



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ETAPE ALE DERULĂRII UNEI AFACERI ANTREPRENORIALE

3.1. Lansarea in afaceri

Efortul necesar pentru inițierea unei afaceri noi reprezintă una din componentele principale ale „mitului” întreprinzătorului luptător, deschizător de drumuri.

Dacă în anumite situații o oportunitate de afaceri poate fi valorificată optim numai pe această cale, există și alte posibilități alternative prin care se poate manifesta un spirit întreprinzător: preluarea, perfecționarea și dezvoltarea unei afaceri existente sau concesionarea unui model de afaceri care s-a dovedit funcțional.

Fiecare dintre aceste variante are caracteristici distinctive, are avantaje și dezavantaje specifice.

3.1.1 Inițierea unei afaceri noi

Deseori, inițierea unei noi afaceri se dovedește a fi soluția cea mai bună. Acesta este, spre exemplu, cazul realizării unui produs nou (când nu exista practic nici o alternativă) sau atunci este avută în vedere o piață în creștere (unde există deja mai multe firme concurente, dar care pot fi achiziționate, de regulă, cu mare dificultate).

În plus, inițierea unei noi afaceri oferă întreprinzătorului satisfacții importante de ordin psihologic.

Această metodă de lansare în afaceri are o serie de **avantaje** importante:

- **Libertate maximă de acțiune pentru întreprinzător**, care își poate pune în aplicare planurile așa cum dorește. Poate stabili în mod liber modul de organizare a activității funcție de ritmul de dezvoltare a firmei și își poate crea o imagine favorabilă, funcție de ideea pe care o are despre propria sa firmă.

- **Prestanța socială**. Inițierea unei afaceri noi presupune un efort important și solicită foarte mult abilitățile întreprinzătorului. Chiar dacă va avea nevoie, probabil, de diverși experți colaboratori, întreprinzătorul este cel care va primi recunoașterea pentru reușita afacerii și pentru efectele pozitive asupra comunității (locuri de muncă nou-înființate, servicii și bunuri foarte utile, activități caritabile).

- **Lipsa unor „pietre de moară”**. întreprinzătorul nu este obligat să corecteze greșelile făcute de predecesorii săi în cadrul afacerii, nu trebuie să onoreze obligații contractuale la a căror negociere nu a participat, nu trebuie să



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

adapteze structura organizatorică a unei firme vechi la viziunea sa novatoare, își poate alege mijloacele de producție dorite (echipamente, stocuri).

- **Investiția financiară inițială mai redusă** prin comparație cu achiziționarea unei afaceri funcționale, al cărei preț include elemente precum poziționarea pe piață, imaginea, funcționalitatea prezentă.

Decizia de inițiere a unei afaceri noi trebuie să țină cont de o serie de **dezavantaje**:

- **Interval de timp îndelungat până la lansarea produsului.** Chiar dacă întreprinzătorul deține experiența și informațiile necesare, este necesar un interval de timp variabil pentru înființarea noii firme (atunci când este cazul), organizarea activităților, stabilirea relațiilor cu furnizorii, rezolvarea problemelor de personal, lansarea produsului noii afaceri. Acest dezavantaj este cu atât mai important atunci când întreprinzătorul vrea să valorifice o oportunitate imediată de pe piață.

- **Riscul implicat**, mai ridicat decât în cazul achiziționării unei afaceri. Deciziile complexe și variate care trebuie luate pe parcursul procesului de inițiere a noii afaceri reprezintă tot atâtea posibilități de eroare.

- **Credibilitate mai mică în ochii partenerilor de afaceri, finanțatorilor, clienților, furnizorilor.** Relațiile firmei cu terții sunt cu atât mai bune cu cât imaginea sa este mai bună, iar construirea unei imagini reprezentative favorabile poate dura foarte mult timp și poate solicita resurse foarte importante.

- **Dificultăți în atragerea de finanțări inițiale.** Lipsa situațiilor financiare anterioare împiedică utilizarea anumitor instrumente de analiză financiară în evaluarea viitorului afacerii, ceea ce provoacă deseori reticențe din partea finanțatorilor.

- **Obișnuințele de consum ale clienților potențiali.** În cazul intrării pe o piață deja formată, va exista o perioadă de reținere din partea cumpărătorilor, care vor evita produsul nou oferit în favoarea produselor pe care le cunosc de mai mult timp furnizate de producători cunoscuți. Aceasta este una dintre cele mai importante piedici pe care noua firmă trebuie să le depășească la începutul funcționării sale.

- **Reacția concurenței.** Întreprinzătorul trebuie să identifice și să evalueze din timp punctele sale slabe pentru a anticipa probabilele atacuri din partea concurenței.

- **Subevaluarea resurselor și a eforturilor necesare.** Pentru întreprinzător, inițierea afacerii presupune un efort personal foarte mare și, de regulă, pe o perioadă de câțiva ani.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ÎNFIINȚAREA UNEI NOI FIRME este soluția aleasă cel mai frecvent de întreprinzătorul care ia decizia de a iniția o nouă afacere. Din punct de vedere legal, înființarea unei firme presupune parcurgerea următoarelor etape:

1. Pregătirea dosarului de înregistrare și autorizare. Întreprinzătorul trebuie să realizeze o serie de activități obligatorii:

- Verificarea și/sau rezervarea firmei și/sau emblemei;
- Pregătirea actelor doveditoare pentru sediu;
- Redactarea declarației pe proprie răspundere pentru înregistrare;
- Obținerea autorizației emise de administrația publică locală;
- Redactarea actului constitutiv;
- Depunerea capitalului social;
- Acordarea împuternicirii;
- Redactarea declarației de avere;
- Pregătirea actelor privind activitatea comercială anterioară;
- Depunerea specimenului de semnătură;
- Depunerea garanției de către administratori;
- Pregătirea copiilor de pe actele constatatoare ale operațiunilor încheiate în contul societății comerciale;
- Redactarea contractului de administrare;
- Pregătirea copiilor de pe actele de identitate;
- Pregătirea actului de înregistrare a fondatorilor persoane juridice;
- Adoptarea hotărârii organului statutar al persoanei juridice privind participarea la constituirea societății comerciale;
- Redactarea mandatului persoanei care va semna actul constitutiv în numele și pe seama fondatorului persoana juridică;
- Obținerea certificatului de bonitate;
- Certificarea copiilor;
- Obținerea avizelor prelabile prevăzute de lege.

2. Înregistrarea firmei. După depunerea dosarului, se realizează următoarele activități:

- Autorizarea constituirii comerciantului de către judecătorul delegat;
- Obținerea, pe cale electronică, a codului unic de înregistrare de la Ministerul Finanțelor Publice;
- Redactarea încheierii judecătorului delegat;
- Înregistrarea comerciantului în registrul comerțului;
- Editarea certificatului de înregistrare.

3. Autorizarea funcționării firmei, respectiv activitățile necesare pentru autorizarea funcționării unei firme de către instituțiile publice abilitate. Aceste activități sunt realizate după data depunerii dosarului la Biroul Unic și până la



data eliberării anexei conținând avizele/ autorizațiile/ acordurile necesare funcționării: autorizația PSI, sanitară, sanitar-veterinară, pentru protecția muncii, pentru protecția mediului etc.

4. Notificarea către instituțiile publice, respectiv activitățile de notificare a înregistrării firmei către alte instituții publice cu atribuții legate de publicitatea, înregistrarea sau evidența comercianților.

