***Tema 1: Antreprenoriatul – o opţiune de carieră profesională***

1. ***Oportunităţi pentru dezvoltarea carierei de antreprenor. Calitățile și imaginea profesională a unui antreprenor.***
2. ***Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova.***
3. ***Primii paşi spre o afacere reuşită. Modalităţi de iniţiere a unei afaceri.***
4. ***Întreprinderile mici şi mijlocii (IMM) şi rolul acestora în economia Republicii Moldova.***
5. ***Oportunităţi pentru dezvoltarea carierei de antreprenor. Calitățile și imaginea profesională a unui antreprenor.***

Potrivit legislaţiei Republicii Moldova, „***antreprenoriatul este activitatea de fabricare a producţiei, executare a lucrărilor şi prestare a serviciilor, desfăşurată de cetăţeni şi de asociaţiile acestora în mod independent, din proprie iniţiativă, în numele lor, pe riscul propriu şi sub răspunderea lor patrimonială în scopul de a-şi asigura o sursă permanentă de venituri”.***

***Antreprenorul*** este persoana care îşi asumă riscul de antreprenoriat şi caută mijloace pentru organizarea întreprinderii. El trebuie să cunoască modul de efectuare a activităţii de antreprenoriat, mediul de afaceri, problemele cu care se poate ciocni în activitatea sa şi posibilităţile de soluţionare. Pentru a lua decizii corecte, antreprenorul trebuie să estimeze la justa valoare conjunctura pieţei şi poziţia sa efectivă

Caracteristici, calități ale unei ***persoane de success:***

* *Încredere în sine*.
* C*apacitatea de a învăța continuu*, investind în propria educație.
* Are *abilitatea de a vedea oportunitățile* care se ivesc periodic.
* *Își asumă riscuri*, însă riscuri calculate.
* *Este un excelent lider* și angajează oameni foarte buni pe domeniul lor de activitate și îi coordonează în așa fel, încât fiecare dintre ei să dea maximum din ceea ce știu și pot face.
* *Testează și acționează continuu*. Încearcă noi metode menite să-l ajute să-și atingă scopul, vede ce se potrivește și ce nu, face concluziile necesare și merge înainte.
* *Inteligenţă și creativitate*. Pentru a face ceva deosebit, trebuie să fii inteligent.
* *Cunoașterea domeniului de activitate*. E absolut obligatoriu să începi să acumulezi experienţă în domeniul în care vrei să activezi sau deja activezi.
* *Perseverenţă și determinare*. Pe parcursul activității, te vei confrunta cu anumite obstacole, pe care nu le vei putea depăşi decât cu perseverenţă şi determinare.
* *Luarea deciziilor* este foarte importantă pentru o persoană de succes, în mod special în ceea ce privește rapiditatea și eficiența.
* *Rezolvarea problemelor* – pentru fiecare problem pot fi dăsite cel puțin 2 soluții.
* *Gîndire pozitivă* – o bună parte din oameni evită să investească în carieră nu pentru că nu s-ar pricepe, ci pentru că se gîndesc mai mult la pierderi decît cîștig.

Caracteristici, calități ale unui ***ANTREPRENOR***:

* *Responsabilitatea*. Orice antreprenor trebuie să știe că, odată ce-și deschide o afacere, va fi responsabil pentru multe aspecte, în special pentru remunerarea la timp a angajaților, achitarea datoriilor față de partenerii de afaceri, livrarea produselor în termenele stabilite etc.
* *Spiritul de observație.*Având un spirit înalt de observație, antreprenorul se va orienta spre noi perspective, va căuta noi piețe de desfacere, va afla dacă clienții săi sunt sau nu mulțumiți de produsele sau serviciile pe care le prestează firma.
* *Perseverența.* Această calitate este una dintre cele care stau la baza obținerii succesului. A fi antreprenor și a deține funcția de director al unei companii nu înseamnă în nici un cazliniște și odihnă. Pentru a-și atinge obiectivele, un antreprenor are de muncit mult, cu determinare și sârguință.
* *Creativitatea și inovația.* Ar fi bine ca fiecare întreprinzător să vină pe piață cu produse noi sau servicii diferite de cele existente, pentru a le oferi clienților cât mai multe bunuri utile cu adevărat sau servicii care să le ușureze și să le îmbunătățească traiul.
* *Ambiția .* Această însușire de multe ori este considerată negativă, însă pentru antreprenorieste un avantaj, deoarece îi ajută să treacă cu brio de problemele ce apar pe parcursul dezvoltării afacerii.
* *Insistența.* Pentru a deveni un antreprenor de succes, va insista ca sarcinile să fie realizate într-un anumit termen, va urmări întreg procesul de lucru, se va asigura că totul decurge conform planului, iar în final va verifica neapărat rezultatele obținute.
* *Optimismul și încrederea în sine.* Chiar dacă dezvoltarea unei afaceri presupune foarte multe dificultăți și probleme, antreprenorul este persoana care ar trebui să aibă încredere permanentă în forțele proprii și să fie convins că, prin sârguință, în final totuși va ajunge să se bucure de succes. Acolo unde alții văd probleme, el vede soluții. În loc să se plângă de existența concurenței, caută modalități prin care să colaboreze cu ea.
* *Orientarea spre eficiență și calitate.* Fără calitate, nu poate fi construită o bază de clienți loiali, iar fără eficiență, întreprinderea ar putea falimenta, de aceea antreprenorul are sarcina să asigure clienții cu produse calitative și servicii prestate la cel mai înalt nivel și toate acestea e de dorit să fie cu costuri mai reduse.
* *Abilități de convingere.* Antreprenorul se va folosi de abilitățile respective atunci cînd va cere un credit bancar sau cînd va convinge investitorii că afacerea sa are perspectivă și trebuie finanțată, îi va fi ușor să angajeze cei mai buni lucrători, să-și găsească și să beneficieze în permanență de un suport din partea partenerilor.
* *Cât mai multă energie.* În cele mai multe cazuri, antreprenorii îndeplinesc o muncă colosală, iar acest lucru presupune un consum enorm de energie, de aceeea ei nu ar trebui să uite de un regim alimentar corect, sport, meditație și relaxare pe măsură.
* *Planificarea și monitorizarea sistematică.* Antreprenorii întocmesc un plan pe termen lung, apoi îi divizează în sarcini mai mici pe o anumită perioadă de timp.ulterior, monitorizează activitățile angajaților pentru a afla cum decurge procesul de realizare a obiectivelor.

