

GENEREAZĂ IDEA DE AFACERE VERDE





International
Labour
Organization

**GENEREAZĂ
IDEEA DE AFACERE
VERDE**

GENEREAZĂ IDEEA DE AFACERE VERDE

Această publicație originală a fost elaborată de OIM



Aceasta este o lucrare cu acces deschis distribuită în cadrul Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 IGO License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo>). Utilizatorii pot reutiliza, partaja, adapta și elabora pe baza lucrării originale, chiar și în scopuri comerciale, așa cum este detaliat în Licență. Orice lucrări noi, care utilizează conținutul original, trebuie să aibă aceeași licență CC-BY-SA. OIM trebuie să fie menționat în mod clar ca proprietar al lucrării originale. Utilizarea emblemei OIM nu este permisă în legătură cu munca utilizatorilor.

Traduceri – În cazul traducerilor prezentei lucrări, împreună cu atribuirea trebuie adăugată următoarea declinare a răspunderii: *Această traducere nu a fost realizată de Biroul Internațional al Muncii (OIM) și nu trebuie considerată ca fiind o traducere oficială a OIM. OIM nu este responsabilă pentru conținutul sau acuratețea acestei traduceri.*

Adaptări – În cazul adaptărilor prezentei lucrări, împreună cu atribuirea, trebuie adăugată următoarea declinare a răspunderii: *Aceasta este o adaptare a unei lucrări originale a Biroului Internațional al Muncii (OIM). Responsabilitatea pentru opiniile și punctele de vedere exprimate în adaptare revine exclusiv autorului sau autorilor adaptării și nu sunt susținute de OIM. Adaptările care nu sunt avizate de Unitatea cu privire la IMM-uri din cadrul OIM nu pot folosi denumirea și sigla SIYB.*

Toate întrebările referitoare la drepturi și licențiere trebuie adresate ILO Publications (Rights and Licensing), CH-1211 Geneva 22, Switzerland, sau prin email la rights@ilo.org.

Biroul Internațional al Muncii

Generați-vă idea de afaceri / Biroul Internațional al Muncii, Departamentul pentru Întreprinderi - Geneva: ILO, 2015
ISBN: 9789221287575; 9789221287582 (web pdf)

Departamentul pentru Întreprinderi al Biroului Internațional al Muncii.

crearea întreprinderilor / antreprenoriat / întreprinderi mici

03.04.5

Date de catalogare în publicațiile ILO

Denumirile utilizate în publicațiile OIM, care sunt în conformitate cu practica Națiunilor Unite, și prezentarea materialelor din acestea nu implică exprimarea opiniei oficiale din partea Biroului Internațional al Muncii cu privire la statutul juridic al țărilor, zonelor sau teritoriilor, autorităților sau delimitarea frontierelor.

Responsabilitatea pentru opiniile exprimate în articole, studii și alte lucrări revine exclusiv autorilor materialelor respective, iar publicarea nu implică susținerea opiniilor exprimate în ele de către Biroul Internațional al Muncii. Referirile la denumiri de firme și produse și procese comerciale nu implică susținerea acestora de către Biroul Internațional al Muncii, iar omiterea menționării anumitor firme, produse sau procese comerciale nu implică dezaprobare din partea BIM.

Publicațiile și produsele digitale ale OIM pot fi obținute prin marile librării sau platformele principale de distribuție digitală sau pot fi comandate direct de la ilo@turpin-distribution.com. Pentru mai multe informații, vizitați site-ul nostru: www.ilo.org/publns sau contactați ilopubs@ilo.org.

Despre Programul (SIYB) Inițiați-vă și îmbunătățiți-vă afacerea

Programul (SIYB), Inițiați-vă și îmbunătățiți-vă afacerea, este un program de formare managerială elaborat de Organizația Internațională a Muncii (OIM), care se axează pe înființarea și îmbunătățirea întreprinderilor mici ca strategie de creare a unui număr mai mare de locuri de muncă și a unor locuri de muncă mai bune pentru femei și bărbați, în special în economiile în curs de dezvoltare. Cu o cuprindere estimată de peste 100 de țări, acesta este unul dintre cele mai mari programe din lume din domeniul respectiv.

Programul are patru pachete interconectate – Generați-vă idea de afaceri (GYB), Inițiați-vă afacerea (SYB), Îmbunătățiți-vă afacerea (IYB) și Extindeți-vă afacerea (EYB) și Broșura despre afaceri verzi (GBB).

Broșura GBB se bazează pe materialele despre afaceri verzi elaborate în ultimii ani de către inițiativele OIM din Africa și Asia, și a fost elaborată prin colaborarea între Unitatea OIM pentru IMM-uri, Programul OIM privind locurile de muncă verzi, Echipa OIM privind munca decentă pentru Asia de Sud și Biroul de țară pentru India, Unitatea Mediu și Muncă Decentă a OIM pentru Asia-Pacific și Societatea pentru Tehnologie și Acțiune pentru Progres Rural (TARA). GBB a fost scrisă de către Eva Majurin cu contribuție din partea Sibongile Sibanda și Manisha Mishra. Eforturile depuse la redactarea și aranjarea tehnică ale Merten Sievers și Pranati Mehtha (Unitatea OIM pentru IMM-uri), Moustapha Kamal Gueye și Marek Harsdorff (Programul OIM pentru locuri de muncă verzi), Cristina Martinez și Lorraine Villacorta (Unitatea Mediu și Muncă Decentă a OIM pentru Asia-Pacific), Alice Voza (ITC-ILO), Anjana Chellani, Anandan Menon și Diya Banerjee (Oficiul de țară al OIM pentru India) și Sohina Singh, Arpita Goyal, Shrashtant Patara și Vijay Charturvedi (TARA) sunt înalt apreciate. OIM implementează programul cu utilizarea unei structuri pe trei niveluri, care cuprinde formatori superiori, formatori și beneficiarii finali – antreprenori potențiali și existenți. Formatorii superiori autorizați de OIM sunt responsabili pentru dezvoltarea capacităților formatorilor de a desfășura în mod eficient formarea SIYB. Ulterior, formatorii predau antreprenorilor pachetele SIYB. OIM joacă un rol esențial în identificarea și diseminarea celor mai bune practici, desfășurarea de cursuri de instruire, activități de monitorizare, efectuarea controlului calității și oferirea de consiliere tehnică cu privire la implementarea programului SIYB.

Despre Generați-vă idea de afaceri (GYB)

Generați-vă ideea de afaceri (GYB) este un program de formare pentru persoanele, care doresc să inițieze o afacere, dar nu sunt sigure de ideea de afaceri, pe care vor să o urmeze. Programul îi ajută pe potențialii antreprenori să identifice diferite idei de afaceri, să le analizeze și să o selecteze pe cea mai promițătoare. GYB completează programul de formare Inițiați-vă afacerea (SYB) al OIM, deoarece un potențial antreprenor trebuie să aibă o idee clară despre afacerea, pe care își propune să o inițieze.

Cursul de formare GYB durează aproximativ 2 – 3 zile. În cursul de formare se folosește o abordare activă, centrată pe probleme, care explorează minuțios potențialul antreprenorial individual, dorința și nevoile antreprenorului, de exemplu, prin studii de caz succinte și ilustrații grafice.

Autori și mulțumiri

Prezentul manual este o adaptare a GYB la contextul Republicii Moldova, luând în considerare elemente din Broșura OIM despre afacerile verzi. El a fost adaptat de Anatolie Palade și Mariana Radov (ACAM), revizuit de Dieter Kohn (Formator superior pentru SIYB), Natalia Iachimov (Coordonator național de proiecte OIM, proiectul Economia verde) și Luisa Iachan (Coordonare globală a OIM în SIYB).

Manualul GYB este rezultatul unui efort colectiv și reflectă experiența și cunoștințele acumulate prin implementarea programului timp de aproape trei decenii. În special, au fost foarte valoroase contribuțiile formatorilor superiori și ale formatorilor SIYB care au testat, proiectat și implementat programul în diferite țări de-a lungul anilor. Eforturile multor colegi din rețeaua de practicieni SIYB, firme de consultanță și din OIM, a căror experiență, sprijin și sugestii constructive au făcut posibilă publicarea acestui manual de formare.

Prezentul manual se bazează pe materialele elaborate inițial în anul 1998 și revăzute ulterior de Facilitatea OIM pentru antreprenoriat al tinerilor (YEF), în cadrul căreia el a fost scris și redactat de Milena Mileman și Sibongile Sibanda. Scurte contribuții și alte materiale și idei valoroase utilizate în versiunile YEF au fost oferite de Julius Mutio, Marek Harsdorff, Milan 'Divecha, Namsifu Nyagabona, Mike Oneko, Dorothy Katantazi și Stephen Kyalibulha.

Multe mulțumiri sunt datorate formatorilor superiori SIYB Dissou Zomahoun, Gemunu Wijesena, Sibongile Sibanda și Walter Verhoeve pentru redactarea proiectului manuscrisului și sugestiile bazate pe experiența lor de formare. Mulțumiri speciale se oferă colegilor OIM Marek Harsdorff de la Programul Locuri de muncă verzi al Departamentului pentru Întreprinderi; Jurgen Menze și Esteban Tromel de la Unitatea de gen, egalitate și diversitate; Julia Falder de la Unitatea HIV și SIDA și Lumea Muncii, pentru contribuția lor la conținutul manualului.

Scurte contribuții, sfaturi și asistență cu privire la integrarea legăturilor cu finanțarea din manual au fost primite de la Cheryl Frankiewicz și Severine Deboos (Expert tehnic în Unitatea de finanțe sociale a Departamentului pentru Întreprinderi al OIM). Design-ul interior și ilustrațiile au fost realizate de Thai Van Luan, iar designul copertei a fost elaborat de Maurizio Costanza.

Eforturile de redactare și contribuțiile tehnice ale membrilor echipei de coordonare globală cu privire la SIYB, care au oferit un sprijin neprețuit pentru elaborarea și finalizarea manualului, sunt înalt apreciate: Merten Sievers (Specialist – Servicii de dezvoltare a lanțului valoric și dezvoltare a afacerilor), Eva Majurin (coordonator global SIYB) și Thokozile Newman.

Cuprins

INTRODUCERE	i
1. Despre ce este acest manual?	i
2. Cine trebuie să citească manualul?	i
3. Obiectivele manualului	i
4. Cum de utilizat manualul?	i
PARTEA I – DVS. CA ANTREPRENOR	1
1. Aveți tot ce este necesar pentru a deveni antreprenor?	1
2. Ce tip și ce domeniu de afaceri este mai potrivit pentru dvs.?	4
2.1. Domeniu de afaceri	7
2.2. Tip de afaceri	7
2.3. Identificați-vă domeniul și tipul dvs. de afaceri	7
2.4. De ce e necesară ecologizarea? Care sunt beneficiile unei afaceri verzi?	11
2.5. Identificarea domeniului și tipului afacerii	13
3. Cum să vă fortificați abilitățile și priceperile antreprenoriale?	14
PARTEA II – PIAȚA VĂ AȘTEAPTĂ	17
1. Ideea dvs. de afaceri	17
2. Prin ce se deosebesc afacerile verzi?	19
2.1. Ce nevoi ale clienților va satisface afacerea dvs.?	19
2.2. Ce produs sau serviciu va oferi afacerea dvs.?	21
2.3. Cui va vinde afacerea?	22
2.4. Cum își va vinde afacerea dvs. bunurile sau serviciile?	23
2.5. În ce măsură va depinde afacerea dvs. de mediu și ce impact va avea asupra acestuia?	23
2.6. Cât de mult va depinde afacerea dvs. de mediu și care va fi impactul ei asupra mediului?	24

PARTEA III – LISTA DVS. DE IDEI DE AFACERI	29
1. Experiența lui Nicu	29
2. Cum de identificat propria listă de afaceri?	31
3. Învățați de la proprietarii afacerilor de succes	32
4. Bazați-vă pe experiență	37
4.1. Experiența dvs. proprie	37
4.2. Experiența altor oameni	37
5. Studiați zona dvs. locală de afaceri	39
6. Scanați mediul	43
6.1. Resurse naturale	44
6.2. Abilități și priceperi ale oamenilor din comunitatea locală	44
6.3. Deșeuri	45
6.4. Substituirea importurilor	46
6.5. Publicații	47
6.6. Târguri și expoziții	47
7. Furtună de idei	49
8. Furtună de idei structurată	51
9. Lista dvs. de idei	53
 PARTEA IV – CELE MAI BUNE IDEI DE AFACERI PENTRU DVS.	 55
1. Scanați-vă lista de idei	55
2. Studiu pe teren	59
2.1. Efectuarea interviurilor	60
2.2. Cu cine să discutați?	60
3. Analiza SWOT	61
3.1. În interiorul afacerii	61
3.2. În exteriorul afacerii	62
 PARTEA V – IDEA DVS. DE AFACERI	 67
 ANEXA 1 – GLOSAR	 69

INTRODUCERE

1. Despre ce este acest manual?

În Manualul Generează ideea de afacere verde (GYB) se discută cerințele de bază necesare pentru a fi antreprenor, capacitățile pe care trebuie să le aibă antreprenorul și modalitățile prin care el/ea poate identifica o idee bună de afacere verde. Manualul este conceput pentru a fi utilizat împreună cu programul emblematic al OIM Inițiază-ți și îmbunătățește-ți afacerea (SIYB). SIYB este un program de formare în management care se bazează pe mai mult de trei decenii de experiență. El ajută antreprenorilor să-și înființeze și să-și îmbunătățească microîntreprinderi și întreprinderi mici ca strategie pentru crearea mai multor locuri de muncă și a unor locuri de muncă mai bune pentru femei și bărbați.

Afacerile verzi, numite și afaceri durabile, caută să echilibreze profitul cu sănătatea planetei. Afacerile ecologice încorporează principiile durabilității în deciziile lor de afaceri pentru a-și reduce impactul negativ asupra mediului global sau local. Ele fac acest lucru prin vânzarea de produse ecologice sau prin ecologizarea proceselor pentru a le face mai durabile din punct de vedere ecologic. Având în vedere amenințarea iminentă a schimbărilor climatice asupra planetei, întreprinderile verzi se străduiesc să-și reducă emisiile de gaze cu efect de seră. Afacerile verzi sunt vitale pentru a contribui la locuri de muncă verzi, la muncă decentă și la elaborarea unor soluții durabile la schimbările climatice și la alte provocări de mediu.

Prezentul Manual încorporează elemente din Broșura Afaceri verzi și adaugă abordare verde a programului SIYB, ceea ce permite antreprenorilor să aducă o contribuție pozitivă la mediu prin înființarea și gestionarea de afaceri profitabile și durabile. Manualul le ajută potențialilor antreprenori să găsească idei viabile de afaceri verzi și să elaboreze planuri de afaceri dintr-o perspectivă ecologică și îi îndrumă pe antreprenorii existenți asupra modalităților de a-și ecologiza afacerea.



SUGESTII PENTRU UTILIZAREA BROȘURII AFACERI VERZI ÎNTR-UN UN MOD FAVORABIL PENTRU MEDIU:

- Imprimați manualul numai dacă aveți nevoie cu adevărat de versiunea tipărită.
- Când imprimați, selectați versiunea ecologică, cu mai puține grafice și culori.
- După ce ați terminat de utilizat versiunea tipărită, transmiteți-o altcuiva care ar putea avea nevoie de ea.
- Când în final, nu mai aveți nevoie de ea, vă rugăm să o dați pentru reciclare - hârtia este reciclabilă de până la 7 ori!

2. Cine trebuie să citească manualul?

Acest manual este util oricărui antreprenor potențial, deoarece ecologizarea trebuie, de asemenea, să prezinte beneficii din punct de vedere financiar. Consumatorii sunt din ce în ce mai interesați de produse ecologice din motive etice, de cost sau de sănătate, astfel încât cererea de produse ecologice este în creștere. În același timp, ecologizarea poate reduce costurile pe termen lung, deoarece întreprinderile găsesc noi modalități de a face economii și de a spori marja de profit prin reducerea consumului de energie, reciclarea materialelor sau alte măsuri de ecologizare.

3. Obiectivele manualului

După ce ați finalizat însușirea acestui manual, ar trebui să puteți:

- Evalua dacă întruniți sau nu cerințele de bază necesare pentru a fi un antreprenor de succes.
- Explica clar orice idee de afaceri care vă vine în minte.
- Identifica sursele potențiale de idei de afaceri și crea o listă de idei.
- Elabora o lista scurtă de idei, iar apoi selecta cea mai bună idee de urmat pentru a iniția propria afacere.

4. Cum de utilizat manualul?

În acest manual veți găsi:

- **Istории despre afaceri:** comparați aceste exemple cu propria afacere și utilizați-le pentru a îmbunătăți performanța și profitabilitatea afacerii dvs.
- **Activități:** exerciții practice la mijlocul fiecărui capitol care vă ajută să vă gândiți în mod activ la concepte și la aplicarea acestora în raport cu viitoarea dvs. afacere verde.
- **Evaluări:** Răspunsul la întrebări vă va ajuta să vă evaluați capacitatea și disponibilitatea de a deveni antreprenor.
- **Planuri de acțiuni:** Completați și utilizați Planurile de acțiuni de la sfârșitul unor capitole. Acestea vă vor ajuta să vă utilizați noile cunoștințe în practică.

În manual sunt folosite mai multe pictograme pentru a vă ghida studiile. Mai jos sunt enumerate exemple de pictograme și semnificațiile acestora:



Când vedeți această pictogramă, aveți sarcina de a îndeplini activități de a răspunde al întrebări.



Când vedeți această pictogramă, trebuie să realizați unele evaluări care vă vor ajuta să vă măsurați capacitatea și disponibilitatea de a deveni antreprenor.



Când vedeți această pictogramă, sunteți ghidați unde să găsiți mai multe informații sau ce să faceți.

DVS. CA ANTREPRENOR VERDE

Sunteți încântat/ă să vă gândiți că ați avea și ați gestiona independent o afacere? Deși sună foarte tentant, a fi antreprenor înseamnă și să-ți asumi o mulțime de responsabilități și să te confrunți cu multe provocări!

În primul rând, trebuie să aflați dacă sunteți capabil/ă să vă conduceți propria afacere. Circumstanțele favorabile, în combinație cu anumite caracteristici și abilități personale sunt elemente necesare pentru dezvoltarea dvs. ca antreprenor de succes. Veți avea nevoie, de asemenea, de cunoștințe și experiență specifice în domeniu pentru a avea în final succes în afacerea aleasă.

Antreprenorii verzi sunt implicați în fabricarea de produse și servicii ecologice sau folosesc procese care sunt favorabile pentru mediu. Antreprenorii verzi, ca orice alți antreprenori, trebuie să posede anumite caracteristici pentru a avea succes (pasiune; orientare spre obiective; luarea deciziilor; asumarea riscurilor; capacitatea de a gestiona stresul; capacitatea de a accesa sprijin social; surse financiare; abilități de management al afacerii; angajament față de comunitatea proprie).

Pe lângă aceste caracteristici generale, antreprenorii verzi trebuie să se gândească la planetă și la oameni, nu doar la profit, așa că sunt necesare câteva caracteristici suplimentare.