Efectele juridice ale etapelor obligatorii din procedura de înregistrare a unei firme sunt:

- Semnarea actului constitutiv de către asociați reprezintă etapa consensuală, care produce efecte între părțile semnatare.

- Autorizarea legalității constituirii unei societăți comerciale revine judecătorului delegat. Acesta autorizează constituirea comerciantului persoană juridică și dispune înregistrarea în registrul comerțului.

- Înregistrarea (înmatricularea) societății comerciale în registrul comerțului are rol constitutiv. De la data înregistrării în registrul comerțului societatea a dobândit personalitate juridică.

- Publicarea în Monitorul Oficial a încheierii judecătorului delegat produce efecte față de terți.

3.1.2 Cumpărarea unei afaceri existente

Uneori, în special în cazul unor afaceri de mari dimensiuni, înființarea unei noi firme este mult prea costisitoare. În astfel de situații, cumpărarea unei afaceri existente poate fi o opțiune mai bună, chiar dacă poate fi dificilă identificarea unei afaceri de vânzare în domeniul de interes al întreprinzătorului.

Această soluție de intrare în afaceri are o serie de **avantaje**:

- **Moștenirea situației anterioare favorabile.** Cel mai mare avantaj al achiziționării unei firme existente îl constituie faptul că se obține un mecanism de afaceri deja constituit. Firma are deja o imagine formată, este cunoscută de clienți, are o rețea de relații stabile cu furnizorii, dispune de salariați calificați și de un sistem de organizare internă a activității.

- **Credibilitatea.** Prin achiziționarea firmei, întreprinzătorul preia efectele pozitive ale rezultatelor anterioare ale firmei. Acest lucru este în mod particular important în relațiile cu finanțatorii.

- **Posibilitatea planificării pe baza unor date reale.** Întreprinzătorul va utiliza datele financiare ale activității anterioare pentru a-și fundamenta strategia de dezvoltare a afacerii. Acest lucru este în mod particular important în relațiile cu finanțatorii.

Uneori, afacerile pot fi cumpărate la preturi foarte mici, funcție de motivele care au stat la baza deciziei proprietarilor de a vinde.



Achiziționarea unei afaceri existente poate prezenta, în același timp, o serie de **dezavantaje**:

- **Imaginea nefavorabilă**, pentru îmbunătățirea căreia întreprinzătorul trebuie să depună un efort important.

- **Moștenirea situației anterioare nefavorabile**. Deseori, situația firmei achiziționate se încadrează numai parțial în imaginea pe care o are întreprinzătorul despre noua afacere, fiind necesare investiții semnificative pentru modificare. În plus, de multe ori situația curentă a firmei achiziționate impune schimbări importante (înlocuirea unor utilaje uzate fizic sau moral, modificări ale politicii de personal, îmbunătățirea managementului firmei și a strategiei de marketing).

- **Rezistența la schimbare**. Deseori, întreprinzătorul ajunge la concluzia că este utilă modificarea culturii organizaționale în conformitate cu noua sa viziune.

Uneori, întreprinzătorul constată, după încheierea tranzacției, că a obținut bunuri supraevaluate sau că nu a fost informat de aspectele nefavorabile legate de afacerea tranzacționată.

Pentru achiziționarea unei afaceri trebuie parcurs un proces complex. Pentru a putea identifica cea mai potrivită afacere, întreprinzătorul trebuie să-și stabilească o serie de criterii de evaluare a afacerilor disponibile și să desfășoare o serie de cercetări.

Practic, procesul de cumpărare a unei afaceri se desfășoară sub forma unei succesiuni de etape:

Etapa 1: Definirea obiectivelor achiziționării afacerii, funcție de care va fi orientat întreg procesul de căutare și evaluare. În acest scop, obiectivele trebuie să fie clar stabilite și realizabile.

Etapa 2: Studiarea pieței vizate. Întreprinzătorul trebuie să evalueze evoluția cererii și ofertei de pe piața pe care ar intra dacă achiziționează afacerea.

Etapa 3: Evaluarea ofertelor. În analiza informațiilor furnizate de vânzătorul potențial, întreprinzătorul trebuie să țină cont de motivele pentru care firma este oferită spre vânzare. Pentru aceasta, este obligatorie consultarea mai multor surse de informații: clienți, concurenți, furnizori, salariați, investitori, instituții financiar-bancare.

Motivația de vânzare poate avea mai multe forme:

- retragerea din activitate (pensionarea), problemele de sănătate, dorința unei schimbări majore în viață, neînțelegeri între partenerii de afaceri, probleme legate de moștenire (motive frecvent invocate);



- presiuni și neînțelegeri în familie, tendința reducerii pieței, apariția unei oportunități mai bune pentru vânzător, apariția unor rezultate negative pe care vânzătorul nu reușește să le controleze (motive invocate mai rar);

- concurența agresivă, relații dificile cu furnizorii, nemulțumiri din partea salariaților sau plecarea unor salariați-cheie, baza materială nu mai permite atingerea unor performanțe maxime, produse depășite, probleme juridice potențiale de anvergură, lichidare forțată (motive foarte rar invocate).

În măsura în care identificarea motivelor reale de vânzare nu aduce la lumină informații care să transforme achiziția planificată într-o capcană pentru întreprinzător, acesta trebuie să realizeze o analiză a situațiilor financiare existente. În această fază, colaborarea cu experți contabili poate ajuta la identificarea eventualelor încercări de îmbunătățire forțată a situației contabile (creșterea forțată a volumului fizic al vânzărilor și a veniturilor sau reducerea costurilor).

În continuare, întreprinzătorul trebuie să evalueze fizic bunurile care formează patrimoniul vizat.

Este esențială evaluarea utilajelor și echipamentelor, stocurilor, echipamentele de birou. Trebuie obținute informații privind planurile de reparații și cheltuielile curente de funcționare și întreținere. Exista o componentă a patrimoniului mai dificil de evaluat: „goodwill”-ul. În acest caz, trebuie utilizate drept surse de informații clienții, furnizorii, colaboratorii, concurența.

Foarte importantă este evaluarea resurselor umane. Este foarte importantă cultura organizațională, relațiile dintre angajați și conducere, relațiile dintre angajați, structura și nivelul de calificare a personalului. În acest scop sunt extrem de utile discuțiile prealabile cu salariați-cheie, inclusiv pentru a stabili care dintre aceștia au intenția de a părăsi firma odată cu schimbarea proprietarului.

De asemenea, trebuie clarificată situația afacerii din punct de vedere legal. Dată fiind importanța și complexitatea deosebită a problemelor de această natură, este necesară prezenta unor specialiști în domeniu. Aceștia vor trebui să verifice în ce măsură afacerea vizată este în litigii privind proprietatea, clienții, furnizorii etc. Trebuie analizate contractele aflate în derulare (chirii, concesiuni, leasing, achiziții, vânzări). De asemenea, trebuie prospectate perspectivele sectorului de activitate în termenii posibilelor restricții legale viitoare, cerințe de protecția mediului etc.

În măsura în care afacerea vizată se dovedește în continuare interesantă, este necesară determinarea unei valori estimative a afacerii, care va constitui o baza pentru negocierea cumpărării sale.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

Din punctul de vedere al vânzătorului, prețul trebuie să fie destul de mare pentru a acoperi efortul depus până în momentul vânzării și valoarea patrimoniului curent. Pentru cumpărător, afacerea este în mod esențial un patrimoniu pe care el îl va reorganiza și dezvolta funcție de propria sa viziune.

