



TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

PLAN DE AFACERI

Titlul proiectului:

**“DEZVOLTAREA ENTITATII
S.C. MC CONSULTING S.R.L.
PRIN DOTAREA CU ECHIPAMENTE
MODERNE”**

**Student drd. Bogeanu-Popa Maria-Madalina
Student drd. Paunescu (Petre) Carmen Florentina**

Craiova, 2020

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

CUPRINS

I.DESCRIEREA TEHNICA A PLANULUI DE AFACERI

1.1.Descrierea afacerii	3
1.1.1. Obiective	3
1.1.2. Activitati	4
1.1.3. Rezultate	5
1.1.4. Indicatori	6
1.2.Produsul / serviciul.....	6
1.2.1. Serviciul ce face obiectul investitiei propuse in prezentul proiect	6
1.2.2.Serviciile viitoare și planificarea dezvoltării acestora, evidențiind astfel, evoluția strategiei de dezvoltare a serviciului în funcție de evoluția pieței	7
1.3.Analiza SWOT	7
1.3.1. Avantaje și beneficii	8
1.3.2. Dezavantaje potențiale și modul de contracarare	8
1.3.3. Oportunitati	19
1.3.4. Constrangeri și riscuri	19
1.4.Managementul resurselor umane	19
1.4.1. Politica de resurse umane, atribuții, responsabilități, strategia de dezvoltare a resurselor umane.....	20
1.4.2.Calificările, expertiza personalului angajat în activitatea microîntreprinderii, pe activități desfășurate	24
1.4.3.Numărul locurilor de muncă nou create	25
1.4.4. Atribuții, fise de post	25
1.5.Piața și Strategia de marketing.....	27
1.5.1. Informații referitoare la mărimea de piață, segmentul de clienți vizati precum și informații despre cei mai importanți clienți ai societății	28
1.5.2. Principalele modalități de distribuție a serviciilor pe piață	28
1.5.3. Principalele canale prin care serviciile ajung la clienți, care sunt cele mai funcționale, care este cel mai eficient raport calitate pret, cum pot fi clienții sensibilizați	31
1.5.4. Descrieți strategia de vânzări, strategia de abordare / introducere a produselor și serviciilor pe piață.....	32
1.6. Planul operațional	40
1.6.1 Informații cu privire la spațiile necesare pentru derularea activităților de furnizare servicii	40
1.6.2 Echipamentele necesare în derularea afacerii.....	40

II.PROMOVAREA TEMELOR ORIZONTALE SI TEMELOR SECUNDARE

2.1.Afacerea descrie concret utilizarea și calitatea TIC prin implementarea unor soluții TIC în procesul de producție/furnizare de bunuri, prestare de servicii și/sau executie de lucrări.....	40
2.2.Afacerea propune activități ce vor promova concret sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor	41
2.3.Gama de produse și/sau servicii dezvoltate contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile...42	

CONCLUZII.....	48
ANEXA 1	50

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1. DESCRIEREA TEHNICA A PLANULUI DE AFACERI

1.1.Descrierea afacerii

Scurtă descriere a afacerii si strategia de implementare a planului de afaceri avand in vedere:

S.C. MC Consulting S.R.L. este o firma ce se va infiinta ca urmare a implementarii cu succes a prezentului plan de afaceri.

- ✓ Forma de organizare va fi Societate cu Raspundere Limitata (S.R.L.)
- ✓ Adresa sediului social: Municipiul Craiova, str. Lalelelor, nr. 10, camera 01, Jud. Dolj.
- ✓ Reprezentantul legal al societatii va fi doamna *Paunescu (Petre) Carmen Florentina*, in calitate de Administrator. Trebuie amintit ca pentru a detine calitatea de Administrator intr-o firma ce desfasoara Activitati de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal, Administratorul acesteia trebuie sa fie Expert Contabil Autorizat, calitate pe care Administratorul firmei o are inca din anul 2013.

Asociatii firmei sunt:

1. *Paunescu (Petre) Carmen Florentina* cu o cota de participare detinuta de 51%,
2. *Bogeanu-Popa Maria Madalina* cu o cota de participare detinuta de 49%.

De asemenea, in mod obligatoriu, conform Legii Societatilor Comerciale, persoana care este Expert Contabil Autorizat, trebuie sa detina 51% din capitalul social al societatii.

Activitatea autorizata la sediul firmei, conform art.15 din legea 359/2004 va fi:

- cod caen **6920** - **Activitati de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal.**

1.1.1. Obiective; planul de dezvoltare pe termen scurt si mediu, evidențiind modul cum acesta se corelează cu investiția propusă prin proiect.

Obiectivul general al societatii este acela de a creste competitivitatea S.C. MC Consulting S.R.L., de a dezvolta activitatea acesteia si de a deveni unul din leaderii pietei in domeniul prestarii de servicii de **contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal**, din judetul Dolj. Pentru aceasta, entitatea vizeaza implementarea de strategii de crestere a competitivitatii, care sa contribuie la cresterea calitatii serviciilor de *activitati de contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal*, la imbunatatirea raportului cost/preț, si la reducerea duratelor de efectuare a serviciilor prestate pentru clientii sai, precum si la cresterea cotei de piata.

Obiectivul general al proiectului il reprezinta valorificarea sectorului prestarii *serviciilor companiei prin dezvoltarea si modernizarea activitatii de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal*. In acest sens firma va achizitiona utilaje si echipamente noi, moderne, ceea ce va conduce implicit la inovarea procesului de prestare servicii, la dezvoltarea

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

durabila a entitatii, la respectarea normelor de mediu si la cresterea competitivitatii in piata specifica.

Scopul proiectului este cresterea nivelului tehnic de dotare al firmei prin achizitionarea unor noi active corporale, destinate sa modernizeze si sa dezvolte activitatea curenta, utiland astfel entitatea S.C. MC Consulting S.R.L. cu tehnologie avansata si eficienta in scopul optimizarii fluxului tehnologic, in conditii de siguranta si respectarea normelor de mediu. Prin implementarea acestui proiect societatea va avea o capacitate de lucru mare, va presta servicii de calitate clientilor sai, iar personalul va avea un randament ridicat, activitatea intreprinderii urmand sa acopere o cota mult mai mare pe piata.

Obiectivul specific 1:

Cresterea numarului mediu de salariati ca urmare a realizarii proiectului. Astfel, ca urmare a implementarii prezentului proiect, vor fi angajate 2 persoane (doi economisti), cu Contract Individual de Munca, cu norma intreaga si pe perioada nedeterminata.

Obiectivul specific 2:

Imbunatatirea competitivitatii intreprinderii prin:

- ✓ achizitiona urmatoarele active necesare functionarii unei societati din domeniul consultantei financiar contabile, tinan cont ca la sediul firmei vor lucra 2 angajati si 2 asociati:
 - 4 P.C.-uri de ultima generatie (dotate cu monitoare si sistem de operare);
 - 2 imprimante laser;
 - o imprimanta multifunctionala A3;
 - 2 birouri (dotate cu scaun) pentru angajati;
 - 2 birouri (dotate cu scaun) tip directorial pentru asociati;
 - mobilier pentru birou (inclusiv pentru pastrarea actelor).

1.1.2. Activitati: activitatile pe care trebuie sa le desfasoare firma pentru a oferi un plus de valoare clientilor sai.

S.C. MC Consulting S.R.L. va presta pentru persoanele fizice si juridice, urmatoarele tipuri de servicii: - cod CAEN **6920** - Activitati de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal.

Pentru a oferi un plus de valoare clientilor sai, societatea are in vedere aplicarea urmatoarelor avantaje:

- ✓ optimizarea timpului de prestare a serviciilor de *activitati` de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal* ca urmare a dotarii corespunzatoare a societatii cu utilaje performante, de ultima generatie;
- ✓ tarife competitive datorita faptului ca utilajele au consum redus de energie electrica;
- ✓ calitate a serviciilor ca urmare a cunoasterii Fluxurilor tehnologice de prestare a serviciilor de *activitati de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal*.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Canalul de distribuție este definit prin succesiunea de procese prin care are loc întâlnirea prestatorului cu consumatorul de servicii, caracterizându-se prin trei dimensiuni: lungime, lățime și adâncime. Canalul de distribuție existent în cadrul S.C. MC Consulting S.R.L. este unul scurt, de tipul PRESTATOR-CONSUMATOR, în care toate fluxurile și activitățile desfășurate incluse în distribuție se desfășoară la locul de prestație într-o succesiune de operații inclusă în cadrul sistemului de creare și livrare a serviciului.

În cazul de față, distribuția serviciilor se realizează **in mod direct**, la locul de prestație și anume la sediul prestatorului prin canale de distribuție care nu implică intermediari. Contactul prestatorului cu clientul se realizează prin intermediul unei comenzi ce reprezintă prima etapă în vederea distribuirii serviciului. Comanda va conține detalii precum: Ce se dorește: serviciul care se dorește a fi prestat, perioada, costuri, etc. Comanda poate fi preluată în 3 moduri: telefonic, e-mail sau prin prezentare la sediul societății.

S.C. MC Consulting S.R.L. va apelat la acțiuni promotionale de tip stimulatoriu pentru a atrage noi clienți și pentru a crește numărul clienților care să repete utilizarea serviciilor prestate de întreprindere. Aceste acțiuni promotionale se traduc în practică prin:

- ✓ practicarea unor prețuri diferențiate, cum ar fi reducerile de preț la serviciile prestate în funcție de anumite criterii. Prețul este un element de importanță majoră în luarea deciziei de achiziționare a unui serviciu. De aceea o reducere de preț chiar și temporară, poate reprezenta un instrument promotional deosebit de eficient;
- ✓ promovarea prin intermediul clienților mulțumiți de serviciile ce le sunt adresate și de care vor beneficia. Clienții buni reprezintă un element-cheie, când sunt bine serviți și tratați, ei devin o sursă de promovare pe termen lung pentru entitate;
- ✓ facilitati de plată pentru clienți prin oferirea posibilității de plată esalonată prin acordarea unui avans și ulterior a diferenței de plată la termenele convenite, plată cu instrumente bancare (ordin de plată, bilet la ordin sau fila CEC);
- ✓ promovarea serviciilor puse la dispoziția clienților prin intermediul publicității S.C. MC Consulting S.R.L. va pune un accent deosebit pe promovarea prin intermediul reclamei și publicității, transmitând publicului mesaje referitoare la serviciile prestate, cu scopul de a determina o reacție sau un răspuns din partea acestuia. Spre exemplificare, S.C. MC Consulting S.R.L. va oferi clienților mici atenții (pixuri, blocnotesuri, etc) pe care le-a personalizat cu numele societății, datele de contact și principalele servicii pe care aceasta le oferă.

1.1.3. Rezultate: se are în vedere atingerea minimului locurilor de muncă, a achizițiilor previzionate, a veniturilor previzionate și rezultate specifice aferente obiectului de activitate al firmei.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Rezultatele preconizate în urma implementării cu succes a prezentului plan de afaceri, sunt următoarele:

1. **Cresterea numarului mediu de salariați** ca urmare a realizării proiectului. Astfel, ca urmare a implementării prezentului proiect, vor fi angajate 2 persoane, cu Contract Individual de Munca, cu norma întreaga și pe perioada nedeterminată, pe următoarea funcție: 2 salariați cu funcția de: Economist în gestiunea economică - COD COR 263106.
2. **Dotarea cu active corporale**, ca urmare a implementării corecte a prezentului plan de afaceri, și anume:
 - ✓ 4 P.C.-uri de ultimă generație (dotate cu monitoare și sistem de operare);
 - ✓ 2 imprimante laser;
 - ✓ o imprimantă multifuncțională A3;
 - ✓ 2 birouri (dotate cu scaun) pentru angajați;
 - ✓ 2 birouri (dotate cu scaun) tip directorial pentru asociați;
 - ✓ mobilier pentru birou (inclusiv pentru păstrarea actelor).

1.1.4. Indicatori

- ✓ ***Locuri de muncă create:*** În urma implementării cu succes a prezentului plan de afaceri S.C. MC Consulting S.R.L. va angaja 2 persoane, cu Contract Individual de Munca, cu norma întreaga și pe perioada nedeterminată, pe următoarea funcție: Economist în gestiunea economică - COD COR 263106.

Cele două locuri de muncă vor fi menținute cel puțin 3 ani din momentul finalizării implementării prezentului proiect.

- ✓ ***Venituri:*** Estimăm că S.C. MC Consulting S.R.L. va avea venituri de cel puțin 335.000,00 lei în primul an de activitate.

1.2. Produsul / serviciul

1.2.1. Serviciul ce face obiectul investiției propuse în prezentul proiect și pe care S.C. MC Consulting S.R.L. îl va presta pentru clienții săi, persoane fizice și juridice, este: **Activități de Contabilitate și audit financiar, consultanță în domeniul fiscal.**

În detaliu, această activitate se rezumă la:

- ✓ organizează, conduce, ține, verifică și supraveghează contabilitatea,
- ✓ întocmește și semnează situațiile financiare și execută lucrări cu caracter fiscal, respectiv calculul de impozite, taxe și contribuții,
- ✓ întocmirea și depunerea de declarații fiscale și asigurarea reprezentării clientului în relația cu autoritățile fiscale, ca parte a unui contract de prestări de servicii în domeniul contabilității.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Prin tinerea contabilitatii se intelege inregistrarea in contabilitate a operatiunilor economico-financiare cu respectarea legii contabilitatii si a reglementarilor contabile aplicabile, precum si refacerea sau revizuirea contabilitatii. Rezultatul lucrarilor de verificare sau revizuire poate consta in semnatura de certificare acordata de expertul contabil. Prin lucrari cu caracter fiscal se intelege calculul de impozite, taxe si contributii, intocmirea si depunerea de declaratii fiscale si asigurarea reprezentarii clientului in relatia cu autoritatile fiscale;

1.2.2. Serviciile viitoare și planificarea dezvoltării acestora, evidențiind astfel, evoluția strategiei de dezvoltare a serviciului în funcție de evoluția pieței.

Pe masura ce entitatea economica va prinde experienta, serviciile viitoare pe care dorim sa le prestam sunt urmatoarele:

- a)** acorda asistenta de specialitate privind organizarea si tinerea contabilitatii;
- b)** efectueaza analize si evaluari economico-financiare in scop financiar-contabil, altele decat cele definite prin Ordonanta Guvernului nr. 24/2011 privind unele masuri in domeniul evaluarii bunurilor, aprobata cu modificari prin Legea nr. 99/2013, cu modificarile si completarile ulterioare, si care nu se concretizeaza intr-un raport de evaluare intocmit potrivit standardelor de evaluare adoptate de Asociatia Nationala a Evaluatorilor Autorizati din Romania (ANEVAR). Astfel de evaluari se pot referi la estimari ale fluxurilor de trezorerie si ale starii financiare a entitatii, evaluarea veniturilor si a cheltuielilor, estimarea nivelului provizioanelor si a ajustarilor de valoare, precum si alte evaluari executate de expertii contabili in activitatea lor curenta, fara a se limita la acestea;
- c)** efectueaza expertize financiar-contabile, inclusiv expertize financiar-contabile cu componenta fiscala, dispuse de organele judiciare sau solicitate de persoanele fizice ori juridice in conditiile prevazute de lege si de reglementarile CECCAR;
- d)** executa alte lucrari cu caracter financiar-contabil, inclusiv activitati de evidenta electronica a personalului, de salarizare, de organizare administrativa si informatica, certificare de informatii, date si documente;
- e)** indeplineste, potrivit dispozitiilor legale, atributiile prevazute in mandatul de cenzor si de mandatar financiar;
- f)** acorda asistenta de specialitate necesara pentru infiintarea si reorganizarea societatilor;
- g)** asigura managementul financiar-contabil si al performantei economice;
- h)** asigura controlul intern de gestiune si managementul riscurilor persoanelor juridice;
- i)** acorda consultanta in gestiune financiara si in contabilitate, presteaza servicii specifice contabilitatii manageriale si raportarii integrate;

1.3. Analiza SWOT

Analiza SWOT reprezinta o metoda folosita in controlul planificarii si riscului precum si o modalitate de a scoate in evidenta zone ale proiectului care pot fi maximizate in beneficiul intregului proiect sau zone specifice de unde se pot obtine avantaje competitionale.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Punctele tari și Punctele slabe privesc firma (mediul intern) și reflecta situația acesteia, iar Oportunitățile și Pericolele privesc mediul extern și oglindesc impactul acestuia asupra activității firmei.

1.3.1. Avantaje și beneficii

Avantajele și beneficiile (punctele tari) firmei sunt caracteristici sau competente distinctive pe care aceasta le posedă la un nivel superior în comparație cu alte firme concurente, ceea ce îi asigură un anumit avantaj în fața lor.