ANTREPRENORUL VERDE TREBUIE SĂ:

- Aibă capacități de analiză – Întrucât sectorul verde este relativ nou, antreprenorii care se aventurează în el trebuie să fie capabili să analizeze potențialul de succes și eșec și să planifice în corespunzător.
- Fie inovativ – Antreprenorii verzi trebuie să fie capabili să gândească creativ și să găsească noi soluții pentru a aborda problemele de mediu.
- Fie dedicați standardelor etice – Antreprenorul verde trebuie să se gândească la profit, dar și la oameni și planetă (cei 3 „P”) atunci când ia decizii de afaceri.

Mai jos urmează două evaluări pe care ar trebui să le faceți înainte de a intra în afaceri. Prima va măsura dacă aveți abilitățile potrivite pentru a fi antreprenor. A doua evaluare vă va ajuta să identificați tipul și domeniul de activitate care ar fi potrivite pentru dvs.

1. Aveți tot ce este necesar pentru a deveni antreprenor?

EVALUARE



Evaluarea de mai jos vă va ajuta să aflați dacă întruniți cerințele de bază pentru a fi antreprenor, mai exact de a fi antreprenor verde. Fiți sincer/ă când răspundeți la întrebări.

Gândiți-vă la fiecare dintre următorii factori prezentați sub formă de întrebări. Dacă răspundeți DA la întrebările, care se referă la un anumit factor, considerați acel factor ca fiind unul dintre punctele dvs. forte. Dacă răspundeți NU la majoritatea întrebărilor sau nu sunteți sigur/ă de răspunsuri, acești factori pot fi domenii, care necesită îmbunătățiri înainte de a vă iniția afacerea.

CARACTERISTICI, ABILITĂȚI PERSONALE ȘI SITUAȚIA DVS.	DOMENII FORTE	DOMENII CARE NECESITĂ ÎMBUNĂTĂȚIRI
Pasiune Sunteți pasionat/ă de conducerea propriei afaceri? Aceasta este foarte semnificativ și important pentru dvs., familia dvs. și comunitate? Aveți entuziasm pentru a obține un succes din afacerea dvs. și sunteți dispus/ă să o puneți pe primul plan?	☐	☐
Orientare spre obiectiv Sunteți capabil/ă să vedeți imaginea de ansamblu și să stabiliți obiective clare pentru afacerea dvs.? Sunteți hotărât/ă să vă direcționați toate eforturile către atingerea obiectivelor dvs.	☐	☐
Luarea deciziilor Când vă confrunțați cu o situație dificilă, puteți să vă păstrezi calmul, să căutați informații relevante și să luați decizii importante, fără a amâna sau a transmite problema altcuiva?	☐	☐
Asumarea riscurilor Nu există nicio idee de afaceri absolut sigură. Întotdeauna riscați să ajungeți la eșec. Sunteți conștient/ă de riscuri și acceptați posibilitatea că afacerea dvs. ar putea eșua? Ați căutat informații relevante, astfel încât să puteți estima cu onestitate cât de mare e riscul, pe care vi-l asumați?	☐	☐
Abilitatea de a depăși stresul Antreprenorii sunt supuși multor situații de stres atunci când iau decizii dificile, gestionează diferite părți interesate de afaceri și lucrează ore îndelungate. Sunteți capabil/ă să mențineți un spirit pozitiv sub presiune? Puteți vedea oportunități în situații dificile?	☐	☐
Sprijin social Gestionarea afacerii dvs. va necesita mult timp și efort. Veți primi sprijin adecvat din partea familiei, prietenilor și altor oameni de afaceri?	☐	☐

Situație financiară

Accesul la resurse financiare pentru a vă iniția afacerea este important. Ați pus niște bani deoparte pentru a vă iniția afacerea? Aveți familie sau prieteni, care ar putea fi dispuși și capabili să vă împrumute bani? Aveți un istoric de economii sau creditare la o instituție financiară, care oferă împrumuturi pentru start-up-uri?

☐☐

Abilități de gestiune a afacerii

Abilitățile de gestiune a afacerii reprezintă capacitatea de a conduce afacerea în mod eficient. Sunteți bun/ă în anumite domenii de gestiune a afacerii, cum ar fi marketing, vânzări, costuri sau motivarea personalului, etc.?

☐☐

Dedicația față de comunitate

Antreprenorul joacă un rol important în dezvoltarea comunității. Sunteți conștient/ă de acest rol? Sunteți dedicat/ă progresului social al comunității în ansamblu?

☐☐

SPECIFICUL ANTREPRENORULUI VERDE

DOMENII FORTE

DOMENII CARE
NECESITĂ
ÎMBUNĂTĂȚIRI

Abilități analitice

Deoarece sectorul verde este relativ nou, sunteți capabil/ă să analizați potențialul de succes și eșec și să planificați corespunzător?

☐☐

Spirit inovativ

În calitate de antreprenor verde, sunteți capabil/ă să gândiți creativ și să găsiți noi soluții pentru a aborda problemele de mediu? Direcționați toate eforturile către atingerea obiectivelor dvs.

☐☐

Dedicație față de standarde etice

În calitate de antreprenor verde, care se gândește la profit, sunteți capabil/ă să vă gândiți și la oameni și la planetă (cei 3 „P”) atunci când luați decizii de afaceri?

☐☐

Numărul de
domenii forte

Numărul de
domenii, în care
aveți nevoie de
îmbunătățiri

Numărați domenii, în care sunteți forte și domeniile în care aveți nevoie de îmbunătățiri și scrieți totalul aici.

☐☐



ACTIVITATEA 1

Priviți domeniile de evaluare de mai sus și decideți care dintre cele care necesită îmbunătățiri și creștere sunt esențiale pentru succesul afacerii dvs. Notați-le în caseta de mai jos:

Domenii esențiale, în care aveți nevoie de îmbunătățiri și creștere:
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Ce tip și ce domeniu de afaceri e mai potrivit pentru dvs.?

Dacă alegeți o afacere bazată pe experiența dvs. de muncă, abilitățile tehnice, cunoașterea practicilor de afaceri, ocupațiilor preferate, legăturilor sociale și mediului familial etc., există șanse mai mari de succes.

Ideea dvs. ecologică este punctul de plecare pentru afacerea dvs. verde. În Manual vi se oferă îndrumări cu privire la multe moduri diferite de a găsi idei de afaceri. Acestea includ învățarea de la oamenii de afaceri, extragerea ideilor din experiența proprie și cea a altor persoane, studierea zonei dvs. locale de afaceri, scanarea mediului și furtuna de idei structurată și nestructurată. O idee de afacere verde se poate referi fie la un produs verde, fie la un serviciu verde, fie se poate referi la un produs sau serviciu obișnuit, dar care este produs sau livrat într-un mod verde. În caseta de mai jos se oferă câteva exemple de idei de afaceri verzi.

PREZENTĂM MAI JOS CÂTEVA IDEI DE AFACERI VERZI:



Lucia provine dintr-o familie de fermieri și are studii agricole. Ea a devenit expertă în creșterea legumelor și este familiarizată cu nevoile pieței locale. Lucia este pasionată de a încuraja comunitatea locală să consume legume organice și este bine versată într-o varietate de metode de cultivare a acestora. Recent, ea a decis să cultive legume organice (roșii, spanac, morcovi, ceapă roșie, sfeclă și castraveți) la ferma familiei sale și să le vândă prin canale locale de distribuție.

Gheorghe a lucrat câțiva ani la o companie de curierat. Deoarece el înțelege procesele și cum să-și dezvolte rețeaua necesară, el a decis să-și lanseze propriul serviciu de curierat în orașul său și în zonele adiacente. Printr-o aplicație online și folosind o mașină electrică, el va face legătura dintre șoferi și clienți. Oricine, care are o mașină sau o bicicletă, poate deveni curier sau își poate împrumuta vehiculul companiei.



Elenei îi place grozav încălțăminte. În timpul anilor de studenție în capitală, ea mergea la cumpărături și a descoperit mai multe magazine care vând încălțăminte importate la prețuri accesibile. Acum ea s-a întors în orașul natal și și-a dat seama că există o cerere în rândul populației cu venituri mici pentru încălțăminte de calitate. Ea a decis să cumpere pantofi de la punctele de vânzare descoperite din capitală și să le revândă în magazinele locale. În plus, ea intenționează să colecteze local și să revândă încălțăminte pentru copii, care e doar puțin uzată (ținând cont de nevoile familiilor cu un singur părinte sau familiilor mari).

Ion a lucrat mulți ani ca angajat într-o companie, care vindea materiale de construcții. Acum el este expert în materie de brand și calitate. El a descoperit beneficiile utilizării materialelor de construcție eficiente din punct de vedere energetic, cum ar fi lemnul, pluta, cărămida, deoarece în anul precedent își reconstruia casa și nu există niciun magazin în zona sa, care să vândă materialele, de care avea nevoie. De aceea, el va iniția o afacere, care va vinde materiale ecologice pentru construcții aproape de casa lui. Lui îi face plăcere să vorbească cu oamenii despre utilizarea practică a diferitelor materiale și beneficiile acestora pentru casă și impactul ecologic asupra comunității.



Mai jos se oferă o descriere a modului, în care persoanele descrise în exemplele de mai sus și-au ales domeniul și tipul de afaceri:

Domeniu de afaceri	Agricultură	Ferma de legume a LUCIEI			
	Construcții				Magazinul de materiale de construcții al lui ION
	Transport		Serviciul de curierat al lui GHEORGHE		
	Îmbrăcăminte			Magazinul angro de încălțăminte al ELENEI	
	 (multe altele)				
		Producere	Prestarea serviciilor	Vânzări angro	Vânzări cu amănuntul
Tip de afaceri					

În secțiunea următoare, vom explica în continuare ce domenii de activitate și tipuri de afaceri există, înainte de a sugera care ar fi cele mai potrivite pentru dvs.

2.1 Domeniu de afaceri

Domeniul de afaceri se referă la o categorie industrială, cum ar fi agricultura, pescuitul, procesarea alimentelor, confecții, construcții, mobilier, salon de înfrumusețare, papetărie etc. Talentul, mediul familial, experiența, ocupațiile preferate sau interesele dvs., vă pot frecvent inspira să alegeți un anumit domeniu de afaceri. Decizia dvs. de a urma un anumit domeniu de afaceri ar trebui să se potrivească, de asemenea, cu cunoștințele, abilitățile și situația dvs.

2.2 Tip de afaceri

Prin tipul de afacere se identifică modul, în care veți activa în domeniul de afaceri, pe care l-ați ales. Caracteristicile dvs. personale și rețelele disponibile vă ghidează adesea către un tip de afaceri potrivit. Există patru tipuri principale de afaceri:

- Producerea

Producătorii sunt întreprinderi care utilizează materii prime, cum ar fi piele, deșeuri, lemn, pânză sau metale și fac produse noi sau diferite din aceste materiale. Câteva exemple de întreprinderi de producere sunt cizmarii, croitorii, producătorii de mobilă, producătorii de hârtie și producătorii de echipamente agricole. Dacă știți să fabricați un anumit produs și să faceți ceva, care este cerut și valoros pentru clienți, posibil că veți dori să activați în producere.

- Prestarea serviciilor

Prestatorii de servicii sunt persoane, ale căror afaceri vând un anumit serviciu, cum ar fi transport, tururi de vacanță, coafură, servicii bancare, livrări, construcții, reparații, curățenie, vopsire, îngrijire etc. Dacă vă place să lucrați cu oamenii și să le satisfaceți nevoile lor specifice, prestarea serviciilor poate fi punctul dvs. forte.

- Comerț angro

Angrosiștii sunt întreprinderi care cumpără cantități mari de anumite bunuri de la producători și vând repetat acele bunuri către puncte de vânzare cu amănuntul, care apoi le revând consumatorilor individuali. Dacă sunteți familiarizat cu companii, care produc și vând mărfuri angro și sunteți buni la stabilirea de relații cu comercianții cu amănuntul, poate doriți să fiți angrosiști.

- Comerț cu amănuntul

Comercianții cu amănuntul achiziționează bunuri gata făcute de la angrosiști sau furnizori pentru revânzare cu profit. Câteva exemple de afaceri cu amănuntul sunt magazinele alimentare, de electrocasnice, de îmbrăcăminte, de papetărie, de calculatoare și telefoane mobile etc. Dacă vă place să vă întâlniți cu diferiți oameni și aveți acces la o încăpere bună pentru a deschide un magazin, comerțul cu amănuntul poate fi o opțiune bună pentru dvs.

2.3 Prin ce se deosebesc afacerile verzi?

Conceptul de „afacere verde” este compus din două elemente – „verde” și „afacere”. Ca toate afacerile, afacerile verzi au scopul de a face bani. Dar „verde” înseamnă a face acest lucru în timp ce valorificăm în mod durabil oportunitățile, pe care ni le oferă natura și fără a dăuna mediului.

În timp ce o abordare pas cu pas a ecologizării treptate este de obicei cea mai practică, în mod ideal, pe măsură ce afacerea se maturizează, atât rezultatele sale, cât și procesele, ar trebui să devină ecologice.

EXEMPLE DE AFACERI VERZI:

Întreprinderile verzi pot oferi produse sau servicii care sunt în mod explicit ecologice, utilizând adesea inovația tehnologică:

Afacere de gestionare a deșeurilor: O companie implicată în colectarea și procesarea deșeurilor, astfel încât acestea să poată fi reciclate, compostate și eliminate într-un mod cât mai ecologic posibil. **Companie de energie regenerabilă:** O companie implicată în producerea, instalarea și întreținerea de panouri solare, pentru a genera energie electrică în locul energiei din surse neregenerabile.

Sau, întreprinderile verzi pot funcționa în sectoare obișnuite, care oferă produse și servicii de masă, dar pot fi, totuși, verzi din cauza alegerilor operaționale pe care le-au făcut:

Salon de coafură: Un salon de coafură, care utilizează vopsele și produse de coafat din substanțe organice; care a instalat panouri solare pentru a genera energie electrică pentru funcționarea echipamentelor; și care a procurat mobilier și echipamente second-hand.

Producător de haine: O companie de producere a hainelor, care folosește bumbac și coloranți naturali ca materie primă; care își filtrează apele uzate astfel încât acestea să poată fi reutilizate parțial pentru irigare; și care are instalate lumini LED.

Activitățile noastre zilnice de afaceri pot avea un efect negativ asupra mediului prin poluarea aerului și a apei, evacuarea deșeurilor sau utilizarea excesivă a resurselor naturale, ca să menționăm doar câteva. În același timp, întreprinderile depind de mediu pentru a accesa diferite intrări, cum ar fi pământ, energie sau apă. În cazurile în care se confruntă cu dezastre naturale, poluare, schimbări climatice și epuizarea resurselor, întreprinderile sunt afectate negativ. Pe de o parte, ecologizarea a devenit mai degrabă o necesitate decât o opțiune pentru o afacere de succes și durabilă.

Pe de altă parte, întreprinderile sunt, de asemenea, într-o poziție unică de a contribui pozitiv la mediu.

Fabricând produse ecologice sau oferind servicii ecologice sau asigurându-se că procesele lor sunt „verzi”, întreprinderile pot participa la protecția mediului, obținând în același timp profit. Procesele mai verzi conduc frecvent și la alte beneficii, cum ar fi economii de costuri și creșterea productivității, ceea ce înseamnă că ecologizarea are și o bună motivație economică.

PROVOCĂRILE DE MEDIU ȘI CUM LE PUTEM SOLUȚIONA

- **Ce provocări de mediu există?**

Provocările de mediu, cu care ne confruntăm, includ provocarea pe termen lung a schimbărilor climatice, precum și provocările mai imediate ale poluării aerului, apei, solului și ale poluării cu deșeuri solide:

Schimbarea climei: Utilizarea combustibililor fosili (cărbune, petrol și gaze naturale) eliberează cantități mari de gaze cu efect de seră, care, la rândul lor, provoacă o creștere a temperaturii și încălzirea globală. Acest lucru duce la o serie de provocări, cum ar fi pierderea biodiversității din cauza dispariției speciilor, care nu sunt capabile să tolereze noul mediu; deșertificarea; creșterea nivelului mării, care vor inunda terenuri în zonele de litoral; și incidente meteorologice extreme, cum ar fi seceta, inundațiile și furtunile.

Poluarea aerului, apei, solului și poluarea cu deșeuri solide: Poluarea aerului provine din gazele sau substanțele periculoase care pătrund în aer, adesea din activități umane, cum ar fi emisiile de la fabrici, gazele de eșapament ale vehiculelor, fumul de la arderea terenurilor agricole sau praful din construcții. Poluarea apei are loc atunci, când substanțele nocive intră în apă curată, inclusiv din canalizarea menajeră, canalizarea industrială sau canalele de pe terenurile agricole, conducând la poluarea cu pesticide chimice, erbicide și îngrășăminte.

Poluarea solului este cauzată de poluanții, care pătrund în sol prin apă sau prin alte mijloace. Poluarea cu deșeuri solide include poluarea cu deșeuri solide din surse menajere, agricole sau industriale, cum ar fi, de exemplu, deșeurile organice, plasticul sau metalul.

- **Cum ne afectează aceste provocări de mediu?**

Aceste probleme de mediu ne afectează în multe moduri. Două efecte cheie, care sunt de cea mai mare importanță pentru bunăstarea noastră, sunt sănătatea și veniturile:

Problemele de mediu cauzează probleme de sănătate. Poluarea aerului, a solului și a apei înseamnă că respirăm, mâncăm și bem toxine, care dăunează sănătății noastre. În plus, schimbările condițiilor meteorologice pot perturba producerea de alimente și pot pune în pericol securitatea alimentară; secetele și ploile ne-sezoniere, de exemplu, duc la pierderi de recoltă, care pot limita accesul la hrana de bază. De asemenea, bolile se răspândesc mai ușor în urma evenimentelor meteorologice extreme, cum ar fi inundațiile, iar creșterea temperaturii înseamnă că bolile legate de căldură, cum ar fi malaria, migrează spre zonele reci, unde mai înainte nu existau.

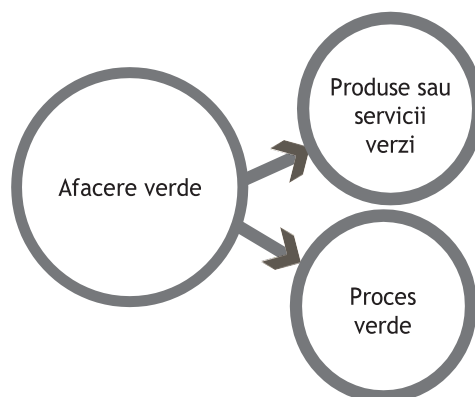
Problemele de mediu afectează activitatea de afaceri și condițiile de trai. Dacă resursele, de care depind oamenii sunt distruse, afacerile și veniturile au de suferit. De exemplu, dacă poluarea apei determină moartea peștilor sau dacă schimbările de temperatură înseamnă că o anumită cultură nu mai crește acolo unde era cultivată înainte, aceasta înseamnă închiderea afacerilor și pierderea mijloacelor de trai pentru comunitățile, care depind de aceste resurse. În plus, problemele de mediu pot afecta și capacitatea oamenilor de a lucra. De exemplu, lucrătorii dintr-o fabrică cu un nivel ridicat de poluare a aerului interior se pot îmbolnăvi și pot fi mai puțin productivi la locul de muncă sau chiar ar putea fi nevoiți să-și întrerupă activitatea. Având în vedere consecințele negative ale acestor probleme de mediu, guvernele din întreaga lume iau măsuri pentru a le aborda, inclusiv măsuri precum trecerea treptată de la utilizarea combustibililor fosili, precum cărbunele, la surse alternative de energie, precum energia solară; dezvoltarea sistemelor de transport public, care reduc poluarea aerului urban; și încurajarea industriilor să-și reducă emisiile.