1. ***Cadrul legal privind activitatea antreprenorială în Republica Moldova.***

Actele normative de bază:

**Codul Civil** al R.M. Nr. 1107-XV din 06.06.2002 publicat în Monitorul Oﬁ cial Nr. 82-86 din 22.06.2002;

**Codul Muncii** al R.M. Nr. 28.03.2003 publicat în Monitorul Oﬁ cial Nr. 159162/648 din 29.07.2003.

**Codul Fiscal din** R.M. Legea nr. 1163-XII din 24.04.1997 Acte legislative care reglementează activitatea de antreprenoriat în RM:

Legea nr. 845-XII din 03.01.1992 „ **Cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi**”

Legea nr. 206-XVI din 07.06.2006 „**Privind susţinerea sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii”**

***Codul Civil*** (CC) este actul legislativ care reglementează aspectele ce ţin de raporturile juridice civile ale persoanelor ﬁzice şi juridice, cele care practică, precum şi cele care nu practică activitate de antreprenoriat (descris în capitolul II al Codului). Legea deﬁneşte noţiunea de persoană juridică şi persoană ﬁzică ca formă de organizare a activităţii de antreprenoriat.

Persoana fizică poartă răspundere nelimitată pentru obligaţiile acesteia cu întreg patrimoniul (răspunde cu toată averea care îi aparţine cu drept de proprietate: bunurile întreprinderii, inclusiv și averea de acasă).

Persoana juridica poartă răspundere limitată pentru obligaţiile acesteia ﬁind asigurate cu patrimoniul societăţii (răspunde cu capitalul social (statutar) și bunurile întreprinderii).

Codul Civil, de asemenea, prevede:

* *Formele organizatorico - juridice a activităţii de antreprenoriat -* (întreprinzător individual, gospodărie ţărănească, societate cu răspundere limitată, societate în nume colectiv, societate în comandită, societate pe acţiuni, cooperativă de producţie, întreprindere de arendă, întreprindere de stat şi întreprindere municipală);
* *Drepturile şi obligaţiile persoanelor juridice în dependenţă de forma organizatorico - juridică.*

***Codul Muncii (CM***) reglementează relaţiile cu angajaţii în cadrul oricărei organizaţii, indiferent de mărimea şi de forma ei de proprietate (Legea 154/2003 - Codul Muncii al Republicii Moldova, publicat în Monitorul Oﬁ cial Nr. 159-162/648 din 29.07.2003).

Codul Muncii reglementează totalitatea raporturilor individuale şi colective de muncă, controlul aplicării reglementărilor din domeniul raporturilor de muncă, precum şi alte raporturi legate nemijlocit de relaţiile de muncă. De asemenea Codul Muncii prevede:

* *Caracterul și conţinutul Contractul colectiv de muncă*– reprezintă actul juridic care reglementează raporturile de muncă şi alte raporturi sociale în cadrul organizaţiei, încheiat în formă scrisă între salariaţi şi angajator (se prevăd angajamentele reciproce privind: formele, sistemele şi cuantumul retribuirii muncii; plata îndemnizaţiilor şi compensaţiilor, timpul de muncă şi cel de odihnă, durata concediilor, condiţiile de muncă şi protecţia muncii salariaţilor, securitatea ecologică şi ocrotirea sănătăţii salariaţilor, etc.);
* *Caracterul și conţinutul Contractul individual de muncă* este înţelegerea dintre salariat şi angajator, prin care salariatul se obligă să presteze o muncă, să respecte regulamentul intern al organizaţiei, iar angajatorul se obligă să-i asigure condiţiile de muncă prevăzute de Codul Muncii, (Titlul III, art. 45-55 CM);
* *Timpul de muncă și odihnă al salariaţilor*. Durata zilnică normală a timpului de muncă constituie 8 ore pe zi şi nu mai mult de 40 de ore pe săptămînă, timp de 5 zile, cu două zile de repaus sau a săptămînii de lucru de 6 zile cu o zi de repaus. Concediul de odihnă anual plătit, este cu o durată minimă de 28 de zile calendaristice, cu excepţia zilelor de sărbătoare nelucrătoare;
* *Structura salariului, condiţiile și sistemele de salarizare*;
* *Normarea muncii* constituie normele de producţie, de timp, de deservire, de personal care se stabilesc de către angajator pentru salariaţi în concordanţă cu nivelul atins al tehnicii şi tehnologiei, al organizării producţiei şi a muncii, astfel încît să corespundă condiţiilor concrete din unitate şi să nu conducă la suprasolicitarea salariaţilor;
* *Garanţii și compensaţii acordate salariaţilor în dependenţă de diverse situaţii de muncă*;
* *Regulamentul intern al unităţii și disciplina muncii* - obligaţia tuturor salariaţilor de a se subordona unor reguli de comportare stabilite în conformitate cu Codul muncii, cu alte acte normative, cu convenţiile colective, cu contractele colective şi cu cele individuale de muncă, precum şi cu actele normative la nivel de unitate, inclusiv cu regulamentul intern al unităţii.
* *Securitatea muncii salariaţilor;*
* *Răspunderea materială a salariaţilor;*
* *Soluţionarea confl ictelor colective de muncă* (ex.: greva).

***Codul Fiscal (CF)*** stabileşte principiile generale ale impozitării în Republica Moldova, statutul juridic al contribuabililor, al organelor ﬁ scale şi al altor participanţi la relaţiile reglementate de legislaţia ﬁ scală, principiile de determinare a obiectului impunerii (obiectul care se supune impozitării), principiile evidenţei veniturilor şi cheltuielilor deduse, modul şi condiţiile de tragere la răspundere pentru încălcarea legislaţiei ﬁscale, precum şi modul de contestare a acţiunilor organelor ﬁ scale şi ale persoanelor cu funcţii de răspundere ale acestora.

