



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Februarie 2013

CENTRUL DE ASISTENȚĂ ANTREPRENORIALĂ
Universitatea POLITEHNICA din București

Proiect POSDRU/92/3.1/S/62353
“DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR
ANTREPRENORIALE – o alternativă eficientă
de adaptare la piața muncii în societatea
informațională”

Newsletter nr. 6

Idea de afacere

CUPRINS

*De la ideea de afacere
la planul de afacere-interviu*

*Impresii și mărturii de la ultimul
eveniment de networking Workshop
„Vino și testează-ți ideea de afacere”*

*21 februarie 2013,
Muzeul Țăranului Român*



CENTRUL DE
CONSILIERE ȘI
ORIENTARE ÎN
CARIERĂ



Dezvoltarea Competențelor
Antreprenoriale

De la ideea de afacere la planul de afacere

- interviu cu șef lucrări dr.ing Cătălin Alexe, Facultatea de Antreprenariat, Ingineria și Managementul Afacerilor, Universitatea POLITEHNICA din București

În contextul colaborării domniei sale cu Centrul de Asistență Antreprenorială, ne-am bucurat de oportunitatea de a-i lua un interviu domnului dr. ing. Cătălin Alexe, șef lucrări în cadrul departamentului de Management al Facultății de Antreprenariat, Ingineria și Managementul Afacerilor, Universitatea POLITEHNICA din București. Sperăm să ofere un reper în căutările și întrebările tuturor celor aflați la început de drum în piața de bussines ca antreprenori.



1. Se spune că orice business de succes a pornit de la o idee. Și totuși, ce transformă o idee bună de afacere într-o afacere profitabilă?

Trebuie să înțelegem faptul că este puțin spus că la baza unei afaceri stă ideea de afacere. În demersul alegerii unei afaceri este bine să identificăm tendințele, care ne conduc spre diverse nevoi, iar ideea de afacere reprezintă modul în care alegem să materializăm nevoia respectivă.

Suntem tentați să începem o afacere în următoarele trei situații, și anume, când: identificăm o oportunitate și nu dorim să pierdem această ocazie; avem experiență într-un domeniu și vrem să o valorificăm sau avem un hobby și am vrea să trăim din el. Este de dorit să existe o combinație a acestor situații pentru a crește șansele de reușită. Dacă s-ar îndeplini toate cele trei condiții, am putea spune că am avea cheia unei afaceri de succes, să fac o afacere din ceea ce-mi place, am lucrat în respectivul domeniu și am acumulat deja o experiență notabilă și am talentul și cunoștințele necesare de-a identifica oportunitățile din respectivul domeniu.

2. Cum pot să testez profitabilitatea ideii mele de afacere? Cum pot afla dacă mai e loc pe piață pentru reușita ideii mele de afacere?

Testarea ideii de afacere se face cu ajutorul conceperii unui plan de afacere. De multe ori întreprinzătorii se mulțumesc să identifice o oportunitate și să creadă că este cel mai important lucru, neacordând atenția cuvenită modului în care se fundamentează ideea de afacere, uitând faptul că oportunitatea este o noțiune relativă, care variază de la individ la individ, fiind dependentă de: vârstă, realizările anterioare, resursele financiare disponibile sau mediul social din care provine individul. Aș putea spune că indiferent de ideea de afacere, fie că vorbim de o idee de afacere absolut normală, de o idee inovativă, de una trăsnetă sau de o idee de afacere oarecum nostalgică, retro, toate acestea pot duce în final la succes. Nu ideea în sine garantează succesul, ci mai ales capacitatea întreprinzătorului de a construi o afacere viabilă în jurul acesteia, iar în acest caz importanța planului de afacere este primordială. Planul de afacere nu trebuie văzut neapărat numai în forma consacrată și dorită, și anume, în forma scrisă, dar și în modul în care afacerea este prezentă în modul de acțiune și gândire al întreprinzătorului. Totuși, până să începem să construim în adevăratul sens al cuvântului un plan de afacere avem la îndemână câteva teste pentru evaluarea ideii de afacere:

Testul acceptului spontan. Se prezintă ideea de afacere unui număr de 10 prieteni și dacă se primesc răspunsuri favorabile se va mai cere opinia altor 20 de persoane străine. Dacă se primesc răspunsuri favorabile se face un chestionar cu aspectele importante ale afacerii și trebuie văzut dacă persoanele intervievate ar cumpăra produsul în condițiile oferite, în ce volum, dacă au propuneri de îmbunătățire etc.

