

2.1.1. ÎNFIINȚAREA UNEI FIRME - CADRUL LEGAL

În România, persoana/grupul de persoane care doresc să inițieze o afacere poate/pot realiza aceasta conform reglementărilor legale privitoare la modul de înființare, înregistrare și la formele pe care le poate lua o societate comercială, cuprinse în **Legea 31/1990**.

Formele cel mai des întâlnite de organizare a societăților comerciale sunt *societățile pe acțiuni (SA)* și *societățile cu răspundere limitată (SRL)*. Întreprinzătorii sunt cei care aleg forma juridică pe care o consideră favorabilă promovării intereselor lor, în conformitate cu prevederile legale.

Persoanele care înființează societatea comercială contribuie cu bani (*aport în numerar*) și bunuri (*aport în natură*). Împreună, acestea formează *capitalul social* al firmei.

Din punctul de vedere al asumării răspunderi lor, se disting două tipuri de firme:

- *societate cu răspundere limitată* – în cazul înregistrează de pierderi, proprietarul este responsabil numai în limita aportului său la capitalul social al firmei;
- *societate cu răspundere nelimitată* – dacă firma este insolubilă sau înregistrează pierderi, proprietarul răspunde cu întreaga avere personală.

Dosarul de înregistrare a firmei depus la Oficiul Registrului Comerțului va cuprinde mai multe acte:

- cerere-formular O.N.R.C (Oficiul Național al Registrului Comerțului);
- rezervarea denumirii firmei (în județ sau la nivel de țară);
- act constitutiv (autentificat de către avocat sau notarul public) la întocmirea căruia trebuie lămurit, în mod obligatoriu: - obiectul principal de activitate; eventual în paranteză; - obiectul secundar de activitate; - denumirea firmei (cu numărul rezervării eliberate de către O.N.R.C); - asociații / administratorii firmei; - aportul la capitalul social al fiecăruia dintre asociați.
- cazier fiscal al fiecăruia dintre asociații și administratorii firmei;
- copia actului de proprietate asupra spațiului unde se stabilește sediul social/Contract de comodat sau de închiriere a spațiului respectiv;
- acordul asociației de proprietari / locatari;
- acordul vecinilor (riveranii);
- copie a C.I./Pașaportului asociaților;
- specimen de semnătură a administratorului (administratorilor) firmei;
- declarații ale asociați lor firmei (autentificate);
- procura asociați lor pentru persoana împuternicită să depună dosarul la O.N.R.C. (autentificată);
- dovada depunerii capitalului social la banca aleasă de asociații firmei;
- declarație (formular O.N.R.C.) semnată de către unul dintre asociați.

2.1.2. ANALIZA SWOT - OPORTUNITĂȚI ȘI RISCURI ÎN ÎNFIINȚAREA ȘI GESTIONAREA UNEI FIRME

Analiza SWOT este cea mai importantă tehnică managerială utilizată pentru înțelegerea poziției strategice a unei întreprinderi/organizații. *Termenul SWOT* provine din limba engleză, de la inițialele cuvintelor Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități) și Threats (amenințări).

Analiza SWOT este un instrument managerial, de fapt o tehnică prin care se pot identifica punctele tari, punctele slabe și se pot examina oportunitățile și amenințările unui proiect, ale unei acțiuni etc. În cele ce urmează ne vom referi la realizarea analizei SWOT cu privire la înființarea și gestionarea unei firme. Analiza SWOT poate fi realizată de întreprinzători înainte de decizia de înființare a firmei, dar și ulterior în administrarea / gestionarea firmei. Indiferent însă de momentul realizării analizei SWOT, aceasta este deosebit de utilă pentru întreprinzători, în scopul conștientizării unor aspecte pe care, altfel, s-ar putea să nu le ia în seamă și de care să nu țină cont (în ceea ce privește calitățile și defectele firmei și în ceea ce privește oportunitățile de piață și amenințările).

Analiza SWOT presupune realizarea unui inventar pe mai multe teme.

