ceea ce depășește 2100 lei.

Exemplu:
Venitul impozabil = 4000 lei
*2100 lei *7%=147 lei*
*(4000-2100)*18%=342 lei*
Impozit pe venit total =147+342=489

Venitul impozabil = *Salariul Brut - scutirea lunară - impozitele reținute de la angajat din salariu*
Impozitele reținute de la angajat din salariu = *asigurarea medicală (3,5%)+fondul de pensii (6%)+ impozit pe venit*

Exemplu X = 7400 lei
Deci,

Asigurarea medicală achiatată de către angajator 3.5%	259 lei
Fondul social 23%	1702 lei
Primă de asigurare medicală obligatorie achitată de angajat 3.5%	259 lei
Fond de pensii 6%	444 lei
Impozit pe venit reținut din salariu [(7400 - 259 - 444 - 720) - 2100] *18 % + (2100*7%)	844.86 lei

Astfel,

Achitat de întreprindere	1961 lei
Achitat de angajat (reținut din salariul brut)	1547.86 lei
Salariul net (7400-1547.86=5852.14 lei)	

5. Instruirea

Instruirea şi dezvoltarea profesională = activitate prin care angajații tăi acumulează noi cunonştințe şi abilități, prin aceasta contribuind la:

- asigurarea competitivității întreprinderii;
- sporirea gradului de performanță profesională a angajaților;
- realizarea eficientă a sarcinilor şi responsabilităților de muncă;
- ridicarea nivelului calității serviciilor;
- creşterea gradului de motivare a angajaților.

Metode de instruire:

1. *la locul de muncă:* instructaj, rotație, dublare.
2. *în afara locului de muncă:* seminare/cursuri de perfecționare, studii în diferite instituții de învățămînt, stagieri etc.

Este bine să faci un plan de instruire anual, ca de exemplu conform tabelului următor:

Planul de instruire

Tema pentru instruire	Instructorul	Perioada	Durata, ore	Participanți

De asemenea, este foarte important de **evaluat eficiența instruirii personalului,** care se efectuează, de obicei, după o lună din momentul participării la instruire.

6. Motivarea

„În companie există o singură resursă: oamenii şi conducerea acestor oameni. Diferența dintre mediocritate şi excelență este rezultat al motivației acestor oameni. Motivația este liantul ce leagă laolaltă obiectivele şi strategiile organizației." (Adrian Gozzard, directorul companiei Cadbury Schweppes)

De ce trebuie să-ți motivezi angajații?

Pentru că un angajat motivat este un angajat productiv, iar un angajat productiv este unul profitabil!

Strategii de motivare:

- *Utilizarea recompensei* pentru a motiva angajații: recompense băneşti şi recompense verbale;
- *Asigurarea echității:* angajații aşteaptă ca ceea ce ei dau organizației să fie echivalent cu ceea ce ei vor primi de la aceasta;
- *Implicarea angajaților* - mărirea gradului de participare a angajaților la luarea deciziilor organizaționale;
- *Conducere eficientă* – sarcini concrete, consecutive, utilizare eficientă a abilităților şi timpului angajaților;
- *Crearea condițiilor de muncă bune.*

Managementul performant este arta prin care problemele devin atît de interesante şi soluțiile lor atît de constructive încît toți să îşi dorească să lucreze asupra lor şi să le rezolve. (Paul Hawken)

7. Controlul

Pentru dezvoltarea armonioasă a întreprinderii tale trebuie să monitorizezi activitatea angajaților. Controlul asupra personalului te va ajuta să eviți situații neplăcute ce țin de posibile conflicte, pierderi financiare, randamentul de producere etc.

Iată cîteva *tehnici eficiente de control:*

1. Control prin reguli şi reglementări formale
2. Control financiar (bugetul cheltuit pentru ore de muncă directă, pe materie primă etc)
3. Controlul cu ajutorul maşinilor şi aparatelor
4. Controlul prin evaluarea performanțelor
5. Şedințele cu angajații

8. Evaluarea personalului

Evaluarea personalului = stabilirea a cît de bine fiecare angajat îşi îndeplineşte atribuțiile funcției pe care o ocupă. Evaluarea se face pentru a lua decizii referitor la recompense, stimulente, promovarea personalului, măsurile de pregătire şi dezvoltare a angajaților, îmbunătățirea conținutului funcției etc.

Tipuri de evaluare

(a) ***Examinări ale performanței***, care analizează succesele şi eşecurile trecute ale angajatului cu scopul de a îmbunătăți performanța viitoare.
(b) ***Examinări ale potențialului***, care evaluează cît de potrivit este angajatul pentru promovare şi / sau instruire viitoare.
(c) ***Examinări în vederea recompensării,*** pentru a determina creşteri salariale.

Metode de evaluare a personalului:

1. ***Metoda incidentelor critice*** (înregistrarea întîrzierilor, a absențelor nemotivate)
2. ***Metoda eseului*** (angajații raportează pe scurt, în scris performanțele)
3. ***Metoda indicilor cantitativi*** (ex. volumul producției realizate, calitatea producției, numărul reclamațiilor etc.)
4. ***Grila de evaluare*** (bifarea listei de calități şi cunoştințe pentru îndeplinirea calitativă a lucrului)
5. ***Evaluarea de jos în sus*** (angajații nu sunt evaluați de către superiorii lor, ci de către subalterni)

"O maşinărie poate face lucrul a cincizeci de oameni ordinari. Nici o maşinărie nu poate face lucrul unui om extraordinar." (Elbert Hubbard)

17. Cum să-ți promovezi şi vinzi produsul/serviciul ?

Marketing = arta de a vinde, un proces de convingere a unor posibili clienți să cumpere.

În marketing trebuie să te axezi pe satisfacerea nevoilor clienților și pe obținerea de profit.

Obiective de marketing:

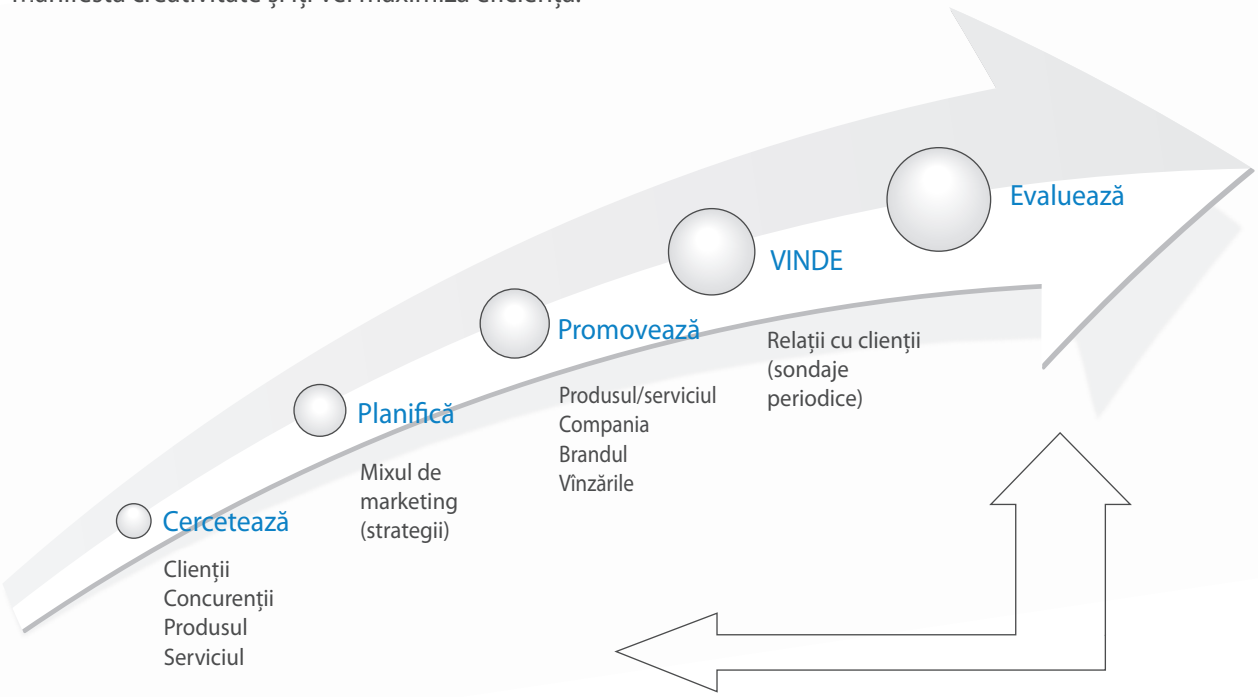
1. Maximizarea consumului

2. Maximizarea satisfacției consumatorului

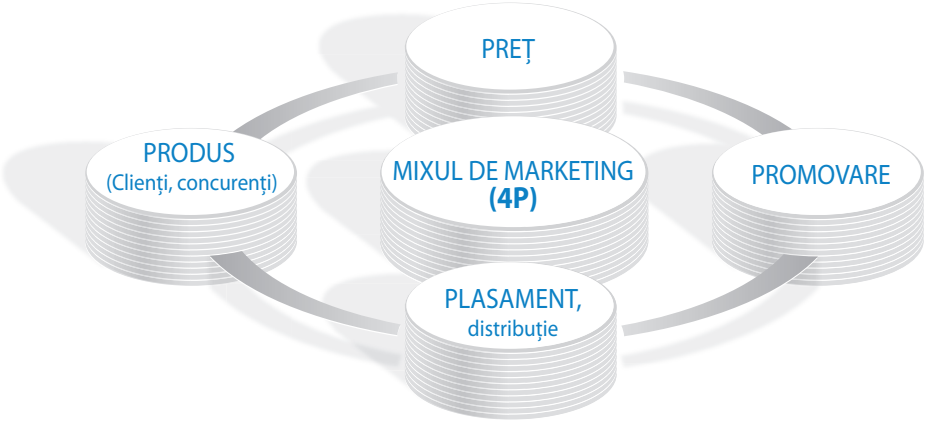
3. Maximizarea posibilităților de alegere a consumatorului

4. Maximizarea calității

Deci avînd o strategie bună de maketing, vei cunoaște ce se cere pe piață, vei fi receptiv la nevoile acesteia, vei manifesta creativitate și îți vei maximiza eficiența.



Mixul de marketing = prognozarea şi elaborarea strategiilor pentru următoarele aspecte:



Fiecare componentă a mixului de marketing este descrisă în tabelul de pe pagina următoare.

Dacă nu ai un avantaj competitiv, nu concura. (Warren Buffett)

Strategiile mixului de marketing

	Produs	Preț	Promovare	Plasament
Scop	elaborarea produsului/serviciului care să răspundă maxim necesităților consumatorilor, răspunde la întrebările "ce să produci, cît, în ce structură și calitate, cînd și pentru cine"	stabilirea prețului care să genereze maxim profit și să fie un instrument competitiv	Informarea clienților actuali și potențiali despre caracteristicile produsului/serviciului, reînnoirea atenției acestora pentru produse în declin, stimularea clienților să cumpere	alegerea căilor de aducere a produsului/serviciului la client, oferirea produsului/serviciului la momentul oportun
Conținut	Despre **produse/servicii:** Varietatea Calitatea Caracteristicile Aspectul Ambalajul Servicii post-vînzare Nevoile, opiniile clienților **Concurenții**	Prețul de catalog Reduceri Facilități Perioadă de plată Condiții de creditare	Elaborarea ofertelor Tehnici de promovare a vînzărilor, a mărcii, a companiei Acțiuni promoționale Metode de vînzare Relații cu clienții Echipa de vînzare Publicitate	Canale de distribuție Acoperire Sortimente Stocuri Depozitare Aprovizionare Amplasare (harta) Transport
Întrebări	Care este grupul tău țintă (consumatorii)? Ce vîrstă, gen, ocupație, educație au? Cine sunt clienții tăi actuali? Care sunt clienții potențiali? Ce își doresc consumatorii, care este comportamentul lor? Ce stil de viață au, ce preferințe? Ce activități practică? Care sunt necesitățile lor? Cine le influențează decizia de cumpărare? Care este cererea actuală la produsele/serviciile tale pe piață? Care este prognoza cererii? Ce caracteristici au produsele/serviciile tale? Care sunt beneficiile produsului tău? Ce opinie au consumatorii despre produsul tău? Cine îți sunt concurenții? Ce segment de piață acoperă aceștia? Ce produse au concurenții pe piața locală și ce caracteristici au acestea? Prin ce produsul/serviciul tău este mai bun sau mai rău? Care e prețul oferit de concurenți pentru produsele/serviciile similare? Care e cheia succesului concurenților pe piață? Care e avantajul tău comparativ?	Ce prețuri au concurenții? Care e concurentul cu prețul cel mai mare / prețul cel mai mic la produsul similar? Care e ponderea vînzărilor tale pe piață (cota de piață)? Care este prognoza vînzărilor? Ce trebuie să faci să îți crească cota de piață? Care este potențialul maxim? Ce cotă de piață au concurenții? Cine are cota cea mai mare și de ce?	Cum își vînd concurenții produsele? Ce echipă au? Cum vei atrage noi clienți? Cum vei distribui produsele? Cine va fi responsabil de promovarea și vînzarea produselor? Ce vrei să comunici potențialilor clienți? Ce ai spune cumpărătorului în 30 secunde ca să-l convingi să cumpere produsul/serviciul tău? Ce căi de vînzare alegi? directe, prin intermediari?	Unde îți vei amplasa afacerea? Unde se află clienții? Ce capacitate de cumpărare au aceștia? Cît de departe ești de piețele de desfacere? Care sunt posibilitățile de angajare e forței de muncă calificate? Cine dintre concurenți activează în preajmă? Sunt produsele accesibile pentru clienți? Ai acces la materie primă, energie electrică, rețea de canalizare, alimentare cu apă, comunicații (servicii poștale, telefon, internet etc), drumuri? Care este starea drumurilor? Este accesibil transportul public? Ai acces în apropiere la servicii financiare (bănci, asociații de împrumut)?

Scopul afacerilor este să creeze și să păstreze clienți. (Peter Drucker)

Un exemplu de analiză comparativă a concurenților:

Factorii succesului	Firma ta	Firma concurentă A	Firma concurentă B	Firma concurentă C
Asortimentul				
Calitatea				
Promovarea				
Amplasarea				
Deservirea clienților				
Altele				
TOTAL Puncte				

Punctează fiecare factor (5 – excelent, 4 - bun, 3 – mediu, 2 – rău).
Sumează punctele.
Cu cît este mai mare punctajul, cu atît poziția concurențială este mai bună.
Cu cît este mai mare diferența dintre punctajul obținut de firma ta şi cel al concurenților, cu atît avantajul concurențial al firmei tale este mai înalt.

Iată **cîteva etape pe care trebuie să le treci dacă vrei ca produsul/serviciul** tău să fie vîndut bine.

Realizează un studiu de piață (asupra clienților, concurenților, prețurilor etc.)	**La cine apelezi cînd realizezi un studiu de piață?** Surse primare: Culegi informația individual Discuți direct cu clienții (întîlnire, telefon, e-mail, chestionar), întrebi care sunt necesitățile lor, dorințele acestora cînd cumpără un produs Discuți cu ei despre preț, dacă îi aranjează Surse secundare: Informația colectată de alte organizații (ex. BNS) Reviste de specialitate Camera de Comerț şi Industrie etc.
Cunoaște-ți clienții	Definește-ți un public țintă. Află care sunt nevoile şi dorințele lui. Poate vrea calitate sau un preț mai mic, poate vrea o ofertă cît mai completă, un răspuns prompt. Este vital să ştii ce aşteptări au clienții tăi de la un produs sau serviciu pe care vrei să îl lansezi pe piață.
Cunoaște-ți concurența	Un produs nou se bucură de succes doar dacă este mai bun sau mai ieftin decît cel al concurenților. Adulții nu îşi schimbă uşor obiceiurile de cumpărare. Pentru a încerca un produs nou, ei ar trebui să fie ori nemulțumiți de ceea ce primesc în prezent, ori sa fie atraşi foarte tare de imaginea sau caracteristicile noii apariții. În ceea ce îi priveşte pe tineri şi pe copii, reacția este puțin diferită. Ai mari şanse să îşi dorească să încerce un produs dacă pe el scrie mare "NOU!", dar nici în acest caz nu trebuie să te aştepți la o loialitate prea mare din partea acestui segment. Competiția are avantajul de a fi deja prezentă pe piață şi în mintea consumatorului. Ceea ce trebuie să faci este să te diferențiezi şi să comunici un beneficiu relevant pentru potențialii tăi consumatori.
Investeşte în branding	Ai o singură şansă să faci o primă impresie bună. Numele, logotipul, sloganul, cărțile de vizită, ambalajul, dacă este cazul, reprezintă primul contact dintre produs şi client. Un **nume** care asociază produsul cu domeniul de activitate este mai uşor de promovat. Un **slogan** este un instrument de vînzare, el poate să convingă oamenii să acționeze, poate să comunice un beneficiu sau poate să definească categoria în care activează respectivul produs. **Logotipul** trebuie să aibă impact vizual şi să ajute la memorarea şi recunoaşterea produsului. **Investeşte în promovarea acestora**, ca grupul tău țintă să le cunoască. Oamenii cumpără **beneficii**. Transformă atributele produsului tău în beneficii pentru clienți. Nimeni nu este de fapt interesat de caracteristicile tehnice ale unui aparat. Ceea ce vor să achiziționeze cumpărătorii sunt avantajele pe care tehnologia le oferă. Dacă lansezi un produs nou şi eşti la începutul aventurii în afaceri, banuiesc că nu ai un buget de promovare uriaş.

Promovează	Trimite o scrisoare potențialilor tăi clienți în care să comunici lansarea noului produs, beneficiile lui şi modul în care aceştia pot intra în posesia lui. Avantajul comunicării online este faptul ca te poți adresa unui public de nișă larg, interesat de ceea ce vrei tu să comunici. În acest sens rețelele de socializare de genul facebook sunt foarte utile. Mesajul trebuie să fie foarte uşor de receptat. Fă publicitate prin intermediul mass media, TV, radio, panouri publicitare, publicitate pe autobuze și microbuze, promoții, concursuri, degustări, demonstrații etc.
P.R. (Public Relations - relații publice)	Alocă-ți timp pentru a scrie clienților, pentru a răspunde la întrebări şi încearcă să cîştigi notorietate pentru tine şi produsul tău. Construieşte-ți o imagine de expert. Dovedeşte prin rezultatele tale că oamenii au ce să învețe de la tine şi o să îți fie cu mult mai uşor să ai credibilitate în cadrul unei întîlniri de afaceri. Dacă un client ți-a citit lucrările, te poate recunoaşte cu uşurință dintr-un mediu de afaceri şi în mod sigur vei avea mai puțin de muncit pentru a-ți demonstra autoritatea profesională.
Fixează corect prețul	Dacă prețul de vînzare al unui produs este prea scăzut nu îți vei putea acoperi cheltuielile, iar dacă el este prea ridicat vînzările vor avea de suferit. În ambele cazuri nu vei avea profit sau profitul va fi minim. Stabilirea prețului implică ideea unui profit, astfel strategiile legate de preț trebuie să fie o prioritate. Un preț corect poate reduce costurile de depozitare sau distribuire, astfel influențînd pozitiv volumul din vînzări, respectiv - profitul. Prețul trebuie să fie competitiv (ex. mai mic decît al concurenților), dar care să genereze profitul dorit (nu unul de supraviețuire). Asigură-te că venitul din vînzări va acoperi toate cheltuielile. Elaborează prognoza vînzărilor. Nu poți oferi prețuri mici pentru produse de calitate înaltă. Trebuie să-ți planifici bugetul. *Dar evită competiția bazată doar pe preț, pune accent pe:* *personalizare, orientare spre client, specializare, calitate, valoare, servicii, comoditate, siguranță, livrare, garanții, curățenie, opțiuni financiare atractive.*

Cum planifici prețul ?

Strategii de preț	
Prețuri competitive	Stabileşte prețul în dependență de prețurile concurenților. Cerințele sunt determinate de veniturile şi dorințele clienților, dar şi de ofertele concurenței.
Costurile plus adaosul comercial	La cheltuielile de producție adaugi 1% (comision) pentru tine, ca să ajungi la profitul dorit. Producătorul adaugă 15% la costurile de producție, distribuitorul - 20%, iar vînzătorul - 40% din prețul de pe raft.
Soldurile	Stabilirea unor prețuri egale sau mai mici decît ale concurenților, pentru a atrage clienți. Funcționează în termen scurt.
Promoțiile	Cînd produsul nu mai este atît de căutat şi ai foarte multe pe stoc, te axezi nu pe profit, ci pe diminuarea pierderilor.
Discounturile	Oferă prețuri speciale la anumite produse sau la un anumit volum de produse. Aşa poți promova şi produse noi.
Versiunile	Oferă o mostră la un anumit preț şi produsele de bază la un preț mai mare, dacă acelaşi produs/serviciu se vinde în mai multe configurații.
Pătrunderea în forță	Preț cît mai scăzut posibil, pentru a atrage cît mai mulți cumpărători, într-un timp cît mai scurt, pentru a acapara piața.
Manipularea prețului	La început, odată cu lansarea produsului optezi pentru un preț mai mare. Apoi, pe măsură ce ofertele scad, iar produsul devine din ce în ce mai cunoscut, poți opta pentru o diminuare a prețului.
Un preț mic, un chilipir	Alege un preț puțin mai mic decît al concurenței pentru a cîştiga încredere şi clienți, dar să nu fie prea mic şi să trezească suspiciuni asupra calității. Oferă promoții, prețuri reduse, discounturi etc. Poți preciza care a fost valoarea inițială a prețului.

Prețurile premium	Profit mare, dar doar pe termen scurt. Clienții cred că un preț mai mare înseamnă o calitate mai bună a produsului/serviciului, imagine, o amplasare mai centrală a magazinului, livrare la domiciliu, o pungă frumoasă. Unii oameni cumpără brandul, nu produsul. Numele vinde produsul.
Un preț aproximativ	Determină un efect psihologic pozitiv. Nu degeaba prin magazine vezi mai des prețuri de genul 9,99 lei, nu 10.
Efectul cifrelor 0 şi 9	Oamenii asociază cifra 9 cu valoarea şi cifra 0 cu calitatea. Mîncarea în restaurant costă 50 lei, la fastfood 5,99 lei. Strategia nu urmăreşte profitul, ci modul în care este perceput produsul. Este el unul valoros sau unul de calitate?
Încurajarea folosirii îndelungate a unui produs	O persoană plăteşte un abonament semestrial la o sală de aerobică, dar după o lună renunță pentru că i se pare că este ceva gratis. O altă persoană care plăteşte lunar va merge la sală constant.
Prețurile premium	Firmele de lux sunt exemplul perfect pentru această strategie. Imaginea, pachetul, livrarea produsului pot justifica un preț mare.
Prețurile etalon	De exemplu, într-un supermarket produsele cu prețuri mai mici sunt expuse lînga cele cu prețuri mai mari şi, de obicei, sunt cu 15 % mai mici.
Pierderile mari şi pierderile mici	Oferă opțiunea plății în rate. Nu contează că totalul ratelor reprezintă mai mult, ci contează efectul psihologic asupra clientului.
Creşterea valorii produsului	Utilizarea publicității TV de informare, prin care se aduc noi detalii la fiecare difuzare.
Prețul şi cantitatea	Oferă o cantitate mai mare la acelaşi preț.

Sfaturi utile în relația cu clienții (ale căror implementare practic nu te costă nimic)

Sfaturi	Relația cu clienții
Verifică conținutul ofertei	Informația trebuie să fie clară şi credibilă, verific-o cu prietenii, dacă le este clar totul, dacă nu au nedumeriri. Ia în considerație critica constructivă.
Răspunde la mesaje într-un timp cît mai scurt	Trebuie să răspunzi în maxim 48 ore, altfel pierzi potențialii clienți. Dacă nu ai un răspuns concret, cel puțin anunță clientul că ai recepționat mesajul şi vei veni cît mai curînd cu un răspuns. Totodată, convinge clientul că merită să revină la tine şi să facă comanda.
Clientul este rege	Mulțumeşte clientului, arată că te interesează totul despre el. Dacă obții telefonul personal al clientului, eşti în cîştig, deoarece periodic îi poți suna să întrebi dacă e satisfăcut de produs/serviciu şi să-i propui ceva nou. Poți trimite mesaje de felicitare cu ocazia zilei de naştere.
Abordează o atitudine pozitivă, prietenoasă, profesionistă	Trebuie să faci decent față cererilor, nemulțumirilor, întrebărilor clienților. Fii răbdător, înțelegător şi util. Întotdeauna trebuie să ai răspuns la orice întrebare, ex. "Ştiu exact ceea ce aveți nevoie".
Fii atent şi asigură-te că produsele ajung în timpul promis	Livrează produsele în timp cît mai scurt şi onorează-ți promisiunile făcute.
Fii responsabil şi nu ignora problemele clientului. Răspunde întrebărilor şi nemulțumirilor.	Manifestă grijă şi găseşte o soluție rapidă. Clientul va aprecia acest lucru. Ia în considerație orice nemulțumire şi mulțumeşte clientului pentru fiecare sugestie şi încearcă să o implementezi dacă este obiectivă.
Răsplăteşte loialitatea clienților	Oferă clienților stabili bonusuri, cadouri, discounturi, ceva special, în care ai depus efort personal (ex. o felicitare făcută de tine, o căciuliță cu simbolul companiei brodat de tine)
Arată-ți disponibilitatea	Asigură clienții că pot contacta un reprezentant al firmei la orice oră. Dacă nu poți asigura servicii 24/24, cel puțin asigură oamenii cînd pot să primească răspuns (instalează un robot telefonic, lasă un mesaj pe uşă etc.)
Oferă calitate	Un om mulțumit se va întoarce la tine şi va mai aduce şi alți clienți după el.
Oferă mostre gratuite	Un client, chiar dacă nu are bani, dar încearcă ceva şi-i place, va fi mai motivat să găsească bani şi să revină pentru a cumpăra acel produs.
Organizează tombole	Aşa vei menține contactul cu clientul pînă la desemnarea cîştigătorului. Cadoul trebuie să aibă legătură cu produsul promovat.

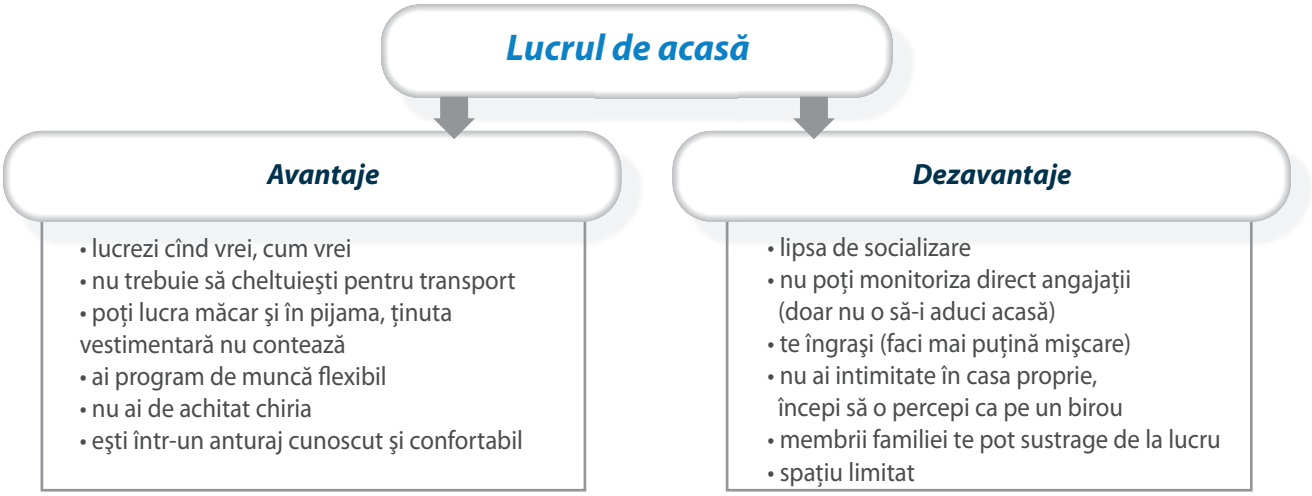
„Profitul în afaceri vine din partea clienților fideli, clienți care îți laudă proiectul şi serviciile şi care îşi aduc prietenii cu ei." (W. Edwards Deming)

Cum amplasezi afacerea?

Prima întrebare pe care trebuie să ți-o pui este dacă, în genere, ai nevoie de oficiu. De ce?

Pentru că sunt multe activități pe care inițial poți să le desfășori chiar la tine acasă. Care ar fi acestea?

1. Prestări servicii marketing, call center (în special electronic)
2. Jurnalism
3. Traduceri
4. Servicii de consultanță
5. Croitorie-croşetărie
6. Reparația echipamentului electronic
7. Baby-sitting (îngrijire copii)
8. Menaj
9. Artă (pictură, produse de artizanat)
10. Designer vestimentar/arhitectură/interior
11. Scrierea/evaluarea proiectelor
12. Redactarea cărților/manualelor



Ca o opțiune alternativă, se vînd adrese juridice, de care te poți folosi, cum ar fi un Oficiu Inteligent.

Oficiu Inteligent = serviciu de preluare şi redirecționare a corespondenței electronice şi poştale, a apelurilor telefonice, mesajelor de fax, răspundere personalizată la apelurile telefonice şi acces la servicii adiționale de susținere a afacerilor. Deci, ai toate beneficiile unui oficiu modern, mobilat şi bine echipat, însă fără povara şi grija închirierii de spații pentru oficiu şi a angajării personalului de oficiu.

Avantajele şi serviciile unui oficiu inteligent:

- Ai sediul companiei într-o clădire modernă;
- Ai posibilitatea de a avea o adresă juridică prestigioasă pentru companie şi pe cartea de vizită;
- Nu trebuie să achiți taxe pentru închiriere, nici taxe pentru întreținerea clădirii, servicii comunale sau alte taxe suplimentare;
- Oficul inteligent reprezintă serviciul tău de recepție;
- Apelurile telefonice, fax, scrisorile sunt recepționate în mod profesionist şi în numele companiei tale şi ele vor fi redirecționate, la indicația ta, la numărul tău de telefon, la domiciliu, oficiu sau în orice parte a lumii, unde te afli;
- Ai acces la un număr variat de birouri contra plată pe oră, care pot fi folosite pentru întîlniri de afaceri, seminare, prezentări, traininguri, conferințe; Sălile sunt echipate cu linii telefonice, prevăzute cu numere de telefon individuale şi Internet Wi-Fi.

Cine poate beneficia de serviciile Oficiului Inteligent?

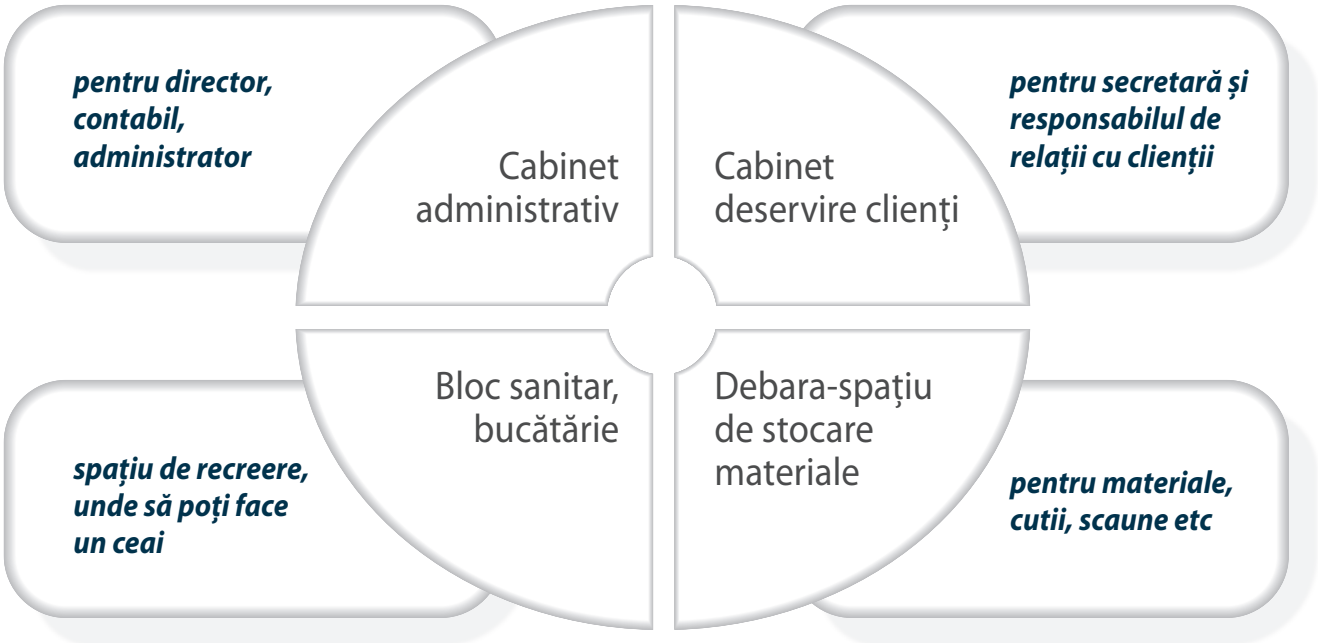
- Cei care inițiază o afacere sau care se află în perioadă de tranziție lucrînd la domiciliu şi nu sunt încă pregătiți să își asume cheltuielile pentru un oficiu permanent.
- Cei care nu vor să opereze fără personal de oficiu sau nu au permanent această necesitate.
- Cei care vor să testeze piața mai înainte ca să folosească un oficiu permanent.
- Companii care, pentru buna lor imagine, au nevoie de oficii de cea mai înaltă calitate.
- Acei care au nevoie de o adresă prestigioasă pentru o mai bună relaționare cu clienții.
- Acei care în virtutea specificului activității lor profesionale călătoresc foarte des.

Atunci cînd totuşi ai decis că ai nevoie de oficiu, trebuie să-ți pui următoarele întrebări:

1. Cît de aproape este locația de clienții țintă şi de concurenți?
2. Cît de accesibilă este locația la nivel de transport? Care este calitatea drumurilor?
3. Oficiul este la vedere, accesibil pentru clienți? Este intrarea din stradă?
4. Oficiul are spațiu suficient? Este repartizat avantajos pe compartimente?
5. Cît costă chiria? Este prețul avantajos comparativ cu prețurile de pe piață?
6. Există parcare?
7. Este făcută reparația? Cînd a fost făcută ultima dată?
8. Care sunt facilitățile? Ex. conexiunea la internet, acces la utilități.
9. WC-ul nu este la vedere din zona de primire şi deservire a clienților?
10. Este bun sistemul de iluminare?
11. Sunt suficiente prize?
12. Funcționează bine blocul sanitar?
13. Cabinetele au intrări separate?
14. Zona de recepție are vedere liberă spre uşa de la intrare?
15. Există un loc amenajat pentru fumători?
16. Cine sunt vecinii?
17. Cît de aproape sunt concurenții?
18. Există posibilitatea instalării publicității stradale?
19. Ce destinație are oficiul? (dacă închiriați un apartament, pentru licențiere trebuie să schimbați destinația acestuia)

De cît spațiu ai nevoie?

Iată cele 4 compartimente de bază pentru sfera serviciilor.



18. Cum faci planul financiar?

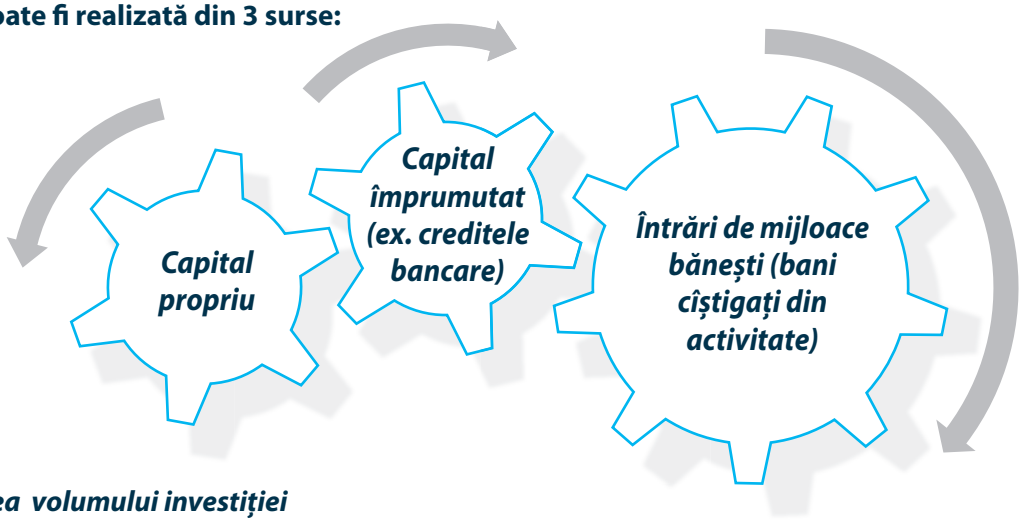
Este nevoie să elaborezi planul financiar pentru a te convinge că investițiile tale vor fi rentabile, vor aduce profit într-un interval de timp rezonabil.
Totodată, informația din planul financiar te va ajuta să explici mai uşor conceptul afacerii şi să argumentezi investiția unui potențial finanțator.

Din păcate, atunci cînd abia ai lansat o afacere, nu ai încă rezultate care să-ți aducă pondere şi credibilitate în fața creditorului. De aceea, trebuie să recurgi la indicatori estimativi. Însă aceştia trebuie să fie cît mai clari şi realişti, să fie consecvenți vînzărilor şi nu invers.

Etapele de elaborare a planului financiar

1. Se determină volumul investiției
2. Se prognozează veniturile şi cheltuielile pentru primii ani de activitate
3. Se stabileşte graficul de încasări şi plăți
4. Se identifică termenul de recuperare a investiției
5. Se stabileşte necesarul de finanțare din surse proprii şi din alte surse
6. Se determină costul finanțării externe (comision, dobîndă, gaj etc.)
7. Se întocmeşte planul de rambursare a creditelor atrase
8. Se verifică dacă afacerea este/va fi profitabilă

Investiția poate fi realizată din 3 surse:



Determinarea volumului investiției

Ca să ştii **cîți bani trebuie să investeşti,** trebuie să faci calculele cheltuielilor inițiale necesare

Prognoza investițiilor (magazin alimentar)	lei
Deschiderea afacerii	*10 000*
Achiziționarea echipamentului comercial	*30 000*
Publicitate	*5 000*
Arenda magazinului	*1 500*
Achiziționarea primului lot de marfă	*20 000*
TOTAL INVESTIȚII	*80 000*
Finanțare din surse proprii	*40 000*
Împrumut pe 2 ani cu 30% dobîndă	*40 000*

Iată **categoriile de cheltuieli,** pe care le poți găsi și în *PLANUL DE CONTURI CONTABILE AL ACTIVITĂȚII ECONOMICO - FINANCIARE A ÎNTREPRINDERILOR Nr.174 din 25.12.97.*

Planul de conturi este elaborat în baza Standardelor Naționale de Contabilitate (S.N.C.), ținînd cont de cerințele întocmirii rapoartelor financiare şi necesitățile contabilității de gestiune. De aceea, în domeniul practic te vei confrunta cu el destul de des.