Testul prețului maxim acceptabil. Se studiază reacțiile clienților potențiali la oferirea produsului cu un preț de 6-8 ori mai mare decât costul de producție estimat. În acest fel, ar fi asigurat profitul pentru activitățile intermediare dintre producție și vânzare (marketing, distribuție).

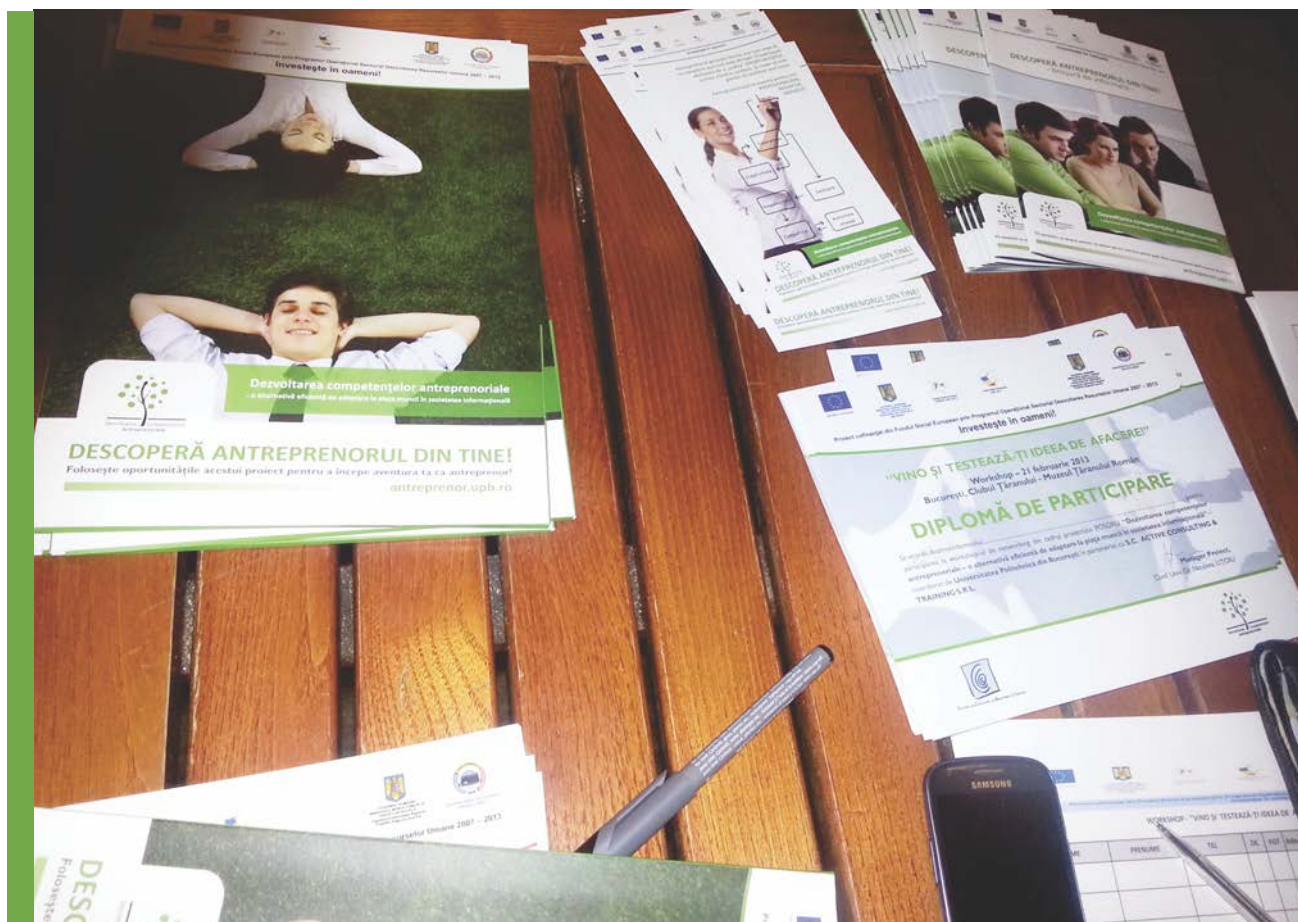
Testul prototipului. Înainte de începerea afacerii, se realizează un prototip care va fi vândut unui eșantion de clienți, în condițiile comerciale planificate pentru activitatea propriu-zisă.

3. Câți dintre cei care încep afaceri noi fac studiul de piață inițial? Cât din prognosticul reușitei afacerii este oferit de acest studiu de piață?

