

© Editura EIKON

București, Calea Giulești 333, Sector 6  
cod poștal 031310, România

Difuzare / distribuție carte: tel/fax: 021 348 14 74  
mobil: 0733 131 145, 0728 084 802  
e-mail: difuzare@edituraeikon.ro

Redacția: tel: 021 348 14 74  
mobil: 0728 084 802, 0733 131 145  
e-mail: contact@edituraeikon.ro  
web: www.edituraeikon.ro

Editura Eikon este acreditată de Consiliul Național  
al Cercetării Științifice din Învățământul Superior (CNCSIS)

Descrierea CIP este disponibilă  
la Biblioteca Națională a României

ISBN: 978-606-49-0182-8

DTP: Mihăiță Stroe

Editor: Valentin Ajder

Dr. Ec. Cristina Chiriac

Dr. Ec. Adriana Ungureanu

Expert contabil Silvia Daniela Pohrib

# EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ

ȘCOALA DE BUSINESS

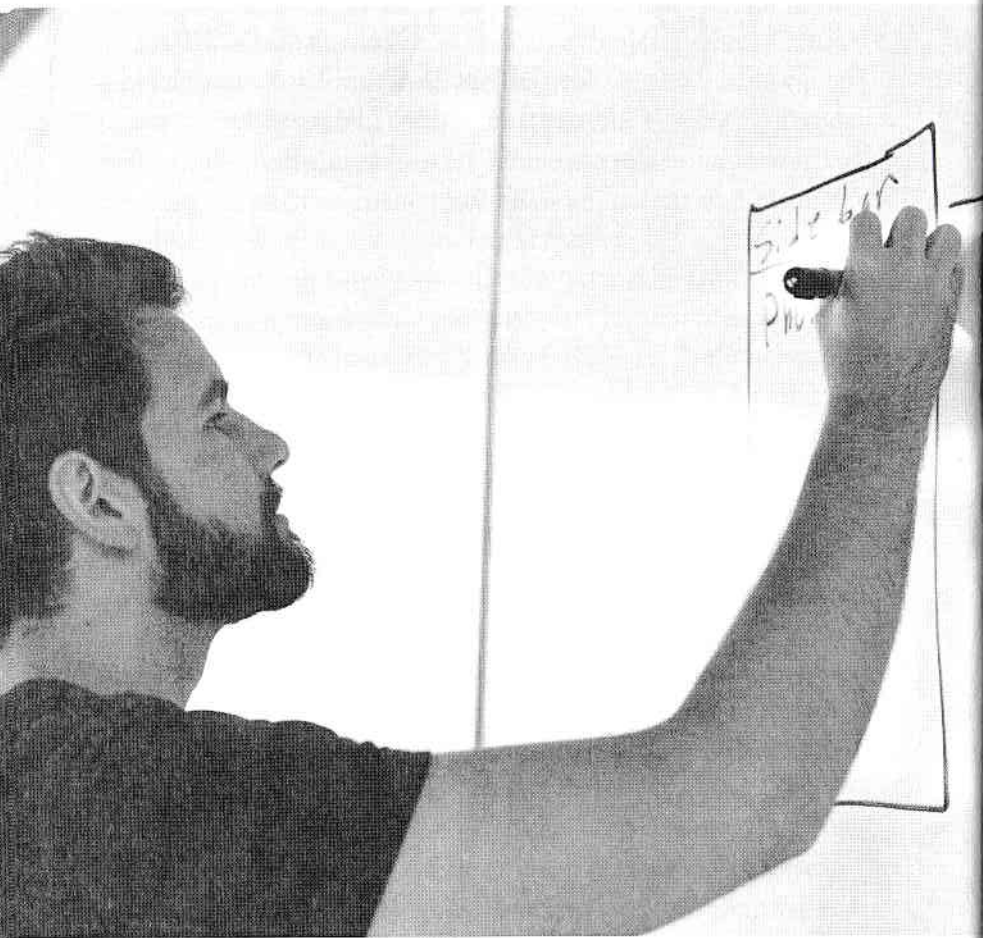
*Cuvânt înainte  
de Gheorghe Ialomițianu*

E I K O N

București, 2019

## CUPRINS

<i>Cuvânt înainte</i>	5
Școala de business – Educație antreprenorială	9
I. Introducere în universul antreprenorial	19
II. Necesitatea cunoașterii bazei legislative: condiția sine-qua-non de funcționare a unei firme	61
III. Documentele obligatorii utilizate în cadrul unei firme	99
IV. Aritmetica afacerilor Calculații de preț – buget – planul de afaceri	127
V. Explorări în universul micilor afaceri	169
VI. Antreprenoriatul între etică și responsabilitate socială	227
Antreprenoriatul - un stil de viață	257
<i>Bibliografie</i>	271



## ȘCOALA DE BUSINESS – EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ

Ne naștem sau devenim oameni de afaceri? Iată o întrebare care întâmpină păreri diferite, cert este că cine se naște cu talent în afaceri este nevoit să respecte regulile pe baza cărora acestea funcționează, iar cine se străduiește să devină, depune eforturi pentru a desluși tainele unui domeniu fascinant, dar coordonat de reguli multiple și complexe. Se pare că în ambele cazuri educația este punctul de convergență, iar creativitatea determină diferența dintre talent și perseverență și de aici doar cerul este limita.