Nu există o regulă general acceptată a de evaluare a unei afaceri, ci doar diverse metode de calcul care trebuie utilizate în paralel și, întotdeauna, numai ca o bază pentru negocierea propriu-zisă.

Factorii luați în calcul în estimarea valorii unei afaceri sunt: valoarea activului, „goodwill”-ul estimativ, profitul potențial și randamentul așteptat al investiției în afacere.

Stabilirea valorii estimative a afacerii trebuie realizată cu concursul unor specialiști și presupune parcurgerea următoarelor etape:

- Analiza preliminară (pe baza stabilirii exacte a obiectului tranzacției și a informațiilor necesare din interiorul și din exteriorul afacerii);

- Calcularea valorii estimative a afacerii, pe baza metodelor clasice (metode patrimoniale, metode bazate pe cifra de afaceri, metode bazate pe profit sau metode mixte) ori metode bursiere (nerelevante pentru firme mici sau mijlocii, de regulă).

- Alegerea intervalului de negociere, respectiv al prețului minim și al prețului maxim pe care este interesat întreprinzătorul să-l plătească pentru afacerea avută în vedere.

Etapa 4: Elaborarea ofertei de cumpărare, ținându-se cont și de eventualele cerințe particulare ale vânzătorului.

Etapa 5: Negocierea achiziționării afacerii.

3.1.3 Concesionarea (franciza)

Această modalitate de afaceri se concretizează în garantarea de către proprietarul unui produs sau a unei afaceri (francizor) a unor drepturi exclusive către un franciz, în schimbul plății unor redevențe.

Există 2 tipuri principale de franciză:

- **Franciza de produs sau marca de comerț**, care are ca obiect un produs sau o marcă comercială, pe care francizorul vrea să o distribuie într-o anumită zonă geografică prin distribuitori exclusivi.

- **Franciza de afacere**, care are ca obiect modul de funcționare al unei afaceri (echipamente de lucru, proceduri de operare, standarde de calitate dar și management, marketing, instruire pentru personal etc.).

Această metodă de intrare în afaceri are o serie de **avantaje** majore:



UNIUNEA EUROPEANĂ



- **Preluarea unei afaceri viabile.** Afacerea care face obiectul francizei este îndelung verificată în practică, în economia reală, fiind astfel organizată încât să faciliteze transferul prin franciză. Cumpărătorul francizei obține metoda de organizare internă a activității productive, dar și a relațiilor cu clienții, furnizorii, concurenții sau alți terți. În plus, francizorul sprijină cumpărătorul tehnic, organizatoric, financiar, la începerea activității sau dacă există posibilități de extindere. Practic, toate aceste lucruri înseamnă implicit că francizatul are șanse de succes mai ridicate.

- **Asistență tehnică și managerială.** Deoarece câștigul francizorului depinde de succesul activității desfășurate de franciz, el îl sprijină pe acesta în toate fazele stabilirii noii activități, începând cu sugestii privind alegerea locului de desfășurare a activității și amenajarea spațiului și până la selectarea și pregătirea personalului și instruirea în management. Activitățile de instruire continuă, de regulă, pe parcursul derulării activității funcție de necesități.

- **Investiție inițială mai redusă.** De regulă, experiența posesorului francizei permite stabilirea mai precisă a fondului de rulment și evitarea unor cheltuieli neprevăzute.

- **Imagine foarte bună.** Apartenența la un lanț de francize garantează întreprinzătorului recunoașterea extrem de rapidă, pe baza prestigiului de care se bucură francizorul. În plus, cumpărătorul francizei este instruit cu privire la tehnicile de marketing care trebuie utilizate pentru menținerea acestei imagini favorabile.

Franciza are, totuși, câteva **dezavantaje** importante:

- **Libertate redusă de mișcare.** Franciza presupune respectarea strictă a „manualului de funcționare” al afacerii cu un grad de detaliere foarte mare, ceea ce se va dovedi o îngrădire majoră pentru întreprinzătorul creativ și dornic să inoveze.

- **Costuri ridicate pentru franciză.** Nu numai dreptul de a desfășura afacerea sub forma stabilită de proprietarul francizei costă o sumă importantă, dar toate serviciile furnizate de acesta (organizare, instruire etc.). Pentru toate acestea, cumpărătorul plătește o parte din profit și efectuează o serie de cheltuieli de publicitate.

- **Dificultăți la vânzarea francizei.** Atunci când, din diferite motive, întreprinzătorul decide să nu mai continue activitatea luată sub franciza, el o poate vinde numai cu acordul proprietarului francizei care trebuie să accepte în prealabil cumpărătorul.

- **Existența unor riscuri specifice.** Identificarea cu franciza duce, atunci când imaginea francizorului se deteriorează, la o înrăutățire a imaginii francizului; acest lucru se poate produce și atunci când o serie de cumpărători ai



UNIUNEA EUROPEANĂ



francizei aduc, prin activitatea lor, atingere imaginii afacerii iar proprietarul francizei nu reacționează destul de prompt pentru a-și repara imaginea.

Pe de altă parte, uneori cumpărătorul nu primește tot sprijinul așteptat din partea proprietarului francizei, cea mai sigură cale de evitare a unor astfel de situații fiind redactarea cu maximă atenție a contractului (acordului) de franciză.

3.2. Alegerea tipului de firmă

Conform legislației în vigoare, pentru a derula o afacere întreprinzătorul are următoarele posibilități de organizare:

- întreprinzător individual sau asociație familială;
- societate comercială.

A. Întreprinzător individual sau asociație familială

Acestea sunt cele mai simple forme de organizare a activității economice. Nu au statutul de persoane juridice.

Întreprinzătorii individuali (PF) pot fi persoane fizice cu domiciliul în România sau în spațiul european. Ei pot desfășura o activitate independentă în baza Decretului-lege nr. 54/1990 privind organizarea și desfășurarea unor activități pe baza liberei inițiative, în urma unei autorizații eliberate de Primăria locală și înregistrare la Oficiul registrul comerțului.

Asociațiile familiale (AF) se pot constitui cu participarea membrilor unei familii cu gospodărie comună din aceeași localitate, în baza aceluiași Decret-lege nr. 54/1990 și pe baza unor proceduri similare celor specifice întreprinzătorilor individuali.

În ambele cazuri, activitățile permise sunt prevăzute în Decretul-lege nr. 54/1990.

Activitățile nepermise prevăzute în H.G. nr. 201/1990 privind aprobarea Decretului-lege nr. 54/1990 sunt:

- fabricarea și comercializarea de produse explozibile, toxice, otrăvuri, droguri, narcotice, radioactive;
- prelucrarea tutunului;
- extracția și prelucrarea țițeiului și gazelor naturale;
- fabricarea spirtului;
- imprimarea hărților;
- contrabanda, specula;
- jocuri de noroc, remedii secrete (vrăjitorie, ghicit);
- comerț cu inamicul.



Aceste forme de organizare a activității întreprinzătorului au o serie de avantaje:

- Procedura simplă de autorizare, ceea ce permite întreprinzătorului să profite mai rapid de oportunitatea descoperită.

- Costuri reduse de autorizare.

- Evidență contabilă simplificată.

Există însă și o serie de dezavantaje:

- Răspunderea nelimitată a întreprinzătorului cu întreaga sa avere.