TIPURI DE CHELTUIELI		
CHELTUIELI ALE ACTIVITĂȚII OPERAȚIONALE	Costul vînzărilor	Costul produselor finite vîndute Costul mărfurilor vîndute Costul serviciilor prestate Costul lucrărilor de construcție-montaj Costul serviciilor din activitatea de arendă (leasing)
	Cheltuieli comerciale	Cheltuieli privind operațiile de marketing Cheltuieli privind ambalajele şi ambalarea produselor şi mărfurilor Cheltuieli de transport privind desfacerea Cheltuieli privind reclama Cheltuieli privind reparațiile garantate şi deservirile cu garanție Cheltuieli privind datoriile dubioase Cheltuieli privind returnarea şi reducerea prețurilor la mărfurile vîndute Alte cheltuieli comerciale
	Cheltuieli generale şi administrative	Cheltuieli privind uzura, repararea şi întreținerea mijloacelor fixe cu destinație generală Cheltuieli privind amortizarea activelor nemateriale Cheltuieli de întreținere a personalului administrativ şi de conducere Impozite, taxe şi plăți, cu excepția impozitului pe venit Cheltuieli în scopuri de binefacere şi sponsorizare Cheltuieli privind protecția muncii Cheltuieli de reprezentare Cheltuieli de deplasare Alte cheltuieli generale şi administrative
	Alte cheltuieli operaționale	Cheltuieli privind uzura, repararea şi întreținerea mijloacelor fixe cu destinație generală Cheltuieli privind amortizarea activelor nemateriale Cheltuieli de întreținere a personalului administrativ şi de conducere Impozite, taxe şi plăți, cu excepția impozitului pe venit Cheltuieli în scopuri de binefacere şi sponsorizare Cheltuieli privind protecția muncii Cheltuieli de reprezentare Cheltuieli de deplasare Alte cheltuieli generale şi administrative
CHELTUIELI ALE ACTIVITĂȚII NEOPERAȚIONALE	Cheltuieli ale activității de investiții	Cheltuieli privind ieşirea activelor nemateriale Cheltuieli privind ieşirea activelor materiale pe termen lung Cheltuieli privind ieşirea activelor financiare pe termen lung Cheltuieli din reevaluarea activelor pe termen lung la ieşirea acestora Cheltuieli aferente participațiilor în alte întreprinderi Cheltuieli privind operațiile cu părțile legate Alte cheltuieli ale activității de investiții
	Cheltuieli ale activității financiare	Cheltuieli privind plata redevențelor Cheltuieli privind arenda finanțată a activelor materiale pe termen lung Cheltuieli privind diferențele de curs valutar Alte cheltuieli ale activității financiare Pierderi excepționale Pierderi din calamități naturale Pierderi din perturbări politice Pierderi din modificarea legislației țării
CHELTUIELI (ECONOMII) PRIVIND IMPOZITUL PE VENIT		

Fii ponderat în cheltuieli. Trebuie să ştii să faci diferența între cheltuielile inutile şi cele necesare, trebuie să vezi la ce anume poți renunța şi la ce nu.

Ca să planifici intrările de mijloace băneşti, trebuie să faci calcule pe mai multe **categorii de venituri.** Conform Planului de conturi acestea sunt următoarele:

CATEGORII DE VENITURI		
VENITURI DIN ACTIVITATEA OPERAȚIONALĂ	Venituri din vînzări	Venituri din vînzarea produselor Venituri din vînzarea mărfurilor Venituri din servicii prestate Venituri din contracte de construcție Venituri din operațiuni de arendă (leasing)
	Alte venituri operaționale	Venituri din realizarea altor active curente Venituri din arenda curentă Venituri din amenzi, penalități şi despăgubiri Venituri din modificarea metodelor de evaluare a activelor curente Venituri din recuperarea daunei materiale Alte venituri operaționale
VENITURI DIN ACTIVITATEA NEOPERAȚIONALĂ	Venituri din activitatea de investiții	Venituri din ieşirea activelor nemateriale Venituri din ieşirea activelor materiale pe termen lung Venituri din ieşirea activelor financiare pe termen lung Venituri din dividende Venituri din dobînzi Venituri din ecartul de reevaluare a activelor pe termen lung ieşite Venituri din participațiile în alte întreprinderi Venituri din operațiile cu părțile legate Alte venituri din activitatea de investiții
	Venituri din activitatea financiară	Venituri din redevențe Venituri din arenda finanțată a activelor material pe termen lung Venituri din diferențe de curs valutar Venituri din active intrate cu titlu gratuit Venituri din subvenții de stat, prime, premii şi sume sponso rizate Venituri din contracte de neantrenare în concurență Alte venituri din activitatea financiară
	Venituri excepționale	Compensații primite pentru recuperarea pierderilor din calamități naturale Alte venituri excepționale

După ce ai făcut previziunile privind intrările mijloacelor băneşti, vezi dacă o parte din acestea sunt suficiente pentru a acoperi cheltuielile activității de investiții, după ce au fost acoperite celelalte cheltuieli. Dacă întreprinderea nu dispune de mijloace suficiente pentru investiție şi tu nu ai capital propriu disponibil la moment, atunci poți apela la finanțatori şi solicita un credit/grant.

EXEMPLU

Venituri din vînzări	*600000*
Costul mărfurilor vîndute	*450000*
Profit brut	*150000*
Cheltuieli comerciale	*5000*
Cheltuieli de remunerare a angajaților	*60000*
Arenda magazinului	*15000*
Amortizarea echipamentelor	*6000*
Alte cheltuieli	*12000*
Total chetuieli operaționale	*98000*
Profit operațional	*48000*
Dobînzi la împrumut	*12000*
Profit pînă la impozitare	*36000*

Deseori, pentru a determina dacă într-adevăr ai nevoie de credit, se utilizează **metoda procentelor din vînzări.**˅

EXEMPLU

1. Se perfectează la o dată de gestiune:

Bilanțul contabil al întreprinderii (lei)

ACTIVE	Valoare	PASIVE	Valoare
Active pe termen lung	56 000	Capital statutar	55 000
Disponibil bănesc	2 000	Profit statutar	45 000
Datorii de debitor	15 350	Datorii de creditor financiare	8 000
Stocuri de mărfuri şi materiale	46 650	Datorii de creditor comerciale	12 000
Total active	120 000	Total pasive	120 000

Situația veniturilor întreprinderii

Denumirea	Valoarea (lei)	% din vînzări
Vînzări	85 000	100
Profit net	8 100	10
Dividende plătite	5 800	7

2. Se calculează procentul (%) din vînzări ale posturilor din Bilanț, dar numai a celor, care sunt în relație directă cu vînzările:

ACTIVE	%	PASIVE	%
Active pe termen lung * 100% / Vînzări	65,8%	Capital acționar	-
Disponibil bănesc * 100% / Vînzări	2,3%	Profit nerepartizat	-
Datorii de debitor *100% / Vînzări	18,0%	Datorii de creditor / Vînzări	9,4%
Stocuri *100% / Vînzări	54,8%	Datorie de creditor / Vînzări	14,1%
Total active	140,9%	Total pasive	23,5%

3. Se estimează nivelul prognozat al vînzărilor după cum urmează:

a) conform informației din tabelul "***Situația veniturilor întreprinderii"***, întreprinderea la data de gestiune a realizat vînzări în suma de 85 000 lei;

b) în rezultatul investigațiilor pieței, întreprinderea a observat că cererea pe piață a produsului /serviciului oferit de ea este cu mult mai mare decît volumul expus pînă în prezent;

c) întreprinderea hotărăşte să sporească vînzările de la 85 000 lei la 130 000 lei.

4. Se determină nivelul finanțării necesare pentru a asigura creşterea respectivă a vînzărilor, executînd etapele de calcul:

a) se face ***diferența*** dintre "total active" şi „total pasive":

140,9% - 23,5%=117%

b) ***creşterea vînzărilor prognozate*** = nivelul prognozat al vînzărilor (130 000 lei) - vînzările realizate în luna de gestiune (85 000 lei):

130 000 lei – 85 000 lei = 45 000 lei;

c) ***totalul finanțării*** necesare pentru creşterea vînzărilor cu 45 000 lei:

45 000 lei x 117% = 52 650 lei.

5. Se determină ***profitul net*** şi ***dividendele,*** estimate pentru noul nivel al vînzărilor:

a) ***profitul net estimat:*** 130 000 lei x 10 % = 13 000 lei, unde:

130 000 lei – suma vînzărilor prognozate ;

10% (profitul net către vînzări la data de gestiune);

b) ***dividendele estimate :*** 130 000 lei x 7 %= 9 100 lei, unde:

7% (dividendele către vînzări la data de gestiune);

c) ***profitul nerepartizat, prognozat*** va constitui diferența dintre profitul net prognozat (13 000 lei) şi dividentele prognozate (9 100 lei):

13 000 lei – 9 100 lei = 3 900 lei.

6. Se determină:

Necesarul net de finanțare

Necesarul net de finanțare	=	Totalul finanțării necesare pentru creşterea vînzărilor (vezi punctul 4. c.)	minus	Profitul nerepartizat prognozat
48 750 lei	=	52 650 lei	minus	3 900 lei

O listă utilă de indicatori financiari o poți găsi în Anexa 6.

Iată aspectele care îi interesează pe finanțatori în primul rînd:

1. Bilanțul contabil
2. Raportul privind rezultatele financiare
3. Raportul privind fluxul mijloacelor băneşti
4. Lichiditatea, solvabilitatea, rentabilitatea, fezabilitatea
5. Stabilitatea financiară, dinamica evoluării în timp
6. Activele materiale pe termen lung
7. Argumentarea previziunilor
8. Termenul de recuperare a investiției
9. Evaluarea riscurilor

Porneşte o afacere care să nu aibă nevoie de infuzii mari de capital la început. Trebuie sa te concentrezi pe acele idei de afaceri care să genereze profit, deoarece finanțatorul îți va oferi un credit doar dacă planul financiar va arăta că investiția este rentabilă.

Lichiditatea *– capacitatea întreprinderii de a-şi onora obligațiunile pe termen scurt, inclusiv dobînda care se achită de obicei lunar.*

Solvabilitatea *- capacitatea unui agent economic de a plăti datoria pe care o are față de un creditor, la termenul de plată stabilit în prealabil.*

Fezabilitatea *– analiza complexă, premergătoare deciziei de investiții, avînd ca scop stabilirea oportunității şi realizarea unor obiective de investiții.*

Rentabilitatea *– capacitatea întreprinderii de a genera profit (sursa de rambursare a creditului).*

Iată formula de calcul a rentabilității:

$$Rentabilitate = \frac{\text{Nivelul mediu al profitului } \left(\frac{\text{anual}}{\frac{\text{trimestrial}}{\text{lunar}}}\right) * 100\%}{\text{volumul investiției}}$$

Efectul de levier *= creşterea sau reducerea rentabilității capitalului propriu în urma folosirii unui credit*

$$EL = (Re - Rata\ dobînzii) * K\ împrumutat / K\ propriu$$

Rentabilitate financiară= Rentabilitate economică +/- Efectul de levier

Pragul de rentabilitate (volum critic) = volumul minim de servicii prestate care să asigure o activitate fără pierderi, nivelul la care venitul afacerii acoperă toate cheltuielile şi mai mult nimic.

Pragul de rentabilitate se determină pentru a şti cînd activitatea va începe să aducă profit.

$$Pragul\ de\ rentabilitate = \frac{Costuri\ fixe}{1 - Costuri\frac{variabile}{Vînzări}}$$

Să presupunem că investiția a constituit 40 000 lei şi are o durată de 4 perioade de gestiune (ani/trimestre/luni).

Perioada de gestiune (ani/ trimestre/luni)	Profitul (lei)
1	5 500
2	6 700
3	8 400
4	9 600
TOTAL	**30 200**

Profitul mediu: 30 200 lei/ 4= 7 550 lei.
Rata rentabilității investiției (ROI): (7 550 lei/40 000 lei) x 100% = 18.8%
Acceptarea sau neacceptarea rentabilității proiectului rămîne la discreția investitorului.

Dacă ROI>= 25%-30% atunci proiectul se consideră rentabil, deoarece investitorul are capacitatea de a suporta şi alte cheltuieli eventuale, totodată rămînînd cu profit pe lîngă faptul că îşi va recupera investițiile.

Termenul de recuperare a sumei investite (indiferent de originea ei) = numărul de ani/trimestre/luni necesare pentru a recupera investiția inițială din disponibilul bănesc net, generat de operațiile specifice proiectului. Termenul de recuperare a investiției relevă măsura lichidității unui proiect şi viteza cu care banii investiți sunt recuperați.

Exemplu

Fluxurile de numerar nete, prognozate pentru fiecare perioadă de gestiune:

Perioada de gestiune (ani/ trimestre/luni)	Fluxul de numerar net prognozat (lei)
I	75 000
II	95000
III	98 000
IV	130 000
TOTAL	**398 000**

225 000 (suma totală a investiției) = 75 000 (fluxul de numerar, perioada I) + 95 000 (fluxul de numerar, perioada II) + 55 000 (o parte din fluxul de numerar, perioada a III-a).
55000 : 98 000= 0,6 din perioada a III-a
Rezultă că perioada de recuperare a investiției este de 2,6 ani/trimestru/luni.

Ca previziunile tale financiare să fie cît mai veridice şi convingătoare, poți elabora planul financiar în 2 variante (optimistă şi pesimistă), deoarece realitatea de obicei este la mijloc. Trebuie să fii întotdeauna pregătit pentru scenariul cel mai rău. Şi nu uita periodic să actualizezi planul, deoarece mediul de afaceri este destul de flexibil şi aduce după sine schimbări şi la nivel de cifre.

Gîndeşte-te ce ar trebui să faci în cazul în care lucrurile nu merg aşa cum te-ai aşteptat. Compune 3 scenarii pentru fiecare decizie, astfel vei fi pregătit pentru toate situațiile care ar putea să apară.

Planificarea, de obicei, se face pentru 3-7 ani (ex. pentru servicii perioada previziunilor este mai scurtă, în agricultură- mai lungă)

Componentele de bază ale planificării financiare	Anul 1	Anul 2	Anul 3
Flux de mijloace băneşti	lunar	trimestrial	anual
Rezultate financiare (profit/pierderi)	trimestrial	trimestrial	anual
Bilanț contabil	trimestrial	trimestrial	anual

Fluxul de mijloace băneşti (intrări şi ieşiri de numerar) arată de unde vin şi unde se duc banii, indică solvabilitatea (capacitatea unui agent economic de a plăti datoria pe care o are față de un creditor, la termenul de plată stabilit în prealabil)

Intrări	Ieşiri
Vînzări în numerar	Procurări în numerar
Credite şi împrumuturi	Plăți către creditori
Intrări de creanțe de la debitori	Plăți de salarii şi prime
Vînzări de mijloace fixe neutilizate	Procurări de mijloace fixe
Încasări din dobînzi sau dividende	Rambursări de credite şi împrumuturi
Emisii de acțiuni	Plăți de dividende, dobînzi şi taxe
Alte onorarii, redevențe, venituri etc.	Alte plăți şi ieşiri

Rezultatul financiar se calculează în felul următor:
Venit din vînzări – Costul vînzărilor = Profit Brut
Profit Brut – Cheltuieli de perioadă = Profit Impozabil
Profit Impozabil – Impozit pe profit = Profit Net

Bilanțul contabil arată situația financiară şi prezintă imaginea activelor (bunuri economice), pasivelor (capitalul propriu, datoriile) a unei societăți comerciale, la un moment dat. El reprezintă valoarea bunurilor economice în corelație cu sursele de finanțare.

ANEXA 6 : **Indicatori financiari**
Cînd elaborezi propriul plan financiar, te poți inspira din **Modelul Planului de Afaceri din** *ANEXA 9***.**

Evaluarea riscurilor

Risc = incapacitatea întreprinderii de a se adapta în timp şi la cel mai mic cost la variațiile mediului în care activează

TIPURI DE RISCURI

risc operațional comercial	• **modificarea preferințelor consumatorilor** • **majorarea prețurilor la produse** • **apariție de noi concurenți**
risc financiar	• **neexecutarea obligațiilor financiare** • **fluctuația cursului monedei naționale** • **evoluția dobînzilor bancare** • **neachitarea creanțelor** • **penalități contractuale**
risc inovațional	• **scurgerea informației confidențiale privind afacerea** • **proiectarea greşită a produsului** • **neatingerea parametrilor tehnici planificați** • **depăşirea devizului de cheltuieli**
risc politic, social, legislativ	• **accidente de muncă** • **modificări nefavorabile în legislație, majorarea impozitelo** • **instabilitatea politică** • **introducerea de restricții**
risc natural	• **condiții climaterice nefavorabile** • **cutremure, erupții vulcanice** • **secetă, inundări, furtuni, alunecări de teren** • **epiedimii**
risc privind proprietatea	• **deteriorări complete sau parțiale a bunurilor (clădiri, utilaj, valori în mărfuri şi materiale etc.)** • **furturi**
risc de fabricație	• **comercializarea unui volum mai mic de producție dechît planificat** • **majorarea cheltuielilor materiale** • **accidente şi defectări de utilaj, explozii** • **obținerea producției neconforme, respingeri de către consumător** • **accidente de muncă**

Atunci cînd cunoşti riscurile, le poți preveni prin elaborarea de strategii de combatere a acestora. Aceste strategii trebuie să includă măsurile de reducere şi de evitare a riscurilor.

Măsuri organizatorice de reducere a riscurilor	Exemple
Evitarea riscului	Depunerea zilnică a banilor la bancă elimină pierderile cauzate de posibile furturi.
Limitarea riscului	Stabilirea volumului maxim al cheltuielilor, o cotă anumită a produselor ce pot fi comercializate în credit.
Diversificarea riscului	Repartizarea resurselor pe proiecte care nu sunt intercorelate.
Transmiterea riscului	Contracte de păstrare şi transportare a încărcăturilor, contracte de vînzare, deservire şi furnizare etc. (cînd pentru partea ce transmite riscul pierderile sunt mult mai considerabile)
Asigurarea riscului	Transmiterea unor riscuri companiilor de asigurări. (ex. Casco, asigurarea bunurilor întreprinderii, asigurarea recoltei, a animalelor, asigurarea de accidente, asigurarea creditelor, asigurarea de la furt, asigurarea de răspundere profesională)

19. Ce scrii într-un plan de afaceri?

Plan de afaceri (PA) = document confidențial în care sunt scrise obiectivele şi scopurile întreprinderii, demonstrîndu-se în detaliu modalitățile de atingere a acestora.

Pentru ce?

1. Pentru a descrie afacerea
2. Pentru a afla de ce resurse ai nevoie
3. Pentru a planifica activitatea în aşa mod ca să fie profitabilă
4. Pentru a stabili un scop şi obiectivele care ar duce la atingerea acestuia
5. Pentru a demonstra că raportul dintre eforturi şi efecte justifică investiția
6. Pentru a obține acordului de finanțare a afacerii

PA = instrumentul de gestiune al antreprenorului (un plan de acțiune),
document în baza căruia poți obține un credit bancar sau atrage investiții

Tipuri de planuri de afaceri

PA sumar	PA complet	PA operațional
10-15 pag	20-40 pag	>40 pag
Informații de bază despre afacere	Descrierea detaliată a afacerii	Plan desfăşurat, cu descrierea în detalii a sarcinilor fiecărei subdiviziuni
Cînd mărimea mijloacelor financiare necesare este mică Cînd se testează mediul de afaceri	Cînd suma necesară e relativ mare (ex. 20 000 EUR)	

<table>
<tr><th>Structura PA</th><th>Componente</th></tr>
<tr><td>Pagina de titlu</td><td>Denumirea completă a firmei
Adresa juridică
Contacte
Numele, prenumele directorului, semnătura
Data întocmirii planului
Trimitere la confidențialitatea informației
Opțional: scopul întocmirii planului</td></tr>
<tr><td>Cuprins</td><td>Compartimentele de bază (cu indicarea paginilor)</td></tr>
<tr><td>Sumar</td><td>Descrierea succintă a afacerii
Reflectă esența PA, scopul elaborării acestuia
Informație scurtă despre piață, produs, personal
Resurse financiare necesare realizării planului
Rezultate economico-financiare așteptate
Să trezească interesul investitorului, creditorului
Se scrie după finalizarea PA</td></tr>
<tr><td>Istoricul firmei (Introducere)</td><td>Date privind înregistrarea firmei
Forma organizatorico-juridică
Fondatorii
Domeniul de activitate</td></tr>
<tr><td>Descrierea afacerii (sumar)</td><td>Scopul şi obiectivele afacerii
Amplasarea
Fondatori
Parteneri
Eventuali investitori
Sedii
Analiza SWOT
Ce presupune analiza SWOT
Analiza SWOT = metodă de planificare strategică, utilizată pentru a evalua factorii şi fenomenele ce afectează un proiect sau o întreprindere. Această metodă permite de a stabili scopurile proiectului şi de a identifica factorii interni şi externi ce facilitează sau stagnează realizarea lor.
<table>
<tr><th>Analiza SWOT</th><th>Influență pozitivă</th><th>Influență negativă</th></tr>
<tr><td>Factorii interni</td><td>Strengths/puncte forte
(calitățile proiectului sau a personalului, care oferă avantaje față de ceilalți implicați în proces)</td><td>Weaknesses/puncte slabe
(aspectele ce slăbesc proiectul)</td></tr>
<tr><td>Factorii externi</td><td>Opportunities/oportunități
(posibili factori externi care oferă oportunități secundare în realizarea scopului)</td><td>Threats/amenințări
(posibili factori externi care pot îngreuna realizarea scopului)</td></tr>
</table>
<table>
<tr><td>Puncte forte
Ce faceți bine?
Ce resurse aveți?
Ce avantaje aveți față de concurenți?</td><td>Puncte slabe
Ex. lipsa de experiență, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capaciatate, oferta de servicii inferioară sau o localizare slabă a afacerii tale.</td></tr>
<tr><td>Oportunități
Ex. rezultatul creşterii pieței, schimbului în stilul de viață, rezolvarea problemelor asociate cu situații curente, o perceptie pozitivă a afacerii tale din partea pieței sau capacitatea de a oferi o valoare mai mare ceea ce va crea o cerere crescută pentru serviciile oferite.</td><td>Amenințări
Ex. concurența, creşterea intolerabilă a prețurilor de către furnizori, reglementări guvernamentale, căderi economice, efect negativ al media, schimbări în comportamentul consumatorilor care să îți reducă vînzările sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care să facă produsele, serviciile sau echipamentele demodate.</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Descrierea produselor sau serviciilor</td><td>Caracteristicile tehnologice, calitative
Asortimentul, nomenclatura
Necesitățile satisfăcute de acestea
Ambalajul, design-ul
Cataloage, fotografii, schițe
De ce clienții vor alege anume acest produs</td></tr>
</table>

Piața și strategia de marketing	Caracteristicile pieții, structura și mărimea acesteia Evoluția pieței Cota de piață a firmei Clienții actuali și potențiali Analiza necesității consumatorilor Politica de preț Amplasarea Canalele de distribuție Promovarea produsului/serviciului Concurenții (atuuri și slăbiciuni) vreo 3-4 Avantajele comparative Strategii de vînzare
Organizarea și management-ul	Echipa managerială și caracteristicile acesteia Necesarul de personal Structura organizatorică
Planul financiar	Informații si raporturi contabile Fluxuri monetare periodice (trimestriale, lunare, anuale, etc.) Estimări ale vînzărilor, veniturilor sau cheltuielilor trimestriale, lunare sau anuale, în funcție de cerințele investitorilor sau societăților creditoare.
Propunerea de împrumut	Formularul de creditare
Concluzii	
Anexe și referințe	

Căi de elaborare a Planului de Afaceri:

- *PA să fie elaborat de șef și dat spre completare șefilor de departamente*
- *Fiecare departament elaborează propunerea și antreprenorul le sintetizează într-un plan*
- *Întocmirea PA de către experți consultanți externi*

ANEXA 8 **Caietul planului de afaceri – este un plan de afacere schiță, în care doar introduci între parantezele patrate informația ta.**
ANEXA 9 **Modelul planului de afaceri al unui întreprinzător individual din sectorul rural.**

20. De unde găsești bani pentru afacere?

Iată unele din sursele de bani pentru afacerea proprie:

1. *Banii "la ciorap" (propriile economii)*
   Banii trimiși de peste hotare (remitențe)
2. *Banii asociaților, a partenerilor de afacere*
   Banii achitați în avans de clienți, furnizori
3. *Bani luați de la bancă prin credit, de la companii de microfinanțare*
   Bani luați la procent de la cunoscuți, prieteni
4. *Granturi (bani nerambursabili) din programe de stat, fonduri naționale și internaționale, prin intermediul ONG-urilor etc.*

Ca să poți accesa restul banilor de la finanțatori, de obicei, trebuie să investeşti din resursele proprii (economii, remitențe) cel puțin 20% din suma necesară afacerii.

Creditul sau **împrumutul** reprezintă o sursă importantă de finanțare a micului business. În Republica Moldova, de regulă, împrumutul poate fi obținut de la băncile comerciale, societățile de finanțare a afacerilor, fundații, ONG-uri etc.

Procesul acordării creditului diferă de la o bancă la alta în dependență de tipul şi scopul creditului.
De obicei, procedura este următoarea:

1. Pregătirea şi **realizarea primei întîlniri** cu creditorul.

Sfaturi utile:

- explică esența proiectului, nu pune accentul pe garantarea creditului;
- arată că eşti pregătit, ai potențial de a realiza proiectul şi experiența necesară;
- fii documentat, trebuie să ai documentele financiare şi contractele încheiate cu partenerii de afaceri;
- trebuie să ai explicația orală şi în scris a proiectului;
- pregăteşte planul de afaceri după modelul solicitat de fiecare bancă în parte;
- se recomandă elaborarea de sine stătătoare a planului de afaceri, pentru că după prima întîlnire cu creditorul va fi necesară modificarea acestuia.

2. Prezentarea **cererii de creditare** de către întreprinderea micului business, în care se menționează:

- mărimea creditului,
- termenul de folosire,
- scopurile de utilizare,
- garanțiile oferite.

Se mai prezintă:

- planul de afaceri,
- autorizații, licențe,
- bilanțul întreprinderii,
- darea de seamă privind rezultatele financiare,
- contracte de vînzare-cumpărare,
- documente care confirmă asigurarea angajamentelor de rambursare a creditului,
- alte documente după necesitate.

Solicitantul care nu este clientul băncii va prezenta şi **certificatul de înregistrare a întreprinderii, Extrasul din registrul de stat, statutul.**

La ce să atrag atenție înainte de a depune cererea de creditare?

a) Rata dobînzii inclusă în contractul de credit poate fi:

- Fixă – este aceeaşi pe durata valabilității contractului
- Flotantă – poate fi modificată de creditor
- Anuală, lunară, săptămînală, zilnică
- Nominativă – ex. 5% la dobînda lunară
- Unică – calculată de la suma creditului din contract pe tot termenul acestuia, indiferent de schema de întoarcere a creditului
- Efectivă – rata anuală a dobînzii calculată în baza dobînzii şi a tuturor comisioanelor efectuate
- Efectivă real = rata efectivă a dobînzii, minus rata inflației

Rata dobînzii poate fi calculată automat pe majoritatea site-urilor băncilor din Moldova.

Calcularea dobînzii lunare se face după formula:

$$\textbf{Dobînda} = \frac{\textbf{(Soldul creditar * rata anuală a dobînzii * nr de zile în lună)}}{\textbf{365}}$$

Soldul creditar = suma creditului la finele lunii precedente

b) Durata utilizării creditului – Codul Civil, art. 263

c) Periodicitatea achitării dobînzii – lunară, trimestrială, la data finală din contractul de credit, la date fixe etc.
Codul civil, art. 869 şi art. 1237

3. După prezentarea tuturor documentelor, **cererea se analizează** de consiliul de creditare al băncii.

Creditorul **evaluează neformal** debitorul potențial după metoda celor 5 C:

1. Caracterul – abilitatea echipei manageriale, încrederea creditorului;
2. Capacitatea – realismul proiectului (fezabilitatea), capacitatea rambursării la scadență;
3. Capitalul - volum rezonabil investit personal de debitor pe lîngă credit;
4. Condițiile – calitatea marketingului debitorului, cererea şi oferta de pe piață;
5. Colateralul (garanțiile) – decizia dacă creditul trebuie garantat şi cu ce.

Una din **metodele formale de evaluare** a debitorului potențial este cea din tabelul de mai jos.

Nr. criterii	CRITERIUL	APRECIEREA	Nr. de puncte obținute
1	Lichiditatea gajului, zona teritorial-administrativă	- vila proprietate - apartament proprietate - chirie fond locativ - casă individuală de locuit	
2	Durata rezidenței la aceeaşi adresă	- 0 la 6 luni - 7 luni la 1 an - 1 an la 3 ani - 3 ani la 5 ani - mai mult de 5 ani	
3	Profesia practicată	- cadru cu pregătire superioară - cadru cu pregătire medie - comerciant - lucrător specializat - pensionar - muncitor - sfera de activitate: bugetară/privată - tipul contractului de muncă - dimensiunile angajatorului (companie mare/mică)	
4	Vechimea la ultimul loc de muncă	- mai puțin de 1 an - 1 la 2 ani - 2 la 5 ani - 5 la 8 ani - mai mult de 8 ani	
5	Istoria creditară	- nici una - cont la vedere sau economii - credite angajate BIC (Biroul Istoriilor de Credit S.R.L.) colectează de la toate băncile comerciale informații despre debitori (persoane fizice/juridice) şi informații privind starea creditului şi le transmite BNM. Pentru ca banca să obțină informație de la BIC, are nevoie de acordul tău în scris. Dacă refuzi să dai acordul, rişti să nu primeşti credit în genere.	
6	Starea civilă	- celibatar (ă) - căsătorit(ă) - divorțat(ă) - văduv(ă)	
7	Numărul persoanelor în întreținere	0 persoane 1 persoană 2 persoane 3 sau mai multe persoane	

8	Venitul net lunar (lei)	- 200-500 - 501-1000 - 1001-1500 - 1501-2000 - 2001-3000 - peste 3000				
9	Garanții	- garanții bancare irevocabile primite de la băncile autohtone şi străine de prim rang - depozitul bancar - asigurarea creditelor şi a dobînzilor la o societate de asigurare-reasigurare agreată - ipotecă - gajul cu deposedare - gajul fără deposedare - cesiunea de creanță - fidejusiunea (cauțiunea) - gajul general				
10	TOTAL PUNCTAJ	Pînă la 7 inclusiv	8-13	14-25	26-30	Peste 30
11	CATEGORII SOLICITANȚI	E	D	C	B	A

Notă: Dacă solicitanții obțin sub 14 puncte în urma aplicării criteriilor de apreciere (scoring), ei nu pot fi admişi la creditare.

Băncile comerciale au o politică de creditare internă (care se modifică şi se completează anual) şi este elaborată în conformitate cu politica de creditare stabilită de BNM, dar într-un mod mai specificat. De exemplu, automat **NU se acordă credit solicitanților** care:

- trăiesc la chirie
- solicită credit în altă unitate teritorial-administrativă
- are vechimea la ultimul loc de muncă < 1an
- are un venit net < 1000 lei
- vîrsta <21 ani şi > ca vîrsta de pensionare conform legislației în vigoare

4. Dacă solicitantul răspunde tuturor cerințelor băncii, atunci **se încheie Contractul de creditare** sau de împrumut.

Care sunt tipurile de credite?

Băncile de obicei clasifică creditele în următoarele categorii:

Standard	• achitare la termen • respectarea tuturor condițiilor de credit
Supravegheat	• probleme legate de rambursarea la scadență a ratelor din credit şi a dobînzii • micşorarea probabilității rambursării creditului, dacă nu sunt luate măsuri privind soluționarea problemelor
Substandard	• imposibilitatea recuperării integrale a creditului • probabilitatea că banca va suporta pierderi, dacă nu vor fi înlăturate neajunsurile Pierderile pot fi provocate de: • situația financiară a debitorului este nefavorabilă sau se înrăutățeşte • asigurarea creditului este insuficientă sau se înrăutățeşte • alți factori nefavorabili ce duc la imposibilitatea rambursării creditului în conformitate cu condițiile existente de rambursare
Dubios	• rambursarea sau lichidarea creditului pe baza condițiilor, valorilor şi garanțiilor existente este incertă • probabilitatea pierderilor este extrem de mare, dar există anumiți factori care pot contribui la ameliorarea situației de rambursare
Compromis	• credite ce nu pot fi restituite băncii, ceea ce face ca înregistrarea lor în continuare ca active bancare să nu fie garantată.

Credite/Împrumuturi		
Debitor	Persoane fizice	Pentru desfăşurarea activităţii economice legale,inclusiv pe bază de patentă.
	Persoane juridice	Pentru desfăşurarea activităţii economice legale.
Durata	Pe termen scurt	Pînă la 1 an.
	Pe termen mediu	1-5 ani.
	Pe termen lung	Mai mult de 5 ani.
Domeniul de activitate	Activităţi în agricultură /industria alimentară	Recoltă, şeptel, pescuit, silvicultură.
	Activităţi în industrie /comerţ	Comercializare angro sau cu amănuntul, prestarea serviciilor.
	Activităţi în industria energetică	Electricitate, benzină, cărbune, alt combustibil etc.
	Activităţi în construcţii, procurări imobil	Achiziţionare, construcţie, reconstrucţie
	Pentru consum	Cheltuieli de gospodărie, de familie, personale.
Valuta	În MDL	Utilizare în RM
	În valută străină	Pentru executarea operţiunilor de import
Mod de acordare	În numerar	Bani cash
	Fără numerar	Bani transferaţi pe cont
Mod de asigurare a creditului	Gaj	Drept real în al cărui temei creditorul (creditorul gajist) poate pretinde satisfacerea creanţelor sale cu preferinţă faţă de ceilalţi creditori, inclusiv statul, din valoarea bunurilor depuse în gaj în cazul în care debitorul (debitorul gajist) nu execută obligaţia garantată prin gaj. ***Codul civil, art. 454***
	Fidejusiune	Prin contract de fidejusiune, o parte (fidejusor) se obligă faţă de cealaltă parte (creditor) să execute integral sau parţial, gratuit sau oneros obligaţia debitorului. ***Codul civil, art. 1146***
	Garanţie bancară	Angajament scris, asumat de o bancă sau de o altă instituţie financiară (garant), la cererea unei alte persoane (ordonator), de a plăti creditorului ordonatorului (beneficiarului) o sumă de bani în baza cererii scrise a beneficiarului. ***Codul civil, art. 1246***
	Poliţă de asigurare	Certificat prin care compania de asigurare se obligă să plătească creditorului prima de asigurare în contul creditului la producerea riscului asigurat ***Codul civil, art. 1308-1309***
Mod de acordare şi rambursare	Credit ordinar	Se acordă integral. Se rambursează conform graficului de rambursare. Dacă se achită integral anticipat, creditul se consideră achitat complet în acea zi.
	Linie de credit	Se acordă în rate. Se rambursează conform înţelegerii părţilor, în rate, sau conform graficului de rambursare. Dacă se achită integral anticipat, creditul se consideră achitat complet în acea zi.
	Revolving	Asemănătoare cu linia de credit. Avantajul creditului revolving constă în posibilitatea oferită debitorului pe parcursul întregii perioade de validitate a contractului de credit de a întoarce o parte sau integral suma creditului şi de a o lua iar parţial sau integral, ori de cîte ori este necesar.
	Overdraft	Credit pe termen scurt, pînă la o lună, destinat pentru executarea unei plăţi curente. Se oferă mai mult clienţilor disciplinaţi şi cu istorie pozitivă privind utilizarea serviciilor bancare.
	Factoring	Prin contract de factoring, o parte, care este furnizorul de bunuri şi servicii (aderent), se obligă să cedeze celeilalte părţi, care este o întreprindere de factoring (factor), creanţele apărute sau care vor apărea în viitor din contracte de vînzări de bunuri, prestări de servicii şi efectuare de lucrări către terţi, iar factorul îşi asumă cel puţin 2 din următoarele obligaţii: a) finanţarea aderentului, inclusiv prin împrumuturi şi plăţi în avans; b) ţinerea contabilităţii creanţelor; c) asigurarea efectuării procedurilor de somare şi de încasare a creanţelor; d) asumarea riscului insolvabilităţii debitorului pentru creanţele preluate (delcredere). ***Codul civil, art. 1290***

Ce este un credit fiscal?

Statul oferă **credit fiscal** = scutire temporară de plată în buget a impozitului pe venit.

Suma creditului fiscal = suma venitului impozabil.

Cine beneficiază de creditul fiscal?

- întreprinderi cu max 19 salariaţi şi suma vînzărilor nete anuale a producţiei proprii sau/şi a serviciilor prestate de max 3 mln lei;
- gospodăriile ţărăneşti.

Această scutire se acordă **pe max 3 ani** (vacanţă fiscală) cu condiţia că 80% din suma scutirii să fie investită în dezvoltarea producţiei şi serviciilor proprii, crearea locurilor de muncă.

Ce faci ca să beneficiezi de creditul fiscal?

Întreprinderea depune la Inspectoratul Fiscal de Stat Teritorial o cerere de încheiere a Acordului Creditar. IFS examinează cererea **timp de 3 zile**, şi în caz de răspuns pozitiv invită conducătorul întreprinderii pentru a-l semna, iar în caz de refuz, IFS teritorial va aduce la cunoştinţă întreprinderii în scris motivele refuzului.

Model scanat de cerere de creditare

Iată cîteva tipuri de credite pe care le-ai putea accesa.