Se spune că educația de afaceri este firavă, că în universitățile economice se predă după metode și teorii din afara timpului modern. Realitatea demonstrează că societatea se mișcă cu așa o grabă încât învățământul a rămas parcă în urmă și se bazează doar pe informații și cunoștințe, în timp ce vremurile noi cer atitudine și deprindere<sup>2</sup>. În prezent, între învățământ și lumea afacerilor există o fisură care se tot adâncește, întrucât școala menține în continuare predarea anostă și învățarea mecanică, iar tehnologia Internetului suplinește cu succes și uneori face inutile cursurile de la catedră (Ex cathedra). Este tot mai evident că metodele din învățământ se cer readaptate la necesitățile

<sup>2</sup> Simona Baciu (2018) – Viziunea comună între educație și mediul de afaceri extras de la <https://www.forbes.ro/viziunea-comuna-intre-edu-tie-si-mediul-de-afaceri-129183>

Respect pentru oameni și țări  
societații, inclusiv ale

mediului de afaceri, dar aceasta presupune o gândire integrată, măsuri de schimbare, uneori radicale și puțini sunt dispuși să-și asume acest rol „sinucigaș” – indiferent cât de bune s-ar dovedi măsurile în timp, oamenii sunt reticenți la nou și îl privesc ca pe ceva rău, care le dăunează, în consecință, cei care inițiază măsuri sunt condamnați la blamare.

Cu toate acestea, oamenii activi în lumea afacerilor învață continuu din surse extrauniversitare, dar și unii de la alții, construind comunități închegate, prin care realizează schimb de idei și se împărtășesc experiențe, implicându-se direct în procesul de schimbare, fiecare încercând să-și aducă propria contribuție la o viață antreprenorială mai bună.

În acest fel s-a născut și „Școala de Business”, un concept ce reunește oameni implicați în lumea afacerilor - cadre universitare, voluntari - dispuși să contribuie la o educație de afaceri mai bună și eficientă, **dedicată antreprenorilor începători**, prin care să ofere informații utile menite să-i inspire și să le insufle curajul de a-și exploata cu încredere talentul și pasiunea, într-un mod legal și etic. Pentru început oferim acest suport intitulat „Educație antreprenorială”, în care compilăm idei culese din literatura consacrată dedicată afacerilor, pe care le inserăm într-un mod accesibil alături de aspecte esențiale din legislația dedicată afacerilor, precum și exemple concrete, studii de caz și cercetări de ultimă oră.

**Scopul principal al acestei oferte educative este acela de a crea o cultură antreprenorială în conformitate cu vremurile actuale, de a cunoaște universul antreprenorial din perspectiva financiară, în conexiune cu baza legislativă necesară funcționării oricărui tip de afaceri aflate la început de drum, cultivând totodată și necesitatea implicării sociale.**

Încă de la început dorim să atragem atenția asupra faptului că nu urmărim să oferim o imagine idilică bazată pe filozofii utopice de genul „dacă vrei poți” ori „visele întotdeauna devin realitate”, dimpotrivă, ne asumăm cu toată sinceritatea credința că în lumea afacerilor dorințele pot fi realizabile, posibile, adaptabile, revizuite radical sau chiar date uitării și create altele noi, viabile.

Cât de ușor se fac afaceri în România? Este o întrebare la care studiile<sup>3</sup> au arătat că în anul 2018 țara noastră ocupa locul 45 la nivel mondial și 19 la nivel european în privința modului în care se fac afacerile. Deși statistica nu este descurajatoare, realitatea demonstrează că în cele mai multe țări din UE, educația antreprenorială nu se învață în școală, ci există un ADN antreprenorial pe care oamenii îl moștenesc din generație în generație și pe care știu să-l exploateze. În țările dezvoltate există cultura conform căreia o economie sănătoasă se bazează pe antreprenariat și mai ales pe întreprinderile mici și mijlocii, care produc, conform statisticilor europene, cele mai multe locuri de muncă în economie. Din nefericire, cei 50 de ani trăiți de noi în comunism sunt explicația faptului că nouă ne lipsește acest ADN antreprenorial, de aceea ar trebui compensat printr-un proces de educație specific.