- Posibilități mai reduse de dezvoltare.

- Posibilități mai reduse de finanțare de către investitori și creditori.

Pașii de urmat pentru ca o persoană fizică să poată fi autorizată:

1. Trebuie obținută o autorizație de la Primărie.

2. Cazierul fiscal (care se obține de la Finanțe) însă, pentru a obține cazierul fiscal, trebuie prezentat cazierul judiciar (care se obține de la Politie); în plus, cazierul fiscal este valabil 15 zile.

3. O dovada de spațiu (contractul casei sau un contract de închiriere a unui spațiu), care trebuie să fie în copie.

4. O copie a actului de identitate (B.I. sau C.I.).

5. Cu toate aceste acte trebuie mers la Registrul Comerțului (în termen de 15 zile, atâta timp cât e valabil cazierul fiscal), de unde se va ocupa un consilier juridic de autorizarea persoanei fizice în cauză.

B. Societate comercială

Actul normativ fundamental pentru organizare și funcționare îl constituie Legea nr. 31/1990 republicată.

Societatea comercială dobândește personalitate juridică de la data înregistrării în Registrul Comerțului. Societățile comerciale pot avea una din următoarele forme juridice:

- Societate în nume colectiv (SNC). Este forma de societate la care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social, iar asociații răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale.

- Societate în comandită simplă (SCS). Este forma de societate la care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și asociații comanditați răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale, iar asociații comanditari răspund numai până la concurența capitalului social subscris.

- Societate pe acțiuni (SA). Este forma de societate la care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social, iar acționarii răspund numai până la concurența capitalului social subscris.

- Societate în comandită pe acțiuni (SCA). Este forma de societate la care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și răspunderea asociaților



UNIUNEA EUROPEANĂ



comanditați pentru obligațiile sociale este nelimitată și solidară, iar a asociațiilor comanditari este limitată până la concurența capitalului subscris.

- Societate cu răspundere limitată (SRL). Este forma de societate la care obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social, iar asociații răspund numai până la limita capitalului social subscris.

3.3 Cadrul legislativ de funcționare al societăților comerciale

Înregistrarea comercianților în România este reglementată de Legea nr. 26/1990 privind Registrul Comerțului și de Legea 31/1990 privind Societățile Comerciale.

1. Legea nr.31/1990 privind societățile comerciale:

a) cuprinde reglementări de bază privind constituirea, funcționarea, modificarea și desființarea societăților cu personalitate juridică;

b) a fost modificată prin Legea nr.41/01.06.1991, Legea nr.44/04.07.1991, Legea nr.80/23.12.1991, Legea nr.78/20.07.1992, O.U.G. nr.32/1997 aprobată și modificată de Legea nr.195/17.11.1997;

c) a fost republicată în Monitorul Oficial al României, partea I, nr.33/29.01.1998, cu toate modificările intervenite până la aceea dată;

d) după republicare a mai fost modificată și prin Legea nr.99/1999 privind unele măsuri pentru accelerarea reformei economice.

2. Legea nr.26/1990 privind registrul comerțului

a) cuprinde reglementări privind înființarea și organizarea Oficiului Național al Registrului Comerțului și a Oficiilor Registrului Comerțului din fiecare județ, înmatricularea comercianților în Registrul Comerțului și înregistrarea altor mențiuni; regimul firmelor și emblemelor, precum și sancțiuni în caz de nerespectare a dispozițiilor sale.

b) a fost modificată de Legea nr.12/08.01.1998 publicată în Monitorul Oficial al României, partea I, nr.15 din 19.01.1998.

c) a fost republicată în Monitorul Oficial al României, partea I, nr.49/04.02.1998, cu toate modificările până la aceea dată.

3. Norme metodologice Nr.P/608-773, emise de Camera de Comerț și Industrie a României și Ministerul Justiției.

a) Normele metodologice reglementează modul de ținere a registrului comerțului și de efectuare a înregistrărilor, înmatricularea comercianților, înscrierea de mențiuni privind modificarea actelor constitutive sau alte feluri de mențiuni, precum și organizarea și funcționarea Oficiului Registrului Comerțului.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

b) Normele metodologice au fost publicate în Monitorul Oficial al României, partea a I nr.176/11.05.1998.

Descrierea unei societăți comerciale SRL - SOCIETATEA CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ

1. Asociații

Se pot asocia și forma o S.R.L.:

- a) persoane fizice, cetățeni români sau străini;
- b) persoane juridice române sau străine.

2. Numărul de asociați

Regula generală:

- a) minim 2 asociați;
- b) maxim 50 asociați.

Excepție:

a) o singură persoană, fizică sau juridică, în cazul formei de S.R.L. cu asociat unic, în condițiile ce urmează:

- o persoană fizică sau o persoană juridică nu poate fi asociat unic decât într-o singură S.R.L.;

- o S.R.L. nu poate avea ca asociat unic o altă S.R.L. alcătuită dintr-o singură persoană.

3. Actul de înființare

O societate S.R.L. se constituie prin:

- a) contract de societate și statut;
- b) numai statut în cazul S.R.L. cu asociat unic;
- c) atât în cazul a). cât și în cazul b). se poate întocmi un înscris unic denumit ACT CONSTITUTIV.

Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori.

Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile sau care au fost condamnate pentru gestiune frauduloasă, abuz de încredere, fals, uz de fals, înșelăciune, delapidare, mărturie mincinoasă, dare sau luare de mită, precum și pentru alte infracțiuni prevăzute de prezenta lege.

4. Firma

- a) Orice societate trebuie să aibă o firmă.
- b) Firma este numele sau, după caz, denumirea sub care un comerciant își exercita comerțul și sub care semnează.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

- c) Firma trebuie scrisă în primul rând în limba română.
- d) Firma unei S.R.L. se compune dintr-o denumire proprie, la care se poate adăuga numele unuia sau mai multora dintre asociați și va fi însoțită de mențiunea scrisă în întregime “societate cu răspundere limitată” sau S.R.L.
- e) Orice firmă nouă trebuie să se deosebească de cele existente
- f) Nici o firmă nu va putea cuprinde o denumire întrebuintată de comercianții din sectorul public.

5. Emblema

- a) Emblema este semnul sau denumirea care deosebește un comerciant de un altul de același gen.
- b) Emblema trebuie scrisă în primul rând în limba română.
- c) Orice emblemă trebuie să se deosebească de emblemele înscrise în același registru al comerțului, pentru același fel de comerț, precum și de emblema altor comercianți de pe piață unde comerciantul își desfășoară activitatea.
- d) Emblema poate fi folosită numai însoțită de firma comerciantului.

6. Sediul social

- a) Societatea trebuie să aibă un sediu principal, care este locul, spațiul și adresa unde se găsesc organele sale de conducere și serviciile administrative.
- b) Sediul social este un element de identificare a societății în funcție de care se stabilesc: legea aplicabilă, instanțele judecătorești competente, naționalitatea societății, locul unde trebuie îndeplinite formalitățile de înmatriculare, publicitate și autorizare.
- c) Societatea poate înființa sedii secundare, fără personalitate juridică (sucursale, agenții, reprezentante, puncte de lucru, etc.)