Însă, acțiunile pot și trebuie luate la nivelul persoanelor individuale, indiferent dacă sunt consumatori sau întreprinderi. Iată câteva exemple de acțiuni, care pot fi întreprinse:

- În ceea ce privește **consumul de energie**, putem opta pentru surse regenerabile, care sunt curate, cum ar fi soarele, vântul sau fluxul de apă, în locul surselor neregenerabile, precum cărbunele sau motorina. Pentru utilizarea apei, putem opta pentru surse regenerabile, cum ar fi colectarea apei de ploaie, în loc de pomparea apei subterane.
- Putem folosi **strategia "3R"** - reducere, reutilizare și reciclare: prin reducerea consumului inutil, reutilizarea lucrurilor și reciclarea deșeurilor, pentru a crea materiale noi, putem spori eficiența, minimiza deșeurile și evita supraexploatarea materiilor prime naturale.
- Putem alege **produse organice** în locul celor, care se bazează pe substanțe chimice sintetice, pentru producerea lor.

Afacerea verde poate fi definită din două perspective: prima se referă la producerea sub formă de produse sau servicii verzi, în timp ce a doua se referă la procesul unei activități economice.

Aceasta înseamnă că antreprenorii pot intra în sectorul de afaceri „verzi” fie prin furnizarea de produse sau servicii ecologice, fie printr-un proces prietenos cu mediul sau cu ajutorul tehnologiilor curate care reduc orice efecte negative ale afacerii. În ceea ce privește procesele de ecologizare, există multe dimensiuni ale operațiunilor, care ar trebui luate în considerare.



Principalii piloni ai proceselor de ecologizare în afaceri sunt cei evidențiați mai jos:

RECICLAREA SAU REDUCEREA DEȘEURILOR	➤	Reducere • Reutilizare • Reciclare • Separarea deșeurilor • Eliminarea în mod potrivit
CONSERVAREA ENERGIEI ȘI APEI	➤	Economisirea căldurii și electricității • Economisirea apei • Utilizarea echipamentelor eficiente • Utilizarea doar în caz de necesitate • Aprovizionarea din surse regenerabile
PREVENIREA POLUĂRII	➤	Utilizarea echipamentelor cu emisii mici • Funcționarea eficientă • Utilizarea materialelor degradabile
ACHIZIȚII VERZI	➤	Achiziționarea materialelor/produselor locale și durabile din punct de vedere ecologic • Alegerea furnizorilor, care încearcă să fie ecologici
DISTRIBUȚIE VERDE	➤	Evitarea transportului la mare depărtare • Folosirea celui mai durabil mod de transport • Alegerea distribuitorilor, care încearcă să fie ecologici
MUNCĂ DECENTĂ	➤	Oferirea locurilor de muncă productive, a unui venit echitabil, securității la locul de muncă, protecției sociale, vocii și egalității de șanse și tratament

Veți observa că, în timp ce ceilalți piloni se referă la dimensiunile de mediu ale activității de afaceri, ultimul pilon, „munca decentă”, se referă la dimensiunea sa socială. Datorită contribuției întreprinderilor la obiectivele de dezvoltare mai extinse, precum și pentru garantarea succesului în afaceri, este important ca acestea să ia în considerație atât performanța lor de mediu, cât și cea socială, deoarece performanța economică este legată de acestea. Prin urmare, întreprinderile verzi trebuie să ofere și „muncă decentă”, adică muncă productivă și care ar asigura un venit echitabil, protecție socială și voce pentru lucrători; doar astfel afacerea va funcționa în mod optim.

Exercițiu:

Decideți dacă următoarele afaceri sunt verzi sau nu. Apoi încercați să le clasați în funcție de cât de ecologice sunt, de la cea mai verde (1) - la cea mai puțin verde (4).

AFACERE	VERDE, NU E VERDE, NU SUNT SIGUR/Ă	GRAD DE ECOLOGIZARE	COMENTARII
Un producător de biciclete, care folosește piese second-hand pentru a produce biciclete			
Un producător de pantofi, care produce pantofi pentru piața de export			
O companie de turism, care organizează excursii în natură cu jeep-uri într-o rezervație naturală			
O companie producătoare de sucuri, care a trecut la energia solară			

Notă: în timp ce faceți exercițiul, veți observa că nu este întotdeauna ușor să răspundeți dacă o afacere este verde sau nu, sau să comparați întreprinderile în ceea ce privește nivelul lor de ecologizare. Adesea, afacerile încep cu doar câteva schimbări, prin care inițiază transformarea lor într-o afacere mai verde decât înainte, iar apoi continuă să devină progresiv tot mai verzi. Inițial, chiar și câteva mici modificări sunt un pas în direcția potrivită!

2.4 De ce e necesară ecologizarea? Care sunt beneficiile unei afaceri verzi?

Nu există nicio îndoială că afacerile verzi sunt de o importanță esențială pentru societățile productive, sănătoase și durabile. Întrucât întreprinderile verzi utilizează cantități limitate de (sau nu utilizează deloc) combustibili fosili și au emisii scăzute (sau nu au deloc emisii), ele pot juca un rol cheie în combaterea schimbărilor climatice, contribuind, în același timp, la creștere și la crearea de locuri de muncă decente și verzi.

Dar, în plus la beneficiile de nivel macro, ecologizarea are și sens de afaceri pentru antreprenor. Beneficiile unei afaceri mai ecologice includ accesul la piețe neexploatate, o eficiență îmbunătățită a resurselor și economii de costuri, precum și o productivitate îmbunătățită a personalului, ca urmare a unui mediu de lucru mai curat și mai sigur. Aceste beneficii sunt explicate în secțiunea de mai jos.

EXEMPLE DE BENEFICII ALE AFACERILOR VERZI:

- **Acces la piețe**, deoarece clienții solicită din ce în ce mai mult produse ecologice datorită creșterii conștientizării ecologice, dar și din motive de sănătate (siguranță mai mare a produselor netoxice) sau din motive financiare (costuri de operare mai mici).
- **Economii de costuri**, pe măsură ce facturile la apă, energie și la alte resurse se reduc și pe măsură ce utilizarea resurselor devine mai eficientă.
- **Acces la sprijin**, atât financiar, cât și nefinanciar, deoarece guvernele acordă o importanță din ce în ce mai mare considerentelor de mediu.
- **Productivitate mai mare** datorită unei forțe de muncă mai sănătoase, a cărei capacitate de muncă nu este compromisă de pericole pentru sănătate, cum ar fi toxinele la locul de muncă.
- **Un mediu înconjurător mai sănătos**, în care resursele necesare afacerii sunt menținute pentru prezent și pentru viitor.

Piață în creștere și cerere sporită

Există o cerere sporită de produse și servicii ecologice din mai multe motive. În alegerea produselor și serviciilor, din cauza preocupărilor etice, clienții sunt din ce în ce mai interesați de procese de producere curate, inputuri ecologice și modul în care întreprinderile își elimină deșeurile.

În plus, deoarece clienții sunt conștienți de costurile reduse de operare ale produselor de înaltă eficiență, piața solicită din ce în ce mai mult produse și servicii, care sunt foarte eficiente din punct de vedere a materialelor și energetic, precum și ecologice. Acest lucru nu se datorează doar costurilor reduse pentru utilizatori, ci și din cauza beneficiilor suplimentare: becurile eficiente din punct de vedere energetic reduc factura la electricitate a utilizatorilor și necesită schimbări mai puțin frecvente; felinarele solare oferă o lumină mai bună și mai curată în comparație cu felinarele cu kerosen, în timp ce pot fi, de asemenea, reîncărcate gratuit; și bateriile de telefoane mobile foarte eficiente, care durează o săptămână, sunt mult mai convenabile pentru clienți, decât cele care durează doar o zi.

Produsele organice și turismul natural sunt solicitate din cauza beneficiilor percepute pentru sănătate și de divertisment pentru clienți. Clienții consideră că alimentele, care nu conțin pesticide și aditivi sintetici, sunt o opțiune mai sigură și mai sănătoasă, decât alimentele neecologice. În mod similar, relaxarea într-o stațiune naturală cu peisaj frumos este mai preferată, decât aflarea într-un bloc de beton într-un mediu poluat.

Întreprinderile verzi oferă inovații ecologice, care pot profita de această cerere în creștere pe piață.

Creșterea eficienței afacerii și economii de costuri

Ecologizarea poate reduce costurile și îmbunătăți productivitatea afacerii (adică, cu aceeași cantitate de inputuri, poate produce mai mult), făcând-o mai competitivă. O afacere, care își reduce costurile legate de materiale, energie, apă, precum și alte costuri, care ar putea apărea din cauza risipei, devine mai eficientă, mai puțin costisitoare și mai productivă. De exemplu, dacă afacerea este capabilă să reducă costurile de electricitate prin echipamente sau tehnici eficiente din punct de vedere energetic și, prin urmare, să își reducă costul total de producere, marja de profit poate crește sau întreprinderea poate fi capabilă să își reducă prețul, pentru a atrage noi clienți.

Forță de muncă mai sănătoasă și mai productivă

Lucrătorii dintr-o afacere verde vor avea, ca regulă, mai puține probleme de sănătate, decât cei din afacerile, care folosesc procese dăunătoare mediului. De exemplu, în întreprinderile, care utilizează substanțe chimice toxice, poluarea aerului din interiorul întreprinderilor poate provoca atât probleme imediate de sănătate, cum ar fi greață, dureri de cap și amețeli, cât și efecte pe termen lung asupra sănătății, cum ar fi afectarea plămânilor. Dacă aceste probleme sunt rezolvate, mai puțini oameni se vor îmbolnăvi, iar procesele de producere ale întreprinderilor nu vor fi întrerupte. Cu mai puține întreruperi, afacerea nu va pierde timp și resurse. Lucrătorii vor fi, de asemenea, mai productivi, deoarece nu vor fi îngrijorați de pericole pentru sănătate. Ecologizarea proceselor poate duce, astfel, la mai puține absențe sub formă de concedii medicale sau la o rată mai mică de întrerupere a muncii din cauza unor probleme grave de sănătate și la o productivitate mai mare la locul de muncă, deoarece lucrătorii sunt capabili să lucreze mai bine când sunt sănătoși.

Acces la stimulente financiare și alte măsuri de sprijin

Diferite țări au dezvoltat măsuri și politici pentru a opera trecerea către o economie, care ar avea un efect negativ redus asupra mediului. Au fost elaborate politici, legi și reglementări pentru a descuraja întreprinderile tradiționale de la consumul ridicat de energie, poluare ridicată și emisii mari de gaze cu efect de seră. În unele țări, activitățile poluante pot fi supuse amenzilor și pot fi impuse taxe pe combustibili precum benzina sau motorina; îndepărtarea de la acestea are sens financiar. Dar, mai important, sunt introduse tot mai multe stimulente pozitive pentru a încuraja procese de afaceri mai ecologice și pentru a stimula industriile verzi emergente, cum ar fi energia regenerabilă, agricultura organică și turismul ecologic, ca să numim doar câteva. Din acest motiv, întreprinderile, care devin ecologice, pot frecvent beneficia de un șir de măsuri menite să încurajeze creșterea sectorului de afaceri verzi. Acestea pot include, de exemplu, reduceri de taxe, acces la produse financiare atrăgătoare, cum ar fi împrumuturi cu dobândă scăzută pentru afaceri verzi, subvenții pentru trecerea la noi tehnologii ecologice sau diverse tipuri de asistență nefinanciară, cum ar fi programe de formare.

Mediu de afaceri mai bun

Afacerile nu au doar responsabilitate, ci și interes propriu pentru a asigura un mediu sănătos. Întreprinderile depind de resursele din comunitățile lor și, deseori, o alegere ecologică în ceea ce privește resursele este și o alegere de afaceri solidă: de exemplu, combustibilii fosili se epuizează și devin din ce în ce mai costisitor de procurat. Dacă afacerea dvs. continuă să se bazeze pe un combustibil fosil și nu diversifică utilizarea energiei către resursele naturale regenerabile, ar putea exista pericolul de a suferi pierderi atunci când combustibilul fosil nu va mai fi disponibil.

De asemenea, impactul afacerii asupra mediului înconjurător afectează întreprinderea ca atare, alte întreprinderi și comunitățile în general, în special copiii, care suferă cel mai mult din cauza poluării apei și a aerului. De exemplu, o companie de textile, care aruncă materiale reziduale, cum ar fi substanțele chimice de vopsire sau de albire, într-un râu din apropiere, poluează apa dulce, pe care multe familii sărace o folosesc pentru gătit și băut și poate ucide peștele, de care depind comunitățile pentru hrană și mijloace de trai. În mod similar, o fermă care utilizează pesticide toxice pentru oameni sau un cuptor de cărămidă, care emite fum poluant, pot afecta sănătatea comunității din jur, inclusiv a celor, care lucrează în aceste afaceri, precum și a altor membri ai comunității. Protejarea resurselor din mediul înconjurător este, prin urmare, atât o responsabilitate etică a afacerii, cât și o strategie de afaceri rezonabilă, pentru a asigura accesul continuu la aceste resurse.

Dincolo de aceste efecte imediate, întreprinderile verzi pot contribui, de asemenea, la încetinirea schimbărilor climatice pe termen lung și au interes să facă acest lucru. Întreprinderile agricole, de exemplu, suferă din cauza schimbărilor climatice și a evenimentelor meteorologice extreme, cum ar fi inundațiile sau secetele. Prin ecologizarea afacerilor lor, antreprenorii contribuie la menținerea unui mediu, în care pot continua să își desfășoare activitatea cu profit și în viitor.

2.5

EVALUARE



Evaluarea de mai jos vă ajută să identificați domeniul și tipul afacerii, pentru care ar trebui să optați. Fiți sinceri în evaluarea dvs.

1. Interesele mele – Îmi place să fac următoarele (inclusiv ocupațiile dvs. preferate):	Domenii de afaceri posibile:
2. Experiența mea – am lucrat sau am experiență și educație în următoarele domenii de afaceri (enumerați locuri de muncă, formare și alte surse de experiență de muncă):	
3. Rețeaua mea de afaceri – cunosc următoarele persoane, prieteni și rude, care sunt în afaceri și care ar putea oferi informații, sfaturi sau asistență (se va preciza funcțiile acestora):	Tipuri de afaceri posibile:
4. Preferința mea e de a: • Lucra cu mulți oameni/lucra singur/ă • Fi activ și lucra în aer liber/lucra în birou toată ziua • Face muncă fizică/muncă într-un loc de muncă, care îmi permite să fiu creativ/face o muncă care necesită gândire logică • Mă concentra pe detalii tehnice/vorbi cu oamenii și a avea grijă de oameni	

Țineți minte că această evaluare vă poate direcționa către domeniul și tipul de afaceri, care e cel mai potrivit

pentru dvs. Puteți reveni oricând la această evaluare, pentru a regândi alegerea, pe care ați făcut-o, și a lua o altă decizie.

3. Cum să vă perfecționați abilitățile și capacitățile antreprenoriale

Ce se întâmplă dacă dvs. nu aveți toate caracteristicile și abilitățile dorite pentru a fi antreprenor sau dacă situația dvs. nu este potrivită pentru a fi antreprenor în acest moment? Examinați câmpurile de evaluare de mai sus și identificați domeniile, care necesită îmbunătățiri și creștere, care sunt esențiale pentru a vă începe afacerea și a reuși în ea. **Există multe modalități de a vă îmbunătăți abilitățile antreprenoriale. Puteți:**

- Învăța de la oameni, care își conduc propria afacere, în special, cei din domeniul și tipul de afaceri alese de dvs.
- Participa la cursuri de formare.
- Găsi de lucru ca asistent sau stagiar/ucenic într-o afacere de succes în domeniu și tipul de afacere care vă interesează.
- Citi articole despre afaceri din domeniul și tipul dvs. de afacere, precum și ziare și reviste de specialitate, fie pe internet, fie la biblioteci, pentru a vă ajuta să vă gândiți la problemele, cu care se confruntă aceste afaceri și la soluțiile propuse.
- Deveni membru al unei asociații de afaceri mici din zona dvs. și participa la forumuri.
- Economisi sume mici de bani zilnic sau săptămânal pentru a ajuta la finanțarea noii afaceri.
- Dezvolta abilitățile și atitudinile descrise mai jos, aplicându-le în activitățile dvs. zilnice:
 - Spori motivația și angajamentul făcând un plan pentru viitorul dvs.
 - Când lucrurile merg prost, puteți analiza ce s-a întâmplat și să vă îmbunătățiți capacitatea de a învăța din greșeli.
 - Accepta problemele, evalua soluțiile și asuma riscuri.
 - Deveni mai deschis/ă la idei noi și opiniile altor oameni.

S-ar putea să doriți să vă gândiți la căutarea unui partener, care să vă completeze abilitățile, în loc să intrați în afaceri pe cont propriu. Un partener ar putea, de asemenea, să aducă resurse financiare, garanții sau relații cu furnizorii de servicii financiare, care ar putea fi de ajutor dacă afacerea dvs. ar avea vreodată nevoie de un împrumut.

Există un număr de oameni de afaceri de succes, care nu aveau prea multă experiență sau practică în domeniul lor sau tipul lor de afaceri înainte de a-și înființa companiile. Aici este important de a fi conștient/ă de domeniile, în care aveți nevoie de îmbunătățiri și să elaborați un plan de acțiuni pentru a le rezolva, înainte ca acestea să vă afecteze negativ afacerea. Completați Planul de acțiuni din pagina următoare pentru a vă ajuta să evaluați modul, în care intenționați să vă îmbunătățiți **cunoștințele, abilitățile și starea afacerii**.



PLAN DE ACȚIUNI		
Domeniile care necesită îmbunătățiri	Ce voi face pentru îmbunătățire?	Când?



PIAȚA VĂ AȘTEAPTĂ

1. Ideea dvs. de afaceri

Experiența Adelinei

Adelina și soțul ei muncesc amândoi, dar veniturile lor comune din locuri de muncă și din mica lor fermă nu sunt suficiente pentru a acoperi cheltuielile copiilor pentru universitate. Adelina decide să încerce să-și inițieze propria afacere.



La început, ea planifica să investească o mie de dolari pe care i-a promis unchiul său în cumpărarea și vânzarea de iepuri. Părinții ei, pe de altă parte, au sfătuit-o să producă și să vândă lumânări din ceara de albine obținută din stupii lor. Deoarece costul în creștere al energiei a provocat o problemă de întrerupere a alimentării cu energia electrică în regiunea lor, Adelina a considerat că ar putea câștiga mulți bani vânzând populației locale lumânări din ceară de albine.

Nici Adelina, nici părinții ei nu au adunat vreodată o cantitate semnificativă de ceară de la albinele lor și nu au făcut niciodată lumânări. Adelina a cheltuit toți banii pentru procurarea formelor pentru lumânări, care erau mai scumpe decât se aștepta, iar producerea lumânărilor îi lua mult timp, așa că, Adelina a trebuit să angajeze pe cineva ca să o ajute. De asemenea, ea a cumpărat ceară suplimentară pentru a umple toate formele, ceea ce i-a mărit costurile. Adăugător, ea a înțeles că ar putea fi o provocare de a găsi ceară suficientă pentru a asigura îndeplinirea unor comenzi regulate în cantități mari de la magazinele locale.