***Legea „Cu privire la antreprenoriat și întreprinderi”*** - stabileşte agenţii economici care au dreptul, în numele lor (întreprinderilor lor), să desfăşoare activitate de antreprenoriat în Republica Moldova şi determină principiile juridice (drepturile şi obligaţiile), organizatorice şi economice ale acestei activităţi. Legea dată prevede că Întreprinderea este:

* Forma organizatorico-juridică a activităţii de antreprenoriat.
* Întreprinderea constituie un agent economic cu ﬁ rmă (titulatură) proprie înﬁ inţată de antreprenor în modul stabilit de legislaţie.
* Întreprinderea are dreptul de persoană juridică sau de persoană ﬁzică. Întreprinderea-persoană juridică (S.R.L.; S.A., SNC etc.) şi întreprinderea persoană ﬁzică (Î.I. şi G.Ţ.) au aceleaşi drepturi şi obligaţii.
* Întreprinderea devine subiect de drept din momentul înregistrării de stat.

***Legea „privind susţinerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii”*** - Stabileşte mediul instituţional, reglator şi administrativ favorabil dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii, stabileşte formele juridice, economice şi organizatorice ale susţinerii de stat a dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii în Republica Moldova.

**Înregistrarea de stat a unei afaceri**

- Menţionaţi elevilor căre sunt deciși să deschidă o proprie afacere, despre faptul că este necesară înregistrarea afacerii înainte de începerea activităţii.

- Etapele de bază pe care trebuie să le parcurgă sînt următoarele:

*Procedura de înregistrare a întreprinderii*:

**Pasul I.** Pentru înregistrarea de stat a afacerii, la oﬁciul teritorial al Camerei de Înregistrări de Stat (www.cis.md) în a cărui rază de deservire se aﬂă domiciliul fondatorului.

Procedura de înregistrare afacerii la CÎS în 10 etape simple:

1. Se depune o cererea de înregistrare, conform modelului aprobat de Camera Înregistrării de Stat;

2. CÎS veriﬁcă dacă administratorul (altul decît fondatorul) nu prestează muncă prin contract individual de muncă la o altă unitate în calitate de administrator;

3. CÎS acceptă actele pentru înregistrare;

4. Se achită taxa de înregistrare la bancă (de obicei la BEM) şi se prezintă bonul de plată reprezentantului CÎS;

5. CÎS emite un certiﬁcat pentru deschiderea contului provizoriu în bancă şi depunerea capitalului social (iniţial), cu excepţia Gospodăriei Ţărăneşti şi Întreprinzătorului Individual;

6. CÎS face comanda pentru executarea ştampilei;

7. CÎS numeşte data, ora, locul şi numele registratorului, cînd vor ﬁ emise actele de constituire;

8. Se alege banca comercială cu care se va lucra şi se depune capitalul social (min 40% pentru SRL + restul 60% în max. 6 luni de la data înregistrării, asociatul unic achită integral 100%);

9. Se revine la CÎS la data şi ora stabilită, fără întîrziere, cu certiﬁcatul bancar - dovadă că a fost depus capitalul social;

10. CÎS înregistrează întreprinderea şi proprietarul primeşti actele de înregistrare.

**Pasul II.** Punerea la evidenţă ﬁscală la Inspectoratul Fiscal de Stat (www.ﬁ sc.md). Acte necesare: Certiﬁcatul de înregistrare, Extrasul din Registru de stat, Actul proprietate sau Contractul de arendă pentru adresa juridică, Adeverinţa de atribuire a codurilor statistice, obţinută la BNS, Ordinul de angajare a contabilului-şef, Buletinul contabilului-şef, Buletinul administratorului, Decizia privind înregistrarea persoanei juridice (de la CÎS), decizia fondatorilor (de la CÎS).

**Pasul III**. Înregistrarea în calitate de plătitor al cotelor asigurărilor sociale la oﬁciul teritorial al Casei Naţionale de Asigurări Sociale CNAS (www.cnas.md).

Acte necesare: copia Certiﬁ catului de înregistrare a întreprinderii şi originalul, copia Extrasului din registru de stat, Certiﬁcatul de la banca comercială, unde aveţi cont deschis pentru întreprindere, rechizitele bancare, Adeverinţa de atribuire a codurilor statistice (de la BNS).

**Pasul IV**. Înregistrarea în calitate de plătitor al primelor de asigurare obligatorie de asistenţă medicală la agenţia teritorială a Companiei Naţionale de Asigurări în Medicină CNAM ([www.cnam.md](http://www.cnam.md)).

Acte necesare: copia și originalul Certiﬁ catului de înregistrare.

**Pasul V.** Transmiterea datelor către Biroul Naţional de Statistică (BNS) (www. statistica.md).

**Pasul VI.** Obţinerea licenţei, pentru activităţi care pot ﬁ practicate numai în bază de licenţă ([www.licentiere.gov.md](http://www.licentiere.gov.md));

**Pasul VII**. Obţinerea autorizaţiilor. De exemplu: Autorizaţia de funcţionare a unităţilor comerciale şi de prestare a serviciilor sociale care legalizează ampla- samentul afacerii sau Autorizaţie sanitară de funcţionare, eliberată la Centrul de Medicină Preventivă, care conﬁ rmă faptul că activitatea desfăşurată corespunde integral prevederilor sau cerinţelor sanitaro - epidemiologice în vigoare etc.

***Actele de constituire sînt următoarele:***

- Decizia Camerei Înregistrării de Stat privind înregistrarea (coincide cu data înregistrării persoanei juridice)

- Certiﬁ catul de Înregistrare (cu numărul unic de identiﬁcare IDNO, care coincide cu codul ﬁscal)

- Extrasul din Registrul de Stat

- Actele de Constituire (Decizia de fondare, Statutul) - Ştampila şi Adeverinţa de fabricare a ştampilei

- Înştiinţarea despre luarea la evidenţă ﬁscală, statistică, medicală şi socială.

1. ***Primii paşi spre o afacere reuşită. Modalităţi de iniţiere a unei afaceri.***

De ce ar vrea cineva să-şi asume riscul iniţierii unei afaceri proprii, ştiind că acesta este un lucru greu şi fără nici o garanţie de succes? Cu toate acestea, în fiecare zi milioane de oameni de pe întreg globul pământesc se lansează în afaceri. Deseori răspunsul vine de la sine, adică din înţelegerea potenţialului micului business şi a faptului că el deschide în faţa oamenilor posibilităţi nelimitate: „Business mic, dar speranţe de success mari!” Primul pas într-o afacere este dorinţa şi tendinţa de a o iniţia. Stabilirea motivelor de iniţiere a unei afaceri este o condiţie primordial pentru un start bun.

