

POSSIBILITĂȚI DE INTRARE ÎN LUMEA AFACERILOR

Elena GOLUȚ, Ion BACUNOV, Veronica PULBERE

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *Lucrarea dată are ca scop analiza celor mai utilizate posibilități de intrare în lumea afacerilor. Existența economiei naționale se datorează multiplelor întreprinderi mari, mici sau mijlocii. Lumea afacerii este interesantă, dar necesită foarte mult efort de a supraviețui influenței factorilor interni și externi. Domeniul tehnologiilor informaționale și a comunicațiilor electronice este unul mai complex. Pentru deschiderea unei afaceri în acest domeniu antreprenorii trebuie să dispună de sume enorme de surse financiare, de echipamente de ultimă generație și de personal angajat foarte calificat. Determinarea posibilității de intrare în lumea afacerii în mare măsură ține de dorința, competența și abilitățile antreprenorului, iar acesta trebuie să urmeze numeroși pași importanți necesari să fie realizați.*

Cuvinte cheie: *Afacere, posibilități, comunicații electronice, franciza, asociere, cumparare, piață.*

Introducere

Afacerea poate fi definită ca o activitate independentă care poate fi desfășurată din proprie dorință. Ea poate fi creată de un singur întreprinzător, care își asumă întregul risc sau de mai multe persoane asociate care în comun acord împart într-un anumit mod drepturile și obligațiile.

1 Posibilități de intrare în lumea afacerilor

Succesul afacerii depinde de reacțiile elastice la schimbările pieței, de capacitatea de a implementa rapid noile soluții, de a se reorganiza, de a lua operativ decizii. Înainte de a lansa o afacere, este necesar întocmirea unui studiu preliminar în care se delimitează activitățile curente de perspectivele viitoare atât pe termen scurt cât și pe termen lung. Aceasta muncă nu e ușoară, dar nu este inutilă deoarece fereste afacerea și antreprenorul de eșec. Fiecare tip de afacere are anumite trăsături specifice, anumite secrete, care luate în calcul, asigură succesul. Avantajele și dezavantajele fiecărei posibilități sunt prezentate în tabelul 1. [3]

Tabelul 1 Posibilități de intrare în lumea afacerii

	Crearea unei afaceri noi	Cumpărarea unei afaceri existente	Asocierea într-o afacere existentă	Cumpararea unei francize
Avantaje	a) Inovare b) Independență c) Administrare proprie d) Alegerea genului de activitate e) Libertatea de decizie f) Nu corectezi greșelile altora	a) Risc mai mic b) Clienți deja existenți c) Profit d) Economii de timp	a) Afacerea e pe roate b) Înveți de la partener c) Împarți sarcinile responsabilitățile, d) Te ocupi cu ceea ce îți place e) Schimb de idei și opinii	a) Imagine înaltă b) Nivel scăzut de bancrotizare c) Ai dreptul de a copia o afacere d) Drepturi exclusive de autor e) Finanțare
Dezavant	a) Investiții mai mari b) Responsabilitate mare c) Mult efort d) Cercetări de piață e) Lipsă de experiență	a) Repararea greșelilor altora b) Risc c) Analiza financiară minuțioasă	a) Decizia trebuie să o iei cu asociații b) Împărțirea profitului c) Dificultăți în caz de conflict cu partenerul	a) Preț prea mare b) Multe rapoarte, timp consumat c) Consultația juristului costisitoare

Cea mai des întâlnită, cea mai uzuală posibilitate de intrare în lumea afacerii o constituie **crearea unei noi afaceri** ce presupune un proces de combinare a factorilor de producție, de căutare a piețelor, de aprovizionare și desfacere, de evaluare și asumare a riscurilor de către întreprinzător.

Swain și Tucker considera ca există trei etape principale ale procesului de creare și lansare a întreprinderii: conceptul de afaceri, planificare, implementarea.