B.C. Contacte	Tipuri de credite		Acte necesare
S.A. "Corporaţia de Finanţare Rurală" ***Chişinău*** *MD-2069, str. Ion Creangă 10/5* *Tel: 59-55-59* *Fax: 59-56-59* *E-mail: office@microfinance.md* ***Bălţi*** *str. 1 Mai 5, ap. 3a* *Tel: +373 231 94273* *Fax: +373 231 66154* *E-mail: balti@microfinance.md* ***Orhei*** *str. Renaşterii Naţionale 21/2* *Tel: +373 235 32131* *Fax: +373 235 32131* *E-mail: orhei@microfinance.md* ***Călăraşi*** *str. M. Eminescu 19* *Tel: +373 244 20088* *Fax: +373 244 20088* *E-mail: calarasi@microfinance.md* ***Edineţ*** *str. Independenţei 67* *Tel: +373 246 23320* *Fax: +373 246 23320* *E-mail: edinet@microfinance.md* ***Hînceşti*** *str. Mihalcea Hîncu 146* *Tel: +373 269 25870* *Fax: +373 269 25870* *E-mail: hincesti@microfinance.md* ***Soroca*** *str. Mihai Malamud 12* *Tel: +373 230 30314* *Fax: +373 230 30314* *E-mail: soroca@microfinance.md* ***Ştefan Vodă*** *str. 31 August 4a* *Tel: +373 242 22148* *Fax: +373 242 22148* *E-mail: stefanvoda@microfinance.md*	**Împrumut INVESTIŢIONAL (inclusiv din sursele proiectului RISP şi IFAD)**		**www.microfinance.md** **•Documente privind solicitarea şi utilizarea împrumutului:** -Cererea de împrumut. (*forma model*) -Motivarea economică a utilizării împrumutului. (*forma model*) -Declaraţia solicitantului (*forma model*) sau alte documente privind utilizarea împrumutului şi necesitatea finanţării*. **Contract de intenţii/ de investiţii/procurare, permisul de construcţie, autorizaţia de construcţie, proiectul, ordin de plată, facturi, declaraţii vamale ce trebuie plătite sau orice alt document.* **•Documente de identitate a solicitantului:** -Buletin de identitate (*copie*) **•Documente ce confirmă sursele de venit:** -Certificat de salariu (*forma model*) -sau Declaraţia de venit pentru ultimii 2 ani -sau Documente privind deţinerea cotelor in afaceri înregistrate* -sau Contracte de dare în arendă a obiectelor aflate în proprietate, contracte de îndeplinire a lucrărilor şi altele -Contracte sau Extrase din conturi bancare (*cu rulaje desfăşurate*), -Confirmări de primire a transferurilor internaţionale (*ordine de eliberare*) -Adeverinţa privind veniturile şi cheltuielile. (*forma model*) **În cazul cînd afacerile sunt sursa principală de venit, se vor prezenta documentele financiare ce atestă performanţa afacerii, conform cerinţelor expuse la rubrica "persoane juridice"* **•Documente privind bunurile propuse în gaj:** **Bunuri imobile:** -Extras din Registrul de stat al bunurilor imobile, eliberat de Oficiul Cadastral Teritorial*. (*original*) -Documentele ce atestă dreptul de proprietate asupra bunului imobil. (*copie*) -Certificat de la Inspectoratul Fiscal de Stat privind lipsa sau existenţa datoriilor faţă de buget*. (*original*) -Raport de evaluare a bunului imobil (*evaluarea efectuată de către un evaluator independent*)* (*copie*)
	Beneficiarii eligibili	*Persoane juridice*	
	Destinaţia împrumuturilor	*Investiţii în afaceri*	
	Suma împrumutului	*Minimum 30 000 MDL, maximum 2 000 000 MDL*	
	Termenul maxim	*7 ani (84 luni)*	
	Perioada de graţie la împrumut	*Individual, maximum 12 luni*	
	Rata dobînzii	*14% variabilă (în cazul asigurării cu gaj imobil), 15% variabilă (în cazul asigurării cu gaj mixt (imobil + mobil), 16% variabilă, în cazul asigurării cu gaj mobil)*	
	Rambursarea împrumutului	*Grafic individual*	
	Plata dobînzii	*Lunar sau trimestrial*	
	Gaj	*100% - 130%*	
	Comision	*De la 2% pînă la 3% (în dependenţă de termen şi suma aprobată)*	
	Împrumut FERMIER		
	Beneficiarii eligibili	*Întreprinderi şi gospodării ţărăneşti care desfăşoară afaceri în agricultură*	
	Destinaţia împrumuturilor	*Mijloace circulante în agricultură*	
	Suma împrumutului	*Minimum 100 000 MDL, maximum 300 000 MDL*	
	Termenul maxim	*18 luni*	
	Perioada de graţie la împrumut	*Individual, maximum 12 luni*	
	Rata dobînzii	*12% fixă dacă termenul este pînă la 12 luni, variabilă dacă termenul este mai mare de 12 luni*	
	Rambursarea împrumutului	*Grafic individual*	
	Plata dobînzii	*Lunar sau trimestrial*	
	Gaj	*100% - 130%*	
	Comision	*3% din suma aprobată*	
	Împrumut MIJLOACE CIRCULANTE		
	Beneficiarii eligibili	*Persoane juridice*	
	Destinaţia împrumuturilor	*Mijloace circulante pentru afaceri*	
	Suma împrumutului	*Minimum 30 000 MDL, maximum 2 000 000 MDL*	
	Termenul maxim	*3 ani (36 luni)*	

B.C. Contacte	Tipuri de credite		Acte necesare
Cahul str. Republicii 22/7 Tel: +373 299 33074 Fax: +373 299 33074 E-mail: cahul@microfinance.md	Perioada de grație la împrumut	individual, maximum 12 luni	-Permisiunea proprietarului la gajarea dreptului de folosință/arendă terenului aferent bunurilor imobile*. **Poate fi prezentat după aprobare împrumutului dar pînă la eliberarea împrumutului.* **Bunuri mobile, echipament:** -Documente care confirmă dreptul de proprietate asupra bunurilor propuse în gaj: factura, declarații vamale, ordine de plată, contracte, etc. (*copie*) **Transport/Tehnică agricolă:** -Certificat de înmatriculare. (*copie*) -Polița de asigurare obligatorie de răspundere civilă auto. (*copie*) -Certificat privind mijlocul de transport din Registrul de stat al transporturilor. (*original*) **Acțiuni:** -Certificatul înregistrării de stat a valorilor mobiliare. (*original*) -Extras din Registrul acționarilor, de la Registratorul independent privind lipsa interdicțiilor asupra valorilor mobiliare. (*original*) -Extras din Registrul acționarilor privind componența acționarilor și cotele deținute. (*original*)
	Rata dobînzii	14% variabilă (în cazul asigurării cu gaj imobil), 15% variabilă (în cazul asigurării cu gaj mixt (imobil + mobil), 16% variabilă, în cazul asigurării cu gaj mobil)	
	Rambursarea împrumutului	Grafic individual	
	Plata dobînzii	Lunar sau trimestrial	
	Gaj	100% - 130%	
	Comision	de la 2% pînă la 3% (în dependență de termen și suma aprobată)	
	Împrumut FĂRĂ GAJ		
	Beneficiarii eligibili	Persoane juridice cu sold la împrumut la Corporație, asigurat	
	Destinația împrumuturilor	Investiții sau mijloace circulante în afaceri	
	Suma împrumutului	În limită de 20% de la soldul total a împrumuturilor active la ziua solicitării, dar nu mai mult de 200 000 MDL	
	Termenul maxim	În limita scadenței la împrumutul existent, dar nu mai mult de 2 ani (24 luni)	
	Perioada de grație la împrumut	Fără perioadă de grație	
	Rata dobînzii	+2% la rata dobînzii la împrumutul existent, variabilă	
	Rambursarea împrumutului	Lunar	
	Plata dobînzii	Lunar	
	Gaj	Fără gaj	
	Comision	3%	

ProCredit Bank

Bd. Ștefan cel Mare 65,
of. 901, Chișinău
Tel.: (+373 22) 279351
Fax: (+373 22) 273488
E-mail:office@procreditbank.md

1.Credite pentru mijloace circulante și fixe

Se eliberează antreprenorilor (persoanelor juridice - firmelor, antreprenorilor privați și persoanelor fizice), care își desfășoară activitatea pe teritoriul RM.

Condiții:

Pentru primirea creditului este necesar să aveți o afacere stabilă, fără întreruperi pînă la momentul depunerii cererii. Termenul minim de activitate a debitorului: comerț / servicii - 3 luni, producere - 3 luni, agricultură - 12 luni.

Tarife:

Valuta	MDL	
Scop	pentru mijloace circulante	pentru mijloace fixe
Suma	de la 32 000 MDL	
Termen	pînă la 36 luni	pînă la 60 luni
Rata dobînzii*	de la TDA 9m+5% pînă la TDA 9m+11.5%	de la TDA 9m+5% pînă la TDA 9m+12%
Comision pentru eliberarea creditului	2-3%, unic	

**Rata procentuală este flotantă și se schimbă de două ori pe an*
TDA 9m (rata depozitului pe 9 luni) = 10%

Valuta	USD	
Scop	pentru mijloace circulante	pentru mijloace fixe
Suma	de la 2 500 USD	
Termen	pînă la 36 luni	pînă la 120 luni
Rata dobînzii*	de la LIBOR+6.5% pînă la LIBOR+14.5%	de la LIBOR+6.5% pînă la LIBOR+17.5%
Comision pentru eliberarea creditului	1-3%, unic	

**Rata procentuală este flotantă și se schimbă de două ori pe an*
LIBOR (LIBOR pe 6 luni) = 0.8085%

La perfectarea creditului pentru persoană fizică:
- Buletin de identitate (pașaport)
- Patentă/Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii

La perfectarea creditului pentru persoană juridică:
- Buletin de identitate (pașaport) al directorului și fondatorilor
- Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare

ProCredit Bank

Bd. Ştefan cel Mare 65,
of. 901, Chişinău
Tel.: (+373 22) 279351
Fax: (+373 22) 273488
E-mail:office@procreditbank.md

Valuta	EUR	
Scop	pentru mijloace circulante	pentru mijloace fixe
Suma	de la 2 500 EUR	
Termen	pînă la 36 luni	pînă la 120 luni
Rata dobînzii*	de la LIBOR+5% pînă la LIBOR+13%	de la LIBOR+5% pînă la LIBOR+16.75%
Comision pentru eliberarea creditului	1-3%, unic	

**Rata procentuală este flotantă şi se schimbă de două ori pe an*
EURIBOR (EURIBOR pe 6 luni) = 1.617%

2. Credite pentru procurarea imobilului

Creditul este destinat persoanelor juridice (antreprenorilor mici, firmelor) ce doresc să procure un imobil pentru propria afacere.

Condiţii:

Pentru primirea creditului este necesar ca Dumneavoastră să aveţi o afacere stabilă, nu mai puţin de 6 luni (comerţ / servicii / producere).

Tarife:

Valuta	USD	EUR
Scop	pentru mijloace circulante	pentru mijloace fixe
Suma	de la 2 500 EUR	
Termen	de la 120 luni pînă la 144 luni	
Rata dobînzii*	LIBOR+12%	de la LIBOR+10.25%
Comision pentru eliberarea creditului	2%, unic	

**Rata procentuală este flotantă şi se schimbă de două ori pe an*
LIBOR (LIBOR pe 6 luni) = 0.8085%
EURIBOR (EURIBOR pe 6 luni) = 1.617%

3. Credite pentru agricultori

Credite pentru investiţiile dvs. agricole, cu care veţi putea:

1. *Achiziţiona utilaje şi echipamente agricole, maşini, combine, tractoare, materiale şi echipamente pentru irigaţii*
2. *Construi şi îngriji sere sau depozite*
3. *Achiziţiona terenuri arabile etc.*

Avantaje:

- rate avantajoase la credite în lei (de la 7%) la procurarea tehnicii şi echipamentelor de la partenerii băncii:
MGM, Agropiese TGR şi AgroSera-Prim
- grafic convenabil de rambursare a creditului, în funcţie de specificul şi caracterul sezonier al afacerii dvs.
- perioadă de graţie de pînă la 12 luni
- termen minim de analiză a cererii
- fără comisioane ascunse
- oportunitatea de a obţine subvenţii din partea statului

Tarife:

Valuta	MDL	
Scop	pentru mijloace circulante	pentru mijloace fixe
Suma	de la 26 000 MDL	
Termen	pînă la 36 luni	pînă la 60 luni
Rata dobînzii*	de la TDA 9m+5% pînă la TDA 9m+11.5%	de la TDA 9m+5% pînă la TDA 9m+12%
Comision pentru eliberarea creditului	2-3%, unic	

**Rata procentuală este flotantă şi se schimbă de două ori pe an*
TDA 9m (rata depozitului pe 9 luni) = 10%

La perfectarea creditului pentru persoană fizică:
- Buletin de identitate (paşaport)
- Patentă/Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii

La perfectarea creditului pentru persoană juridică:
- Buletin de identitate (paşaport) al directorului şi fondatorilor
- Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare
ProCredit Bank Bd. Ştefan cel Mare 65, of. 901, Chişinău Tel.: (+373 22) 279351 Fax: (+373 22) 273488 E-mail:office@procreditbank.md	**Valuta: USD** Scop: pentru mijloace circulante / pentru mijloace fixe Suma: de la 2 000 USD Termen: pînă la 36 luni / pînă la 120 luni Rata dobînzii*: de la LIBOR+6.5% pînă la LIBOR+14.5% / de la LIBOR+6.5% pînă la LIBOR+17.5% Comision pentru eliberarea creditului: 1-3%, unic *Rata procentuală este flotantă şi se schimbă de două ori pe an LIBOR (LIBOR pe 6 luni) = 0.8085% **Valuta: EUR** Scop: pentru mijloace circulante / pentru mijloace fixe Suma: de la 2 000 EUR Termen: pînă la 36 luni / pînă la 120 luni Rata dobînzii*: de la LIBOR+5% pînă la LIBOR+13% / de la LIBOR+5% pînă la LIBOR+16.75% Comision pentru eliberarea creditului: 1-3%, unic *Rata procentuală este flotantă şi se schimbă de două ori pe an EURIBOR (EURIBOR pe 6 luni) = 1.617%	**La perfectarea creditului pentru persoană fizică:** • Buletin de identitate (paşaport) • Patentă/Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii **La perfectarea creditului pentru persoană juridică:** • Buletin de identitate (paşaport) al directorului şi fondatorilor • Certificat de înregistrare de stat a întreprinderii
Mobiasbancă – Groupe Societe Generale bd. Ştefan cel Mare şi Sfânt 81A mun. Chişinău, MD-2012 tel./fax: 54-19-74 office@mobiasbanca.md 256-456, 256-555 calitate@mobiasbanca.md	**1. CREDITE CLASICE** Prin creditele clasice beneficiaţi de finanţare tradiţională pentru un termen şi destinaţie precisă, rambursînd împrumutul în rate conform graficului stabilit, în dependenţă de fluxul mijloacelor băneşti al companiei pe care o reprezentaţi. **Termen maxim:** 36 luni **Avantaje:** • Posibilitatea de a beneficia de perioada de graţie la rambursarea creditului • La finanţarea proiectelor investiţionale, eliberarea creditului poate fi efectuată în tranşe pe măsura necesităţilor tale. Dobînda se va calcula de la suma creditului efectiv eliberată. • Aveţi posibilitatea de a contracta un credit în sumă de pînă la 30 000 lei fără gaj!	**Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/cerere%20de%20acordare%20cedit%20PJ.pdf *Model de Cerere de acordare credit*
	2. CREDIT SETUP Doriţi să achiziţionaţi un utilaj nou, echipament performant sau autotransporturi necesare activităţii Dvs.? Noi vă oferim un produs de finaţare dedicat, care îmbină avantajele creditării bancare cu cele ale deservirii comerciale ce rezultă din parteneriatul băncii cu o reţea vastă de agenţi economici care comercializează echipament necesar. **Avantaje:** • Posibilitatea de procurare a bunului necesar în condiţii avantajoase şi sigure. • Număr mare de parteneri ce deţin o ofertă vastă în domeniul utilajului, autotransporturilor şi tractoarelor. • Termen redus de examinare a cererii şi acces imediat la bunul finanţat.	**Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf
	3. MICROCREDITE Dacă visaţi să vă dezvoltaţi afacerea, dar nu aveţi la dispoziţie mijloacele financiare suficiente, Mobiasbancă vă oferă soluţii rapide şi accesibile de finanţare atît pentru necesităţi curente, investiţii, cît şi pentru finanţarea oricăror cheltuieli — Gama de Microcredite.	**Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare
Mobiasbancă – Groupe Societe Generale *bd. Ştefan cel Mare şi Sfânt 81A* *mun. Chişinău, MD-2012* *tel./fax: 54-19-74* *office@mobiasbanca.md* *256-456, 256-555* *calitate@mobiasbanca.md*	***a) Credit Rapid — ideal pentru necesităţi urgente!*** *•Experienţa minimă a solicitantului — 3 luni* *•Moneda — MDL, USD, EUR* *•Valoarea creditului — între **20 000 MDL** şi **75 000 MDL** sau echivalentul în USD/EUR* ***• Beneficiari potenţiali:*** *- Persoane fizice autorizate şi cele care desfăşoară activitatea de antreprenoriat* *- Întreprinderi individuale* *- Gospodării ţărăneşti* *- Liber-profesionişti* *- Societăţi comerciale* ***• Termen de rambursare:*** *- maxim 24 luni (credite pentru mijloace circulante)* *- maxim 36 luni (credite pentru investiţii)* ***• Garanţii:** fără garanţii reale* ***Avantaje*** *•Nu ai nevoie de garanţii reale pentru credite de pînă la 75 000 MDL pe o perioadă de pînă la 36 luni;* *•Cererea ta va primi răspuns rapid* *•Pachetul necesar de documente este minim* ***b) Credit Micro — perfect pentru a asigura o bună continuitate a activităţii!*** *•Experienţa minimă a solicitantului 3-12 luni* *•Moneda — MDL, USD, EUR* *•Valoarea creditului — între **75 001 MDL** şi **200 000 MDL** sau echivalentul în USD/ EUR* ***•Beneficiari potenţiali:*** *- Persoane fizice autorizate şi cele care desfăşoară activitatea de antreprenoriat* *- Întreprinderi individuale* *- Gospodării ţărăneşti* *- Liber-profesionişti* *- Societăţi comerciale* ***•Termen de rambursare:*** *- maxim 24 luni (credite pentru mijloace circulante)* *- maxim 48 luni (credite pentru investiţii)* ***•Garanţii:** reale mobiliare şi/sau imobiliare* ***Avantaje*** *•Nu aveţi nevoie de garanţii reale pentru credite de pînă la 100 000 MDL pe o perioadă de pînă la 48 luni* *•Este un credit pe care îl puteţi folosi pentru finanţarea mijloacelor circulante şi/sau a altor cheltuieli generale, achiziţionarea echipamentelor* *•Abordarea flexibilă a gajului* *•Primiţi consultanţă specializată privind alegerea soluţiei de creditare, adaptată necesităţilor clientului* ***c) Credit Small — cel mai potrivit pentru o investiţie sigură şi profitabilă!*** *•Experienţa minimă a solicitantului 6-12 luni* *•Moneda — MDL, USD, EUR* *•Valoarea creditului — între **200 001 MDL** şi **1 500 000 MDL** sau echivalentul în USD/ EUR* ***•Beneficiari potenţiali:*** *- Persoane fizice autorizate şi cele care desfăşoară activitatea de antreprenoriat* *- Întreprinderi individuale* *- Gospodării ţărăneşti* *- Liber-profesionişti* *- Societăţi comerciale*	**Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare
Mobiasbancă – Groupe Societe Generale *bd. Ştefan cel Mare şi Sfânt 81A* *mun. Chişinău, MD-2012* *tel./fax: 54-19-74* *office@mobiasbanca.md* *256-456, 256-555* *calitate@mobiasbanca.md*	***•Termen de rambursare:*** *- maxim 24 luni (credite pentru mijloace circulante)* *- maxim 60 luni (credite pentru investiţii)* ***•Garanţii** — bunuri mobile şi imobile* ***Avantaje*** *•Gestionaţi eficient toate nevoile financiare ale afacerii dvs. cu un singur credit* *•Este un credit pe care îl puteţi folosi pentru finanţarea mijloacelor circulante şi/sau a altor cheltuieli generale, achiziţionarea echipamentelor* *•Abordarea flexibilă a gajului* *•Primiţi consultanţa specializată privind alegerea soluţiei de creditare, adaptată necesităţilor clientului* ***d) Credit pentru imobil comercial — ImoPro*** *•Experienţa minimă a solicitantului 3-12 luni;* *•Moneda — MDL sau USD* *•Valoarea creditului — pînă la 2 000 000 MDL sau echivalentul în USD;* ***•Beneficiari potenţiali:*** *- Persoane fizice autorizate şi cele care desfăşoară activitatea de antreprenoriat* *- Întreprinderi individuale* *- Gospodării ţărăneşti* *- Liber-profesionişti* *- Societăţi comerciale* *• Termen de rambursare — maxim 120 luni* *• Garanţii — bunuri mobile şi imobile* *Creditul ImoPro este destinat agenţilor economici în plină dezvoltare, care au nevoie de un spaţiu nou sau mai generos pentru desfăşurarea activităţii şi planifică procurarea, construcţia şi finisarea construcţiei unui imobil, achiziţionare teren cu destinaţie pentru construcţie, în scop comercial, agricol.*	**Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf
	4. CREDIT EASY GO ***CREDIT EASY GO** reprezintă cea mai sigură finanţare a activităţii de import şi a mijloacelor circulante destinat persoanelor juridice.* *Cea mai rapidă decizie de acordare: doar 1 zi bancară în baza setului minim de documente.*	**Setul de documente vezi pe** http://www.mobiasbanca.md/easy_go

	EASY GO în EUR/USD	*EASY GO în MDL*
Monedă	*EUR/ USD*	*MDL*
Scop	*finanţarea activităţii de import*	*finanţarea mijloacelor circulante*
Durata	*maxim: 18 luni*	
Valoare	*maxim: 500 000 MDL sau echivalentul în valută*	
Dobînda	*Variabilă*	
Rambursare	*rate lunare egale sau grafic individual*	
Garantare	*Garanţii reale:* • *Bunuri imobile - min. 50%* • *Stocuri - max. 20%* • *Bunuri mobile - max. 30%* *Garanţii personale (fidejusiunea, cesiunea de creanţe, etc.);* *Gradul de acoperire a creditului cu garanţii reale trebuie să fie minim 120%.*	
Asigurare	*Bunul imobil gajat se asigură obligatoriu în favoarea băncii.*	

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare
Mobiasbancă – Groupe Societe Generale *bd. Ştefan cel Mare şi Sfânt 81A* *mun. Chişinău, MD-2012* *tel./fax: 54-19-74* *office@mobiasbanca.md* *256-456, 256-555* *calitate@mobiasbanca.md*	***5. Linia de credit Revolving*** ***Beneficiari*** *– persoane juridice şi persoane fizice, care practică activitatea de antreprenoriat, înregistrate în conformitate cu legislaţia în vigoare a Republicii Moldova, sub orice formă organizatorico-juridică şi au o experienţă în activitate de minim 6 luni.* ***Se acordă*** *în MDL, USD, EUR* ***Perioada de creditare*** *– maxim 36 luni* ***Limita minimă*** *– 100 000 MDL sau 10 000 USD/EUR* ***Limita maximă*** *– echivalent a sumei de 500 000 EUR* *Revizuirea limitei are loc anual.*	**Vezi Lista de acte anexate la cererea de acordare a creditului** http://www.mobiasbanca.md/files/ro/docs/lista%20documentelor.pdf
	6. CREDITE DIN SURSE OFI (Organisme de Finanţare Internaţională) *În acest sens banca beneficiază de linii de creditare îndreptate spre dezvoltarea unor sectoare economice acordând credite în colaborare cu:* • *EBRD – European Bank for Reconstruction and Development* • *IFC – International Finance Corporation* • *BSTDB – Black Sea Trade and Development Bank* • *EFSE – European Fund for Southeast Europe* • *IDA - International Development Association şi FIDA - International Fund for Agricultural Development prin intermediul Directoratul liniilor de credit de pe lîngă Ministerul Finanţelor* ***Credite în scopuri de investiţii şi pentru mijloace circulante*** ***Credite pentru finanţarea agriculturii şi a business-ului rural*** ***Finanţarea comerţului extern*** ***Special tineri***	http://www.mobiasbanca.md/credite_ofi
	7. FINANŢĂRI DIN SURSELE Băncii Europene de Investiţii (BEI) ***Beneficiari*** *În special Întreprinderi Mici şi Mijlocii autonome* („IMM-uri") localizate în Moldova, dar şi „Întreprinderile mijlocii" şi entităţile publice pentru proiectele de energie şi mediu ale acestora.* ***Avantaje*** *IMM-urile care accesează credite din surse BEI beneficiază de rate ale dobînzii mai avantajoase în comparaţie cu ratele standard de dobândă pentru credite similare din alte surse.* ***Scopuri eligibile*** *BEI vizează finanţarea tuturor investiţiilor şi cheltuielilor angajate în contextul dezvoltării IMM-urilor prin proiecte eligibile.*	http://www.mobiasbanca.md/credite_eib

	Credit de investiţii
Beneficiari eligibili	*IMM-uri autonome*
Valuta	*EUR/ USD*
Termen	*Min. 2 ani, max. 10 ani***
Finanţare din surse BEI:	*Pînă la 100% din valoarea creditului, fără a depăşi echivalentul a 12.500.000 EUR.*
Costul total pentru fiecare proiect	*Pînă la 25.000.000 EUR*

	Credit pentru capital de lucru
Beneficiari eligibili	*companii al căror număr de angajaţi nu depăşeşte 500 persoane*
Valuta	*EUR/ USD*
Termen	*min. 2 ani*
Cheltuielile eligibile pot include:	*materii prime, forţa de muncă, stocuri, creanţe comerciale etc.*

B.C. Contacte	Tipuri de credite	Acte necesare
MOLDOVA-AGROINDBANK *Oficiul central* *MD-2005 Republica Moldova* *mun. Chișinău, str. Cosmonautilor 9* *Telex: 163263 AGRO MD* *SWIFT: AGRNMD2X* *Fax:/ +373 22/ 22 80 58* *Email: aib@maib.md* *Serviciul InfoTel (24/24)* *Telefon:/ +373 22/ 85 65 55* *Email:inform@maib.md* *Serviciul suport carduri:* *Telefon:/+373 22/ 45 06 03*	***1. Credit pentru Întreprinderile mici*** ***Suma maximă** a creditului nu poate depăși **65%** din volumul anual de vînzări a debitorului (**dar nu mai mare de 16.250 mii lei**)* ***Termenul creditului:*** *Se stabilește, individual pentru fiecare debitor, reieșind din durata medie de rotație (în zile) a mijloacelor debitorului și posibilitățile de rambursare a creditului.* *Termenul maxim – 18 luni. În unele cazuri termenul creditului poate constitui 24 luni, cu condiția că această necesitate reiese din specificul activității debitorului.* *Creditul se acordă în valută națională (MDL), dolari SUA (USD) și EURO (EUR)* ***Cerinte minime pentru clienții potențiali:*** *• Oferirea creditului pentru întreprinderi care activează nu mai puțin de12 luni.* *• Bilanțul lichid și lipsa pierderilor pentru anul curent.* *• Lipsa, la momentul depunerii cererii pentru credit, a datoriilor restanțe față de bancă și buget.* *• Istoria de credit bună (dacă anterior s-a folosit de credite).* *• Beneficiarul trebuie să fie clientul băncii.*	- Documentele de constituire și alte documente în dependență de forma organizatorico-juridică a clientului - Solicitare de credit - Rapoarte financiare - Documentele care confirmă dreptul de proprietate asupra bunurilor propuse în gaj Băncii
	2. Credite microîntreprinderilor și întreprinderilor mici, care au fost create recent și/sau încep activitatea de la «zero» *Suma creditului constituie de la 1000 USD pînă la 30 000 USD (echivalent în lei) pentru întreprinderi mici și de la 1000 USD pînă la 5000 USD (echivalent în lei) pentru microîntreprinderi.* *Creditele sunt oferite în lei moldovenești pentru un termen de:* *- 18 luni - pentru majorarea capitalului circulant* *- 36 luni - pentru investiții* ***Rata dobînzii** se aplică în dependență de termenul creditului și constituie de la 18.5% pînă la 22% anual.* *Sunt asigurate prin gajarea bunurilor lichide, valoarea cărora în momentul acordării creditului poate fi egala sau mai mică decît suma creditului.*	- Cerere de credit - Documentele de constituire -Întreprinderile care au desfășurat o activitate prezintă rapoarte financiare pentru perioada de activitate - Lista bunurilor propuse în gaj și actele de confirmare a dreptului de proprietate asupra lor
	3. Overdraft *Acordarea creditului se efectuează în moneda națională (MDL) pe un termen nu mai mare de 1 an.* *Rata dobînzii se stabilește în dependență de termenul creditului și constituie de la 13.75% pînă la 14.75%.* ***Asigurarea principală** – cesiunea fluxurilor bănești ale Beneficiarului. O asigurare suplimentară o poate reprezenta gajul sectoarelor de pamînt, obiectele imobiliare, alte averi, garanțiile și fidesiunile persoanelor terțe.* ***Cerințe față de Beneficiar:*** *Beneficiarul trebuie să corespundă definiției de "**client a băncii**" și să obțină încasări bănești stabile pe conturi, în volumul necesar pentru deservirea datoriei și desfășurarea activității sale curente.*	http://maib.md/ro/overdraft-IntMici/
	4. Credite pentru capital circulant ***Suma maximă** a creditului nu poate depăși 50% din volumul anual de vînzări a debitorului (dar nu mai mare de **1.500 mii lei**).* ***Termenul maxim al creditului - 18 luni.*** *În unele cazuri termenul creditului se poate constitui 24 luni, cu condiția că această necesitate reiese din specificul activității debitorului și acest termen este clar argumentat.* *Creditul se acordă în valută națională (MDL), dolari SUA (USD) și EURO (EUR)* ***Perioada de grație** pentru credit - max 2 luni* *În calitate de asigurare poate servi gajul / gajul amanet al averii, fidejusiunea și garanția.* ***Cerinte minime pentru clienții potențiali:*** *• Oferirea creditului pentru întreprinderi care activează nu mai puțin de 12 luni* *• Bilanțul lichid și lipsa pierderilor pentru anul curent* *• Lipsa, la momentul depunerii cererii pentru credit, a datoriilor restanțe față de bancă și buget.* *• Istoria de credit bună (dacă anterior s-a folosit de credite).* *• Beneficiarul trebuie să fie clientul băncii*	Documentele de constituire și alte documente în dependență de forma organizatorico-juridică a clientului • Solicitare de credit • Rapoarte financiare • Documentele care confirmă dreptul de proprietate asupra bunurilor propuse în gaj Băncii

Cum beneficiază IMM de susținerea statului?

Suportul statului constă în crearea condițiilor favorabile pentru întemeierea şi dezvoltarea afacerilor, crearea cadrului normativ şi legislativ convenabil, asigurarea unui climat necesar, etc.

Susținerea de stat a sectorului IMM se efectuează diferențiat, în dependență de genul de activitate, de perioada de funcționare şi de dimensiunile agenților economici subiecte ale sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii, cu utilizarea diferitelor forme şi metode de susținere şi surse de finanțare.

Subiecte ale susținerii de stat a dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii	Obiecte ale susținerii de stat a dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii
• *ministere*	• *întreprinderi micro*
• *autorități ale administrației publice centrale*	• *întreprinderi mici*
• *autorități ale administrației publice locale*	• *întreprinderi mijlocii*
• *alte organe autorizate*	

Dezvoltarea IMM şi facilitarea accesului la finanțe a IMM sunt priorități de bază ale activității Ministerului Economiei în cadrul Programului de Dezvoltare Strategică. În vederea realizării lor, pentru perioada 2012-2014, Ministerul Economiei a stabilit programul „Întreprinderi mici şi mijlocii", care este divizat în sub-programe.

Denumirea sub-programului	Scopul
Accesul la finanțe	Facilitarea accesului IMM la resurse financiare şi stimularea convertirii economiilor în mijloace de investire prin diversificarea şi dezvoltarea programelor guvernamentale.
Infrastructura de suport în afaceri	Stimularea creşterii competitivității sectorului IMM prin asigurarea dezvoltării infrastructurii de suport în afaceri, inclusiv a capacităților înalte de producție, îmbunătățirea calității produselor IMM-urilor în conformitate cu standardele internaționale, sporirea capacităților de comercializare a produselor precum şi a altor instrumente de promovare şi dezvoltare.
Cultura antreprenorială	Promovarea culturii antreprenoriale şi a performanțelor manageriale ale IMM, precum şi încurajarea creării noilor întreprinderi.
Dialogul dintre sectorul public şi cel al IMM	Intensificarea dialogului dintre guvern şi sectorul IMM, utilizînd instrumente şi forme asemănătoare de dialog în comunitatea statelor cu bune practici de colaborare între mediul de afaceri şi autorități.

Obiective strategice pentru implementarea programului „Întreprinderi mici şi mijlocii" în perioada 2012-2014

Obiective	Notă privind finanțarea
Armonizarea cadrului legislativ în domeniul IMM la recomandările europene şi implementarea programelor regionale şi europene de susținere a acestui sector.	Bugetul MEc (salarii ordinare).
Sub-programul: Accesul la finanțe	
Susținerea IMM producătoare din sectorul rural prin atragerea asistenței financiare sub formă de granturi pentru dezvoltarea capacităților sale de producție.	Programul de suport sectorial "Stimularea Economică în Zonele Rurale" finanțat de UE.
Facilitarea accesului tinerilor antreprenori din zonele rurale la resursele financiare prin implementarea Componentei a II-a a Programului de Abilitare Economică a Tinerilor.	Asistență externă (Proiectul de Investiții şi Servicii Rurale (RISP1), finanțat de Banca Mondială; Proiectul de Finanțare Rurală şi Dezvoltare a Întreprinderilor Mici (IFAD 1); Grantul Comisiei Europene, Organizația Internațională a Migrației.
Stimularea investirii economiilor în dezvoltarea afacerilor prin implementarea Programului de atragere a remitențelor în economie "PARE 1+1".	Bugetul de stat, Programul de suport sectorial "Stimularea Economică în Zonele Rurale" finanțat de UE, Organizația Internațională a Migrației.
Sporirea accesului micilor antreprenori la credite bancare prin gestionarea Fondului de Garantare a Creditelor pentru IMM şi capitalizarea acestuia.	Bugetul de stat; Programul de suport sectorial "Stimularea Economică în Zonele Rurale" finanțat de UE.
Facilitarea accesului IMM la contractele de achiziții publice prin consolidarea accesului la informația despre oportunitățile de achiziții şi stimularea autorităților publice de contractare să divizeze contractele în loturi.	Bugetul de stat.

Sub-programul: Infrastructura de suport în afaceri	
Integrarea IMM în business-incubatoare prin crearea incubatoarelor de afaceri noi şi dezvoltarea reţelei business-incubatoarelor.	Programul de suport sectorial "*Stimularea Economică în Zonele Rurale*" finanțat de UE.
Consolidarea structurii instituționale a ODIMM.	Bugetul MEc (salarii ordinare).
Dezvoltarea infrastructurii de suport în afaceri prin crearea unui Centru Național de Excelență în Afaceri în cadrul ODIMM.	Asistență externă.

Guvernul, prin intermediul Ministerului Economiei şi Comerţului, elaborează, coordonează, monitorizează şi evaluează politicile şi acţiunile privind susţinerea de stat a dezvoltării sectorului IMM. Responsabilă de implementarea politicii de stat privind susţinerea dezvoltării IMM este *Organizaţia pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici şi Mjlocii (ODIMM)* pe lîngă Ministerul Economiei şi Comerţului.

ODIMM promovează crearea micilor afaceri, **în special în zonele rurale**, şi acordă suport la dezvoltarea întreprinderilor existente. Această organizaţie facilitează **accesul IMM la resurse financiare şi la resurse informaţionale.** Totodată, ODIMM acordă garanţii la creditele alocate de băncile comerciale, precum şi oferă informaţie diversă privind oportunităţile de finanţare a IMM.

Este important de menționat că pentru realizarea unor acțiuni privind susținerea dezvoltării sectorului IMM, anual din bugetul de stat sunt alocate mijloace financiare.

Vezi în tabelul de mai jos proiectele în derulare în domeniul IMM, prin care poți accesa credite.