În baza studiilor realizate de savanţii în domeniu au fost evidenţiate cele mai răspândite motive stând la baza lansării în afaceri, care sunt enumerate în figura 1.

**BLOCAJ**

• Lipsa unor venituri regulate

• Neînţelegeri/nemulţumiri în sânul familiei

• Lipsa de capital

• Neîncrederea în forţele proprii

**IDEEA**

**ACȚIUNE**

**FACTORI DE IMPUNERE**

• Lipsa unui serviciu/şomaj

• Insatisfacţia pentru funcţia ocupată

• Neînţelegeri cu conducătorul

• Lipsa unor alternative

**FACTORI DE MOTIVARE**

• Independenţă, autorealizare

• Dezvoltare personală

• Independenţă financiară

• Posibilitatea de a lua decizii în mod  independent.

Figura1. Factorii ce influenţează asupra deciziei de a iniţia propria

*Explicaţile evilor că multitudinea de motive pentru care oamenii doresc să iniţieze propria lor afacere diferă de la o persoana la alta, întrucît depinde de nevoile şi de felul ﬁecăreia de a ﬁ, de a gîndi, de a vedea rolul şi valoarea vieţii.*

**Clasiﬁcarea motivaţiilor care pot inﬂuenţa începerea unei afaceri:**

***Motivaţii profesionale:***

- perspectiva unei munci atrăgătoare;

- perspectiva de a face descoperiri;

- perspectiva de a perfecţiona metode şi tehnici antreprenoriale;

- perspectiva obţinerii prestigiului.

***Motive psihologice***

- statutul şi respectul social ce decurge din poziţia de antreprenor;

- renumele ce se poate obţine;

- extinderea relaţiilor;

- statutul de a ﬁ propriul tău stăpîn.

***Motivaţii materiale:***

- posibilitatea de a obţine cîştiguri mari;

- asigurarea unui nivel de trai ridicat pentru familie;

- siguranţa locului de muncă

***Motivaţii morale:***

- perspectiva de a realiza ceva deosebit;

- perspectiva de a participa la progresul societăţii.

*Sarcină:Rugaţi elevii să identiﬁ ce motivele pentru care ei s-ar lansa în afaceri. Apoi se vor generaliza ideile.*

**Lansarea unei afaceri proprii și criterii de evaluare a viabilităţii acesteia**

Primul pas în iniţierea afacerii este:

1. decizia de a înregistra propria întreprindere sau identiﬁcarea unei idei viabile de afaceri. Chiar dacă logica presupune răspunsul:
2. “existenţa unei idei viabile de afaceri”, practica demonstrează contrariul şi anume faptul că mulţi antreprenori începători decid să înﬁinţeze mai întîi întreprinderea şi mai apoi pornesc în căutarea unui produs sau serviciu pe care ar putea să-l vîndă/ presteze potenţialilor clienţi. Acest lucru deseori poate duce la eşec chiar de la începutul activităţii.

*În continuare se va examina împreună cu elevii principalele surse de idei şi metode de stimulare a creativităţii, mecanismul de evaluare a viabilităţii ideilor de afaceri.*

O sursa importantă de noi idei de afaceri este **piaţa.**

Realizînd un simplu studiu ﬁecare (inclusiv elevi) va putea determina:

ce produse sau servicii lipsesc în regiunea sau localitatea lor;

care necesităţi sunt nesatisfăcute, sau prost satisfăcute;

care sunt punctele slabe ale produselor sau serviciilor existente;

tendinţele macroeconomice (demograﬁce, sociale, tehnologice etc.).

Surse de noi idei pot servi **publicaţiile din ziare şi reviste, internet-ul, cataloage, broșuri, cărţi e**ste binevenita şi crearea aşa-numitelor **„dosare ale afacerii”,** unde să se găsească toată informaţia selectata din **presă, internet, de la expoziţii, tîrguri** etc. Astfel colectînd mai multă informaţie din surse variate, potenţialul antreprenor poate să-şi formeze o concepţie privind ideea de afaceri.

O alta sursă importantă pot deveni **afacerile existente**, inclusiv concurente, vizitarea cărora poate sa inspire la noi idei de afaceri.

Un hobby poate servi drept o oportunitate de afaceri pentru orice persoana cu spirit antreprenorial şi atitudine creativa.

*Sarcină: Propuneţi elevilor să formuleze cel puţin 3 idei de afaceri utilizînd diverse surse de informaţii.*

***Analiza SWOT*** este o metodă utilizată pentru a evalua factorii şi fenomenele ce afectează un proiect sau o afacere. Această metodă permite de a stabili scopurile afacerii şi de a identiﬁca factorii interni şi externi ce facilitează sau stagnează realizarea lor.

Analiza SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (în română - ***Puncte tari, Puncte slabe, Oportunităţi, Riscuri***/Ameninţări);

Analiza SWOT convenţional se diviză în două etape:

a) identiﬁcarea şi analiza factorilor interni

b) identiﬁcarea şi analiza factorilor externi.

**Factorii interni** sunt speciﬁci sau aparţin întreprinderii şi se divizează în Puncte tari şi Puncte slabe.

**Factorii externi** sunt speciﬁci sau ţin mai mult de mediul în care activează întreprinderea şi se divizează în Oportunităţi şi Riscuri.

**Exemplu:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Factori Interni | ***Puncte Tari*** pot ﬁ : Calităţile proiectului sau a personalului, care oferă avantaje faţă de ceilalţi implicaţi în proces | ***Puncte Slabe*** pot fi:  Lipsa de experienţă, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capacitate, ofertă de servicii de calitate inferioară sau o amplasare neportivită a afacerii tale. |
| Factori Externi | ***Oportunităţi*** pot ﬁ :  Posibili factori externi care oferă oportunităţi secundare în realizarea scopului:  Rezultatul creşterii pieţei, schimbului în stilul de viaţă, rezolvarea problemelor asociate cu situaţii curente, o percepţie pozitivă a afacerii din partea pieţei sau capacitatea de a oferi o valoare mai mare ceea ce va crea o cerere crescută pentru serviciile oferite. | ***Riscuri*** pot ﬁ :  Factori externi care pot frîna realizarea scopului:  Concurenţa, creşterea intolerabilă a preţurilor de către furnizori, reglementări guvernamentale, căderi economice, efect negativ al media, schimbări în comportamentul consumatorilor care să reducă vînzările sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care să facă produsele, serviciile sau echipamentele demodate. |

*Sarcină: Încercaţi s-ă evaluaţi o idee de afaceri cu ajutorul analizei SWOT împreună cu elevii (se va efectua frontal sau în grupuri).*

Decizia de iniţiere a afacerii este deseori riscantă şi dificilă. Pentru realizarea acestei etape este necesară dorinţa fermă de a intra în afaceri. Mulţi oameni sunt tentaţi de acest gând – posibilitatea iniţierii unei afaceri proprii. Însă una dintre primele întrebări ce apar este cum poate fi iniţiată o afacere, care sunt condiţiile ce trebuie respectate. Deci, înainte de toate, este necesar a şti de la ce începem şi în ce consecutivitate.