Punctele tari, reprezintă activități pe care firma le realizează mai bine decât firmele concurente, sau resurse pe care le posedă și care depășesc pe cele ale altor firme.

Puncte tari identificate:

- suficiența resurselor financiare disponibile facilitate de finanțarea nerambursabilă;
- existența unei competente distinctive pe planurile:
 - managerial prin planul de management gândit și pregătirea profesională a managerului;
 - calitatea serviciilor oferite prin echipamentele și dotările ce vor fi realizate;
 - comercial prin utilizarea de metode moderne de atragere de clienți prin pagina de facebook și web dedicată;
 - posedarea unor abilități comerciale ale managementului firmei;
 - bune cunoștințe și calificare în domeniu deținute de initiatorul afacerii;
 - existența unui sistem bine organizat și eficient de planificare strategică;
 - viteza de reacție decizională la modificările produse în mediul intern sau extern prin implicarea directă a managerului în activitatea curentă și strategică;
 - folosirea unui management planificat de resurse umane.

Puncte slabe identificate:

Punctele slabe ale firmei sunt caracteristici ale acesteia care îi determină un nivel de performanță inferior celor ale firmelor concurente.

Punctele slabe reprezintă activități pe care firma nu le realizează la nivelul propriu celorlalte firme concurente sau resurse de care are nevoie dar nu le posedă.

1.3.2 Dezavantaje potențiale și modul de contracarare

Punctele slabe potențiale:

- lipsa inițială a notorietății firmei;
- lipsa inițială a magazinului online
- menținerea unui nomenclator inadecvat de produse și/sau servicii (prea larg sau prea îngust)
- vulnerabilitatea la presiunile concurenței datorată existenței pe piața a produselor de substituție la prețuri mai mici

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- vulnerabilitatea la presiunile concurenței datorată existenței în zona a altor producători de produse similare
- pondere pe piața redusă, afacerea fiind start-up;
- existența unor dezavantaje competitive inițiale datorate :
 - forței de muncă în formare;
 - firmă nouă pe piață cu clienți incerti.

Pentru contracararea dezavantajelor potențiale se vor lua măsuri care tin de management și anume:

- informarea factorilor potențial interesați despre apariția în zona a unui nou prestator de servicii de Activități de Contabilitate și audit financiar, consultanță în domeniul fiscal;
- oferirea unor servicii ce presupune tipărirea situațiilor finale pe suport de hârtie de calitate, cu design și antet unic, personalizat pentru fiecare client în parte;
- ponderea de piața redusă inițial va fi contracarată de calitatea serviciilor și condițiile comerciale oferite clienților;
- forța de muncă va fi formată continuu, prin plată de către societate a cursurilor de specialitate;
- se va implementa un sistem de fidelizare a clienților prin reduceri acordate acestora în funcție de cât de următoarele condiții:
- dacă fac plată în avans se va acorda un discount de 10% din valoarea finală a facturii;
- cât de buni platnici sunt: dacă platesc la timp, la data scadentă de pe factura li se va da un discount de 5% din valoarea finală a facturii;
- vechime: dacă clientul lucrează cu firma noastră de mai mult de un an acesta va primi o reducere de 5% din valoarea următoarelor facturi emise către el.

Matricea SWOT :

Puncte tari:	Puncte slabe:
• Prețuri scăzute pentru prestarea serviciilor; • avantaje superioare oferite clienților în • raport cu competitorii prin echipamentele și softurile de ultimă generație folosite în prestarea serviciului; • folosirea unor hârtii de calitate superioară folosite pentru situațiile finale; • suficiența resurselor financiare disponibile facilitate de finanțarea nerambursabilă; • existența unei competențe distinctive pe planurile: • managerial prin planul de management propus și pregătirea profesională a managerului; • calității serviciilor oferite prin echipamentele	• posibilă existența a unor deficiențe în funcționarea infrastructurii sistemului IT cu consecință directă și realizarea unor întârzieri în procesul de finalizare a situațiilor ce trebuie predate clienților. În vederea contracarării acestui posibil punct slab se va monitoriza permanent infrastructura tehnică și se va avea în vedere remediarea disfuncționalităților pe măsură ce acestea apar, precum și creșterea gradului de fiabilitate a soluției de tip hard sau soft. • deficiențe în integrarea componentelor • proiectului prin apariția de întârzieri față de • planificarea inițială în dezvoltarea și implementarea acestuia— se va verifica

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

și dotările ce vor fi achiziționate după implementarea cu succes a prezentului proiect; • comercial prin utilizarea de metode moderne de atragere de clienți prin pagina de facebook și web dedicată; • posedarea unor abilități comerciale ale managementului firmei; • bune cunoștințe și calificare în domeniu deținute de inițiatorii afacerii; • existența unui sistem bine organizat și eficient de planificare strategică; • viteza de reacție decizională la modificările produse în mediul intern sau extern prin implicarea directă a managerilor în activitatea curentă și strategică; • folosirea unui management planificat de resurse umane.	funcționalitatea componentelor, realizându-se apoi integrarea soluțiilor fără alte inconveniente; • experiența medie pentru serviciile prestate de firmă; • experiență în afaceri, se bazează pe experiența acumulată din activități anterioare. • lipsa inițială a notorietății firmei; • lipsa inițială a magazinului online; • menținerea unui nomenclator inadecvat de servicii (prea larg sau prea îngust); • vulnerabilitatea la presiunile concurenței datorate existenței pe piața a serviciilor de substituție la prețuri mai mici; • vulnerabilitatea la presiunile concurenței datorate existenței în zona a unor furnizori de servicii similare; • pondere pe piața redusă, afacerea fiind start-up; • existența unor dezavantaje competitive inițiale datorate : • forței de muncă în formare; • firmă nouă pe piață cu clienți incerti.
<u>Oportunități:</u> • creșterea rapidă a pieței și cu potențial ridicat; • posibilități de încheiere a unor alianțe, acorduri cu operatori de vânzări; • facilități stimulative acordate angajaților prin voucherele de vacanță; • mediu prielnic de dezvoltare a afacerilor de servicii datorită finanțării din fonduri europene nerambursabile; • posibilitatea introducerii inovării în cadrul firmei prin accesarea finanțării nerambursabile prin vouchere de inovare; • nevoia și cererea de produse; • reglementări regionale și globale foarte stricte în ceea ce privește fiscalitatea în zona U.E. • programele de finanțare sub incidența fondurilor europene de coeziune sunt deschise și oferă oportunități de participare la competițiile pentru finanțarea proiectelor de acest tip.	<u>Pericole:</u> • intrarea într-o perioadă de recesiune economică la nivel național sau internațional; • schimbări demografice nefavorabile; • schimbări ale nevoilor, gusturilor sau preferințelor clienților; • creștere mai lentă, stagnare sau chiar recesiune a pieței; • intrarea unor noi competitori pe piață; • presiunea crescândă a concurenței; • vulnerabilitate la fluctuațiile mediului de afaceri; • modificări legislative care pot influența • posibilitatea de implementare a proiectului sau chiar implementarea în sine; • insuficiența planificării financiare aferentă • activităților proiectului care să determine • cheltuieli suplimentare din partea instituției • solicitante, altele decât cele explicitate în • buget; • neluarea în calcul și a altor posibilele • activități care sunt necesare pentru realizarea în bune condiții și la un nivel calitativ superior a proiectului; • posibilitatea creșterii ratei inflației, a

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

	• creșterii cursului euro/leu, având ca și • consecință directă o creștere proporțională • a prețurilor echipamentelor si/sau a serviciilor achiziționate prin proiect;
--	---

Măsuri pentru dezvoltare/consolidare a punctelor tari:

- urgentarea dezvoltării investiției și lansarea serviciilor ce vor fi prestate;
- valorificarea avansului tehnic și a cunoștințelor deținute de initiatorul afacerii;
- menținerea costurilor de fabricație la un nivel competitiv;
- marketing alert pentru atingerea unui nivel de vânzări echilibrat și conform cu planul de dezvoltare a firmei
- atingerea piețelor vizate la nivel regional și național;
- valorificarea poziției de furnizor de produse de calitate prin campanii de publicitate, marketing și conștientizare;
- participarea la evenimente care să crească gradul de vizibilitate al firmei și produselor sale;
- reducerea cheltuielilor operaționale;
- extinderea pieței de desfacere pentru produsele firmei;
- dezvoltarea afacerii pe baza de noi abordări.

Măsuri de dezvoltare/fructificare a oportunităților:

- promovarea tehnologiei și a produselor în cadrul manifestărilor pentru serviciile de profil;
- aplicarea pentru finanțare nerambursabilă și pe alte proiecte

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- vizarea piețelor cele mai promitatoare în volumul de vânzări.

Măsuri de eliminare a punctelor slabe:

- planificare riguroasă a proiectului cu respectarea termenelor de realizare a activităților, cu actualizarea sistematică a stadiilor de realizare a proiectului;
- pregătirea minuțioasă a personalului care va interacționa direct cu clienții;
- schimburi de experiență cu companii sau organizații similare care au acumulat experiență în campanii de dezvoltare durabilă a propriilor afaceri;
- creșterea veniturilor din exploatare astfel încât să fie asigurat un nivel optim de cofinanțare pentru proiecte viitoare.

Măsuri de diminuare/reducere/contracare a amenințărilor:

- Extinderea efortului de informare/documentare asupra firmelor concurente și îndeosebi asupra acelor care prezintă aceleași avantaje operaționale comparative;
- Menținerea unui grad de alertă și avertizare asupra modificărilor legislative în domeniu;
- Prevederea unor intervale de timp pentru reorganizarea activităților în funcție de schimbările apărute, iar actele adiționale vor reflecta schimbările impuse de modificările legislative;
- Includerea în bugetul firmei a sumelor necesare cheltuielilor neeligibile;
- Ședințe interne și sesiuni de stabilire a tuturor activităților necesar a fi întreprinse pentru a se asigura buna desfășurare a proiectului;
- Prețuri fixe în contractele semnate, conform bugetului aprobat; se vor respecta obligațiile contractuale, pentru a se evita plata de penalități către furnizorii selectați.

Din analiza de mai sus rezultă faptul că trebuie urmărite permanent calitatea serviciilor oferite astfel încât firma să aibă argumente de competitivitate în piață. Astfel, **factorii critici** de care se va ține cont sunt:

- ✓ dezvoltarea de servicii cu aplicabilitate orientată către necesitățile pieței și clienților;
- ✓ competitivitatea prețurilor – ofertarea și dezvoltarea de servicii ale căror costuri de comercializare să fie mai mici decât cele ale competitorilor;
- ✓ dezvoltarea și introducerea pe piață de noi servicii îmbunătățite;
- ✓ calitatea serviciilor oferite clienților;
- ✓ suportul pentru clienți;
- ✓ compatibilitate și adaptabilitate;
- ✓ folosirea sistemelor IT și de comunicații.

Riscuri identificate si masuri pentru diminuarea efectelor

Riscul reprezintă un eveniment viitor si probabil a carui aparitie ar putea provoca anumite pierderi sau influente nefavorabile asupra derularii afacerii. El poate fi previzibil, atunci cand factorii care ar aduce pierderi pot fi prevazuti cu anticipatie, si neprevizibil, determinat de situatii fortuite.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Riscuri legate de afacere:

Pentru adoptarea celei mai bune atitudini fata de risc, se impune analiza proiectului din punctul de vedere al securitatii derularii sale prin atribuirea unui nivel de risc specific fiecarei categorii potentiale de risc.

Se va utiliza in evaluarea categoriilor de risc următoarele nivele calitative, asimilabile unei scale (scor) Likert:

- risc minor (punctaj 1);
- risc scazut (punctaj 2);
- risc mediu (punctaj 3);
- risc ridicat (punctaj 4);
- risc major (punctaj 5).

Categoriile de risc identificate la nivelul afacerii derulate de firma, dupa implementarea proiectului, sunt:

1. Riscul de țară;
2. Riscul natural;
3. Riscul legat de profil (al domeniului de activitate);
4. Riscul administrativ și legat de proprietate;
5. Riscul tehnic și tehnologic
6. Riscul legat de resursele umane;
7. Riscul de exploatare;
8. Riscul financiar;
9. Riscul comercial;

1. Riscul de tara se refera la elemente ca starea economiei, sistemul politic, importanta strategica si geografica a tarii, echilibrul indicatorilor macroeconomici.

Evaluare: scazut (E1=2)

Justificare: Referitor la proiect, riscul de țară se poate manifesta prin activarea clauzei de salvagardare post – aderare, care poate determina suspendarea finantarilor nerambursabile; factorii politici responsabili ai Uniunii Europene si rapoartele Comisiei Europene considera ca acest eveniment este puțin probabil.

Referitor la afacere riscul de tara consta in deteriorarea mediului socio-economic care poate conduce la fenomene ca: inflatie, scumpirea creditului, retragerea capitalului străin, stoparea investitiilor. Consideram ca probabilitatea manifestarii pregnante si acute a acestor fenomene este redusa in momentul de fata.

Coeficientul de importanta (semnificatie) in contextul proiectului $K1 = 0,10$

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

2. Riscul natural este generat de calamități naturale sau de alte cauze de forță majoră, în care factorii naturali au ponderea decisivă.

Evaluare: scăzut ($E2=2$)

Justificare: Locația în care va fi implementat proiectul nu este supusă dezastrelor naturale; protecția împotriva dezastrelor naturale (inundații, cutremure, incendii, furtuni) se realizează prin asigurarea clădirii și a bunurilor din interior;

Coeficientul de importanță (semnificație) în contextul proiectului: $K2 = 0,10$

3. Riscul legat de profil (al domeniului de activitate) vizează capacitatea de adaptare a ofertei în funcție de dinamica și variabilitatea cererii

Evaluare: ridicat ($E3=4$)

Justificare: Aspecte privind macromediul – îmbunătățirea atitudinii mediului economic-productiv față de noile tehnologii.

Se remarcă totuși faptul că domeniul de activitate are potențial de creștere, acest domeniu este de noutate în localitatea în care va fi realizat proiectul.

Coeficientul de importanță (semnificație) în contextul proiectului: $K3 = 0,15$

4. Riscul administrativ și legat de proprietate se referă, pe de o parte, la susținerea proiectului de către partenerii implicați, iar pe de altă parte la administrarea afacerii rezultate după implementarea proiectului. De asemenea se referă la situația juridică privind dreptul de proprietate intelectuală asupra modelelor pentru produsele tip și respectiv dreptul de proprietate asupra patrimoniului cu care va fi derulată afacerea.

Evaluare: scăzut ($E4=2$)

Justificare: Proiectul propus se bucură de sprijinul și susținerea totală a factorilor decizionali.

Coeficientul de importanță (semnificație) în contextul proiectului: $K4 = 0,10$

5. Riscul tehnic și tehnologic are două componente: riscul tehnic este cu atât mai mare cu cât gradul de noutate al proiectului este mai mare și riscul tehnologic, care se manifestă în cazul punerii în funcțiune a unor noi tehnologii sau lansării în fabricație a unor noi produse, ori la completarea portofoliului de activități cu noi servicii, constând în posibilitatea nerealizării în totalitate a produsului sau serviciului respectiv și/sau neacceptării lui de către piață.

Evaluare: mediu ($E5=3$)

Justificare: există riscul ca resursele posibile pe care firma le poate direcționa pentru asimilarea de noi produse, în concordanță cu dinamica tehnologică a sectorului să nu fie suficiente;

Coeficientul de importanță (semnificație) în contextul proiectului: $K5 = 0,10$

6. Riscul legat de resursele umane constă în probabilitatea ca firma să nu își poată asigura necesarul de personal, în structura de calificări și competențe dorite și necesare.

Evaluare: scăzut ($E6=2$)

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Justificare: la nivel de regiune de dezvoltare Sud Vest exista oferta de personal calificat , care va fi angajat pentru realizarea produselor pe care firma le preconizeaza. De asemenea, posibilitatea instruirii personalului la furnizorul de echipamente conduce la minimizarea riscului.

Coeficientul de importanta (semnificatie) in contextul proiectului: $K6=0,15$

7. Riscul de exploatare se refera la incertitudinea si variabilitatea rezultatelor data de modificarea volumului de activitate in domeniul de activitate analizat.

Evaluare: mediu ($E5=3$)

Justificare: Condițiile de piata se pot modifica fapt ce ar putea conduce la restrangerea pietei actuale si previzionate pe care se bazeaza firma.