Proiecte de creditare şi finanţare în derulare în domeniul IMM

Nr	Denumire proiect	Perioada de implementare	Scop / Activităţi	Grup ţintă	Contacte
1.	**PARE 1+1** Programul de Atragere a Remitenţelor în economie	2010-2012 15 februarie - 15 martie (colectarea de cereri de finanţare nerambursabilă)	***Stimularea înfiinţării şi dezvoltării IMM de către lucrătorii migranţi şi beneficiarii de remitenţe. Programul va activa în baza regulii „1+1", astfel fiecare leu investit din remitenţe va fi suplinit cu un leu în formă de grant din cadrul Programului-pilot.*** Instruire antreprenorială, materiale informative, acordarea asistenţei gratuite la iniţierea afacerii, finanţarea prin **granturi pînă la 200 mii de lei**, monitorizare.	- lucrători emigranţi - beneficiari de remitenţe	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 22 50 01 **Fax:** (+373 22) 29 57 97 **E-mail:** info@odimm.md **Web:** www.odimm.md www.businessportal.md **Persoana de contact:** Viorica Cerbuşca
2.	**PNAET** Programul Naţional de Abilitare Economică a Tinerilor	2012-2013	***Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor bazate pe cunoaşterea şi gestionarea optimă a resurselor şi facilitarea accesului tinerilor antreprenori la resurse financiare necesare iniţierii şi dezvoltării unei afaceri proprii.*** - instruire şi consultanţă antreprenorială; - credite preferenţiale în valoare maximă de pînă la 300.000 lei (perioada de rambursare maxim 5 ani) cu grant nerambursabil (40%); - monitorizare post-finanţare.	- persoane tinere de 18-30 de ani, care doresc să lanseze o afacere proprie în zonele rurale şi/sau să-şi extindă propria afacere în zonele rurale, creînd noi locuri de muncă.	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 22 53 84, 22 57 99 **Fax:** (+373 22) 29 57 97 **E-mail:** seminare@odimm.md **Web:** www.odimm.md www.businessportal.md **Persoana de contact:** Carolina Ţapordei
3.	**FGC** Fondul Special de Garantare a Creditelor	valabil	***Facilitarea accesului întreprinderilor micro şi mici la resursele financiare.*** Acordarea **garanţiei la credit** agenţilor economici care nu dispun de suficient gaj. Pentru: **1. întreprinderile active:** - pînă la 50%, dar nu mai mult de 700 mii lei; - 5 ani. **2. întreprinderile nou-create:** - maxim 70%, dar nu mai mult de 300 mii lei; - 3 ani.	- IMM ce activează pe întreg teritoriu al Republicii Moldova	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 22 50 79 **Fax:** (+373 22) 29 57 97 **E-mail:** garantare@odimm.md **Web:** www.odimm.md www.fgc.odimm.md **Persoana de contact:** Tatiana Chiriac

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activităţi	Grup ţintă	Contacte
4.	**TAM/BAS** Business Advisory Service	valabil	***Acoperire financiară parţială a costurilor pentru servicii de consultanţă.*** Subsidiu maxim oferit companiilor eligibile este în sumă de 10 000 EUR, sumă ce nu constituie mai mult de 70% (exclusiv taxe) din suma proiectului.	- IMM (de la 10 la 250 de angajaţi, max 500 angajaţi) *(sfera de producţie, servicii şi comerţ - pe piaţă nu mai puţin de doi ani)*	**Adresa:** Moldova, MD-2012, Chişinău, str. Vlaicu Pârcălab 63, et. 10 **Tel:** (+373 22) 21 16 14 (+373 22) 23 52 24 **Fax:** (+373 22) 21 15 85 **E-mail:** basmoldova@ebrd.com **Web:** http://www.bas.md
5.	**JNPGA** Programul de susţinere şi dezvoltare a sectorului IMM	în proces de implementare	***Facilitarea procurării de către IMM a unui vast sortiment de echipament de producere.*** Regim de leasing pe o perioada de un an, cu oferirea unui **grant de 40%**. Valoarea procurării variază **de la 500 mii lei pînă la 2,5 mil. lei.**	- IMM de pe întreg teritoriu al Republicii Moldova. *(cu excluderea mun. Chişinău şi Bălţi)*	**Adresa:** bd. Stefan cel Mare 180, biroul 812, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 29 67 18 **Fax:** (+373 22) 29 67 19 **E-mail:** office.giu@jnpga.md **Web:** http://www.jnpga.md **Persoana de contact:** Alexandru Ceban
6.	**2KR** Proiectul Creşterii Producţiei Alimentare	valabil	***Dezvoltarea agriculturii şi creşterea producţiei alimentare în RM.*** ***Procurarea tehnicii agricole în rate.*** (iniţial se achită 50% din costul total, apoi în rate timp de 2 ani). Nu include TVA.	- persoane juridice private; - producători agricoli; - persoane fizice. *(prestări servicii agricole mecanizate)*	**Adresa:** str. Calea Basarabiei 18, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 27 84 63 (+373 22) 54 98 81 **E-mail:** office@2kr.moldnet.md **Web:** www.2kr.moldnet.md **Persoana de contact:** Vasile Condrea
7.	**RISP II** Rural Investment and Services Project	Martie 2006 – Iunie 2012	***Facilitarea accesului antreprenorilor din spaţiul rural la cunoştinţe şi finanţare.*** - Servicii de consultanţă; - Acordarea creditelor preferenţiale de pînă la ***150 mii USD*** pe termen mediu şi lung pentru iniţierea şi/sau dezvoltarea afacerilor în zona rurală şi oferirea asistenţei pe parcursul primului an de activitate a întreprinderii beneficiare; - Acordarea unui credit preferenţial de pînă la ***100 mii USD,*** cu o porţiune de grant de ***pînă la 20%*** pentru instalarea sau perfecţionarea sistemelor de irigare beneficiarilor eligibili.	- orice doritor de a iniţia o afacere *(pe bază de patentă, gospodărie ţărănească, Î.I., S.R.L.);* - întreprinderi şi antreprenori *(spaţiul rural)*	**Adresa:** str. Cosmonauţilor 9, bir. 544, Chişinău **Telefon:**(+373 22) 22 24 65 (+373 22) 22 24 67 **Fax:**(+373 22) 24 44 69 **E-mail:**risp@capmu.md **Web:** www.capmu.md **Persoana de contact:** Olga Sainciuc
8.	**PAC** Proiectul de Ameliorare a Competitivităţii	Pînă pe 30 iunie 2012	***Acordarea de resurse pe termen lung, destinate ameliorării capacităţilor întreprinderilor pentru majorarea de exporturi.*** **Maxim - 1.0 mln. EURO.** **Finanţarea investiţiilor - 800 mii EURO, termen - 8 ani.**	- Întreprinderi cu proprietate privată de cel puţin 75% *(care generează venituri din exporturi)*	**Instituţii Financiare Participante** *(la care se vor depune cererile de credit)*: - BC„Moldova-Agroindbank" S.A.; - BC„Mobiasbancă" S.A .; - BC„Energbank" S.A.; - BC„Victoriabank" S.A. **Unitatea de Implementare a Proiectului** **Telefon:** (+373 22) 29 67 23 **Fax:** (+373 22) 29 67 24 **E-mail:** piu@mec.gov.md **Adresa:** str. Bănulescu-Bodoni 57/1, Chişinău
9.	**IFAD II** Programul de Revitalizare a Agriculturii	Pînă în luna martie 2013	***Contribuirea prin acţiune participativă la realizarea planurilor de dezvoltare strategică a localităţilor şi anume în domeniul agricol.*** Acordarea **împrumuturilor preferenţiale** in valoare de pînă la 200 mii USD pe un termen de pînă la 15 ani. 20% - 30% din valoarea împrumuturilor acordate constituie grant nerambursabil condiţionat.	- IMM	**Adresa:** bd. Ştefan cel Mare 162, of 1303, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 21 05 42 **Fax:** (+373 22) 22 52 57 **E-mail:** office@ifad.md **Web:** www.ifad.md **Persoana de contact:** Ion Russu

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activități	Grup țintă	Contacte
10.	**IFAD IV** Programul de Servicii Financiare Rurale şi Marketing	valabil pînă în 2016	*Accesul sporit la servicii financiare pentru micii proprietari, femeile cu activitate neagricolă şi tinerii fermieri, precum şi antreprenorii şi întreprinderile de prelucrare neagricolă.* ***Acordarea creditelor preferențiale. Acordarea granturilor competitive pentru investiții în infrastructura publică.***	- întreprinderile rurale.	**Adresa:** bd. Ştefan cel Mare 162, of 1303, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 21 05 42 **Fax:** (+373 22) 22 52 57 **E-mail:** office@ifad.md **Web:** www.ifad.md **Persoana de contact:** Victor Roşca
11.	**Fondul pentru Întreprinderile din Moldova şi Ucraina**	valabil	***Consolidarea întreprinderilor privatizate.*** Investirea în acțiuni şi tranzacții inclusiv **oferirea împrumuturilor directe întreprinzătorilor şi finanțarea leasingului pentru echipament şi/sau bunuri.**	- Întreprinzători şi companii care dau dovadă de perspective serioase şi demonstrează o rată înaltă a profitului.	**Adresa:** str. Petru Movila 12, ap.4, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 88 72 01 +31 88 602 8101 **E-mail:** amunteanu@wnisefk.com **Persoana de contact:** Cristina Harea arco.vanwessel@agentschapnl.nl **Persoana de contact:** Arco Vanwessel **Web:** http://www.horizoncapital.com.ua
12.	**Programul Cadrul 7**	2007-2013	***Oferirea suportului financiar pentru creşterea capacităților de inovare şi competitivitate a IMM-urilor.*** - organizarea instruirii inițiale a cercetătorilor; - co-finanțarea programelor regionale, naționale şi internaționale; - oferirea burselor pentru cercetătorii care pleacă în afara Europei; - oferirea granturilor de reintegrare internațională.	- IMM; - asociații/ grupări ale IMM-urilor; - grupuri de cercetare din cadrul universităților şi a institutelor de cercetare, etc.	**Adresa:** bd. Ştefan cel Mare şi Sfînt, 1, biroul 334, **Telefon:** (+373 22) 27 22 54 (+373 22) 57 77 07 **E-mail:** mrda@mrda.md intprojects@asm.md **Web:** http://fp7.asm.md **Persoana de contact:** Lidia Romanciuc
13.	**Subvenționarea Producătorilor Agricoli**	valabil	***Asigurarea dezvoltării durabile a sectorului agroalimentar şi a comunităților rurale.***	- IMM	**Adresa:** bd. Ştefan cel Mare şi Sfînt, 162, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 21 01 94 (+373 22) 22 38 80 **E-mail:** info@aipa.md **Web:** www.aipa.md **Persoana de contact:**
14.	**GTZ** Modernizarea Sectorului Agrar în Republica Moldova	valabil	Dezvoltarea sectorului agricol şi al industriei alimentare în raioanele Ungheni şi Călăraşi. - servicii de consultanță; - seminare; - granturi pentru a procura echipament şi materiale necesare cu contribuție obligatorie a beneficiarului; - vizite de studiu; - promovarea conexiunii dintre producători agricoli, companiile de procesare şi piața de desfacere.	- fermieri din raioanele Călăraşi şi Ungheni; - grupuri de producători şi procesatori înregistrați ca gospodărie țărănească, care ar include minimum 3 membri; - femei; - tineri agricultori.	**Adresa:** str. Bulgară 31a, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 22 72 92 **Fax:** (+373 22) 22 83 19 **E-mail:**andrei.zapanovici@gtz.de **Web:** www.gtz.de **Persoana de contact:** Andrei Zapanovici
15.	**MoSEFF** Linia de Finanțare pentru Eficiența Energetică în Moldova	Pînă în martie 2012	***Stimularea aplicării tehnologiilor avansate în companiile din Moldova în vederea eficientizării sistemelor energetice.*** - credite cu o porțiune de grant (5-20%), de la 25 mii pînă la 2 milioane de euro, termen de pînă la 6 ani; *(pentru finanțarea proiectelor de energii regenerabile şi eficiență energetică)* - acordarea asistenței tehnice gratuite.	- companie cu capital privat de minim 51% *(excepție: companiile ce se ocupă cu producerea şi distribuirea produselor din tutun, produselor alcoolice, jocurilor de azart şi armamentului).*	**Adresa:** str. Vlaicu Pîrcălab 29/1, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 22 34 99 **Mob:** (+373) 601 34 669 **E-mail:** info@moseff.org **Web:** http://www.moseff.org **Persoana de contact:** Corina Guțu-Chetruşca

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activităţi	Grup ţintă	Contacte
16.	**Proiectul „Ameliorarea Competitivităţii”**	Pînă la sfîrşitul lunii martie 2012	***Consolidarea competitivităţii companiilor din Moldova prin intermediul îmbunătăţirii calităţii produselor şi serviciilor acestora.*** - granturi proporţionale pentru implementarea Sistemului de Management al Calităţii pentru următoarele două domenii largi: 1) servicii de consultanţă pentru elaborarea studiilor de fezabilitate, a planurilor de afaceri, etc; 2) servicii de instruire.	- agenţii economici din sectorul de producere sau al serviciilor.	**Adresa:** bd. Ştefan cel Mare 151, et., 1, of .4, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 24 51 48 (+373 22) 22 33 10 **E-mail:** sergiuh@chamber.md **Web:** http://chamber.md/index.php?id=412 **Persoana de contact:** Harea Sergiu
17.	**SIDA** Inovaţii împotriva sărăciei	valabil	***Dezvoltarea produselor, serviciilor şi sistemelor de piaţă de care beneficiază oamenii din ţările slab dezvoltate.*** - granturi mici de pînă la 20 mii euro, dar ce depăşesc mai mult de 50% din valoarea investiţiei; - granturi mari de pînă la 200 mii euro, dar nu mai mult de 59% pentru proiecte de dezvoltare.	- IMM din ţările slab dezvoltate.	**E-mail:** info@innovationsagainstpoverty.org **Web:** www.innovationsagainstpoverty.org *sau* www.sida.se
18.	**Programul pentru stimularea înfiinţării şi dezvoltării microintreprinderilor de către întreprinzătorii tineri.** Agentia pentru Implementarea Proiectelor si Programelor pentru IMM	2012	***Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale a tinerilor şi stimularea demarării şi dezvoltării start-up-urilor prin facilitarea accesului la surse de finanţare.*** Bugetul alocat Programului pentru anul 2012 este de **21.000.000 lei**. - alocaţii financiare nerambursabile în valoare de pînă la **30000 euro** din valoarea cheltuielilor eligibile - garanţii pentru creditele contractate pentru realizarea planurilor de afaceri, precum şi de scutirea de la plata taxelor pentru înmatricularea şi înregistrarea întreprinderii şi a contribuţiilor de asigurări sociale pentru cel mult 4 angajaţi.	- tinerii întreprinzători	**Adresa:** Str. Puşkin 22, of. 312 Chişinău **Telefon:** (+373 22) 23 22 13 (+373 22) 69984441 **E-mail:** cdamoldova@gmail.com solutii@sfaturi.biz **Web:** www.sfaturi.biz
19.	**Programul Naţional de Dezvoltare Rurală** (pilonul II PAC)	2012 15 sesiuni de **depunere de proiecte**	***Alocare financiară totală*** pentru program - 1,41 miliarde euro	-fermierii -întreprinderile din sectorul rural	**Adresa:** Str. Puşkin 22, of. 312 Chişinău **Telefon:** (+373 22) 23 22 13 (+373 22) 69984441 **E-mail:** cdamoldova@gmail.com solutii@sfaturi.biz **Web:** www.sfaturi.biz
20.	**Programul Start 2012 aduce 10 milioane de lei tinerilor antreprenori**	2012	***Dezvoltarea abilităţilor antreprenoriale în rîndul tinerilor şi facilitarea accesului acestora la finanţare.*** - încurajează şi stimulează înfiinţarea de noi **IMM-uri,** precum şi îmbunătăţirea performanţelor economice ale celor existente - alocaţia financiară nerambursabilă este de max 70% din valoarea cheltuielilor eligibile, dar nu mai mult de 100.000 de lei pe beneficiar. **Bugetul** pentru 2012: **- 10.000.000** de lei, din care: *etapa I* – 800.000 de lei pentru organizarea workshopurilor de pregătire antreprenorială *etapa II* – 9.200.000 de lei pentru finanţarea implementării celor mai bune planuri de afaceri.	- la **etapa I:** persoanele fizice care: a) sunt cetăţeni ai RM; b) nu au beneficiat de finanţare în cadrul acestui Program; c) au studii medii sau superioare. **- la etapa II:** societăţile comerciale (microîntreprinderi, IMM).	**Adresa:** Str. Puşkin 22, of. 312 Chişinău **Telefon:** (+373 22) 23 22 13 (+373 22) 69984441 **E-mail:** cdamoldova@gmail.com solutii@sfaturi.biz **Web:** www.sfaturi.biz

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activități	Grup țintă	Contacte
21.	**„Prima împădurire a terenurilor agricole"** Agenția de Plăți pentru Dezvoltare Rurală și Pescuit (APDRP)	2012 Sesiunea 1: 1 – 30 martie Sesiunea 2: 2 – 31 mai Sesiunea 3: 16 august – 14 septembrie Sesiunea 4: 15 noiembrie – 14 decembrie	***Îmbunătățirea condițiilor de mediu în spațiul rural prin folosirea și gospodărirea durabilă a terenurilor agricole.*** **Peste 176 de milioane de euro** disponibili pentru prima împădurire a terenurilor agricole. - fondurile sunt acoperite în proporție de 100% din bani publici (nu există obligativitatea cofinanțării) - aceste fonduri vor fi acordate sub formă de plăți directe acordate pe an și pe hectar, calculate în funcție de formă de relief (cîmpie, deal, munte). - pentru împădurirea unui hectar de teren agricol, la cîmpie, beneficiarul va primi 1.330 de euro.	- persoane fizice - persoane juridice - grupurile sau asociațiile de persoane fizice sau juridice - autoritățile publice locale deținătoare de teren agricol. Beneficiarii eligibili trebuie sa dețină parcele agricole cu o suprafață mai mare de 0,5 hectare (5.000 mp).	**Adresa:** Str. Puşkin 22, of. 312 Chişinău **Telefon:** (+373 22) 23 22 13 (+373 22) 69984441 **E-mail:** cdamoldova@gmail.com solutii@sfaturi.biz **Web:** www.sfaturi.biz

Pe lîngă proiectele de stat de finanțare a IMM-urilor, sunt și un șir de proiecte în cadrul ONG-urilor, ce oferă posibilități de accesare a granturilor în domeniul dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii. Unul dintre aceste proiecte este **Proiectul „Remitențele Dezvoltă Comunitățile din Republica Moldova".**

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activități	Grup țintă	Contacte
1.	**Remitențele Dezvoltă Comunitățile din Republica Moldova**	Pînă în martie 2013	*Proiectul are drept scop de a contribui la **conexiunea procesului de migrație cu dezvoltarea economică a Republicii Moldova** și de a utiliza eficient efectele/ consecințele pozitive ale migrației în vederea dezvoltării comunităților rurale din zona țintă.*	Familiile tinerilor recipienți ai remitențelor, populația a 100 de localități rurale din cele 4 raioane țintă (**Orhei, Șoldănești, Rezina, Telenești**) din zona de Centru a Republicii Moldova.	**Adresa:** Or. Orhei, str. M. Sadoveanu 50 **Telefon:** (+373) 235 32945 (+373) 79700751 (+373) 68924154 **E-mail:** adr@adr-centru.md **Agenția de Dezvolatre Rurală – Centru (ADR-Centru)**
2.	**Junior Chamber International Moldova (JCI Moldova) și Asociația Națională a Tinerilor Manageri (ANTiM)** Concursul Național de Business Planuri pentru Tineri	Înscrierea la concurs pînă pe 22 martie Concurs organizat anual începînd cu anul 2002	*Scopul acestui concurs este de a susține și promova ideile tinerilor care doresc să-și deschidă propria afacere.* *Concursul presupune 5 etape, iar în final, din cei 50 de finaliști, juriul va selecta doar 19, care vor cîștiga sume cuprinse între **3 mii și 10 mii de euro.***	- tineri cu vîrsta cuprinsă între 18-35 de ani	Înregistrarea la CBP2012 are loc prin intermediul website-ului **www.cbp.antim.org** http://www.moldcell.md/rom/private/node/15117 http://unimedia.md/?mod=news&id=44775
3.	**ASA Business** Agenția de susținere și ajutorare în business	valabil	***Acordarea serviciilor financiare fermierilor și antreprenorilor la condiții favorabile, astfel contribuind la dezvoltarea rurală.*** Creditarea IMM din zona rurală, îndeosebi IMM nou create și care nu au istorie creditară. - investiții în mijloace de producere; - activități de producere agricolă și neagricolă; - activități de prelucrare agricolă și industrială; - majorarea capitalului circulant; - activități de colectare și comerț.	- gospodării țărănești - întreprinderi individuale - cooperative de întreprinzători - S.R.L. - societăți pe acțiuni	**Adresa:** Str. Puşkin 22, of. 312 Chişinău **Telefon:** (+373 22) 23 22 13 (+373 22) 69984441 **E-mail:** cdamoldova@gmail.com solutii@sfaturi.biz **Web:** www.sfaturi.biz

Criteriile de eligibilitate diferă de la finanțator la finanțator, în dependență de obiectivele proiectului.

De exemplu, pentru accesarea **Programului de Granturi „Remitențele dezvoltă comunitățile din Republica Moldova",** solicitantul trebuie să întrunească următoarele **criterii de eligibilitate:**
• este migrant din Republica Moldova sau rudă de gradul întîi, doi – beneficiar de remitențe;
• este cetățean al Republicii Moldova;
• are vîrsta cuprinsă între 20-45 ani la momentul aplicării la program;
• dorește să lanseze o afacere proprie în Republica Moldova sau să dezvolte afacerea existentă;
• poate confirma, prin prezentarea documentelor justificative că este sau a fost migrant de muncă sau este sau a fost beneficiar de remitențe.

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activități	Grup țintă	Contacte
1.	**GEA** Programul „Gestiunea Eficientă a Afacerii" finanțat din Bugetul de Stat	valabil	***Sporirea calificării în domeniul antreprenorial pentru asigurarea gestionării eficiente a afacerii proprii.*** Cursuri gratuite pe 8 module de instruire la alegere.	- viitori antreprenori și antreprenori activi care practică activități economice sub orice formă de organizare juridică.	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău **Telefon:** (+373 22) 22 57 99 **Fax:** (+373 22) 29 57 97 **E-mail:** info@odimm.md **Web:** www.odimm.md www.businessportal.md **Persoana de contact:** Cornelia Zelinschi
2.	**BCI** Încurajarea utilizării inovatoare a remitențelor în investițiile rurale productive	Iulie 2010 – Iunie 2012	***Dezvoltarea capacităților manageriale ale beneficiarilor de remitențe. Creșterea investițiilor din remitențe. Prevenirea exodului de creier din Republica Moldova.*** *- cursuri gratuite de instruire antreprenorială;* *- asistarea antreprenorilor la inițierea afacerii și post-creare, inclusiv elaborarea business planurilor;* *- elaborarea și distribuirea broșurii „Ghidul de Inițiere a Afacerilor";* *- elaborarea și distribuirea broșurii „Practici Antreprenoriale de Succes";* *- organizarea vizitelor de studiu în companiile din România.*	Beneficiarii de remitențe și emigranții întorși în țară din raioanele: Ungheni, Hâncești, Anenii Noi, Ialoveni, Strășeni, Călărași, Nisporeni, Telenești, Criuleni, Rezina, Șoldănești și Dubăsari.	**Adresa:** str. Mihai Eminescu 27, Chișinău **Telefon:** (+373 22) 85 50 80, (+373 22) 85 50 77, **E-mail:** office@bci.md **Web:** www.bci.md **Persoana de contact:** Artur Macovei
3.	**Training modular de formare a personalului în cadrul întreprinderii**	Februarie 2012 – Octombrie 2014	***Dezvoltarea personalului din întreprinderile din Republica Moldova prin elaborarea trainingurilor modulare de instruire a angajaților.***	- 10 companii din Republica Moldova vor fi selectate.	**Centrul de Formare Continuă al Camerei de Comerț și Industrie a Republicii Moldova** **Telefon:** (+373 22) 23-52-94 **e-mail:** cfc@chamber.md **Persoana de contact:** Aurelia Slanina, consultant CFC
4.	**SES** Acordarea Consultanței de către Experții din Germania	valabil	***Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale.*** Organizarea seminarelor tematice în țara beneficiarului.	- IMM; - instituții publice; - autorități locale; - instituții de învățământ; - instituții internaționale.	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău **Telefon:** (+373 22) 22 53 80 **Fax:** (+373 22) 29 57 97 **E-mail:** o.melniciuc@odimm.md **Web:** www.ses-bonn.de **Persoana de contact:** Olga Melniciuc
5.	**PUM** Acordarea Consultanței de către Experții din Olanda	valabil	***Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale.*** - consultanță de către experți străini; - seminare în țara beneficiarului și în Olanda; - stagiuni de la 2 săptămîni pînă la 3 luni în Olanda; - căutarea partenerilor de afaceri în alte țări.	- IMM	**Telefon:** (+373 22) 77 59 71 **Gsm:** (+373 22) 69 37 36 85 **E-mail:** alapanoff@yandex.ru **Web:** www.pum.nl **Persoana de contact:** Ala Panov
6.	**CNFA** Programul "De la FERMIER la FERMIER"	2009-2013	***Consultanță americană gratuită*** pentru îmbunătățirea performanțelor prin abordarea profesionistă a problemelor de ordin tehnic și financiar.	- întreprinderi agricole; - grupuri de fermieri din Republica Moldova.	**Adresa:** str. Bănulescu-Bodoni 57/1, of. 312, Chișinău **Telefon:** (+373 22) 24 03 12 **Fax:** (+373 22) 24 03 13 **E-mail:** info@moldova.cnfa.org **Web:** www.cnfa.org **Persoana de contact:** Eugenia Iurcu, Diana Rotaru

Nr	Denumire proiect	Perioada de imp.	Scop / Activități	Grup țintă	Contacte
7.	**Şcoala fermierului pentru agricultură şi dezvoltare**	valabil	***Susținerea antreprenorilor privați, cu idei inovatoare, prin promovarea accesului la cunoștințe în vederea creșterii competitivității lor.*** - cursuri de instruire antreprenorială; - cursuri de instruire în diferite domenii ale agriculturii. Cursurile sunt gratuite şi au loc în perioada toamnă - iarnă.	- IMM-uri din satele r-lor Drochia, Rîşcani, Făleşti, Sîngerei, Glodeni.	**Adresa:** str. Mircea cel Bătrîn, 81, mun. Bălți **Telefon:** 231-92544 **Fax:** 231-92546 **E-mail:** info@procore.md **Web:**http://www.procore.md/?pagina=noutati&id=8 **Persoana de contact:** Sergiu Mihalov
8.	**CEED II** Ridicarea competitivității şi consolidarea întreprinderilor	Pînă în 2014	***Ridicarea competitivității companiilor moldovenești pe piața mondială*** prin creşterea şi extinderea domeniilor cheie în creşterea vînzărilor şi investițiilor.	- antreprenori *(domeniile: produse textile şi maşini; tehnologii informaționale şi de calcul; producerea vinului)*	**Adresa:** str. Sfatul Țării 29, „Le Roi", etajul 5, MD-2012, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 83 99 00 **Fax:** (+373 22) 83 99 20 **E-mail:** office@ceed.md **Web:**http://moldova.usaid.gov/moldova_economic.shtml **Persoana de contact:** Tatiana Dumbravă
9.	**ENTRANSE 2 Your Business**	2011-2013	***Susținerea dezvoltării IMM, creşterea nivelului de plasare a antreprenorilor în cîmpul muncii şi respectiv sporirea locurilor noi de muncă prin reducerea sărăciei şi susținerea sectorului de dezvoltare a IMM în Republica Moldova.*** - crearea şi dezvoltarea incubatorului de afaceri pilot în or. Soroca; - asigurarea suportului pentru incubatoarele existente de afaceri; - elaborarea şi promovarea portalului informațional pentru IMM şi antreprenori www.businessportal.md; - elaborarea programului de instruire pentru rezidenții incubatorului de afaceri.	- întreprinderile începătoare; - antreprenorii cu idei de afaceri viabile din or. Soroca.	**Adresa:** str. Serghei Lazo 48, biroul 307, 309 MD-2004, Chişinău **Telefon:** (+373 22) 83 83 45 **Fax:** (+373 22) 83 83 44 **E-mail:** info@entranse.md **Web:** www.businessportal.md **Persoana de contact:** Lucia Uşurelu

Ce sunt incubatoarele de afaceri?

Incubatoarele de afaceri = mecanisme eficiente de creare a IMM şi a noilor locuri de muncă. Ele sporesc rata de succes a start-up-urilor de la 45 pînă la 85%, dispunînd, totodată, de cele mai bune practici stabilite şi testate.

Ele sunt create pentru a sprijini dezvoltarea întreprinderilor aflate la început de activitate, care au idei, dar nu dispun de know-how, nu ştiu să facă un plan de afaceri şi nici nu au resursele financiare pentru închirierea, la prețurile pieței, a unui sediu adecvat. Aici intervine rolul incubatorului de afaceri: pe lîngă asigurarea suportului logistic necesar, aici se organizează cursuri de pregătire, se întocmesc planuri de afaceri, se învață cum trebuie realizat un proiect pentru atragerea fondurilor puse la dispoziție de finanțatorii interni sau externi, într-un cuvînt, se însuşesc primii paşi în lansarea unei afaceri. Odată cu dezvoltarea firmei, aceasta se rupe de incubatorul în care s-a născut şi începe să funcționeze pe cont propriu.

Avantajele incubatorului de afaceri	Dezavantajele incubatorului de afaceri
• spațiu pentru desfăşurarea activității • utilități necesare desfăşurării activității • asistența unor consultanți specializați în managementul afacerii • cooperare între investitori în cadrul incubatorului • costurile sunt suportate, în mare măsură, de stat sau de organizații internaționale	• în momentul în care firma se dezvoltă (are deja un număr de angajați), va trebui să cedeze spațiul unui alt solicitant • rețeaua de incubatoare de afaceri este destul de restrînsă şi slab mediatizată

În Republica Moldova crearea unei rețele de business-incubatoare este un instrument eficient de promovare a antreprenoriatului şi a parteneriatului public-privat, fiind totodată şi o modalitate importantă de reutilizare a clădirilor întreprinderilor din sectorul public care nu funcționează. Concomitent, business-incubatoarele sunt o metodă de control a utilizării fondurilor pentru dezvoltarea umană şi pentru reducerea sărăciei.

Pe teritoriul Republicii Moldova activează următoarele **Incubatoare de Afaceri:**

Denumire	Oraş	Descriere
IA „Casa Antreprenoriatului"	Ungheni	Oferă 32 spații mobilate corespunzător pentru oficii cu scopul de a ajuta potențialii sau actualii antreprenori locali să-şi inițieze sau dezvolte afacerea. În prezent 90% din spațiile disponibile sunt valorificate.
IA Soroca	Soroca	Este primul incubator cu profil mixt creat în Republica Moldova, care pune la dispoziție micilor antreprenori spații de producere şi spații pentru birouri. În prezent, 17 companii sunt incubate, dintre care 50% reprezintă start-upuri.
IA „ELIRI-INC"	Chişinău	Fondat în anul 2000. Co-fondatorii incubatorului sunt Institutul ELIRI, Primăria Municipiului Chişinău, Universitatea Tehnică din Moldova, Agenția de Stat pentru Protecția Proprietății Industriale (AGEPI) şi o bancă comercială.
IA ASEM	Chişinău	Deschis oficial la 23 septembrie 2005. Misiunea acestuia constă în susținerea studenților antreprenori din A.S.E.M., prin acordarea asistenței profesionale, tehnice, administrative şi consultative în domeniul afacerilor.
IA „Impuls"	Bălți	Fondat în anul 2001 cu suportul companiei Germane „Sudzucker". Proiectul reprezintă eforturile comune ale Camerei de Comerț şi Industrie şi Serviciu Economic a Germaniei.
IA „ProAgroIndPrivat"	Hîncești	Acest incubator este o asociație publică, fondată în anul 2001. Obiectivul principal al Incubatorului este de a acorda asistență antreprenorilor la deschiderea unei afaceri şi suportul afacerii existente.
"Incubatorul de afaceri Regional Cimişlia"	Cimişlia	Înaintat spre finanțare din Fondul Național de Dezvoltare Regională. Aplicantul proiectului este Consiliul Raional Cimişlia

Pe lîngă incubatoarele de afaceri, pe teritoriul Republicii Moldova îşi desfăşoară activitatea

3 Parcuri ştiințifico-tehnologice şi 1 incubator de inovare.

Parc ştiințifico-tehnologic = complex ce găzduieşte centre de cercetare ştiințifică, cuiburi tehnologice şi de inovare. Oferă pregătire continuă, prognoze, asigurînd toate facilitățile necesare organizării de tîrguri, expoziții şi dezvoltare de piață. Se află în strînsă legătură cu structurile de învățămînt superior, organisme de afaceri şi guvernamentale.

Denumire	Contacte
Parcul ştiințifico-tehnologic „Academica" • 27 de rezidenți	**Adresa:** str. Miorița 5, Chişinău, Republica Moldova **Tel:** +373 22 88 25 60 **Fax:** +373 22 88 25 60
Parcul ştiințifico-tehnologic „Inagro" • 8 rezidenți • specializat în agricultură intensivă şi ecologică	**Adresa:** str. Dacia 58, Chişinău, Republica Moldova **Tel:** +373(22)93-06-50 **Fax:** +373 (22) 66-42-79 **Pagina web:** www.inagro.md **E-mail:** inagro@mail.ru
Parcul ştiințifico-tehnologic „Micronanoteh" • specializat în microelectronică şi nanotehnologii	**Adresa:** str. Miorița 5, Chişinău, Republica Moldova **Tel:** +373 22 88 25 60 **Fax:** +373 22 88 25 60
Incubatorul de inovare „Inovatorul" • 4 rezidenți • specializare universală	**Adresa:** str. Miorița 5, Chişinău, Republica Moldova **Tel:** +373 22 88 25 60 **Fax:** +373 22 88 25 60

Este de asemenea recunoscut faptul că organizarea întreprinderilor mici şi mijlocii sub formă de **clustere** sporeşte competitivitatea acestora, reprezentînd un cadru important pentru dezvoltarea şi creşterea firmelor private. În acest context, Guvernul va depune eforturi în vederea creării cadrului legislativ stimulator dezvoltării clusterilor.

Cluster = o grupare de producători, utilizatori şi/sau beneficiari, care au ca scop punerea în aplicare a bunelor practici din UE în vederea creşterii competitivităţii operatorilor economici.

Care sunt beneficiile apartenenţei unei companii la un cluster?

- Creşterea competitivităţii şi a ratei de ocupare a forţei de muncă, prin interconectarea de oameni, abilităţi, competenţe şi cunoştinţe;
- Creşterea eficienţei, deoarece este uşor să lucrezi într-o reţea cu clienţii şi furnizorii;
- Stimularea inovării, deoarece interacţiunea cu clienţii creează idei noi şi o mare presiune asupra inovării;
- Reducerea constrîngerilor pentru IMM-uri din partea marilor companii;
- Creşterea şanselor pentru internaţionalizarea IMM-urilor;
- Şanse de succes pentru start-upuri şi spin-offuri;
- Asigurarea capacităţii de a influenţa profilurile de învăţămînt pentru a corespunde cerinţelor companiei de resurse umane calificate.

Fondul pentru susţinerea antreprenoriatului şi dezvoltarea micului business

Fondul pentru susţinerea antreprenoriatului şi dezvoltarea micului business este o organizaţie de stat, care îşi desfăşoară activitatea conform legislaţiei Republicii Moldova. El este creat în scopul finanţării acţiunilor orientate spre dezvoltarea antreprenoriatului, micului business, bazate pe proprietatea privată, inclusiv a fermierilor şi concurenţei. Fondul se subordonează Guvernului Republicii Moldova şi asigură finanţarea programelor naţionale de susţinere de către stat a micului business, a proiectelor şi măsurilor de dezvoltare a acestuia, participă la finanţarea programelor locale de susţinere a micului business. Fondul susţine, în primul rînd, agenţii micului business care activează în domeniul producţiei, avînd dreptul să le stabilească suplimentar şi alte genuri prioritare de activitate şi să-i stimuleze în limitele mijloacelor disponibile. Sursele de formare a mijloacelor Fondului sint:

- pîna la 0,5% din veniturile bugetului de stat;
- venitul obţinut din propria activitate;
- mijloacele alocate în cadrul asistenţei tehnice şi financiare internaţionale;
- vărsămintele benevole şi donaţiile persoanelor fizice şi juridice;
- alte surse ce nu contravin legislaţiei în vigoare.

Fondul colaborează activ cu asociaţiile neguvernamentale ale agenţilor micului business şi le acordă asistenţă juridică.

Subvenţii de stat în agricultură

Guvernul Republicii Moldova acordă subvenţii producătorilor agricoli, în sumă de 400 mil. lei, în următoarele domeniii:

1. stimularea creditării producătorilor agricoli de către instituţiile financiare;
2. stimularea asigurării riscurilor de producţie în agricultură;
3. stimularea investiţiilor pentru înfiinţarea plantaţiilor multianuale şi promovarea producţiei vitivinicole;
4. stimularea investiţiilor pentru producerea legumelor pe teren protejat (sere de iarnă, solarii, tuneluri);
5. stimularea investiţiilor pentru procurarea tehnicii şi utilajului agricol, echipamentului ce formează sisteme de irigare, sisteme antiîngheţ şi instalaţii antigrindină;
6. stimularea investiţiilor pentru utilarea şi renovarea tehnologică a fermelor zootehnice;
7. stimularea procurării animalelor de prăsilă şi menţinerea fondului lor genetic;
8. stimularea investiţiilor pentru dezvoltarea infrastructurii postrecoltare şi procesare.

Distribuirea lunară a mijloacelor fondului de subvenţionare a producătorilor agricoli îi revine ***Ministerului Agriculturii şi Industriei Alimentare***, în coordonare cu ***Ministerul Finanţelor.***

H O T Ă R Î R EA cu privire la aprobarea modului de repartizare a mijloacelor fondului de subvenţionare a producătorilor agricoli pentru anul 2012 nr. 57 din 31.01.2012

Iniţiative fiscale

Serviciul Fiscal de Stat al Republicii Moldova a iniţiat un şir de reforme şi reorganizări, scopul fiind alinierea la cele mai bune practici fiscale internaţionale. Obiectivele reformei constau în majorarea conformării benevole a contribuabililor prin prestarea serviciilor de mai bună calitate şi reducerea costurilor şi a timpului necesar onorării obligaţiilor faţă de bugetul public naţional. În scopul atingerii obiectivelor enunţate, de către SFS a fost elaborat un **Plan strategic de dezvoltare pentru anii 2011-2015.**

21. Etica şi responsabilitatea socială în afaceri

Etica în afaceri = promovarea unui comportament adecvat, atît din partea managerilor cît şi a subordonaților, bazat pe principii şi norme morale care s-au dezvoltat de-a lungul timpului în raporturile dintre agenții economici. Aceste principii sunt folosite pentru aprecierea corectitudinii sau incorectitudinii în relațiile de afaceri.

Iată cîteva **principii de bază ale eticii în afaceri:**

- **Responsabilitatea economică şi socială a companiei:** "*o afacere are scopul de a îmbogăți nu numai magazinele şi fabricile, ci şi întreaga societate. Firma este obligată să obțină profit prin faptul că o parte din acesta este alocat societății prin plata impozitelor şi taxelor*" susține Konosuke Matsushita, creatorul mărcii Panasonic. Astfel, datoria omului de afaceri în calitate de cetățean este să obțină un profit rezonabil. Firma se consideră responsabilă nu numai față de proprietar, ci şi față de clienți, furnizori, ONG-uri, creditori, comunități locale etc.
- **Încrederea între participanții la viața economică:**
  a) **încredere în relațiile cu furnizorii** – respectarea obligațiunilor de către fiecare parte, evitarea surprizelor de orice fel;
  b) **încredere în relațiile cu consumatorii** – prestarea serviciilor de calitatea promisă, furnizarea informației reale;
  c) **încredere în relațiile cu angajații** – asigurarea unui climat mai bun de comunicare, fidelitate mai mare în rîndul angajaților, reducerea conflictelor de muncă.
- **Comunicarea onestă şi tratamentul corect:**
  a) în privința clienților firmei;
  b) în privința angajaților;
  c) față de finanțatori;
  d) față de comunitate.

"Pentru a cîştiga, şi cei cu care faci afaceri trebuie să cîştige." (Alan Greenspan)

Dacă vrei să ai parte de *succes în afaceri pe termen lung,* trebuie să urmezi nişte **principii etice**:

- tratează toți angajații drept persoane unice, valoroase;
- susține creşterea şi dezvoltarea fiecărui angajat;
- respectă familia angajaților;
- fii sincer cu partenerii de afaceri;
- crează un mediu de lucru fără hărțuire sexuală;
- crează un mediu sigur de lucru;
- promovează practicile corecte de recrutare a personalului, de marketing şi vînzări;
- ține-te de cuvînt, respectă-ți obligațiunile contractuale şi angajamentele asumate;
- comportă-te aşa cum ai vrea să se comporte cu tine;
- negociază de pe poziție win-win (cîştig reciproc);
- respectă informația confidențială;
- comunică cu angajații folosind numele cu respect;
- încurajează un regim echilibrat de muncă şi odihnă;
- fii corect şi echitabil în chestii financiare;
- nu caracteriza niciodată greşit persoanele, produsele sau serviciile;
- abordează o atitudine pozitivă față de celelate persoane din mediul tău de afacere;
- nu accepta şi nu da mită.

O afacere care se ghidează după principii morale sănătoase este o afacere prosperă.

În ultimul timp, tot mai multe companii îşi asumă **responsabilități sociale**, care deşi nu sunt determinate de lege, aduc beneficii enorme atît societății, cît şi reputației corporative:

- îmbunătățirea condițiilor de viață şi de muncă pentru angajați (referitoare la sănătate; educație; recrutare şi condiții de muncă; pregătire profesională; pensionare; şanse egale şi nediscriminatorii de angajare, promovare şi concediere);
- implicarea în activități legate de protejarea mediului înconjurător;
- protecția consumatorilor;
- sponsorizări pentru educație, arte şi sporturi;
- acte filantropice.