Între timp, lumânările din parafină, care sunt mai puțin costisitoare, au apărut recent în magazinele locale. Astfel, piața lumânărilor era deja saturată în momentul, în care Adelina era gata să vândă. Adelina a fost nevoită să vândă lumânări unui magazin local la un preț foarte mic pentru a-și recupera o parte din cheltuieli. Drept urmare, ea a câștigat foarte puțini bani și nu a putut rambursa împrumutul.



Alex, vrei să cumperi niște lumânări din ceară de la mine?

Mulțumesc, Adelina dar noi avem un furnizor regulat

Ce nu este în regulă cu ideea de afaceri a Adelinei? De ce?

Acum să examinăm un alt caz:

Experiența Otiliei

Otilia a lucrat mai mult de 5 ani la o fabrică de confecții. Conducerea reticentă o remunera bine, dar, de obicei, îi refuza orice idei inovatoare. Fiica Otiliei, în vârstă de 14 ani, se plângea frecvent de lipsa de stil a uniformei școlare, care consta, pur și simplu, dintr-o bluză albă și o fustă albastră. Fiica ei o informa că uniforme din alte școli nu sunt nici ele la modă. Otilia a încercat să găsească magazine în comunitatea sa, care ar vinde uniforme școlare sau îmbrăcăminte în culorile școlii. Ea a observat că adolescenții făceau cumpărături acolo, însă a remarcat că numărul și varietatea hainelor erau limitate.

Deoarece Otilia este un designer creativ, i-a venit ideea de a folosi uniforme vechi ale fiicei sale ca materie primă pentru uniforme școlare noi.



Ea a făcut schițe colorate și frumoase și le-a întrebat pe unele dintre mamele elevilor dacă ar fi dispuse să doneze îmbrăcăminte veche a copiilor lor. Ea a primit doar răspunsuri pozitive. În continuare, Otilia l-a întrebat pe directorul școlii dacă există o cerere de uniforme personalizate. Directorul a fost foarte încântat de idee și de oportunitatea de a implica elevii în procesul de reciclare.

Otilia a decis să facă niște uniforme frumoase pentru fete și băieți. Ea a mers cu tiparele la magazinele locale, întrebând dacă le-ar cumpăra și în ce număr și cât ar plăti. Proprietarii magazinelor

pareau să fie mulțumiți de tiparele ei și au spus că îi vor expune uniforme pentru vânzare.

Otilia și-a folosit apoi economiile pentru a cumpăra o mașină de cusut și a obținut niște haine vechi donate pentru a-și face primul lot.

La început, ea lucra seara după muncă. Toate uniforme, pe care le cosea, se vindeau foarte bine, iar magazinele erau dispuse să le plătească în numerar la livrare. Atunci Otilia a decis să renunțe la serviciu pentru a se concentra pe propria afacere. Acum Otilia primește comenzi regulate de la magazine. Ea planifică să cumpere încă o mașină de cusut și să o angajeze pe una dintre prietenele ei să lucreze pentru ea.

De ce a reușit Otilia în propria afacere? Ce a făcut ea ca să obțină succes?

Inițierea unei afaceri verzi nu este o muncă ușoară. Este nevoie de multă muncă și multă planificare. Efortul și banii necesari pentru a începe o afacere pot fi irosiți dacă nu se inițiază afacerea potrivită. Afacerea potrivită începe cu o descriere bună a ideii de afaceri.

2. Ce înseamnă o idee de afaceri?

Ideea de afaceri este o descriere scurtă și precisă a operațiunii de bază a unei afaceri dorite. Înainte de a iniția o afacere, trebuie să aveți o idee clară despre tipul de afacere, pe care doriți să o conduceți.

Ideea dvs. de afaceri vă va spune:

- **Ce** nevoie va satisface afacerea dvs. pentru clienți și ce fel de clienți veți atrage?
- **Ce fel** de bunuri sau servicii va vinde afacerea dvs.?
- **Cui** va vinde afacerea dvs.?
- **Cum** își va vinde afacerea bunurile sau serviciile?
- **În ce măsură** afacerea dvs. va depinde de mediu și ce impact va avea asupra mediului? O idee bună de afaceri va fi compatibilă cu utilizarea durabilă a resurselor naturale și va respecta mediul social și natural, de care depinde afacerea.

2.1 Ce nevoi va satisface afacerea dvs. pentru clienți?

Ideea dvs. de afaceri ar trebui să aibă întotdeauna în vizor clienții și nevoile acestora.



Ar putea fi o idee bună de a înființa un centru de zi într-o zonă comercială, deoarece mulți alți părinți ar putea avea aceeași nevoie.



Ar putea fi o idee bună de a iniția un serviciu de colectare și reciclare a deșeurilor în această zonă. Nu numai că proprietarul acestui restaurant ar avea nevoie de acest serviciu, dar și mulți alți locuitori din zonă ar putea avea nevoie de el.

Referință la cazurile Adelinei și Otiliei de mai sus:



Adelina producea lumânări din ceară de albine fără să știe dacă:

- Este nevoie de astfel de lumânări?
- Cine are nevoie?
- De ce au nevoie de lumânări din ceară de albine și nu de lumânări clasice din parafină?

Prin urmare, ea nu avea idee cât de mare ar putea fi cererea pentru lumânările ei. În consecință, ea nu a putut găsi clienți, deoarece nevoia fusese satisfăcută înainte de momentul, în care ea și-a putut oferi bunurile.



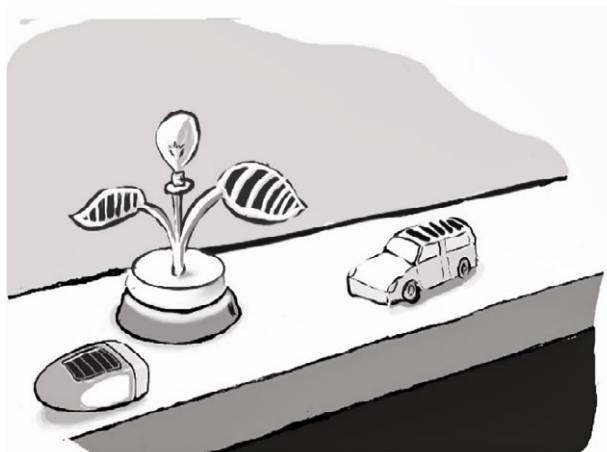
Deoarece Otilia a făcut o cercetare de piață, ea știe că adolescenții din zona ei au alegere mică și acces limitat la uniforme școlare personalizate și stilate. Tot ce aveau ei erau haine obișnuite, pe care adolescenții le purtau fără plăcere. Otilia își propune să le satisfacă nevoia prin producerea de uniforme la modă, potrivite cu culorile școlilor.

2.2 Ce bunuri sau servicii va vinde afacerea dvs.?

Afacerile verzi pot fi definite din două perspective: una se referă la producția sub formă de produse sau servicii verzi, iar cealaltă se referă la procesul activității economice. Aceasta înseamnă că antreprenorii pot intra în sectorul de afaceri verzi fie prin furnizarea de produse sau prestarea de servicii ecologice, fie prin utilizarea unui proces favorabil mediului, fie prin folosirea tehnologiilor curate, care reduc orice efecte negative ale afacerii asupra mediului.



Realizarea unor colecții noi de articole de vestimentație pentru femei din țesături reciclate



Producerea jucăriilor alimentate cu energie solară

Un serviciu este ceva ce faci pentru oamenii, care apoi te plătesc. De exemplu, livrarea de bunuri, operațiuni bancare, îngrijirea copiilor, repararea bunurilor, operarea tururilor de excursii etc. sunt toate servicii.



Folosirea ambalajelor din sticlă și hârtie



Renovarea și reparația ecologică a mobilierului



Adelina producea lumânări din ceară de albine fără să aibă cunoștințe și experiență prealabilă. Ea nu era conștientă de provocările afacerii, cum ar fi cantitatea necesară de ceară,

costul formelor sau durata mare de procesare. Adelina nu avea niciun avantaj, pe care să-l folosească în afacerea cu lumânări și s-a confruntat cu prea multe probleme, așa că nu a reușit să facă profit.



Otilia avea o experiență semnificativă în confecționarea hainelor. Ea știa despre design și cusut. Totuși, ea nu avea experiență în realizarea uniformelor școlare din haine uzate, așa

că și-a testat competența făcând niște schițe, pe care le-a arătat proprietarilor magazinelor de îmbrăcăminte. Ea și-a deschis afacerea abia după ce primul lot de uniforme a fost acceptat pentru a fi expuse în magazine, iar apoi vândute.

2.3 Cui va vinde afacerea?

Nici o afacere nu poate avea succes fără clienți. Prin urmare, este esențial de a ști cine vor fi clienții. Veți vinde unui anumit tip de client sau tuturor dintr-o anumită zonă? Trebuie să existe destui oameni, care au posibilități și sunt dispuși să plătească pentru bunurile și serviciile dvs., altfel afacerea nu va supraviețui.



Referire la cazurile Adelinei și Otiliei:



Adelina nu știa cine îi va cumpăra lumânările din ceară de albine. Principala ei preocupare era doar să facă lumânări, principala ei preocupare, așa cum a presupus ea, ele care ar fi achi-

ziționate de magazinele din zonă. Prin urmare, ea nu știa cât de mare era nevoia pentru bunurile ei. Plus, ea nu avea idee dacă vor apărea concurenți, care ar răspunde la cereri similare ale clienților.



Otilia știa că clienții ei vor fi elevii adolescenți din zona ei. Ea a studiat mediul de vânzare cu amănuntul prin discuții cu proprietarii de magazine și a chestionat un eșantion

de adolescenți și pe mamele lor și, de asemenea, i-a întrebat pe administratorii școlii despre dorințele și nevoile lor.

2.4 Găsirea unei idei de afacere verzi

Pentru a găsi o idee de afacere verde, puteți folosi exercițiul de furtună de idei de mai jos, gândindu-vă la problemele de mediu care trebuie soluționate în comunitatea dvs. și la resursele din comunitatea dvs., care ar putea fi valorificate:

Probleme de mediu din comunitate

1a. Ce probleme de sănătate și de mediu există în comunitatea dvs.?

1b. Ce se face deja pentru a soluționa aceste probleme?

1c. Ce încă nu se face sau ce nu se face bine?

Resurse naturale existente în comunitate

2a. Comunitatea dvs. are resurse naturale sau produse reziduale, care ar putea fi folosite pentru afaceri?

2b. Există deja unele companii în comunitatea dvs., care folosesc aceste resurse?

2c. Există oportunități neexploatare de a folosi aceste resurse?

Pe baza răspunsurilor la întrebările 1c și 2c, enumerați cât mai multe idei de afaceri verzi:

Ideea 1:

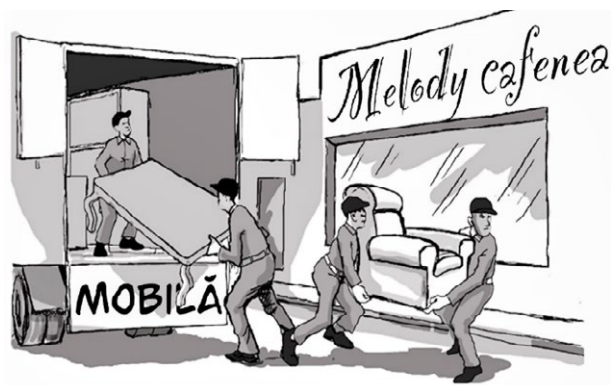
Ideea 2:

Ideea 3:

2.5 Cum își va vinde afacerea bunurile sau serviciile?

Cum intenționați să vă vindeți bunurile sau serviciile? Dacă intenționați să deschideți un magazin, știți cum vă veți vinde produsul, dar producătorii sau operatorii de servicii își pot vinde produsele în multe moduri diferite. Un producător, de exemplu, poate vinde fie direct clienților, fie comercianților cu amănuntul sau angroșiștilor.

Unele companii vând direct clienților lor:



Mobilă B&C produce și vinde seturi de canapele în care se folosesc țesături ecologice direct către Melody Café, iar pentru livrare se utilizează un camion electric.

Unele companii vând comercianților cu amănuntul:



Distribuitorul achiziționează cartofii local, aproape de locul livrării, evitând transportul la distanțe mari.

Referire la cazurile Adelinei și Otiliei:



Adelina s-a grăbit să inițieze afacerea fără a se gândi cum își va vinde produsul. Pur și simplu, a făcut lumânările și a încercat apoi să le vândă magazinelor locale cu amănuntul.

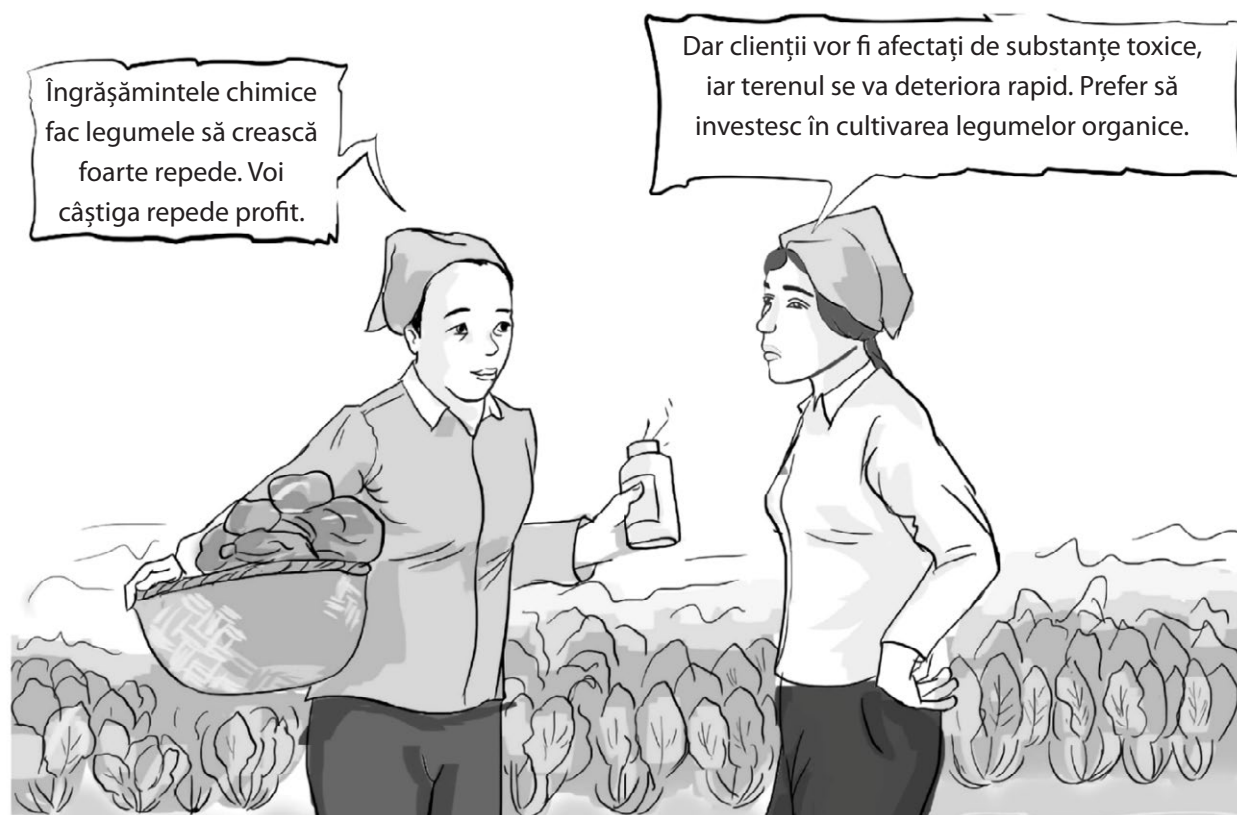


La început, Otilia planifica să-și vândă uniformele prin magazine de haine. Înainte de a-și deschide afacerea, ea a discutat cu proprietarii acestor magazine, pentru a se asigura

că aceștia îi vor vinde bunurile.

2.6 Cât de mult va depinde afacerea dvs. de mediu și care va fi impactul ei asupra mediului?

Afacerea dvs. poate fi durabilă și rezistentă pe termen lung doar dacă funcționează în armonie cu mediul social și natural. Cât de mult depinde afacerea dvs. de mediu? Se bazează aceasta pe vreme, sol sau alte resurse naturale? Are nevoie de un anumit tip de forță de muncă din partea comunității locale? Are nevoie de sprijinul comunității locale? Ce ar trebui să faceți pentru a vă asigura că afacerea dvs. ocrotește mediul natural și ajută comunitatea locală? Afacerea dvs. va proteja mediul natural sau va avea un impact negativ? Cum ați minimiza sau inversa orice efect negativ, pe care l-ar putea avea afacerea dvs.?



Referire la cazurile Adelinei și Otiliei:



Adelina știa că, în comparație cu parafină, lumânările din ceară de albine sunt favorabile pentru mediu. Totuși, pentru a produce în masa lumânări pentru comunitatea sa, ea avea nevoie de o cantitate mare de ceară, pe care stupii părinților ei nu o puteau asigura. Mai mult, dacă se ia prea mult fagure din stup, pentru a face ceară de albine, se poate compromite sănătatea stupului în general. Unii stupi produc fagure în exces în câțiva ani, dar nu în toate cazurile, și nu în fiecare an.



Afacerea Otiliei a abordat unele preocupări ale comunității: nevoia de a recicla hainele vechi și lipsa de alegere și acces la uniforme școlare stilate. Acesta este un avantaj, pe care afacerea ei îl va folosi pentru a crește și a rămâne profitabilă. Mai mult decât atât, compania ei va servi drept model pentru creșterea conștiinței de mediu a populației locale.



ACTIVITATEA 3

Acum, dacă aveți deja o idee de afaceri, descrieți ideea folosind formularul de mai jos:

Ideea mea de afaceri este:

.....

.....

.....

Ce nevoie va satisface afacerea mea?

.....

.....

.....

Ce bun / serviciu voi oferi?

.....

.....

.....

Cui voi vinde?

.....

.....

.....

Cum voi vinde bunul / serviciul?

.....

.....

.....

Cât de mult va depinde afacerea mea de mediu și cât de mult îl va afecta?

.....

.....

.....

În ce măsură va depinde afacerea mea de **mediul natural din anturaj** (sol, lemn, cărbune, pește, vânt, soare, apă etc.)?

.....

.....

.....

Va avea afacerea vreun **impact** pozitiv asupra mediului (purificarea apei, îmbunătățirea calității solului etc.)?

.....

.....

.....

Va avea afacerea vreun **impact negativ** asupra mediului?

.....

.....

.....

TIPUL DE IMPACT	DA	NU	N/A	DETALII DESPRE IMPACTUL NEGATIV ȘI MODALITĂȚILE DE A-L EVITA SAU REDUCE LA MINIMUM:
Va folosi afacerea volume mari de energie pe bază de combustibili fosili?				
Va folosi cantități mari de apă?				
Va folosi resurse naturale, care sunt insuficiente sau supra exploatare?				
Va necesita utilizarea de substanțe chimice nocive?				
Va genera cantități mari de deșeuri solide?				
Va duce la poluarea aerului?				
Va duce la poluarea solului?				
Va duce la poluarea apei?				