Coeficientul de importanta (semnificatie) in contextul proiectului: $K7=0,10$

8. Riscul financiar caracterizeaza variabilitatea indicatorilor de rezultate sub incidenta structurii surselor de finantare. De asemenea caracterizeaza suficienta sau insuficienta surselor de finantare necesare functionalitatii firmei.

Evaluare: mediu ($E8 =3$)

Justificare: Finantarea proiectului nu presupune indatorarea financiara a applicantului.

In perioada de derulare a afacerii, sursele de finantare a investitiilor de mentinere/inlocuire sunt asigurate, conform analizei economico – financiare.

Nu exista insa certitudinea 100% ca pe intreaga perioada operationala proiectul isi poate genera sursele care sa ii asigure functionalitatea. In aceasta situatie beneficiarul va trebui sa asigure sursele de finantare pentru operationalizarea afacerii.

Coeficientul de importanta (semnificatie) in contextul proiectului: $K8=0,10$

9. Riscul comercial cuprinde riscul privind negocierea neurmata de incheierea contractului, riscul de pret, riscul neincasarii creantelor de la terti, riscul in lantul de aprovizionare .

Evaluare: mediu ($E9 = 3$)

Justificare: In domeniul vizat de proiect exista o probabilitate semnificativa ca:

- negocierile de contractare sa aiba o durata mai lunga si sa ramana nefinalizate prin semnarea unui contract; intrucat in domeniul vizat, firmele de vanzari au capacitate mare de negociere, este posibil ca preturile negociate cu beneficiarii sa se situeze sub costurile efective;

Coeficientul de importanta (semnificatie) in contextul proiectului: $K9=0,10$

Functia scor de risc:

Din analiza generala a riscului se constata ca implementarea si operationalizarea proiectului poate fi afectata de un risc mediu, in cazul in care toti factorii de risc actioneaza concomitent.

In consecinta sansele de implementare si operationalizare ale proiectului sunt reale chiar in conditiile in care se activeaza anumiti factori de risc.

Descrierea măsurilor pentru minimizarea riscurilor:

Categoriile de risc identificate la nivelul afacerii, dupa implementarea proiectului, sunt:

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1. Riscul de tara;
2. Riscul natural;
3. Riscul legat de profil (al domeniului de activitate);
4. Riscul administrativ si legat de proprietate;
5. Riscul tehnic si tehnologic;
6. Riscul legat de resursele umane;
7. Riscul de exploatare;
8. Riscul financiar;
9. Riscul comercial.

Unele din aceste riscuri tin de locul in care firma isi desfasoara activitatea (1; 2), altele tin de domeniul de activitate al firmei (3; 5) si altele sunt in stransa relatie cu modul in care firma isi desfasoara activitatea (4; 6; 7; 8; 9).

Pe scurt unele din aceste riscuri pot fi minimizate prin actiuni ale firmei (4; 6; 7; 8; 9) altele pot fi doar avute in vedere (1; 2; 3; 5).

In ceea ce priveste riscurile care pot fi minimizate prin actiuni ale firmei :

4. Riscul administrativ si legat de proprietate

In ce priveste situatia juridică privind locatia se vor lua masuri de prevedere a unor clauze acoperitoare in contractul de inchiriere.

5. Riscul tehnic si tehnologic

Datorita finantarii nerambursabile, echipamentele care vor fi achizitionate prin proiect sunt de ultima generatie si va minimiza riscul tehnic si tehnologic.

6. Riscul legat de resursele umane

Este un risc real avand in vedere situatia actuala cand tot mai multi tineri isi cauta de lucru in tari din UE. Pentru acestia salarii la nivelul tarilor UE vor fi greu de acordat in conditii de rentabilitate a afacerii.

7. Riscul de exploatare

Suplimentar fata de firmele avute in vedere la estimarea volumului de vanzari se vor face demersuri si catre firme noi din domeniul vanzarilor de mobilier si producatori de mobilier. Aceste vanzari vor da un plus la cifra de afaceri sau vor compensa dupa caz eventualele fluctuatii (in minus) fata de cifrele avansate in studiu.

8. Riscul financiar

Una din metodele utilizate pentru prevenirea sau diminuarea efectelor unor astfel de riscuri o reprezinta programarea corespunzătoare a activitatilor si crearea de rezerve de costuri si de timp, metoda aplicata prin respectarea instructiunilor de pregatire a documentatiei de aplicare.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Pentru menținerea sub control a elementelor de risc este necesară evaluarea permanentă a acestora, anticiparea lor și actualizarea continuă a proiectului în funcție de gradul de influență al acestor elemente.

Procedurile de raportare care însoțesc orice proiect pe parcursul implementării vor fi o parghie importantă în evaluarea riscurilor și în găsirea soluțiilor de diminuare sau chiar eliminare a acestora.

9. Riscul comercial

- riscul privind negocierea neurmata de încheierea contractului - după cum s-a menționat deja mai sus se au în vedere negocieri cu alți beneficiari potențiali
- riscul neincasării creanțelor de la terți, riscul în lanțul de aprovizionare - potențialii clienți sunt persoane juridice care vor plăti numerar sau prin instrumente bancare (cec, bilet la ordin);

Pentru o raportare corectă a poziției firme, suplimentar analizei SWOT s-a realizat o analiză PEST a factorilor externi care pot influența afacerea.

Analiza PEST este următoarea:

Factori politici: <u>Guvernarea și stabilitatea acesteia</u> În România schimbările guvernamentale sunt posibile prin ciclurile electorale care pot schimba structura parlamentului, implicit orientarea guvernamentală. Ultimii 15 ani au fost stabili, iar pe viitor chiar o schimbare de orientare politică a guvernului nu va influența negativ derularea afacerii. <u>Politica fiscală</u> Politica fiscală poate influența afacerile atunci când nu are stabilitate și predictibilitate. Având în vedere că afacerea nu va fi de o marime prin dezvoltare care să o treacă în alte categorii de taxare, considerăm că politica fiscală nu poate influența decisiv derularea ei. <u>Schimbarea în mediul politic</u> În România schimbările politice au fost predictibile în ultimii 15 ani, fără schimbări majore. O eventuală schimbare în mediul politic nu ar influența afacerea, crearea și dezvoltarea acesteia fiind asumată strict economic.	Factori economici: <u>Impactul globalizării</u> Impactul globalizării este unul dintre factorii care pot influența derularea afacerii în special prin apropierea de graniță cu Serbia și oferirea de servicii similare. Influența globalizării poate fi minimizată prin diferențierea calitatii produselor ce vor fi oferite de firma noastră și oferirea de avantaje prin preț. <u>Costul muncii</u> Costul muncii influențează piața prin fluctuația în sens crescător care duce la creșterea prețului final. Minimizarea influenței acestui factor poate fi realizată prin acordarea de alte avantaje oferite salariaților ca tichete de masă, bonusuri de performanță, stabilitate a locului de muncă. <u>Schimbări posibile în mediul economic</u> Potențialele schimbări sunt de natură previzibilă și imprevizibilă. Acțiunea imediată asupra celor imprevizibile și realizarea unui plan de minimizare a celor previzibile poate micșora efectul negativ al acestora.
---	---

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

<u><i>Tendinta de reglementare</i></u> Schimbarile legilor si a altor reglementari economice au fost elemente care au incetinit dezvoltarea firmelor in special prin lipsa de predictibilitate.Orice schimbare ce poate aparea in acest domeniu poate influenta firma in sensul afectarii cifrei de afaceri si a profitului dar acestea nu pot duce la situatii limita. <u><i>Nivelul coruptiei</i></u> Coruptia este unul dintre pericolele care pot influenta derularea afacerilor.Respectarea reglementarilor si asigurarea conditiilor solicitate de autoritati in derularea afacerii va conduce la eliminarea posibilitatilor de afectare a acesteia de coruptie.	
Factori sociali: <u><i>Tendinta numerica privind populatia</i></u> Acest factor poate influenta negativ prin doua aspecte: ▪ Reducerea prin migratie care conduce la numar mai mic de cumparatori si oferta mai mica de forta de munca ▪ Reducerea naturala negativa <u><i>Starea de sanatate, educatie si mobilitate a populatiei</i></u> Acesti factori pot influenta piata produselor prin influentarea nevoilor grupurilor tinta , diferentierea in functie de categoria sociala si numeric. <u><i>Stilul de viata si atitudinile populatiei relationate cu schimbarile sociale</i></u> Acest factor influenteaza piata in special prin modificarile cerintelor de calitate si tendinta formei si modelului produsului.Adaptarea ofertei trebuie sa fie dinamica, conform schimbarilor aparute si celor posibile.	Factori tehnologici: <u><i>Activitatea de cercetare dezvoltare</i></u> Cercetarea dezvoltarea influenteaza piata produselor prin aparitia de noi metode de marketing si de servicii inovative care pot lua locul unora existente pe piata . Se va avea in vedere inovarea continua atat de marketing cat si de produs. <u><i>Impactul tehnologiilor emergente</i></u> Impactul tehnologiilor emergente este un factor de influenta continua a pietei. Prin proiectul propus se includ tehnologii emergente-utilizarea automatizarii, incalzirii apei, marketingul inovativ, utilizarea energiei verzi. <u><i>Impactul transferului tehnologic</i></u> Impactul transferului tehnologic asupra pietei este resimtit de catre firmele cu activitate statica de marketing si tehnologica, fara apartenenta la centre specializate.Firma noastra isi propune sa adere la un centru de transfer tehnologic din zona geografica Craiova pentru a beneficia de know-how ul facilitat de centru.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1.3.3. Oportunitati

Oportunitatile reprezinta factori de mediu externi pozitivi pentru firma, sanse oferite de mediu firmei pentru a-si stabili o noua strategie sau a-si reconsidera strategia existenta in scopul exploatarei profitabile a oportunitatilor aparute.

Oportunitati exista, iar identificarea lor este necesara pentru a se stabili la timp strategia necesara fructificarii lor sau pot fi create, indeosebi pe baza unor rezultate ale unor inovari.

Oportunitati identificate

- cresterea rapida a pietei si cu potential ridicat;
- posibilitati de incheiere a unor aliante, acorduri cu operatori de vanzari;
- mediu prielnic de dezvoltare a afacerilor de servicii datorita finantarilor din fonduri europene nerambursabile;
- posibilitatea introducerii inovarii in cadrul firmei prin accesarea finantarilor nerambursabile prin vouchere de inovare.

1.3.4. Constrangeri si riscuri

Constrangerile (amenintarile) sunt factori de mediu externi negativi pentru firma, situatii sau evenimente care pot afecta nefavorabil, in masura semnificativa, capacitatea firmei de a-si realiza integral obiectivele stabilite, determinând reducerea performantelor ei economico-financiare.

Anticiparea sau sesizarea la timp a amenintarilor permite firmei sa-si reconsidere planurile strategice astfel încât sa le evite sau sa le minimalizeze impactul. Atunci când o amenintare iminenta este sesizata la timp, prin masuri adecvate ea poate fi transformata in oportunitate.

Constrangeri potentiale:

- adoptarea unor reglementari legislative sau normative cu impact nefavorabil ;
- intrarea intr-o perioada de recesiune economica la nivel national sau international;
- schimbari demografice nefavorabile;
- schimbari ale nevoilor, gusturilor sau preferintelor clientilor;
- crestere mai lenta, stagnare sau chiar recesiune a pietei;
- intrarea unor noi competitori pe piata;
- presiunea crescânda a concurenței;
- vulnerabilitate la fluctuatiile mediului de afaceri.

1.4. Managementul resurselor umane

Obținerea avantajului competitiv poate fi asigurat printr-un management solid al resurselor umane, o abordare strategica in administrarea relatiilor de munca in vederea utilizarii constante a capacitatii angajatilor.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1.4.1. Politica de resurse umane, atribuții, responsabilități, strategia de dezvoltare a resurselor umane.

A fi angajat al S.C. MC Consulting S.R.L. presupune asumarea unor responsabilitati in cadrul unui mediu de lucru dinamic si deschis care sa permita dezvoltarea profesionala si evolutia personala.

Odata cu implementarea prezentului proiect, S.C. MC Consulting S.R.L. intentioneaza sa creasca numarul de salariati prin angajarea a doua noi persoane care vor lucra ca economist pentru desfasurarea Activitati de Contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal. Persoanele vor fi angajate luand in considerare recomandari de la locurile de munca precedente, experienta anterioara, aceasta fiind inclusiv testata practic cu privire la abilitatile si competentele detinute.

Angajarea noilor salariati se va face cu respectarea cerintelor legale in vigoare, respectand, pe parcursul intregului proces de recrutare, principiul egalitatii de sanse si al nediscriminarii, angajarile efectuandu-se pe principiul exclusiv al competentei, la angajare avand acces egal toti oamenii, indiferent de sex, etnie, varsta, etc.

Activitatea de recutare va cuprinde urmatoarele etape:

- ✓ analiza CV-urilor primite si programarea interviurilor persoanelor selectate;
- ✓ sustinerea interviurilor si testarea abilitatilor practice ale potentialilor angajati;
- ✓ selectarea viitorului angajat.

Dupa finalizarea procesului de recrutare, conducerea S.C. MC Consulting S.R.L., se va preocupa indeaproape de crearea unui climat de lucru sanatos care sa ajute pe de o parte la realizarea obiectivelor propuse, iar pe de alta parte la integrarea noilor angajati in colectivul intreprinderii. Astfel se vor sprijini diferite actiuni integrate de tipul teambuilding-urilor si diverselor programe recreative.

Politica de resurse umane are in vedere urmatoarele aspecte:

- cresterea continua a nivelului de competente profesionale ale angajatilor
- stimularea activitatilor inovative a muncii realizate de acestia;
- corectitudine in ceea ce privește activitatile prestate precum si in relația angajat -angajator;
- asigurarea egalitatii de sanse a angajatilor;
- constituirea unei culturi organizationale proprii, bazata pe valorile firmei;
- repartitia echilibrata a personalului in vederea realizarii activitati lor propuse.

Obiectivele declarate sunt:

1. Dezvoltarea unui proces optim de proiectare a posturilor, prin:

- ✓ adecvarea posturilor prevazute cu strategia organizatiei;
- ✓ asigurarea unei succesiuni si a unei continuitati in munca;
- ✓ asigurarea unei acoperiri complete a sarcinilor care conduc la realizarea obiectivelor stabilite.

2. Eficientizarea activitatii resurselor umane, prin:

- ✓ integrarea rapida a noilor angajati;

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- ✓ incurajarea participării active a angajaților la deciziile conducerii, fiind în același timp stimulată și productivitatea muncii;
- ✓ repartizarea unor sarcini concrete, potrivite și echilibrate cantitativ;
- ✓ elaborarea unui plan de stimulare prin salarizare destinat să încurajeze realizări eficiente la costuri reduse;
- ✓ elaborarea unui sistem de stimulare nefinanciară;
- ✓ creșterea continuă a competitivității cât și a standardelor de performanță din interiorul firmei prin elaborarea unor programe de perfecționare și dezvoltare a personalului, adecvate obiectivelor firmei;
- ✓ orientarea activității angajaților către calitate și inovare;
- ✓ introducerea unui sistem de evaluare a performanțelor activităților întreprinse de angajați.

3. *Formarea continuă a personalului, prin:*

- ✓ realizarea unei metodologii de formare și perfecționare în activitatea specifică
- ✓ realizarea unor evaluări periodice ale angajaților;
- ✓ politica de mobilitate internă flexibilă, stimulativă a personalului (promovare, reconversie);
- ✓ identificarea unor mecanisme eficiente pentru consultarea și comunicarea cu personalul;
- ✓ valorificarea potențialului fiecărui angajat, indiferent de vârstă sau de experiența anterioară.

4. *Stimularea participării angajaților firmei în activități de marketing și inovare continuă a producției realizate, prin:*

- ✓ asigurarea condițiilor necesare realizării ideilor constructive venite din partea salariaților, prin: atragerea know-how-ului necesar; achiziționarea și menținerea în folosință a unor echipamente cu o calitate ridicată și de ultimă generație, în conformitate cu standardele existente în ceea ce
- ✓ privește utilitatea cât și protecția mediului;
- ✓ asigurarea unei scheme de bonificații clar definită și stimulativă.

Managementul resurselor umane cuprinde acele activități prin care se optimizează performanța oamenilor dintr-o organizație, precum și relațiile dintre aceștia.

Dat fiind specificul de activitate, necesarul de resurse umane este corelat cu planul de dezvoltare al societății.

Pentru faza de operare a rezultatelor proiectului, respectiv perioada acoperită de proiectul de dezvoltare a afacerii a fost întocmit un necesar de resurse umane prezentat în cadrul secțiunii de mai jos.