22. Reuşite şi eşecuri în afaceri

Un începător trebuie să conştientizeze că nu este primul care iniţiază o afacere proprie şi că a greşi e omeneşte. Iată primele şi cele mai frecvente greşeli ale începătorilor:

Greşeli în afaceri	Sfaturi
Cercetarea neadecvată şi incorectă a pieței	Nu fă presupuneri cu privire la ceea ce şi-ar dori clientul fără a-l întreba mai întîi pe el.
Evaluarea greşită a concurenților	Evită confruntarea directă cu businessul deja existent.
Lipsa de inovație	Nu te limita la un singur gen de afaceri.
Lipsa de consecvență şi focusare	Stabileşte exact ce trebuie să faci şi ce nu. Urmează pas cu pas angajamentele asumate.
Presupuneri simpliste	Evită sindromul „ceaiului chinezesc" (este bun la orice oră şi oriunde). Alege corect segmentul de piață.
Proiecte ireale	Înainte de a planifica cheltuielile, trebuie să evaluezi potențialii clienți şi termenele de realizare a primelor vînzări. Stabileşte termene cît se poate de reale.
Stabilirea inadecvată a prețurilor	Stabileşte prețuri rezonabile. Află reacția pieței. Prețurile mici nu înseamnă automat vînzări mari, ele presupun că trebuie să ai mai multe vînzări. Calitatea bună nu se potriveşte cu prețurile scăzute şi calitatea joasă - cu prețurile înalte. Piața va accepta prețuri înalte cu condiția că produsele tale, în comparație cu cele ale concurenților, sunt de o calitate mai bună, mai econome, mai durabile, funcționează mai bine, necesită mai puține investiții în deservire etc.
Capital inițial insuficient	Lansarea afacerii te va costa şi va dura mai mult decît era planificat în buget. Include în buget cheltuieli pentru situații neprevăzute.
Prea multe cheltuieli de regie	Păstrează capitalul. Formează-ți o viziune globală față de orice cheltuială. Nu confunda necesitățile cu dorințele.
Lipsa de atenție față de fluxul de numerar	Elaborează cu atenție şi minuțiozitate prognoza pentru fluxul de numerar. Analizează prognoza zilnic şi actualizeaz-o regulat.
Delegarea funcției de vînzări unui angajat	Nimeni nu cunoaşte sau nu poate să înțeleagă mai bine afacerea ta decît tine. Începe cu ceea ce ştii mai bine şi ce îți place mai mult să faci.
Necunoaşterea clienților	Foloseşte cercul tău de cunoştințe. Acordă atenția cuvenită clienților care fac parte din segmentul tău de piață.
Elaborarea unui program de marketing nepotrivit, care nu corespunde produsului sau serviciului în cauză.	Studiază cu mare atenție piața. Foloseşte teste promoționale şi analizează cu atenție rezultatele.
Contarea doar pe vreo doi-trei clienți	Lărgeşte-ți cercul de clienți. Cînd iai o decizie de investiție majoră, nu conta pe venitul obținut de la un client. Elaborează un plan de rezervă în cazul în care clientul cel mai important te părăseşte.
Tratarea incorectă a angajaților	Încearcă să înțelegeți ce îi motivează pe oameni, comunică eficient cu angajații, asigură o delegare optimă a tuturor sarcinilor şi responsabilităților. Formează-ți un stil individual de conducere.
Ignorarea lucrurilor evidente	Monitorizează cu atenție indicatorii-cheie, pentru a reduce pagubele.
Tendința de a acționa de unul singur	Angajează personalul potrivit şi învață să deleghezi responsabilitățile. Angajează un expert în business sau un consultant.
Contractele încheiate în formă orală	Înțelegerile orale pot fi mai uşor încălcate decît cele scrise. Încheie toate contractele doar în formă scrisă.
Lipsa de angajament pentru autoeducație	Rezervă-ți timp pentru autoeducație. Citeşte lunar cel puțin o carte de specialitate sau frecventează cursuri.
Neglijarea componentei de imagine personală	Acordă atenție deosebită următoarelor aspecte: - cartea de business (mini-publicitate); - exteriorul (ținuta); - atitudinea (încrederea în sine); - limbajul gesturilor şi comportamentul (postura, gesturile etc.); - zîmbetul (caracter plăcut); - privirea (manifestație de atenție şi interes); - vocabularul (limbajul folosit); - arta oratorică (tonalitatea, intensitatea, ritmul şi intonația); - maşina (imaginea personală); - locurile frecventate (reflectă stilul şi caracterul).
Amplasarea necorespunzătoare a afacerii	Amplasarea trebuie să fie cît mai aproape de grupul tău țintă şi cît mai accesibilă.

Chiar dacă lumea afacerilor nu întotdeauna este uşoară şi ai de trecut prin greutăţi şi eşecuri, trebuie să-ţi găseşti resursele interioare pentru a merge înainte şi a cîştiga. Nu uita, în afacere nu eşti singur, eşti persoana de care depind mai multe persoane şi procese întregi.

> ***Continuă sa mergi înainte chiar dacă sunt şanse să te împiedici de ceva pe drum, în momentele în care te aştepţi cel mai puţin. Nu am auzit de nimeni care să se fi împiedicat de ceva stînd jos! (Charles F. Kettering)***

Încercarea vină nu are. Cel ce riscă, bea şampanie (desigur în limitele admisibile şi calculate).

Pentru a avea succes în afaceri, ţine cont de următoarele sfaturi:

- Nu considera că toate ideile bune sunt oportunităţi şi vor avea succes.
- Nu permite altora să îţi spună ce fel de afaceri să iniţiezi.
- Nu face concluzia că lipsa competiţiei înseamnă o oportunitate extraordinară.
- Nu căuta concepte de business care vor schimba lumea.
- Fereşte-te de părerile prietenilor şi ale familiei despre ideea ta de afaceri.
- Nu deschide afaceri după principiul „şi eu" – copia exactă a altor afaceri.
- Nu iniţia afaceri care nu coincid cu scopurile tale personale.
- Nu începe afacerea fără a întocmi business planul.
- Fereşte-te de consultanţi care se oferă să elaboreze business planul la un preţ rezonabil.

> ***„Combinaţia de succces în afaceri este: Fă ceea ce faci mai bine… şi fă mai mult din ceea ce faci… „(Jack Welch)***
> ***„Cel mai de succes om de afaceri este cel care se agaţă de elementele vechi atît timp cît acestea sunt bune şi profitabile şi apucă elementele noi imediat ce acestea devin mai bune." (Lee Iacocca)***
> ***„Condu-ţi afacerea, nu o lăsa pe ea să te conducă pe tine." (Benjamin Franklin)***
> ***„Managementul înseamnă să faci lucrurile corect; leadershipul înseamnă să faci ceea ce trebuie." (Peter Drucker)***

Exemple de reuşită

Crescătorie de struţi

Cleopatra Dumitrescu din centrul Republicii Moldova a lansat o fermă de struţi. A lansat afacerea în 1996, inspirîndu-se de cele văzute în SUA. S-a bazat pe experienţa obţinută în urma creşterii păsărilor. Şi-a deschis la început o mică fermă cu 7 struţi adulţi şi cu 12 pui de struţ achiziţionaţi de la diferite ferme din ţările Europei de Vest pentru evitarea consangvinizării. A mai procurat vreo 18 ouă pentru incubat, un incubator şi o maternitate pentru pui. Ferma a fost amenajată în spaţiile care aparţineau cândva colhozului. Astfel, s-a rezolvat rapid problema amenajării fermei deoarece clădirile deja existau şi era nevoie doar să construiască gardurile despărţitoare şi adăposturile. La moment, Cleopatra Dumitrescu creşte 24 de struţi adulţi, reproducători, fiecăruia îi revine o suprafaţă de ţarc exterior de 700-800 metri pătraţi, mult peste normele europene, care prevăd un minim de 250 metri pătraţi pentru o pasăre.

Pînă la vârsta de 1 an, un struţ costă în jur la 60-65 euro. La vîrsta de 1 an, cu greutatea de 90-100 kg, abatorul îi cumpără cu 2,5 euro pentru un kilogram, astfel, obţii un câştig de peste 100 de euro de la fiecare pasăre. Un ou pentru incubat costă între 180 şi 700 de lei, în dependenţă de numărul de bucăţi procurate. Un ou pentru consum costă între 160 şi 400 de lei.

În momentul sacrificării, la vîrsta de 10-14 luni, de la un struţ se obţin 35 kg de carne macră fragedă şi săracă în grăsime, peste 1 metru pătrat de piele şi aproximativ 1,5 kg de pene. Dacă nu sunt sacrificaţi, struţii se păstrează pentru reproducţie: masculul atinge maturitatea sexuală la 30 de luni, femela - la 20 de luni. La naştere, un pui are 25 cm înălţime şi aproximativ 1 kilogram. Creşte cu 25-30 cm pe lună. La maturitate atinge o înălţime de 2,5 m şi o greutate de peste 150 kg. Trăieşte peste 50 de ani.

Crescătorie de şobolani

Mike Hannam, un zugrav din Ottawa (Canada), nu se gîndea că va face afaceri cu… şobolani. El s-a apucat să crească aceste animale ca să aibă cu ce-şi hrăni menajeria formată dintr-un piton şi cîteva şopîrle. Dar şobolanii se înmulţeau atît de rapid încît Mike şi-a văzut în scurt timp cuştile supra-populate. Şi atunci s-a gîndit să vîndă surplusul către alţi posesori de reptile, descoperind astfel că există o foarte interesantă nişă de piaţă, insuficient exploatată.

În următoarele săptămîni, afacerea a prins contur. În primul rînd, Mike a luat legătura cu laboratorul unei universităţi din Ottawa, de unde a obţinut o documentaţie completă despre creşterea rozătoarelor, precum şi cîteva sfaturi competente din partea specialiştilor. Apoi a pus bazele firmei Pied Piper Rats Farm, a închiriat spaţiile gata utilate ale unei fostei crescătorii de nurci şi s-a apucat serios de treabă.

Mike Hannam a început cu două femele şi un mascul. Spre deosebire de alte afaceri, aici nu s-a pus problema "producţiei": sarcina la femela de şobolan durează trei luni şi un singur mascul se poate cupla cu 1.200 de femele pe lună. Datorită acestei capacităţi uriaşe de reproducere, ferma numără acum 6.000 de exemplare. Pentru a-şi vinde marfa, Hannam îşi face reclamă în revistele destinate posesorilor de animale, dar participă şi la diverse spectacole cu animale exotice. Printre clienţii săi cei mai buni se numără grădinile zoologice, unde se găsesc o mulţime de "consumatori": şerpi, şopîrle, vulturi, ulii sau bufniţe, pentru care şobolanii constituie o mîncare de bază. În timp ce posesorii de animale domesticite comandă pană la 100 de bucăţi o dată (la un preţ între 35 de cenţi şi 1,8 $), comenzile grădinilor zoologice înseamnă mai multe mii de exemplare.

Ca mulţi alţi întreprinzători, Mike Hannam a avut necazuri cu Fiscul. Activitatea lui nu a fost asimilată cu cea a unui producător agricol, caz în care impozitele ar fi fost mai mici, pe motiv că el făcea comerţ cu animale de casă. Dar cînd Mike a explicat că şobolanii pe care îi vinde sunt morţi şi congelaţi, ceea ce nu îi face prea atractivi ca animale de casă, inspectorii şi-au schimbat părerea.

Gunoier privat

Tînărul întreprinzator Gotz Klein a găsit o nişă foarte simplă pe piaţa serviciilor din Tubingen. Întrucît pe străzile din centrul oraşului nu era loc suficient pentru maşinile mari de gunoi, el şi-a propus să-şi ofere serviciile de gunoier locuitorilor şi firmelor din zonă.

Ideea sa a prins. În momentul de faţa el ridică peste 10 tone de deşeuri pe lună şi le transportă cu o furgonetă la groapa de gunoi a oraşului. Clienţii săi sunt proprietarii de berării, buticuri, mezelării, dar şi persoane private. Încasările lunare se ridică la 6.000 de euro, din care aproape două treimi înseamnă profit.

Zone aflate în situaţii asemănătoare există şi în Moldova, ca urmare afacerea poate avea succes şi aici. Pentru a demara lucrurile, aveţi nevoie de o autorizaţie de la Primărie, de o furgonetă veche şi de un telefon mobil. Aveţi în vizor în special zonele de case, cu drumuri proaste, unde depozitarea şi ridicarea cu promptitudine a gunoiului casnic constituie o problemă.

"Pentru a avea succes trebuie să pui inima în afaceri şi să ai afacerea în inimă." (Thomas Watson)

ANEXA 1
Test de evaluare a capacității antreprenoriale

Acest test va ajuta viitorul antreprenor să înțeleagă cît de bine poate organiza şi gestiona o afacere. La fiecare întrebare sunt oferite cîte trei variante de răspuns. Se va alege răspunsul mai apropiat la fiecare întrebare propusă, bifînd litera corespunzătoare.

A. Deseori începeți a face un lucru din inițiativă proprie?
a) Eu fac totul singur. Nimeni nu trebuie să mă îndemne.
b) Dacă cineva mă ajută la început, apoi totul merge bine.
c) Cu răbdarea treci şi marea. Dacă este posibil, încerc să nu fac nimic.

B. Ce atitudine aveți față de oameni?
a) Îmi plac oamenii. Mă pot înțelege bine cu oricine.
b) Am mulți prieteni. Nu mai am nevoie de nimeni.
c) Majoritatea oamenilor mă irită.

C. Ați putea fi conducător?
a) Pot atrage după mine mulți oameni, cînd încep un lucru.
b) Pot să dau ordine, dacă cineva îmi spune ce trebuie făcut.
c) Pot să lucrez împreună cu alții, dacă am dorință.

D. Sunteți capabil să vă asumați responsabilități şi să duceți lucrul început pînă la bun sfîrşit?
a) Îmi place să-mi asum responsabilități şi să fac orice lucru pînă la sfîrşit.
b) Pot să-mi asum responsabilități, dacă trebuie, însă prefer să las responsabilitatea pe seama altcuiva.
c) oricînd se va găsi un om energic, care ar vrea să fie în frunte. Eu îi voi oferi cu plăcere responsabilitatea.

E. Sunteți un bun organizator?
a) Înainte de a începe un lucru, prefer să întocmesc un plan. De obicei, anume eu determin consecutivitatea acțiunilor, atunci cînd echipa se pregăteşte de activitate.
b) Toate lucrurile decurg bine în situații ordinare. Dacă apar probleme, este posibil să abandonez lucrul început.
c) Dacă totul este deja organizat şi apare o situație de problemă, eu las lucrurile să se rezolve de la sine.

F. Sunteți un lucrător bun?
a) Pot să lucrez atît cît se cere. Lucrez mult, dacă aceasta este în favoarea mea.
b) Pot să lucrez bine un timp anumit. Însă dacă mă plictisesc, abandonez lucrul.
c) Nu văd sensul de a lucra mult.

G. Sunteți capabil de a lua decizii?
a) Cînd trebuie, pot să iau decizii prompte, care de obicei sunt corecte.
b) Da, dacă am destul timp pentru a medita. Cînd iau decizii pripite, deseori acestea se dovedesc a fi neadecvate.
c) Nu-mi plac situațiile cînd trebuie să iau decizii.

H. Pot oare oamenii să creadă ceea ce spuneți?
a) Desigur. Eu spun doar ceea ce cred cu adevărat.
b) Eu tind să fiu permanent la nivel. Însă uneori spun ceea ce este mai potrivit la acel moment.
c) De ce să-mi fac griji, interlocutorul oricum nu ştie dacă spun sau nu adevărul.

I. Vă țineți promisiunile?
a) Dacă am hotărît să fac ceva, nimic nu mă poate opri.
b) De obicei, termin ceea ce am început dacă lucrurile merg bine.
c) Dacă nu reuşesc ceva dintr-o dată, abandonez. De ce să pierd timpul?

J. Care vă este starea de sănătate?
a) Eu niciodată nu obosesc!
b) Îmi ajunge energie pentru aproape tot ce doresc să fac.
c) Eu simt că obosesc mai repede decît majoritatea colegilor mei.

Numărați cîte răspunsuri ați obținut de tipul: a)_____ b) _____ c) _____.

Majoritatea	Interpretare rezultate
a	Probabil că Dvs. aveți anume acele calități care sunt necesare pentru conducerea eficientă a unei întreprinderi.
b	Posibil să întîlniți greutăți şi ar fi bine să găsiți un partener de încredere, care ar compensa neajunsurile Dvs.
c	Nici chiar un partener bun nu vă va putea ajuta. Gîndiți bine dacă efortul este meritat sau apucați-vă urgent de un antrenament serios!

ANEXA 2
Oficii teritoriale ale Inspectoratului Fiscal de Stat

IFS teritoriale	Adresa	Telefon/Fax
mun.Chişinău	str. Cosmonauţilor, 9	0 22 823302 Fax: 0 22 226180
DAF Centru	2012 str. Mitr. Varlaam, 65	0 22 823185
DAF Buiucani	2004 str. Mihai Viteazul, 2	0 22 823021
DAF Ciocana	2042 str. M. Sadoveanu, 24/1	0 22 823074
DAF Botanica	2043 str. Teilor, 7/2	0 22 823241
DAF Rîşcani	2068 str. Kiev, 3a	0 22 823132
Bălţi	3101 str. Ştefan cel Mare, 128	0 231 23502
Anenii-Noi	6501 str. Sciusev,1	0 265 24744
Basarabeasca	6702 str. Karl Marx, 55	0 297 23040
Briceni	4701 str. Independentei, 28	0 247 22248
Cahul	3901 str. Tolstoi, 2	0 299 29813
Cantemir	7301 str. Trandafirilor, 2	0 273 22287
Călăraşi	4401 str. Alex. cel Bun,130	0 244 22848
Causeni	4301 str. Păcii,14	0 243 22248
Cimişlia	4101 bul. Ştefan cel Mare,10	0 41 22174
Criuleni	4801 str. 31 August,108	0 248 20413
Donduşeni	5101 str. Feroviarilor, 4	0 251 24900
Drochia	5201 bul. Independenţei,15	0 252 23595
Dubăsari	4571 s. Cocieri, str. V. Lupu, 28	0 248 52188
Edineţ	4601 str. Independenţei,101	0 246 24782
Făleşti	5901 str. Moldovei, 20	0 259 23979
Floreşti	5001 str. Victoriei, 2	0 250 22682
Glodeni	4901 str. Suveranităţii, 2	0 249 23873
Hînceşti	3401 str. Mihalcea Hîncu, 123	0 69 23573
Ialoveni	6801 str. Alexandru cel Bun, 57	0 268 22136
Leova	6301 str. Dosoftei, 3	0 263 22437
Nisporeni	6401 str. Suveranităţii, 2	0 264 23535
Ocniţa	7101 str. M. Viteazul, 72	0 271 21146
Orhei	3501 bul. M. Eminescu, 2	0 235 20522
Rezina	5401 str. 27 August, 5	0 254 21870
Rîşcani	5601 str. Independenţei, 44	0 256.23287
Sîngerei	6201 str. Independentei,115	0 262 22690
Soroca	3001 str. Stan Poetaj,10	0 230 23006
Străşeni	3701 str. M. Eminescu, 31	0 237 22061
Şoldăneşti	7201 str. Boris Glavan, 2 A	0 272 22287
Ştefan-Vodă	4201 str. Libertăţii,1	0 242 22350
Taraclia	7401 str. Valeriu Cebanov, 3	0 294 23640
Teleneşti	5801 str. Renaşterii, 69	0 258 22248
Ungheni	3601 str. Naţională, 17	0 236 27302
UTA Gagauzia	3801 str. Comsomolului, 24	0 298 23150
Comrat	3801 str. Comsomolului, 24	0 298 25363
Ceadîr-Lunga	6101 str. Lomonosov, 33	0 291 92539
Vulcăneşti	5301 str. Gagarin, 60	0 293 21613

ANEXA 3
Agenţii teritoriale ale Centrului Naţional de Asigurări în Medicină

IFS teritoriale	Adresa	E-mail, web	Telefon/Fax
Bălţi	MD 3100, mun. Bălţi, str. Sf. Nicolae, 5A	atbalti@cnam.md http://atbalti.cnam.md	0 231 63399
Bender	r-l Anenii Noi, s. Varniţa, str. Tighina 64	ATBender@cnam.md	0 265 46256
Cahul	MD 3900, or. Cahul, str. Stefan cel Mare,16	ATCahul@cnam.md	0 299 22371 Fax:0 299 22371
Căuşeni	MD 4300, or. Causeni, str. Gagarin, 54	ATCauseni@cnam.md	0 243 26122 Fax: 0 243 26503
Chişinău	Mun. Chişinău, str. Vasile Lupu, 18	atchisinau@mail.md www.atchisinau.com.md	0 22 593791
Comrat	MD 3800, mun. Comrat, str. Pobedî, 44, policlinica, etajul 5	ATComrat@cnam.md	0 298 26997 Fax: 0 298 26997
Edineţ	MD 7100, or. Ocnita, str. 50 ani ai Biruintei, 63	ATEdinet@cnam.md	0 271 23854 Fax: 0 271 22203
Hînceşti	or. Hîncesti, str. Mihalcea Hîncu, 238	ATHincesti@cnam.md	0 269 22939
Orhei	MD 3401, or. Orhei, str. Negruzzi, 81	ATOrhei@cnam.md	0 235 20265 Fax: 0 235 20265
Soroca	MD 3000, or. Soroca, str. Alexandru cel Bun,19	ATSoroca@cnam.md	0 230 26418 Fax: 0 230 26418
Taraclia	MD 7400, or. Taraclia, str. Cotovschi, 5a	ATTaraclia@cnam.md	0 294 24142 Fax: 0 294 24142
Ungheni	MD 3600, or. Ungheni, str. Naţională,17	ATUngheni@cnam.md	0 236 22758 Fax: 0 236 22758

ANEXA 4
Agenţii teritoriale ale Casei Naţionale de Asigurări Sociale

IFS teritoriale	Adresa	Telefon/Fax
Anenii-Noi	Anenii-Noi str. 31 August, 4	0 265 21076 0 265 23543 0 265 21078 Fax: 0 265 24646
Bălţi	Bălţi 3100 str. 31 August, 47	0 231 22548 0 231 29052 0 231 22078 0 231 92311 Fax: 0 231 22548
Briceni	Briceni 4700 str. Independenţei, 44	0 247 23536 0 247 25685 0 247 25803 0 247 24977 Fax: 0 247 23536
Cahul	Cahul 3209 Piaţa Independenţei, 6	0 299 32858 0 299 21735 0 299 33574 0 299 36172 Fax: 0 299 32858

IFS teritoriale	Adresa	Telefon/Fax
Cantemir	Cantemir 7301 str. Şt. Vodă, 2	0 273 22569 0 273 23216 0 273 22283 0 273 23216 Fax: 0 273 22569
Călăraşi	Călăraşi 4400 str. M. Eminescu, 19	0 244 23724 0 244 23701 0 244 23225 0 244 21884 Fax: 0 244 23724
Căuşeni	Căuşeni 4300 str. A. Mateevici, 9	0 243 22071 0 243 22962 0 243 24140 0 243 23176 Fax: 0 243 22071
Chişinău	Sec. Botanica 2032 str. Burebista, 108	0 22 532083 0 22 553003 0 22 507608 0 22 559860 Fax: 0 223588
Cimişlia	Cimişlia 4100 str. Sfînta Maria, 7	0 241 22739 0 241 21034 0 241 24185 0 241 21033 Fax: 0 241 22739
Comrat	Comrat 3805 str. Tretiacova, 42/1	0 298 22548 0 298 29132 0 298 23258 0 298 22975 Fax: 0 298 22548
Criuleni	Criuleni 4801 str. Biruinta, 12	0 248 21723 0 248 22788 0 248 20973 0 248 20973 Fax: 0 248 21723
Donduşeni	Donduşeni 5100 str. Comarov, 12	0 251 21135 0 251 24421 0 251 25459 0 251 24411 Fax: 0 251 21135
Drochia	Drochia 5202 b-ul Independentei, 15	0 252 26939 0 252 26940 0 252 24831 0 252 26740 Fax: 0 252 26939
Edineț	Edineț 4601 str. Independenței, 101	0 246 25895 0 246 22686 0 246 22484 0 246 22479 Fax: 0 246 21053

IFS teritoriale	Adresa	Telefon/Fax
Floreşti	Floreşti 5000 str. Victoriei, 2	0 250 24203 0 250 26392 0 250 20441 0 250 26389 Fax: 0 250 24203
Glodeni	Glodeni 4900 str. Tricolorului, 21a	0 249 22548 0 249 25629 0 249 25044 0 249 25700 Fax: 0 249 22548
Hînceşti	Hînceşti 3400 str. M. Hîncu, 123	0 269 25801 0 269 24645 0 269 23106 0 269 25480 Fax: 0 269 25314
Ialoveni	Ialoveni 6800 str. Alexandru cel Bun, 18	0 268 21505 0 268 24174 0 268 22540 0 268 22548 Fax: 0 268 2375
Leova	Leova 6300 str. Unirii, 35	0 263 23273 0 263 24581 0 263 23609 0 263 22249 Fax: 0 263 24581
Nisporeni	Nisporeni 6401 str. Suveranităţii, 10	0 264 23798 0 264 22051 0 264 22538 0 264 23779 Fax: 0 264 23798
Ocniţa	Ocniţa 7101 str. Independenţei, 47	0 271 22548 0 271 24233 0 271 21389 0 271 22205 Fax: 0 271 22548
Orhei	Orhei 3505 str. Vasile Lupu, 113	0 235 22548 0 235 32360 0 235 20276 0 235 23757 Fax: 0 254 2299
Rezina	Rezina str. 27 August, 1	0 254 22991 0 254 21537 0 254 21693 Fax: 0 254 22991
Rîşcani	Rîşcani 5600 str. Ion Neculce, 2	0 256 22548 0 256 24043 0 256 23439 0 256 22895 Fax: 0 256 22548

IFS teritoriale	Adresa	Telefon/Fax
Sîngerei	Sîngerei 6200 str. Vinițchi 2 A	0 262 24350 0 262 24740 0 262 24348 0 262 24244 Fax: 0 262 22548
Soroca	Soroca 3000 str. Ştefan cel Mare, 20	0 230 30164 0 230 22437 0 230 22376 0 230 22427 Fax: 0 230 30164
Străşeni	Străşeni 3701 str. M. Eminescu, 31	0 237 22039 0 237 22725 0 237 23021 0 237 20035 Fax: 0 237 20035
Şoldăneşti	Șoldănești 2770 str. 31 August, 5	0 272 23892 0 272 25712 0 272 25839 0 272 25536 0 272 25671
Ştefan-Vodă	Ștefan-Vodă 4201 str. 31 August, 3	Fax: 0 272 25633 0 242 23502 0 242 25119 0 242 24496 Fax: 0 242 23502
Taraclia	Taraclia 7400 str. Sovetscaia, 46	0 294 23028 0 294 23054 0 294 23465 0 294 23025 Fax: 0 294 23028
Teleneşti	Telenești 5801 str. Renașterii, 87	0 258 24971 0 258 25013 0 258 22197 0 258 24972 Fax: 0 258 24971
Ungheni	Ungheni 3600 str. Gh. Meniuc, 8	0 236 26992 0 236 22683 0 236 23230 0 236 26898 Fax: 0 236 26992
Vulcaneşti	Vulcănești 5300 str. Lenin, 103	0 293 22548 0 293 23287 0 293 23287 0 293 22165 Fax: 0 293 22548

ANEXA 5
Agenţii teritoriale ale Biroului Naţional de Statistică

Denumirea direcţiei (secţiei)	Adresa poştală	Şeful direcţiei (secţiei)	Telefon	E-mail
mun. Chişinău	MD-2028, or. Chişinău, şos. Hînceşti, 53 "a"	*Savva Janeta*	0 22 739581	chisinau@statistica.md
mun. Bălţi	MD-3114, or. Bălţi, str. Victoriei, 96 "a"	*Tertea Ion*	0 231-32021	balti@statistica.md
Anenii Noi	MD-6501, or. Anenii Noi, str. 31 August, 6	*Gavriluţa Valentina*	0 265 22961	aneniinoi@statistica.md
Basarabeasca	MD-6702, or. Basarabeasca, str. C. Marx, 55	*Vlad Valentina*	0 297 22360	basarab@statistica.md
Briceni	MD-4700, or. Briceni, str. Prieteniei, 6	*Traista Vasile*	0 247 23231	briceni@statistica.md
Cahul	MD-3901, or. Cahul, str. M. Funze, 63	*Condraşova Natalia*	0 299 25547	cahul@statistica.md
Călăraşi	MD-4403, or. Călăraşi, str. P. Halipa, 1	*Stratan Zinaida*	0 244 20780	calarasi@statistica.md
Cantemir	MD-7301, or. Cantemir, str. Trandafirilor, 11	*Tabureanu Victoria*	0 273 22059	cantemir@statistica.md
Căuşeni	MD-4304, or. Căuşeni, str. Eminescu, 31	*Sîrghi Victoria*	0 243 22146	causeni@statistica.md
Ceadîr-Lunga	MD-6101, or. Ceadăr-Lunga, str. Lunaciarski, 10	*Butcus Veaceslav*	0 291 23885	clunga@statistica.md
Cimişlia	MD-4101, or. Cimişlia, str. Ştefan cel Mare, 10	*Gîrnaja Maria*	0 241 22642	cimislia@statistica.md
Criuleni	MD-4801, or. Criuleni, str. 31 August, 90	*RotaruTatiana*	0 248 22295	criuleni@statistica.md
Donduşeni	MD-5102, or. Donduşeni, str. A. Donici, 29	*Briceag Tamara*	0 251 22007	donduseni@statistica.md
Drochia	MD-5202, or. Drochia, str. 31 August, 1 "b"	*Sandiuc Dina*	0 252 22600	drochia@statistica.md
Dubăsari (Cocieri)	MD-4571, s. Cocieri, str. Renaşterii, 63	*Ceban Eugenia*	0 248 52474	dubasari@statistica.md
Edineţ	MD-4601, or. Edineţ, str. M. Eminescu, 24	*Greciuhin Silvia*	0 246 22680	edinet@statistica.md
Făleşti	MD-5902, or. Făleşti, str. Moldovei, 27	*Sinica Constantin*	0 259 22430	falesti@statistica.md
Floreşti	MD-5001, or. Floreşti, bd. Victoriei, 42	*Bujac Valentin*	0 250 22308	floresti@statistica.md
Glodeni	MD-4901, or. Glodeni, str. L. Tolstoi, 1	*Ceban Tamara*	0 249 23250	glodeni@statistica.md
Hînceşti	MD-3401, or. Hînceşti, str. M. Cibotaru, 1	*Petcu Valentina*	0 269 24978	hincesti@statistica.md
Ialoveni	MD-6800, or. Ialoveni, str. Alexandru cel Bun, 17	*Covaş Ludmila*	0 268 23995	ialoveni@statistica.md
Leova	MD-6301, or. Leova, str. Unirii, 37	*Gasan Nina*	0 263 22947	leova@statistica.md
Nisporeni	MD-6000, or. Nisporeni, str. Alexandru cel Bun, 61	*Presecaru Zinovia*	0 264 23151	nisporeni@statistica.md
Ocniţa	MD-7101. or. Ocniţa, str. Independenţei, 47	*Patîca Ludmila*	0 271 22565	ocnita@statistica.md
Orhei	MD-3501, or. Orhei, str. V. Lupu, 153	*Lungu Natalia*	0 235 31047	orhei@statistica.md
Rezina	MD-5400, or. Rezina, str. Păcii, 63 "a"	*Budurin Ala*	0 254 22588	rezina@statistica.md
Rîşcani	MD-7101, or. Rîşcani, str. 31 August, 16	*Zorila Ludmila*	0 256 22296	riscani@statistica.md
Sîngerei	MD-6200, or. Sîngerei, str. Independenţei, 136	*Locoman Tatiana*	0 262 29193	singerei@statistica.md
Şoldăneşti	MD-7201, or. Şoldăneşti, str. N. Testemiţanu, 11	*Şempered Tatiana*	0 272 22044	soldanesti@statistica.md
Soroca	MD-3005, or. Soroca, str. Ştefan cel Mare, 128	*Zeru Igor*	0 230 22527	soroca@statistica.md
Ştefan-Vodă	MD-4201, or. Ştefan Vodă, str. Libertăţii, 1	*Bognibov Dmitrii*	0 242 22799	stvoda@statistica.md
Străşeni	MD-3700, or. Străşeni, str. M. Eminescu, 56	*Croitor Vladislav*	0 237 27651	straseni@statistica.md
Taraclia	MD-7400, or. Taraclia, str. Păcii, 7	*Celarscaia Nina*	0 294 25569	taraclia@statistica.md
Teleneşti	MD-5801, or. Teleneşti, str. Vasile Alexandri, 18	*Eşanu Ion*	0 258 22335	telenesti@statistica.md
Ungheni	MD-3600, or. Ungheni, str. Decebal, 21	*Mutu Denis*	0 236 23100	ungheni@statistica.md
Vulcăneşti	MD-5300, or. Vulcăneşti, str. Lenin, 86	*Gaidarji Maria*	0 253 24396	vulcanesti@statistica.md
U.T.A. Găgăuzia (Comrat)	MD-3800, or. Comrat, str. Tretiakov, 36	*Topal Ivan*	0 298 22559	comrat@statistica.md

ANEXA 6
Indicatori financiari

Indicator	Metoda de calcul	Semnificație
Indicatori de lichiditate		
Fondul de rulment net	Active circulante – Datorii TS	Arată partea de active circulante care depășesc datoriile curente, şi reprezintă capacitatea activelor circulante nete de a se transforma în numerar pentru a menține echilibrul financiar şi a face față obligațiunilor scadente ale întreprinderii.
Lichiditatea generală	Active Curente/Datorii pe termen scurt	Indicator al capacității de rambursare a datoriilor pe termen scurt
Lichiditatea imediată	Mijloace băneşti/Datorii pe termen scurt	Indicator al lichidității pe termen scurt
Viteza de rotație a creanțelor	Vînzări nete/Soldul mediu al creanțelor	Indicator al mărimii relative a soldului creanțelor şi al eficienții politicilor de credit
Durata de recuperare a creanțelor	Durata 1 an/Viteza de rotație a creanțelor	Indicator al duratei medii în care se încasează creanțele
Viteza de rotație a stocurilor	Costul producției vîndute/Soldul mediu al stocurilor	Indicator al mărimii relative a stocurilor
Indicatori de profitabilitate		
Marja profitului brut	Profitul brut/Vînzări nete	Se utilizează pentru determinarea contribuției fiecărui leu din vînzări la obținerea profitului net
Viteza de rotație a activelor	Vînzări nete/Soldul mediu al activelor totale	Indicator al gradului de utilizare eficientă a resurselor economice în vederea realizării vînzărilor
Rentabilitatea economică	Profit net/Soldul mediu al activelor totale	Indicator al gradului de profitabilitate al fiecărui leu investit în resursele economice utilizate
Rentabilitatea capitalului propriu	Profit net/Soldul mediu al capitalului propriu	Indicator al gradului de profitabilitate al investițiilor proprietarilor
Indicatori de solvabilitate pe termen lung		
Gradul de îndatorare Gradul de solvabilitate	Datorii totale/Total active	Indicatorii care arată proporția în care activul total este finanțat din alte surse decît cele proprii
	Datorii pe termen lung/Capital propriu	Gradul de finanțare din capital propriu

ANEXA 7
Cadrul normativ pentru antreprenori

Legile Republicii Moldova

- Codul civil al Republicii Moldova
- Codul fiscal al Republicii Moldova
- Codul muncii al Republicii Moldova
- LEGEA bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2012 nr. 270 din 23.12.2011
- LEGEA contabilității nr.113-XVI din 27.04.2007, Monitorul Oficial nr. 90-93/399 din 29.06.2007
- LEGEA cu privire la activitatea farmaceutică nr.1456 din 25.05.1993
- LEGEA cu privire la arenda în agricultură nr.198-XV din 15.05.2003
- LEGEA cu privire la asociațiile de economii şi împrumut nr.139-XVI din 21.06.2007
- LEGEA cu privire la comerţul interior nr.749-XII din 23.02.1996
- LEGEA cu privire la evaluarea conformității produselor nr.186-XV din 24.04.2003
- LEGEA cu privire la franchising nr.1335-XIII din 01.10.1997
- LEGEA cu privire la gaj nr.449-XV din 30.07.2001
- LEGEA cu privire la investițiile în activitatea de întreprinzător nr. 81-XV din 18.03.2004
- LEGEA cu privire la înregistrarea de stat a întreprinderilor şi organizațiilor nr.1265-XIV din 05.10.2000
- LEGEA cu privire la leasing nr.59-XVI din 28.04.2005
- LEGEA cu privire la modul de introducere şi scoatere a bunurilor de pe teritoriul Republicii Moldova de către persoanele fizice nr.1569-XV din 20.12.2002
- LEGEA cu privire la parcurile industriale nr.164-XVI din 13.07.2007
- LEGEA cu privire la parcurile ştiințifico-tehnologice şi incubatoarele de inovare nr.138-XVI din 21.06.2007
- LEGEA cu privire la patenta de întreprinzător nr.93-XIV din 15.07.1998
- LEGEA cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător nr.235-XVI din 20.07.2006
- LEGEA cu privire la protecția concurenței nr.1103-XIV din 30.06.2000
- LEGEA cu privire la protecția muncii nr. 625-XII din 02.07.1991
- LEGEA cu privire la publicitate nr.1227-XIII din 27.06.1997
- LEGEA cu privire la salarizare nr.847-XV din 14.02.2002
- LEGEA cu privire la susținerea şi protecția micului business nr.112-XIII din 20.05.1994
- LEGEA cu privire la vînzări de mărfuri nr.134-XIII din 03.06.1994
- LEGEA fondurilor asigurării obligatorii de asistență medicală pe anul 2012, nr. 271 din 23.12.2011
- LEGEA instituțiilor financiare nr.550-XIII din 21.07.1995
- LEGEA privind achizițiile publice nr.96 din 13.04.2007
- LEGEA privind acordarea de credite preferențiale pe termen lung unor categorii de tineri studioşi nr.1142 din 14.07.2000
- LEGEA privind asigurarea sanitaro-epidemiologică a populației nr.1513 din 16.06.1993
- LEGEA privind asociațiile de economii şi împrumut ale cetățenilor nr.1505-XIII din 18.02.1998
- LEGEA privind cooperativele de întreprinzător nr.73-XV din 12.04.2001
- LEGEA privind gospodăriile țărăneşti (de fermier) nr.1353-XIV din 03.11.2000
- LEGEA privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice şi întreprinzătorilor individuali nr.220-XVI din 19.10.2007
- LEGEA privind mărcile şi denumirile de origine a produselor nr.588-XIII din 22.09.1995
- LEGEA privind protecția mărcilor nr. 38-XVI din 29.02.2008
- LEGEA privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător nr.451-XV din 30.07.2001
- LEGEA privind securitatea generală a produselor nr.422-XVI din 22.12.2006
- LEGEA privind societățile cu răspundere limitată nr.135 din 14.06.2007
- LEGEA privind societățile pe acțiuni nr.1134-XIII din 02.04.1997
- LEGEA privind susținerea sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii nr.206 din 07.07.2006

ANEXA 8
CAIETUL PLANULUI DE AFACERI

PLAN DE AFACERI

Exemplul paginii de titlu:
Între parantezele drepte va trebui să completați planul de afaceri cu informațiile care se referă la firma Dumneavoastră
O idee bună ar fi să puneți o poză color cu produsul dvs. chiar la început.
Includeți următoarele informații:

[Numele Companiei Dvs.]
[Luna, Anul cînd a fost întocmit planul]
Plan de afaceri - copia nr. [x]
Acest document este confidențial. Nu poate fi redistribuit.