Punctele tari – vin interiorul firmei	Punctele slabe – vin interiorul firmei
<p>Reprezintă calitățile, avantajele, aspectele pozitive, tangibile și intangibile, ale firmei. Punctele tari adaugă valoare în activitatea firmei, oferă avantaje în fața concurenței, pot constitui surse pentru succesul organizației în atingerea obiectivelor propuse.</p> <p>Pot fi identificate, răspunzând la întrebări cum ar fi: • <i>Ce resurse utile are firma?</i> • <i>Ce avantaje are firma față de concurență?</i> • <i>Ce este mai bine realizat în activitatea firmei respective decât în cazul concurenței?</i> • <i>Ce aspecte merg bine în firmă?</i></p>	<p>Reprezintă slăbiciunile interne ale firmei, defectele, ariile sale de vulnerabilitate; acestea scad valoarea activității desfășurate, plasează firma în dezavantaj concurențial. Din perspectiva managerului, un „punct slab” reprezintă un element ce poate împiedica atingerea obiectivelor organizației. Odată identificate, punctele slabe pot fi corectate. Depistarea cu acuratețe a punctelor slabe dă mai multă valoare analizei marcând zonele de intervenție pentru îmbunătățirea activității.</p> <p>Pot fi identificate, răspunzând la întrebări de genul: • <i>Ce nu merge bine în firmă?</i> • <i>Ce aspecte trebuie îmbunătățite?</i> • <i>Ce anume afectează negativ competitivitatea firmei?</i> • <i>Ce anume pune firma în dezavantaj față de firmele concurente?</i></p>
<p>Oportunitățile – conjuncturi exterioare pozitive care pot avantaja, pot favoriza activitatea firmei și de care firma poate beneficia</p>	<p>Amenințările – conjuncturi exterioare negative pentru activitatea firmei</p>
<p>Astfel de aspecte pot fi considerate schimbările tehnologice, politice, sociale și chiar cele economice. Oportunitățile sunt uneori șanse oferite de întâmplare, în afara câmpului de influențare a lor prin management, deși ele pot influența pozitiv procesul dezvoltării. Din punctul de vedere al înființării firmei, oportunități le reprezintă schimbarea apărută în mediul de afaceri, în preferințele consumatorului, care poate fi valorificată prin inițiative de succes.</p> <p>Pot fi identificate, răspunzând la întrebări de genul: • <i>Ce aspecte din evoluția economiei poate avantaja firma?</i> • <i>Ce schimbări în mediul de afaceri avantajează firma?</i> • <i>Care sunt condițiile favorabile dezvoltării activității firmei, existente acum pe piață?</i></p>	<p>Acestea constituie pentru firmă limitările, riscurile care se impun organizației din partea unui mediu extern aflat în schimbare. Este vorba de condiționări externe aflate dincolo de câmpul de acțiune managerială; ele pot fi atât riscuri tranzitorii, cât și permanente.</p> <p>Pot fi identificate, răspunzând la întrebări precum: • <i>Care sunt obstacolele cu care se poate confrunta firma în activitatea ei?</i> • <i>Care sunt schimbările globale la nivelul economiei care pot afecta, în mod negativ, firma?</i> • <i>Ce măsuri la nivel național pot afecta activitatea firmei, într-un mod imprevizibil?</i></p>

În cazul oportunităților și amenințări care vin din mediul exterior firmei. Deoarece scopul activității economice (indiferent de domeniu) este obținerea de profit (într-un cadru legal), întreprinzătorii trebuie să identifice și să valorifice oportunitățile, în adaptarea lor la cerințele mediului de afaceri și în satisfacerea cerințelor cumpărătorilor. Pentru a fructifica o oportunitate, aceasta trebuie percepută și analizată. Vor avea succes întreprinzătorii atenți la schimbare, pregătiți să ia decizii rapide de adaptare la schimbare.