Recrutare și selecție

În procesul de recrutare și selecție singurul criteriu este cel al competenței în realizarea atribuțiilor la termen și la nivelul calitativ impus pentru îndeplinirea obiectivelor organizației. Acesta măsoară cunoștințele și abilitățile dovedite prin susținerea unei probe practice, scrise și interviu. Procedura de recrutare și selecție protejează împotriva discriminărilor de orice natură.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Formare și dezvoltare

Dezvoltarea competențelor angajaților este rezultatul unei colaborări continue și active.

În cadrul firmei vor fi organizate sesiuni de formare și specializare profesională, în cadrul carora vor fi dezbătute idei pentru îmbunătățirea continuă a tehnologiei și strategiilor adoptate, pe baza rezultatelor obținute, atât în cadrul locului de muncă, cât și prin participare individuală.

Managementul performanței

Are ca scop motivarea angajaților în vederea contribuției lor la atingerea obiectivelor companiei, îmbunătățirea performanțelor și schimbul de experiență pentru o mai bună funcționare a unității.

Obiectivele sunt alese de comun acord pe baza compartimentelor din care fac parte angajații, a competențelor acestora și a atribuțiilor din fișa postului. În urma evaluării performanțelor individuale ale salariaților se poate stabili includerea acestora în planul de formare, promovare sau acordarea de bonusuri.

Obiective generale

Pentru realizarea politicii în domeniul resurselor umane, în sensul menținerii unui caracter cât mai ridicat al nivelului productivității muncii și pentru încurajarea performanțelor, sunt stabilite următoarele obiective generale:

- crearea unei culturi în domeniul resurselor umane prin instruirea și conștientizarea angajaților cu privire la drepturile și obligațiile care li se cuvin prin lege și prin documentele semnate de comun acord în interiorul societății, prin implicarea activă a întregului personal în semnalarea eventualelor nereguli în desfășurarea activității zilnice, precum și în implementarea de măsuri de îmbunătățire continuă a mediului de lucru; o prevenirea și evitarea conflictelor de muncă;
- conformarea cu legislația privind dreptul muncii și cu alte cerințe normative la care organizația subscrie;
- încurajarea formării profesionale a angajaților;
- realizarea unui proces de recrutare cât mai transparent și promovarea evaluării bazate pe rezultate; o interzicerea oricărui tip de discriminare.

Obiectivele menționate anterior vor fi atinse prin adoptarea următoarelor strategii:

- -îmbunătățirea continuă a sistemului de management al resurselor umane în pas cu evoluția și nevoile organizației și mediului în care aceasta își desfășoară activitatea;
- analizarea continuă a activităților din mediul operațional și stabilirea de planuri de măsuri necesare atingerii obiectivelor, monitorizarea adecvată și analiza eficacității acestora;
- asigurarea sănătății și securității muncii prin măsuri preventive;
- asigurarea cadrului necesar desfășurării activității pentru toți angajații, în vederea asigurării și menținerii productivității.

Strategia de dezvoltare a resurselor umane în cadrul firmei va fi orientată spre:

- recrutarea și selecția angajaților cu pregătirea și profilul specific postului

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- integrarea noilor angajați în activitatea firmei
- evaluarea performanțelor angajaților,
- stimularea materială și morală,
- administrarea relațiilor de muncă.

Obiectivul principal al politicii de resurse umane din cadrul firmei este acela de a-și păstra salariații cât mai mult timp în întreprindere astfel încât firma să obțină maximum de eficiență.

Aspecte urmărite:

- ✓ atragerea, obținerea și reținerea forței de muncă în firmă, date de: reducerea absenteismului și a fluctuației de personal, creșterea siguranței muncii;
- ✓ eficacitatea personalului (realizarea cu succes a tuturor sarcinilor atribuite de către fiecare angajat).
- ✓ instruirea personalului prin participarea la cursuri specifice

Toate aceste lucruri pot fi realizate doar prin capacitatea și motivarea personalului.

În cadrul entității economice, motivarea personalului se va face prin:

- ✓ salarizarea corespunzătoare muncii depuse;
- ✓ acordarea de bonusuri (de exemplu: pentru angajații care vin la muncă sâmbătă sau duminică, li se acordă pe lângă salariul de bază și o remunerație pentru orele suplimentare, costul unei ore de muncă suplimentară fiind dublat față de cel inițial; totodată, de sărbători angajaților li se acordă prime);
- ✓ promovarea angajaților;
- ✓ motivare nesalarială (foarte importantă pentru angajați este crearea unor condiții optime de lucru: programul de lucru flexibil, condițiile de muncă, siguranța și sănătatea angajaților, protecția la locul de muncă;
- ✓ evaluarea posturilor.

Înainte de toate acestea, un lucru dificil, costisitor dar, totodată, extrem de important îl constituie politica de recrutare și selecție a personalului. Se ține cont de ceea ce cere respectivul post și se caută persoanele calificate pentru acesta. După ce s-a făcut selecția angajaților, urmează integrarea acestora pe noul post și sprijinul pe care firma îl oferă pentru a se putea adapta cât mai ușor și mai rapid.

În activitatea care va fi dezvoltată, se va avea în vedere selectarea de personal din Municipiul Craiova din următoarele motive:

- existența în zonă a unui număr mare de persoane cu mobilitate privind schimbarea locului de muncă
- existența de persoane cu pregătire în domeniu
- eliminarea cheltuielilor firmei privitoare la transportul și cazarea personalului
- contribuție la scăderea somajului în regiune

În angajarea personalului se vor aborda principii care să elimine discriminările de orice fel, iar atribuțiile și responsabilitățile vor fi clar stipulate în fișele de post.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
 Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
 ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Structura organizatorică a firmei va fi flexibilă, aplicându-se principiul dublării pe posturi prin policalificarea personalului.

1.4.2. Calificările, expertiza personalului angajat în activitatea microîntreprinderii, pe activități desfășurate.

Funcția	Calificare	Responsabilități
Administrator/ Contabil	Studii superioare în domeniul economic: contabilitate/ audit financiar	- Stabilește obiectivele de dezvoltare ale firmei - Monitorizează piața și identifică tendințele de dezvoltare - Urmărește aprovizionarea cu materii prime, planifică vânzarea, încasarile - Gestionează pagina web - Asigură managementul firmei - Asigură respectarea normelor interne de funcționare de către personalul din subordine - Stabilește măsuri de eficientizare a activității personalului din subordine. Identifică nevoile de recrutare și participă la selecția, integrarea și dezvoltarea managementului firmei - Asigură rețeaua de relații necesară dezvoltării activității fabricii - Evaluează potențialul furnizorilor și al clienților - Stabilește posibilele căi de colaborare - Dezvoltă relații pozitive cu personalul firmei în vederea motivării și a creșterii gradului de implicare în activitatea desfășurată. - Analizează oportunitățile/constrângerile de ordin legislativ, financiar, tehnologic și social - Identifică modalități de dezvoltare a produselor fabricate în concordanță cu tendințele pieței - Asigură o bună imagine a firmei pe piață - Dezvoltă relații pozitive cu persoane-cheie în vederea promovării firmei
Asociat/ Contabil		
Salariat 1/ economist	Studii superioare în domeniul economic	- Asigură evidența contabilă a stocurilor, a relațiilor cu terții, a trezoreriei și evidența veniturilor și cheltuielilor: - Intocmește situații și rapoarte financiar-contabile și verifică corelarea acestora: - îmbunătățirea permanentă a pregătirii sale profesionale și de specialitate; - pastrarea confidențialității informațiilor și a documentelor legate de firmă; - utilizarea resurselor existente exclusiv în interesul firmei; - respectarea prevederilor normativelor interne și a procedurilor de lucru privitoare la postul său.
Salariat 2/ Economist		

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1.4.3. Numărul locurilor de muncă nou create.

Centralizator resurse umane la sfarsit perioada implementare proiect

Departament	Funcție	< 40 ani	Total
Management	Administrator/ asociat	2	2
Executie	Economist	2	2
Total	-	4	4

Aceste persoane vor fi angajate pe perioada de implementare a proiectului si vor fi mentinute cel putin 12 luni, fiind esentiale in derularea activitatii entitatii economice

Angajarea lor in perioada de implementare este solicitata de necesitatea adaptarii lor la activitatea specifica firmei, astfel ca imediat dupa achizitia si punerea in functiune a echipamentelor va fi posibila realizarea obiectivelor proiectului.

Contractele de munca vor fi pe durata nedeterminata, norma intreaga 8 ore.

1.4.4. Atributii, fise de post.

Echipa propusa pentru implementarea proiectului

In vederea asigurarii unei bune administrari a activitatilor proiectului, solicitantul va asigura o echipa de resurse umane specializate si cu experienta in management de proiect. Astfel echipa va fi formata din: manager de proiect si responsabil financiar. Pe langa aceste posturi dedicate, se vor alatura resurse umane din Organigrama largita a companiei, de fiecare data cand este necesar.

Managerul de proiect, va atinge următoarele obiective:

- ✓ asigurarea comunicării cu partenerii din cadrul proiectului si respectarea obligațiilor contractuale care decurg din acordurile de parteneriat.
- ✓ pregatirea si organizarea planurilor de activitate in cadrul proiectului si asigurarea resurselor necesare pentru atingerea obiectivelor proiectului.
- ✓ administrarea bugetului proiectului in conformitate cu procedurile interne aplicabile si cu conditiile finantatorului.
- ✓ valorificarea si dezvoltarea oportunitatilor pe durata implementarii proiectului

Managerul de proiect va asigura managementul si gestiunea proiectului in conformitate cu prevederile Contractului de finantare, avand drept scop realizarea obiectivelor proiectului la un nivel ridicat de eficienta si calitate.

Principalele atributii sunt: coordonarea activităților din cadrul proiectului supervizând direct echipele tehnice, consultanții și alți colaboratori implicați, pregătirea bugetului, evaluarea impactului proiectului și comunicarea conducerii, finanțatorilor și partenerilor de proiect, și nu în ultimul rând, are posibilitatea de a face propuneri de îmbunătățire a stilului de lucru pentru a maximiza eficiența atingerii obiectivelor propuse.

Responsabilul financiar, va efectua activitățile referitoare la eficientizarea proceselor economice-contabile si in ceea ce priveste procurarea bunurilor si serviciilor prevazute in

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

proiect. Va asigura atât documentația necesară în vederea pregătirii procedurilor de achiziții, cât și buna relaționare cu ofertanții și furnizorii în vederea optimizării timpilor de implementare.

Manager de proiect

Atribuțiile managerului de proiect vor fi:

- ✓ planificarea și coordonarea activităților legate de implementarea proiectului;
- ✓ prezidarea ședințelor echipei de implementare;
- ✓ avizarea raportărilor către autoritatea finanțatoare privind stadiul de implementare al proiectului;
- ✓ monitorizarea progresului implementării proiectului;
- ✓ asigurarea vizibilității proiectului;
- ✓ facilitarea auditării proiectului;
- ✓ urmărirea respectării prevederilor legale privind achizițiile publice

Responsabil financiar- va fi nominalizat înainte de începerea proiectului

Subordonat managerului de proiect

Atribuțiile responsabilului financiar vor fi:

- ✓ urmărirea întocmirii rapoartelor financiare către autoritatea contractantă;
- ✓ participarea la întocmirea cererilor de rambursare;
- ✓ asigurarea respectării indicatorilor bugetari inițiali;
- ✓ avizarea tuturor documentelor economico-financiare aferente proiectului;
- ✓ verificarea cererilor de plată transmise către autoritatea contractantă;
- ✓ întocmirea unei contabilități analitice a proiectului;
- ✓ întocmirea periodică a registrelor obligatorii;
- ✓ contabilizarea corectă, cronologică și operativă a operațiunilor de implementare a proiectului;
- ✓ arhivarea înregistrărilor / registrelor proiectului conform regulilor impuse de Autoritatea Contractantă;
- ✓ semnalează managerului de proiect orice problemă cu implicații economico-financiare apărută pe parcursul implementării proiectului;

Primele activități privind managementul proiectului, după semnarea contractului de finanțare, vor fi următoarele:

- Stabilirea procedurilor interne de implementare a proiectului și anume: definirea fișei postului pentru echipa de proiect, stabilirea metodologiei de colaborare cu partenerii, respectiv a instrumentelor de evaluare intermediară a activităților proiectului;
- Asigurarea locațiilor și logisticii necesare pentru buna desfășurare a activităților din proiect: activitățile desfășurate de echipa de proiect vor avea loc în spațiul pus la dispoziție de conducerea firmei, activitățile specifice de promovare se vor desfășura în locații adecvate, ce pot asigura cadrul logistic necesar bunei desfășurări a acestor acțiuni;

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- Intocmirea documentelor de evaluare a impactului conform strategiei de evaluare a activitatilor, stabilita în cadrul proiectului;

În ceea ce privește metodele de implementare a activitatilor propuse, multe din aceste metode/proceduri sunt impuse de legislația în vigoare sau de cerințele contractuale (activitățile de achiziții bunuri, publicitate, întocmire de rapoarte).

Fiecare membru al echipei va fi bine instruit în activitatea pe care o va coordona.

Prin întâlnirile operative periodice se vor supune atenției problemele aparute pe parcursul derulării activitatilor proiectului, eventualele probleme aparute putând fi rezolvate prin decizii în comun. În rapoartele de activitate ce se vor întocmi în acest sens vor fi consemnate realizările din perioada respectivă, precum și problemele de rezolvat.

Din punct de vedere al managementului de proiect, activitățile de monitorizare și control din această etapă sunt următoarele:

- ✓ Monitorizarea evoluției proiectului sub aspectul încadrării activitatilor în bugetul estimat și în graficul de timp;
- ✓ Urmărirea îndeplinirii indicatorilor asumați prin documentația de finanțare;
- ✓ Instrumentul de măsurare a evoluției proiectului este raportul de progres. Acesta va cuprinde informații referitoare la activitățile desfășurate, stadiul de realizare la momentul raportării, rezultatele parțiale/ finale obținute, rezultate anticipate, indicatori de realizare și metodologia aplicată în vederea respectării legislației în domeniul egalității de șanse și a dezvoltării durabile;
- ✓ Pe baza datelor furnizate de aceste rapoarte se va actualiza diagrama Gantt pentru urmărirea respectării programului de activități planificat și pentru a se lua măsurile de corectare necesare;
- ✓ Tot pe baza datelor din raport se va analiza măsura în care proiectul se încadrează, în limitele stabilite prin buget;
- ✓ Controlul costurilor și încadrării în duratele planificate se va face pe baza datelor obținute din monitorizare, cu scopul de a diminua diferențele și abaterile identificate.

Membrii echipei de proiect se vor întâlni periodic în cadrul sedintelor ordinare de lucru sau de progres. La finalul sedintelor se vor întocmi minute cu privire la subiectele discutate, deciziile luate, responsabilii desemnați și resursele alocate.

1.5. Piața și Strategia de marketing;

Prin implementarea proiectului se au în vedere strategii de marketing specifice desfășurării unei activități eficiente din punct de vedere economic și financiar.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

1.5.1. Informatii referitoare la nisa de piata, segmentul de clienti vizati precum si informatii despre cei mai importanti clienti ai societatii.

Nr. crt.	Clienti	12 luni
1	Persoane fizice	10 %
2	Persoane juridice	90 %
Total		100 %

1.5.2.Principalele modalități de distribuție a serviciilor pe piață.

Estimarea pietei

Romania este o tara intens birocratizata, adica iti trebuie o hartie pentru orice ai vrea sa faci. Cand ai o firma iti trebuie o persoana sau mai bine o firma intreaga care sa se ocupe de hartogaria pe care trebuie sa o ai in fiecare luna indiferent de ce obiect de activitate ai.

Contabilitatea este un domeniu stufos, plin de reguli si restrictii pe care doar persoanele foarte organizate il pot stapani si manevra fara efort. Nu este un loc in care angajatul sa isi foloseasca imaginatia. Trebuie sa respecte regulile scrise in lege negru pe alb, altfel repercusiunile se manifesta in amenzi sau penalizari din partea angajatorului.

Pentru ca o societate sa functioneze in legalitate, un administrator de firma trebuie sa aiba un departament financiar-contabil care sa se ocupe de intreaga birocratie incepand de la inregistrarea unei facturi, unui bon fiscal, pana la declaratiile fiscale de la final de luna, din fiecare luna. Nu exista scuze, nu este timp de pierdut atat timp cat fiecare hartie cat de putin importanta ar parea trebuie sa fie inregistrata in contabilitate.

Daca o firma nu are un departament care sa isi faca treaba cu foarte multa constiinciozitate sau macar o persoana care sa se ocupe de tot procesul, ar trebui sa isi contracteze o firma de contabilitate care sa se asigure ca totul va fi in regula din punct de vedere legal.