[Numele persoanei]
[Titlul]
[Adresa juridică]
[Oraşul, Codul poştal]
[Telefon]
[E-mail]
[Pagina Web]

Cuprins

Iată un exemplu de cuprins. La terminarea planului, asigurați-vă că ați modificat numerele de pagină

Rezumatul afacerii

1. **Misiunea**

2. **Prezentarea companiei** (Date privind înregistrarea firmei. Forma organizatorico-juridică. Fondatorii. Domeniul de activitate.)

3. **Afacerea** (Scopul şi obiectivele afacerii. Amplasarea. Sedii. Parteneri.)

4. **Produsul sau serviciul** (Caracteristicile tehnologice, calitative. Asortimentul, nomenclatura. Ambalajul, design-ul. Cataloage, fotografii, schițe.)

5. **Piața şi strategia de marketing** (Caracteristicile pieții, structura şi mărimea acesteia. Evoluția pieței. Cota de piață a firmei. Clienții actuali şi potențiali. Analiza necesității consumatorilor. Politica de preț. Canalele de distribuție. Promovarea produsului/serviciului. Strategii de vînzare.)

6. **Concurența** (Concurenții. Avantaje comparative.)

7. **Riscuri/Oportunități** (Analiza SWOT.)

8. **Echipa de conducere** (Echipa managerială şi caracteristicile acesteia. Necesarul de personal. Structura organizatorică.)

9. **Capital necesar** (Strategia de achitare a datoriilor.)

10. **Plan financiar** (Informații şi raporturi contabile. Fluxuri monetare periodice (trimestriale, lunare, anuale, etc.). Estimări ale vînzărilor, veniturilor sau cheltuielilor trimestriale, lunare sau anuale, în funcție de cerințele investitorilor sau societăților creditoare.)

Concluzii

Anexe şi referințe

Rezumatul afacerii

Dacă această prezentare nu are succes, planul dvs. de afaceri nu va fi niciodată cumpărat de către investitori. Vă recomandăm să formulați această scurtă prezentare după finalizarea planului de afacere. Avînd în vedere faptul că scopul acestei scurte prezentări este de a capta atenția investitorului, ea trebuie să fie scurtă, clară şi concisă.

- **Misiunea**

Misiunea companiei noastre este [*descrieți scopul principal al companiei sau pur şi simplu anunțați misiunea*].

- **Prezentarea companiei**

[*Compania*] a fost înființată pe [*data*] şi [*descrieți cu ce se ocupă, de ex. fabricarea produselor pentru copii, distribuirea de creioane, prestator de servicii medicale*]. Este o [*forma organizatorico-juridică, de ex. S.R.L., S.A. etc*]. Sediul principal al companiei este [*adresa principală precum şi adresa altor facilități*].

- **Afacerea**

Producem [*descrierea produsului pe care îl fabricați sau serviciului pe care îl prestați*]. Compania noastră se află în [*stagiu de proiect, curs de înființare, creştere*], şi tocmai a [*proiectat primul produs, angajat primul agent de vînzări, înregistrat prima comandă națională*].
În ultima [*perioadă*], compania noastră a atins o cifră de afaceri de [*x*] şi a înregistrat [*profit, pierdere, pragul de rentabilitate*]. Prin finanțarea descrisă în continuare, compania noastră se aşteaptă să crească cifra de afaceri la [*x*] şi profitul brut la [*x*] în anul [*xxxx*] şi să atingă o cifră de afaceri de [*x*], precum şi un profit brut de [*x*] pentru anul [*xxxx+1*]. Putem obține toate acestea deoarece fondurile respective ne vor permite să [*descrieți modul în care veți utiliza fondurile, de ex.: a) marketing pentru noul produs, b) construirea sau extinderea facilităților, pentru a face față ofertei mai mari, c) adăugarea de noi locații de vînzare en-detail sau a altor metode de distribuție, d) intensificarea cercetării şi dezvoltării de noi produse, sau îmbunătățirea celor existente*]

- **Produsul sau serviciul**

Descrieți produsul sau serviciul în termeni uşor de înțeles.
[*Compania*] produce următoarele: [*scurtă listă cu produsele oferite, clasificate după cît de multe vînzări generează sau după importanța lor în linia de producție*].
Alternativ, [*Compania*] prestează următoarele servicii: [*scurtă listă cu serviciile prestate, clasificate după cît de multe vînzări generează sau după importanța lor în linia de producție*].
În prezent, [*serviciul sau produsul*] nostru este în stadiu [*incipient, de creştere, de maturitate*]. Avem planificat să continuăm cu acest [*produs sau serviciu*], cu următoarele modificări de extindere a liniei: [*x, y şi z*].
Factorii determinanți în [*fabricarea produsului sau prestarea serviciului nostru*] sunt [*x şi y*]. [*Produsul sau serviciul*] nostru este unic prin aceea că [*x, y sau z*] şi/ sau avem un avantaj pe piață deoarece [*licență, promptitudine, nume de marcă*].

- **Piața şi strategia de marketing**

Ne definim piața ca [*producere şi vînzare de ...*]. *Care sunt clienții dvs.? Unde se află şi cum veți ajunge la ei? Cum îi veți educa pe clienți să cumpere de la dvs.?*

- **Concurența**

Concurăm direct cu [*numele competitorului*] - sau - Nu avem nici un competitor direct, dar există substituenți pentru [*produsele sau serviciile*] noastre pe piață. [*Produsul sau serviciul*] nostru este unic deoarece [*x*] şi/sau avem un avantaj competitiv datorat [*promptitudinii, numelui de marcă, costurilor mici de producție*].

- **Riscuri/Oportunități (Analiza SWOT)**

Cele mai mari riscuri pentru afacerea noastră în acest moment sunt [*riscul de piață, riscul de preț, riscul de producător, riscul de management*]. Considerăm că putem să înlăturăm aceste riscuri deoarece [*x*]. Oportunitățile care ni se oferă sunt semnificative; avem posibilitatea să [*dominăm o nişă a pieței, devenim o companie puternică în industrie*] dacă [*x*].

- **Echipa de conducere**

Echipa managerială şi caracteristicile acesteia. Necesarul de personal.
Echipa noastră are următorii membri, care să implementeze planul: [*x*] bărbați şi femei, care înglobează [*x*] ani de experiență; [*y*] ani de marketing, [*y*] ani în dezvoltarea produsului şi [*y*] ani în [*altele*].

- **Capital necesar**

Avem nevoie de [*x*], fapt care ne-ar permite să [*descrieți de ce aveți nevoie de fonduri şi de ce această oportunitate merită luată în considerare*]. Putem garanta şi ieşi din acest [*împrumut, investiție*] în [*x*] ani, prin [*dividend din profitul în exces, re-capitalizări, vînzarea companiei sau ofertă publică*].

- **Plan financiar**

Resurse financiare necesare realizării planului. Rezultate economico-financiare aşteptate.
În acest moment, investitorul trebuie să aibă o idee clară despre stadiul actual al afacerii. Dacă îl plictisiți sau dacă va găsi greu informațiile de care are nevoie, nu va mai sta la discuții. Trebuie să îi oferiți o imagine de ansamblu, chiar dacă este succintă, a situației financiare şi situației vînzărilor.

	Anul trecut	**Anul acesta**	**Anul viitor**	**Peste doi ani**	
Vînzări:					
Profit brut:					
Impozitul pe profit:					

	Sumar al Bilanțului Contabil	
Active:		
Pasive:		
Valoarea nominală:		

În continuare descrieți detaliat toate punctele incluse în planul dvs de afaceri.

1. Misiunea

Țelul nostru este de a deveni [*descrieți obiectivul major al companiei; de ex.: liderul în fabricarea şi comercializarea roților de marcă, sau primul nume în industria brînzeturilor slabe*].
Aspirăm să dobîndim o reputație pe piață ca fabricant şi distribuitor de [*produse ce salvează din timp, care sunt mai bune, vîndute la un preț cinstit pe piața {x}*]. Putem obține acest lucru prin [*dezvoltarea promptă a produselor, înțelegerea clară a tendințelor şi nevoilor de pe piață, etc*].

Pentru a ne atinge obiectivul, [*numele companiei*] are nevoie de [*capital, facilități mai mari şi mai eficiente*]. În acest scop, dorim să tratăm părțile interesate, clienții, precum şi societatea cu [*descrierea reputației pe care şi-o dorește compania*]. Aceste grupuri văd compania noastră ca [*descrieți beneficiile pe care fiecare din aceste grupuri le-ar avea dacă s-ar asocia companiei dvs*].

2. Prezentarea companiei

Date privind înregistrarea firmei. Forma organizatorico-juridică. Fondatorii. Domeniul de activitate.

[*Compania*] a fost înființată pe [*data*] şi [*descrieți cu ce se ocupă, de ex. fabricarea produselor pentru copii, distribuirea de creioane, prestator de servicii medicale*]. Este o [*forma organizatorico-juridică, de ex. S.R.L., S.A. etc*]. Sediul principal al companiei este [*adresa principală precum şi adresa altor facilități*]. Avem aproximativ [*x*] mp de birouri şi [*x*] mp de [*fabricație sau depozitare*]. Capacitatea actuală este [*x*] unități pe lună. Dacă depăşim [*x*] unități pe lună, vom avea nevoie de spațiu suplimentar. Ne aşteptăm ca facilitățile existente să rămînă în conformitate cu cerințele companiei pentru încă [*2 ani, un an, o săptămînă*] după finanțare.

[*Numele companiei*] activează în industria [*cu mediu toxic, de muniție şi armament, inginerie genetică, explozibil*] sau [*foloseşte substanțe controlate în procesul de fabricație sau de prestare a serviciilor*] şi cade sub jurisdicția [*numele agenției guvernamentale*].
[*Numele companiei*] are toate autorizațiile necesare de funcționare şi are toate inspecțiile la zi. Aceste autorizații includ: [*scurtă listă şi descrierea lor*].

Explicați modul în care lucrați în colaborare cu alte companii pentru a îmbunătăți performanțele companiei dvs.

[*Numele companiei*] a dezvoltat alianțe strategice importante şi profitabile cu următoarele companii mai mari, şi mai puternice: [*descrieți fiecare companie, poziția ei pe piață, detalii despre parteneriat, precum şi riscurile implicate*]. De exemplu, avem contracte de colaborare pe marketing cu [*x*], care este [*liderul pe piață pentru ...*], fapt care ne va permite să vindem împreună cu ei [*de ex: creioanele noastre pentru copii*]. Susținerea reciprocă în vînzările en-detail, precum şi posibilitatea de a colabora pentru vînzările en-gross cu baza lor de clienți, ne pot ajuta să penetrăm piața mult mai repede. Riscul în acest parteneriat este acela că ei ar putea [*decide să vîndă ei înşişi creioane*] şi să ne elimine astfel din proces.

Un altfel de relație strategică de pe urma căreia beneficiază compania este dezvoltarea noastră ca societate pe acțiuni, împreună cu [*x*]. Singuri nu am putea niciodată să finanțăm cercetarea pentru noul tip de [*brînză elvețiană degresată, care se topeşte fin*], dar, avînd acces la cercetările lor anterioare [*legate de topire*] vom putea reduce la jumătate timpul necesar dezvoltării noului produs. Prin folosirea [*echipamentului sau oamenilor*] lor, care nu erau folosite la maximum, am putut să evităm costurile legate de [*capital, salarii adiționale*]. Ne-am înțeles să plătim o taxă de [*x*] către acest partener pentru rolul său în succesul final al produsului.

Avem o legătură strategică cu o serie de furnizori. În schimbul unei angajări de a cumpăra [*mai mult de 80% din materia primă necesară de la ei*], au fost de acord să [*nu aprovizioneze piața pentru cel mult şase luni, sau să ne ofere un preț preferențial*].
[*Numele companiei*] are de asemenea relații strategice de [*de ex: fabricare de echipament original*] cu o serie de clienți. Acest lucru ne permite să vindem un volum mare şi constant de [*de ex: roți pentru role*] către [*de ex: producători de cizmărie, care le folosesc pentru a vinde seturi complete de patine*]. Acest lucru face ca multe dintre produsele noastre să ajungă pe piață, deşi nu asigură recunoaşterea mărcii.

3. Afacerea

Scopul şi obiectivele afacerii. Amplasarea. Sedii. Parteneri. Eventuali investitori.

[*Numele companiei*] este un [*producător, distribuitor, comerciant, prestator de servicii*] pentru [*descrieți produsul sau serviciul*]. Compania se află în faza [*de proiect, incipientă, de creştere*], cînd tocmai a [*dezvoltat un nou produs, angajat primul agent de vînzări, înregistrat prima comandă națională*].

4. Produsul sau serviciul

Explicați modul în care produsul dvs. funcționează, sau modul în care este folosit serviciul oferit de dvs.
Caracteristicile tehnologice, calitative. Asortimentul, nomenclatura. Ambalajul, design-ul. Cataloage, fotografii, schițe.
Ce necesități ardente pe piață satisface bunul oferit de dvs.? Ce aduceți nou pe piață?

[Compania] produce următoarele produse: [*lista cu produse va fi inserată aici, în ordinea celor mai mari vînzări, sau a importanței pentru linia de producție*]. Asigurați-vă că cititorii vor putea face referire la poze ale produsului, diagrame, licențe, sau alte materiale descriptive.
Sau:
[*Compania*] prestează următoarele servicii: [*lista cu serviciile prestate va fi inserată aici, în ordinea celor mai mari vînzări, sau a importanței pentru linia de producție*].

În prezent, [*produsul sau serviciul*] nostru este în faza [*incipientă, de creştere, de maturitate*]. [*Produsul sau serviciul*] a fost prima dată proiectat în [*xxxx*] şi a fost îmbunătățit sau re-proiectat de [*x*] ori de atunci.
Puneți la dispoziție un istoric al dezvoltării produsului, introduceri şi îmbunătățiri care au dus la ceea ce este produsul azi. Forma tabelară este cea mai indicată.

Aspecte sau caracteristici unice ale produsului

Acesta este un paragraf extrem de important. Investitorii trebuie să remarce ceva unic, în proprietatea sau sub protecția companiei dvs, legat de produs sau serviciu.

Produsele noastre sunt unice pentru că [*ingredientul secret, licența noastră de producție, procesul de fabricație pe care îl deținem*].

Există şi alte companii pe piață care pot oferi [*produse sau servicii*] oarecum similare, dar suntem capabili a ne diferenția pe piață deoarece [*x*].
Am [*aplicat sau obținut*] licența pentru [*x*], pe care o puteți găsi în anexa [*x*]. Produsul nostru de bază, [*x*], se adresează următoarelor nevoi ale consumatorilor: [*x*], şi le aduce următoarele beneficii: [*x*].
Spuneți-ne despre caracteristicile unice care măresc valoarea liniei de producție sau procesului pentru consumatori şi modul în care transformați aceste caracteristici într-un avantaj competitiv pentru companie.

Cercetare şi dezvoltare
Cercetarea şi dezvoltarea în cadrul companiei se bazează pe [*numele persoanei sau companiei contractate*], al cărui obiectiv major este de a folosi ceea ce există pe piață pentru [*a proiecta produse care rezolvă anumite probleme, sau aduc beneficii superioare clienților*]. În ultima [*perioada*], rezultatele activității de cercetare şi dezvoltare au fost următoarele produse şi inovații: [*lista cu produse şi inovații*]. [*Numele companiei*] a cheltuit [*% din venituri*] anul trecut pentru cercetare şi dezvoltare, şi îşi propune să cheltuiască [%] în următoarea [*perioadă*].

Cîteodată, activitatea noastră de cercetare şi dezvoltare aduce inovații fără să folosească date de pe piață sau de la clienți. Criteriul nostru de selecționare a produselor în acest caz este următorul: [*cerințe de investiție relativ mici, rezultate pozitive de pe urma investiției, compatibilitate cu strategia actuală, fezabilitate în dezvoltare şi producție, risc relativ mic, cumpărător comun*].

Activitatea noastră de cercetare şi dezvoltare va necesita resurse suplimentare în viitor. Acestea vor include [o*ameni, cheltuieli cu capitalul*] pentru a [*accelera procesul de dezvoltare, testa rezultatele într-o manieră mai eficientă*].

Produse noi şi produse secundare.
Raspunzînd la nevoile pieței, ne propunem să îmbogățim [*produsul sau serviciul*] cu extinderea gamei, care să includă [*x, y şi z*]. Ne propunem să introducem pe piață aceste produse în perioada [...], care corespunde [*unei expoziții comerciale mari, eveniment industrial*]. Pe lîngă aceasta, ne propunem să introducem următoarele produse noi în sezonul următor: [*x, y şi z*].

Producția
[*Produsul, serviciul*] nostru este [*fabricat de noi, asamblat de noi din componente achiziționate de la diferiți furnizori, (serviciul) prestat de angajații noştri, sau sub-contractat unor consultanți de teren*]. [*Materiile prime, componentele*] folosite pentru produsele noastre sunt direct disponibile de la mai mulți furnizori, care îndeplinesc standardele noastre de calitate.
Factori determinanți în [*fabricarea produsului nostru sau prestarea serviciului oferit de noi*] sunt [*x şi y*].
Enumerați şi explicați cerințele legate de utilaje, materiale şi muncă. Sunt elementele de mai sus la îndemînă? Aveți diferite variante de furnizori? Faceți o listă cu cerințele de inventar, calitate şi valoare tehnică, precum şi materiale periculoase.

Unicitatea
[*Produsul sau serviciul*] nostru este unic deoarece [*x, y sau z*] şi/sau avem un avantaj pe piață datorită [*licenței, promptitudinii, mărcii*] noastre.

5. Piața
Caracteristicile pieții, structura şi mărimea acesteia. Evoluția pieței. Cota de piață a firmei. Clienții actuali şi potențiali. Analiza necesității consumatorilor. Politica de preț. Canalele de distribuție. Promovarea produsului/serviciului. Strategii de vînzare.
Din păcate, aceasta este secțiunea cea mai importantă dar şi cea mai slab prezentată în majoritatea planurilor de afaceri. Străduiți-vă să caracterizați cît mai amplu piața pe care concurați şi care sunt avantajele dvs pe piață.

Definirea pieței
[*Ne aşteptăm să concurăm, Concurăm*] în cadrul [*definiți nişa*] din [*definiți industria*]. Această piață a fost de aproximativ [**x**] la [*en-gross, en-detail*] ultima [*perioadă disponibilă*], conform [*sursei citate*]. Considerăm că tendința majoră pe viitor în acest sector industrial se va axa pe [*mediul înconjurător, calitate sporită, orientat pe valoare*], în ceea ce priveşte produsele oferite. Cercetarea de piață făcută de [*citați sursa*] sugerează faptul că această piață va [*creşte/scade*] la [*x*] pînă în anul [*xxxx*]. Ne aşteptăm ca nişa unde noi concurăm să [*crească, scadă, se mențină la nivelul actual*] în acest timp. Forțele majore care pot afecta aceasta sunt [*scăderea costurilor la calculatoare, explozia afacerilor domestice, tendința familiilor numeroase de a avea mai puțini copii - şi de a-şi răsfăța animalele de casă*]. Aria cu cea mai mare creştere în industrie va fi [*x*].
Identificați sursele de unde aveți aceste informații, precum şi cît de actuale sînt.

Segmentul de piață
Ne definim segmentul de piață ca [*segmentul pentru instrumente de scris şi desenat din industria produselor destinate şcolilor/familiilor/birourilor, segmentul produselor degresate din industria alimentară*]. Acest segment a fost [schimbător, stabil] în ultimii ani. Experții din industrie [*numiți-i*] estimează că [*x*] va fi caracteristic pentru următorii ani.
Segmentele de piață mari sunt [*segmentul a, segmentul b, segmentul c*].

Faceți o listă generală cu tipurile de clienți la care e posibil să ajungeți
Segmentul [*a*] de pe piață se bazează pe [*tipul produsului*], care se vinde la prețuri cu amănuntul între [*x şi y*]. Cea mai mare parte a vînzărilor din acest segment se face prin livrare cu ajutorul [*cataloagelor, detailiştilor, agenților producători etc.*].
Un consumator tipic pentru produsul nostru este o persoană care, poate, în prezent, foloseşte [*un produs sau serviciu alternativ*] pentru [*anume scop*]. Ei sunt motivați să cumpere produsul nostru deoarece [*este valoros, de calitate, folositor*]. Cunoaştem toate acestea din [*răspunsurile date de consumatori, informații strînse la expoziții, cercetări prin anunțuri*] şi considerăm că produsele noastre sunt percepute de consumatori ca fiind [*de valoare, cu performanțe superioare, cu un gust extraordinar*].
Produsul nostru are totuşi următoarele neajunsuri: [*preț mai mare decît majoritatea sortimentelor de brînză, identificare slabă a mărcii pe piața bunurilor de consum*]. Încercăm să poziționăm produsul nostru pe locul [*x*], pentru a reduce această vulnerabilitate.

Marketing. Strategii de vînzare

Planul nostru de marketing se bazează pe următoarele fundamente:
Ne aşteptăm să penetrăm segmentul [*x*] de pe piaţă/pieţe. Vom reuşi acest lucru prin folosirea [*vînzării cu de-amănuntul, comandă prin poştă, marketing multidimensional, Internet*] ca şi canal(e) primar(e) de distribuţie. În timp, avem planificată capturarea a [*%*] din cota de piaţă.

Poziţionarea

Ne vom poziţiona produsul ca [*avînd valoare mare comparativ cu preţul, de calitate superioară, ieftin şi atractiv*], care reprezintă puncte neatacate încă de concurenţi. Un grup demografic în mod special, anume [*bătrînii, generaţia X*] are anume nevoie de acest produs. Ne vom ajusta poziţionarea produsului în concordanţă cu aceasta.

Preţul

Strategia noastră de preţ este [*descrieţi strategia sau, cel puţin, filozofia*]. Am ajuns la această strategie de preţ prin [*costuri, obiectivele de profit brut, preţurile pieţei, valoarea percepută*]. Revizuim strategia de preţ [*lunar, trimestrial, anual*] pentru a ne asigura că nu se pierde nici un profit potenţial. Clienţii par să fie dispuşi să plătească pînă la [*x*], deoarece [*explicaţi motivele*].

Canalele de distribuţie

Canalele de distribuţie pe care le folosim pentru produsul nostru sunt [*vînzători en-gross, cataloage, vînzători cu de-amănuntul etc*]. Aceasta este cea mai potrivită cale pentru ca produsul să ajungă la consumatori deoarece [*profilul consumatorului, geografie, fluctuaţii sezoniere*].
Concurenţa foloseşte [*vînzători en-gross, cataloage, vînzători cu amănuntul etc*]. Canalul nostru de distribuţie se va dovedi mai avantajos, deoarece [*x*].

Clienţii noştri actuali cei mai importanţi sînt: [*primii cinci, cu una sau două propoziţii descriptive pentru fiecare*]. Graficul ataşat [*vezi anexa z*] demonstrează modul în care produsul nostru ajunge la consumator.

Publicitate, promovare, expoziţii cu vînzare

Scopul dvs. este de a introduce, promova şi susţine produsele dvs. pe piaţă. Deşi considerată un cost, o campanie publicitară bine planificată şi executată este de fapt o investiţie.
[*Numele companiei*] a dezvoltat o strategie de publicitate şi promovare completă, care va fi pusă în aplicare de cea mai bună companie în domeniu, îndată ce se obţin fondurile necesare. Vom fi prezenţi în cîteva reviste naţionale, precum şi în presa comercială. Ne vom proiecta singuri anunţurile publicitare şi ne vom implica în campaniile publicitare ale partenerilor noştri. Planul nostru publicitar este de a menţine permanent legătura cu editorii şi scriitorii [*jurnalelor comerciale ce deservesc sectorul nostru industrial*]. Vom căuta de asemenea subiecte care să [*ne crească reputaţia, ne facă cunoscuţi consumatorilor*]. Ne propunem să promovăm produsul în diverse moduri [*sampling la faţa locului, demonstraţii cu ocazia unor evenimente speciale, donaţii către colectorii de fonduri*], precum şi prin alte evenimente cu grad mare de îndatorare. Obiectivul întregii campanii de promovare este de a [*extinde audienţa, poziţiona produsul nostru pe un loc fruntaş din punct de vedere al mărcii, strînge legătura noastră cu comunitatea*].

[Numele companiei] participă la următoarele expoziţii cu vînzare: [...]
Puneţi la dispoziţie o listă ce descrie pe scurt organizaţiile care sponsorizează şi care participă la expoziţii, precum şi prezenţa dvs. acolo.
Beneficiem de o [*vitrină de x metri ce ne permite să prezentăm produsele existente şi să le introducem pe cele noi, sau preferăm să participăm la tîrgurile expoziţionale ca vizitatori şi să ne plimbăm, în timp ce prezentăm produsele numai unor cumpărători calificaţi, care vor veni la sediul nostru din apropiere*]. *Următorii factori sunt luaţi în considerare în momentul în care decidem sau nu să participăm la un tîrg expoziţional: ne va ajuta acest eveniment să transmitem mesajul companiei noastre către audienţa ţintă? Are importanţă locul unde se ţine tîrgul? Este perioada de timp bună? Este un eveniment ce "nu trebuie ratat"?*

6. Concurenţa

Spuneţi-ne despre competitorii dvs. în ceea ce priveşte produsul, preţul, localizarea, promovarea, managementul şi poziţia financiară. Informaţiile false sau incomplete se traduc aici prin neonestitate şi neglijenţă faţă de investitori, bancheri etc. Nu vă înşelaţi singuri (şi nu-i înşelaţi pe investitori) în ceea ce priveşte concurenţa.
Consultaţi fişierele industriale din biblioteca locală. Căutaţi baze de date on-line, care pun la dispoziţie profiluri competitive ale altor companii. Citiţi revistele industriale şi căutaţi agenţiile de publicitate.

Nu avem nici un competitor direct, dar pe piaţă există [*produse sau servicii*] alternative sau competitorii noştri direcţi sunt [*a, b şi c*].

Puneţi la dispoziţie un exemplu pentru fiecare [*de ex: Acme Inc. este o companie producătoare şi distribuitoare de creioane în regiunea de nordest, ce atinge vînzări de 3 milioane de dolari. Acme Inc. este o filială a Acme Corp, companie publică, cu cifra de afaceri atingînd 800 milioane de dolari. Filiala vinde creioane, stilouri şi alte instrumente de scris şi desenat. Tendinţa recentă pentru filială a fost de staţionare, deoarece compania mamă nu a pus la dispoziţie capitalul necesar pentru modernizarea echipamentului. Acme Inc. este condusă de un Vice Preşedinte, care este acolo de şase luni. Fostul manager a lucrat pentru Acme Inc. 11 luni*]

Competitorii [*folosesc/nu folosesc aceleaşi canale de distribuţie ca şi noi, fac publicitate în aceleaşi/în alte ziare comerciale*]. Dacă publicitatea este regulată, probabil că este eficientă!

[*Produsul sau serviciul*] nostru este unic deoarece [*x*] şi/sau avem un avantaj competitiv datorat [*promptitudinii, numelui de marcă, costurilor de producţie mici*].

7. Riscuri/Oportunități. Analiza SWOT

Există de asemenea și o altă parte importantă a planului de afaceri. Cunoașterea riscurilor și întocmirea unei strategii sunt obligatorii pentru a putea atrage un investitor. Există mai multe tipuri de risc, mai ales printre afacerile înfloritoare, întreprinzătoare. Asigurați-vă că ați luat în calcul aceste lucruri și găsiți pentru fiecare o strategie adecvată.

Analiza SWOT = metodă de planificare strategică, utilizată pentru a evalua factorii și fenomenele ce afectează un proiect sau o întreprindere.

Această metodă permite de a stabili scopurile proiectului și de a identifica factorii interni și externi ce facilitează sau stagnează realizarea lor

Analiza SWOT	Influență pozitivă	Influență negativă
Factorii interni	**Strengths/puncte forte** (calitățile proiectului sau a personalului, care oferă avantaje față de ceilalți implicați în proces)	**Weaknesses/puncte slabe** (aspectele ce slăbesc proiectul)
Factorii externi	**Opportunities/oportunități** (posibili factori externi care oferă oportunități secundare în realizarea scopului)	**Threats/amenințări** (posibili factori externi care pot îngreuna realizarea scopului)

Puncte forte Ce faceți bine? Ce resurse aveți? Ce avantaje aveți față de concurență?	**Puncte slabe** Ex. lipsa de experiență, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capacitate, oferta de servicii inferioară sau o localizare slabă a afacerii dumneavoastră.
Oportunități Ex. rezultatul creșterii pieței, schimbului în stilul de viață, rezolvarea problemelor asociate cu situații curente, o percepție pozitivă a afacerii dumneavoastră din partea pieței sau capacitatea de a oferi o valoare mai mare ceea ce va crea o cerere crescută pentru serviciile oferite.	**Amenințări** Ex. concurența, creșterea intolerabilă a prețurilor de către furnizori, reglementări guvernamentale, căderi economice, efect negativ al media, schimbări în comportamentul consumatorilor care să vă reducă vînzările sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care să facă produsele, serviciile sau echipamentele demodate.

Dacă vom fi capabili să depășim aceste riscuri, compania noastră va avea posibilitatea să [*domine o nișă pe piață, devină o putere în industrie*]. Considerăm că marca noastră poate deveni cunoscută ca [*locul unde întreprinzătorii găsesc finanțare, locul unde oamenii găsesc bunul gust*]. Considerăm că vom putea atinge acest obiectiv în următorii [*x*] ani.

În mod special, produsul nostru de bază [*x*] are posibilitatea de a [*schimba industria, afecta multe vieți, îmbunătăți performanțele în domeniul [x]*]. Acest lucru ne-ar da în acelaşi timp posibilitatea de a încerca piețe pe care încă nu le-am abordat, cum ar fi [*vînzări internaționale, piața etnică, gen X*].

8. Echipa de conducere

Echipa managerială și caracteristicile acesteia. Necesarul de personal. Structura organizatorică

Echipa noastră are următorii membri să implementeze planul: [*x*] bărbați și femei, care înglobează [*x*] ani de experiență; [*y*] ani de marketing, [*y*] ani în dezvoltarea produsului și [*y*] ani în [*altele*].

Dacă aveți mai mult decît cîțiva oameni care să ocupe aceste posturi, sunteți norocoși. Spuneți-ne pe cine vă bazați, ce vîrstă au și cît dețin din acțiunile companiei.

Manageri și angajați de bază	***Vîrsta***	***Acțiuni***
[A], Președinte		
[B], Vice Președinte pe Marketing		
[C], Vice Președinte pe Vînzări		
[D], Vice Președinte pe Finanțe		
[E], Vice Președinte pe Cercetare și Dezvoltare		
[F], Vice Președinte pe Producție		
[G], Controlor		
[H], Companie de Avocați		

Proprietate

Compania are [*x*] acțiuni autorizate pentru capitalul social, dintre care [*x*] emise. Următoarele persoane sau organizații sunt proprietari semnificativi ai companiei:

Nume	***Nr. Acțiuni deținute***	***% Proprietate***
[A. B. Fondatori]	52	[52%]
[C. R. Inventatori]	22	[22%]
Echipa de conducere	10	[10%]
Alți investitori	10	[10%]

Suport profesional
Am adunat împreună o echipă de specialişti, dintre care [*Companie de avocaţi*] [*Companie de contabilitate*] [*Alţi consultanţi*]
De asemenea, am asigurat asistenţa şi sprijinul următorilor experţi în industrie şi afaceri, pentru a ajuta în procesul decizional, strategic, precum şi în definirea oportunităţilor.

Puneţi în evidenţă membrii consiliului de directori, oferind detalii referitor la ce experienţă au, precum şi cu ce persoane sau instituţii importante pot face legătura.

9. Capital necesar
Spuneţi de ce capital aveţi nevoie şi care este strategia de achitare a datoriilor.

Avem nevoie de [*x*], care să ne asigure creşterea pentru următorii [*doi ani, un an, o lună*]. În acelaşi timp, vom avea nevoie de încă [*x*] pentru a ajunge la un flux monetar pozitiv.

Faza iniţială de finanţare va fi folosită pentru a [*completa dezvoltarea, achiziţiona echipament, introduce şi comercializa noua/următoarea noastră linie de produs, finanţa capitalul circulant, cumpăra un competitor*].

Putem acoperi acest [*împrumut, investiţie*] în [*x*] ani, prin [*dividend din profiturile în exces, recapitalizare, vînzarea companiei, ofertă publică*].

Definiţi de cît timp aveţi nevoie pentru a rambursa împrumutul, sau oferi un profit investitorilor. Şi spuneţi-ne modul în care se vor face rambursările, precum şi strategia care va fi folosită pentru a acoperi împrumutul.

10. Plan financiar
Informaţii şi raporturi contabile. Fluxuri monetare periodice (trimestriale, lunare, anuale, etc.). Estimări ale vînzărilor, veniturilor sau cheltuielilor trimestriale, lunare sau anuale, în funcţie de cerinţele investitorilor sau societăţilor creditoare.
Recomandăm ca rapoartele financiare să fie modificate lunar pentru primul an sau pentru primii doi ani, apoi trimestrial. Includeţi şi anul la date, dacă există.
Introducerea [*noii linii, liniei îmbunătăţite*]. Avem planificată introducerea acestor produse strict după următorul program: [*includeţi programul detaliat*]. În acelaşi timp, ne aşteptăm să putem vinde la o rată de [*x*] unităţi pe lună în curs
Vînzările vor creşte odată cu [*x*] luni de la introducere.
Costul bunurilor vîndute va [*descreşte în procente*], pe măsură ce cumpărăm mai eficient de pe piaţă şi folosim noul echipament pentru a produce unităţi la costuri mai mici.
Profitul brut va rămîne acelaşi deoarece [*produsele nou introduse vor înregistra o rată a profitului mai mare, în timp ce rata profitului pentru liniile vechi e de aşteptat să se reducă*].

Cheltuielile de vînzare şi administraţie vor creşte în valoare absolută, dar vor descreşte ca valoare procentuală, deoarece în timp ce cheltuielile cresc, [*spuneţi aici cele mai semnificative elemente sau elemente care se vor schimba semnificativ*], vînzările vor creşte mai rapid.
Activitatea de cercetare şi dezvoltare, care va apare ca procent ridicat din vînzări, se va reduce ca procent în timp. Numărul de salariaţi va creşte după finanţare cu [*x*], ceea ce include [*xxx*].

Aveţi în vedere faptul că estimările nu reprezintă nimic singure. Raţiunea după care aţi calculat cifrele - şi cît de realist eraţi în momentul în care le-aţi făcut - este un lucru foarte important pentru investitori. Faceţi legătura dintre discuţiile purtate despre mărimea pieţei, timpul necesar comercializării, acceptarea pe piaţă şi presiunea competitorilor pentru a vă asigura aceste cifre. Puneţi de asemenea în discuţie cifrele foarte mari, precum şi pe cele care se schimbă semnificativ de la o perioadă la alta. Includeţi şi discuţii despre raţionalitatea creşterii vînzărilor, creşterii cheltuielilor etc.

Fluxul Monetar şi Analiza Pragului de Rentabilitate
Acestea sunt rapoarte de importanţă capitală, mai mult chiar decît Bilanţul contabil şi contul de Profit şi Pierderi. Fluxul monetar şi analiza pragului de rentabilitate reprezintă totul pentru investitori.
Am presupus că furnizorii noştri vor fi de acord asupra unui termen de [*x*] pînă la achiziţionarea lunară de [*x*]. În acelaşi timp, am presupus că termenul se va scurta la [*x*] zile.
De asemenea, am presupus că putem încasa [*x*] de la clienţi în [*x*] zile, datorită [*programelor speciale cu clienţii, aranjamentelor de producţie, credit cardurilor etc*].
Presupunem că prima parte a [*împrumutului, investiţiei*] se va face în [*luna*], iar restul în [*luna*].
Putem atinge pragul de rentabilitate pînă în luna [*x*]. Vînzările sunt estimate la [*x*] pînă la acea dată.

Concluzii
Bazat pe estimările noastre, considerăm că o [*investiţie, împrumut*] către compania noastră este o investiţie justificată. Pentru a merge mai departe, avem nevoie de o [*investiţie, împrumut*] de [*x*] pînă la data de [*x*].

Anexe şi referinţe
O eroare des întîlnită este aceea de a aglomera conţinutul unui plan de afaceri cu prea multe detalii. Pentru aceasta există alte documente utile. Acestea îi oferă unui investitor o mai bună imagine despre companie, în afara cifrelor. Asiguraţi-vă că aţi inclus materiale ilustrative, cum ar fi:

Literatură şi broşuri despre produs
Mape cu vînzări
Acoperirea presei
Extracte din publicaţii industriale
Licenţe relevante
Datele cercetării de piaţă
Campanii publicitare trecute
Fotografii utile ale facilităţilor, depozitelor etc.

ANEXA 9
Modelul planului de afaceri al unui întreprinzător individual din zona rurală

ÎNTREPRINDEREA INDIVIDUALĂ „BULMAGA VLADISLAV"

PLAN DE AFACERI

„LANSAREA ACTIVITĂȚII DE COMERCIALIZARE A MATERIALELOR DE CONSTRUCȚIE"

BENEFICIAR: Î.I. „Bulmaga Vladislav"
DIRECTOR: BULMAGA Vladislav
ADRESA JURUDICĂ: MD-5813, s. Brînzenii-Vechi, r-l Teleneşti, Rep. Moldova
TELEFON DE CONTACT: 0-258-70-915; 069-27-22-65
E-MAIL: vladislav.bulmaga@mail.ru

Mai, 2010

Cuprins:

I. Rezumatul afacerii

II. Plan de afaceri

2.1. Definirea afacerii
2.2. Afacerea şi serviciul
2.3. Piaţa şi clienţii
2.4. Marketing
2.5. Concurenţa
2.6. Riscuri/Oportunităţi
2.7. Managementul şi personalul
2.8. Capital necesar
2.9. Plan financiar
2.9.1. Planificarea venitului din comercializarea materialelor de construcţie
2.9.2. Planificarea veniturilor din comercializarea mărfurilor fabricate
2.9.3. Planificarea veniturilor din activitatea magazinului alimentar
2.9.4. Planificarea cheltuielilor anuale
2.9.5. Graficul de rambursare a creditului
2.9.6. Pragul de rentabilitate
2.10. Rezultate financiare planificate pentru anii 2010-2013

III. Anexe

Anexa 1 Copia certificatului de înregistrare a întreprinderii
Anexa 2 Extrasul din registrul de stat
Anexa 3 Autorizaţii
3.1. Autorizaţie sanitar-veterinară
3.2. Autorizaţie sanitară de funcţionare
Anexa 4 Oferta materiale de construcţie
Anexa 5 Diplome de merit
Anexa 6 Foto pavaje pentru curte
Anexa 7 Foto

I. Rezumatul afacerii

Întreprinderea Individuală „Bulmaga Vladislav" a fost înființată pe 12.08.2002 şi este administrată de Bulmaga Vladislav.