În această etapă, dacă nu vă puteți descrie în mod adecvat ideea, nu este o problemă. Cel puțin, știți de ce informații aveți nevoie pentru orice idee de afaceri, la care v-ați gândit. Posibil că veți avea nevoie și de o listă de idei pentru analiză, în loc să vă concentrați pe un concept vag. În secțiunile următoare, vă vom ajuta să găsiți mai multe idei de afaceri, înainte de a alege pe cea mai potrivită.

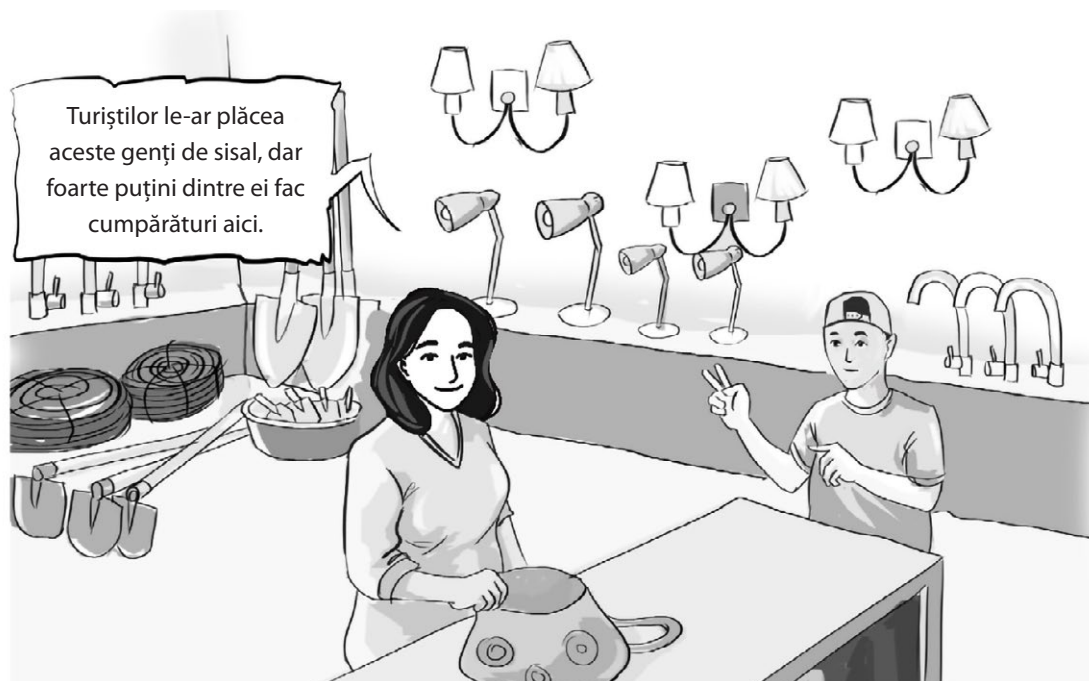
LISTA DVS. DE IDEI DE AFACERI

1. Experiența lui Nicu

Nicu a lucrat timp de cinci ani ca angajat al unui importator de sobe pe gaz înainte de a se lansa pe cont propriu. Mătușa lui, care conduce o afacere prosperă de închiriere și furnizare a echipamentelor, s-a oferit să-i fie investitor. Singurul lucru, care o interesa, era obținerea unei cote din profit; ea ar prefera să-l lase pe Nicu să se ocupe singur de conducerea companiei.

Astfel, Nicu începe să se gândească la idei posibile de afaceri.

Mulți dintre prietenii lui Nicu sunt impresionați de pungile de sisal și de tapițeriile decorative pentru pereți, pe care el le face în timpul liber. Deci, firesc, primul lui gând este de a le produce și vinde turiștilor ca suveniruri. După ce a vorbit cu mai mulți proprietari de magazine, el a aflat că, pur și simplu, nu sunt suficienți turiști în zonă pentru ca întreprinderea să merite.



Deoarece Nicu cunoaște caracteristicile și calitatea diferitelor mărci de sobe pe gaz importate, el se gândește să deschidă un magazin de sobe pe gaz. După ce a cercetat piața, el a constatat că în zona sa există deja multe magazine de sobe pe gaz, toate abia supraviețuind din cauza concurenței acerbe. Deși au încercat diferite strategii de reducere și promovare, niciuna dintre ele nu a dus la o creștere considerabilă a vânzărilor. Atunci, el decide că mai bine să nu intre în o piață atât de dură.

În timp ce încă se gândește la o idee de afaceri, Nicu își ajută mătușa să se mute la o casă nouă. Deși este ușor să găsești o furgonetă de închiriat, nimeni nu oferă servicii de mutare. Drept urmare, Nicu e nevoit să-i roage pe câțiva prieteni să-l ajute să demonteze și să instaleze mobila mătușii și să-i transporte bunurile. Lor le ia un week-end întreg să găsească cutii, să aleagă și împacheteze lucruri, să le încarce în furgonetă, să le transporte la noua casă, să le descarce și le rearanjeze.



Nicu se întreabă de ce nu exista o firma locala de mutări, care ar oferi servicii complexe, de la ambalare și încărcare pana la despachetare și instalare, și chiar până la preluarea cutiilor uzate din lemn sau carton, pentru a le reutiliza pentru alți clienți, ceea ce ar reduce unele costuri. De asemenea, Nicu crede că companiile de mutări pot ajuta clienții să economisească timp prin consolidarea mutărilor lor la o singură rută.

Dându-și seama că aceasta ar putea fi o idee de afaceri, Nicu face câteva cercetări pe acel domeniu de afaceri și apoi își descrie ideea de afaceri după cum urmează:

Ideea mea de afaceri: Serviciu de ambalare la domiciliu/birou și de mutare

- **Ce nevoie va satisface afacerea mea?** Toți cei, cu care am vorbit, sunt de acord că mutarea la casă nouă sau la birou nou este foarte dificilă și necesită timp. Nu exista nicio firma în zonă, care ar oferi servicii de ambalare și mutare. Prin urmare, dacă ofer aceste servicii necesare, afacerea mea va avea o cerere constantă.
- **Ce bun/serviciu voi oferi?** Intenționez să ofer servicii complete de ambalare și mutare pentru locuințe și birouri. Deși nu am experiență în conducerea unui așa tip de afacere, am ceva experiență în manipularea, depozitarea și transportul mărfurilor. Am învățat aceste lucruri în timp ce lucram la compania importatoare de sobe pe gaz. Pot să-l rog pe fratele meu, care se pricepe foarte bine la managementul proceselor, să planifice operațiunile. În plus, pot folosi un furnizor de transport de încredere, care lucrează adesea pentru magazinul mătușii mele.
- **Cui îi voi vinde?** Intenționez să încep prin a oferi serviciile mele tuturor rudelor, prietenilor, prietenilor prietenilor și bazei de clienți a mătușii mele. Apoi îmi voi extinde afacerea și îmi voi face reclamă în tot orașul.
- **Cum îmi voi vinde serviciul?** Îmi pot vinde serviciul direct clienților. Inițial, voi prezenta serviciul tuturor prietenilor, rudelor și bazei de clienți a mătușii mele. După ce voi face câteva mutări pentru familie și prieteni, îmi voi extinde piața și voi plasa afișe în zonele, în care există o mulțime de magazine, birouri, apartamente și case de închiriat.
- **Cât de mult va depinde afacerea mea de mediu și care va fi impactul ei asupra mediului?** Afacerea mea va reutiliza de mai multe ori cutiile din lemn și carton pentru a preveni risipa și va economisi costuri și timp pentru clienți prin planificarea mutării prin o singură rută.

Ce a făcut Nicu pentru a-și găsi ideea de afaceri?

Nicu nu se concentrează doar pe o singură idee:

- El se uită în jur pentru a găsi diferite idei de afaceri, care ar fi potrivite domeniilor sale de interes și pasiune, și în care ar putea face uz de cunoștințele sale și de experiența sa de muncă.
- El descrie clar fiecare dintre ideile sale.
- În timp ce cerceta diferite idei, el a descoperit că unele nu ar funcționa pentru că nu existau nevoi suficiente, nu existau suficienți clienți sau concurența era acerbă.
- În timp ce își descria ideea, el a identificat și resursele pe care le-ar putea folosi, cum ar fi cunoștințele prietenului său, baza de clienți a mătușii sale sau un furnizor de încredere, pe care îl cunoaște.

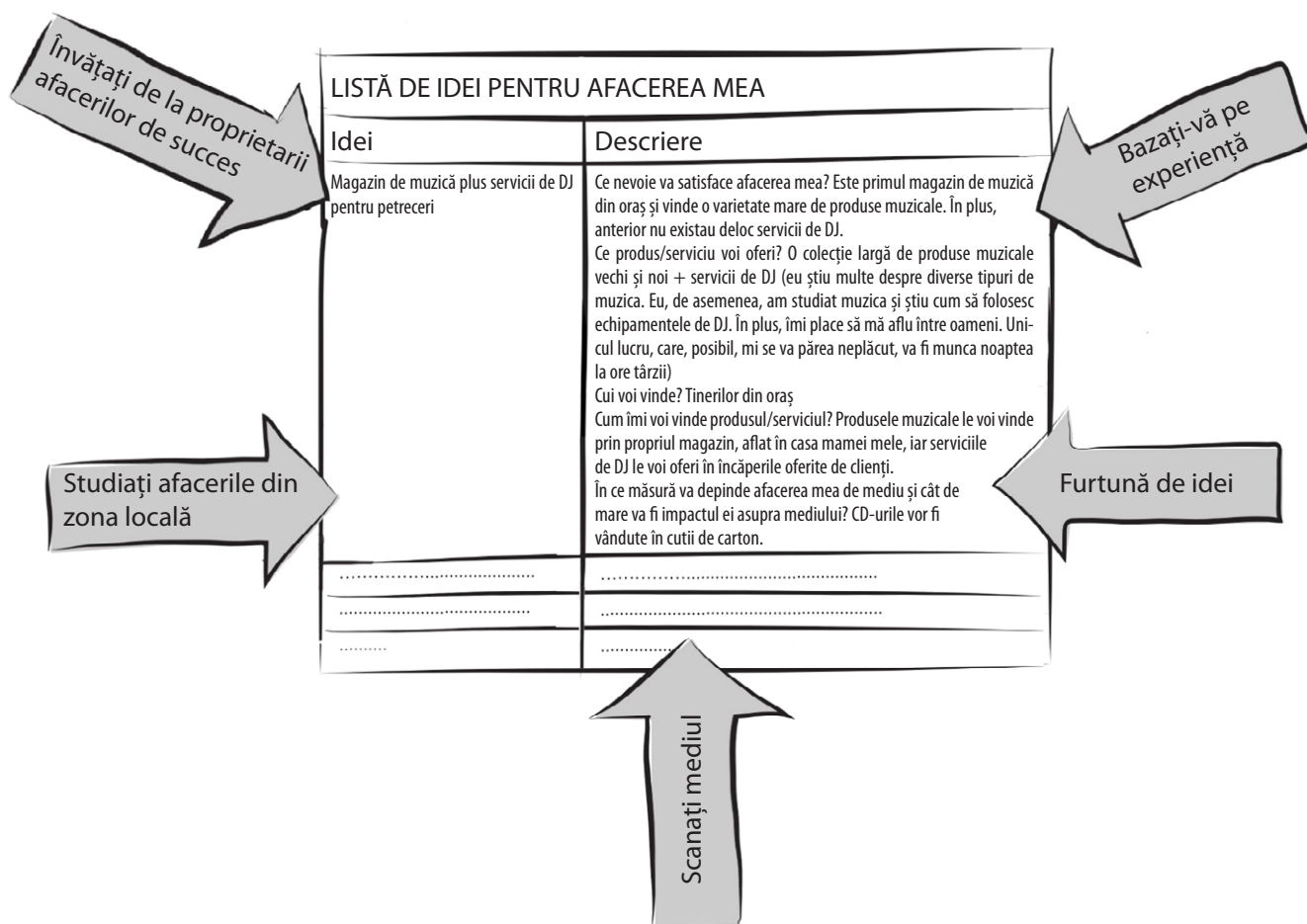
2. Cum de alcătuit propria listă de idei de afaceri?

Acum că ați citit despre Nicu, vedeți dacă puteți găsi câteva idei de afaceri verzi pentru dvs.

Fiecare idee de afaceri ar trebui să se bazeze pe cunoașterea pieței și a nevoilor acesteia. Piața înseamnă persoanele care, posibil, ar dori să cumpere un bun sau un serviciu, adică clienții. Piața diferă de la un loc la altul, în funcție de cine locuiește în zonă, de starea lor financiară și de bunurile sau serviciile, pe care ei cheltuie bani. Când veți înțelege piața din zona dvs., este posibil să recunoașteți multe idei de afaceri, pe care, probabil, le-ați ignorat anterior.

Când generați idei de afaceri, cel mai bine este să încercați să vă păstrați mintea deschisă la orice. Primul obiectiv este să vă gândiți la cât mai multe idei și să faceți o listă cu toate oportunitățile de afaceri posibile. Având o listă, veți avea mai multe opțiuni! Apoi puteți scana lista și găsi ideile, care par cele mai realizabile și care credeți că vor fi cele mai profitabile.

Există multe modalități de a identifica idei de afaceri, cum ar fi sondajul în rândul întreprinderilor locale sau chestionarea proprietarilor afacerilor existente. Mai jos, vom examina câteva abordări diferite de generare a ideilor de afaceri. Informațiile obținute dintr-o abordare o pot completa pe alta și vă pot ajuta să vă descrieți în mod clar ideile de afaceri. Notați-vă ideile de afaceri pe o listă de idei, folosind diferitele abordări pentru a găsi idei noi (vedeți, exemplul de mai jos).



Fiecare abordare (reprezentată prin săgeți în exemplul de mai sus) va fi discutată în secțiunile următoare.

3. Învățați de la proprietarii de afaceri de succes

Puteți învăța multe de la oamenii din zona dvs. care au trecut deja prin procesul de înființare a unei afaceri. Ar trebui să încercați să obțineți următoarele informații de la ei:

- Cu ce fel de idee și-au inițiat afacerile?
- De unde au provenit ideile lor?
- Cum și-au dezvoltat ideile în afaceri de succes?
- Cum profită afacerile lor de mediul local și cum se încadrează în acesta?
- De unde au obținut banii pentru inițierea afacerii?

Rodica caută o idee pentru a-și iniția propria afacere. Ea a decis să vorbească cu oameni de afaceri de succes din zona ei. Rodica l-a telefonat pe Nicu și a fixat cu el o întâlnire. Când a mers la întâlnirea cu Nicu, ea a folosit formularul de analiză a ideilor de afaceri, prezentat mai jos, pentru a-și nota răspunsurile oferite de el la întrebările adresate.

FORMULAR DE ANALIZĂ A IDEILOR DE AFACERI

Denumirea afacerii: Nicu – Ambalare și mutare

Bunuri sau servicii vândute: Un pachet complet de servicii de mutare la altă casă sau la alt birou

Clienții principali: Persoane fizice și companii, care trebuie să-și schimbe locul de trai sau oficiul

Când și de ce a decis proprietarul să inițieze această afacere?

Nicu și-a început afacerea în 2009, când avea nevoie să obțină un venit suplimentar. În timp ce-și ajuta mătușa să se mute într-o casă nouă, el a constatat că mutarea este o muncă foarte grea și că nu există nicio companie de ambalare și de mutare în zona lui. De asemenea, el avea ceva experiență în manipularea, depozitarea și transportul mărfurilor, pe care o dobândise în timp ce lucra cu o companie importatoare de sobe pe gaz.

De ce a considerat el că inițierea unei astfel de afaceri este o idee bună?

Nicu a efectuat cercetări de piață și a descoperit că mulți oameni din zona sa își schimbă frecvent reședința și locul de muncă. Toată lumea se plânge de cât de dificilă este mutarea și de faptul că nu este nimeni în preajmă care să-i ajute să-și facă bagajele și să se mute.

Cum a aflat proprietarul ce își doreau potențialii clienți?

Nicu a stat de vorbă cu mulți prieteni, rude, proprietari de afaceri și vecini.

Ce puncte forte sau active a folosit proprietarul pentru a iniția această afacere?

(De ex., experiență anterioară, pregătire, rețele sociale, contacte, ocupații preferate) Nicu avea o mătușă, care făcea afaceri și era dispusă să-l ajute să-și finanțeze afacerea. El dobândise experiență în ambalarea, dezasamblarea și asamblarea și transportul mărfurilor în locul său anterior de muncă. El avea și un frate, care l-a ajutat să organizeze funcționarea afacerii.

Cu ce probleme s-a confruntat proprietarul la înființarea afacerii?

Din cauza expertizei sale limitate de marketing, Nicu inițial avea dificultăți în răspândirea publicității despre serviciul său unic.

S-a schimbat bunul sau serviciul de afaceri în timp?

Afacerea s-a extins. Acum ea dispune de propria sa furgonetă și plănuiește să cumpere încă două furgoane și să angajeze mai mult personal anul viitor.

Care este impactul afacerii asupra mediului natural și asupra comunității?

Nicu reciclează cartonul de ambalaj și cutiile din lemn de cel puțin două ori înainte de a le vinde la centrul local de reciclare. De aceea, el poate să reducă costurile și să diminueze risipa. (Majoritatea oamenilor, care împachetează și se mută singuri ajung să arunce cutiile și materialele de ambalare). Afacerea lui oferă locuri de muncă pentru comunitate. Persoanele cu studii inferioare pot, de asemenea, să obțină un loc de muncă, deoarece Nicu le atribuie sarcini elementare. De asemenea, compania sa economisește bani pe combustibil și reduce emisiile prin planificarea eficientă a traseului.

Note:

- Uneori, ceva ce vă place să faceți s-ar putea să nu se traducă într-o idee de afaceri profitabilă. Nicu nu ar fi putut obține profit din vânzarea pungilor din sisal.
- Prima idee poate să nu fie întotdeauna cea mai bună. Este important să obțineți informații concrete despre piață înainte de a acționa asupra ideii. Nicu a aflat de lipsa unei piețe pentru pungi înainte de a începe afacerea.
- Dacă găsiți o idee bună, dar nu aveți o pregătire suficientă în anumite aspecte, puteți angaja personal calificat sau puteți stabili legături de afaceri.
- Poate fi necesar să obțineți ajutor financiar înainte de a putea iniția o afacere.
- Ideea de afaceri a lui Nicu a avut succes pentru că s-a bazat pe o oportunitate evidentă de afaceri și pe cunoașterea pieței.



ACTIVITATEA 4

Acum aflați câteva idei de afaceri de succes din zona dvs.

- Gândiți-vă la trei afaceri din zona dvs. locală pe care le considerați de succes. Încercați să selectați afaceri, care funcționează de cel puțin trei ani. În spațiul de mai jos, scrieți denumirea fiecărei afaceri și bunurile sau serviciile, pe care le vinde aceasta.

- Îndepliniți formularul din pagina 36 separat pentru fiecare dintre cele trei afaceri enumerate mai sus.
- Vizitați cele 3 afaceri și discutați cu proprietarii. Vedeți dacă aceștia sunt de acord cu dvs. că afacerile lor sunt de succes. Întrebați-i cum au decis să intre în acea afacere. Au văzut pe piață o nevoie, care nu era satisfăcută? Au avut ceva experiență, contacte sau abilități, pe care să se bazeze? Au cunoscut pe altcineva în afacere? Aceasta a fost prima afacere, în care au lucrat vreodată? Notați orice alte întrebări, pe care doriți să le adresați proprietarilor în spațiul de pe pagina următoare.