Elementele fundamentale pentru procesul de creare și lansare cu succes a unei noi afaceri sunt:

- a. Ideea – bazată pe o reală oportunitate a pieței;
- b. Calificarea, cunoștințele și experiența întreprinzătorului;
- c. Existența resurselor necesare și descoperirea căilor pentru obținerea lor;
- d. Motivația bine fundamentată;

e. Existența unui mediu extern favorabil activității noii afaceri.

Deci, lansarea unei afaceri este un proces de combinare a resurselor necesare (lucrători, clădiri, echipamente, clienți, resurse banesti, furnizori), întreprinzătorii cautând, în cadrul restricțiilor în care acționează să realizeze cea mai bună combinație a factorilor de producție. În procesul de creare a unei noi afaceri, atunci când intervin mai multe persoane, asocierea trebuie realizată cu atenție, fiind o posibilă viitoare sursă de conflicte. Parteneriatul trebuie să aibă la bază două elemente:

- poziția clară a partenerilor printr-o definiție riguroasă a rolului managerial al fiecăruia;
- existența unor obiective comune.

Cumpărarea unei afaceri existente: Dacă întreprinzătorul s-a decis să cumpere o afacere existentă, următorul pas îl reprezintă găsirea celei mai convenabile afaceri. Pentru aceasta, el trebuie să-și stabilească o serie de criterii cu privire la ceea ce înseamnă o afacere convenabilă pentru el (domeniul de activitate, zonă etc.). După aceea, va căuta afacerea care să corespundă cel mai bine acestor criterii. Pentru aceasta va trebui să efectueze o serie de cercetări sau să-și facă publică intenția sa de cumpărare.

Pe de o parte, vânzătorul va urmări: obținerea unui preț cât mai mare; încheierea unui contract în care să se specifice banii primiți; evitarea unor termene contractuale nerezonabile.

Pe de altă parte, cumpărătorul ar dori: obținerea unui preț cât mai mic; negocierea unor termene de plată favorabile; existența unor registre cu date veridice și oneste.

Înainte de a începe negocierea, cumpărătorul trebuie să aibă în vedere câțiva factori, cum sunt: intensitatea dorinței vânzătorului de a vinde; termenul de încheiere a afacerii; modul de efectuare a plății, impactul condițiilor economice asupra prețului afacerii. Prețul afacerii tinde să urmeze condițiile economice generale. Vânzătorul își vinde afacerea în condiții bune în situațiile de prosperitate, iar cumpărătorul este favorizat în perioadele de recesiune.

O altă modalitate de a intra în afaceri este franciza. Franciza reprezintă o oportunitate de afaceri prin care proprietarul unui serviciu sau produs înregistrat (francizor) garantează drepturi exclusive unei persoane (francizat) pentru distribuția și /sau vânzarea locală a serviciului sau produsului, în condițiile respectării standardelor de calitate și în schimbul unei plăți sau redevențe. Acordul legal dintre cele două părți este

2. Tendințe de intrare în lumea afacerilor în domeniul TIC

Unul din indicatorii principali, ce caracterizează economia națională, lumea afacerii în Republica Moldova, este numărul de întreprinderi, de agenți economici existenți.

În baza datelor din rapoartele financiare ale agenților economici prezentate Biroului Național de Statistică se poate menționa că în anul 2015 numărul total de întreprinderi care își desfășoară activitatea pe teritoriul Republicii Moldova constituie 51216. Repartizarea agenților economici pe genuri de activitate, pe ramuri ale economiei naționale sunt prezentate în tabelul 2:

Conform datelor din tabelul 2 sectorul cu cei mai mulți agenți economici existenți (în total 20313) este sectorul de comerț cu ridicata și amănuntul deoarece este un sector cel mai atractiv și cu posibilități de intrare în lumea afacerii avantajoase. Domeniul informația și comunicații, ca și majoritatea celorlalte domenii, sectoare ale economiei naționale, ocupă un loc de mijloc după gradul de complexitate a realizării afacerilor, acesta fiind constituit din 1986 de întreprinderi, adică 3,88% din toată economia RM.