Principalele activităţi ale întreprinderii sunt comerţul cu amănuntul a produselor alimentare, comerţul cu ridicata a materialelor de construcţie şi fabricarea fortanului şi pavajelor pentru curte. Pe lîngă comerţul cu ridicata a materialelor de construcţie, Î.I „Bulmaga Vladislav" se ocupă şi de comercializarea produselor alimentare.

De asemenea, întreprinderea produce la comandă pavaje pentru curte, punînd la dispoziţia clienţilor şi bordurile necesare pentru aceste pavaje. Produsele date sunt de o calitate înaltă şi se bucură de o cerere mare pe piaţă.

Misiunea Î.I. „Bulmaga Vladislav" constă în satisfacerea deplină şi la timp a cererii agenţilor economici şi populaţiei la produse de calitate. Î.I. „Bulmaga Vladislav" planifică să atingă către anul 2013 cota de piaţă de 50% şi să îşi mărească cifra de afaceri cu 48.81% comparativ cu anul 2009. Totodată, întreprinderea are ca scop sa creeze noi locuri de muncă şi să devină cel mai puternic furnizor de materiale de construcţie în raionul Teleneşti.

Pentru a-şi realiza obiectivele, Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi propune să procure în luna mai 2010 materiale de construcţie (ciment, rotband, amserglob, fugenfuller, ardezie, cărămidă, cherestea, gips carton, carton presat, cuie, şuruburi, plasă de sârmă, pari de vie, etc) în sumă de **600600 MDL (36400 EUR)**, şi pe parcursul perioadei mai 2010 – mai 2013 să le distribuie pe piaţa locală. Ca să ajungă calitativ şi cantitativ nivelul concurentului din raion, întreprinderea va investi în afacerea respectivă **3600 EUR (59400 MDL) şi solicită un credit de 36400 EUR (600600 MDL).** Rambursarea creditului va fi făcută trimestrial pe parcursul a 3 ani din veniturile obţinute de întreprindere atît prin comercializarea materialelor de construcţie cumpărate şi pe care le produce, cît şi din activitatea magazinului alimentar şi va fi garantată prin gaj.

Pentru anul curent, Î.I. „Bulmaga Vladislav" are deja o comandă de fabricare a 3000 m2 de pavaje pentru curte şi cca 200 m3 de fortan. Cererea la acestea ar putea creşte considerabil pînă la finele anului 2010 şi Bulmaga Vladislav trebuie cît mai curînd să îşi mărească capacitatea de producţie şi să-şi adapteze rapid oferta la necesităţile pieţii.

Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi comercializează marfa pe piaţa internă, clienţii întreprinderii fiind pînă acum persoane fizice, însă în urma dezvoltării afacerii întreprinderea va acapara şi persoane juridice în calitate de clienţi. De regulă, circa 70% din costul unei construcţii îl reprezintă materialele de construcţie. Deci, cu ajutorul Î.I. „Bulmaga Vladislav", persoanele fizice şi juridice ale raionului Teleneşti vor economisi timp şi bani în realizarea construcţiilor datorită faptului că vor accesa de la aceasta toată gama de materiale necesare, la un preţ redus.

Pentru a influenţa clientul să cumpere materialele de construcţie, întreprinderea va pune accentul pe calitatea materialelor oferite, preţul convenabil, punctualitate în livrare, eficienţă în deservire, asortiment bogat şi soluţii moderne în constucţii după tendinţele internaţionale. În paralel, va fi creat un sistem de loializare a clienţilor, prin preţuri preferenţiale, bonusuri de livrare şi abordare personalizată.

Nu în ultimul rînd, Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi planifică să facă donaţii bisericilor şi să sponsorizeze evenimente sociale şi culturale. În anul 2009 întreprinderea a donat 10000 MDL pentru reconstrucţia pragului bisericii din s. Brînzenii-Vechi, r. Teleneşti.

II. Plan de afaceri

2.1. Definirea afacerii

Întreprinderea Individuală „Bulmaga Vladislav" a fost înființată pe 12.08.2002. Obiectul principal de activitate al întreprinderii constă în:

- comerţul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vînzare predominantă de produse alimentare şi băuturi nealcoolice;

- comerțul cu ridicata al materialelor lemnoase, al materialelor de construcție şi echipamentului sanitar;
- comerțul cu amănuntul al articolelor de fierărie, al vopselelor şi sticlei;
- fabricarea elementelor din beton, ipsos şi ciment (vezi Anexa 1, Anexa 2).

Întreprinderea este administrată de Bulmaga Vladislav, care are o experiență în domeniu de 11 ani. Sediul principal al Î.I. „Bulmaga Vladislav" se află în centrul satului Brînzenii-Vechi, în sectorul 215 şi este format din:

- 1 magazin cu suprafața de 105 m.p., preconizat pentru comerțul cu ridicata a materialelor de construcție;
- 1 magazin alimentar cu suprafața de 100 m.p.

Întreprinderea dispune de 4 depozite cu suprafața totală de cca 600 m2, unul pentru stocarea produselor alimentare şi trei pentru stocarea materialelor de construcție.

Principalele activități ale întreprinderii în prezent sunt comerțul cu amănuntul a produselor alimentare, comerțul cu ridicata a materialelor de construcție (ciment, rotband, amserglob, fugenfuller, ardezie, cărămidă, cherestea, gips carton, carton presat, cuie, şuruburi, plasă de sîrmă, pari de vie, etc) şi fabricarea pavajelor pentru curte şi a fortanului.

Misiunea Î.I. „Bulmaga Vladislav" constă în satisfacerea deplină şi la timp a cererii agenților economici şi populației la materiale de construcție de calitate.

Obiectivele de bază ale Î.I. „Bulmaga Vladislav" sunt:

În termen scurt	În termen lung
- de a comercializa materiale de construcție la prețuri accesibile şi mai mici față de concurenți pentru atragerea mai rapidă a clienților; - de a stabiliza volumul ofertei materialelor de construcție; - de a dispune de un furnizor permanent de materiale de construcție, pentru a obține reduceri şi de a beneficia de o relație preferențială cu acesta; - de a dispune de un portofoliu de materiale care să corespundă şi să satisfacă un spectru larg de consumatori; - de a loializa clienții; - de a satisface deplin cererea de pe piață.	- de a lărgi portofoliul de materiale de construcție - de a spori cota de piață cu 10%; - de a spori cifra de afaceri cu 48,81 % în a.2013 comparativ cu a.2009; - de a crea noi locuri de muncă; - de a lărgi piața de desfacere prin atragerea clienților din satele raionului Telenești; - de a majora ritmul de vînzare şi dinamica volumului de vînzări; - de a menține prețurile accesibile la materiale şi serviciile de livrare; - de a deveni cel mai puternic furnizor de materiale de construcție în raionul Telenești.

2.2. Afacerea şi serviciul

Î.I. „Bulmaga Vladislav" este unul dintre marii furnizori de materiale de construcție din raionul Telenești, Republica Moldova. De regulă, circa 70% din costul unei construcții îl reprezintă materialele de construcție. Deci, cu ajutorul Î.I. „Bulmaga Vladislav", persoanele fizice şi juridice ale raionului Telenești vor economisi timp şi bani în realizarea construcțiilor datorită faptului că vor accesa de la aceasta toată gama de materiale necesare, la un preț redus.

Oferta Î.I. „Bulmaga Vladislav" de materiale de construcții, completă şi diversificată, răspunde atît exigențelor tehnice actuale cît şi diverselor opțiuni economice ale clienților ei. Logistica întreprinderii asigură clienții cu toate materialele la timp.

După cum demonstrează ultimii ani, cererea locală pentru materiale de construcție e în continuă creştere şi întreprinderea nu are capacitatea de a o satisface. În acest sens, Î.I. „Bulmaga Vladislav" obținînd creditul de 36400 EUR (600 600 MDL), îşi propune să facă o investiție avantajoasă în materiale de construcție şi să mărească oferta de produse de calitate pe piața de construcții autohtone. Astfel, Î.I. „Bulmaga Vladislav" va putea deveni către anul 2013 lider în comercializarea materialelor de construcție şi fabricarea fortanului şi pavajelor pentru curte în raionul Telenești din Republica Moldova, deoarece va creşte capacitatea de producție, cererea va fi satisfăcută deplin, vor fi contractați noi clienți, vor fi create noi locuri de muncă, va creşte volumul vînzărilor şi cota de piață a întreprinderii. Totodată, Î.I. „Bulmaga Vladislav" va avea şanse mai mari la licitații, iar clienții vor putea dispune de asortimentul solicitat în timp util, evitînd să caute materiale de construcție la alți furnizori din regiune.

Prin finanțarea procurării materialelor de construcție şi materiei prime pentru fabricarea fortanului şi pavajelor pentru curte, Î.I. „Bulmaga Vladislav" se aşteaptă la o creştere a cifrei de afaceri cu 48,81% către anul 2013.

Pentru a-şi realiza obiectivele atît pe termen scurt cît şi pe termen lung, menționate mai sus, Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi propune să procure în luna mai 2010 materiale de construcție (ciment, rotband, amserglob, fugenfuller, ardezie, cărămidă, cherestea, gips carton, carton presat, cuie, şuruburi, plasă de sârmă, pari de vie, etc) de la furnizorul Î.I. „Petica Gheorghe" din satul Sărăteni (r-l Teleneşti) în sumă de **600600 MDL (36400 EUR)**, şi pe parcursul perioadei mai 2010 – mai 2013 să le distribuie pe piața locală (vezi Anexa 4). În urma acestui fapt, întreprinderea va putea ajunge calitativ şi cantitativ nivelul concurentului unic din raion.

Pe lîngă comerțul cu ridicata a materialelor de construcție, Î.I „Bulmaga Vladislav" se ocupă şi de comercializarea produselor alimentare. Aceste afaceri sunt amplasate în încăperile ale căror proprietar este Bulmaga Vladislav (vezi Anexa 7). De asemenea, întreprinderea produce la comandă pavaje pentru curte, punînd la dispoziția clienților şi bordurile necesare pentru aceste pavaje (vezi Anexa 6). Produsele date sunt de o calitate înaltă şi se bucură de o cerere mare pe piață.

Întreprinderea respectă cerințele sanitare veterinare în conformitate cu Legea în vigoare a Republicii Moldova referitor la achiziționarea, păstrarea şi realizarea produselor de origine animală (vezi Anexa 3, 3.1.). Î.I. „Bulmaga Vladislav" dispune şi de autorizația sanitară de funcționare referitor la fabricarea şi comercializarea materialelor de construcție, valabilă pînă la 06 mai 2014 (vezi Anexa 3, 3.2.).

Serviciul pe care îl prestează Î.I. „Bulmaga Vladislav", şi anume comercializarea materialelor de construcție a constat în anii 2005-2010 din:

	Denumire produs	Cantitate vîndută 2005	Cantitate vîndută 2006	Cantitate vîndută 2007	Cantitate vîndută 2008	Cantitate vîndută 2009	Total cantitate vîndută 2005-2010
1	Ciment	150 tone	200 tone	250 tone	270 tone	180 tone	1050 tone
2	Rotband					3 tone	3 tone
3	Amserglob					5000 saci	5000 saci
4	Fugenfuller					80 saci	80 saci
5	Gips					35 saci	35 saci
6	Ardezie					2500 buc	2500 buc
7	Cărămidă					13000 buc	13000 buc
8	Cherestea					180 m^3	180 cub
9	Gips carton					160 m^3	160 cub
10	Carton presat					150 m^3	150 cub
11	Cuie					250 kg	250 kg
12	Plasă de sîrmă					500 m.l.	500 m.l.
13	Pari de vie					1400 buc	1400 buc
14	Pavaje curteă pt. trotuar				1800 m^2	2700 m^2	4500 m^2
15	Fortan				200 m^3	250 m^3	450 m^3
	Total MDL	210 000	280 000	350 000	648 000	1 878 488	3 366 488
	Total EUR	12 727	16 969	21 212	39 273	113 847	204 029

În ceea ce priveşte fabricarea fortanului şi pavajelor pentru curte, volumul producerii acestora creşte din an în an, fapt datorat cererii mari a acestor materiale pe piață. Astfel, pentru anul curent, pînă în prezent, Î.I. „Bulmaga Vladislav" are deja o comandă de fabricarea a 3000 m2 de pavaje pentru curte şi cca 200 m3 de fortan. Cererea la acestea ar putea creşte considerabil pînă la finele anului 2010 şi Bulmaga Vladislav trebuie cît mai curînd să îşi mărească capacitatea de producție şi să-şi adapteze rapid oferta la necesitățile pieții.

Î.I. „Bulmaga Vladislav" are stabilite relații comerciale cu persoane fizice la nivel local şi raional, are o reputație impecabilă şi avansează cu paşi lenți, dar siguri pe piață, bucurîndu-se de apreciere din partea administrației publice locale (vezi Anexa 5).

Deşi produsul Î.I. „Bulmaga Vladislav" nu este unic pe piață, avantajul competitiv al Î.I. „Bulmaga Vladislav" constă în promptitudinea cu care aceasta reacționează la cererea clienților, livrează marfa şi realizează produsele en-gros. Marca Î.I. „Bulmaga Vladislav" devine una pe larg recunoscută şi tot mai mult solicitată pe piață.

2.3. Piaţa şi clienţii

Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi comercializează marfa pe piaţa internă, clienţii întreprinderii fiind pînă acum persoane fizice, însă în urma dezvoltării afacerii întreprinderea va acapara şi persoane juridice în calitate de clienţi.

Întreprinderea este situată într-un sector al comunei bine dezvoltat. Dacă pe parcursul activităţii veniturile vor spori, se planifică deschiderea noilor filiale în alte sate ale raionului Teleneşti.

Printre clienţii permanenţi ai Î.I. „Bulmaga Vladislav" se enumeră:

	Nume, prenume	Denumirea mărfii	Cantitate procurată/2009	Preţ/u.m. MDL	Total MDL
1	Banari Serghei	Stîlpi de vie Plasă de sîrmă	25 buc 4 m.l.	65 325	1625 1300
2	Banari Maria	Ciment	10 saci	70	700
3	Bolocan Mihai	Cărămidă Ciment	2000 buc 3 tone	3,50 1400	7000 4200
4	Bulmaga Sava	Ciment	4 tone	1400	5600
5	Bulmaga Ion	Ciment	20 tone	1400	28000
6	Cîrlan Viorel	Cherestea Ardezie Ciment	3 m^3 50 buc 4 tone	2400 64 1400	7200 3200 5600
7	Chiriac Viorel	Ciment	10 saci	70	700
8	Comerzan Veaceslav	Ciment Gard de fier Pălării gard Cărămidă	40 tone 30 buc 50 buc 5000 buc	1400 285 45 3,50	56000 8550 2250 17500
9	Coroi Vadim	Ciment	15 saci	70	1050
10	Damaşcan Alexandru	Gard de beton Cărămidă Pălării gard Ciment	40 buc 5000 buc 45 buc 4 tone	140 3,50 45 1400	5600 17500 2025 5600
11	Damaşcan Vasile	Pălării gard Ciment	15 buc 1 tonă	45 1400	675 1400
12	Darii Valerii	Tencuială MP75 Gips carton	2 tone 15 buc	1600 105	3200 1575
13	Grițarovschi Valeriu	Plasă de sîrmă Stîlpi de vie	10 m.l. 110 buc	325 65	3250 7150
14	Muntean Sergiu	Ciment	2 tone	1400	2800
15	Musteaţă Viorel	Pavaje curte Borduri Ciment	100 m^2 30 buc 1 tonă	100 24 1400	10000 720 1400
16	Sîrbu Pavel	Pavaje curte Borduri Ciment	200 m^2 20 buc 3 tone	100 24 1400	20000 480 4200
17	Sîrbu Vasile	Ciment	10 tone	1400	14000
18	Teslari Viorel	Ardezie Cherestea	150 buc 6 m^3	64 2400	9600 14400
19	Tîrsînă Leonid	Stîlpi de vie	25 buc	65	1625
20	Tcaciuc Veaceslav	Ciment Ardezie Cherestea Gips carton Tencuială MP75	6 tone 30 buc 4 m^3 10 buc 20 saci	1400 64 2400 105 76	8400 1920 9600 1050 1520
	TOTAL				300165 MDL 18192 EUR

Materialele de construcţie oferite de Î.I. „Bulmaga Vladislav" sunt orientate pe persoanele cu vîrsta de 18-60 ani. Conform datelor recensămîntului din anul 2005, populaţia în comuna Brînzenii-Vechi/Brînzenii-Noi constituia 3100 locuitori. Dintre aceştia, 1760 oameni au vîrsta între 18-60 ani. Deci, cca 56,7% din populaţia comunei poate deveni clientela potenţială a Î.I. „Bulmaga Vladislav".

Materialele de construcție oferite de Î.I. „Bulmaga Vladislav" sunt orientate pe persoanele cu vîrsta de 18-60 ani. Conform datelor recensămîntului din anul 2005, populația în comuna Brînzenii-Vechi/Brînzenii-Noi constituia 3100 locuitori. Dintre aceştia, 1760 oameni au vîrsta între 18-60 ani. Deci, cca 56,7% din populația comunei poate deveni clientela potențială a Î.I. „Bulmaga Vladislav".

Î.I. „Bulmaga Vladislav" are intenția de a-şi mări cota de piață de la 40% la 50% către anul 2012. Pentru păstrarea şi lărgirea poziției pe piață, întreprinderea va adopta următoarea strategie:

- reduceri sezoniere;
- îmbunătățirea tehnologiei de fabricare a fortanului şi a pavajelor pentru curte;
- fabricarea noilor materiale de construcție;
- lărgirea permanentă a asortimentului de materiale de construcție;
- stabilirea unui preț convenabil pentru toate păturile sociale;
- ridicarea nivelului de deservire a clienților.

Pentru a influența clientul să cumpere materialele de construcție, întreprinderea va pune accentul pe calitatea materialelor oferite, prețul convenabil, punctualitate în livrare, eficiență în deservire, asortiment bogat şi soluții moderne în construcții după tendințele internaționale.

Comercializarea materialelor de construcție va avea un caracter sezonier. Vînzările maxime vor fi atinse în sezonul vară-toamnă şi va scădea în perioada iarnă-primăvară.

Î.I. „Bulmaga Vladislav" asigură transportul materialelor în raza raionului Teleneşti, şi respectiv descărcarea cu autovehicul dotat. La cerere, întreprinderea poate închiria autovehicule şi utilaje necesare clientului. În funcție de valoarea materialelor cumpărate, clientul poate beneficia de gratuitate sau de discount pentru transport.

Î.I. „Bulmaga Vladislav" va tinde continuu să se poziționeze pe un loc impunător pe piață prin materiale de construcție atractive prin preț şi calitate.

2.4. Marketing

Unul dintre obiectivele de marketing al Î.I. „Bulmaga Vladislav" este să devină un furnizor puternic de materiale de construcție pe plan local şi național prin „diversitate-cantitate-preț-calitate" şi prin principiul „Minim profit, maxim beneficiar". Datorită volumului în creştere a materialelor de construcție, prețul de piață va fi pe larg accesibil, cererea se va mări şi ca rezultat, profitul va creşte constant.

Î.I. „Bulmaga Vladislav" se va axa pe o abordare directă a potențialilor clienți la nivel național, pe publicitatea mouth-to-mouth (prin intermediul clienților mulțumiți de calitatea deservirii). Totodată, întreprinderea va participa la expoziții a materialelor de construcție şi la evenimente naționale specializate. Î.I. „Bulmaga Vladislav" va studia permanent dinamica cererii pe piață, comportamentul consumatorului, politica de preț şi vînzări a concurenților, adaptîndu-şi oferta.

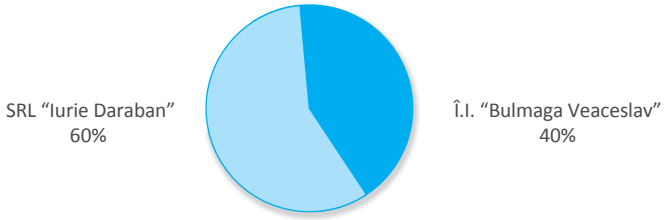
În paralel, va fi creat un sistem de loializare a clienților, prin prețuri preferențiale, bonusuri de livrare şi abordare personalizată. Î.I. „Bulmaga Vladislav" se va axa pe menținerea persoanelor fizice în calitate de clienți şi ulterior pe acapararea agenților economici ca potențiali clienți. Strategia „loialitate-acaparare" va contribui la creşterea lentă, dar stabilă a întreprinderii. La orice interacțiune cu consumatorul, agenții Î.I. „Bulmaga Vladislav" vor solicita un feedback şi îşi vor îmbunătăți continuu prestația.

Chiar dacă clienții Î.I. „Bulmaga Vladislav" sunt preponderent de pe piața en-gros, nu vor fi neglijați clienții de pe piața cu amănuntul. Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi planifică să facă donații bisericilor şi să sponsorizeze evenimente sociale şi culturale. În anul 2009 întreprinderea a donat 10000 MDL pentru reconstrucția pragului bisericii din s. Brînzeni-Vechi, r. Teleneşti.

2.5. Concurența

Î.I. „Bulmaga Vladislav" nu are concurenți la nivel de sat. La nivel de raion există doar un singur concurent (S.R.L. „Iurie Daraban"), acesta avînd perioada de activitate mai mare şi propunînd pe piață un asortiment mai variat de produse şi în cantități mai mari. Deci, pentru a atinge cota de piață similară cu cea a concurentului SRL „Iurie Daraban", întreprinderea are nevoie să-şi extindă oferta de materiale de construcție, pentru a satisface cantitativ şi calitativ cererea de pe piață. Către anul 2013, întreprinderea are intenția de a-şi mări cota de piață de la 40% la 50%, iar în anul 2010 îşi planifică să participe la mai multe licitații publice, concurînd prin calitate, diversitate, prețuri accesibile şi punctualitate în livrarea mărfii.

Cota de piață



Analiza punctelor forte şi slabe ale concurentului:

Concurentul	Puncte forte	Puncte slabe
SRL „Iurie Daraban"	• experienţă mare; • asortiment variat; • popularitate.	• timp mare de livrare a materialelor; • calitatea produselor uneori scăzută; • amplasare nefavorabilă; • preţuri ridicate.

Analiza comparativă a concurenţilor:

	Concurent	
Indicatorii	**Nr. max. de puncte (1-5)**	**Î.I. „Bulmaga Vladislav"**	**SRL „Iurie Daraban"**
Asortimentul	5	3	5
Preţul	5	5	4
Calitatea	5	5	4
Amplasarea întreprinderii	5	5	4
Distribuirea produsului	5	5	3
Imaginea întreprinderii	5	4	5
Numărul total de puncte	**30**	**27**	**25**

Beneficiile investiţiei solicitate pentru procurarea materialelor necesare sunt:
- clienţi satisfăcuţi de prezenţa furnizorului de materiale de construcţie la ei în localitate;
- clienţi satisfăcuţi de calitatea înaltă a materialelor de construcţie şi de diversitatea acestora;
- clienţi satisfăcuţi de raportul bun preţ-calitate;
- profitul în creştere al întreprinderii;
- mărirea capacităţii concurenţiale;
- mărirea capacităţii de binefacere a întreprinderii (reconstrucţie biserici).

2.6. Riscuri/Oportunităţi

Analiza SWOT:

Puncte tari:	Puncte slabe:
• preţuri accesibile si stabile; • asortiment larg de materiale de construcţie; • amplasament favorabil, mai aproape de client comparativ cu concurentul unic; • livrarea la destinaţie a materialelor de construcţie; • investiţii în marketing; • potenţialul ridicat al pieţii.	• stoc redus de materiale de construcţie la moment; • insuficienţa resurselor investiţionale pentru mărirea stocului de materiale de construcţie.
Oportunităţi:	**Ameninţări, riscuri:**
• cerere mare pentru materialele de construcţie oferite; • extinderea activităţii; • ocuparea unor segmente noi de piaţă; • crearea competitivităţii; • crearea reputaţiei; • obţinerea recunoaşterii mărcii.	• riscuri naturale (calamităţile naturale); • riscuri tehnice (defecţiunea mijloacelor de transport cu care se livrează marfa); • riscul de a pierde relaţiile de loialitate cu furnizorii; • riscul clienţilor instabili; • criza economică; • riscul financiar; • risc de apariţie a noilor concurenţi; • riscul calităţii.

2.7. Managementul şi personalul

Personalul de conducere al Î.I. „Bulmaga Vladislav" este format din 2 persoane:

- **Bulmaga Vladislav** - administrator, experienţă în domeniu - 11 ani;
- **Bulmaga Tatiana** - contabil şef, experienţă în domeniu - 9 ani.

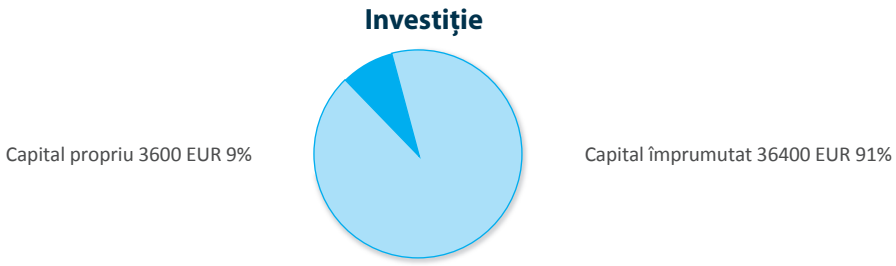
În urma obţinerii creditului respectiv pentru investiţia în materiale de construcţie, se va mări volumul de producţie şi de activitate a întreprinderii, astfel vor fi oferite 6 noi locuri de muncă.

Personalul întreprinderii

Personal	Funcţia	Persoane	Salariu, lei	Responsabilităţi
Bulmaga Vladislav	Administrator	1	3000	- planificarea şi organizarea procesului de producţie; - certificarea şi documentarea producţiei; - controlul procesului de producere; - comercializarea producţiei; - monitorizarea procesului de muncă;
Bulmaga Tatiana	Contabil-şef	1	2200	- evidenţa contabilă a companiei; - controlul încasării surselor financiare de la clienţi. - achitările bugetare; - gestionarea rambursării creditului.
Bulmaga Iurie	Manager pe vînzări	1	1900	- marketing; - comercializarea producţiei; - organizarea livrării materialelor de construcţie la destinaţie.
Morari Pavel	Şofer	1	1900	- livrarea materialelor de construcţie de la furnizor; - livrarea materialelor de construcţie pentru clienţi.
Rotari Anatol, Sîrbu Igor, Cecan Radu Bulmaga Nicolae	Muncitori	4	1500	- fabricarea fortanului; - fabricarea pavaje pentru curte; - executarea lucrărilor de încărcare/descărcare a mărfii.
Total salarii lunare MDL				**15000**
Total salarii anuale MDL				**180000**

2.8. Capital necesar

Î.I. „Bulmaga Vladislav" are nevoie de a investi în afacere **40000 EUR (660000 MDL)**, din care **3600 EUR (59400 MDL)** capital propriu şi **36400 EUR (600600 MDL)** capital împrumutat.



Investiţia dată va asigura creşterea cifrei de afaceri a întreprinderii în următorii 3 ani. Suma creditată va fi folosită exclusiv pentru procurarea materialelor de construcţie. Pentru a putea beneficia de preţuri preferenţiale la materiale de construcţie şi pentru a satisface cererea mare de pe piaţă, Î.I. „Bulmaga Vladislav" trebuie să procure aceste materiale în luna mai. Cererea la aceste produse este mare deoarece a început sezonul construcţiilor, şi cele mai mari vînzări pot fi înregistrate anume în perioada vară-toamnă.

Planul calendaristic al afacerii:

Activitatea	Data, perioada
Comandarea materialelor de construcţie	Aprilie 2010
Accesarea creditului	Mai 2010
Procurarea materialelor de construcţie	Mai 2010
Comercializarea materialelor de construcţie	Din Iunie 2010
Rambursarea definitivă a creditului	Septembrie 2013

Rambursarea creditului va fi făcută trimestrial pe parcursul a 3 ani din veniturile obţinute de întreprindere prin comercializarea materialelor de construcţie.

Pentru rambursarea împrumutului creditului va fi nevoie de aproximativ 44000 EUR (din care 36400 EUR pentru credit, 5460 EUR pentru dobîndă, 1340 EUR pentru diferenţa de curs valutar, 800 EUR comisioane bancare si alte taxe).

Totodată, rambursarea creditului poate fi garantată prin proprietăţile Î.I. „Bulmaga Vladislav" (vezi Anexa 7):

- Magazin alimentar 100 m.p. – 300 000 MDL = 18180 EUR
- Magazin materiale de construcţie 105 m.p – 100 000 MDL = 6060 EUR
- Depozit (se fabrică fortan şi pavaje pentru curte) 60 m.p. – 80 000 MDL = 4850 EUR
- Casă proprie 170 m.p. în s. Brînzenii-Vechi, r-l Teleneşti – 500 000 MDL = 30300 EUR
- Camion MAN 12152 F – 170 000 MDL = 10 300 EUR
- Automobil Mercedes Benz 124 – 80 000 MDL = 4850 EUR
- Excavator MTZ 80 – 55 000 MDL = 3350 EUR

2.9. Plan financiar

Ca bază de calcul a fost luat următorul curs valutar: **1 EUR=16,5 lei**

2.9.1. Planificarea venitului din comercializarea materialelor de construcţie

Pe parcursul unui an de gestiune stocurile de mărfuri se vor vinde în totalitate şi din veniturile obţinute o parte a numerarului va fi îndreptată spre onorarea obligaţiunilor de deservire a creditului (credit+dobîndă), cealaltă va fi reinvestită în mijloace circulante, după cum se arată în următoarele tabele: tabel general şi tabelele anuale:

Tabel general

Anul	2010 (MDL)	2011 (MDL)	2012 (MDL)	2013 (MDL)
Vînzări anuale	687.320,00	736.537,00	591.927,00	421.956,00
Rambursare credit	50.050,00	200.200,00	200.200,00	150.150,00
Rambursare dobîndă	7.507,50	30.030,00	30.030,00	22.522,50
Capital spre reinvestire	629.762,50	506.307,00	361.697,00	249.283,50

Anul 2010

Preţ MDL	2010 cumpărat				2010 vînzări			
Produs	preţ cumpărare	Cant.	u.m.	total investit	preţ vînzare	Cant vîndută	u.m.	venit din vînzări
Ciment	1.200,00	30	1 tonă	36.000,00	1.400,00	30	1 tonă	42.000,00
Rotband	90,00	80	1 sac	7.200,00	98,00	80	1 sac	7.840,00
Amserglob	52,00	70	1 sac	3.640,00	64,00	70	1 sac	4.480,00
Fugenfuller	66,00	100	1 sac	6.600,00	80,00	100	1 sac	8.000,00
Tencuială MP 75	70,00	150	1 sac	10.500,00	76,00	150	1 sac	11.400,00
Clei pe bază de ipsos Eurofin	63,00	50	1 sac	3.150,00	70,00	50	1 sac	3.500,00
Grunduri	70,00	30	5 kg	2.100,00	75,00	30	5 kg	2.250,00
Vopsea pe bază de hidroemulsie	130,00	70	5 kg	9.100,00	135,00	70	5 kg	9.450,00
Vopsea email	23,00	100	1 kg	2.300,00	27,00	100	1 kg	2.700,00
Vopsea coler	20,00	200	1 buc	4.000,00	24,00	200	1 buc	4.800,00
Perii	10,00	300	1 buc	3.000,00	14,00	300	1 buc	4.200,00
Ardezie	70,00	700	1 buc	49.000,00	75,00	700	1 buc	52.500,00
Cărămidă	2,90	10000	1 buc	29.000,00	3,50	10000	1 buc	35.000,00
Cherestea	2.200,00	100	1 m3	220.000,00	2.450,00	100	1 m3	245.000,00
Gips carton 12,5 mm	95,00	100	1 buc	9.500,00	105,00	100	1 buc	10.500,00
Carton presat DSP	235,00	50	1 buc	11.750,00	255,00	50	1 buc	12.750,00
Carton presat DVP	210,00	50	1 buc	10.500,00	235,00	50	1 buc	11.750,00
Carton presat OSB	320,00	50	1 buc	16.000,00	355,00	50	1 buc	17.750,00
Dibluri şi şuruburi	14,00	200	1 kg	2.800,00	20,00	200	1 kg	4.000,00

Țeavă profil	28,00	100	1 m	2.800,00	34,00	100	1 m	3.400,00
Țeavă metal	38,00	200	1 m	7.600,00	42,00	200	1 m	8.400,00
Sîrmă metal	1,50	200	1 m	300,00	2,70	200	1 m	540,00
Cornier	25,00	100	1 m	2.500,00	32,00	100	1 m	3.200,00
Armătură	12,00	250	1 m	3.000,00	14,00	250	1 m	3.500,00
Plasă de sîrmă	210,00	300	1 m.l.	63.000,00	250,00	300	1 m.l.	75.000,00
Pari de vie	55,00	700	1 buc	38.500,00	65,00	700	1 buc	45.500,00
Gard de fier	320,00	50	1 buc	16.000,00	365,00	50	1 buc	18.250,00
Gard de beton	120,00	50	1 buc	6.000,00	145,00	50	1 buc	7.250,00
Cablu	18,00	400	1 m	7.200,00	22,00	400	1 m	8.800,00
Prize	8,00	100	1 buc	800,00	10,00	100	1 buc	1.000,00
Întrerupătoare	9,00	100	1 buc	900,00	11,00	100	1 buc	1.100,00
Plafoane	110,00	30	1 buc	3.300,00	135,00	30	1 buc	4.050,00
Becuri Vita One	25,00	150	1 buc	3.750,00	28,00	150	1 buc	4.200,00
Furtun apă	8,00	200	1 m	1.600,00	12,00	200	1 m	2.400,00
Ciocan	70,00	15	1 buc	1.050,00	90,00	15	1 buc	1.350,00
Ferestrău	40,00	20	1 buc	800,00	60,00	20	1 buc	1.200,00
Cleşte	28,00	20	1 buc	560,00	48,00	20	1 buc	960,00
Lopată	28,00	30	1 buc	840,00	48,00	30	1 buc	1.440,00
Hîrleţ	27,00	30	1 buc	810,00	47,00	30	1 buc	1.410,00
Furcă	45,00	30	1 buc	1.350,00	65,00	30	1 buc	1.950,00
Cuie	12,00	150	1 kg	1.800,00	17,00	150	1 kg	2.550,00
Total				**600.600,00**				**687.320,00**
Rambursare credit, dobîndă								**57557.50**
Capital reinvestit								**629.760,00**

În următorii ani, din veniturile obținute în urma comercializării materialelor de construcție şi după achitarea tranşelor respective creditului, vor fi procurate aceleaşi materiale de construcție, dar în alte cantități.