Studiul pieței este un capitol important al planului de afacere și corelat cu cele menționate anterior este de înțeles de ce anume. Problema este că tinerii întreprinzători nu acordă timp și implicare realizării acestui studiu din diverse motive. Îl fac în joacă, nu caută cu adevărat să întâlnească clienții potențiali dispuși să cumpere sau să ofere informații utile referitoare la conceperea și comercializarea produsului și se mulțumesc să conceapă un chestionar și acela cu multiple scări fără să ia în calcul metodologia complexă a cercetării de marketing care se impune a fi știută atunci când se face un studiu de piață și aici mă refer la obiectivele cercetării, formularea ipotezelor, determinarea eșantionului, alegerea mijloacelor adecvate de culegere, prelucrare și interpretarea datelor. De fapt, scuza este că în acest moment nu se gândesc cu adevărat să inițieze o afacere și de aceea nu acordă timpul și atenția cuvenită, uitând un singur lucru că viitorul nu îi face mai tineri, nu le oferă mai mult timp decât acum și cu siguranță, de multe ori, îi face mai rezervați în a fi mai comunicativi decât acum, iar acest mod de gândire se perpetuează la întregul mod de parcurgere a cerințelor conceperei unui plan de afacere.

Cea mai importantă cerință pentru un plan de afacere este că acesta să fie credibil și fiecare aspect prezentat să fie argumentat, fiind într-o strânsă legătură de tip cauză-efect cu o mulțime de alte aspecte care se regăsesc în diversele capitole ale planului de afacere.

Recomandarea este ca atunci când se face studiul de piață, întreprinzătorul să acorde mai multă atenție nevoilor viitoare ale clienților conștientizate sau nu de aceștia, să vină în întâmpinarea acestora cu diverse idei și soluții, care să aibă la bază buna cunoaștere a domeniului afacerii în care funcționează clientul respectiv. De cele mai multe ori lupta se dă pe satisfacerea nevoilor actuale ale acestora, unde concurența este acerbă, iar lipsa de experiență și de resurse pune probleme serioase celor noi veniți pe piață. Nu trebuie uitate nemulțumirile clienților potențiali referitoare la produsele existente pe piață, precum și propunerile venite din parte acestora.



De la ideea de afacere la planul de afacere

- interviu cu șef lucrări dr.ing Cătălin Alexe, Facultatea de Antreprenariat, Ingineria și Managementul Afacerilor, Universitatea POLITEHNICA din București

4. Specialiștii recomandă construirea afacerii pe baza unui plan de afacere. De unde pot primi ajutor cei care doresc să inițieze o afacere, în ceea ce privește construirea și dezvoltarea ulterioară a planului de afacere?

În ultimul timp au apărut din ce în ce mai multe centre de asistență antreprenorială, firme de consultanță și programe finanțate de la Uniunea Europeană care se doresc a fi un sprijin pentru întreprinzătorii din România. O simplă căutare pe Google este relevantă în acest sens.

Gama de servicii oferite de centrele de asistență antreprenorială include: consultanța, instruirea, informarea, cercetarea, incubarea afacerilor, organizarea de evenimente (evenimente promoționale, întâlniri de afaceri), mixul de servicii (oricare dintre cele de mai sus).

Fără a intra în detaliile profesiei, trebuie totuși menționat că există o tehnologie a consultanței și că rolul clientului este critic în procesul de consultanță.

Cum clientul (întreprinzătorul) este, ca în orice prestare de servicii, parte a procesului de consultanță, este bine să fie cunoscute „cele zece porunci ale clientului”:

- Culege informații despre oferta de consultanță și despre consultanți;
- Formulează bine problema;
- Definește corect obiectivul;
- Alege consultantul;
- Elaborează un program de lucru comun cu consultantul;
- Participă activ, alături de consultant, la rezolvarea problemei;
- Implică consultantul în implementarea soluției;
- Monitorizează întregul proces;
- Evaluează rezultatele procesului de consultanță;
- Apreciază și folosește consultanța – dar nu devine dependent de ea.

Recomandarea mea este ca în relația cu consultantul, întreprinzătorul trebuie să-și facă înaintea temele, în sensul că trebuie să se informeze despre activitatea depusă anterior de consultant, să cunoască tarifele de pe piață și maniera de lucru a diverșilor consultanți și mai ales să știe ce să întrebe și să știe să evalueze respectivele soluții oferite de către aceștia. Bineînțeles că toate aceste atuuri vin din acumularea de cunoștințe dobândite de întreprinzător de-a lungul vieții, în care experiențele sale de viață trebuie dublate de solide cunoștințe teoretice din lume afacerilor.