Analiza sectorului

Preocupările actuale din domeniul contabilității se circumscriu nevoii de a perfecționa un limbaj contabil unanim acceptat, care să se regăsească în aplicarea cât mai uniformă a principiilor și tratamentelor contabile, ca fundament în construcția situațiilor financiare. Acest demers este complicat și presupune o dinamică extraordinară. Obiectivul articolului este de a cerceta dacă, în mediul economic actual, contabilitatea este în măsură să emită un mesaj obiectiv pentru a răspunde așteptărilor și exigențelor tuturor utilizatorilor de informații financiare. Contabilitatea nu poate furniza decât o singură reprezentare a realității, iar informațiile produse de contabilitate nu pot fi decât un compromis între respectarea principiilor contabile și grija pentru reflectarea realității economice. Contabilitatea reprezintă un sistem informațional care cuantifică, prelucrează și transmite informații financiare despre o entitate economică. Ea realizează legătura dintre activitățile economice și factorii decizionali.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Principalele probleme

- Prețul ridicat al serviciilor
- Cheltuieli prea mari cu personalul
- Numărul scăzut de furnizori
- Comportamentul companiilor
- Fiscalitate ridicată

Dimensiunea pietei tinta

Externalizarea serviciilor de contabilitate către o **firmă de contabilitate** aduce cu sine foarte multe beneficii pe care mulți antreprenori nu le cunosc. Conservatorismul determină păstrarea departamentelor in-house, deși cifrele demonstrează faptul că această practică a devenit din ce în ce mai puțin rentabilă.

Contractarea unei firme de contabilitate permite afacerii să intre într-un proces de actualizare a practicilor și de adaptare la mediul cotidian foarte dinamic. Această metodă nu mai are un public țintă restrâns, nu se mai adresează doar anumitor categorii de societăți, ci este accesibilă și indicată firmelor din toate domeniile și de orice anvergură.

Ce efecte poate avea asupra unei afaceri trecerea de la serviciile de contabilitate ținute in-house la externalizare?

Economisirea resurselor

Costurile cu formarea profesională a angajaților dispar, această grijă fiind transferată firmei de contabilitate ce trebuie să-și mențină profesioniștii la cel mai înalt nivel. De asemenea, se reduc costurile cu deplasarea angajaților, cele determinate de achiziția obiectelor de inventar, a consumabilelor, a licențelor de software sau cele cu chiriile.

Dispar și cheltuielile provocate de fluctuația personalului din departamentul de contabilitate, cum ar fi anumite plăți compensatorii neprevăzute provocate de plecarea unui angajat. Odată cu **externalizarea serviciilor de contabilitate** sunt eliminate și cheltuielile legate de concediile medicale ale angajaților sau alte asigurări de sănătate.

Reducerea timpului pierdut

Fluctuația de personal nu înseamnă doar costuri materiale ci și foarte mult timp alocat procesului de recrutare. Externalizarea departamentului de contabilitate presupune eliminarea acestui timp pierdut cu selectarea candidaților, interviuarea lor și acordarea unei perioade de training. Timpul economisit datorită externalizării se poate folosi în mod productiv pentru dezvoltarea altor departamente importante din cadrul societății.

O mai bună folosire a datelor

Contractarea unei firme de contabilitate echivalează cu aplicarea asupra datelor a unui tratament profesionist, pe care antreprenorii de astăzi îl caută cu predilecție. Întreprinzătorii vor să

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

maximizeze puterea datelor pe care firmele lor le furnizează și vor să obțină cele mai bune rezultate posibile.

Un contabil ținut in-house poate opera, verifica și înregistra în contabilitate tranzacțiile companiei dar aceste acțiuni nu mai sunt suficiente pentru a dezvolta o afacere. Serviciile unei firme de contabilitate sunt complexe și implică analizarea informațiilor și a cifrelor operate, în așa fel încât managerul să poată beneficia de o imagine de ansamblu asupra rezultatelor. O interpretare corectă și profesională a datelor și prezentarea unor rapoarte complexe ajută la stabilirea și evaluarea obiectivelor companiei. De asemenea, externalizarea serviciilor de contabilitate contribuie la găsirea unor soluții viabile pentru problemele societății și la eliminarea riscurilor asumate.

Siguranță sporită

Datele prelucrate în contabilitate reprezintă o mare responsabilitate și pentru că acestea trebuie să rămână confidențiale. Orice scurgere de informații poate avea efecte negative asupra întreprinderii și, de cele mai multe ori, un angajat in-house nu poate acoperi daunele provocate. Firma de contabilitate are obligația contractuală de a păstra confidențialitatea datelor clienților și răspunde pentru orice probleme legate de siguranță care ar putea apărea.

Reprezentarea în fața autorităților fiscale

În cadrul serviciilor de contabilitate oferite de către o firmă de contabilitate intră și reprezentarea companiei în relația cu organele fiscale. Fie că este vorba de un control sau de simpla depunere a unor declarații, experții contabili din firma specializată au capacitatea și calificarea de a gestiona situația în mod profesionist.

Strategia de piață:

Se va pregăti o campanie de informare a clienților privind noua infrastructura ce va fi realizată prin proiect, avantajele concrete ale acesteia, toate împreună cu întreaga paletă de servicii oferite.

Obiectivele de marketing urmarite sunt:

- ✓ informarea clienților asupra serviciilor
- ✓ maximizarea cotei de piață și a profitului
- ✓ reducerea cheltuielilor

Poziționarea pe piața a serviciilor

Preturile practicate pentru serviciile entității, vor fi corelate cu cele ale concurenților de pe piață, iar ca referință vor fi luate firmele care au oferta similară, preturi medii și calitate medie.

Strategia de preturi va fi de tipul « de penetrare », deoarece firma va porni de la un pret mic. Astfel vor fi încurajați clienții să cumpere serviciile noastre, ceea ce va duce la creșterea vanzarilor și procentului de piață. Firma va beneficia de economii la scară, încă de la început. Un pret mic poate descuraja concurența să investească în dezvoltarea unor servicii concurente dacă

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

nivelul costurilor va fi ridicat. Se va începe chiar cu vânzarea cu o marja de profit foarte mică. Preturile mici vor trebui însoțite de promovare, așa cum vom arăta în capitolul următor.

În percepția clientului, valoarea unui produs/ serviciu este condiționată de necesitățile avute în momentul cumpărării. Pe cumparator îl interesează prețul, calitatea și acoperirea necesităților. De aceea, firma va trebui să comunice clienților avantajele serviciilor pe care le oferă.

Caracteristici de diferențiere

- prețuri mai mici decât concurența,
- posibilitatea de a fabrica produse personalizate pentru client datorită flexibilității în operare a echipamentelor
- flexibilitate în satisfacerea cerințelor clienților
- asistență oferită permanent clienților în timpul cumpărării serviciilor

Politica de servicii

Urmărește atât o integrare pe verticală prin diversificarea serviciilor și tehnologiilor, cât și o integrare pe orizontală prin promovarea unor produse inovative, prietenoase mediului înconjurător și în beneficiul acestuia, după cum urmează:

- *realizarea politicii de brand*: prestarea serviciilor care să fie înregistrate sub brand comercial propriu;
- *promovarea pe piață* a unor servicii și soluții efective, ecologice, sustenabile, „inteligente” și ieftine, pentru prestarea serviciilor;
- *poziționarea pe piață a produselor și tehnologiei firmei* prin politici de penetrare orientate în vederea câștigării și acapărării de cota de piață și, ulterior menținerii în creștere a cotei de piață.

Aceste politici sunt fundamentate pe eficiența, simplitatea și calitatea soluțiilor noastre, precum și pe diversificarea soluțiilor și serviciilor prestate prin crearea de soluții dedicate conform solicitărilor clienților.

1.5.3.Principalele canale prin care serviciile ajung la clienți, care sunt cele mai functionale, care este cel mai eficient raport calitate pret, cum pot fi clienții sensibilizați

În ceea ce privește strategiile de servicii și de preț, referitor la produsele firmei, concluzionăm următoarele:

- ✓ asigurarea unui raport preț-calitate superior, favorabil în raport cu tehnologiile și serviciile competitorilor;
- ✓ dezvoltarea unei modalități de tratare client-customizabile în raport cu costurile de comercializare, costurile de operare;
- ✓ stabilirea unor acorduri preferențiale cu clienții și partenerii care contractează, sau favorizează contractarea unui număr mare de servicii și a unui volum ridicat de servicii

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- ✓ diferențierea marjei de profit în funcție de regiunea de comercializare, luând în considerare faptul că, condițiile comerciale sunt diferite de la o zonă la alta;
- ✓ creșterea cantității și a variației de tip de produs pentru piețele care asigură o marjă ridicată a profitului și care influențează în mod pozitiv rentabilitatea totală.

Politica de pret

Unul din punctele cheie ale strategiei de marketing este cel al poziționării produsului și al construcției de prețuri. Din punctul de vedere al factorilor interni, în stabilirea prețului de comercializare a rezultatelor obținute în urma implementării proiectului, au fost luate în considerare costul procesului și serviciilor, precum și marja de profit urmărită.

În stabilirea prețului potrivit pentru serviciile prestate se are în vedere marja de profit, unul dintre cei mai utilizați indicatori financiari, care reprezintă ponderea costului serviciilor prestate, în raport cu volumul vânzărilor.

De asemenea, în stabilirea prețului s-a avut în vedere:

- ✓ cererea manifestată pe piață, acțiunile și nivelul concurenței;
- ✓ prețul pe care clientul este dispus să îl accepte;

Proiectul va avea ca rezultat o linie de producție de ultimă generație care va include în portofoliul de servicii de calitate ale firmei, cu cerere de piață.

Produsele rezultate în urma implementării proiectului sunt unul foarte competitive, cu preț de

- ✓ comercializare inferior în raport cu prețurile oferite de competitori .
- ✓ Obiectivul fundamental al strategiei de preț a întreprinderii este obținerea rentabilității, respectiv
- ✓ asigurarea recuperării costurilor și realizarea unei marje de profit rezonabile, planificată de 20%.

La stabilirea prețului se vor avea în vedere următoarele:

- ✓ estimarea costurilor
- ✓ așteptărilor cumpărătorilor existenți și potențiali
- ✓ calitate ridicată a serviciilor
- ✓ preț rezonabil
- ✓ stabilirea unui profit care să asigure dividende pentru acționari și perenitatea firmei prin investiții

Totodată, firma va face ajustări calitative ale forței de muncă prin perfecționare profesională periodică, motivarea prin acordarea de sporuri salariale și alte beneficii pentru salariați.

1.5.4.Descrieți strategia de vânzări, strategia de abordare / introducere a produselor și serviciilor pe piață.

Realizarea firmei prin investițiile realizate prin proiect au în vedere extinderea pieței atât prin creșterea numărului de clienți cât și prin creșterea cantității de serviciilor prestate fiecărui client.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Pe baza acestor observații se poate aprecia că realizarea noii investiții și dotarea firmei cu echipamentele prezentate este necesară și oportună, fiind un factor determinant pentru creșterea cotei de piață a firmei.

Obiectivul principal a strategiei de marketing este impregnarea unei imagini pozitive față de client, vizibilitatea firmei la nivel local și regional prin identificarea clienților care reprezintă perspectiva cea mai bună pentru firma. Această decizie este motivată de realizarea calitatii serviciilor ce vor fi realizate, de costurile reduse comparativ cu alți furnizori români, de productivitatea ridicată a muncii și de calitatea personalului angajat.

Obiectivele de dezvoltare ale societății sunt:

- vânzarea serviciilor
- creșterea cotei de piață și a vizibilității firmei pe piața regională prin furnizarea serviciilor, pe seama calitatii acestora și modului de comportament față de clienți;
- îmbunătățirea mixului de marketing
- creșterea profitului brut al firmei față de anul de referință
- creșterea numărului de salariați la sfârșitul perioadei de 3 ani după implementarea proiectului, numărul fiind dat de volumul de creștere a serviciilor
- creșterea productivității în cadrul firmei

Obiective specifice

- crearea unui portofoliu de minim 5 clienți strategici
- valorificarea segmentelor neacoperite pe piață și avantajele competitive față de concurenți prin evaluarea corectă a parametrilor pieței
- dezvoltarea de produse noi
- îmbunătățirea calității serviciilor
- îmbunătățirea rețelei de distribuție

Realizarea acestor obiective va putea fi posibilă prin următoarele acțiuni:

- prestarea serviciilor existente pe piața existentă și consolidarea poziției pe piața
- prestarea serviciilor existente pe piețe noi
- prestarea serviciilor noi pe piața existentă
- prestarea serviciilor noi pe piețe noi

Alegerea alternativei strategice depinde de poziția pe care firma o detine pe piața, fiecare urmărind în fapt, să obțină o plasare cât mai avantajoasă față de concurenți.

Strategia de marketing cea mai potrivită a fi aplicată în cazul firmei va avea următoarele caracteristici: de creștere, diferențiată, adaptivă, cu exigență ridicată, de tip ofensiv, care va presupune:

- Schimbarea politicii de preturi prin adaptare
- Folosirea de noi canale de distribuție

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- Gasirea de noi puncte de vanzare
- Intrarea pe noi piete geografice
- Intrarea pe noi sectoare
- Gasirea de clienti noi

Modalitati de punere in aplicare a strategiei de marketing

a) Schimbarea politicii de preturi

- realizarea ofertei de produse si preturi ale firmei si acordarea de reduceri clientilor fideli , iar pentru atragerea clientilor noi se vor acorda bonusuri.
- identificarea unor servicii« tip » pentru anumite segmente ale pietii si introducerea acestora pe lista de servicii si preturi

b) Folosirea de noi canale de distributie

- se vor aborda firmele lider de piata in domeniile in care firma poate presta serviciile sale

c) Gasirea de noi puncte de vanzare

- se va inscrie firma la organizatiile patronale regionale de profil
- se va apela la inscrierea in buletinul informativ al Camerei de Comert si Industrie

d) Intrarea pe noi piete geografice

- abordarea pietelor din alte regiuni ale tarii

e) Intrarea pe noi sectoare

- abordarea sectorului de colaborare cu firmele care au contracte de lucru

f) Gasirea de clienti noi

- ofertarea clientilor prin agent de vanzare
- transmitere oferte prin intermediul news letter
- cointeresarea persoanelor fizice care aduc clienti noi

Punctele tari ale produselor noastre sunt:

- utilizare facilitati software prin pagina web
- posibilitatea de extindere la arie de acoperire nationala a vanzarilor prin vizibilitatea create de pagina web;
- posibilitatea de gestionare si interogare a stadiului de realizare a serviciilor in timp real prin integrarea de aplicatii informatice contabile;
- pretul flexibil, competitiv;
- costuri reduse
- reducerea timpului de finalizare a prestarii serviciilor inclusiv cele personalizate

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Avantaje oferite clientilor

- reduceri de pret
- flexibilitate in pret si la cerintele clientilor
- facilitati de plata
- reducerea timpului de desfasurare si finalizare a serviciilor prin informatizare

Publicitate și relații cu clienții:

Toate practicile de marketing și vânzările se concentrează pe păstrarea clienților dar și lărgirea portofoliului de clienți. Scopul este acela de a dezvolta relații pe termen lung cu clienții.

Odată cu trecerea timpului va apare și nevoia de a concura cu un produs similar: în acest context,aceste relații combinate cu tehnologia și infrastructura acumulată vor menține poziția dorită de companie pe piață. Impactul serviciilor asupra potențialilor clienți vor fi evaluate în mod continuu, astfel încât să poată adapta portofoliul de servicii, calitatea produselor, precum și identificare necesităților și oportunităților de dezvoltare de noi produse. Această evaluare va fi realizată continuu cu ajutorul marketingului și a instrumentelor proprii dezvoltate pentru personalul de marketing și vânzări.

În relațiile cu clienții, se va urmări pe de o parte interesul pentru serviciile firmei, iar pe de altă parte, interesul pentru client focalizat pe grija de a crea un climat de încredere. Furnizarea serviciilor pe care le vom oferi se sprijină atât pe comportamentul personalului cât și pe utilizarea mijloacelor de comunicație.

Mijloacele de comunicație care vor fi utilizate pentru promovarea firmei și implicit a serviciilor sunt:

- *Materialele publicitare* sau tipăriturile sunt și ele foarte importante, deoarece orice firma producătoare de produse atractive trebuie să dispună de o carte de vizită, de o mapă informativă sau de un pliant căruia i se va atașa un prospect cu preturi.