- După ce ați terminat de discutat cu proprietarii, completați Formularul de analiză a ideilor de afaceri pentru fiecare afacere, enumerând cât mai multe detalii posibil.
- Gândiți-vă la toți factorii, care au făcut ca ideea de afaceri să fie una bună și de ce a devenit o afacere una de succes. Găsiți răspunsuri la următoarele întrebări și scrieți-le în formularul de sub „Note”:
 - Ce lecții se pot învăța din experiența proprietarului afacerii?
 - Ce greșeli credeți că a făcut proprietarul?
 - Cum puteți evita aceleași greșeli?
 - Ce credeți că a contribuit la succesul afacerii?

PARTEA III | LISTA DVS. DE IDEI DE AFACERI | 35

FORMULAR DE ANALIZĂ A IDEILOR DE AFACERI

Denumirea afacerii: _____

Bunuri sau servicii vândute: _____

Principalii clienți: _____

Când și de ce a decis proprietarul să inițieze această afacere?

De ce a considerat proprietarul că inițierea unei astfel de afaceri este o idee bună?

Cum a aflat proprietarul ce își doreau potențialii clienți?

Ce puncte forte sau active a folosit proprietarul pentru a începe această afacere? (De ex., experiență anterioară, instruire, mediu familial, contacte, ocupații preferate)

Cu ce probleme s-a confruntat proprietarul la înființarea afacerii?

S-a schimbat bunul sau serviciul afacerii în timp?

Care este impactul afacerii asupra mediului natural și asupra comunității?

Note:

4. Valorificarea experienței

4.1 Propria experiență

Consultați lista intereselor dvs., a experiențelor și rețelelor dvs. din pagina 7 (Partea I, secțiunea 2.3). Există idei de afaceri posibile, pe care le puteți extrage din propria experiență din trecut? Gândiți-vă la fiecare tip de experiență.

Începeți cu voi înșivă. Care a fost experiența dumneavoastră ca client pe piață? Ați căutat vreodată toată ziua câteva obiecte, pe care nu le-ați găsit la niciun magazin din zona dvs.? Gândiți-vă la bunurile și serviciile, pe care le-ați fi dorit în momente diferite și pe care le-ați găsit cu greu.

4.2 Experiența altor oameni

Oamenii din jurul dvs. sunt potențiali clienți. Este important să înțelegeți experiența lor în încercarea de a găsi bunuri și servicii, care nu sunt disponibile sau care nu sunt exact ceea ce au ei nevoie. Ascultați cu atenție ce vă spun acești oameni despre **experiența lor legată de cumpărături**.

Întrebați-vă familia și prietenii despre lucrurile, pe care ar dori să le găsească și care nu sunt disponibile la nivel local. Extindeți-vă cunoștințele sociale vorbind cu persoane din diferite grupe de vârstă, clase sociale etc. Puteți vizita, de asemenea, grupuri comunitare, colegii, etc. pentru o mai bună înțelegere a pieței.

Iată câteva exemple de comentarii, care ar putea ajuta la căutarea unei idei de afaceri:

- „Nu găsesc o cutie pentru mâncarea de prânz, în care mâncarea să se păstreze caldă.”
- „Sortimentul de cratițe în magazine este foarte limitat.”
- „Nu există o modalitate sigură de a trimite pachete cu cadouri prietenilor și rudelor mele, care locuiesc la țară.”
- „Nu există suficient divertisment în acest oraș, iar zilele de odihnă sunt atât de plictisitoare.”
- „Trebuie să cumpăr niște manuale de marketing, dar nu există librării bune în acest oraș.”
- „Este atât de mult gunoi pe străzi. Cineva ar trebui să facă ceva în privința asta.”
- „Nu găsesc un tencuitor decent în acest oraș. Cei, pe care i-am angajat nu pregătesc suprafața corect înainte de vopsire și vopsesc peste tot, inclusiv peste murdărie.”
- „Există un singur magazin de confecții în oraș. Dar vânzătoarea este atât de nepoliticoasă. De asemenea, pare să nu fie interesată să arate hainele clienților.”
- „Spitalul local nu are o farmacie în apropiere. Trebuie să iau autobuzul până la cel mai apropiat magazin pentru a lua medicamentele prescrise de medic.”
- „Nu îmi place felul, în care managerul local al băcăniei își tratează angajații, dar nu există niciun alt loc în apropiere unde să găsesc lucrurile de care am nevoie.”
- „Lângă fabrică nu există nicio cantină sau cafenea și este greu să-mi cumpăr o gustare sau o ceașcă de ceai când vreau.”
- „Ori de câte ori o mașină se defectează, este dificil să găsesc unde să o repar rapid.”
- „Îngrășămintele de pe piață sunt mult prea scumpe și nu există nicio alternativă organică.”

Îndepliniți Activitatea 5 de mai jos și gândiți-vă la ideile posibile de afaceri, pe care le puteți extrage din experiențele pe care le-ați enumerat.



ACTIVITATEA 5

Notați experiențele dvs. ca client sau ceea ce au spus alte persoane despre experiențele lor ca clienți în spațiul de mai jos. Apoi notați ideea de afaceri asociată, care ar oferi clienților bunurile sau serviciile, de care au nevoie și pe care și le doresc.

Experiența personală	Idei de afaceri
Experiența altor oameni ca clienți	Idei de afaceri
Comentarii despre servicii proaste	Idei de afaceri
Dificultăți întâmpinate în încercări de a realiza ceva	Idei de afaceri
Probleme de mediu	Idei de afaceri



Adăugați aceste idei de afaceri la lista dvs. de idei (utilizați formularul de la pagina 47). Încercați să descrieți fiecare idee cât mai clar posibil, pe baza următoarelor cinci criterii:

- Ce nevoie va satisface afacerea mea?
- Ce bun/serviciu voi oferi?
- Cui îi voi vinde?
- Cum îmi voi vinde bunul/serviciul?
- Cât de mult va depinde afacerea mea de mediu și ce impact va avea ea asupra mediului?

5. Studiați zona locală de afaceri

O altă modalitate de a descoperi idei de afaceri este de a vă uita prin comunitatea dvs. locală. Aflați ce tip de afaceri operează deja în zona dvs. și vedeți dacă puteți identifica eventuale lacune în piață.

Dacă locuiți într-un sat sau într-un oraș mic, este posibil să puteți identifica toate domeniile de activitate din întreg orașul. În caz contrar, poate fi necesar de a vă concentra pe domeniile și tipurile de afaceri preferate, pe care le-ați identificat în Partea I a Manualului. Aceasta este o activitate care va fi mult mai ușor de realizat împreună cu un partener de afaceri sau un prieten. Vizitați cea mai apropiată zonă industrială, piețe și centre comerciale din zona dvs.

Experiența Rodicăi

Rodica încearcă să se gândească la idei de afaceri. Pentru a-și înființa propria afacere, ea cercetează afacerile existente în zona ei. Rodica are o pasiune pentru bucătărie. Când învăța la facultate, ea a lucrat ca brutar cu jumătate de normă. De asemenea, are înclinație și pentru designul interior și modă. Rodică îi place să cunoască diferiți oameni. Acesta este motivul, pentru care vrea să înceapă o afacere legată de gătit, decorarea caselor sau îmbrăcăminte.



Ce face Rodica:

- Merge la mall-ul local, unde se află multe magazine de îmbrăcăminte, de asemenea multe restaurante de lux și magazine de bunuri pentru casă.
- Se plimbă prin piața centrală, unde oamenii merg să-și caute mobilă, îmbrăcăminte, electrocasnice și decorațiuni pentru casele lor la prețuri accesibile.
- Vizitează cartierul comercial unde își desfășoară activitatea o mulțime de angroșiști de produse alimentare și îmbrăcăminte. Acolo se vând și echipamente mari.
- Discută cu asociația de afaceri locală despre diferite tipuri de afaceri din zonă și verifică, de asemenea, în paginile aurii alte companii enumerate acolo.

Rodica este interesată de gătit, decorarea caselor și modă. Prin urmare, ea întocmește o listă a tuturor afacerilor **relevante pentru** aceste interese, care există în zona, pe care a inspectat-o.

Relevante pentru gătit	Relevante pentru decorarea caselor	Relevante pentru modă
– 5 brutării – 12 magazine alimentare – 3 restaurante – 5 cafenele – 8 gherete alimentare pe stradă – 6 localuri care servesc băuturi – 2 servicii de catering, care prestează servicii în încăperile clienților	– 1 fabrică de mobilă, care produce mobilă din lemn – 3 magazine de mobilă – 1 magazin de decorații artizanale – 2 galerii mici – 4 magazine de decor interior, care vând corpuri de iluminat, vopsele, tapete, rame pentru tablouri, articole decorative – 3 magazine de cadouri	– 12 croitori – 5 magazine de vestimentație pentru femei – 2 magazine de bunuri pentru femei însărcinate – 7 magazine de încălțăminte și genți – 4 magazine de haine pentru copii – 2 magazine de haine pentru bărbați – 2 magazine de haine naționale

Rodica face și următoarele observații generale despre orașul ei:

- Majoritatea locuitorilor din zonă nu au foarte mulți bani. Chioșcurile mici și ieftine sunt cele mai solicitate pentru cumpărături și nu există magazine de lux sau de agrement.
- Agricultura este principala activitate economică din zonă.
- Mulți turiști din comunitățile din jur vin să vadă orașul. Pe lângă multe baruri, există și câteva hoteluri mici.
- Numărul tinerilor pare să fie în creștere. Sunt multe grădinițe.
- Există numeroși antreprenori de construcții și magazine de materiale de construcții, așa că este sigur să presupunem că este un oraș în creștere și înfloritor.
- Situația de mediu se înrăutățește. Nici proprietarii afacerilor, nici populația locală nu par să se preocupe de mediu. Pe străzi este mult gunoi, iar emisiile de la fabricile locale poluează mediul.

Apoi, Rodica face următoarea listă de afaceri, care nu există în comunitatea ei și pe care ea le-ar putea înființa. Ea întocmește această listă reflectând asupra călătoriilor ei prin orașele din apropiere și notând magazinele și serviciile, pe care le-a întâlnit acolo, dar care nu sunt disponibile în zona ei.

Relevante pentru gătit	Relevante pentru interior	Relevante pentru modă
– Magazin de mâncare proaspătă pentru bebeluși – Curs de gătit pentru vizitatori – Servicii de catering care oferă cutii de prânz ieftine birourilor – Magazine pentru adolescenți, care oferă băuturi răcoritoare, ceaiuri cu bule, milkshake, băuturi proaspete din fructe și înghețată în apropierea universităților și școlilor	– Rame și rafturi pentru tablouri realizate la comandă (serviciu) – Produse convenabile pentru depozitarea la domiciliu (comerț cu amănuntul) – Articole de decor pentru casă realizate manual din materiale reciclate (producător) – Galerie de articole pentru decorarea casei, cu cafea (serviciu) – Flori de hârtie pentru decorarea casei (comerț cu amănuntul)	– Confecționarea și vânzarea de îmbrăcăminte stilată – Magazin de haine second hand – Cursuri de inițiere în cusut pentru adolescenți – Decorațiuni pentru casa fabricate manual din haine reciclate

Rodica își concentrează atenția doar pe câteva dintre aceste posibilități, comparându-le cu nevoile reale din comunitatea ei. Rodica are capacități pentru a realiza câteva dintre aceste idei, inclusiv:

- Magazin de produse alimentare proaspete pentru bebeluși
- Serviciu de catering care livrează prânzuri la birou
- Magazin și ghișeu de băuturi răcoritoare pentru adolescenți
- Cafea și galerie de articole specializate pentru decorarea casei
- Magazin de flori artificiale și din hârtie pentru decorarea casei
- Magazin de îmbrăcăminte second-hand
- Articole decorative realizate manual din îmbrăcăminte reciclată

Rodica caută și pe internet și citește publicații de afaceri pentru mai multe idei.



Aflați mai multe despre descoperirea ideilor de afaceri în secțiunea următoare –Scanarea mediului.



ACTIVITATEA 6

Urmați pașii de mai jos pentru a colecta informații despre afacerile existente și afaceri noi potențiale în zona dvs. locală sau în localitatea, în care doriți să vă inițiați propria afacere.

1. Recitiți evaluarea de la pagina 7 (Partea I, secțiunea 2.3) despre domeniul de afaceri, de care sunteți cel mai interesat/ă.
2. Utilizați formularul de mai jos pentru a nota diferite opțiuni de afaceri, care sunt disponibile în zona dvs. locală și care țin de domeniul dvs. de interes.

Domeniul de afaceri	Domeniul de afaceri	Domeniul de afaceri

3. Studiați lista și încercați să găsiți răspunsuri la următoarele întrebări:

- În ce domeniu de afaceri există mulți concurenți potențiali? În care sunt doar câțiva? Vă puteți gândi de ce există atât de multe afaceri în acest domeniu?
- Ce vă spune lista dvs. despre piața locală și despre modul, în care oamenii cheltuiesc banii în zona dvs.? Notați cel puțin cinci observații despre piața locală.

4. Există loc pentru o altă afacere în domeniul care vă interesează? Credeți că există o oportunitate de afaceri pentru dvs. aici?

- Notați în tabelul de mai jos câteva afaceri. care nu există în zona dvs.
- Afaceri posibile în zona dvs.

Domeniul de afaceri	Domeniul de afaceri	Domeniul de afaceri

De asemenea, puteți modifica această listă după ce ați studiat următoarea secțiune: „Scanarea mediului”.

6. Scanarea mediului

Vă puteți folosi creativitatea pentru a găsi mai multe idei de afaceri în zona dvs. Uitați-vă la lista de afaceri locale existente. Dacă lista a cuprins majoritatea piețelor locale, este posibil să puteți afla despre industriile sau prestatorii de servicii, pe care se bazează economia locală.

Orașul Rodicăi este un centru agricol, care depinde de agricultură. Acesta oferă servicii multor sate mici din jur. Poate că orașul dvs. depinde de minerit, pescuit, industrie sau turism. Poate că există un șir de instituții de învățământ sau finanțate din fonduri publice, care angajează mulți oameni în zona dvs.

Poate este util să vă gândiți la ideile de afaceri, examinând toate resursele și instituțiile din zona dvs. De exemplu, gândiți-vă la:

- Resurse naturale
- Caracteristicile și aptitudinile oamenilor din comunitatea locală
- Înlocuirea importurilor
- Deșeuri
- Publicații
- Târguri și expoziții.

6.1 Resurse naturale

Gândiți-vă la ceea ce este disponibil din abundență în zona dvs., ceva ce ar putea fi transformat în produse utile fără a dăuna mediului. Resursele naturale includ materiale din sol, agricultură, pădure, minerale, apă etc.

Poate că în zonă există pământ argilos bun, care poate fi folosit pentru fabricarea cărămizilor. Poate acesta ar fi potrivit pentru alte afaceri, cum ar fi producerea de farfurii, cești sau olane/gresie.



Gândiți-vă la o modalitate de a utiliza această resursă, care vă va permite să continuați să lucrați cu ea mulți ani. Cu alte cuvinte, asigurați-vă ca ideea dvs. de afaceri nu va epuiza materia primă naturală, care ar sta la baza afacerii dvs.

6.2 Caracteristicile și aptitudinile oamenilor din comunitatea locală

Gândiți-vă dacă oamenii din zona dvs. au anumite caracteristici sau abilități specifice, care ar putea fi utile unei afaceri:

- Există oameni în comunitatea dvs., care sunt buni artizani, croitori sau dulgheri sau care au abilități specifice de a crea articole unice pentru zona dvs.?
- Există absolvenți tineri, care caută locuri de muncă, pe care i-ați putea angaja?
- Există îngrijitori, asistente sau persoane, care ar putea oferi servicii copiilor, bătrânilor sau bolnavilor?
- Este comunitatea dvs. conectată digital?
- Este infrastructura din comunitatea dumneavoastră bine dezvoltată?
- ...



6.3 Deșeuri

Oportunitățile de afaceri pot fi generate și prin utilizarea materialelor, care au fost utilizate anterior atât de proprietarii de case, cât și de companii. Gândiți-vă la utilizarea posibilă a deșeurilor pentru producerea altor articole utile și care pot fi vândute. Deșeurile reciclabile pot fi identificate analizând anumite articole pentru a vedea cum sunt evacuate. Deșeurile produse de om au un efect negativ asupra mediului. În cele mai multe cazuri, companiile sunt dornice să lucreze cu antreprenori, care ar putea transforma deșeurile lor în articole valoroase și care pot fi vândute.

De obicei, există ceva care poate fi refolosit în lucrurile, pe care le aruncăm. Reciclarea se poate face pe baza deșeurilor, care provin din procesarea produselor agricole, gunoiul menajer, mașinilor și aparatelor uzate sau deșeurilor industriale. Oamenii aruncă alimente, care ar putea fi folosite pentru a face compost, sau hrană pentru animale. De asemenea, ei aruncă hârtie, sticlă și aluminiu, care pot fi reciclate. Gândiți-vă la lucruri, care pot fi făcute din ceea ce alții credeau că este gunoi.

Multe industrii dispun de materiale utile. O companie de îmbrăcăminte ar putea arunca bucăți mici de țesătură, care ar putea fi folosite pentru a face altceva. Fabricile de plastic au de obicei materiale rămase, care ar putea fi utile pentru izolare, umplutură pentru perne sau un nou tip de combustibil.



Există posibilitatea să reciclați ceva, ce se găsește din abundență în zona dvs.? Există o modalitate de a folosi resursele mai eficient? Ați putea oferi un serviciu, care ar ajuta oamenii sau instituțiilor să-și elimine deșeurile într-un mod ecologic sau ați putea fabrica ceva nou din deșeuri?

6.4 Substituirea importurilor

Vă puteți gândi la ceva importat, care ar putea fi făcut local? Unele mărfuri importate au taxe mari de import, ceea ce le face foarte scumpe.

Ați putea investiga posibilitatea de a înființa o afacere, care ar putea produce cu ușurință mărfurile importate la nivel local.



6.5 Publicații

Publicațiile de pe internet și alte materiale tipărite vă pot ajuta să găsiți idei. Există multe site-uri pe internet, pe care le puteți vizita, pentru a afla idei de afaceri, precum și despre afaceri de vânzare în franciză. Există, de asemenea, afaceri bazate pe web, pe care le puteți cerceta de acasă dacă aveți conexiune la internet.

Ziarele sunt o sursă excelentă de idei. Ele descriu adesea tipuri de afaceri, pe care le-ați putea iniția sau produse, pe care le-ați putea oferi în zona dvs. Reclamele cu plată, precum și articolele despre tendințele de afaceri din alte locuri vă pot oferi și ele idei.

6.6 Târguri și expoziții

Organizațiile desfășoară târguri pentru diferite bunuri sau servicii. Participarea la aceste târguri vă poate oferi un șir de idei de afaceri noi, la care nu v-ați gândit anterior. Aveți grijă să participați la orice târg comercial din domeniile de activitate, care vă interesează.