1. *Primul pas presupune determinarea obiectivelor afacerii. Pentru aceasta trebuie găsite răspunsuri la următoarele întrebări:*

- Ce vreau să obţin?

- Ce rezultate vreau să ating?

- Cu ce fel de afacere vreau să mă ocup sau cu ce produs/serviciu voi ieşi pe piaţă

- Care va fi cererea?

- Ce venit (profit) poate fi obţinut?

2. *Următorul, al doilea pas, presupune formularea răspunsurilor la întrebările:*

- Care sunt posibilităţile proprii, efortul necesar pentru a începe o afacere?

- Ce resurse sunt necesare pentru producerea acestui tip de marfă?

- Ce eforturi vor trebui depuse sau ce acţiuni vor trebui întreprinse la început?

- Corespund oare ele posibilităţilor de piaţă (cererii)?

3. *raportarea posibilităţilor şi a resurselor reale la posibilele beneficii constituie pasul al treilea*. Este necesar a analiza propria experienţă, cunoştinţele, calificarea, calităţile personale. Totodată, vor fi stabilite părţile slabe şi forte.

Apoi, aceste condiţii obiective vor fi raportate la posibilităţile de piaţă, la venitul preconizat şi la obiectivele formulate.

1) Alegerea produsului sau a serviciului înseamnă: - Analiza propriei calificări, experienţe, a calităţilor personale, a tendinţelor actuale în businessul de ramură după criteriul compatibilităţii lor.

- Dispunerea de cele necesare pentru a începe afacerea dorită.

- Înţelegerea corectă a părţilor forte şi slabe ale businessului dat.

2) Determinarea modalităţii de organizare a afacerii. Există trei modalităţi de a intra într-o afacere:

- Crearea unei întreprinderi noi.

- Cumpărarea unei întreprinderi.

- Cumpărarea unei francize.

Alegerea potrivită a căii de iniţiere a unei afaceri proprii depinde de mai mulţi factori şi va putea fi realizată doar după o analiză complexă.

În mare parte factorii clasici care pot influiența afacerea sunt:

- Calitațile personale și abilitățile profesionale;

- Concuranții;

- Clienții;

- Resursele;

- Strategia de lansare.

**-1-Deschiderea afacerii – avantaje şi limite**

Ideea oportună de business poate fi materializată numai printr-o afacere, întreprinzătorului revenindu-i sarcina să aleagă modul de lansare. În general, există trei variante de începere a activităţii de antreprenoriat: deschiderea unei afaceri de

la zero, procurarea unei francize sau cumpărarea unei afaceri existente.

***Deschiderea afacerii de la zero*** este deseori cea mai preferabilă metodă de lansare,

iar în cazul unei idei unice de produs sau de serviciu, aceasta este unica metodă posibilă pentru întreprinzător.

În acelaşi timp, această modalitate este *cea mai riscantă*, deoarece totul începe

de la zero. Astfel, opţiunea pentru deschiderea unei întreprinderi mici trebuie să se bazeze

pe o evaluare minuţioasă a avantajelor şi dezavantajelor pe care le prezintă modalitatea dată.

Printre **avantajele deschiderii unei întreprinderi** putem menţiona:

- Implementarea nelimitată a ideilor proprii.

- Satisfacţia de a crea o întreprindere de la zero – reuşind, întreprinzătorul este satisfăcut şi mândru de rezultatul efortului depus.

- Evitarea transmiterii unei reputaţii îndoielnice a fostului proprietar– deschizând o afacere, nu se moştenesc problemele afacerii precedente, totul începe de la zero. Deja în care parte va înclina balanţa depinde de întreprinzător.

- Posibilitatea de a selecta, a motiva şi a dezvolta independent personalul – întreprinzătorul

se ocupă independent de personal, selectând angajaţi pe care îi consideră potriviţi pentru afacere.

- Posibilitatea de a crea afacerea pornind de la viziunea proprie.

- Alegerea amplasamentului afacerii. Ţinând cont de specificul ideii, întreprinzătorul alege cel mai adecvat amplasament.

**Limitele deschiderii unei întreprinderi** sunt:

- Costul ridicat pentru lansarea în afaceri, procurarea echipamentului etc.

- Cheltuielile de timp mari pentru lansarea afacerii. Întreprinzătorul are nevoie de timp nu numai pentru îndeplinirea formalităţilor legale, dar şi pentru stabilirea relaţiilor cu partenerii de afaceri, angajarea personalului, procurarea echipamentului necesar, pregătirea spaţiilor etc. Ca urmare, perioada de timp de la luarea deciziei de lansare în afaceri şi începerea nemijlocită a activităţii poate fi destul de lungă.

- Alegerea unei afaceri mai puţin potrivite. Evaluarea arăta că ideea de afaceri are perspectivă, însă realitatea a demonstrat contrariul, produsul sau serviciul propus neavând cererea estimată.

- Saturaţia pieţei sau existenţa unei concurenţe puternice, care face dificilă afirmarea

nou-venitului. Nici un concurent nu va întâmpina nou-venitul cu braţele deschise. Pentru a reuşi, afacerea nou-creată trebuie să fie mai bună, să propună produse şi servicii mai calitative.

- Riscul legat de realizarea unei idei noi.

- Eforturile personale mari pentru lansarea afacerii.

Dacă totuşi întreprinzătorul decide să deschidă afacerea de la zero, pentru începerea

activităţii este necesară legalizarea întreprinderii.