Se vor realiza de asemenea pliante și mape informative care vor cuprinde prezentarea detaliată a produselor, gama de culori, materialele folosite, posibilitățile de personalizare a produsului.

Pliantele și mapele informative vor conține fotografii și texte pline de originalitate. De asemenea în interiorul mapelor va fi introdus un prospect individual cu preturile. Astfel, pretul și prospectul vor fi înlocuite în funcție de modificări în funcție de rata inflației, utilizarea de materiale mai scumpe, creșteri salariale, pe când pliantul va putea fi menținut în actualitate mai mult timp.

- *Cărți de vizită*

Cel mai potrivit format de carte de vizită este de 95 × 55 mm, din conținutul căreia nu trebuie să lipsească adresa, telefonul și fax-ul. Cartea de vizită va avea tipărită o piesă de mobilier reprezentativă.

- *Anunțuri*

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Oferta de produse va fi postată pe diverse pagini web de specialitate.

Lansarea pe piață

Este un șir de acțiuni prin care firma se va face cunoscut pe plan local, pe plan național și pe plan internațional, prescriptorilor (acei care orientează comportamentul de cumpărare) și clienților potențiali. Acțiunile de lansare pe piață vor fi declanșate eșalonat, cu aproximativ o luna înaintea deschiderii.

Trebuie neapărat ca firma să fie cunoscuta pe plan local, pentru că aici se găsesc majoritatea prescriptorilor. Prescriptori ar putea fi principalele întreprinderi din zonă, unitățile turistice (hoteluri, moteluri, pensiuni) prin persoanele din alte localități care constientizează apariția unui producător de mobilier în zona, vânzătorii cu amanuntul de mobilă, producătorii de mobilă potențiali clienți pentru componentele de mobilier etc.

Deschiderea firmei și serviciile oferite vor fi aduse la cunoștiință prin vizite, scrisori, anunțuri în presă sau invitații. Astfel, vizitele sunt indispensabile mai ales pentru locațiile de vânzare cu amanuntul cele mai apropiate, lăsându-se și unul sau mai multe pliante la locul vizitelor. O scrisoare scurtă va putea fi trimisă tuturor întreprinderilor și unităților de vânzare cu amanuntul vizate. Textul acestora va fi adaptat preocupărilor destinatarului și va trebui să fie neapărat însoțit de un pliant, inclusiv prospectul cu preturi. Considerăm că o variantă eficientă a scrisorii este mesajul prin fax. De asemenea anunțurile și articolele în presă vor multiplica efectul vizitelor și scrisorilor.

Reclama

Scopul reclamei este de a face ca mesajul să ajungă la clienți. Reclama pe care o vom face pentru promovarea produselor oferite de firma, va fi realizată având în vedere trei obiective: informează, convinge și interesează:

- informează clienții potențiali despre firma și produse, făcându-i conștienți de existența acestora;
- convinge clienții asupra beneficiilor aduse de produsele respective, și le transmite de ce ar trebui să le contracteze pe acestea și nu pe altele; creează dorința de a cumpăra sau de a avea produsele oferite de firma noastră;
- interesează atitudinile pozitive ale clienților existenți în legătură cu produsele noastre.
- reduce temerile cumpărătorilor - dacă acestea există – cu privire la preturi, calitatea produselor, avantajele oferite
- creează o imagine nouă a firmei

Promovarea în activitatea de marketing este esențială pentru impulsivitatea pătrunderii serviciilor pe piață și stimularea vânzării.

Politica promoțională se va baza pe informații trimise către clienții, care să fie în concordanță cu realitatea.

Obiectivele specifice ale modalităților de publicitate utilizate de către firma pot fi sintetizate astfel:

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- ✓ comunicarea apariției unor noi servicii pe piață, îmbunătățite comparativ cu cele existente;
- ✓ descrierea caracteristicilor noilor servicii lansate;
- ✓ educarea consumatorului în vederea utilizării unor servicii care nu au efecte negative asupra mediului;
- ✓ crearea și ulterior consolidarea imaginii firmei ;
- ✓ sprijinirea campaniilor de promovare a vânzărilor.

Relațiile publice presupun stabilirea unor legături bune cu cei mai importanți promotori și urmăresc să cultive publicului un sentiment de încredere în capacitatea firmei de a satisface exigentele consumatorilor. Relațiile publice au același efect asupra publicului ca și publicitatea, dar cu costuri mult mai mici.

Canalele de publicitate uzuale ce vor fi utilizate sunt: internetul, comunicările și publicațiile din mediul științific, scrisorile, informările directe către clienți existenți sau către cei vizați pentru viitoare colaborări.

Principalele acțiuni vizate pentru promovarea produselor pot fi prezentate astfel:

- Dezvoltarea unui compartiment de relații publice ce desfășoară activități precum relația cu presa, publicitatea produsului, lobby, imaginea, prestigiul firmei.
- Realizarea unei pagini web în limba română și engleză care poate atrage numeroși clienți externi și locali.
- Participarea la târguri naționale și internaționale
- Parteneriate cu instituțiile de învățământ
- Dezvoltarea de parteneriate cu furnizori de materie primă și potențiali clienți
- Participarea la expoziții, conferințe, sponsorizări a unor activități culturale, publicații.
- Publicarea unor lucrări în reviste naționale de profil producători de mobilier
- Promovare directă la clienți;
- Promovarea prin intermediul televiziunii, a radioului, a presei;

Relatiile publice - relatiile cu media sunt o parte importanta a planului de reclama. Necesita costuri de creare de relatii, insa costurile acestora sunt mici in comparatie cu costurile cumpararii spatiului de reclama. Se vor folosi comunicatele de presa, prin care se va anunta aparitia unor noi colectii de produse, a unor imbunatatiri substantiale; aceste comunicate vor fi publicate in revistele de specialitate economica.

Expozitiile - folosirea expozitiilor va fi un alt mijloc de promovare a firmei si serviciilor. Problema expozitiilor este ca, desi gradul de expunere la public este mare, tot la fel este si gradul de expunere in fata concurentei. Se va participa la evenimentele organizate de camerele de comert gen targuri cu vanzare.

Promovarea va fi realizata atat prin crearea unei imagini bune pentru firma cat si pentru servicii si va fi realizata prin:

- imbunatatirea continua a paginii web a firmei

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- introducerea paginii web pe motoarele de cautare
- înscrierea în buletinul informativ al Camerei de Comerț și Industrie
- trimiterea de materiale informative prin poșta, mail-uri de înștiințare

Distribuția produselor

Politica de distribuție reprezintă ansamblul deciziilor economice și tehnice, ce duc la derularea performantă a activităților, de la terminarea procesului de producție până la livrarea acestuia clientului, încheind astfel ciclul de producție și asigurând resursele bănești pentru reluarea activității economice.

Politica de distribuție a firmei are drept scop identificarea variantei (variantelor) optime atât pentru circuitul fizic cât și pentru cel economic al mărfurilor. Modul în care mărfurile parcurg un traseu economic pentru a ajunge la consumatorii finali, prezintă importanță nu numai pentru buna funcționare a mecanismului economic în general, ci și pentru poziția firmei pe piață la un anumit moment. Stabilirea și funcționarea canalelor de distribuție, a circulației pe care o au mărfurile în funcție de specificul acestor canale reprezintă un proces important care are în vedere tocmai latura economică a procesului.

Rolul distribuției de asigurare neîntreruptă a fluxului de servicii către consumator, constă în:

- realizarea unei corelații optime între cerere și ofertă, exercitând o influență activă asupra serviciilor pe baza cunoașterii cererii consumatorilor
- realizarea minimului rațional de cheltuieli pentru punerea la dispoziția consumatorului a serviciul dorit, cheltuieli pe care acesta le suportă.

În acest moment nu există personal de contractare, iar acest fapt poate duce la incoerență, lipsa unei strategii, pierderea din vedere a unor potențiali clienți, pierderea unor clienți existenți.

Se va avea în vedere în primul rând conturarea atribuțiilor persoanei de contractare care va avea ca obiective, cele stabilite în strategia de marketing.

Firma care se va înființa va face o campanie de informare a clienților potențiali privind premisa în dezvoltarea firmei, ce va fi realizată prin proiect, avantajele concrete ale acesteia, toate împreună cu întreaga paletă de servicii furnizate.

În această situație obiectivele urmărite sunt:

- informarea clienților asupra produselor
- maximizarea cotei de piață și a profitului
- reducerea cheltuielilor
- identificarea clienților
- informarea competentă a clienților prin materiale tipărite, seminarii, reclame în reviste de specialitate, participarea la târguri și expoziții de profil, email-uri informative

Strategia de vânzări

Măsuri pentru creșterea vânzărilor:

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- menținerea legăturilor cu clienții prin transmiterea unor mesaje fax și email privind serviciilor oferite
- transmiterea de scrisori de informare la firme
- transmiterea de oferte generale la camerele de comerț și industrie din țară
- realizarea în cadrul paginii web a unei secțiuni de servicii online
- realizarea unei baze de date cu potențialii clienți și informarea periodică a acestora prin email și fax
- motivarea persoanelor care aduc un client nou
- ofertarea directă la sediul clienților, prin intermediul personalului firmei

Concurența

Deloitte este brand-ul sub care zeci de mii de specialiști din firme independente din întreaga lume colaborează pentru a oferi servicii clienților în următoarele domenii - audit, consultanță, consultanță financiară, managementul riscului și taxe. Aceste firme sunt firmele membre Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), o companie cu răspundere limitată din Marea Britanie. Fiecare firmă membră oferă servicii într-o anumită zonă geografică și este supusă legislației și reglementărilor profesionale din țară/țările respective. Fiecare firmă membră DTTL este structurată în mod diferit conform legislației naționale, reglementărilor, cutumelor și altor factori, și poate furniza servicii în zonele de activitate prin intermediul sucursalelor, filialelor și/sau altor entități. Există firme membre care nu oferă toată gama de servicii, și este posibil ca anumite servicii să nu fie disponibile clienților conform regulilor și reglementărilor contabile. DTTL și firmele membre sunt entități juridice separate și independente, prin urmare acestea nu au nicio obligație față de celelalte firme membre. DTTL și firmele membre nu își asumă responsabilitatea față de actele sau omisiunile celorlalte firme membre. DTTL (denumit și “Deloitte Global”) nu oferă servicii clienților.

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 260.000 de angajați în peste 700 de birouri în 150 de țări. Rețeaua este integrată la nivel global, iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piața serviciilor profesionale. Cei peste 800 de angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale.

KPMG în România oferă servicii de Audit, Asistență fiscală și Consultanță în afaceri, inclusiv servicii de restructurare și accesare de fonduri, pentru organizații din diverse domenii, atât din sectorul privat, cât și cel public. Oferă asistență firmelor și organizațiilor în vederea respectării cerințelor de conformitate cu reglementările în vigoare și le ajutăm să se dezvolte, adăugând valoare afacerii clienților. KPMG în România este o firmă membră a rețelei internaționale KPMG, care are birouri în 153 țări și peste 207.000 de profesioniști în toată lumea. Această

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

combinație unică între cunoștințe naționale puternice și o rețea regională și multinațională echilibrată pune la dispoziția clienților noștri un sistem de servicii de cea mai bună calitate, precum și capacități de consultanță transfrontalieră. KPMG în România are în prezent peste 800 de profesioniști, atât cetățeni români, cât și străini (expatriați), combinând astfel experiență locală cu know-how-ul internațional. Elementul de bază al succesului nostru îl constituie calitatea și aptitudinile personalului companiei, dezvoltate continuu prin cursuri la toate nivelele pentru o largă paletă de abilități. KPMG a deschis primul birou din România în 1994, urmând apoi un al doilea în 1999, la Timișoara. În ultimii ani, am deschis birouri în Cluj, Iași, Constanța și Chișinău. Printre clienții noștri sunt corporații, agenții din sectorul public și privat, precum și organizații non-profit, ce văd în KPMG un standard consistent de servicii bazat pe capabilități profesionale excelente, cunoașterea profundă a industriilor și know-how local.

PricewaterhouseCoopers (PWC)-este cea mai mare companie de servicii profesionale, de consultanță și audit din lume și una dintre cele mai mari companii private, cu o cifră de afaceri de 22 miliarde \$ în anul 2006. Compania are 766 de birouri în 150 de țări. PricewaterhouseCoopers face parte din grupul celor mai mari patru firme de audit din lume numit Big Four.

1.6. Planul operațional

1.6.1 Informații cu privire la spațiile necesare pentru derularea activităților de furnizare servicii.

- Adresa sediului social și a locului unde se va desfășura activitatea este în Municipiul Craiova, str. Lalelelor, nr. 10, camera 01, Jud. Dolj.

1.6.2 Echipamentele necesare în derularea afacerii.

- Achiziționez următoarele active necesare funcționării unei societăți din domeniul consultanței financiar contabile, ținând cont că la sediul firmei vor lucra 2 angajați și 2 asociați:
 - 4 P.C.-uri de ultimă generație (dotate cu monitoare și sistem de operare);
 - 2 imprimante laser;
 - o imprimantă multifuncțională A3;
 - 2 birouri (dotate cu scaun) pentru angajați;
 - 2 birouri (dotate cu scaun) tip directorial pentru asociați;
 - mobilier pentru birou (inclusiv pentru păstrarea actelor).

2. PROMOVAREA TEMELOR ORIZONTALE ȘI TEMELOR SECUNDARE

2.1. Afacerea descrie concret utilizarea și calitatea TIC prin implementarea unor soluții TIC în procesul de producție/furnizare de bunuri, prestare de servicii și/sau execuție de lucrări

Într-o economie modernă, Tehnologia Informației și Comunicărilor au un puternic impact asupra competitivității întreprinderilor. Studiile demonstrează că o adoptare eficientă a tehnologiei informației contribuie la aproximativ jumătate din creșterea productivității

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

intreprinderilor din Uniunea Europeana. Utilizarea tehnologiei informatice stimuleaza dezvoltarea sectorului productiv de bunuri si servicii prin accesarea unor noi piete, promovarea si comercializarea produselor si serviciilor prin mijloace electronice, scaderea costurilor de productie, administrative si de desfacere. In acelasi timp, noile tehnologii sprijina managementul intreprinderilor in luarea deciziilor.

Activitatile proiectului vor viza dezvoltarea unei afaceri in care introducerea soluțiilor informatice in activitatea de oferire a serviciilor va fi un element important si definitoriu al acesteia .

Utilizarea Tehnologiei informatiei si comunicatiilor(TIC) in activitatea derulata de firma se va regasi in toate etapele furnizarii serviciilor:

- conceperea, prin utilizarea calculatorului in prestarea serviciilor (program informatic dedicat)
- prestarea serviciilor, prin utilizarea unor echipamente (achizitionate prin proiect)
- vanzarea serviciilor, prin pagini web dedicate

Echipamentele ce vor fi achizitionate sunt concepute astfel incat sa fie integrat un sistem de automatizare asistata de calculator care va asista activitatea firmei pe toate palierele sale.

Realizarea paginii web cu componenta specifica prezentarii produselor oferite de firma constituie un alt element de utilizare a tehnologiei informatice in mod direct in productie, promovare si comercializare. Elementele informatice vor conduce la optimizarea ofertei facute clientilor prin precizia informatiilor, transmitere in timp real, siguranta in realizare.

2.2.Afacerea propune activitati ce vor promova concret sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență din punctul de vedere al utilizării resurselor

Uniunea Europeana și-a asumat în octombrie 2014 un angajament clar: un obiectiv obligatoriu de reducere a emisiilor, la nivelul întregii economii, cu cel puțin 40% până în 2030, comparativ cu nivelurile din 1990 în toate sectoarele (construcții, transport,deșeuri,agricultură precum și cel al exploatarei terenurilor și silvicultură). Noul cadru de reglementare se bazează pe principiile echității, solidarității, flexibilității și integrității de mediu. Pentru a demara punerea în aplicare a acestui angajament, în iulie 2015 Comisia a prezentat o propunere de reformare a schemei UE de comercializare a certificatelor de emisii astfel încât aceasta să fie adecvată scopului urmărit și să atragă investiții după 2020 în sectorul industrial și cel energetic.

In vederea promovarii principiului economiei cu emisii scăzute de dioxid de carbon si a eficienței din punctul de vedere al utilizării resurselor in cadrul proiectului si in activitatea ulterioara a firmei se vor asigura urmatoarele:

Imbunatatirea eficientei energetice a incalzirii apei tehnologice

Apa necesara productiei cat si cea necesara uzului salariatilor va fi incalzita cu panouri fotovoltaice, tehnologie cu poluare zero.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Imbunatatirea eficientei energetice prin reabilitarea iluminatului

Eficiența energetică a activității va fi îmbunătățită prin utilizarea de corpuri de iluminat cu tehnologie LED, iar acolo unde este realizabil, se vor introduce fotocelule pentru aprindere și stingere corpuri de iluminat.