Domeniul informația și comunicații la rândul său este format din mai multe sectoare, direcții. Numărul agenților economici după mărimea firmelor în acest domeniu este prezentat în tabelul 3.

Tabelul 2 Numărul de întreprinderi pe genuri de activitate

Denumirea ramurii economiei RM	Nr. de firme
Agricultură	3168
Industria extractivă	117
Industria prelucrătoare	4482
Producerea și furnizarea de energie electrică, termică, gaze	100
Distribuția apei, solubritate, gestionarea deșeurilor	365
Construcții	2994
Comerț cu ridicata și amănuntul	20313
Transport și depozitare	2690
Activități de cazare și alimentație publică	1748
Informația și comunicații	1986
Activități financiare și asigurări	1054
Activități profesionale, științifice și tehnice	4191

Invățămînt	407
Sănătate și asistență socială	1030
Alte activități de servicii	3083
TOTAL	51216

Astfel, cele mai multe afaceri sunt micro- întreprinderi și afaceri mici. Aceasta se datorează faptului ca posibilitățile de intrare în lumea afacerii sunt mai avantajoase din punct de vedere legislativ, de organizare și dezvoltare. Iar majoritatea afacerilor, întreprinderilor mici și mijlocii reprezintă peste 97 la sută din numărul total al afacerilor din Republica Moldova. Acestea constituie afacerile nou-create sau așa numitele afaceri start-up-uri. Astfel, din numărul total de întreprinderi existente în RM, 45652 de firme au forma de proprietate privată, celelalte fiind de formă publică sau mixtă.

Tabelul 3 Numărul firmelor după marime a domeniului informația și comunicații

Tipuri de sectoare	Întreprinderi				
	Micro	Mici	Mijlocii	Mari	Total
Comunicații electronice	317	46	8	13	384
Activitatea de producție și difuzarea programelor	543	93	15	19	670
Activitatea de servicii în tehnologia informației	633	112	17	9	771
Altele					161

Deci, și în domeniul TIC, ca și în celelalte domenii ale economiei naționale, cea mai uzuală posibilitate de intrare în lumea afacerilor o constituie crearea unei afaceri noi. Iar celelalte posibilități de intrare în lumea afacerii sunt mai puțin specifice domeniului TIC. Apoi, urmează francizele. Cea mai recentă posibilitate de intrare în lumea afacerii în domeniul TIC este cumpărarea unei afaceri existente, adică întreprinderea SA ORANGE a procurat întreprinderea Sun-Communications. Grafic, tendința de intrare în afaceri pentru domeniul TIC poate fi reprezentată sub forma diagramei prezentate în fig.1.

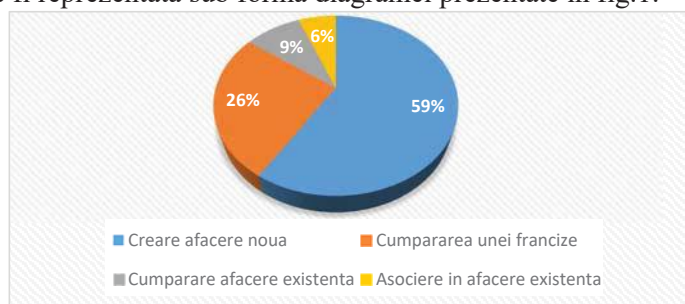


Figura 1 Tendința de intrare în lumea afacerilor a antreprenorilor din domeniul TIC

Exemple de întreprinderi/prestatori de servicii în domeniul comunicațiilor electronice și tehnologiilor informaționale după modul de intrare în lumea afacerilor sunt prezentate în tabelul 3.