7. Obiectul de activitate

- a) În actul constitutiv trebuie stabilită activitatea pe care urmează să o desfășoare societatea în vederea obținerii de profit: producție, comercializare, prestări de servicii, tranzacții, intermediari, etc.
- b) Obiectul de activitate trebuie să fie bine determinat, cu stabilirea domeniului principal, a activității principale și a activităților secundare.
- c) Obiectul de activitate se stabilește potrivit clasificării activităților din economia națională - CAEN, aprobat prin Hotărârea Guvernului României nr.656/1997.
- d) Obiectul de activitate stabilit, trebuie să fie posibil licit și moral.

8. Capitalul social

- a) Capitalul social se formează prin aportul asociaților.
- b) Capitalul social nu poate fi mai mic de 2.000lei și se divide în părți sociale egale, care nu pot fi mai mici de 10lei.



UNIUNEA EUROPEANĂ



- c) Părțile sociale nu pot fi reprezentate prin titluri negociabile.
- d) Părțile sociale pot fi transmise între asociați sau către persoane din afara societății cu aprobarea celorlalți asociați.
- e) Părțile sociale se transmit și prin succesiune dacă în actul constitutiv există clauze de continuare cu moștenitorii.

9. Aportul asociaților

- a) Aportul asociaților poate fi în numerar (obligatoriu) și în natură (opțional);
- b) Aportul în creanțe și aportul în muncă nu sunt admise pentru formarea sau majorarea capitalului social;
- c) La S.R.L. cu asociat unic valoarea capitalului în natură se stabilește pe baza unei expertize de specialitate;
- d) În schimbul aportului lor, asociaților li se atribuie părți sociale;
- e) Aportul în valută se înscrie în actul constitutiv și în lei la cursul de schimb oficial de la data vărsării;
- f) Aportul în valută al asociaților străini se înregistrează în lei și în EURO;
- g) Bunurile aduse ca aport devin proprietatea societății comerciale;
- h) Aportul la capital nu este purtător de dobânzi.

10. Conducerea societății

- a) Conducerea societății se realizează de către adunarea generală a asociaților și de către administratorul sau consiliul de administrație.
- b) Adunarea generală are în principal următoarele obligații:
 - să aprobe bilanțul contabil și să stabilească repartizarea beneficiului net;
 - să desemneze pe administratori și pe cenzori;
 - să decidă urmărirea administratorilor și cenzorilor pentru daunele pricinuite societății;
 - să modifice actul constitutiv.
- c) La S.R.L. cu asociat unic, acesta are drepturile și obligațiile prevăzute de lege pentru Adunarea Generală a Asociaților.
- d) Societatea este administrată de unul sau mai mulți administratori asociați sau neasociați, numiți prin actul constitutiv sau de Adunarea Generală a Asociaților.
- e) Dreptul de a reprezenta societatea aparține fiecărui administrator, afară de cazul în care, în actul constitutiv există dispoziție contrară.
- f) Puterile și limitele administratorului se stabilesc prin actul constitutiv.

11. Controlul societății

- a) Controlul societății este exercitat de unul sau mai mulți cenzori aleși de Adunarea Generală a Asociaților.



b) Numirea cenzorilor este obligatorie numai dacă numărul asociaților este mai mare de 15.

c) În lipsa de cenzori numiți, controlul se exercită de asociații care nu sunt administratori.

d) Dispozițiile legale cu privire la cenzorii din S.A. se aplică și cenzorilor din S.R.L.

12. Participarea asociaților la beneficii și la pierderi

a) Repartizarea beneficiului net se face de către Adunarea Generală a Asociaților.

b) Cota parte din beneficiul net repartizat a se plăti fiecărui asociat constituie dividend.

c) Dividendele se plătesc asociaților proporțional cu cota de participare la capitalul social vărsat dacă prin actul constitutiv nu se prevede altfel.

d) Dividendele se plătesc numai din beneficiile reale și pe bază de bilanț contabil.

e) Suportarea de către asociați a pierderilor înregistrate de societate se face proporțional cu cota de participare la capitalul social, până la limita aportului social subscris.

13. Conținutul actului constitutiv

Actul constitutiv al unei S.R.L. va cuprinde în principal:

a) numele și prenumele, locul și data nașterii, domiciliul și cetățenia asociaților, persoanelor fizice; denumirea, sediul și naționalitatea asociaților, persoane juridice. La societatea în comandită simplă se vor arăta asociații comanditari și asociații comanditați;

b) forma, denumirea, sediu și, dacă este cazul, emblema societății;

c) obiectul de activitate al societății, cu precizarea domeniului și a activității principale;

d) capitalul social subscris și cel vărsat, cu menționarea aportului fiecărui asociat, în numerar sau în natură, valoarea aportului în natură și modul evaluării, precum și data la care se va vărsa integral capitalul social subscris. La societățile cu răspundere limitată se vor preciza numărul și valoarea nominală a părților sociale, precum și numărul părților sociale atribuite fiecărui asociat pentru aportul său;

e) asociații care reprezintă și administrează societatea sau administratorii neasociați, persoane fizice ori juridice, puterile ce li s-au conferit și dacă ei urmează să le exercite împreună sau separat;

f) partea fiecărui asociat la beneficii și la pierderi;

g) sediile secundare - sucursale, agenții, reprezentante sau alte asemenea unități fără personalitate juridică -, atunci când se înființează odată cu societatea,



UNIUNEA EUROPEANĂ



sau condițiile pentru înființarea lor ulterioară, dacă se are în vedere o atare înființare;

- h) durata societății;
- i) modul de dizolvare și de lichidare a societății.

14. Modificarea actului constitutiv

a) Actul constitutiv se poate modifica de către asociați cu respectarea condițiilor de fond și formă prevăzute pentru încheierea lui.

b) Actul adițional modificator, va cuprinde textul integral al prevederilor modificate din actul constitutiv.

c) Dacă se fac mai multe modificări la actul constitutiv, acesta se va actualiza cu toate modificările la zi.

15. Excluderea și retragerea asociaților

a) Poate fi exclus din societate:

- asociatul care, pus în întârziere, nu aduce aportul la care s-a obligat;
- asociatul administrator care comite fraudă în dauna societății sau se servește de semnătura socială sau de capitalul social în folosul lui sau al altora;

b) Excluderea se pronunță prin hotărâre judecătorească la cererea societății sau a oricărui asociat.

c) Asociatul exclus are dreptul la beneficii și răspunde de pierderi până în ziua excluderii.

d) Asociatul exclus nu are dreptul la o parte proporțională din patrimoniul social, ci numai la suma de bani care să reprezinte valoarea acestei părți stabilită de asociați sau de un expert.

e) Un asociat se poate retrage din societate:

- în cazurile prevăzute în actul constitutiv;
- cu acordul tuturor celorlalți asociați;
- prin hotărâre a tribunalului, când actul constitutiv nu prevede retragerea și nici nu există acordul celorlalți asociați.

f) Drepturile asociatului retras, convenite pentru părțile sale sociale, se stabilesc de asociați ori de un expert, iar în caz de neînțelegere de tribunal.

16. Fuziunea și divizarea societății

a) Societatea poate fuziona cu una sau mai multe societăți existente.

b) Fuziunea se face fie prin absorbția unei societăți, fie prin contopirea cu alte societăți rezultând o societate nouă.

c) Divizarea societății poate avea loc:

- prin deprinderea unei părți din patrimoniu și transmiterea către una sau mai multe societăți existente sau care iau astfel ființă;
- prin împărțirea întregului patrimoniu al societății între două sau mai multe societăți existente sau care iau astfel ființă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

d) În acest caz, societatea care se divide, își încetează existența.