Reducerea emisiilor prin modalitatea de transport

Reducerea consumurilor de combustibil se va realiza prin înlocuirea deplasărilor cu comunicare prin Internet pentru rezolvarea problemelor de aprovizionare, vânzare, comunicare cu autoritățile și economii de energie la clienți prin eficientizarea activității și reducerea deplasărilor.

Managementul deșeurilor

Deșeurile vor fi recuperate selectiv și acolo unde este posibil, acestea vor fi valorificate în special deșeurile lemnoase care vor fi valorificate la producătorii de peleti din lemn și rumegus.

Achiziții echipamente cu consum redus de energie

Echipamentele ce se vor achiziționa sunt de ultimă generație, practic nepoluante și eficiente energetic prin consumul redus.

Constientizarea angajaților

Vor fi realizate instruirii ale angajaților privind măsurile specifice privind principiul reducerii emisiilor și modalitatea de realizare. Fiecare angajat va fi informat de rolul său și modul cum își poate aduce contribuția la realizarea acestui obiectiv prin activitatea pe care o desfășoară în cadrul firmei.

2.3. Gama de servicii dezvoltate contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile .

Dezvoltarea Durabilă definită de Comisia Brundtland prin "satisfacerea nevoilor prezentului fără a compromite posibilitățile generațiilor viitoare de a-și satisface nevoile" este un obiectiv central în strategia de dezvoltare a firmei în sens larg, dezvoltarea durabilă (sustainable development) presupune o calitate mai bună a vieții atât pentru generațiile actuale, cât și pentru generațiile viitoare. Conform viziunii dezvoltării durabile, progresul integrează obiective imediate și pe termen lung, acțiuni locale și globale, probleme economice și de mediu, toate fiind inseparabile.

Esența dezvoltării durabile a proiectului “ Fabricarea de mobilier de bucatarie și fronturi de mobilier pentru producătorii de mobilier de bucatarie ” este dată de modul de gestionare a resurselor energetice, materiale și informaționale în raport cu obiectivele creșterii economice, dar și de asigurarea unei calități superioare a producției și a mediului în contextul punerii în aplicare a acestuia.

Scopul declarat al strategiei promovate de firmă este de a identifica și implementa prin acest proiect măsuri menite a crește performanța dar și a abilităților de a administra și utiliza în mod eficient resursele, de a stimula astfel de investiții cu impact în domeniile economic și ecologic, asigurând astfel prosperitate, protecția mediului dar și coeziunea salariaților săi.

Obiectivele cheie ale strategiei de dezvoltare durabilă aplicate în cadrul firmei, prin implementarea acestui proiect, sunt următoarele:

Protecția mediului:

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- conservarea mediului înconjurător, în toate formele sale de bio- diversitate, respectarea caracterului limitativ al resurselor energetice, protejarea și îmbunătățirea calității aerului, solului și subsolului din zona;
- prevenirea și reducerea poluării mediului, promovarea consumului și producției „durabile”, reducând astfel degradarea mediului

Prosperitatea economică: promovarea în producție a unei eficiențe economice superioare celei actuale bazată pe un know-how competitiv, eco-eficient, capabil să asigure standarde la cel mai înalt nivel din punct de vedere al tehnicilor aplicate.

Politicile și măsurile dezvoltate în sprijinul strategiei de dezvoltare durabilă vor asigura prin acest proiect integrarea și respectarea următoarelor două principii privind conservarea mediului înconjurător: Principiul prevederii și Principiul „poluatorul plătește”.

În același timp, managementul integrat aplicat la nivel de societate în domeniul dezvoltării durabile presupune abordarea în manieră unitară a proceselor de producție și desfacerii produselor către clienți.

Acesta include măsurile de eficientizare a utilizării raționale a materiilor prime și materialelor dar și a resurselor energetice, devenind astfel un imperativ al companiei. Alături de aceste măsuri, minimizarea deteriorărilor aduse mediului prin acest proiect (tehnologii nepoluante, tehnologii mici consumatoare de materiale și energie, tehnologii de valorificare a deșeurilor) se vor constitui în provocările majore ale dezvoltării durabile din firmă.

Investiția prezentată în acest proiect nu afectează mediul înconjurător nici pe perioada implementării investiției, nici în perioada exploatării acesteia.

Societatea își va dezvolta în mod sistematic și științific un management cu o strategie bine definită, care să promoveze o politică investițională, inovatoare, a unui sistem integrat calitate-mediu, în vederea creșterii competitivității activității pe care le realizează și respectarea normelor privind protecția mediului.

Analizând activitățile care se vor desfășura în proiect și ceea ce își propune în viitor firma, se poate afirma că se respectă regulile de dezvoltare durabilă bazate pe menținerea unui nivel minimal al capitalului natural prin:

- achiziția de echipamente de ultimă generație, practic nepoluante și eficiente energetic prin consumul redus
- reducerea consumurilor de combustibil prin înlocuirea deplasărilor cu comunicare prin Internet pentru rezolvarea problemelor de aprovizionare, vânzare, comunicare cu autoritățile
- economii de energie la clienți prin eficientizarea activității și reducerea deplasărilor
- economii de energie prin utilizarea de corpuri de iluminat cu tehnologie LED
- utilizarea energiei solare la încălzirea apei utilizate în locația fabricii

În consecință, proiectul asigură înlocuirea practicilor energointensive și consumatoare de resurse neregenerabile cu un nou mod tehnic și tehnologic, care să nu mai afecteze natura, activitatea economică și care îmbunătățească condițiile de muncă ale oamenilor.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Utilizand echipamente si tehnologii noi, care sunt agreate din punct de vedere tehnic si care sunt certificate conform standardelor de calitate internationale specifice, cu grad redus de poluare, costurile asociate poluarii vor fi minime, astfel preturile produselor nu vor fi majorate pe aceste considerente.

Principiul poluatorul-plateste are drept consecinta internalizarea costurilor poluarii (la nivelul operatorului poluator), prevenirea poluarii, precum si repararea prejudiciului cauzat de poluare. Totusi, merita sa fie subliniat faptul ca taxa platita pentru deteriorarea mediului prin poluare este în absolut toate cazurile net inferioara deteriorarii produse în mediu.

Firma noastra va pune accent pe prevenire în acest domeniu. Va promova si respecta Reglementarile Comisiei Europene precum Directiva EC 2002/95, RoHS (Restriction of Hazardous substances) si RoHS2, 2011/65/EU.

Prin activitatea propusa prin proiect se ating doua elemente importante privitoare la poluare:

- pentru activitatile de productie propuse a se realiza in urma implementarii proiectului sunt luate masuri de eliminare a poluarii prin utilizarea de aspiratoare de praf tehnologic, prin dotarea aparatelor cu aspirator si utilizarea unui aspirator dedicat
- firma va amenaja un spatiu verde in jurul halei de productie serviciile, amenajare realizata cu resurse proprii, inducand posibilitati de poluare minima sau chiar de depoluare.

Prin urmare, firma, prin toata activitatea sa, asigura protectia mediului, ameliorarea calitatii sale, protectia sanatatii publice, utilizarea prudenta si rationala a resurselor naturale.

Poluatorul plateste

În vederea protejarii capitalului natural si asigurarii starii de conservare a habitatelor naturale se va opta pentru materiale si produse ecologice, naturale, durabile, reciclabile; se va limita consumul de energie neregenerabila prin inlocuirea acesteia cu energie verde si limitarea productiei de deseuri.

Interesele economice vor fi ajustate cu utilizarea rationala a factorilor de mediu, reciclarea materialelor si prevenirea degradarii mediului.

Protectia biodiversitatii

Din punctul de vedere al proiectului, utilizarea eficienta a resurselor, ca parte a dezvoltarii durabile, se manifesta prin utilizarea rationala a resurselor materiale în contextul delimitarii unei infrastructuri adecvate obiectivelor proiectului, a resurselor financiare prin eficientizarea cheltuielilor si încadrarea acestora în bugetul alocat proiectului, si a resurselor umane prin asignarea de responsabilitati membrilor echipei de proiect în functie de competentele si experienta practica a acestora.

Utilizarea eficienta a resurselor, in plan ecologic, poate fi sprijinita prin colectarea si depunerea la centre specializate a tuturor materialelor reciclabile (hârtie, plastic, sticla, cartuse de imprimanta, tonere, etc.).

Proiectul contribuie la asigurarea protectiei mediului prin gestionarea mai eficienta a consumului de energie necesara functionarii echipamentelor pentru realizarea activitatilor planificate în cadrul proiectului. În acest scop, vor fi utilizate panouri fotovoltaice de incalzire a

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

apei industriale și pentru uzul angajaților, vor fi utilizate corpuri de iluminat cu tehnologie LED, cu consum foarte redus.

Din punct de vedere al energiei consumate, hard-ul calculatorului care comanda automatizarea echipamentelor vor fi configurate pentru a se opri după 10 minute de lipsă a activității, monitoarele vor fi setate să afișeze imaginea neagră după 5 minute.

Atenuarea și adaptarea la schimbările climatice

Adaptarea la schimbările climatice reprezintă un proces complex ținând cont de variabilitatea efectelor de la o regiune la alta, depinzând de expunere, vulnerabilitate fizică, gradul de dezvoltare socio-economică, capacitatea de adaptare naturală și umană, serviciile de sănătate și mecanismele de supraveghere a dezastrelor.

În ceea ce privește infrastructura realizată prin proiect, aceasta nu este în pericol de a fi afectată de schimbările climatice în viitorul apropiat.

Expunerea la dezastre a crescut în mod semnificativ ca urmare a schimbărilor climatice, urbanizării rapide și neplanificate, presiunii demografice, construcțiilor și exploatării mai intensive a solului în zonele predispuse la pericol, pierderii biodiversității și degradării ecosistemelor.

Solicitantul va urmări, în cadrul producției securitatea muncii pentru echipa de proiect și angajații firmei, să fie incluse servicii de educație și pregătire cu privire la dezastre și la situații de urgență, urmărindu-se crearea unei culturi a pregătirii în fața dezastrelor.

Proiectul va ține cont de potențialul de atenuare al dezastrelor naturale și de adaptare la acestea, prin pregătirea internă și formare profesională, prin constientizarea dezastrelor și intervenția umanitară, planificarea în situații de urgență, strategii de comunicare .

Reziliența la dezastre

În derularea activității, firma va avea în vedere implementarea unui plan de reziliență în caz de dezastru care va include un set de reguli și proceduri menite să realizeze restaurarea funcționării echipamentelor după un eveniment dezastruos, generat accidental de om sau de cauze naturale.

Egalitatea de șanse

Respectarea principiilor egalității de șanse reprezintă și va reprezenta în continuare un deziderat permanent pentru firmă. În acest sens, în cadrul companiei sunt implementate în mod activ prevederile Ordonanței Guvernului nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată, cu completările ulterioare, respectiv prevederile Legii nr. 202/2002 privind egalitatea de șanse și tratament între bărbați și femei, republicată.

Astfel, principiul egalității de șanse și de tratament între angajați presupune respectarea strictă și permanentă a:

- dreptului angajaților la securitatea persoanei și la obținerea protecției statului împotriva violențelor sau maltrătarilor din partea oricărui individ, grup sau instituție;
- drepturile politice ale angajaților, și anume drepturile electorale, dreptul de a participa la viața publică și de a avea acces la funcții și demnități publice;

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

- drepturile civile ale angajaților, în special:
 - dreptului angajaților la libera circulație și la alegerea reședinței;
 - dreptului angajaților la libertatea de gândire, conștiința și religie;
 - dreptului angajaților la libertatea de opinie și de exprimare;
 - dreptului angajaților la libertatea de întrunire și de asociere;
 - dreptului angajaților de petiționare;
- drepturile economice, sociale și culturale ale angajaților, în special:
- dreptului angajaților la munca, la condiții de munca echitabile și satisfăcătoare, la protecția împotriva șomajului, la un salariu egal pentru munca egala, la o remunerație echitabilă și satisfăcătoare;
- dreptului angajaților de a înființa sindicate și de a se afilia unor sindicate;
- dreptului angajaților la sănătate, la îngrijire medicală, la securitate socială și la servicii sociale;
- dreptului angajaților la pregătire profesională;
- dreptului angajaților de a lua parte, în condiții de egalitate, la activități culturale și sportive;
- dreptului angajaților de acces la toate locurile și serviciile destinate folosinței publice.

Nerespectarea acestor prevederi în Activitățile proiectului (eventuala nerespectare concretizată potențial în marginalizare pe motive de sex, vârstă, naționalitate, dizabilități, orientare sexuală; abuz verbal: hărțuire verbală, insulte; plată și beneficii diferențiate ale persoanelor care prestează Activități similare) ar avea o influență negativă asupra firmei (imagine negativă a firmei în rândul partenerilor comerciali, a clienților; fluctuație crescută a personalului firmei, etc.), dar și la nivel individual (performanțe scăzute; satisfacție profesională redusă; neintegrarea în grupul de lucru).

Folosind efectul stimulat al finanțării, se vor realiza angajări, iar la selectarea personalului se va avea în vedere angajarea de tineri absolvenți (care vor fi incluși în cadrul programelor de instruire și specializare).

De asemenea, la realizarea activităților de achiziții se va respecta principiul egalității de șanse, respectiv principiul concurenței cu șanse egale (planificarea procedurilor de achiziții a fost axată pe prevederile prevăzute în legislația în vigoare, scopul fiind asigurarea unor utilaje performante, fapt posibil doar respectând principiul egalității de șanse în ceea ce privește participarea potențialilor ofertanți la procedura de achiziții).

În implementarea Activităților cuprinse în cadrul prezentului proiect se vor integra și persoane aparținând unor „grupuri vulnerabile”.

Firma va aplica în activitatea sa, în concordanță cu politica dublei strategii promovate la nivelul Uniunii Europene, principiul egalității de șanse și nediscriminării pe două planuri:

1. Prin respectarea și includerea în Regulamentul de Organizare și Funcționare a reglementărilor legale obligatorii din domeniul egalității de șanse: Ordonanța nr. 236 din 2000 privind prevenirea

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

și sancționarea tuturor formelor de discriminare, Legea nr. 202 din 2002 privind egalitatea de șanse între femei și bărbați, Codul Muncii:

- recrutare și selecție a personalului;
- formarea profesională a angajaților;
- strategia de promovare a angajaților;
- sancționarea;
- concedierea;
- salarizarea;
- protecția maternității

2. Prin abordarea integratoare a egalității de șanse (gender mainstreaming)

Abordarea integratoare a egalității de șanse va fi un principiu respectat de firma noastră atât în politicile de personal, strategiile de dezvoltare a organizației, cât și în proiectele pe care le vom dezvolta.

Prin politica de personal a firmei se vor asigura șanse egale pentru bărbați și femei la angajare, în formarea profesională și promovare, același nivel de remunerație și aceleași avantaje sociale.

Egalitate de gen

În concordanță cu legislația în vigoare, pe tot parcursul implementării proiectului, firma, nu va face nici o deosebire, excludere, restricție sau preferință indiferent de: rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, gen, categorie socială, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată sau orice alt criteriu care ar avea ca scop restrângerea sau înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate a

drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute prin lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice.

Echipa de management a proiectului va monitoriza în permanentă respectarea principiilor egalității de șanse.

Proiectul ia în considerare următoarele elemente pe care se angajează să le respecte:

- în activitatea de selectare a personalului pentru operarea investiției, solicitantul va aplica prevederile Ordonanței de Guvern nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, Art. 2.1.
- în regulamentul de organizare și funcționare al firmei vor fi introduse dispoziții de asigurare a nediscriminării în conformitate cu legislația menționată anterior.
- în aplicarea procedurilor de achiziții se vor respecta prevederile legislației în vigoare privind achizițiile publice, atât pentru achizițiile realizate prin achiziție directă, cât și pentru cele organizate prin procedura competitivă.

Nediscriminare

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Firma va asigura persoanelor cu dizabilitati posibilitatea de a avea acces, în conditii de egalitate cu ceilalti cetateni, la mediul fizic, tehnologii si sisteme de informatii si comunicare, precum si la alte facilitati si servicii.

Conform Strategiei europene a dizabilitatii 2010-2020 – “Reînnoirea angajamentului catre o Europa fara bariere”, firma noastra va avea în vedere înlaturarea obstacolelor fizice.

