

ÎNȚREPRINZĂTORUL – PROMOTORUL AFACERILOR

Noțiunea de "întreprinzător" provine din cuvântul francezesc "entreprendre", care înseamnă a întreprinde, a se apuca de făcut ceva, a se angaja în ceva. În decursul timpului, aceasta noțiune a avut diferite semnificații. Iată care sunt câteva dintre acestea.

Perioada timpurie. În timpurile mai vechi, întreprinzătorul tipic putea fi găsit în rândul militarilor și negustorilor. În acel timp, războaiele se purtau adesea din motive economice. Conducătorii militari, asumându-și riscuri considerabile, printr-o strategie de succes puteau obține câștiguri substanțiale. Negustorii acelor timpuri își riscau și ei averile. De multe ori negustorul și aventurierul puteau fi găsiți în aceeași persoană. Marco Polo, de exemplu, a fost un aventurier care a căutat să stabilească rute comerciale spre Extremul Orient. Negustorul-aventurier își asuma riscul fizic și emoțional al unei asemenea acțiuni, iar capitalistul pe cel economic. La sfârșitul misiunii, capitalistul primea 75% din câștig, iar negustorul restul.

Evul mediu. Datorită faptului că în evul mediu comerțul era considerat un act degradant și a restricțiilor impuse de biserică asupra ofertei de capital, întreprinzătorul tipic era un cleric. Acesta avea ca însărcinare construirea de mari lucrări arhitecturale, precum castele și fortificații, clădiri publice, mănăstiri și catedrale. Angajat în asemenea proiecte uriașe, întreprinzătorul nu își asuma nici un risc, ci mai degrabă era un conducător de proiect ce folosea resursele furnizate de cele mai multe ori de guvern.

Secolul al XVII-lea. Întreprinzătorul din secolul al XVII-lea era persoana care încheia un aranjament contractual cu guvernul pentru a presta un serviciu sau a achiziționa un anumit produs, asumându-și riscul unei astfel de tranzacții. În Anglia, speculatorii de pământ și fermierii erau considerați întreprinzători.

Secolul al XVIII-lea. Rolul întreprinzătorului în teoria economică este recunoscut pentru prima dată în acest secol. Richard Cantillon, economist francez, a asociat asumarea riscului în economie cu întreprinzătorul.

În aceeași perioadă, în Anglia are loc revoluția industrială, proces în care întreprinzătorul avea un rol vizibil în asumarea riscului și transformarea resurselor. Termenul de "aventurier", asociat întreprinzătorului, a lăsat treptat locul celui de "undertaker" - întreprinzător, despre care Adam Smith a scris că a devenit sinonim cu omul de afaceri obișnuit.

Tot în această perioadă întreprinzătorul a fost deosebit de capitalist. Multe invenții din perioada revoluției industriale nu ar fi fost posibile fără sprijinul persoanelor care dețineau capital, însă nu aveau un spirit întreprinzător. Thomas Edison, de exemplu, pentru a realiza experimentele în domeniul electricității și chimiei a recurs la diverse surse private de capital.

Secolul al XIX-lea. Întreprinzătorul a fost privit în acest secol mai mult din perspectivă economică. El nu era deosebit, de regulă, de manager. Pentru prima dată în literatura economică activitatea antreprenorială devine în mod virtual sinonimă cu managementul, în sensul contemporan al cuvântului. După economistul francez J.B. Say, întreprinzătorul este un supraveghetor și un administrator. Subliniind calitățile necesare unui întreprinzător, Say afirmă: "Întreprinzătorului i se cere o combinație de calități morale, judecată, perseverență și cunoașterea lumii și a afacerilor.

În Anglia, termenul de "undertaker" a dobândit, din motive încă neclare, semnificația de antreprenor de pompe funebre, termenul de "capitalist" înlocuindu-l pe cel de "undertaker".