**Principalul motiv** care ne-a determinat să lansăm seria suporturilor educative antreprenoriale a fost **depistarea necesității difuzării unor informații concentrate** menite a facilita odiseea începătorului printre meandrele legislative, financiar-contabile și împărtășirea unor experiențe reale, care pot servi

<sup>3</sup> Raportul Doing Business 2018 - care analizează mediul de afaceri prin prisma a 11 caracteristici referitoare la modul cum se desfășoară afacerile în 190 de țări - sintetizat de Vera Iurcu în articolul „Cât de ușor e să faci afaceri în România”, extras de la <https://start-up.ro/studiu-global-cat-de-usor-e-sa-faci-afaceri-in-romania/>

drept învățăminte. Pe aceste idei se bazează și structura lucrării de față - care poate fi asimilată din punct de vedere lingvistic cu „manual”, „ghid”, „îndrumar” etc. - a cărei noutate constă în faptul că depășește limitele teoretice, încercând să aducă informații concrete prin trimiteri la legi, documente cu imagini și planificări necesare funcționării unei entități economice, precum și exemple reale sau (pe alocuri) ipotetice.

Pornim de la premisa că micul antreprenor nu dispune de timp suficient pentru a pătrunde în labirintul teoriilor economice, are doar nevoie să știe clar ce are de făcut și mai ales cum, eventual să știe unde să caute. **Mesajul** pe care ne străduim să-l transmitem este acela de a **convinge asupra importanței de a funcționa pe baza unor planificări prin bugete și a unei atitudini corecte (față de sine și parteneri), prin disciplină, respectarea unor promisiuni, termene și obligații impuse de lege sau asumate verbal ori prin contracte.**

Această lucrare este menită să-i sprijine pe cei care dispun de idei frumoase și utile, dar care nu știu cum să facă în așa fel încât să le transforme în bani și să ajungă să trăiască pe baza acestora. Sperăm să fi realizat o culegere de informații și recomandări, o invitație la un mod de lucru conștient, disciplinat și ordonat. Din păcate, nicio carte despre afaceri nu poate suplini practica, creativitatea și capacitatea de a surprinde o realitate economică în mod integrat, dar poate fi o sursă de inspirație, care să trezească instinctul organizatoric și, de ce nu, talentul individual managerial.

Vom străbate cinci capitole la capătul cărora sperăm să convingem că lumea afacerilor poate fi accesibilă oricui își dorește s-o cunoască, dar înainte de toate, se cuvine să introducem cititorul în acest univers și să-l familiarizăm cu tot ceea ce presupune.

Așadar, în **primul capitol** ne-am propus să realizăm o scurtă istorie a antreprenoriatului de pretutindeni, dar și de la noi din

țară, subliniind rolul întreprinzătorului în evoluția societății umane, necesitatea adaptării acestuia la dinamica schimbării, precum și urmărirea tendințelor în materie de afaceri. Milităm pentru educație prin implicare și experimentare continuă a tinerii generații, aducem clarificări asupra conceptului de proprietate, realizăm un profil al antreprenorului român și, din spirit de sinceritate prezentăm nemulțumirile acestuia și revenim apoi din nou la necesitatea educației antreprenoriale, prin cultivarea inovației și a creativității.

În cel de-**al doilea capitol** am încercat familiarizarea cititorului într-un mod accesibil cu baza legislativă necesară funcționării oricărui tip de afaceri, care constituie așa-zisa „biblie” a activității de antreprenoriat și care cuprinde aspecte esențiale cu privire la legile înființării și funcționării unui IMM, obligația de a avea evidență contabilă reglementată de Legea Contabilității, precum și câteva prevederi ale Codului Fiscal. Astfel, venim în sprijinul antreprenorului să decidă în alegerea formei juridice potrivite, să știe ce obligații are în furnizarea unor informații, în evidența contabilă, în raportările periodice, plata impozitelor, ce indicatori să urmărească pentru o bună funcționare a activității sale.

Cel de-**al treilea capitol** reprezintă o sinteză a tuturor documentelor esențiale necesare în activitatea oricărei firme, indiferent de stadiul ei de dezvoltare. Am încercat să surprindem tot ce are nevoie un antreprenor pentru a avea angajați (pentru că dezvoltarea sănătoasă a unei firme presupune a delega sarcinile și a crea locuri de muncă) ce are nevoie pentru a vinde corect, cum înregistrează fluxul de lichiditate al firmei, cum se aprovizionează, produce sau vinde. Scopul urmărit este acela de a-l familiariza cu toate documentele care îl ajută pe antreprenor să țină situația propriei afaceri sub control, monitorizând zona de investiții și cheltuieli.