**-2- Cumpărarea unei afaceri existente – avantaje şi limite**

Cumpărarea unei afaceri existente reprezintă a doua modalitate de lansare în

afaceri. Ca şi în cazul deschiderii unei afaceri de la zero, înainte de a lua decizia

privind cumpărarea acesteia este necesară o analiză detaliată a avantajelor şi dezavantajelor

pe care le va obţine noul proprietar.

***Avantajele cumpărării unei afaceri***

- Durata de lansare este relativ mai mică, deoarece o întreprindere existentă dispune

de utilajele necesare, de personal calificat, de relaţii stabilite cu furnizorii şi clienţii.

- Obţinerea unor venituri imediate, deoarece nu se începe de la zero.

- Existenţa unei amplasări favorabile, care în cazul începerii afacerii de la zero ar fi dificil de obţinut.

- Folosirea experienţei şi a relaţiilor vânzătorului, deoarece întreprinderea are un nume cunoscut pe piaţă, are stabilite relaţii cu furnizorii de materii prime şi materiale.

- Existenţa personalului calificat, astfel nu va fi nevoie de a recruta şi selecta personalul.

- Reducerea riscului, deoarece, în comparaţie cu întreprinderile nou-create, aceasta are o piaţă de desfacere şi experienţă în domeniul respectiv.

***Dezavantajele cumpărării unei afaceri***

- Posibilitatea procurării unei întreprinderi neprofitabile.

- Existenţa unui personal necalificat, pentru a cărui instruire sunt necesare cheltuieli atât financiare, cât şi de timp.

- Nedorinţa personalul calificat de a lucra pentru noul proprietar.

- Moştenirea unei reputaţii îndoielnice. Chiar dacă are loc schimbarea proprietarului, este nevoie de o perioadă de timp pentru a schimba opinia clienţilor, furnizorilor etc. despre întreprindere.

- Existenţa unor fonduri fixe necorespunzătoare, de exemplu echipamentul uzat moral şi fizic, spaţii care necesită mari cheltuieli pentru reparaţie şi întreţinere.

- Amplasamentul nefavorabil.

- Dificultăţi în efectuarea schimbărilor, ca urmare a costurilor ridicate pentru acestea şi/sau a rezistenţei din partea personalului etc.

**Etapele procesului de cumpărare a afacerii**

Dacă întreprinzătorul decide că achiziţionarea unei afaceri este varianta optimă pentru el, acesta purcede la ***stabilirea criteriilor*** după care va fi căutată afacerea dorită, de exemplu, domeniul de activitate, locul amplasării, mărimea, costul afacerii, termenul de răscumpărare etc.

După stabilirea criteriilor începe nemijlocit procesul de ***căutare a unei afaceri*** care corespunde acestora şi care este scoasă la vânzare.

Cunoaşterea motivului real al vânzării îl va ajuta să facă o alegere corectă, împiedicându-

l să investească bani şi timp într-o afacere nerentabilă, cu o reputaţie îndoielnică sau cu multe probleme.

**Motivele vânzării unei afaceri**

**Favorabile cumpărătorului**

- dorinţa proprietarului de a schimba domeniul

de activitate;

- oboseala acestuia;

- agravarea stării de sănătate;

- plecarea în altă localitate;

- conflictele cu partenerii de afaceri;

- conducerea ineficientă;

- pierderea interesului pentru afacerea dată

**Nefavorabile cumpărătorului**

- decăderea economiei;

- concurenţa puternică;

- preţul ridicat al chiriei;

- echipamentul uzat sau tehnologiile învechite;

- problemele cu furnizorii;

- amplasamentul nefavorabil;

- existenţa unor litigii interminabile.

Pentru a determina motivul real sunt binevenite vizitele la întreprindere, discuţiile cu angajaţii, clienţii, localnicii, concurenţii, precum şi specialiştii din domeniu, astfel cumpărătorul având posibilitatea să stabilească ce prezintă de facto întreprinderea şi să-şi formeze o opinie proprie referitor la motivul vânzării.

Una dintre cele mai dificile etape ale procesului de cumpărare a întreprinderii este *evaluarea complexă a acesteia.*

Specialiştii recomandă ca evaluarea afacerii să înceapă cu ***diagnosticarea afacerii***

din punct de vedere comercial, tehnologic, financiar, juridic, al resurselor umane şi al managementului, fiind urmată de determinarea valorii acesteia.

***Diagnoza comercială*** include următoarele aspecte esenţiale: tendinţele de dezvoltare a pieţei , mărimea pieţei şi cota pe piaţă a afacerii ce se vinde; clienţii şi structura clientelei ,ce factori influenţează decizia lor de cumpărare; furnizorii , concurenţii , produsul şi preţul;

acţiunile publicitare, bugetul promoţional şi imaginea întreprinderii pe piaţă.

***Diagnoza tehnică*** se referă la analiza:echipamentului existent, clădirilor (oficii, secţii de producţie, depozite) şi terenurilor, a corespunderii

situaţiei reale cu documentaţia tehnică; tehnologia aplicata şi a modului de organizare a procesului de producţie;

***Diagnoza resurselor umane şi a managementului:*** numărul, structura şi calificarea personalului; productivitatea muncii; competenţa echipei manageriale;mărimea salariilor;

loialitatea angajaţilor faţă de noii proprietari.lichiditatea financiară; capacitatea de plată.

Nu mai puţin importantă este şi diagnoza juridică. Este necesară analiza documentelor referitoare la legalitatea constituirii afacerii şi actele de constituire, la

dreptul de proprietate, fondatori, cota acestora în capitalul social al societăţii, contractele

de vânzare-cumpărare şi de arendă, informaţia despre existenţa litigiilor şi etapa de soluţionare a acestora.

Următorul pas în procesul de cumpărare a afacerii este ***determinarea valorii***

***întreprinderii şi stabilirea preţului afacerii.***

De regulă, preţul se stabileşte în procesul negocierilor dintre vânzător şi cumpărător,

astfel încât suma să fie acceptată de amândoi. Dacă procesul de negociere s-a finalizat

cu succes, atunci are loc încheierea ***contractului de vânzare-cumpărare*** a întreprinderii, care este autentificat notarial şi se înregistrează la Camera Înregistrării de Stat. Din momentul semnării actului de predare, cumpărătorul intră în drepturi depline asupra afacerii, devenind noul ei proprietar.