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

În Germania se face distincție între întreprinzător și manager. “Întreprinzătorul este supus grijilor și agitației specifice lumii afacerilor; el nu doarme nopți întregi, preocupat de gândul de a evita eșecul. În schimb, managerul, dacă a lucrat bine în timpul zilei și este și el obosit, poate dormi profund, fără griji, cu conștiința datoriei împlinite”. Și în S.U.A. se acordă atenție începând din acest secol întreprinzătorului. Acesta este diferit de capitalist și considerat “agentul principal de producție”.

Secolul al XX-lea. În secolul al XX-lea, întreprinzătorul a devenit sinonim sau cel puțin asociat cu întreprinderea liberă și capitalismul. El este recunoscut ca fiind un agent al schimbării. Întreprinzătorul este o persoană creativă, cu idei inovatoare de afaceri, care contribuie la creșterea și profitabilitatea întreprinderii.

Definiția întreprinzătorului. Nu există o definiție acceptată unanim privind întreprinzătorul. Unii autori consideră că întreprinzătorul este persoana care își asumă responsabilitatea identificării și obținerii resurselor necesare înființării unei afaceri, accentul punându-se în acest caz pe procesul de inițiere a unei afaceri. Alți autori consideră că întreprinzătorul este cel care gestionează resursele necesare inițierii și/sau dezvoltării afacerilor care se concentrează pe inovație și elaborarea de noi produse sau servicii. Potrivit acestei definiții, întreprinzător este cel ce nu doar înființează o afacere, ci are și spirit inovativ.

Întreprinzătorul este persoana care inițiază și derulează o acțiune, asumându-și riscurile asociate inovării, în schimbul unor satisfacții materiale sau personale.

Această definiție subliniază patru **aspecte esențiale ale întreprinzătorului.**

În primul rând, întreprinzătorul este persoana ce inițiază și derulează o acțiune. El este un inițiator în domeniul său de activitate. Cel mai larg domeniu de manifestare al întreprinzătorului este cel economic.

În al doilea rând, întreprinzătorul își asumă riscurile derivate din acțiunea sa. Aceste riscuri pot fi financiare, psihice sau sociale.

În al treilea rând, întreprinzătorul este un inovator. El realizează mereu combinații noi ale lucrurilor existente. În unele situații, el este chiar inventator.

În ultimul rând, întreprinzătorul poate avea satisfacții în munca sa. Acestea pot fi de ordin material, psihologic, moral sau social.

FACTORI CARE INFLUENȚEAZĂ DEZVOLTAREA ANTREPRENORIALITĂȚII

Factori macroeconomici

Dezvoltarea sau inhibarea antreprenorialității se poate datora unor factori macroeconomici, obiectivi, asupra cărora întreprinzătorul nu poate acționa. Acestea sunt.

a. **Evoluția generală a economiei.** Fiecare economie are faze de creștere și de declin. În fazele de creștere afacerile prosperă și se dezvoltă. În fazele de recesiune îndeosebi firmele noi și cele mici sunt puternic afectate, deoarece sunt mult mai sensibile la aceste fluctuații ale economiei.

b. **Inflația.** Într-o economie cu o inflație scăzută afacerile prosperă, rata profitului fiind frecvent peste cea a inflației. În economiile inflaționiste, inflația produce serioase probleme în lumea afacerilor. Creșterea costurilor materiale și a celor cu forța de muncă măresc sensibil cerințele de capital circulant. Dacă perioada inflaționistă persistă, unele firme pur și simplu nu mai pot face față acestui fenomen, datorită concurenței și a controlului foarte redus asupra prețurilor.

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

c. **Rata dobânzii.** Dacă rata dobânzii este scăzută, împrumuturile se acordă în condiții avantajoase pentru întreprinzător. Când rata dobânzii este foarte ridicată, firmele care apelează la împrumuturi financiare sunt foarte vulnerabile. Rata înaltă a dobânzii afectează îndeosebi numerarul, ceea ce pentru multe firme poate însemna eșecul. Unul dintre motive este că firmele noi se confruntă cu problema expansiunii, în condițiile în care nu au capital suficient. Ratele crescânde ale dobânzii tind de asemenea să reducă activul net, dacă împrumuturile au o pondere ridicată.