Dacă primele trei capitole sunt „tehnice”, următoarele două devin didactice.

Jon Moulton (unul dintre campionii mondiali în materie de redresare economică) spunea într-unul dintre interviurile sale că singurul sfat pe care îl poate da pentru a rezista în afaceri este acela de a urmări cifrele; cine nu urmărește cifrele în afaceri rămâne mereu în pierdere. În opinia sa, nu se poate reuși fără un grad ridicat de abilitate financiară. Iată de ce **abordarea aspectelor financiare** este prezentă în cel de-al **patrulea capitol**, cu toate că această deprindere se dobândește numai prin dezvoltarea capacității de înțelegere a modului cum circulă banii, mai precis, se referă la setul de competențe și cunoștințe care permite unei persoane să ia decizii eficiente și bazate pe informații, în privința resurselor financiare, având ca scop potențarea lor ori acoperirea unor obligații sau pur și simplu motivații ce țin de propriul raționament sau interes.

Într-o economie de piață, raportul dintre cerere și ofertă este cel care influențează hotărâtor evoluția economică și a societății. În realitate însă, concurența, competiția între agenții economici și consumatorii care participă la activități de piață reprezintă factorul cel mai important pentru succesul sau eșecul unei afaceri. Concurența reprezintă o confruntare specifică între agenții economici (care desfășoară același gen de activitate – similară (cu produse sau servicii identice) sau substituenți (cu produse sau servicii înlocuitoare) și influențează nivelul profitului obținut de agenții economici care operează într-un anumit domeniu de activitate. Concurența poate reduce veniturile și crește riscul ca o firmă să rămână fără cash (bani lichizi). Natura competitivă a pieței unui produs sau serviciu poate afecta numărul și puterea financiară a potențialilor cumpărători, ceea ce, în termeni specifici, s-ar numi „lichiditatea” unui domeniu de activitate. Astfel, structura și deciziile de finanțare ale acestuia

se condiționează reciproc. Intensitatea competiției poate afecta prețul finanțării. În general, este bine de știut că domeniile de activitate care aduc profituri mici nu motivează investitorii, iar firmele ce operează în industrii competitive plătesc mult mai mult pentru a intra pe piață decât firmele ce operează în celelalte industrii. Dacă firmele ratează oportunități de investiții, se creează loc liber unui alt competitor, care dispune de resursele necesare penetrării pe piață. Odată lansată activitatea, începe lupta pentru câștigarea unei poziții și apoi menținerea ei sau, de ce nu, demararea unui proces de dezvoltare. *Indiferent de scopul vizat, esența oricărui tip practic de economie de piață este obținerea de profit în urma proceselor economice de vânzare sau cumpărare de pe piața respectivă.*

Revenind la citatul lui Moulton de mai sus, vom spune că *menirea aspectelor financiare este aceea de a veni în sprijinul antreprenorului aflat la început de drum să învețe cum să-și organizeze afacerea în așa fel încât cifrele să-l îndrume spre obținerea unui profit care să-i încununeze întregul efort.* Iată de ce în cel de-al **cincilea capitol** ne-am gândit că exemple din lumea reală prin studii de caz, elaborarea unui buget și redactarea unui plan de afaceri sunt binevenite, unde sunt prezente aspecte legate de concurență, cum influențează aceasta prețurile și planificarea afacerilor.

În cel de-al **șaselea capitol** am considerat important accentul pe latura socială a educației antreprenoriale, prin aducerea în prim plan a unor concepte esențiale, cum ar fi etică, lobby, trafic de influență, dar și prin două cercetări esențiale care vizează conectivitatea mediului antreprenorial din România la întreaga societate; primul studiu urmărește surprinderea gradului de deschidere al cetățenilor spre mediul antreprenorial, cum se oglindește acesta în ochii celor care aspiră la o activitate individuală, în timp ce al doilea studiu reprezintă un manifest

prin care mediul de afaceri trage un semnal de alarmă guvernanților referitor la viitorul forței de muncă.

Având în vedere toate cele prezentate până acum, suntem în măsură să concluzionăm:

**Ce este această carte?**

O culegere de informații și recomandări, o invitație la un mod de lucru conștient și disciplinat.

**Ce nu este această carte?**

Din păcate, nicio carte despre afaceri nu poate suplini practica, creativitatea și capacitatea de a surprinde o realitate economică în mod integrat, dar poate fi o sursă de inspirație, care să trezească instinctul organizatoric și, de ce nu, talentul individual managerial.

Iar acum nu ne rămâne decât să dovedim valabilitatea propriilor noastre afirmații. Așadar să purcedem!