Anul 2011

Preț MDL	**2011 cumpărat**				**2011 vînzări**			
Produs	**preț cumpărare**	**Cant.**	**u.m.**	**total investit**	**preț vînzare**	**Cant vîndută**	**u.m.**	**venit din vînzări**
Ciment	1.200,00	35	1 tonă	42.000,00	1.500,00	35	1 tonă	52.500,00
Rotband	90,00	85	1 sac	7.650,00	100,00	85	1 sac	8.500,00
Amserglob	52,00	80	1 sac	4.160,00	65,00	80	1 sac	5.200,00
Fugenfuller	66,00	100	1 sac	6.600,00	80,00	100	1 sac	8.000,00
Tencuială MP 75	70,00	150	1 sac	10.500,00	80,00	150	1 sac	12.000,00
Clei pe bază de ipsos Eurofin	63,00	50	1 sac	3.150,00	70,00	50	1 sac	3.500,00
Grunduri	70,00	30	5 kg	2.100,00	78,00	30	5 kg	2.340,00
Vopsea pe bază de hidroemulsie	130,00	70	5 kg	9.100,00	135,00	70	5 kg	9.450,00
Vopsea email	23,00	100	1 kg	2.300,00	28,00	100	1 kg	2.800,00
Vopsea coler	20,00	200	1 buc	4.000,00	25,00	200	1 buc	5.000,00
Perii	10,00	300	1 buc	3.000,00	15,00	300	1 buc	4.500,00
Ardezie	70,00	700	1 buc	49.000,00	75,00	700	1 buc	52.500,00
Cărămidă	2,90	10500	1 buc	30.450,00	3,50	10500	1 buc	36.750,00
Cherestea	2.200,00	100	1 m3	220.000,00	2.500,00	100	1 m3	250.000,00
Gips carton 12,5 mm	95,00	100	1 buc	9.500,00	110,00	100	1 buc	11.000,00
Carton presat DSP	235,00	75	1 buc	17.625,00	255,00	75	1 buc	19.125,00
Carton presat DVP	210,00	75	1 buc	15.750,00	240,00	75	1 buc	18.000,00
Carton presat OSB	320,00	75	1 buc	24.000,00	360,00	75	1 buc	27.000,00
Dibluri şi şuruburi	14,00	200	1 kg	2.800,00	20,00	200	1 kg	4.000,00
Țeavă profil	28,00	110	1 m	3.080,00	36,00	110	1 m	3.960,00
Țeavă metal	38,00	230	1 m	8.740,00	44,00	230	1 m	10.120,00
Sîrmă metal	1,50	330	1 m	495,00	2,90	330	1 m	957,00

Cornier	25,00	100	1 m	2.500,00	32,00	100	1 m	3.200,00
Armătură	12,00	250	1 m	3.000,00	16,00	250	1 m	4.000,00
Plasă de sîrmă	210,00	300	1 m.l.	63.000,00	250,00	300	1 m.l.	75.000,00
Pari de vie	55,00	700	1 buc	38.500,00	68,00	700	1 buc	47.600,00
Gard de fier	320,00	50	1 buc	16.000,00	370,00	50	1 buc	18.500,00
Gard de beton	120,00	50	1 buc	6.000,00	150,00	50	1 buc	7.500,00
Cablu	18,00	400	1 m	7.200,00	23,00	400	1 m	9.200,00
Prize	8,00	100	1 buc	800,00	10,00	100	1 buc	1.000,00
Întrerupătoare	9,00	100	1 buc	900,00	11,00	100	1 buc	1.100,00
Plafoane	110,00	30	1 buc	3.300,00	135,00	30	1 buc	4.050,00
Becuri Vita One	25,00	150	1 buc	3.750,00	28,00	150	1 buc	4.200,00
Furtun apă	8,00	200	1 m	1.600,00	14,00	200	1 m	2.800,00
Ciocan	70,00	15	1 buc	1.050,00	93,00	15	1 buc	1.395,00
Ferestrău	40,00	20	1 buc	800,00	60,00	20	1 buc	1.200,00
Cleşte	28,00	20	1 buc	560,00	50,00	20	1 buc	1.000,00
Lopată	28,00	30	1 buc	840,00	50,00	30	1 buc	1.500,00
Hîrleţ	27,00	30	1 buc	810,00	50,00	30	1 buc	1.500,00
Furcă	45,00	30	1 buc	1.350,00	68,00	30	1 buc	2.040,00
Cuie	12,00	150	1 kg	1.800,00	17,00	150	1 kg	2.550,00
Total				**629.760,00**				**736.537,00**
Rambursare credit, dobîndă								**230.230,00**
Capital reinvestit								**506.310,00**

Anul 2012

Preţ MDL	**2012 cumpărat**				**2012 vînzări**			
Produs	**preţ cumpărare**	**Cant.**	**u.m.**	**total investit**	**preţ vînzare**	**Cant vîndută**	**u.m.**	**venit din vînzări**
Ciment	1.200,00	30	1 tonă	36.000,00	1.500,00	30	1 tonă	45.000,00
Rotband	90,00	75	1 sac	6.750,00	100,00	75	1 sac	7.500,00
Amserglob	52,00	75	1 sac	3.900,00	65,00	75	1 sac	4.875,00
Fugenfuller	66,00	85	1 sac	5.610,00	80,00	85	1 sac	6.800,00
Tencuială MP 75	70,00	115	1 sac	8.050,00	80,00	115	1 sac	9.200,00
Clei pe bază de ipsos Eurofin	63,00	40	1 sac	2.520,00	70,00	40	1 sac	2.800,00
Grunduri	70,00	30	5 kg	2.100,00	78,00	30	5 kg	2.340,00
Vopsea pe bază de hidroemulsie	130,00	70	5 kg	9.100,00	135,00	70	5 kg	9.450,00
Vopsea email	23,00	90	1 kg	2.070,00	28,00	90	1 kg	2.520,00
Vopsea coler	20,00	150	1 buc	3.000,00	25,00	150	1 buc	3.750,00
Perii	10,00	200	1 buc	2.000,00	15,00	200	1 buc	3.000,00
Ardezie	70,00	600	1 buc	42.000,00	75,00	600	1 buc	45.000,00
Cărămidă	2,90	9000	1 buc	26.100,00	3,50	9000	1 buc	31.500,00
Cherestea	2.200,00	80	1 m3	176.000,00	2.500,00	80	1 m3	200.000,00
Gips carton 12,5 mm	95,00	75	1 buc	7.125,00	110,00	75	1 buc	8.250,00
Carton presat DSP	235,00	60	1 buc	14.100,00	255,00	60	1 buc	15.300,00
Carton presat DVP	210,00	60	1 buc	12.600,00	240,00	60	1 buc	14.400,00
Carton presat OSB	320,00	60	1 buc	19.200,00	360,00	60	1 buc	21.600,00
Dibluri şi şuruburi	14,00	150	1 kg	2.100,00	20,00	150	1 kg	3.000,00
Ţeavă profil	28,00	80	1 m	2.240,00	36,00	80	1 m	2.880,00
Ţeavă metal	38,00	150	1 m	5.700,00	44,00	150	1 m	6.600,00
Sîrmă metal	1,50	130	1 m	195,00	2,90	130	1 m	377,00
Cornier	25,00	100	1 m	2.500,00	32,00	100	1 m	3.200,00

Armătură	12,00	200	1 m	2.400,00	16,00	200	1 m	3.200,00
Plasă de sîrmă	210,00	200	1 m.l.	42.000,00	250,00	200	1 m.l.	50.000,00
Pari de vie	55,00	500	1 buc	27.500,00	68,00	500	1 buc	34.000,00
Gard de fier	320,00	50	1 buc	16.000,00	370,00	50	1 buc	18.500,00
Gard de beton	120,00	50	1 buc	6.000,00	150,00	50	1 buc	7.500,00
Cablu	18,00	250	1 m	4.500,00	23,00	250	1 m	5.750,00
Prize	8,00	80	1 buc	640,00	10,00	80	1 buc	800,00
Întrerupătoare	9,00	80	1 buc	720,00	11,00	80	1 buc	880,00
Plafoane	110,00	25	1 buc	2.750,00	135,00	25	1 buc	3.375,00
Becuri Vita One	25,00	150	1 buc	3.750,00	28,00	150	1 buc	4.200,00
Furtun apă	8,00	150	1 m	1.200,00	14,00	150	1 m	2.100,00
Ciocan	70,00	15	1 buc	1.050,00	93,00	15	1 buc	1.395,00
Ferestrău	40,00	20	1 buc	800,00	60,00	20	1 buc	1.200,00
Cleşte	28,00	20	1 buc	560,00	50,00	20	1 buc	1.000,00
Lopată	28,00	35	1 buc	980,00	50,00	35	1 buc	1.750,00
Hîrleț	27,00	35	1 buc	945,00	50,00	35	1 buc	1.750,00
Furcă	45,00	35	1 buc	1.575,00	68,00	35	1 buc	2.380,00
Cuie	12,00	165	1 kg	1.980,00	17,00	165	1 kg	2.805,00
Total				**506.310,00**				**591.927,00**
Rambursare credit, dobîndă								**230.230,00**
Capital reinvestit								**361.695,00**

Anul 2013

Preț MDL	**2013 cumpărat**				**2013 vînzări**			
Produs	**preț cumpărare**	**Cant.**	**u.m.**	**total investit**	**preț vînzare**	**Cant vîndută**	**u.m.**	**venit din vînzări**
Ciment	1.200,00	20	1 tonă	24.000,00	1.500,00	20	1 tonă	30000
Rotband	90,00	65	1 sac	5.850,00	100,00	65	1 sac	6500
Amserglob	52,00	65	1 sac	3.380,00	65,00	65	1 sac	4225
Fugenfuller	66,00	65	1 sac	4.290,00	80,00	65	1 sac	5200
Tencuială MP 75	70,00	65	1 sac	4.550,00	80,00	65	1 sac	5200
Clei pe bază de ipsos Eurofin	63,00	45	1 sac	2.835,00	70,00	45	1 sac	3150
Grunduri	70,00	45	5 kg	3.150,00	78,00	45	5 kg	3510
Vopsea pe bază de hidroemulsie	130,00	45	5 kg	5.850,00	135,00	45	5 kg	6075
Vopsea email	23,00	45	1 kg	1.035,00	28,00	45	1 kg	1260
Vopsea coler	20,00	65	1 buc	1.300,00	25,00	65	1 buc	1625
Perii	10,00	75	1 buc	750,00	15,00	75	1 buc	1125
Ardezie	70,00	220	1 buc	15.400,00	75,00	220	1 buc	16500
Cărămidă	2,90	6500	1 buc	18.850,00	3,50	6500	1 buc	22750
Cherestea	2.200,00	70	1 m3	154.000,00	2.500,00	70	1 m3	175000
Gips carton 12,5 mm	95,00	40	1 buc	3.800,00	110,00	40	1 buc	4400
Carton presat DSP	235,00	40	1 buc	9.400,00	255,00	40	1 buc	10200
Carton presat DVP	210,00	40	1 buc	8.400,00	240,00	40	1 buc	9600
Carton presat OSB	320,00	40	1 buc	12.800,00	360,00	40	1 buc	14400
Dibluri şi şuruburi	14,00	100	1 kg	1.400,00	20,00	100	1 kg	2000
Țeavă profil	28,00	70	1 m	1.960,00	36,00	70	1 m	2520
Țeavă metal	38,00	90	1 m	3.420,00	44,00	90	1 m	3960
Sîrmă metal	1,50	90	1 m	135,00	2,90	90	1 m	261
Cornier	25,00	80	1 m	2.000,00	32,00	80	1 m	2560

Armătură	12,00	90	1 m	1.080,00	16,00	90	1 m	1440
Plasă de sîrmă	210,00	90	1 m.l.	18.900,00	250,00	90	1 m.l.	22500
Pari de vie	55,00	250	1 buc	13.750,00	68,00	250	1 buc	17000
Gard de fier	320,00	60	1 buc	19.200,00	370,00	60	1 buc	22200
Gard de beton	120,00	60	1 buc	7.200,00	150,00	60	1 buc	9000
Cablu	18,00	90	1 m	1.620,00	23,00	90	1 m	2070
Prize	8,00	80	1 buc	640,00	10,00	80	1 buc	800
Întrerupătoare	9,00	65	1 buc	585,00	11,00	65	1 buc	715
Plafoane	110,00	25	1 buc	2.750,00	135,00	25	1 buc	3375
Becuri Vita One	25,00	65	1 buc	1.625,00	28,00	65	1 buc	1820
Furtun apă	8,00	65	1 m	520,00	14,00	65	1 m	910
Ciocan	70,00	15	1 buc	1.050,00	93,00	15	1 buc	1395
Ferestrău	40,00	15	1 buc	600,00	60,00	15	1 buc	900
Clește	28,00	15	1 buc	420,00	50,00	15	1 buc	750
Lopată	28,00	20	1 buc	560,00	50,00	20	1 buc	1000
Hîrleț	27,00	20	1 buc	540,00	50,00	20	1 buc	1000
Furcă	45,00	20	1 buc	900,00	68,00	20	1 buc	1360
Cuie	12,00	100	1 kg	1.200,00	17,00	100	1 kg	1700
Total				**361.695,00**				**421.956,00**
Rambursare credit, dobîndă								172.672,5
Venit din vînzări rămas								**249.283,50**

Plan prețuri (MDL)

Indicatori		Curent		Așteptat			
Produsul	**u.m.**	**2008 (preț min-max)**	**2009 (preț min-max)**	**2010 (preț min-max)**	**2011 (preț min-max)**	**2012 (preț min-max)**	**2013 (preț min-max)**
Ciment	1 sac	80-82	68-70	70-75	75-78	75-80	75-80
Rotband	1 sac	97-100	104-106	96-98	98-100	100-105	100-105
Amserglob	1 sac	63-65	64-68	64-68	68-70	70-75	70-75
Gips	1 sac	78-80	76-78	78-80	78-82	82-85	82-85
Fugenfuller	1 sac	-	65-80	80-90	90-100	95-103	95-103
Ardezie	1 buc	82-84	65-70	70-78	75-80	75-82	75-82
Cărămidă	1 buc	3,20-3,50	3,30-3,50	3.30-3,60	3,30-3,80	3,40-3,90	3,40-3,90
Cherestea	1 m^3	3500-3600	2300-2400	2450-2475	2450-2500	2475-2550	2475-2550
Gips carton	1 buc	-	100-105	105-110	105-112	107-115	107-115
Carton presat	1 buc	-	225-355	265-360	265-365	268-367	268-367
Cuie	1 kg	-	15-25	15-25	18-30	20-30	20-30
Plasă sîrmă	1 m.l.	-	250-300	250-320	265-320	270-330	270-330
Pari de vie	1 buc	-	63-65	65-68	65-70	68-73	68-73
Fortan	1 m^3	-	420-450	420-450	425-455	430-460	430-460
Pavaje curte	1 m^2	-	95-100	95-110	95-120	100-120	100-120

2.9.2. Planificarea veniturilor din comercializarea fortanului şi pavajelor pentru curte, inclusiv pilonii pentru aceasta:

Î.I. „Bulmaga Vladislav" are deja comandă de fabricare a 200 m^3 fortan şi 3000 m^2 pavaje pentru curte în sumă de 390000 MDL pentru anul acesta. Pentru anii viitori va mai creşte cererea la aceste produse şi, conform calculelor prezente, întreprinderea planifică să facă vînzări de 1,605,000 MDL către anul 2013.

Anul	Cantitate fortan *(a)*	Preț *(b)*	Cantitate pavaje curte *(c)*	Preț *(d)*	Venit total *(a*b+c*d)*
2010	200 m^3	450 MDL	3000 m^2	100 MDL	390000 MDL
2011	210 m^3	450 MDL	3055 m^2	100 MDL	400000 MDL
2012	210 m^3	450 MDL	3105 m^2	100 MDL	405000 MDL
2013	220 m^3	450 MDL	3110 m^2	100 MDL	410000 MDL
Total				**1'605'000 MDL**	

2.9.3. Planificarea veniturilor din activitatea magazinului alimentar

Pentru perioada creditară compania planifică următoarele venituri din vînzări anuale: 37'442 MDL pe perioada mai anul curent – 31.01.2010, 54'733 MDL în anul 2011, 63'817 MDL în anul 2012 şi 74'008 MDL respectiv, în anul 2013.

2.9.4. Planificarea cheltuielilor anuale

ANUL	2010 (MDL)	2011 (MDL)	2012 (MDL)	2013 (MDL)
Costul vînzărilor alimentare	32 558	55 814	54 566	57 062
Costul vînzărilor materialelor de construcție	600 600	629 760	506 310	361 695
Costul vînzărilor - fortan şi pavaje curte	din contribuția proprie	din contribuția proprie	din contribuția proprie	din contribuția proprie
Total costul vînzărilor	633 158	685 574	560 876	418 757
Cheltuieli comerciale	14 651	25 117	25 116	25 116
Retribuirea muncii	105 000	180 000	180 000	180 000
Alte cheltuieli generale şi administrative	18 721	32 093	32 093	32 093
Total cheltuieli generale şi administrative	123 721	212 093	212 093	212 093
Cheltuieli operaționale	7 508	30 030	30 030	22 522
Cheltuieli ale activității financiare	5 748	9 854	9 854	9 854
TOTAL Cheltuieli	784 786 MDL	962 668 MDL	837 969 MDL	688 342 MDL

2.9.5. Graficul de rambursare a creditului:

Perioada şi suma rambursării creditului şi dobînzii aferente			
Trimestrul rambursării	**Venit din vînzări MDL**	**Suma rambursată MDL sau EUR**	
Decembrie 2010	1.114.762	57.557,50	3.488,33
Martie 2011	297.818	57.557,50	3.488,33
Iunie 2011	297.818	57.557,50	3.488,33
Septembrie 2011	297.818	57.557,50	3.488,33
Decembrie 2011	297.818	57.557,50	3.488,33
Martie 2012	265.186	57.557,50	3.488,33
Iunie 2012	265.186	57.557,50	3.488,33
Septembrie 2012	265.186	57.557,50	3.488,33
Decembrie 2012	265.186	57.557,50	3.488,33
Martie 2013	226.491	57.557,50	3.488,33
Iunie 2013	226.491	57.557,50	3.488,33
Septembrie 2013	226.491	57.557,50	3.488,33
TOTAL	**4.046.249**	**690.690,00**	**41.860,00**

2.9.6. Pragul de rentabilitate

Pentru perioada de creditare Î.I. "Bulmaga Vladislav" planifică următoarele rezultate financiare:

Anul /Rezultatele financiare	2010	2011	2012	2013
Vînzările nete	1114762	1191270	1060744	905964
Costul vînzărilor	633158	685574	560876	418757
Profitul brut	481604	505696	499868	487207
Cheltuieli indirecte	151628	277094	277093	269585
Profitul net	329976	228602	222775	217622

Cifra de afaceri în anul 2009 a companiei a înregistrat următoarele valori:

- **Vînzări nete** – 1'943'555 MDL
- **Profit brut** – 281'960 MDL
- **Profit net** – 150'277 MDL

Dinamica profitului brut şi net:

Indicatori	2009 MDL	2013 MDL	Abaterea absolută	Abaterea relativă
Profit brut	281'960	487'207	***205'247***	***72.80%***
Profit net	150'277	217'622	***67'345***	***48.81%***
Rata profitului brut	***14.50%***	***53.77%***		
Rata profitului net	***7.73%***	***24.02%***		

Dacă în anul 2009 rata PN era de 7.73 %, compania planifică ca rata PN în urma dezvoltării afacerii să sporească la cca 24%. Deci, compania are ca scop majorarea profitului brut cu aproximativ 205 mii MDL şi cu cca 67 mii MDL, respectiv a profitului net – adică Î.I. „Bulmaga Vladislav" îşi va majora cifra de afaceri cu 48.81%.

2.10. Rezultate financiare planificate pentru anii 2010-2013

Cheltuieli MDL		Venit MDL	
Costul vînzărilor	**2'298'365**	**Venit din vînzari** din care:	
Cheluieli comerciale din care:	**90000**	**Din vînzarea materialelor de construcţie**	**2437740**
• De transport privind desfacerea	60 000	**Din comercializarea fortanului şi a pavajelor pentru curte**	**1 605000**
• Privind marketing şi reclamă	30 000	**Din activitatea magazinului alimentar**	**230000**
Cheltuieli generale şi administrative din care:	**760000**		
• Uzura mijloacelor fixe	30 000		
• Reparaţia mijloacelor fixe	30 000		
• Cheltuielile privind retribuirea muncii	645 000		
• Pentru donaţii şi binefacere	35 000		
• Alte cheltuieli generale şi administrative	20000		
Alte cheltuieli operaţionale din care:	**90 090**		
• Arenda	-		
• Aferente plăţii dobînzii pentru credite şi împrumuturi	90 090		
Cheltuieli ale activităţii financiare din care:	**35 310**		
• Diferenţa curs valutar	22110		
• Alte cheltuieli ale activ.fin.	13200		
TOTAL Cheltuieli	**3 273 765**	**Total Venit**	**4 272 740**

Deci, aşteptările la finele anului 2013, prin cumul, sunt:

Investiţie în 2010 în procurarea materialelor de construcţie: 660 000 MDL (40 000 EUR)
Profit brut: 4 272 740-2 298 365 = **1 974 375 MDL (119 659 EUR)**
Cheltuieli indirecte: 3 273 765 MDL (198 410 EUR)
Profit net: 4 272 740-3 273 765 = **998 975 MDL (60 544 EUR)**

În urma implementării planului de afaceri dat, Î.I. „Bulmaga Vladislav" va înregistra un profit net prin cumul pentru perioada anilor de creditare de minim 60 mii EUR. Astfel, investind în continuare în afacere – deja capitalul propriu – întreprinderea va fi chiar pe primul loc pe piața locală ca furnizor de materiale de construcție, şi dispunînd de capital propriu va putea deschide magazine pentru comercializarea materialelor de construcție şi în alte localități din raionul Teleneşti.

Tendințele Î.I. „Bulmaga Vladislav" sunt pozitive, ascendente şi profitabile!

III. Anexe

Anexa 1 Copia certificatului de înregistrare a întreprinderii

REPUBLICA MOLDOVA

CERTIFICAT
DE ÎNREGISTRARE

ÎNTREPRINDEREA INDIVIDUALĂ
"BULMAGA VLADISLAV"
ESTE ÎNREGISTRATĂ LA CAMERA ÎNREGISTRĂRII DE STAT

Numărul de indentificare de stat - codul fiscal
1003606008990

Data înregistrării 12.08.2002

Data eliberării 12.02.2005

Sîrghi Valeriu, registrator de stat
Funcția, numele, prenumele persoanei care a eliberat certificatul

semnătura

L.Ş.

MD 0023580

Anexa 2 Extrasul din registrul de stat

CAMERA ÎNREGISTRĂRII DE STAT
A MINISTERULUI DEZVOLTĂRII INFORMAȚIONALE
AL REPUBLICII MOLDOVA

EXTRAS
din Registrul de stat al întreprinzătorilor individuali

Nr. **17339** data **13.05.2009**

Denumirea completă: **Întreprinderea Individuală "BULMAGA VLADISLAV".**
Denumirea abreviată: **Î.I. "BULMAGA VLADISLAV".**
Forma juridică de organizare: **Întreprinzător individual**
Numărul de identificare de stat şi codul fiscal (IDNO): **1003606008990**
Data înregistrării de stat: **12.08.2002**
Sediul: **MD-5813, s. Brînzenii Vechi, rl. Teleneşti, Republica Moldova.**

Obiectul principal de activitate:
1. Cultura vegetală asociată cu creşterea animalelor.
2. Comerţul cu ridicata al produselor agricole brute şi animalelor vii.
3. Comerţul cu ridicata pe bază de tarife sau contracte.
4. Baruri.
5. Comerţul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vînzare predominantă de produse alimentare, băuturi şi produse din tutun.
6. Comerţul cu amănuntul al băuturilor alcoolice şi altor băuturi.
7. Comerţul cu amănuntul al produselor din tutun.
8. Alte transporturi terestre de călători.
9. Transporturi rutiere de mărfuri.
10. Comerţul cu ridicata al materialelor lemnoase, al materialelor de construcţie şi echipamentului sanitar.
11. Comerţul cu amănuntul al articolelor de fierărie, al vopselelor şi sticlei.
12. Fabricarea elementelor din beton, ipsos şi ciment.

Administrator: **BULMAGA VLADISLAV, IDNP 0973110352166**

Fondator:
1. BULMAGA VLADISLAV, IDNP 0973110352166

Prezentul extras este eliberat în temeiul art.34 al Legii nr.220-XVI din 19 octombrie 2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice şi a întreprinzătorilor individuali şi confirmă datele din Registrul de stat la data de 13.05.2009.

Registrator **Sîrghi Valeriu**

90120319

Anexa 3 Autorizații

3.1. Autorizație sanitar-veterinară

SERVICIUL SANITAR VETERINAR
CU INSPECTORATUL SANITAR VETERINAR DE STAT
AL RAIONULUI TELENEŞTI
str. Dacia, 34, tel./fax: (258) 22156

AUTORIZAȚIE SANITAR-VETERINARĂ

Nr. 000106 Din 03 August 2009

Valabilă până 03. August 2014

1. Eliberată I.I. „Bulmaga Vladislav"
denumirea agentului economic, adresa, telefon
r-l Telenești s. Brînzeni-Vechi tel. 70.9.15

pentru funcționarea unuia alimentar mixt.
denumirea obiectului
s. Brînzeni - Vechi Tel. 70 9 15
adresa, telefon

2. Profilul activității Achiziționarea păstrarea
abataj, achiziționare, păstrare, prelucrare
și realizarea produselor de origine
fabricare, distribuire, comercializare, etc. a materiei
animală.
prime, produselor animaliere și produselor care
conțin componenți de origine animală, alte specificări de activitate

3. Baza de emitere a autorizației cererii, certif. de înregistrare,
ref. tehnice.

Agentul economic, posesor al prezentei autorizații este obligat și își asumă responsabilitatea:
– continuu să respecte prescripțiile actului susnominalizat;
– la expirarea valabilității autorizației să organizeze prelungirea ei în modul stabilit;
– să asigure respectarea cerințelor sanitare veterinare în conformitate cu Statutul, Legea, Legislațiile, Actele normative etc., Sanitare Veterinare în vigoare ale Republicii Moldova.
Nerespectarea condițiilor care au stat la baza emiterii prezentei autorizații, schimbarea profilului sau efectuarea altor activități atrage după caz, ridicarea temporară sau definitivă a autorizației, precum și sancționarea contravențională sau penală, conform Legilor în vigoare ale Republicii Moldova.

Inspector veterinar principal
de Stat al raionului Telenești
Medic-veterinar șef

V. Andronic
Numele, prenumele, semnătura

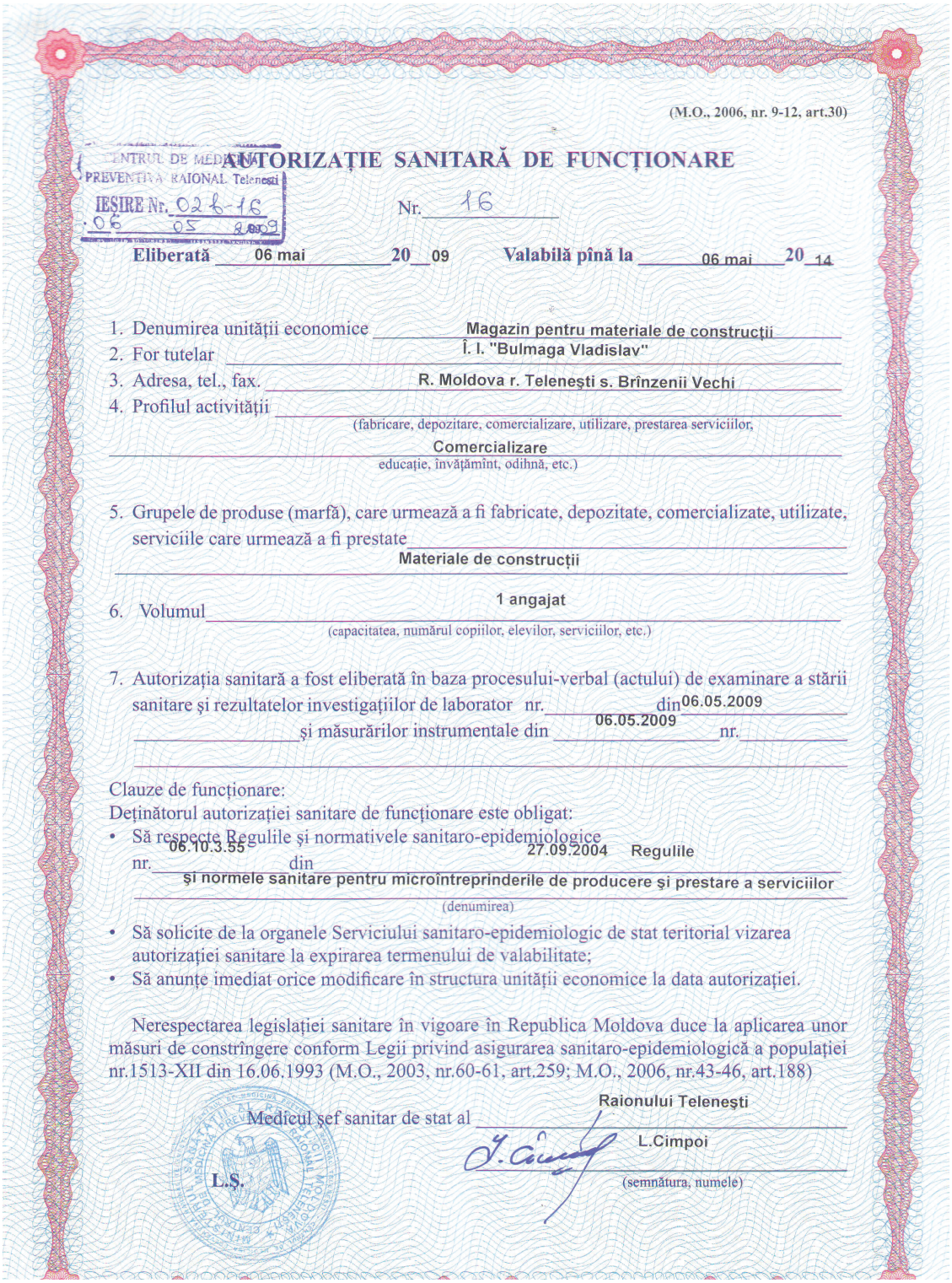
V. Andronic

L.Ș.

Autorizația este întocmită în 2 exemplare:
1. Agentul economic
2. Inspectoratul Sanitar Veterinar de Stat

Supravegherea activității, reclamații și sugestii la tel.: (250) _____

3.2. Autorizație sanitară de funcționare



(M.O., 2006, nr. 9-12, art.30)

CENTRUL DE MEDICINĂ PREVENTIVĂ RAIONAL Telenești
IEȘIRE Nr. 02b-16
06 05 2009

AUTORIZAȚIE SANITARĂ DE FUNCȚIONARE

Nr. 16

Eliberată 06 mai 20 09 Valabilă pînă la 06 mai 20 14

1. Denumirea unității economice Magazin pentru materiale de construcții
2. For tutelar Î. I. "Bulmaga Vladislav"
3. Adresa, tel., fax. R. Moldova r. Telenești s. Brînzenii Vechi
4. Profilul activității
(fabricare, depozitare, comercializare, utilizare, prestarea serviciilor,
Comercializare
educație, învățămînt, odihnă, etc.)

5. Grupele de produse (marfă), care urmează a fi fabricate, depozitate, comercializate, utilizate, serviciile care urmează a fi prestate
Materiale de construcții

6. Volumul 1 angajat
(capacitatea, numărul copiilor, elevilor, serviciilor, etc.)

7. Autorizația sanitară a fost eliberată în baza procesului-verbal (actului) de examinare a stării sanitare și rezultatelor investigațiilor de laborator nr. din 06.05.2009
și măsurărilor instrumentale din 06.05.2009 nr.

Clauze de funcționare:
Deținătorul autorizației sanitare de funcționare este obligat:

- Să respecte Regulile și normativele sanitaro-epidemiologice nr. 06.10.3.55 din 27.09.2004 Regulile
și normele sanitare pentru microîntreprinderile de producere și prestare a serviciilor
(denumirea)
- Să solicite de la organele Serviciului sanitaro-epidemiologic de stat teritorial vizarea autorizației sanitare la expirarea termenului de valabilitate;
- Să anunțe imediat orice modificare în structura unității economice la data autorizației.

Nerespectarea legislației sanitare în vigoare în Republica Moldova duce la aplicarea unor măsuri de constrîngere conform Legii privind asigurarea sanitaro-epidemiologică a populației nr.1513-XII din 16.06.1993 (M.O., 2003, nr.60-61, art.259; M.O., 2006, nr.43-46, art.188)

Medicul șef sanitar de stat al Raionului Telenești L.Cimpoi
(semnătura, numele)

L.Ș.

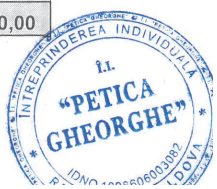
Anexa 4 Oferta materiale de construcție

Oferta materiale de construcție
Furnizor Î.I. „Petica Gheorghe"

Preț MDL	Oferta materiale de constructie 2010			
Produs	preț cumpărare	cantitate	u.m.	total investit
Ciment	1.200,00	30	1 tonă	36.000,00
Rotband	90,00	80	1 sac	7.200,00
Amserglob	52,00	70	1 sac	3.640,00
Fugenfuller	66,00	100	1 sac	6.600,00
Tencuială MP 75	70,00	150	1 sac	10.500,00
Clei pe bază de ipsos Eurofin	63,00	50	1 sac	3.150,00
Grunduri	70,00	30	5 kg	2.100,00
Vopsea pe bază de hidroemulsie	130,00	70	5 kg	9.100,00
Vopsea email	23,00	100	1 kg	2.300,00
Vopsea coler	20,00	200	1 buc	4.000,00
Perii	10,00	300	1 buc	3.000,00
Ardezie	70,00	700	1 buc	49.000,00
Cărămidă	2,90	10000	1 buc	29.000,00
Cherestea	2.200,00	100	1 m3	220.000,00
Gips carton 12,5 mm	95,00	100	1 buc	9.500,00
Carton presat DSP	235,00	50	1 buc	11.750,00
Carton presat DVP	210,00	50	1 buc	10.500,00
Carton presat OSB	320,00	50	1 buc	16.000,00
Dibluri şi şuruburi	14,00	200	1 kg	2.800,00
Țeavă profil	28,00	100	1 m	2.800,00
Țeavă metal	38,00	200	1 m	7.600,00
Sîrmă metal	1,50	200	1 m	300,00
Cornier	25,00	100	1 m	2.500,00
Armătură	12,00	250	1 m	3.000,00
Plasă de sîrmă	210,00	300	1 m.l.	63.000,00
Pari de vie	55,00	700	1 buc	38.500,00
Gard de fier	320,00	50	1 buc	16.000,00
Gard de beton	120,00	50	1 buc	6.000,00
Cablu	18,00	400	1 m	7.200,00
Prize	8,00	100	1 buc	800,00
Întrerupătoare	9,00	100	1 buc	900,00
Plafoane	110,00	30	1 buc	3.300,00
Becuri Vita One	25,00	150	1 buc	3.750,00
Furtun apă	8,00	200	1 m	1.600,00
Ciocan	70,00	15	1 buc	1.050,00
Ferestrău	40,00	20	1 buc	800,00
Cleşte	28,00	20	1 buc	560,00
Lopată	28,00	30	1 buc	840,00
Hîrleț	27,00	30	1 buc	810,00
Furcă	45,00	30	1 buc	1.350,00
Cuie	12,00	150	1 kg	1.800,00
Total	**6.178,40**	**15655**	**0**	**600.600,00**

Data
20.04.2010

Semnătura
L.Ș.



Diplomă

Îl Bulmaga Vladislav

pentru activitatea in domeniul

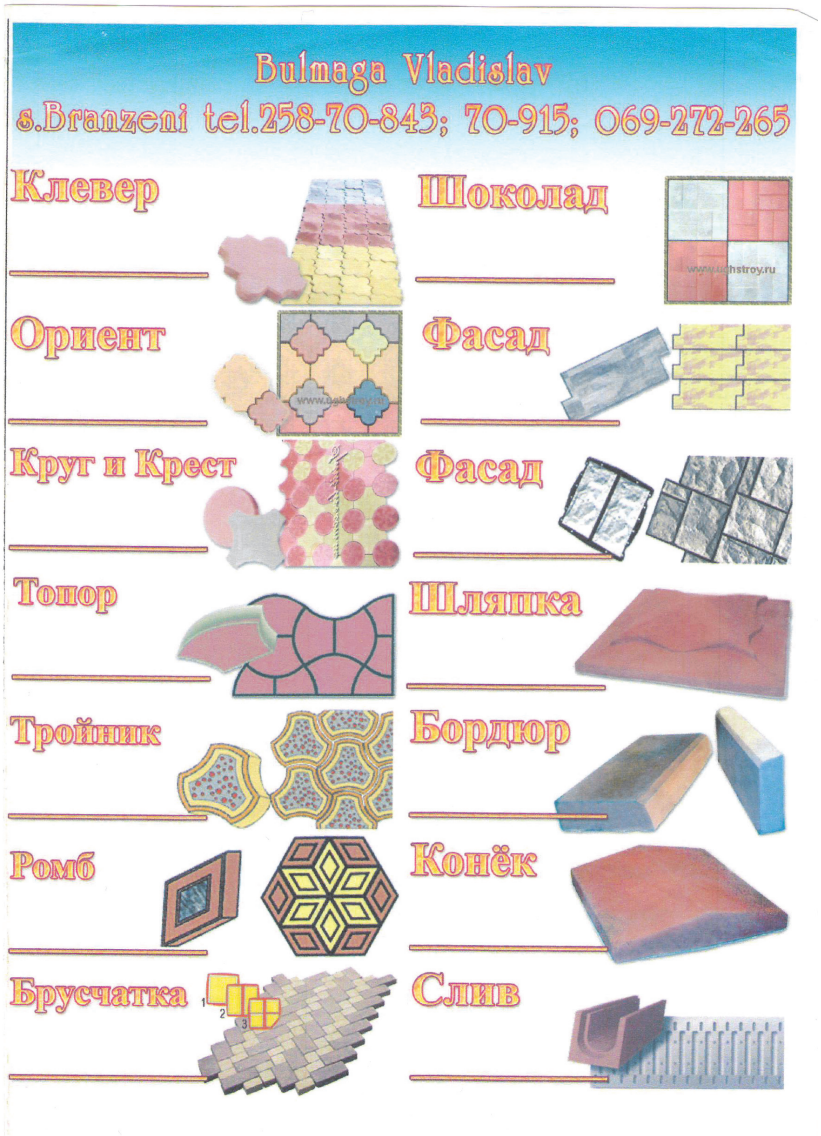
comerțului a materialelor de construcție

Primarul comunei Brînzenii Noi V. Tcaciuc

15 septembrie 2009

Republica Moldova

Anexa 6 Foto pavaje pentru curte



Anexa 7 Foto

Magazin alimentar şi magazin pentru comercializarea materialelor de construcţie

Depozit (se fabrică fortan şi pavaje pentru curte) şi casa proprie

Camion MAN 12152F şi automobil Mercedes Benz 124
(mijloace de transport proprii)

ANEXA 10
Link-uri utile

Agenția de Intervenție şi Plăți pentru Agricultură	**www.aipa.md**
Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	**www.agepi.md**
Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă	**www.anofm.md**
Agențial Națională de Dezvoltare Rurală	**www.acsa.md**
Biroul Național de Statistică	**www.statistica.md**
Business Advisory Services Programme Moldova (Programul BAS)	**www.bas.md**
Business Portal	**www.businessportal.md**
Camera de Comerț şi Industrie	**www.chamber.md**
Camera de Licențiere	**www.licentiere.gov.md**
Camera Înregistrării de Stat	**www.cis.md**
Casa Națională de Asigurări Sociale	**www.cnas.md**
Centrul Internațional de Expoziții	**www.moldexpo.md**
Centrul Național pentru Sănătate Publică	**www.cnsp.md**
Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice si Coruptiei	**www.cccec.md**
Compania Națională de Asigurări în Medicină	**www.cnam.md**
Fondul Internațional pentru Dezvoltarea Agriculturii	**www.ifad.md**
Inspecția Muncii	**www.inspectiamuncii.md**
Institutului Național de Standardizare şi Metrologie	**www.standard.md**
Organizația de Atragere a Investițiilor şi Promovare a Exportului din Moldova	**www.miepo.md**
Organizația pentru Dezvoltarea IMM (Ministerul Economiei)	**www.odimm.md**
Programul De la Fermier la Fermier	**www.cnfa.mc**
Programul Operational Comun Romania-Ucraina-Republica Moldova 2007-2013	**www.ro-ua-md.net**
Registrul de Stat al Actelor Juridice	**www.justice.md**
Serviciul Fiscal de Stat	**www.fisc.md**
Altele	**www.24h.md**
	www.business24.ro
	www.businessportal.md
	www.mybusiness.md

Pentru recrutare personal şi publicare posturi vacante:

www.angajare.md	www.jobinfo.md	www.makler.md
www.anofm.md	www.joblist.md	www.moldovajob.md
www.bestjobs.md	www.jobmoldova.md	www.munka.md
www.cariera.md	www.joburi.md	www.rabota.md
www.hr.md	www.locurimunca.info	www.topjobs.md

Bibliografie:

1. Bîrcă Alic, *„Managementul Resurselor Umane"* , ASEM, Chișinău, 2005

2. Bugaian L., Roșcovan M., Solcan A., Todirașcu Ș., *„Cum să-ți înființezi o afacere "*, Ghid practic pentru antreprenori, Chișinău, 2010

3 Ghid pentru antreprenori, instructori și consultanți, *„Planificarea afacerii"*, BIZPRO, Chișinău, 2003

4 Ghid pentru antreprenori, instructori și consultanți, *„Aspecte juridice ale antreprenoriatului"*, BIZPRO, Chișinău, 2003

5 Ghid pentrru întreprinzători, *„Cum să obții un credit/împrumut de la instituțiile bancare și nebancare din Republica Moldova"*, BIZPRO, Chișinău, 2003

6 Ghid pentru antreprenori, instructori și consultanți, *„Din start cu idei optime de afaceri"*, BIZPRO, Chișinău, 2003

7 Ghid practic pentru migranți, *„Cum să faci business în Republica Moldova?"*, vol.3, Chișinău, 2007

8 Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii, *„Ghid legislativ în domeniul activității antreprenoriale"*, Chișinău, 2007

9 Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii, *„Doresc să-mi lansez propria afacere"*, Ghid pentru antreprenori începători și prestatori de servicii în afaceri, Chișinău, 2007

10 Șuleanschi S., Veveriță V., *„Primii pași în afaceri"* , Ghid pentru antreprenori începători, Chișinău, 2009

- www.24h.md
- www.bizcity.ro/stiri/cum-promovezi-eficient-un-produs-nou-lansat.html?id=32033
- www.business24.ro
- www.businessportal.md
- www.caam.utm.md/files/docs/ANTREPRENORIAT_c2.pdf
- www.contabilus.wordpress.com
- www.flux.md/editii/20105/articole/8734/
- www.mybusiness.md
- www.profituri.ro/curs/ideioptime.pdf
- www.startafaceri.blogspot.com