De asemenea, rata ridicată a dobânzii stimulează mai degrabă economisirea, prin depunerea banilor la bănci și nu implicarea în afaceri, întrucât puține sunt domeniile în care se poate obține o rată a profitului mai ridicată decât rata dobânzii.

d. **Accesul la capital.** Existența unor programe de finanțare a afacerilor facilitează dezvoltarea antreprenoriatului. Totuși, întreprinzătorul are dificultăți în a accede la capital, în special în fazele de început ale afacerii. De cele mai multe ori băncile preferă să acorde împrumuturi firmelor mari, stabile, întreprinzătorul trebuind astfel să se bazeze în mare măsură pe resursele interne ale firmei. În plus, firmele mici, prin natura lor, nu pot avea acces la surse externe de capital, cum ar fi emisiunea de acțiuni sau obligațiuni. De asemenea, inflația reduce tendința de economisire și în acest fel fondurile disponibile pentru afaceri se diminuează și ele.

e. **Reglementările guvernamentale.** Reglementările guvernamentale au un impact deosebit asupra dezvoltării antreprenoriatului. Multe din reglementările guvernamentale diminuează însă șansa de supraviețuire în afaceri. Impactul acestor reglementări este cu mult mai mare asupra firmelor noi și a celor mici.

Factori microeconomici care dezvoltă sau inhibă antreprenoriatul.

a. **Competența antreprenorială.** În cele mai multe afaceri noi principala cauză a eșecului o reprezintă incompetența antreprenorială. Mulți întreprinzători nu au pur și simplu calitățile necesare derulării unei afaceri. Ei fac greșeli majore pe care un întreprinzător experimentat, bine pregătit le sesizează ușor și le evită.

În mod ideal, întreprinzătorul potențial trebuie să aibă deprinderi în domeniul producției, financiar, aprovizionare și vânzări. Lipsa deprinderilor în aceste domenii critice poate duce la eșec.

b. **Controlul financiar.** Pentru ca întreprinzătorul să aibă succes, el trebuie să instituie un control financiar adecvat și aceasta pentru că marja erorilor este foarte redusă, în special în faza inițială a afacerii. Sănătatea financiară a firmei este pândită de trei pericole: insuficiența capitalului, o politică de credit necorespunzătoare și investiții exagerate în fonduri fixe.

c. **Controlului stocurilor.** Dintre toate responsabilitățile antreprenoriale, controlul stocurilor este cel mai neglijat. Aceasta poate duce la nemulțumirea clienților și în final pierderea clientelei. Întreprinzătorul nu numai că poate avea stocuri prea mari, dar și structura acestora poate fi necorespunzătoare. Multe din articole pot fi domodate sau depreciate, ceea ce duce la diminuarea capitalului de lucru. Un control roguos al stocurilor evită acest lucru.

d. **Planificarea.** Schimbările rapide de pe piață impun elaborarea unor strategii adecvate. Planurile bine elaborate permit întreprinzătorului să obțină avantaje superioare din oportunitățile ce apar și să prevină unele dificultăți ce ar putea apare. Planificarea nu înseamnă pur și simplu a gândi despre viitor. Fără planificare, gestiunea creșterii devine foarte dificilă, iar profiturile scad. Prin omisiunea planificării, întreprinzătorul își poate pune speranțe nejustificate de optimiste în afacere, ceea ce se poate transforma în iluzie.

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

e. **Amplasarea.** Pentru unele afaceri amplasarea este critică. Se afirmă chiar că cei trei factori de succes în afaceri sunt amplasarea, amplasarea și ... amplasarea. Adesea însă amplasarea este aleasă pur și simplu pentru faptul că s-a găsit un loc disponibil, fără un studiu prealabil. Această eroare poate duce la pierderi considerabile în special în comerțul cu amănuntul. În amplasarea unei afaceri trebuie luați în considerare doi factori: costul amplasării și volumul de vânzări aferent.