De asemenea, firma noastra va respecta prevederile Legii nr. 448/2006. In situatia in care persoane cu dizabilitati vor ocupa unele din posturile nou create legate de operarea proiectului, ne angajam sa realizam pe cheltuiala proprie adaptarea specifica dizabilitatii respective.

Potrivit Strategiei Uniunii Europene privind Schimbarile Demografice se va profita de potentialul segmentului populatiei în vârstă, cu scopul îmbunatatirii cresterii economice, sprijinirii justitiei si coeziunii sociale si consolidarea drepturilor tuturor generatiilor . Se va acorda atentie special grupurilor sociale defavorizate, prin încurajarea angajarii acestora, implicarea acestora în activitati

fiind esentiala pentru atingerea obiectivelor viitoare în domeniu, la nivel European.

Uniunea Europeana se confrunta cu schimbari demografice majore reprezentate de: îmbatrânirea populatiei; rate scazute ale natalitatii, structuri familiale modificate, migratie.

Schimbarile demografice impun o serie de masuri proactive cum ar fi : angajarea persoanelor în vârstă pentru revigorarea economica; îmbunatașirea protectiei drepturilor fundamentale ale persoanelor în vârstă; furnizarea de servicii sociale de interes general care sa ajute familiile si copii, sa ofere facilitati si îngrijire persoanelor în vârstă.

Concluzii

Prin finantarea nerambursabila solicitata se va putea sustine dezvoltarea unei firme noi care va contribui la dezvoltarea regionala atat pe latura materiala cat si sociala.

Va fi dezvoltata o unitate moderna cu profil de servicii **de contabilitate si audit financiar, consultanta in domeniul fiscal** care va contribui la:

- ✓ beneficii sociale prin cresterea numarului de angajati din regiune si reducerea somajului
- ✓ beneficii materiale prin infiintarea unei firme moderne de prestari servicii
- ✓ beneficii materiale pentru proprietarii firmei
- ✓ beneficii materiale pentru angajatii noi si familiile acestora prin asigurarea unei stabilitati financiare
- ✓ oferirea de servicii solicitate de piata
- ✓ respectarea principiilor orizontale

Prin activitățile propuse în Planul de afaceri solicitantul asigură fezabilitatea proiectului și continuitatea (sustenabilitatea) activității după încetarea acordării sprijinului, pe toată perioada de execuție și monitorizare a proiectului.

Entitatea responsabila pentru operarea si intretinerea investitiei dupa finalizare va asigura suportul logistic si fondurile necesare sustinerii activitatii de productie dupa incetarea acordarii sprijinului.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Dezvoltarea este considerata sustenabila daca patrimoniul sau capitalul ramane constant sau creste in timp.

Estimam o crestere a cererilor de produse oferite de firma in urma implementarii proiectului din urmatoarele considerente:

1. fondurile structurale aloca fonduri pentru beneficiarii privati in vederea dezvoltarii de mici afaceri in comert ceea ce va conduce la cresterea vanzarii produselor noastre, cu efect asupra utilizarii intensive create prin proiect
2. cresterea prognozata a cererii de servicii de calitate, intr-o piata a carei putere de cumparare este in crestere
3. schimbarea atitudinii de cumparare cu orientare spre servicii care prezinta siguranta pentru cumparator

Firma noastra va avea ca obiectiv major continuitatea proiectului si dezvoltarea acestuia prin adaugarea de noi functii si facilitati.

Echipamentele noi, impreuna cu colectivul proiectului care va gestiona aceasta structura, deci totalitatea resurselor materiale si umane constituite ca un tot unitar, reprezinta mecanismul care va pune in miscare intreaga activitate in domeniul proiectului.

Pe langa aceasta activitate, se va pune accent si pe:

4. dezvoltare durabila a firmei
5. egalitatea de sanse

Fara existenta finantarii nerambursabile firma nu ar avea posibilitatea realizarii unei firme de marimea celei propuse prin proiect, astfel initiatorii lui cat si societatea nu ar putea obtine beneficiile sociale si materiale expuse anterior.

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”
 Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
 ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Anexa 1

Finanțarea proiectului

Nr. crt.	Denumirea capitolelor și subcapitolelor	Cantitate	Cheltuiala/unit.	Total
col. 1	col. 2	col. 3	col. 4	col. 5
0	Taxe pentru înființarea de întreprinderi	1.00	1,800.00	1,800.00
1	Cheltuieli cu salariile personalului nou-angajat			104,856.00
1.1.	Cheltuieli salariale	12.00	5,000.00	60,000.00
1.2.	Onorarii/ venituri asimilate salariilor pentru experți proprii/cooptați	0.00	0.00	0.00
1.3.	Contribuții sociale aferente cheltuielilor salariale și cheltuielilor asimilate acestora (contribuții angajați și CAM angajatori)	12.00	3,738.00	44,856.00
2	Cheltuieli cu deplasarea personalului întreprinderilor nou-înființate:			39,120.00
2.1.	Cheltuieli pentru cazare	120.00	230.00	27,600.00
2.2.	Cheltuieli cu diurna personalului propriu	120.00	60.00	7,200.00
2.3.	Cheltuieli pt transportul persoanelor (inclusiv transportul efectuat cu mijloacele de transport în comun sau taxi, gară, autogară sau port și locul delegării ori locul de cazare, precum și transportul efectuat pe distanța dintre locul de cazare și locul delegării)	24.00	180.00	4,320.00
2.4.	2.4 Taxe și asigurări de călătorie și asigurări medicale aferente deplasării	0.00	0.00	0.00
3	Cheltuieli aferente diverselor achiziții de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesară	12.00	2,000.00	24,000.00
4	Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	1.00	43,500.00	43,500.00

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

5	Cheltuieli cu închirierea de sedii (inclusiv depozite), spații pentru desfășurarea diverselor activități ale întreprinderii, echipamente, vehicule, diverse bunuri	12.00	3,000.00	36,000.00
6	Cheltuieli de leasing fără achiziție (leasing operațional) aferente funcționării întreprinderilor (rate de leasing operațional plătite de întreprindere pt: echipamente, vehicule, diverse bunuri mobile și imobile)	0.00	0.00	0.00
7	Utilități aferente funcționării întreprinderilor	12.00	600.00	7,200.00
8	Servicii de administrare a clădirilor aferente funcționării întreprinderilor	0.00	0.00	0.00
9	Servicii de întreținere și reparare de echipamente și mijloace de transport aferente funcționării întreprinderilor	0.00	0.00	0.00
10	Arhivare de documente aferente funcționării întreprinderilor	1.00	1,200.00	1,200.00
11	Cheltuieli financiare și juridice (notariale) aferente funcționării întreprinderilor	1.00	2,000.00	2,000.00
12	Conectare la rețele informatice aferente funcționării întreprinderilor	12.00	95.00	1,140.00
13	Cheltuieli de informare și publicitate aferente funcționării întreprinderilor	0.00	0.00	0.00
14	Alte cheltuieli aferente funcționării întreprinderilor			10,130.00
14.1	Prelucrare date	0.00	0.00	0.00
14.2	Întreținere, actualizare și dezvoltare aplicații informatice	12.00	450.00	5,400.00
14.3	Achiziționare de publicații, cărți, reviste de specialitate relevante pentru operațiune, în format tipărit și/sau electronic	1.00	550.00	550.00
14.4	Concesiuni, brevete, licențe, mărci comerciale, drepturi și active similare	1.00	4,180.00	4,180.00
15	Alte cheltuieli neeligibile	0.00	0.00	0.00
TOTAL GENERAL				270,946.00

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

Explicatii pentru completarea tabelului Finantarea Proiectului:

Nr. crt.	Denumirea capitolelor și subcapitolelor	Explicatii
col. 1	col. 2	col. 3
0	Taxe pentru înființarea de întreprinderi	Firma pe care dorim sa o infiintam va fi de tip SRL, cu doi asociati si un administrator. Pentru a fi siguri ca nu vom pierde foarte mult timp cu infiintarea acesteia vom apela la ajutorul unei firme de avocatura. Estimam un cost total de 1.800 lei (cost in care este inclus onorariul cabinetului de avocatura si celelalte costuri care trebuiesc platite la Oficiul National al registrului Comertului).
1	Cheltuieli cu salariile personalului nou-angajat	
1.1.	Cheltuieli salariale	Se vor angaja 2 economisti cu un salariu net de 2.500 lei/luna => (12 luni * 2.500 lei/luna) * 2 salariați
1.2.	Onorarii/ venituri asimilate salariilor pentru experți proprii/ coopțați	Societatea NU va plati onorarii pentru experți contabili deoarece unul dintre asociat este Expert Contabil
1.3.	Contribuții sociale aferente cheltuielilor salariale și cheltuielilor asimilate acestora (contribuții angajați și CAM angajatori)	12 luni * 1.869 lei/luna contributii salariat * 2 salariați
2	Cheltuieli cu deplasarea personalului întreprinderilor nou-înființate:	Estimam ca personalul societatii se va deplasa in interes de serviciu in jur de 60 de zile lucratoare/AN, dar nu in acelasi timp. Fiecare angajat se va deplasa singur pentru a realiza un "serviciu"(proiect) unui client.
2.1.	Cheltuieli pentru cazare	2 salariați * 60 zile * 230 lei/zi = 27.600 lei/an
2.2.	Cheltuieli cu diurna personalului propriu	2 salariați * 60 zile * 40 lei/zi = 4.800 lei/an
2.3.	Cheltuieli pt transportul persoanelor (inclusiv transportul efectuat cu mijloacele de transport în comun sau taxi, gară, autogară sau port și locul delegării ori locul de cazare, precum și transportul	Estimam ca vom avea in jur de 24 de proiecte/An, cate 12 proiecte pentru fiecare angajat, care vor necesita deplasarea personalului. Acestia vor calatori numai cu trenul, iar la gara vor fi asteptati de catre o persoana venita din partea beneficiarului pentru a o duce la sediul acestuia. O cursa Craiova-Satu Mare la clasa a doua costa 162 lei, de unde putem deduce ca o cursa in medie ar costa 90 lei. 24 proiecte * 180 lei/proiect (1 calatorie dus = 90 lei, 1 calatorie intors = 90 lei) = 4.320 lei

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

	efectuat pe distanța dintre locul de cazare și locul delegării)	
2.4.	2.4 Taxe și asigurări de călătorie și asigurări medicale aferente deplasării	Nu se vor plăti alte taxe și asigurări de călătorie și/sau medicale aferente deplasării, deoarece deplasările se vor face numai pe teritoriul țării, cel puțin în primul an de funcționare, avându-se în vedere că ne adresăm doar clienților interni (deocamdata).
3	Cheltuieli aferente diverselor achiziții de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesară	Pentru a atrage o gamă cât mai largă de clienți, din domenii diferite de activitate, și pentru a fi siguri că societatea va fi văzută ca fiind una PROFESIONISTĂ, vom apela la firme specializate în drept intern (societăți de avocatură) și firme specializate în consultanță fiscală (pentru a fi siguri că suntem la zi cu legislația fiscală). Pentru aceste servicii specializate estimăm că vom plăti un abonament lunar de 1.000 lei. 12 luni * 1.000 lei/lună * 2 firme specializate (1 pe drept și 1 pe fiscalitate) = 24.000 lei.
4	Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	Estimăm că vom achiziționa următoarele active necesare funcționării unei societăți din domeniul consultanței financiar contabile, ținând cont că la sediul firmei vor lucra 2 angajați și 2 asociați: 4 P.C.-uri (dotate cu monitoare și sistem de operare) (4 P.C. * 3.500 lei/buc = 14.000 lei), 2 imprimante laser (2 imprimante * 2.500 lei = 5.000 lei), o imprimantă multifuncțională A3 (1 imp.multif.* 4.500 lei = 4.500 lei), 2 birouri (dotate cu scaun) pentru angajați (2 birouri * 1.000 lei = 2.000 lei), 2 birouri (dotate cu scaun) tip directorial pentru asociați (2 birouri * 2.500 lei = 5.000 lei), mobilier pentru birou (inclusiv pentru păstrarea actelor) (7.000 lei), hartie xerox (A3, A4,) + bibliorafturi + capse + capsatoare + perforatoare + tiple + diverse tipizate + calculatoare de birou (mici tip CANON) + tonner pt.imprimante + alte consumabile estimăm un cost lunar de 1.300 lei (12 luni * 500 lei = 6.000 lei/an)
5	Cheltuieli cu închirierea de sedii (inclusiv depozite), spații pentru desfășurarea diverselor activități ale întreprinderii, echipamente, vehicule, diverse bunuri	Societatea își va desfășura activitatea într-un birou (de tip open space, spațiul fiind delimitat cu ajutorul unor pereți de sticlă) de aproximativ 120 mp (25 lei/mp * 120 mp = 3.000 lei/lună)
6	Cheltuieli de leasing fără achiziție (leasing)	În primul an de activitate societatea nu va achiziționa bunuri în leasing, avându-se în vedere că angajații vor călători în interes de

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

	operațional) aferente funcționării întreprinderilor (rate de leasing operațional plătite de întreprindere pt: echipamente, vehicule, diverse bunuri mobile și imobile)	serviciu numai cu trenul sau cu mijloacele de transport în comun, iar asociații se vor folosi de mașinile proprii pentru a se deplasa la diversele întâlniri stabilite cu potențialii beneficiari.
7	Utilități aferente funcționării întreprinderilor	În contractul de închiriere se prevede ca Locatarul să plătească utilități aferente spațiului închiriat în suma fixă de 5 lei/mp/lună, indiferent de timpul petrecut de acesta (Locatar) în spațiul închiriat. (5 lei/mp * 120 mp = 600 lei/lună)
8	Servicii de administrare a clădirilor aferente funcționării întreprinderilor	În prețul de închiriere a biroului este inclus și serviciul de administrare a clădirii din care face parte biroul închiriat de către firma noastră.
9	Servicii de întreținere și reparare de echipamente și mijloace de transport aferente funcționării întreprinderilor	Avându-se în vedere că toate activele fixe corporale pe care societatea le va achiziționa sunt NOI, acestea vor fi în garanție în primul an de activitate al firmei de unde deducem că nu vom avea nevoie de servicii de întreținere pentru echipamentele achiziționate.
10	Arhivare de documente aferente funcționării întreprinderilor	Estimăm că în primul an de activitate societatea va plăti un abonament anual pentru arhivarea documentelor în suma de 1.200 lei
11	Cheltuieli financiare și juridice (notariale) aferente funcționării întreprinderilor	Pentru primul an de activitate, estimăm că vom plăti maxim 2.000 lei cheltuieli financiare și juridice, fără să ținem cont de serviciile detaliate la punctul 3 al prezentului buget.
12	Conectare la rețele informatice aferente funcționării întreprinderilor	Pentru a ne conecta la internet, societatea va plăti un abonament lunar în suma de 95 lei/lună
13	Cheltuieli de informare și publicitate aferente funcționării întreprinderilor	Estimăm că în primul an de activitate societatea NU va avea cheltuieli de informare și publicitate, fără a lua în calcul pe cele obligatorii la înființare, care au fost detaliate la punctul 1 al prezentului buget.
14	Alte cheltuieli aferente funcționării întreprinderilor	
14.1	Prelucrare date	Societatea va apela la proprii angajați pentru prelucrarea datelor informatice.
14.2	Întreținere, actualizare și dezvoltare aplicații informatice	Societatea va achiziționa un program de contabilitate pentru care va plăti un abonament lunar de 450 lei (12 luni * 450 lei = 5.400 lei).

TITLUL PROIECTULUI: „Universitatea Antreprenorială – sistem de educație superioară și de formare pentru piața muncii din România prin acordarea de burse pentru doctoranzi și cercetători post-doctorat și implementarea de programe de formare antreprenorială inovative”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/380/6/13/123990

14.3	Achiziționare de publicații, cărți, reviste de specialitate relevante pentru operațiune, în format tipărit și/sau electronic	Firme va achizitiona un abonament la Monitorul Oficial pe suport electronic MONOPOST (550 lei/an)
14.4	Concesiuni, brevete, licențe, mărci comerciale, drepturi si active similare	Societatea va achizitiona un program de contabilitate pentru care va plati initial suma de 3.000 lei (licenta). De asemenea societatea va achizitiona si 4 licente pentru Microsoft Office 2013 Home and Business (4 licente * 295 lei/licenta = 1.180 lei)
15	Alte cheltuieli neeligibile	Estimam ca in primul an de activitate societatea nu va avea nici un fel de cheltuieli neeligibile. Asociatii, au cazut de acord ca in primul an de activitate cheltuiala cu combustibilul si intretinerea pentru masinile proprii sa se faca de acestia nu de catre firma indiferent daca masina personala va fi folosita in interes de serviciu sau personal.