Decizia de înființare a unei firme presupune și asumarea unor **riscuri** – amenințările identificate în analiza SWOT se constituie pentru firmă în riscuri. Unele riscuri sunt **previzibile** (provocarea pierderilor este datorată unor factori care pot fi anticipați), altele sunt **imprevizibile** (determinate de situații accidentale: instabilitate social-politică, economică, acțiuni neașteptate ale firmelor concurente, calamități naturale etc.). Enumerăm numai câteva dintre **riscurile** cele mai evidente: *investirea de bani personali sau investirea de timp și efort, care în caz de eșec nu se pot recupera; renunțarea la un loc de muncă stabil ca angajat; dificultățile unui sistem birocratic greoi; cadru legislativ stufoș; contractarea de datorii care trebuie restituite; probabilitatea confruntării cu o concurență puternică; greutăți în găsirea și angajarea unor oameni competenți; dificultatea de a convinge segmentul necesar de clientelă.*

Tipuri de comportament privind modul de abordare și atitudinea față de risc: *impulsiv, prudent, realist*. În general cel din urmă este cel mai adecvat și are în vedere și acțiuni în scopul *minimizării riscurilor*.

Metodele de acțiune pentru minimizarea riscurilor: - acțiuni asupra cauzelor ce pot provoca pierderi; - acțiuni de acoperire a riscurilor (**asigurarea riscului** prin care asigurătorul acceptă preluarea unei anumite părți din pierderile posibile).

2.1.3. GESTIONAREA FIRMEI - MANAGEMENTUL AFACERII

Managementul firmei presupune în principal: • **organizarea** • **conducerea** • **obținerea produsului** • **promovarea produsului** • **controlul activității și al rezultatelor**. Elementele principale ale **organizării** activității economice a unei firme:

- constituirea unor *structuri organizaționale*: departamente, servicii, compartimente, echipe de lucru etc.; fiecare i se stabilesc obiectivele, de asemenea se precizează relațiile dintre acestea;
- stabilirea *principiilor și regulilor* de comunicare, de circulație a informației, de coordonare, colaborare, decizie, control și evaluare; instituirea unui climat pozitiv, stimulat de activitate.

Conducerea afacerii este o activitate continuă implicată în organizare, în obținerea, promovarea produsului și în controlul întregii activități.

Obținerea produsului reprezintă etapa-cheie în derularea unei afaceri. Produsele pot fi bunuri sau servicii. Managementul producției constă într-o astfel de gestionare a activității încât să se asigure utilizarea eficientă a resurselor firmei.

Promovarea produsului este o altă etapă ce contribuie la creșterea eficienței firmei. Aceasta constă în pregătirea pieței pentru acceptarea și succesul produsului, prin **publicitate**.

Etapa controlului. Organizarea, planificarea și conducerea trebuie însoțite de control și adoptarea de măsuri adecvate pentru eficientizare. Orice întreprinzător va avea în vedere: - verificarea respectării deciziilor și realizării sarcinilor; - monitorizarea derulării afacerii pe tot parcursul său; - prevenirea sau limitarea abaterilor de la normele și principiile firmei; - evaluarea performanțelor; - elaborarea de măsuri corective.

Toate aceste aspecte ale activității firmei respectiv: organizarea firmei, conducerea firmei, obținerea produsului, promovarea produsului, controlul activității sunt aspecte care se corelează în gestionarea firmei. Informarea este cheia succesului în afaceri.

Concluzii: Înființarea firmei presupune multe eforturi, documente și atenție, deoarece fiecare detaliu este semnificativ, iar răspunderea este pe măsură. După această etapă începe însă adevărata activitate. Gestionarea problemelor firmei presupune parcurgerea sistematică și permanentă a unor etape, inițiativă, dar și disciplină, toate cu un singur scop, profitabilitatea. Analiza SWOT oferă date despre mediul intern și extern și pune în evidență atât aspectele care susțin și asigură mijloacele necesare dezvoltării, cât și aspectele care acționează ca frâne și riscuri în raport cu atingerea obiectivelor firmei.