17. Dizolvarea societății

Societatea se dizolvă prin:

- a) trecerea timpului stabilit pentru durata societății;
- b) imposibilitatea realizării obiectului de activitate sau realizarea acesteia;
- c) declararea nulității societății;
- d) hotărârea Adunării Generale a Asociaților;
- e) hotărârea tribunalului la cererea oricărui asociat pentru motive temeinice, cum ar fi: neînțelegerile grave dintre asociați, care împiedică funcționarea societății;
- f) falimentul societății;
- g) incapacitatea, excluderea, retragerea sau decesul unor asociați când, datorită acestor cauze numărul asociaților s-a redus la unul singur. Se exceptează cazul când în actul constitutiv există clauza de continuare cu moștenitorii sau când asociatul rămas hotărăște continuarea existenței societății sub forma unei S.R.L. cu asociat unic.
- h) pierderea unei jumătăți din capitalul social sau a reducerii lui sub minimum legal.

Societatea nu se dizolvă dacă, în termen de nouă luni de la data constatării pierderii sau reducerii capitalului social, acesta este reîntregit, este redus la suma rămasă ori la minimum legal sau când societatea se transformă într-o formă de societate la care capitalul social corespunde.

Tribunalul mai poate pronunța dizolvarea la cererea C.C.I. sau a oricărei persoane interesate în cazurile în care:

- i) societatea nu mai are organe statutare sau acestea nu se mai pot întruni;
- j) societatea nu a depus timp de 3 ani consecutivi bilanțul contabil, sau alte acte, care, potrivit legii, se depun la O.R.C.;
- k) societatea și-a încetat activitatea, nu are sediu cunoscut, asociații au dispărut sau nu au domiciliu ori reședința cunoscută.

Societatea nu se dizolvă dacă încetarea activității a fost anunțată organelor fiscale și înscrisă în O.R.C., iar durata încetării nu depășește trei ani.

18. Lichidarea societății

a) Dizolvarea societății are ca efect deschiderea procedurii lichidării, în afară de cazurile de fuziune ori divizare totală sau în cazul dizolvării unei S.R.L. cu asociat unic.

b) Lichidarea și repartizarea patrimoniului social se face de către lichidatori autorizați numiți de asociați sau, după caz, de tribunal.

c) La terminarea lichidării, lichidatorii vor întocmi bilanțul contabil de lichidare și vor propune repartizarea activului între asociați.



3.4 Amplasamentul și amenajarea

A. Amplasarea afacerii

Funcție de specificul afacerii, amplasamentul poate constitui un element de bază al succesului sau eșecului său.

Pentru alegerea amplasamentului, întreprinzătorul trebuie să țină cont de o serie de aspecte:

1. Condițiile economico-sociale din regiune, respectiv situația economică și tendințele privind dezvoltarea regiunii și a localității.

Semne care indică o situație de declin pot fi: declinul producției industriale locale, reducerea activității comerciale, lipsa inițiativelor din partea comunității de afaceri locale, dificultăți majore la obținerea unui loc de muncă etc.

Semne specifice unei conjuncturi favorabile: existența unei zone industriale dezvoltate, activitate importantă în domeniul construcțiilor, existența unor instituții de învățământ superior etc.

De mare importanță este analiza situației și a tendințelor demografice, mai ales atunci când afacerea presupune vânzarea produsului către populație. O zonă aflată în proces de dezvoltare oferă mai multe posibilități de acțiune pentru întreprinzători. În același timp, însă, ea se caracterizează, de regulă, de o concurență ridicată, ceea ce poate face dificilă inițierea unei noi afaceri și pune la încercare experiența și abilitățile întreprinzătorului.

2. Preferințe personale. De multe ori, întreprinzătorul decide să inițieze noua afacere în localitatea sa de domiciliu, profitând de avantajul de a cunoaște mai bine comunitatea de afaceri locală și clienții potențiali locali, pentru că are o credibilitate mai mare în fața partenerilor, investitorilor, furnizorilor, clienților și pentru că poate obține mai ușor sprijin de la familie sau prieteni. Exista însă și afaceri care depind atât de mult de comunitatea locală încât o situație nefavorabilă a localității poate condamna afacerea încă de la lansare.

3. Poziționarea în cadrul localității. Funcție de caracteristicile afacerii, întreprinzătorul este interesat de diferite aspecte:

- Activități industriale: deoarece mutarea unei asemenea afaceri este, de regulă, extrem de costisitoare, întreprinzătorul trebuie să aleagă cu maximă atenție zona de amplasare, ținând cont de posibilitățile de acces la materiile prime (în particular, accesul la resurse perisabile), costurile de aprovizionare și de desfacere, structura și costurile legate de personal, costul terenurilor și al utilităților industriale, posibilitățile de extindere etc.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

- Comerț cu amănuntul: relația cu clienții este esențială, de aceea întreprinzătorul va fi interesat de asigurarea accesului facil al acestora (vizibilitate, acces la mijloacele de transport în comun, asigurarea de spațiu pentru parcare).

- Servicii: în multe cazuri, cerințele specifice sunt asemănătoare activităților de comerț cu amănuntul (de exemplu, în cazul unui studio fotografic sau al unei frizerii). Deseori, însă, afacerea se bazează pe crearea unei imagini deosebite despre serviciile oferite, astfel încât calitatea acestora este cea mai importantă, chiar în condițiile unui acces mai dificil. Pe de altă parte, atunci când afacerea se bazează pe prestarea de servicii la domiciliul clienților, amplasamentul se stabilește funcție de costurile implicate și mai puțin de accesibilitatea imediată.

- Comerț cu ridicata: întreprinzătorul este interesat în principal de costul aprovizionării și al distribuției, respectiv de accesul la căi de transport, la sursele de aprovizionare, accesul clienților.

B. Amenajarea sediului activității

Odată ales amplasamentul cel mai favorabil pentru afacere, trebuie amenajate facilitățile fizice necesare (în principal, clădiri și echipamente).

În cazul clădirilor, sunt determinante caracteristici precum dimensiunile spațiului disponibil, configurația clădirii și adaptabilitatea sa la specificul afacerii, accesul către și în interiorul clădirii, impactul asupra vizitatorului.

Pentru că, de cele mai multe ori, întreprinzătorul nu dispune de resurse suficiente pentru a construi clădirea ideală pentru afacerea sa, îi rămân ca alternative închirierea sau cumpărarea unei clădiri existente.

1. Închirierea are ca avantaje principale investiția redusă solicitată, existența unor responsabilități mai reduse în calitate de chiriaș și libertatea de mișcare în cazul în care se dorește schimbarea sediului. Cele mai importante dezavantaje sunt, de regulă, dificultatea operării unor modificări ale clădirii (după necesități), interesul mai redus al unor proprietari pentru întreținerea corespunzătoare a clădirii după semnarea contractului de chirie, dificultatea mutării într-un alt sediu în cazul unor contracte de chirie pe termen lung.

2. Cumpărarea are ca avantaje principale libertatea de a amenaja sediul afacerii în funcție de necesități și de a o întreține în condiții optime, precum și deținerea unui bun al cărei valoare crește, de regulă, în timp. Dezavantajele cele mai importante sunt capitalul mare necesar la începutul afacerii și costurile ridicate cu reparațiile și întreținerea, precum și creșterea riscului asumat (legat de producerea unor evenimente neprevăzute: incendii, inundații, cutremure, alunecări de teren).