f. **Activitatea de marketing.** Vânzările reprezintă succesul oricărei afaceri. Din păcate, unii întreprinzători au falsă impresie că produsele sau serviciile se vând singure. Ei nu agreează ideea că trebuie făcute eforturi pentru ca produsul sau serviciul să fie vândut. Adevărul este însă că puține produse se vând singure. Un plan de marketing bine întocmit este esențial pentru conștientizarea consumatorilor. Reducerea prețurilor nu poate înlocui amplasarea neadecvată, iar reclama nu va vinde un produs învechit.

g. **Factorul uman.** Salariații experimentați contribuie din plin la succesul afacerii. Mulți întreprinzători însă au probleme serioase cu personalul. Ei se plâng de calitatea lucrului prestat, absentism, pauze lungi și dese și refuzul salariaților de a urma instrucțiunile. Salariații nemulțumiți nu numai că pierd timpul și risipesc resursele firmei, dar îndepărtează și clienții. Cercetările arată că aproximativ 70% din clienți sunt pierduți datorită serviciilor de slabă calitate și indiferenței salariaților.

h. **Evidența financiar-contabilă.** Deși ținerea defectuoasă a evidenței financiar-contabile crează serioase dificultăți întreprinzătorilor, introducerea unui sistem de contabilitate corespunzător este adesea trecută cu vederea. Chiar și condițiile în care un contabil cunoscător instituie un sistem financiar-contabil eficient, întreprinzătorul trebuie să înțeleagă informațiile financiare respective și să fie capabil să le utilizeze în luarea deciziilor.

i. **Atitudinea.** Fără o atitudine corespunzătoare în afaceri, întreprinzătorul nu va avea succes. Succesul presupune un volum de muncă deosebit și mari sacrificii. De asemenea, implicarea în prea multe activități care nu au legătură cu afacerea poate fi foarte dăunătoare. Un alt aspect deosebit de important îl constituie comportamentul etic. Cei care înșeală vor câștiga doar pe termen scurt și nu de multe ori. Cheltuirea unor sume nejustificat de mari fie pe lucruri care satisfac doar orgoliul întreprinzătorului (mobila, mașină luxoasă etc.), fie pentru familie pot de asemenea ruina afacerea.

j. **Frauda și dezastrul.** Multe firme suferă eșecuri datorita fraudei și dezastrului. Frauda se poate datora furturilor clienților, furturilor salariaților, spargerilor. Cea mai obișnuită formă de fraudă o reprezintă furturile clienților. Salariații pot fura din diferite motive: deprinderi costisitoare, lăcomie, tentație, prilej, ciudă pe întreprinzător, impresia că nu sunt plătiți suficient. Spargerile reprezintă cel mai mare pericol pentru întreprinzători. Printr-o politică managerială și de asigurare adecvată aceste fraude pot fi eliminate sau cel puțin diminuate. Dezastrurile sunt evenimente naturale neprevăzute: inundații, furtuni puternice, grindină. Întreprinzătorul poate evita efectul catastrofal al acestor evenimente asupra afacerii doar prin asigurarea bunurilor firmei.

A. Avantajele cumpărării unei afaceri existente

Există suficiente argumente pentru a cumpăra o afacere deja existentă. Cele mai importante le redăm în continuare.

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

a.Continuitatea. Avantajul esențial al cumpărării unei afaceri existente îl reprezintă continuitatea activității. Furnizorii sunt cunoscuți, clienții știu foarte bine ce oferă afacerea. Acest lucru reprezintă un atu deosebit de important în comerț și servicii. În servicii, de exemplu, clienții pot să nu-și dea seama niciodată că firma a fost cumpărată. Dacă numele și localul rămân neschimbate, clienții pot crede că s-au făcut doar ceva schimbări de personal. De regulă, clienții nu cunosc cine deține afacerea și nici nu sunt preocupați de acest lucru atât timp cât produsele și serviciile sunt disponibile.

b.Imagine formată. Unei firme de succes îi trebuie câțiva pentru a-și forma o imagine favorabilă. Această imagine este adesea denumită “goodwill” și mărește șansele de succes ale cumpărătorului. De regulă, imaginea este asociată cu numele firmei. Dacă firma și-a creat o imagine prin calitatea superioară a produselor și serviciilor, atunci este logic să se cumpere și numele firmei.