La nivel de licee și facultăți oferta educațională antreprenorială se menține scăzută. Marea majoritate a facultăților nu sprijină prin programele lor educaționale domeniul antreprenorial, iar ponderea cursurilor cu caracter economic și managerial este foarte mică la facultățile care nu sunt de profil.



5. Se spune că o idee bună de afacere vizează o nevoie care există pe piață, dar care este insuficient acoperită de ofertă. Sunt antreprenori care nu se adresează unei nevoi deja existente, ci creează o nevoie căreia i se adresează serviciile oferite de firma lor. Cât e de greu să faci un astfel de pas și cât de profitabil? Există exemple model în acest sens?

Este mult spus că o afacere poate crea o nevoie, putem să spunem mai degrabă că se identifică o nișă de piață nevalorificată, iar în acest sens trebuie să fim atenți la „fereastra de oportunitate”, definită ca intervalul de timp pe care îl are întreprinzătorul pentru a aduce ideea sa de afacere pe piață fără ca în acest timp concurența să intervină.

O idee de afacere cu totul nouă, cu potențial mare de reușită și care nu beneficiază de existența unor bariere de intrare, cum ar fi: necesitatea unui capital de lucru însemnat, existența unor experiențe anterioare, a unui know-how, posibilitatea de brevetare etc. va atrage cu siguranță concurența, iar acest lucru pentru o afacere aflată la început este cu siguranță o problemă majoră, care de multe ori atrage cu sine falimentul acesteia. Pentru a minimiza acest risc este de dorit ca investiția inițială să fie mai mică, astfel riscul va fi mai acceptabil și să vizeze o piață de nișă (de dimensiuni reduse, cu caracteristici foarte bine individualizate) și cu concurență mică, abia în formare și în anumite situații inexistentă. Dacă întreprinzătorul are o idee cu totul nouă, trebuie să învețe să crească o dată cu ea, să încerce să-și facă promovarea numai acolo unde găsește clienți potențiali, fără să atragă atenția și interesul celor din jur printr-o promovare exagerată sau lipsită de sens.

Simona Hainagiu

Coordonator activități, seminarii și conferințe antreprenoriat
Centrul de Aistență Antreprenorială

Proiect POSDRU/92/3.1/S/62353 “DEZVOLTAREA
COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE – o alternativă eficientă
de adaptare la piața muncii în societatea informațională

Impresii și mărturii de la ultimul eveniment de networking WORKSHOP “VINO ȘI TESTEAZĂ-ȚI IDEEA DE AFACERE”

Vă anunțăm cu bucurie că joi, 21 februarie 2013, Clubul Țăranului din cadrul Muzeul Țăranului Român s-a desfășurat cea de a treia întâlnire din ciclul celor opt programate în cadrul activităților specifice proiectului POSDRU 92/3.1/S/62353 “Dezvoltarea Competențelor Antreprenoriale – o alternativă eficientă de adaptare la piața muncii în societatea informațională”, coordonat de Universitatea POLITEHNICA din București.

Întâlnirea moderată de dr.ing. Cătălin Alexe a vizat procesul de testare a ideii de afacere în tranziția ei de la inspirație la planul de afacere.

Acesta a prezentat o serie de aspecte relevante referitoare la evaluarea și testarea ideii de afacere. Astfel, au fost subliniate, pe scurt, o serie de subiecte de interes cum ar fi: importanța ideii de afacere și posibilele efecte obținute în urma valorificării acesteia, o modalitate de clasificare a ideilor de afacere, conceptul de oportunitate de afacere, modalitățile de creare de noi afaceri, despre tendințele întâlnite pe piața din România ca punct de plecare în demersul antreprenorial, o serie de sfaturi referitoare la inițierea și dezvoltarea afacerilor, conceptul de plan de afacere ca principal instrument de verificare a validității ideii de afacere. La sfârșitul expunerii domnul Cătălin Alexe a răspuns diferitelor întrebări venite din partea participanților și ia antrenat pe aceștia în câteva discuții referitoare la tematica respectivă.

**Vă așteptăm cu drag la următoarele întâlniri pe care le vom
anunța și în paginile acestui Newsletter, venind în întâmpinarea
preocupărilor celor cu spirit antreprenorial.**

Mai multe informații, pe site-ul www.antreprenor.upb.ro.



Centrul de Asistență Antreprenorială

Centru.consiliere@upb.ro
Telefon: 021 402 83 02
www.antreprenor.upb.ro

Investește în oameni!

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

"Dezvoltarea competențelor antreprenoriale - o alternativă eficientă de adaptare la piața muncii în societatea informațională"

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României