UNIUNEA EUROPEANĂ



Sediul afacerii trebuie apoi amenajat la exterior și la interior pentru a facilita desfășurarea activității cu eficiență maximă. Dată fiind complexitatea factorilor obiectivi și subiectivi implicați, rezultatele maxime se obțin prin colaborarea cu specialiști în domeniu.

În cazul echipamentelor necesare, amenajarea depinde de specificul afacerii, existând criterii specifice pentru cazul desfășurării unor activități industriale, a unor activități de comerț cu amănuntul, a unor prestări de servicii sau a unor activități de comerț cu ridicata.

3.5 Finanțarea afacerii

Sursele potențiale de fonduri pentru finanțarea activității sunt:

- fondurile proprii și fondurile împrumutate de la familie și prieteni;
- creditele bancare;
- emiterea de acțiuni;
- emiterea de obligațiuni;
- finanțările din programe speciale;
- fondurile de capital de risc;
- leasingul;
- creditele de la furnizori și clienți;
- creditele pe efecte de comerț (factoringul și scontarea).

A. Fondurile proprii și cele împrumutate de la persoane apropiate

Acestea reprezintă cel mai frecvent punct de plecare în cazul afacerilor mici și noi. Instituțiile financiare sunt mai puțin deschise – în special în perioade de instabilitate economică – firmelor aflate la început decât celor cu o „istorie” deja bine conturată. Aceasta decizie se bazează pe ratele mari de „mortalitate” înregistrate de afacerile noi.

Fondurile proprii oferă avantajul unei siguranțe mai mari – nu vor fi retrase în cazul deteriorării situației financiare, ca în cazul unui credit bancar. Nu este necesară expunerea detaliată a planului de afaceri în fața unor parteneri externi, și nici aprobarea acestora pentru luarea deciziilor importante. Această sursă de finanțare asigură deci flexibilitate, siguranță și independență. Totodată, în perspectiva atragerii de surse de finanțare exterioare firmei angajarea unor fonduri proprii reprezintă o garanție a motivației întreprinzătorului pentru asigurarea succesului afacerii.

Dezavantajele finanțării din surse proprii sunt și ele importante:

- fondurile proprii sunt în general destul de limitate și pot frâna dezvoltarea afacerii;



UNIUNEA EUROPEANĂ



- în caz de nereușită, pierderea va fi suportată în întregime de întreprinzător (sau de apropiatii săi);

- firma va fi puțin cunoscută de instituțiile financiare și va putea mai greu mobiliza fonduri în situații speciale.

Data fiind conjunctura economică care a caracterizat evoluția economiei românești în perioada de tranziție, majoritatea întreprinzătorilor nu au avut rezerve suficiente și nici nu au avut întotdeauna posibilitatea sau curajul de a apela la credite bancare. Aproape fără excepție, prietenii și cunoștii au reprezentat una din cele mai importante surse de capital inițial de împrumut pentru exemplele de afaceri prezentate.

B. Creditul bancar

Creditul bancar reprezintă o sursă principală de fonduri, în special pentru firmele mici și mijlocii. În cazul României, accesul la credit al firmelor noi sau de mici dimensiuni este mai dificil.

Avantajele creditului bancar:

- obținerea de fonduri suplimentare, peste cele proprii;
- stabilirea unei relații cu o instituție financiară cunoscută, accesul mai ușor la alte servicii furnizate de către bancă;

- obținerea unui credit poate funcționa ca un semnal ce atestă viabilitatea afacerii în fața altor investitori potențiali;

- în cazul anumitor forme de credit există un grad de flexibilitate în ceea ce privește sumele angajate, datele la care se angajează sumele respective, dobânzile și termenele de rambursare;

- necesitatea de a convinge banca de viabilitatea afacerii sau simplă completare a unei cereri de creditare poate „forța” întreprinzătorul să își analizeze în mod obiectiv afacerea, să obțină o imagine clară a situației sale financiare și un tablou al punctelor slabe, punctelor tari, oportunităților și amenințărilor care caracterizează situația firmei.

Dezavantaje ale creditului bancar:

- reticenta băncilor în ceea ce privește finanțarea noilor firme, banca având nevoie de siguranța că va primi înapoi banii acordați drept credit, în timp ce firmele nou-înființate nu oferă această garanție, din diferite motive (nu au istoric, nu au experiență, nu au foarte multe elemente care să facă din aceste firme elemente stabile în cadrul economiei);

- riscul de a pierde garanțiile depuse sau chiar riscul de faliment în cazul nerestituirii creditului;

- implicarea unui factor „extern” în managementul firmei, apariția unor restricții;

- expunerea la riscuri noi – de exemplu riscul ratei dobânzii;



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

- riscul întreruperii creditării în cazul unor evenimente nefavorabile pentru firmă.

C. Emiterea de acțiuni și obligațiuni reprezintă o sursă importantă de finanțare pentru firmele mari, dar sunt foarte puțin accesibile firmelor aflate la început.

D. Programe speciale de finanțare

Firmele au acces la diferite programe de finanțare nerambursabile. Surse potențiale de finanțare sunt programele Uniunii Europene, cele ale guvernului României, ale USAID etc. (o sursă cuprinzătoare de informații în acest domeniu este website-ul www.finantare.ro).

Obținerea unor astfel de finanțări presupune:

- informarea permanentă asupra programelor existente;
- studierea criteriilor de eligibilitate, a documentației necesare, a termenelor de depunere a cererilor de finanțare și a condițiilor de derulare a finanțării și de evaluare a proiectului;
- selectarea variantelor potrivite cu profilul de activitate al firmei;
- alcătuirea documentației necesare și depunerea proiectului.

Este recomandabilă evaluarea riguroasă a șanselor de reușită ale cererii de finanțare înainte de a o iniția; pot fi astfel evitate consumuri inefficiente de timp și bani.

Este posibil ca însuși programul să sugereze posibilități de extindere/diversificare a activității firmei.

Înainte de a se angaja pe această cale, întreprinzătorul va trebui să estimeze corect efectele unei astfel de mișcări strategice. Fondurile acordate în condiții teoretic avantajoase se pot dovedi o problemă în cazul în care firma nu are capacitatea de a le folosi în condițiile prevăzute de finanțator. În plus, întreprinzătorul trebuie să fie conștient de importanța condițiilor referitoare la contribuția proprie în cadrul proiectului, precum și la eventualele garanții.

Mai mult, contractarea unui consultant pentru realizarea unei cereri de finanțare este, în ea însăși, o activitate care comportă o serie de riscuri: pe lângă riscurile legate de confidențialitatea datelor privind firma, uneori consultantul nici nu are intenția de a realiza măcar documentația solicitată. De obicei, persoanele care încearcă asemenea acțiuni se încadrează într-un anumit „portret robot”:

- Se arată foarte sigure pe ele;
- Se laudă cu relații în instituțiile care derulează programul de finanțare;
- Pot încerca să obțină bani pentru ghidul solicitantului sau pentru alte documente din pachetul informativ, care sunt disponibile gratuit la sediile agențiilor și pe Internet;



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

- Cer toți banii înainte: de regulă, în cazul consultanței reale, se solicită o parte din bani înainte - procentual din valoarea finanțării, aproximativ 2% - și un comision de succes - de exemplu, 5% - dacă proiectul e aprobat;

- Sumele cerute variază foarte mult de la un client la altul;

- Pot practica preturi de dumping, foarte reduse în comparație cu firme concurente sau, dimpotrivă, pot cere foarte mult.