c.Amplasament corespunzător. Firmele existente au adesea o foarte bună amplasare întrucât vechiul întreprinzător a avut posibilitatea de a alege dintr-un număr mai mare de variante decât sunt posibile în prezent. Specialiștii în marketing afirmă că există doar trei factori importanți în succesul unei afaceri cu amănuntul “ amplasamentul, amplasamentul și amplasamentul”. Deși oarecum exagerată, această afirmație reliefează faptul că amplasarea este un factor deosebit de important în succesul unei afaceri. Dacă firma este amplasată într-o zonă bună, este de preferat cumpărarea afacerii.

d.Relații cu furnizorii stabilite. Cumpărătorul unei afaceri existente nu trebuie să facă o evaluare a posibilităților de aprovizionare. Întreprinzătorul precedent a încheiat deja contracte de aprovizionare, pe care cumpărătorul numai le preia.

e.Personal calificat. Cumpărătorul nu trebuie să recruteze, selecteze și instruiască salariații care lucrează în afacere. Vânzătorul a avut grijă de acest lucru. Salariații reprezintă adesea cel mai important activ al firmei, în special imediat după cumpărare.

f.Sistem de control prestabilit. Vânzătorul unei afaceri a introdus deja un sistem financiar, contabil și de evidență pentru derularea normală a activităților. Cumpărătorul nu are de făcut decât cel mult unele ajustări la sistemele existente.

g.Previziuni pe baza unor date reale. O afacere existentă are elaborate situații financiar contabile pe diferite perioade de timp. Acest fapt permite elaborarea unor previziuni mai realiste.

h.Finanțare mai accesibilă. Deși suma necesară cumpărării poate fi ridicată, creditorii sunt în general mai dispuși să ofere împrumuturi unei firme existente decât unei firme noi. Aceasta în special pentru că firmele existente au disponibile informații financiar contabile privind evoluția firmei în anii precedenți.

i.Posibilitatea cumpărării la un preț de chilipir. Uneori afacerile sunt vândute la un preț mai mic decât valorează. Această posibilitate dă un ultim avantaj al cumpărării în loc de a iniția o afacere. Evident, nu toate afacerile se vând la prețuri mai mici. Unele sunt vândute la prețuri normale, altele vor fi supraevaluate. Șansa ca o afacere să fie vândută la un preț mai mic depinde de motivele vânzării afacerii și de modul în care este realizată vânzarea. Printre motivele de vânzare ale unei afaceri la un preț mai redus sunt: problemele de sănătate, schimbări bruște în viața personală etc. De asemenea, dacă vânzătorul se grăbește să “scape” cât mai rapid de afacere, o va vinde la un preț mai mic.

j.O singură tranzacție financiară. Cumpărarea unei afaceri presupune doar o singură tranzacție financiară. Nu este necesară încheierea de contracte noi cu furnizorii, clienții, salariații, instituțiile financiare. Totul se reduce la încheierea contractului de vânzare-cumpărare.

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

B. Dezavantajele cumpărării unei afaceri existente

În cumpărarea unei afaceri unele avantaje pot deveni și dezavantaje. De aceea, fiecare afacere trebuie evaluată în mod diferit. Printre dezavantajele cumpărării unei afaceri existente mai imporante sunt:

a. Inexistența unei afaceri de vânzare. Găsirea unei afaceri de vânzare poate fi uneori extrem de dificilă. Dacă se dorește o afacere într-un domeniu specific de activitate și o zonă geografică anume găsirea este și mai dificilă. În acest fel potențialul întreprinzător nu are decât trei alternative: să cumpere o afacere nedorită, să inițieze o afacere sau să aștepte până când va găsi afacerea potrivită.

b. Imagine nefavorabilă. Uneori afacerea în sine sau întreprinzătorul pot avea o imagine nefavorabilă. Schimbarea acesteia cere timp. Noul întreprinzător va avea de a face, cel puțin la început, cu scepticismul clienților și, poate, al furnizorilor.