Găsiți timp să vă uitați prin comunitate și să luați notițe pentru fiecare dintre următoarele:

Resurse naturale	Idei de afaceri
Deșeuri	Idei de afaceri
Substituirea importurilor	Idei de afaceri
Publicații	Idei de afaceri
Târguri și expoziții	Idei de afaceri

Adăugați aceste idei de afaceri la lista dvs. de idei (utilizați formularul de la pagina 53). Încercați să descrieți fiecare idee cât mai clar posibil în baza următoarelor cinci criterii:

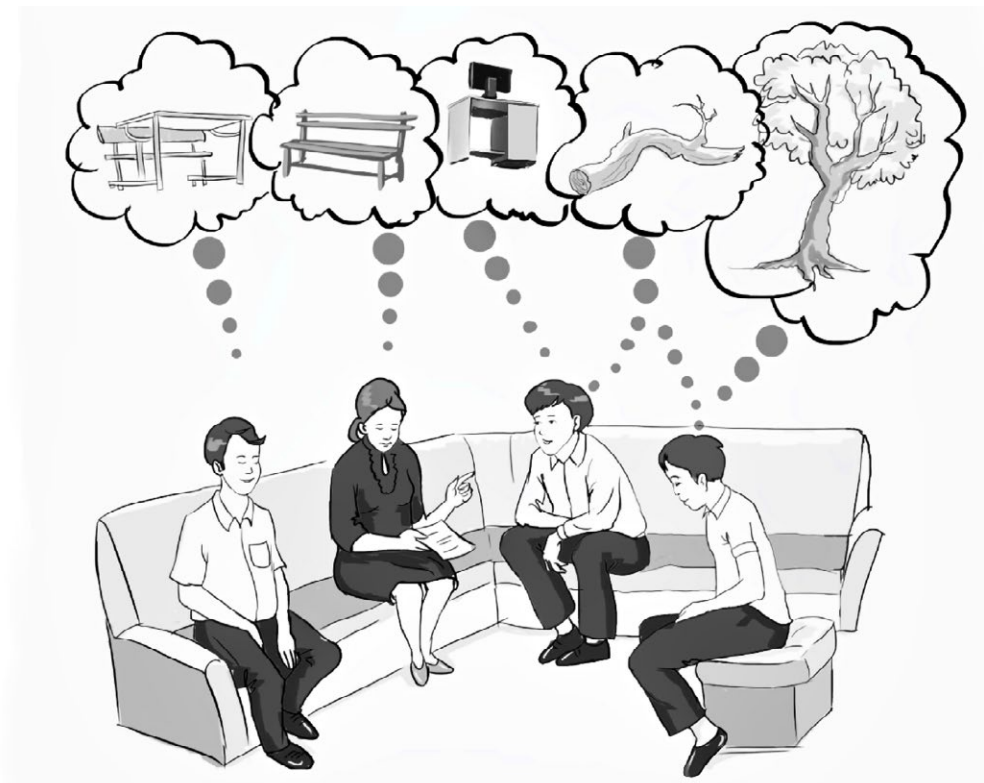
- Ce nevoie va satisface afacerea mea?
- Ce bun/serviciu voi oferi?
- Cui îi voi vinde?
- Cum îmi voi vinde produsul/serviciul?
- Cât de mult va depinde afacerea mea de mediu și ce impact va avea asupra mediului?

7. Furtună de idei

Furtuna de idei înseamnă să-ți deschizi mintea și să te gândești la multe idei diferite. Începi cu un cuvânt sau un subiect, iar apoi notezi tot ce îți vine în minte referitor la acel subiect. Continuați să scrieți cât mai mult timp posibil, notând lucrurile la care vă gândiți, chiar dacă par irelevante sau ciudate. Ideile bune pot veni din concepte care inițial par neobișnuite.

Furtuna de idei funcționează cel mai bine într-un grup. Adunați-vă împreună familia sau prietenii și cereți-le să vă ajute notând ideile, pe care le au atunci când aud cuvântul sau subiectul respectiv.

Vom folosi ca exemplu cazul lui Oleg. El și-a rugat sora și pe doi prieteni să facă o furtună de idei împreună cu el, pentru a găsi o idee de afaceri. El lucrase mult timp ca tâmplar la o fabrică de mobilă, așa că au început cu cuvântul „lemn”. La început ideile de afaceri legate de lemn veneau încet. Dar curând au apărut multe posibilități.



ACTIVITATEA 8

Faceți și dvs. o furtună de idei.

1. Începeți cu un cuvânt legat de un tip și domeniu de afaceri, de care sunteți interesat/ă sau despre care cunoașteți și notați toate ideile care vă vin în minte. Continuați până nu mai aveți nicio idee.

2. Acum întoarceți-vă și verificați cuvintele pe care le-ați scris. Vă oferă aceste cuvinte idei de o afacere, pe care vă imaginați că ați putea să o inițiați?

Chiar dacă nu puteți găsi nicio idee care vă place, exercițiul este util pentru a vă ajuta să vă deschideți mintea către un nou mod de a gândi. Acum alegeți un alt cuvânt pe baza abilităților dvs., experienței de muncă anterioare, educației sau intereselor dvs. și notați toate produsele legate de acel cuvânt pe o altă foaie de hârtie. Cu cât faceți furtuna de idei mai des, cu atât veți ajunge mai ușor la idei de afaceri fezabile.

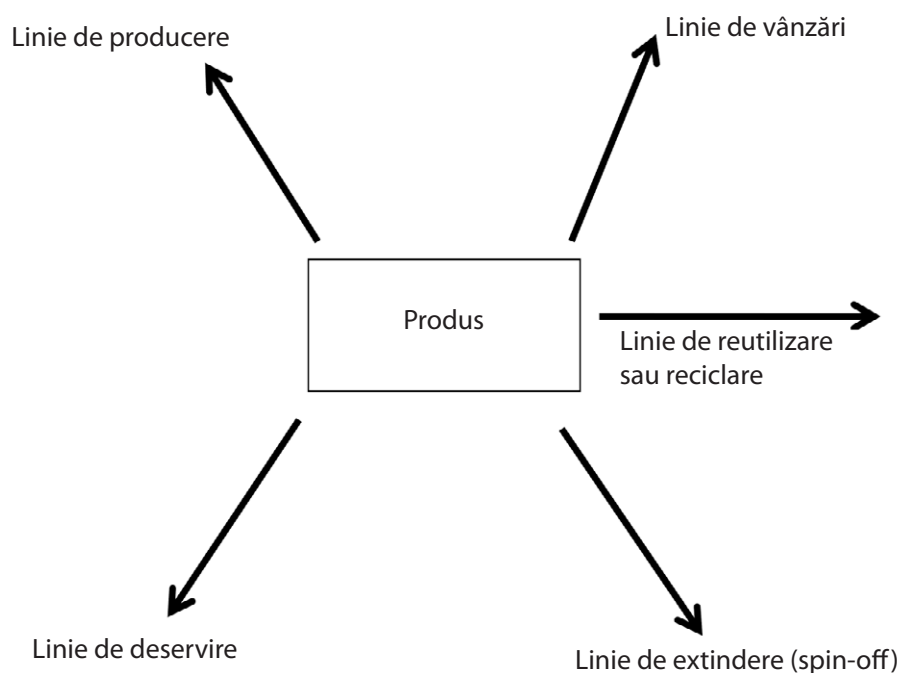
8. Furtună de idei structurată

Furtuna de idei structurată este atunci când vă gândiți la diferite procese necesare în funcționarea unei anumite afaceri și la bunurile/serviciile, care pot fi oferite în legătură cu acele procese. Acest lucru este diferit de gândirea la elemente aleatorii legate de un anumit domeniu și tip de afaceri.

Încercați să vă gândiți la toate afacerile care au legătură cu diferite aspecte ale unui produs.

- Cele implicate în producere
- Cele implicate în procesul de vânzare
- Cele implicate în reciclarea sau reutilizarea materialelor
- Cele asociate indirect (spin-off)
- Cele implicate în deservire

Aceasta poate fi ilustrată în felul următor:



Vă puteți gândi la diferite procese în cadrul fiecărei linii. Continuați până când rămâneți fără idei. Din nou, ar trebui de notat tot ce vă vine în minte. Decideți mai târziu dacă merită sau este corect. Să luăm exemplul tricourilor din bumbac:

Linie de producere

- Procurarea bumbacului
- Toarcerea aței de bumbac
- Producerea țesăturii
- Vopsirea
- Producerea de tricouri
- Imprimarea imaginilor



Linie de vânzări

- Vânzarea tricourilor în magazine
- Vânzarea la tarabe în timpul târgurilor
- Livrarea tricourilor la școli și întreprinderi
- Vânzarea echipamentelor de imprimare a imaginilor pe țesătură

Linie de reutilizare sau reciclare

- Magazin de haine second-hand
- Oferirea hainelor vechi pentru utilizare ca deșeuri

Linie de extindere (spin-off)

- Crearea imaginilor de bannere folosind echipamentul de proiectare
- Umplerea pernelor cu rămășițe

Linie de deservire

- Servicii de spălare a rufelor
- Imprimarea sau brodarea numelor



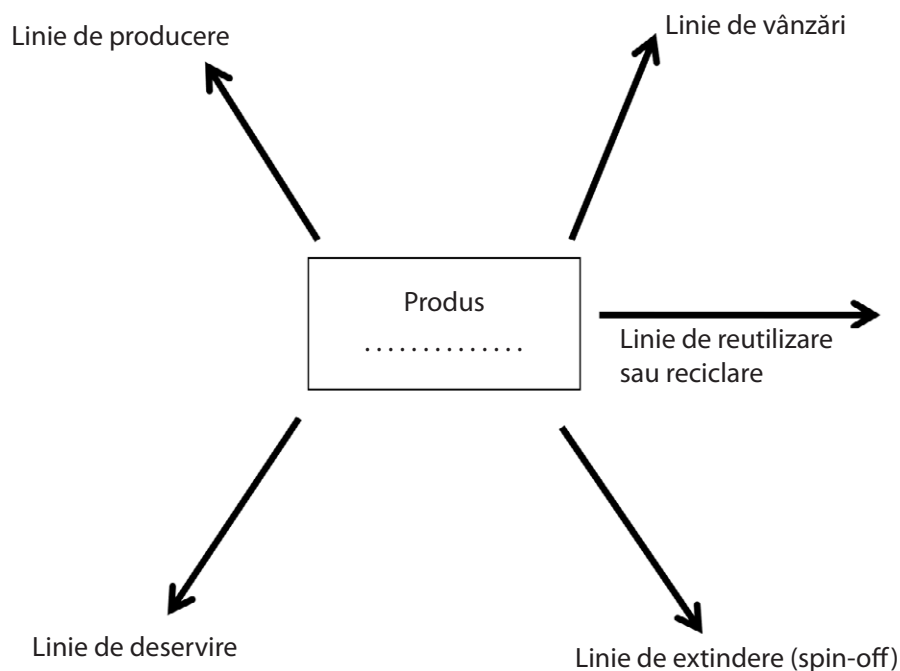
ACTIVITATEA 9

Încercați singur/ă o furtună de idei structurată.

Alegeți un produs despre care știți ceva. Poate fi din educația dvs., poate din experiența dvs. sau din interesele dvs. Poate fi o idee, pe care o aveți deja pentru propria afacere sau puteți alege unul dintre produsele, despre care ați aflat când ați vorbit cu proprietarii de afaceri de succes din zona dvs.

Utilizați diagrama din spațiul de mai jos. Notați produsul și domeniul de afaceri aferent în caseta centrală.

Apoi începeți furtuna de idei pentru fiecare linie de producție, linie de vânzări, linie de reutilizare sau reciclare, linie de extindere și linie de deservire.



Puteți face acest exercițiu ori de câte ori doriți, folosind de fiecare dată un alt produs. Utilizați o altă foaie de hârtie și o altă schemă pentru fiecare produs.

Dacă nu aveți încă multe idei de afaceri pe lista de idei, repetați toate tehnicile, pe care le-ați folosit până acum, pe măsură ce aflați mai multe despre piață și mai multe despre afaceri.

Amintiți-vă că o afacere de succes se bazează întotdeauna pe o idee bună de afaceri. Dacă aveți o listă de idei, veți avea mai multe opțiuni de examinat și mai multe oportunități, din care să alegeți o idee bună de afaceri. Merită să dedicați timp și să faceți efortul de a lucra din greu la identificarea ideilor, care sunt potrivite și adecvate.

9. Lista dvs. de idei

ACTIVITATEA 10



Acum examinați toate activitățile, pe care le-ați făcut în această secțiune când veți completa lista de idei de mai jos:

LISTA MEA DE IDEI	
Idei	Descriere

CELE MAI BUNE IDEI DE AFACERI PENTRU DVS.

1. Scanați-vă lista de idei



După ce a făcut toate lucrurile descrise în partea a III-a, Rodica a identificat 17 idei de afaceri. Însă, examinând cele cinci criterii de mai jos, ea și-a redus lista la doar șase idei.

- Ce nevoie trebuie satisfăcută?
- Ce bun sau serviciu va vinde afacerea?
- Cui îi va vinde afacerea?
- Cum își va vinde afacerea bunul sau serviciul?
- Cât de mult va depinde afacerea de mediu și ce impact va avea ea asupra mediului?

Aceste șase idei din lista ei scurtă sunt acum cele mai bune idei pe care le va examina.

LISTA MEA DE IDEI	
Idei	Descriere
Jucării și decorațiuni alimentate cu energie solară	Ce nevoie trebuie satisfăcută? Nevoia de educare a copiilor prin curiozitate și obiecte în mișcare, care pot fi încărcate în zonele în care electricitatea este nesigură, scumpă și au loc frecvent întreruperi de curent. Ce bun/serviciu? Jucării solare și decorațiuni pentru casă. În prezent, există un ONG, care îi învață pe oameni cum să folosească iluminatul solar. Există și un program de finanțare a afacerilor, care fabrică produse solare. Cui să vând? Toate casele din zona mea, deoarece aici au loc frecvent întreruperi de curent. Cum de vândut? Prin magazine pentru copii, și magazine pentru casă și decor. Cum va fi afectat mediul? Prin utilizarea energiei infinite a soarelui, jucăriile și decorațiunile alimentate cu energie solară reduc numărul de baterii de unică folosință care trebuie achiziționate.

Un serviciu de catering pentru livrarea prânzurilor la oficii	Ce nevoie va fi satisfăcută? Oamenii din birouri au nevoie de alimente proaspete la un preț rezonabil, livrate la ora prânzului. Nimeni altcineva din oraș nu face asta. Ce produs/serviciu? Știu să gătesc și îmi place să o fac. Nu este nevoie de mulți bani pentru a începe. Cui să vând? Angajaților din birourile din centrul orașului. Cum să vând? Prin oferirea unui număr de telefon, la care oamenii ar telefona dimineața să comande unul dintre cele patru seturi de prânz disponibile în fiecare zi. Cum va fi afectat mediul? Recipientele din polistiren de unică folosință sunt greu de eliminat și nu sunt ecologice. Hârtia este mai bună, dar totuși necesită lemn produs din copaci, ceea ce contribuie la degradarea pădurilor. Aș folosi mai degrabă recipiente reutilizabile; totuși, este cam dificil să le strângi după prânz în fiecare zi.
O întreprindere de producere a olanelor/gresiei	Ce nevoie va fi satisfăcută? Mulți oameni din acest oraș își construiesc case și au nevoie de olane sau gresie. Nu există alte afaceri, care oferă asemenea produse în acest oraș, așa că toți comercianții cu amănuntul cumpără de la fabrici de olane sau gresie din altă zonă. Ce produs/serviciu? Olane sau gresie. Lutul local este bun pentru producția de olane și gresie și este disponibil din abundență și ieftin. Nu știu să produc olane/gresie, dar sunt frumoase și mi-ar face plăcere să învăț. Echipamentul ar fi scump. Cui să vând? Comercianților cu amănuntul din zonă, care cumpără olane și gresie de la fabricile din alte localități. Dar problema este că nu sunt sigur/ă câți clienți vor fi sau dacă eu aș putea produce olane/gresie la fel de calitative, ca cele produse de fabrici. Cum să vând? Prin comercianții cu amănuntul de materiale de construcții din zonă. Cum va fi afectat mediul? Producția de olane și gresie nu este dăunătoare pentru mediu.
Magazin de haine second-hand	Ce nevoie va fi satisfăcută? Există o mulțime de oameni, care își doresc haine frumoase, dar nu își permit să cumpere haine noi. Ce produs/serviciu? Un magazin de haine second-hand. Nu există un magazin similar în oraș. Aș avea grijă să cumpăr haine second-hand, care sunt la modă și să le vând la un preț mult mai mic decât prețurile din magazinele locale de îmbrăcăminte. Am lucrat odată într-un magazin de îmbrăcăminte. Am înclinație pentru modă și știu să recunosc hainele de bună calitate. Mi-ar plăcea foarte mult să conduc un magazin, să cunosc oameni și să vând haine la modă. Cui să vând? Familiilor cu venituri mici și studenților cu un buget limitat. Cum să vând? Eu voi închiria un magazin în centrul orașului. Trebuie să aflu cât va costa închirierea unui spațiu. Cum va fi afectat mediul? Aceasta este o afacere, care reciclează îmbrăcămintea, deci este bună pentru mediu. Afacerea mea se va baza pe o bună aprovizionare cu haine second-hand.

Agenție de îngrijiri la domiciliu	Ce nevoie va fi satisfăcută? Întrucât spitalele locale sunt suprasolicitate și nu oferă servicii de îngrijiri pacienților bolnavi în stadiu terminal, aceștia au nevoie de azil sau de asistență medicală la domiciliu. În plus, rudele multor bătrâni nu știu unde să găsească o asistentă calificată sau cum să ofere ei înșiși îngrijiri de calitate la domiciliu. De asemenea, bătrânii trebuie să fie integrați în societate pentru a comunica cu ceilalți, în special cei care sunt ținuiți la pat acasă. În acest oraș nu există nicio afacere de acest gen. Întrucât un număr mare de oameni trebuie să lucreze și nu are timp să-și îngrijească rudele bolnave, acest tip de serviciu este vital pentru comunitate. Ce produs/serviciu? O agenție care oferă îngrijiri la domiciliu și servicii integrate pentru bătrâni. Am avut deseori grijă de oameni bolnavi. De asemenea, sora mea este asistentă medicală și m-ar putea ajuta. Aș putea să mă înscriu la un program de asistență medicală sau să colaborez vreun ONG-uri finanțat de donatori pentru a obține finanțare pentru îngrijirea celor, care nu își pot permite astfel de servicii. În plus, agenția va angaja asistenți personalizați/persoane dedicate pentru fiecare om în etate, care vor asigura planificarea și monitorizarea activităților lor zilnice și vor ajuta membrilor familiei lor în selectarea și obținerea celor mai bune opțiuni (a găsi o asistentă bună, a obține ajutor la livrarea și pregătirea hranei, a oferi primul ajutor și a redirecționa clienții către alte servicii necesare etc.). Întrucât îmi place comunicarea și cunosc un număr mare de oameni din comunitatea mea, îi voi include pe seniori într-un club virtual unde până și cei imobilizați vor beneficia de activități de divertisment și se vor bucura de socializare (vom avea zile de lecturi, zile muzicale, vor fi discutate multe subiecte interesante și de actualitate). Multe femei din comunitatea mea ar putea fi angajate pentru a oferi acest serviciu. Mi-ar plăcea această muncă, deoarece îmi place să-i ajut pe alții. Cui să vând? Familiilor cu persoane în etate și/sau bolnave. Cum să vând? Aș deschide un birou / agenție și aș face publicitate serviciului meu în ziarele locale, pe internet și prin medicii și spitalele locale. Cum va fi afectat mediul? Comunitatea ar aprecia acest serviciu, deoarece este o afacere etică, care îi ajută pe cei care au nevoie.
--	---

Colectarea gunoiului	Ce nevoie va fi satisfăcută? Mulți oameni se plâng că nu știu unde să-și arunce gunoiul și că administrația municipală nu oferă un serviciu regulat și frecvent de colectare. De asemenea, nu există un loc de depozitare a gunoiului deschis publicului, astfel încât oamenii să își poată arunca gunoiul. Ce produs/serviciu? Un serviciu de colectare a gunoiului. Pe lângă prestarea unui serviciu extrem de necesar și colectarea banilor pentru acesta, se pot obține venituri suplimentare din reciclarea produselor precum materiale plastice, metale, hârtie și textile. Poate că municipalitatea mi-ar oferi un contract. Un prieten obișnuia să lucreze în departamentul responsabil de colectarea gunoiului, care ar putea să-mi ofere sfaturi. Cui să vând? Noi am presta un serviciu comunitar, așa că ar trebui să existe o mulțime de clienți dispuși să plătească ceva pentru a scăpa de gunoi. Odată ce vom avea un loc de depozitare a gunoiului și vom achiziționa camioane pentru a-l colecta, vom înființa conturi pentru fiecare casă și afacere din zonă și ne vom conecta cu companiile, care reciclează deșeurile pentru ca acestea să cumpere materiale reciclabile de la noi. Cum să vând? Colectare directă. Ar fi necesară o investiție inițială pentru vehicule și șoferi. Există totuși un încărcător, pe care ONG-ul local l-a promovat pentru conservarea mediului și care poate fi folosit pentru colectarea gunoiului menajer. În plus, aș putea începe cu pași mici folosind încărcătorul și lucrând cu o echipă de tineri șomeri din comunitate pentru a lansa prestarea serviciului, iar apoi aș extinde afacerea când voi primi bani, prin cumpărarea de camioane de colectare a gunoiului. Cum va fi afectat mediul? Acest serviciu ajută la curățirea mediului.
----------------------	--

Este posibil să aveți deja propria listă de idei. Deși fiecare dintre ideile dvs. de afaceri a fost descrisă, probabil că există încă multe lucruri despre care nu știți în legătură cu afacerile de pe listă. Întrebările de mai jos vă vor ajuta să continuați să obțineți mai multe informații și să faceți o listă scurtă cu cele mai bune trei idei.