E. Fondurile de capital de risc sunt surse de finanțare specializate în investiții în cazul cărora probabilitatea unui eșec este mai mare – dar cazurile de succes sunt suficiente pentru a compensa pierderile.

Fondul de risc investește în capitalul firmei – de regulă ca acționar minoritar –, urmând să își retragă această participație după o anumită perioadă (de regula 3-5 ani). Fondul de risc câștigă din diferența dintre valoarea participației între momentul efectuării investiției și cel al lichidării participației la capitalul firmei.

Principalele avantaje ale acestei forme de finanțare sunt:

- primirea unei infuzii de capital pe o perioadă îndelungată, timp în care nu trebuie plătite dobânzi (nici dividendele nu sunt o prioritate a acestui tip de fond);

- primirea unei sume care nu figurează în evidențele firmei ca datorii ci ca surse financiare proprii. Prin urmare, capacitatea de îndatorare a firmei nu este afectată;

- o dată cu banii, fondul aduce și specialiștii săi care vor asista întreprinzătorul la managementul firmei;

- păstrarea controlului majoritar asupra capitalului firmei;

- existența unui semnal asupra viabilității firmei pe termen mediu.

Există și dezavantaje ale acestei forme de finanțare, cum ar fi:

- dificultatea de obținere a fondurilor (în general, în economiile dezvoltate, se apreciază ca numai 1% din cererile de finanțare sunt aprobate);

- necesitatea de a participa cu fonduri proprii considerabile la afacere (fondurile de risc sunt de regulă acționari minoritari);

- implicarea unui partener extern în managementul firmei;

- necesitatea unor eforturi suplimentare privind prezentarea regulată a situației firmei către fondul de investiții;

- necesitatea găsirii unei surse alternative de finanțare în momentul retragerii fondului de risc și posibilitatea interpretării acestei retrageri ca un semnal negativ privind firma.

În România, fondurile de capital de risc nu sunt destinate în special IMM-urilor, ci mai ales firmelor mari care doresc o infuzie de capital pentru o anumită perioadă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Evident, există posibilitatea ca un fond de risc să dorească să fie partener și cu o firmă nou-înființată.

F. Leasing

Leasing - ul este o formă specială de realizare a operației de creditare pe termen mediu și lung pentru procurarea, de regulă, de echipament industrial. Echipamentul este cumpărat de către societatea de leasing și se închiriază ulterior solicitantului. De multe ori, solicitantul însuși este mandatat în numele societății de leasing să cumpere echipamentul de care are nevoie.

Contractul de leasing se încheie apoi între societatea de leasing și solicitant și prin acest contract solicitantul primește în folosință echipamentul. Aceasta formă de leasing se mai numește și leasing comercial, și reprezintă forma principală de leasing.

Forme speciale de leasing sunt lease-back și time-sharing:

- în forma de lease-back, posesorul echipamentului se confundă cu solicitantul care are nevoie urgentă de bani. În acest caz, el vinde utilajul unei societăți de leasing, închiriindu-l apoi de la aceasta;

- în forma de time-sharing, sunt mai mulți solicitanți care vor să utilizeze același echipament, dar fiecare îl folosește o anumită perioadă de timp.

Indiferent de forma în care se face leasingul, la sfârșitul perioadei solicitantul are mai multe opțiuni:

1. încetarea contractului;
2. Continuarea lui pentru o nouă perioadă de timp;
3. Cumpărarea utilajului la prețul prestabilit.

G. Creditele de la furnizori și clienți

Din momentul în care firma a primit bunurile/serviciile livrate de către furnizori și până în momentul plății efective, întreprinzătorul beneficiază efectiv de un credit din partea furnizorului. O situație asemănătoare apare în cazul în care clienții firmei plătesc anticipat.

Evident, acest tip de finanțare reciprocă se face între parteneri de afaceri care prezintă încredere unul pentru celalalt, iar sumele care se vehiculează nu sunt foarte mari, dar sunt suficiente pentru a optimiza fluxul de numerar al unei firme pentru o perioadă scurtă de timp.

Este în interesul firmei să prelungească perioada de plată a furnizorilor și, în același timp, să își încaseze cât mai repede creanțele. Aceasta „optimizare” nu trebuie totuși să afecteze relațiile de afaceri ale firmei.

Acumularea unor datorii excesive între parteneri poate duce la blocaje financiare. Cunoașterea metodelor alternative de plată și negocierea avantajoasă a contractelor sub acest aspect se pot dovedi extrem de utile în managementul firmei.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

H. Factoringul și scontarea

Factoringul reprezintă o formă de creditare pe termen scurt acordată de bănci comerciale prin compensarea creditului furnizor. Creditul se garantează cu o factură înainte de scadența apărută dintr-un contract de vânzare-cumpărare între un furnizor și un cumpărător.

Din punct de vedere juridic, factoringul reprezintă un contract încheiat între banca (factor) și client (aderent) prin care factorul (bancă) se obligă să plătească la prezentarea documentelor care atestă o creanță comercială o anumită sumă de bani în schimbul unui comision.

Suma de bani pe care o plătește banca la prezentarea facturilor poartă denumirea de finanțare imediată sau factoring disponibil. Suma de bani pe care banca o achită în momentul încasării facturilor poartă denumirea de finanțare la încasare sau factoring indisponibil.

În cazul în care există o factură achitabilă la scadență, dar necesitatea de bani apare înainte de scadență, atunci factura va fi achitată de către bancă la un preț mai mic decât cel înscris pe factură, urmând ca banca să încaseze prețul total. Din diferența între prețul plătit de bancă și cel încasat de ea la scadența facturii, banca își acoperă cheltuielile și se formează profitul ei. Banca va cumpăra, practic, factura la un preț mai mic.

În România factoringul are o răspândire redusă, este accesibil pentru firmele cu o reputație deja constituită și presupune garanții importante solicitate de către bancă.

Scontarea reprezintă o formă de creditare pe termen scurt acordată de bănci comerciale prin achitarea înainte de scadență a unor efecte comerciale (trate, bilete la ordin, etc.).

Scontarea reprezintă o operațiune de cumpărare de către bănci a efectelor de comerț deținute de clienții lor în schimbul acordării creditului de scont și reținerii de către bancă a unei sume denumită agio formată din valoarea scontului adunată cu comisioanele.

Ca orice operațiune de creditare, scontarea presupune depunerea unei garanții stabilite de comun acord și concretizate printr-un procent aplicat la valoarea nominală a efectelor scontate.

Un efect comercial reprezintă un angajament pe care un trăgător îl ia în numele unui tras în favoarea unui beneficiar. De exemplu, un plătitor (trăgător), depune banii la o bancă comercială (trasul) și emite un cec (efectul comercial) către un furnizor (beneficiarul), urmând ca furnizorul (beneficiarul) să recupereze banii de la banca comercială (trasul) la scadență prin prezentarea cecului (efectul comercial). În cazul în care beneficiarul are nevoie de bani înainte de scadență, el poate sconta efectul comercial respectiv la o bancă



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

comercială, urmând ca banca să-l onoreze la o sumă mai mică decât cea înscrisă pe efectul comercial, și să recupereze la scadență banii de la tras, sau să reesconteze efectul comercial înainte de scadență la altă bancă sau chiar la Banca Națională.