Tabelul 3. Clasificarea întreprinderilor TC după tipul posibilităților de intrare în lumea afacerii

Afaceri noi create	Afaceri cumparate	Asociere în afacere deja existentă	Francize
StarNet S.R.L	Dacă și sunt atunci din categoria celor mici	Jurnal Media	Orange
Arax-Impex S.R.L		Noroc-media	Moldcell
Moldtelecom S.A		Unite	Riscom Computers S.R.L.
Uniweb S.R.L		Etc.	CTC MOLDOVA
I.S "MoldData"			KissTV+KissFM
Î.S Radiocomunicații			ProTV

3. Redistribuirea serviciilor TIC – metodă nouă de intrare în lumea afacerilor

Noua posibilitate de a intra în lumea afacerilor, specifică doar domeniul comunicațiilor electronice, este cel de a redistribui serviciile cumparate de la alte întreprinderi. Spre exemplu e necesar de a crea un ISP local, pentru aceasta e nevoie de cumparat 1-2 pachete de servicii Internet de la prestatori ca “Orange” și de prestat servicii Internet altor clienti. Aceasta obtiune e avantajoasa atit pentru clienți cât și pentru prestatorii intermediari, atunci când clientul (persoana fizică) are nevoie de servicii Internet calitative, dar “Orange” nu presteaza serviciile sale Internet decât persoanelor juridice. Astfel de exemple pot fi aduse și în cadrul televiziunii digitale și nu numai. Exemplu ”Focussat”S.R.L ;”NTV+”; “host.md”, “amplica.md”.

Această posibilitate de intrare în lumea afacerilor nu e cea mai reușită, uneori fiind încălcate normele legale. Spre exemplu : “Focussat”-i-a fost sistata activitatea timp de 6 luni de catre ANRCETI pentru că serviciile prestate de aceasta erau nu de cea mai buna calitate. Deci, această posibilitatea are și ea cel puțin un dezavantaj.

În dependent de tipul de servicii prestat clienților domeniului de comunicații electronice, numărul de agenți economici care și-au creat o afacere variază. Cele mai multe afaceri au fost create de tip nou, acestea prestand servicii de Internet. Serviciul de telefonie mobile este prestat abonaților de către agenți economici care își desfășoară activitatea în bază de franciză (Orange, Moldcell). La fel sunt înregistrate numeroase francize de către întreprinzătorii ce prestează servicii de radiodifuziune și TV precum: ProTV+ ProFM sau MuzTV+Muz FM. Cele mai puține întreprinderi care au ales posibilitatea de intrare în lumea afacerii- asocierea la o afacere deja existent- sunt prestatoare de servicii media, de TV+ Radio, adică companiile Jurnal Media, Noroc-Media. Referitor la serviciul de telefonie fixă, acesta este prestat de o întreprindere lider pe piața Republicii Moldova, S.A.Moldtelecom, care s-a format ca asociație după reorganizare ei din întreprindere de stat.

Concluzii

În baza avantajelor și dezavantajelor fiecărei posibilități de intrare în lumea afacerii antreprenorii aleg cea mai oportună posibilitate de inițiere a afacerii sale. În Republica Moldova cele mai numeroase au fost înregistrate afacerile nou create, iar cele mai puține sunt înregistrate afacerile prin asociere antreprenorilor la o afacere deja ezistentă. O creștere treptată se atribuie francizelor. Se menționează faptul ca agenții economic ice activează în domeniul de comunicații electronice au optat pentru toate tipurile de posibilități de intrare în lumea afacerii, chiar mai mult au selectat o directive nouă, precum redistribuirea serviciilor.

Deci in orice metoda exista risc de aceea trebuia sa o alegem pe cea care ne reprezinta cel mai bine, alegind genul de activitate care il cunoastem in intregime si elaborind pasii pe care o sa-i urmam pina a obtine success.

Bibliografie

1. www.statistica.md
2. Larisa Bugaian,Valentina Catanoi,Ala Cotelnic *Antreprenoriat :inițierea afacerii 2010*
3. Elena Catîșev și Diana Jumiga “Ghidul Antreprenorului pe intelesul tuturor”, 2012