Concepte-cheie: *societăți comerciale; analiza SWOT; tipuri de riscuri; gestionarea firmei.*

Aplicații: **1.** Sunteți în etapa în care ați decis să înființați propria firmă. Realizați analiza SWOT cu privire la înființarea propriei firme. Examinați, pe baza analizei SWOT realizate, riscurile și oportunitățile legate de înființarea și gestionarea propriei afaceri. **2.** Grupați-vă câte 4 elevi. Alegeți o firmă de mici dimensiuni la care aveți acces la informații, realizați analiza SWOT a firmei respective. Prezentați în clasă analizele voastre. Faceți observațiile care se impun din perspectiva cerințelor unei analize corecte și obiective. *[Exersarea competenței specifice: *Identificarea oportunităților și a dificultăților în activitatea firmei*]

FORMALITĂȚI ÎN VEDEREA ÎNFIINȚĂRII UNEI FIRME

- 1. Stabilirea spațiului** care va reprezenta sediul social al firmei (eventual a sediului principal și a sediilor secundare); în acest sens: a) sediul social al firmei poate fi un spațiu aflat în proprietatea sau în folosința asociaților și administratorilor viitoarei firme; b) se pregătesc actele doveditoare pentru spațiu: - extras de carte funciară de la proprietari/contract de închiriere, subînchiriere, comodat; - acordul proprietarilor sau chiriașilor din spațiile vecine cu spațiul în cauză.

2. **Stabilirea denumirii firmei** (eventual a emblemei firmei); firma și emblema se verifică la Oficiul Registrului Comerțului (din județul în care se stabilește sediul firmei), de unde se eliberează dovada înregistrării și rezervării acestora.
3. **Întocmirea și semnarea actului constitutiv al firmei**, corespunzător formei juridice pe care asociații și administratorii au ales-o (realizată la Notariat); în acest scop sunt necesare: - acte de identificare a asociaților și administratorilor (persoane fizice); - acte de identificare a asociaților și administratorilor (persoane juridice): statut, certificat de înmatriculare/înregistrare fiscală, certificat de bonitate bancară; - certificat de cazier judiciar pentru asociații și administratori.
4. **Constituirea capitalului social al firmei prin depunerea de către asociați și administratori a aporturilor lor în numerar la o bancă (în situația unor aporturi în natură se pregătesc actele de proprietate pentru acestea).**
5. **Achitarea taxei judiciare și a taxei de timbru pentru înmatricularea firmei.**
6. **Pregătirea dosarului de înființare a firmei, cuprinzând toate actele necesare și depunerea acestuia la Oficiul Registrului Comerțului din județul unde s-a stabilit sediul firmei. La Oficiul Registrului Comerțului au loc:** - verificarea dosarului de înființare a firmei; - controlul legalității actelor și autorizarea înmatriculării firmei, de către judecătorul delegat de tribunalul teritorial; - transmiterea spre publicare în *Monitorul Oficial al României* a încheierii judecătorului delegat; - înmatricularea societății; - eliberarea certificatului de înmatriculare și a încheierii judecătorului delegat.
7. **Înregistrarea fiscală a societății și obținerea codului fiscal de la Administrația Financiară teritorială.**
8. **Obținerea avizelor și autorizațiilor necesare funcționării firmei.**

Competențele specifice

- Manifestarea inițiativei, a spiritului întreprinzător în domeniul economic.
- Utilizarea competențelor specifice economiei și antreprenoriatului în activitatea de înființare și gestionare a unei firme.
- Manifestarea inițiativei, a spiritului întreprinzător în domeniul economic.
- Identificarea oportunităților și a dificultăților în activitatea firmei.
- Utilizarea dialogului și a negocierii în situații economice concrete.
- Manifestarea responsabilității dată de angajați, clienți și mediu.

* *Utilizarea instrumentelor de studiere a pieței pentru identificarea domeniului de activitate.*