**3. Franchisingul – oportunitate de lansare a afacerii.**

O altă modalitate de lansare în afaceri este franchisingul. Prin franchising se înţeleg relaţiile contractuale dintre vânzător (franchiser) şi cumpărător (franchisee) privind acordarea drepturilor de operare a afacerii şi obţinerea asistenţei din partea vânzătorului în schimbul unei plăţi.

Conform Asociaţiei Internaţionale de Franchising (IFA), franchisingul poate fi practicat în peste 70 de domenii de activitate, cele mai populare fiind: alimentaţia (fast-food), comerţul cu amănuntul, industria alimentară, business-servicii, saloane de frumuseţe, servicii hoteliere, cluburi fitness, centre de instruire, agenţii de turism etc. Poziţia de lider în dezvoltarea franchisingului o deţin Statele Unite ale Americii, unde au apărut primele francize

În republica Moldova, apariţia franchisingului a fost condiţionată de adoptarea în 1997 a Legii cu privire la franchising. În prezent pe piaţa moldovenească activează aşa francize ca: Mango, Celio, Mexx, olsen, Sele, McDonald`s, KFC, Fornetti, Buon Giorno, 1C etc. Cea mai mare extindere o au francizele din domeniul comerţului, în special al confecţiilor, precum şi companiile din domeniul serviciilor, cum ar fi fast-food-urile. Apariţia marilor centre comerciale, mai ales în mun. Chişinău, a devenit de asemenea un stimulent în dezvoltarea franchisingului. Dacă până nu demult întreprinderile moldoveneşti erau cele care cumpărau francize, în ultimii ani au apărut şi primii franchiseri locali. reuşind să-şi creeze un nume şi să ocupe poziţia de lider pe piaţa locală, astfel de companii ca Alina Electronic, Andi`s Pizza sau Neuron Grup au început să vândă francize altor afaceri.

La etapa evaluării este necesar să se ţină cont de avantajele şi dezavantajele pe care le oferă franchisingul atât franchiserului, cât şi franchisee-ului.

**Avantajele pentru franchiser:**

– ***Posibilitatea relativ rapidă de a-şi extinde propria afacere***. Franchiserul cucereşte noi pieţe fără mari investiţii, resursele rămase la dispoziţie fiind alocate pentru cercetare-dezvoltare, producere, promovare etc.

– ***Obţinerea veniturilor suplimentare din taxele de franchising***. Indiferent de tipul de franchising, franchisee trebuie să plătească:

• *Taxa iniţială unică,* ce reprezintă o sumă fixă achitată pentru dreptul de a practica afacerea sub marca franchiserului pe un anumit teritoriu, precum şi o recompensă a cheltuielilor efectuate de franchiser, inclusiv pentru instruirea personalului şi consultaţii. Mărimea taxei iniţiale variază de la un franchiser la altul şi poate fi egală cu milioane de dolari. De regulă, franchisee achită taxa imediat după încheierea contractului. Pentru a atrage un număr mai mare de franchisee, unii franchiseri divizează taxa iniţială în două sau mai multe tranşe. De exemplu, 50% la momentul încheierii contractului, 25% cu o săptămână înainte de lansarea cursurilor de instruire a personalului şi 25% după finalizarea cursurilor.

• *Royalty* este o taxă periodică pe drepturile de marcă, ce reprezintă recompensa pentru dreptul de a obţine o franciză. Mărimea taxei date este stipulată în contract şi constituie de la 0 până la 15% de la un indice de activitate, de regulă de la cifra de afaceri înregistrată sau veniturile de la vânzări.

***– Reducerea cheltuielilor legate de distribuirea şi marketingul produselor***, deoarece acestea sunt parţial acoperite de către franchisee prin taxa pentru publicitate.

• *Taxa pentru publicitate* se calculează în procente din cifra de afaceri înregistrată şi se foloseşte pentru marketingul şi promovarea afacerii.

***– Conducere mai eficientă şi mai profitabilă a afacerii***, deoarece experienţa a demonstrat că nici cel mai bun angajat nu va fi la fel de interesat de succesul afacerii ca proprietarul acesteia.

**Avantajele pentru franchisee:**

– ***Franchisee-ul are o şansă mai mare de succes***, numărul falimentelor în cazul franchisingului este mai mic decât în cazul iniţierii unei afaceri proprii, datorită sprijinului acordat de partenerul mai experimentat, micşorându-se astfel posibilitatea apariţiei unor erori.

***– Asistenţă managerială şi de marketing.*** Franchiserul acordă sprijin la instruirea personalului, consultanţă permanentă etc.

***– Produse şi servicii de calitate standard*** – franchisee-ul primeşte afacerea la „pachet”, unde este prezentat în detalii procesul tehnologic, receptura etc. Astfel, nu există cheltuieli de timp şi de bani pentru elaborarea produselor etc.

– ***Cheltuieli reduse pentru promovarea produselor şi a serviciilor***, deoarece franchiserul oferă un nume cunoscut deja, o marcă de prestigiu, iar franchisee-ul beneficiază de rezultatele campaniilor de promovare la nivel naţional desfăşurate de franchiser.

**Dezavantajele pentru franchiser**:

***– Acordarea unui sprijin tehnic şi, uneori, chiar financiar către franchisee*** pe toată perioada contractului de franchising.

***– Dificultăţi în efectuarea controlului,*** deoarece franchisee este o întreprindere independentă din punct de vedere juridic, iar controlul este cu mult mai redus în comparaţie cu al unei filiale. De asemenea, franchisee-urile sunt amplasate în diferite localităţi, ca urmare controlul este mai dificil de realizat, iar costurile acestuia – sporite.

***– Afectarea prestigiului franchiserului,*** în cazul în care franchisee-ul falimentează sau se confruntă cu situaţii dificile, acestea afectează negativ numele şi prestigiul franchiserului.

***– Dificultăţi în păstrarea confidenţialităţii informaţiei***. Cu toate că în contract este prevăzută clauza privind nedivulgarea informaţiei comerciale, despre tehnologia folosită, metodele de instruire etc., există cazuri când informaţiile obţinute de la franchiser sunt utilizate chiar în detrimentul acestuia.

**Dezavantajele pentru franchisee**:

***– Firma nu-i aparţine niciodată cu adevărat***. Cu toate că franchisee-ul este o întreprindere independentă, ea trebuie să respecte cu stricteţe cerinţele impuse de franchiser, antreprenorul neavând posibilitatea de a conduce firma aşa cum doreşte s-o facă.