c. Echipamente învechite și stocuri demodate. Echipamentele cumpărate pot fi învechite, defecte sau ineficiente. Înlocuirea și repararea lor poate fi costisitoare. De asemenea, stocurile pot fi demodate, prost alese sau cu o mișcare lentă.

d. Dificultăți privind personalul. Odată cu afacerea este preluat și personalul. O parte din acesta poate să nu corespundă cerințelor de lucru ale noului întreprinzător. Unul din motivele vânzării afacerii îl poate constitui faptul că vechiul întreprinzător a înființat afacerea cu salariații existenți, care i-au devenit foarte apropiați și pe care nu îi poate concedia din motive sentimentale, deși randamentul lor poate fi substanțial redus. Schimbările introduse de noul întreprinzător îi pot nemulțumi și chiar înverșuna. Un alt aspect negativ îl poate constitui faptul că salariații de bază pot părăsi afacerea. Acest lucru poate avea urmări extrem de neplăcute în special în domeniul serviciilor, unde este foarte greu de separat serviciul respectiv de persoana care îl prestează.

e. Amplasament necorespunzător. Dacă afacerea nu se află într-un loc adecvat, noul întreprinzător poate avea mari probleme. Acest lucru este critic în domeniul comerțului cu amănuntul și unele servicii. Distanța față de zonele comerciale, reputația proastă a cartierului, lipsa unei parări pot crea serioase dificultăți cumpărătorului.

f. Situație financiară proastă. Cele mai multe afaceri supuse vânzării nu sunt prea profitabile sau înregistrează chiar pierderi. În evaluarea afacerii trebuie analizate cu atenție cauzele unei astfel de situații. Dacă motivul îl constituie proasta amenajare tehnică, acest lucru poate fi îmbunătățit. Dacă însă amplasarea este cauza dificultăților financiare întreprinzătorul trebuie să caute o altă afacere.

g. Dificultatea introducerii schimbărilor. Într-o firmă existentă toate procedurile de lucru sunt stabilite. Modificarea acestora poate fi uneori foarte dificilă. Rezistența salariaților sau problemele financiare îngreuează mult acest proces. De asemenea, chiar dacă noul întreprinzător are idei inovative, acestea pur și simplu nu pot fi introduse în cadrul existent al afacerii.

h. Neonestitatea vânzătorului. De multe ori o afacere de vânzare nu este ce pare a fi. Unii vânzători pot fi neonești, atunci când motivează vânzarea afacerii. De asemenea, puțini sunt vânzătorii care oferă de bună voie informații nefavorabile lor. Ei consideră că descoperirea informațiilor nefavorabile cade în responsabilitatea cumpărătorului.

i. Schimbări imprevizibile. Unele schimbări imprevizibile, de care nici vânzătorul nu este conștient, pot avea un efect negativ asupra afacerii. De exemplu, zona poate fi modernizată, populația are tendințe greu sesizabile de modificare, un concurent puternic poate apărea în zonă etc. Fiecare din aceste schimbări pot avea un impact devastator chiar și asupra unei afaceri de succes.

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

j.Supraevaluarea afacerii. Prețul afacerii de vândut poate fi foarte ridicat datorită imaginii firmei, cercului de consumatori format, furnizorilor stabiliți. Dacă se va plăti prea mult pentru toate acestea, cumpărătorului îi va rămâne prea puțin, pentru a putea cumpăra afacerea. De asemenea, reaua voință a vânzătorului și proasta evaluare a afacerii pot aduce mari prejudicii cumpărătorului.

Estimarea cerințelor financiare necesare inițierii afacerii

Estimarea cerințelor financiare se face în funcție de tipurile de capital necesar inițierii afacerii: capital de pregătire a afacerii și capital de începere a activității.

Capitalul necesar pregătirii afacerii reprezintă investiția care se face înainte de începerea afacerilor. Cerințele de capital variază în funcție de natura activității, mărimea firmei, amplasament.

Pentru verificarea viabilității ideii de afaceri este necesară mai întâi elaborarea unui studiu de fezabilitate. Dacă firma dorește să introducă un produs nou va fi nevoie de elaborarea prototipului.