***– Costul ridicat al francizei şi contribuţia la profit***. Franchisee-ul suportă cheltuielile pentru lansarea afacerii (procurarea sau închirierea spaţiilor, amenajarea acestora, formarea stocului iniţial etc.), investiţia fiind de la 5000 euro, pentru o patiserie cu o suprafaţă de 8-12 m2 până la peste 500000 euro, în cazul unui magazin sau restaurant.

1. ***Întreprinderile mici şi mijlocii (IMM) şi rolul acestora în economia Republicii Moldova***

Întreprinderile Mici și Mijlocii (IMM) și rolul acestora în economia Republicii Moldova

**Rolul şi importanţa IMM-urilor decurg din următoarele trăsături ale acestora:**

* ocupă peste 98% din totalul întreprinderilor pe ţară;
* oferă noi locuri de muncă;
* sunt ﬂexibile la cererea şi oferta de pe piaţă;
* stimulează concurenţa;
* transferuri esenţiale în bugetul naţional;
* întreprindere mică poate constitui punctul perfect de pornire în lansarea unui nou produs sau serviciu;

- Întreprinderile mici pot prezenta avantaje faţă de cele mari atunci cînd se pune problema satisfacerii unor nevoi locale;

- Mulţi consumatori sunt plictisiţi de produsele realizate în serii mari şi preferă produsele de serie mică sau unicate, realizate de întreprinderile mici.

**Unele probleme cu care se confruntă IMM-le:**

* Cultură antreprenorială slab dezvoltată;
* Acces redus la informaţii;
* Dialog public, privat insuﬁcient;
* Grad redus de implementare a tehnologiilor moderne;
* Acces diﬁcil la credite şi dobînzi ridicate la credite şi împrumuturi;
* Infrastructură de suport în afaceri slab dezvoltată;
* Proprietarul unei afaceri mici duce deseori lipsa de cunoştinţe manageriale şi de experienţă în domeniul managementului;
* Administrare ﬁscală dură;
* Reglementări și birocraţie excesivă etc.

**Programe pentru susţinerea IMM**

Creditele mici se pot obţine de la băncile comerciale, instituţiile de micro-ﬁ nanţare, precum şi de la cele peste 291 de Asociaţii de Economii şi Împrumut, care funcţionează pe întreg teritoriul ţării, majoritatea ﬁind plasate în localităţile rurale. Pentru informaţii va puteţi adresa la cele mai apropiate Asociaţii de Economii şi Împrumut, puteţi contacta Comisia Naţională a Pieţei Financiare la tel. 022223871 sau accesa pagina web a CNPF: http://www.cnpf.md/md/asoc/, unde puteţi descărca date referitor ultima actualizare a Listei Asociaţiilor de economii şi împrumut. De asemenea, sunt numeroase programe şi proiecte de stat sau nonguvernamentale de susţinere a micilor afaceri. Iată cîteva adrese utile. www.odimm. md, www.winrock.org.md, www.businessportal.md/ro/projects/ﬁ nantare/, www. infoeuropa.md/proiecte-europene www.viitorul.org/download.php?ﬁle,

În scopul susţinerii dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii din Republica Moldova, prin Hotărîrea Guvernului nr. 538 din 17.05.2007, a fost creată Organizaţia pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii (ODIMM). Organizaţia are statut de organizaţie necomercială, sub formă de instituţie publică, în coordonarea Ministerului Economiei.

Sarcinile principale ale ODIMM-lui sunt:

a) implementarea politicii de stat privind susţinerea dezvoltării sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii, conform strategiilor şi programelor aprobate de Guvern;

b) analiza sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii, determinarea necesităţilor, problemelor şi riscurilor ce afectează dezvoltarea întreprinderilor micro-, mici şi mijlocii şi formularea recomandărilor pentru soluţionarea acestora;

c) înaintarea către Ministerul Economiei a propunerilor privind necesităţile sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii, cerinţele şi preferinţele acestuia;

d) promovarea dialogului public-privat în procesul implementării politicii de stat de susţinere a dezvoltării sectorului ÎMM;

e) asigurarea accesului ÎMM la ﬁnanţare;

f) dezvoltarea infrastructurii de suport a sectorului ÎMM;

g) dezvoltarea reţelei de prestatori ai serviciilor de suport în afaceri pentru întreprinderile micro-, mici şi mijlocii;

h) dezvoltarea culturii şi spiritului antreprenorial, în special la tineri şi femei

***Activităţi curente ODIMM:***

* Acordarea garanţiilor prin intermediul Fondului de Garantare a Creditelor (FGC);
* Implementarea programului de consultanţă şi instruire „Programul Naţional de Abilitare Economică a Tinerilor (PNAET)”;
* Implementarea programului de instruire continuă „Gestiunea Eﬁ cientă a Afacerilor” (GEA); - Implementarea Programului de Atragere a Remitenţelor în Economie “PARE 1+2”;
* Dezvoltarea şi administrarea reţelei Incubatoarelor de Afaceri.

Pe lîngă programele de stat există şi asociaţiile de business din Republica Moldova care au scopul de a susţine ÎMM-le şi de a colabora cu acestea şi le promova interesele acestora.

În prezent activează Confederaţia Naţională a Patronatului din Republica Moldova a cărui misiune este:

* Realizarea unui organism comun al patronatelor pentru reprezentarea unitară a mişcării patronale;
* Promovarea şi apărarea intereselor legitime ale membrilor în relaţiile cu autorităţile publice, cu sindicatele şi cu alte persoane juridice;
* Realizarea unui dialog permanent cu Guvernul şi cu organizaţiile sindicale la nivel naţional de interes economic general, inclusiv prin participarea la elaborarea şi avizarea proiectelor de acte legislative şi normative, care privesc activităţile patronale şi interesele mediului de afaceri;
* Promovarea la nivel naţional, în cooperare cu celelalte structuri asociative patronale, a principiilor dezvoltării economice durabile, ale progresului social, al economiei de piaţă într-un climat de concurenţă loială;
* Susţinerea măsurilor privind dezvoltarea micului business şi a întreprinderilor individuale;
* Consolidarea şi păstrarea stabilităţii sociale, asigurarea sănătăţii şi securităţii în muncă.