O mare parte din cheltuielile de pregătire a afacerii sunt destinate construirii, renovării sau închirierii clădirii. De multe ori întreprinzătorul dorește să modifice structura clădirii existente, pentru a corespunde mai bine ideilor și personalității sale.

Cumpărarea echipamentelor și a unor obiecte de inventar este un alt domeniu în care trebuie făcute investiții. Întreprinzătorul are nevoie de fișete, birouri, scaune, echipamente de birou. Uneori sunt necesare utilaje și mașini complexe.

Capitalul de începere a activității reprezintă investițiile care se fac cu puțin timp înainte de începerea afacerii, în timpul lansării afacerii și imediat după inițierea afacerii. Noua afacere poate atrage clienți încă de la început, însă vânzările înregistrate nu acoperă de multe ori cheltuielile mari care trebuie făcute în această perioadă. Mulți clienți potențiali vor trata noua afacere cu suspiciune și precauție. De aceea, întreprinzătorul trebuie să se gândească la faptul că la începutul existenței sale firma va avea un deficit financiar.

Determinarea capitalului de începere este necesară și pentru a asigura firmei o bază solidă de creștere. De aceea, întreprinzătorul trebuie să identifice costul stocurilor, al forței de muncă, utilităților, asigurării etc. În felul acesta își va forma o imagine asupra dimensiunii firmei și a mărimii și sferei acțiunilor viitoare.

Odată realizate proiecțiile capitalului necesar și contribuția personală a întreprinzătorului, acesta poate începe demersurile de împrumut.

Categoriile de capital necesar inițierii afacerilor

Managerii financiari identifică în mod obișnuit trei **categorii** principale de necesități de capital: capital fix; capital de lucru; capital suplimentar.

Capitalul fix este necesar achiziționării fondurilor fixe ale întreprinderii. Aceste fonduri sunt destinate producerii de bunuri și prestării de servicii nu și vânzării. Clădirile, echipamentele,

C.D.L. – INIȚIEREA UNEI AFACERI

Clasa a XI-a

mașinile nu sunt transformate în numerar în timpul derulării afacerii, astfel încât banii investiți în aceste active fixe tind să fie "înghețați", deoarece nu sunt folosiți pentru alte scopuri.

Cantitatea de bani necesari nu se rezumă doar la sumele necesare închirierii unui magazin, achiziționării de echipamente și cumpărării stocului inițial. Există multe alte costuri care cer cantități considerabile de bani.

Cele mai multe afaceri nu sunt imediat profitabile, întreprinzătorii trebuind să le susțină până când vor aduce venituri. De asemenea, ei trebuie să finanțeze creditele clienților până când se vor realiza noi venituri.

Capitalul de lucru (circulant, fondul de rulment) reprezintă fondurile temporar necesar derulării activităților pe termen scurt. El poate fi determinat ca diferență între activul și pasivul curent. Necesarul de capital circulant se datorează fluxului de casă neuniform cauzat de fluctuațiile sezoniere normale. Schimbările neprevăzute ale cererii, vânzările pe credit și sezonalitatea sunt cauze frecvente ale variației fluxului de numerar al oricărei firme mici.

Fondul de rulment este folosit în mod normal pentru achitarea notelor de plată, finanțarea vânzărilor pe credit, plata salariilor, precum și pentru unele situații neprevăzute. Creditorii fondului de rulment speră ca patronul să obțină un numerar superior pentru asigurarea rambursării împrumutului la sfârșitul ciclului de producție/vânzare.

Capitalul suplimentar este destinat extinderii afacerii sau modificării obiectului principal de activitate al acesteia. Creditorii capitalurilor suplimentare acordă împrumutul pentru aceleași motive ca acelea ale capitalului fix.

Întreprinzătorul trebuie să evidențieze distinct cele trei categorii de capital în cadrul planificării financiare. Deși ele sunt interdependente, fiecare are surse de finanțare proprii și efecte distincte atât asupra afacerii cât și asupra creșterii pe termen lung a acesteia.