Încercați să răspundeți la aceste întrebări pentru fiecare idee.

CE

- Ce nevoie nesatisfăcută doriți să satisfaceți pentru clienții dvs.?
- Ce nevoi satisfac bunurile sau serviciile dvs. pentru clienți?

CE

- Ce bunuri sau servicii își doresc clienții dvs.?
- Ce calitate a produselor își doresc clienții dvs.?
- Ce informații aveți despre bunurile sau serviciile pentru această afacere?
- Care sunt efectele pozitive sau negative, pe care le va avea afacerea dvs. asupra comunității și asupra mediului înconjurător?

CINE

- Cine vor fi clienții dvs. anume pentru această afacere? Vor fi suficienți clienți pentru a vă face afacerea profitabilă?
- Cine sunt concurenții dvs. și care sunt punctele lor forte și punctele slabe?

CUM

- Cum veți putea livra bunurile și presta serviciile de calitate, pe care și le doresc clienții dvs.?
- Cât de multe știți despre calitatea bunurilor și serviciilor, pe care și le doresc clienții dvs.?
- Cum se potrivește gestiunea acestui tip de afacere cu caracteristicile, abilitățile și situația dvs. personale?
- De unde știți că este nevoie de această afacere în zona dvs.?
- Ce atitudine credeți că veți avea cu privire la conducerea acestei afaceri peste zece ani?

ALTE ÎNTREBĂRI IMPORTANTE, CARE TREBUIE EXAMINATE

- De unde puteți obține sfaturi și informații despre această afacere?
- Va fi aceasta singura afacere de acest tip din zona dumneavoastră?
- Dacă există și alte afaceri similare, cum veți putea concura cu succes cu acestea?
- Care este avantajul dvs. competitiv? (De exemplu, ați furniza bunuri și servicii mai eficiente care, în cele din urmă, le-ar înlocui pe cele existente în acest moment? Afacerea dvs. ar prezenta în final rate de creștere mai mari decât cele existente ca urmare a avantajelor?)
- De ce credeți că această afacere va fi viabilă?
- Această afacere are nevoie de echipamente, spații sau personal calificat? Credeți că veți reuși să obțineți finanțe pentru a oferi aceste lucruri?
- De unde veți obține resurse pentru a lansa această afacere?
- Modelul dumneavoastră de afaceri ar putea economisi bani prin reducere, reutilizare sau reciclare?
- Pentru a răspunde obiectiv la aceste întrebări, ar trebui să obțineți mai multe informații, efectuând un studiu de teren.

2. Studiu de teren

Vorbind cu viitorii clienți sau furnizori potențiali și cu membrii comunității de afaceri, puteți aduna informații utile despre factorii, care v-ar afecta ideea dvs. de afaceri. Ați putea, pur și simplu, să discutați informal și să faci observații sau ați putea aranja vizite și interviuri mai formale. Vizitele vor necesita timp și efort, dar făcând cercetări de teren, ați începe deja să vă comportați ca un om de afaceri de succes. Contactele, pe care le veți face în timpul acestor vizite, ar putea fi utile și atunci când veți iniția afacerea.

2.1 Efectuarea interviurilor

Colectarea de informații pentru afacerea dvs. vă oferă oportunitatea de a vă promova ideea de afaceri și de a vă prezenta ca un potențial antreprenor. Descrieți-vă ideea în mod pozitiv și explicați de ce credeți că va fi ceva, ce își doresc clienții. Vorbiți despre modul, în care ideea dvs. va contribui pozitiv la dezvoltarea comunității dvs. Puneți întrebări deschise folosind metodologia „cine”, „ce”, „de ce”, „unde”, „când”, „cum”, pentru a obține mai multe informații. Lăsați conversația să decurgă natural.

2.2 Cu cine să discutați?

Există trei grupuri importante, cu care ar trebui să discutați:

- Clienți potențiali: opiniile lor sunt esențiale pentru a înțelege dacă produsul, pe care doriți să-l oferiți, este sau nu important pentru ei și dacă trebuie să vă modificați ideea pentru a le satisface nevoile.
- Concurenți, furnizori și entități cu resurse financiare: opiniile lor vă vor dezvălui provocările concurenței, cu care v-ați putea confrunta, precum și alte probleme legate de potențiala dvs. afacere.
- Instituții financiare: Aflați cerințele pentru împrumuturi, pentru a determina dacă e posibil să obțineți un împrumut pentru o nouă afacere.
- Persoane cheie și lideri de opinie: aceștia sunt oameni, care ar ști multe despre tipul și domeniul de afaceri, în care doriți să vă lansați și/sau multe despre potențialii dvs. clienți. Părerile lor v-ar oferi multe de gândit și, de asemenea, vă pot da o idee mai bună cu privire la fezabilitatea ideii dvs. de afaceri.



ACTIVITATEA 11

fiecare idee de afaceri, planificați cum să obțineți mai multe informații prin studiu de teren completând formularul de mai jos:

Ideea de afaceri:	
Ce trebuie să aflu?	
Cu cine voi discuta?	Ce întrebări voi pune?
1	
2	

3	
4	

După ce ați obținut mai multe informații pentru fiecare idee de afaceri, veți observa mai multe motive, pentru care unele idei sunt mai puternice decât celelalte. De exemplu, o idee poate fi primită bine de clienții potențiali și poate avea foarte puțină concurență pe piață, dar poate avea nevoie de o investiție inițială enormă. Pe de altă parte, ar putea exista o idee de afaceri, care este populară în rândul clienților potențiali, dar care are o oarecare concurență, dar necesită mai puține investiții inițiale. Prin urmare, a doua idee ar putea fi mai fezabilă dacă nu aveți acces la o sumă mare de bani.

Notați cele trei idei, care îndeplinesc toate criteriile și ar avea cel mai bun potențial. Odată ce ați redus lista de idei de afaceri la trei, care sunt cele mai potrivite, următorul pas este să utilizați un instrument de analiză SWOT, pentru a selecta cea mai bună idee dintre cele trei.

3. Analiza SWOT

În această secțiune vi se recomandă să efectuați o analiză „Puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări” (SWOT) pentru a evalua câteva dintre ideile dvs. și a o identifica pe cea mai bună din lista dvs. de idei. Când faceți exercițiul SWOT, ar trebui să aveți în vedere și punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările, care se referă în mod specific la dimensiunea verde a produsului dvs.

SWOT înseamnă:

S	Puncte forte
W	Puncte slabe
O	Oportunități
T	Amenințări

3.1 În interiorul afacerii

Pentru a analiza punctele forte și punctele slabe ale ideii dvs. de afaceri, evaluați în ce aspect va fi bună afacerea și care ar putea fi dezavantajele sau problemele potențiale.

Punctele forte sunt aspectele pozitive specifice, care vor da afacerii pe care v-o propuneți să o lansați un avantaj față de întreprinderile similare și față de concurenți. S-ar putea să vă propuneți să vindeți un produs de calitate mai bună sau să fă aflați într-un loc mai accesibil clienților dvs. Va exista întotdeauna cerere pentru produse noi, care oferă moduri noi de rezolvare a problemelor vechi sau care sunt mai eficiente decât alte produse. Ar putea bunul sau serviciul dvs. beneficia de un certificat de comerț echitabil sau de produs ecologic? Clienții sunt predispuși să plătească mai mult pentru produsele din comerț echitabil sau organice.

Punctele slabe sunt lucrurile, pe care afacerea dvs. nu le va face la fel de bine ca alte afaceri. Poate că costurile dvs. vor fi mai mari, deoarece afacerea dvs. este situată departe de sursa de aprovizionare necesară producerii și va trebui să plătiți mai mult pentru transport sau poate că nu puteți îndeplini standardele de calitate, pe care le îndeplinesc concurenții.

3.2 În exteriorul afacerii

Pentru a analiza oportunitățile și amenințările afacerii viitoare, examinați mediul extern. Ce aspecte ale mediului extern vor aduce beneficii afacerii și ce aspecte vor afecta negativ afacerea?

Oportunitățile sunt evoluții potențiale în curs de desfășurare, care vor fi bune pentru afacerea dvs. S-ar putea ca cererea pentru produsul, pe care vă propuneți să-l fabricați să crească din cauza aflului de turiști. S-ar putea, de asemenea, ca noile reglementări adoptate de guvern pentru promovarea locurilor de muncă verzi și a întreprinderilor sociale să aibă ca rezultat o cerere mai mare pentru tipul de produse, pe care îl veți furniza.

Amenințările sunt evenimente, care vă pot afecta negativ afacerea. De exemplu, ideea de afaceri ar putea fi atât de simplă, încât alți oameni ar putea iniția afaceri similare în zona dvs. și v-ar putea reduce cota de piață. De asemenea, ar putea fi propusă o legislație, care să afecteze funcționarea afacerii dvs., cum ar fi restricții la importul anumitor produse.

După ce ați efectuat analiza SWOT, încercați să vă potriviți punctele forte cu oportunitățile pentru a afla dacă acestea vor oferi sau nu un avantaj afacerii dvs. De exemplu, dacă oamenii caută un serviciu, care se potrivește cu produsul propus (Oportunități), iar dvs. sunteți foarte orientat/ă spre servicii și vă pasă de detalii (Puncte forte), este posibil să creați un mare avantaj pentru afacerea dvs. de viitor.

De asemenea, vă puteți potrivi Punctele slabe cu Amenințările, pentru a determina dacă vă puteți îmbunătăți punctele slabe pentru a face față amenințărilor. Pe de altă parte, dacă cele două prezintă un obstacol major în calea potențialului de profit, puteți examina opțiunea eliminării acelei idei de afaceri.

Pe baza informațiilor culese din studiul său de teren, Rodica a ales cele mai potrivite trei idei.

- Articole decorative realizate manual din îmbrăcăminte reciclată
- Magazin de îmbrăcăminte second-hand
- Agenție pentru îngrijiri la domiciliu

Exemplu de analiză SWOT verde:

PUNCTE FORTE		PUNCTE SLABE	
Puncte forte convenționale Produs care aduce venituri mari	Puncte forte verzi Procesul de producere eficient din punct de vedere energetic și al materialelor va reduce costurile și va spori profiturile	Puncte slabe convenționale Lipsa forței de muncă calificate	Puncte slabe verzi Lipsa de know-how pentru a produce produse inovatoare (de exemplu, panouri solare) necesare pentru idee
OPORTUNITĂȚI		AMENINȚĂRI	
Oportunități convenționale	Oportunități verzi	Amenințări convenționale	Amenințări verzi

Piață de viitor pentru acest produs	Bază mare de consumatori pentru produse ecologice și sănătoase	Produs mai ieftin disponibil pe piața	Subvenții guvernamentale la produse concurente, neecologice
-------------------------------------	--	---------------------------------------	---

Țineți minte: Chiar dacă motivația dvs. principală este de a ajuta la depășirea unei probleme de mediu, nu vă puteți gândi doar la dimensiunile de mediu, atunci când vă evaluați ideea. Este la fel de important să vă evaluați și dimensiunile economice, cum ar fi dacă va exista o cerere suficientă pentru produs sau serviciu. Dacă ideea dvs. de afaceri nu este viabilă din punct de vedere economic, nu poate reuși, oricât de nobilă ar fi ideea. Prin urmare, aveți nevoie de o idee de afaceri solidă, pentru a putea ajuta mediul înconjurător!

Rodica face analiza SWOT pentru fiecare dintre cele trei idei de afaceri și compară toate avantajele și dezavantajele fiecăreia dintre ele. Făcând această comparație, Rodica ajunge la concluzia că toate trei idei au avantaje, dar că ei i s-ar potrivi cel mai bine să gestioneze un **magazin de îmbrăcăminte second-hand**. De asemenea, ea selectează această idee, deoarece se potrivește bine cu propriul ei interes. Ea decide să aleagă **magazinul de îmbrăcăminte second-hand pentru a-și începe afacerea!**

Magazin de îmbrăcăminte second-hand	Serviciu de catering de livrare a cutiilor cu prânzuri la oficii	Agenzie de îngrijiri la domiciliu
Avantaje: Există o bază imensă de clienți în rândul studenților și a clasei de mijloc inferioare, cu o tendință în creștere spre cumpărături de articole mai puțin costisitoare. Totuși, ei își doresc îmbrăcăminte la modă, de calitate. Eu sunt capabilă să aleg haine second-hand, care îndeplinesc aceste cerințe. Eu mă pricep la modă și decorațiuni, așa că pot face magazinul să arate atractiv prin expunerea hainelor moderne. Oamenii vor fi bucuroși să găsească îmbrăcăminte de calitate la prețuri rezonabile. Afacerea se potrivește cu tendința în creștere de reciclare pentru a ajuta mediului.	Avantaje: Specialiștii care lucrează au foarte puțin timp pentru a-și pregăti prânzul înainte de a merge la muncă. De asemenea, foarte puține locuri de muncă au cantine bune. Va exista o cerere mare pentru afacerea mea. Sunt un bucătar bun. Voi oferi prânzuri cu diferite opțiuni în fiecare zi. Chiar dacă se dezvoltă concurența, nu ar trebui să pierd clienți. Oamenii își doresc întotdeauna produse de bună calitate la un preț rezonabil. Prețul meu va fi competitiv pentru că nu va trebui să închiriez un magazin alimentar. Am și niște rude, care pot livra alimente proaspete la preț redus.	Avantaje: Cererea pentru acest serviciu a crescut semnificativ din cauza duratei de viață sporite și a numărului de oameni în etate în creștere asociat cu aceasta. Mulți dintre ei au nevoie de ajutor constant pentru activități zilnice și îngrijire medicală. Am o rețea bună de gospodine, dar și niște asistente, care ar dori să câștige niște bani. Eu și sora mea le putem instrui pe aceste femei în îngrijirea de bază pentru bolnavi și bătrâni. Oamenii sunt preocupați să aibă încredere în cei care îi îngrijesc pe cei dragi atunci când nu sunt acasă sau când sunt la muncă. Eu le cunosc pe aceste femei și pe rudele lor, așa că pot garanta pentru ele. În plus, eu voi oferi un asistent dedicat, care va informa rudele. Cunoscut câteva persoane din comunitatea mea și din zona adiacentă, care pot fi implicate. Pe măsură ce ajutăm seniorii să interacționeze, nivelul de responsabilitate socială și imaginea comunității mele vor crește și vom avea mai multe oportunități de a atrage investiții, care, pe termen lung, vor crește nivelul veniturilor locuitorilor locali.

Dezavantaje: Fără surse multiple de îmbrăcăminte la mâna a doua, va fi dificil să aleg cele mai bune haine pentru magazinul meu. Trebuie să adun mai multe haine uzate în orașe mai mari și să mă gândesc să-i rog pe prietenii mei să colecteze haine uzate de la rețeaua lor de prieteni, rude și colegi. Toate costurile cresc, așa că s-ar putea să nu obțin profit dacă nu sunt atent/ă. Trebuie să controlez stocul și să pun prețuri la îmbrăcăminte cu o marjă suficientă pentru a-mi acoperi costurile sporite. Ar trebui fie să mă înregistrez la un curs de formare în controlul stocurilor, fie să rog un prieten, care știe despre controlul stocurilor, să mă învețe. Trebuie să-mi îmbunătățesc întotdeauna bunul și serviciul pentru a rămâne în fața concurenței.	Dezavantaje: Această afacere va implica un număr destul de mare de angajați, dar nu am experiență în gestionarea oamenilor. Trebuie să învăț despre operarea afacerii și managementul personalului. S-ar putea să fie oameni, care îmi vor copia ideea de afaceri, mai ales oameni, care au standuri alimentare în apropierea blocurilor de birouri. Ei pot avea nevoie de mai puțin timp pentru a livra la birouri. Ei au, de asemenea, mai multă experiență.	Dezavantaje: Pot exista riscuri înalte legate de sănătatea clienților. Personalul meu se poate ocupa doar de cazuri simple. Trebuie să creez un proces SOS și să-mi clarific responsabilitățile în contractul cu clienții. În plus, trebuie să stabilesc proceduri clare pentru asistenți și să îi instruiesc să știe ce probleme să abordeze direct și pe care să le delege și cui. Pentru aceasta, trebuie să interacționez cu mai mulți oameni, să creez o bază de date de specialiști și să proiectez o campanie de promovare în oraș și în zonele învecinate. Trebuie să obțin formare în domeniul finanțelor și căutării de fonduri, deoarece vom avea nevoie de finanțare suplimentară de la proiecte ale donatorilor sau mă voi adresa ONG-urilor.
---	--	--



ACTIVITATEA 12

Acum faceți o analiză SWOT pentru fiecare dintre cele trei idei de afaceri, pe care le-ați selectat.

Mai întâi faceți trei copii ale formularului analizei SWOT, prezentat în pagina următoare, apoi notați prima dintre cele trei idei de afaceri selectate pe primul formular.

Gândiți-vă cu atenție la punctele forte și la punctele slabe din cadrul afacerii. Acestea pot fi caracteristici personale, probleme financiare, probleme de marketing, locul amplasării afacerii sau costul promovării și vânzării produsului dvs. Notați-le pe toate.

Gândiți-vă la mediul extern pentru această afacere. Care sunt oportunitățile și amenințările din mediul dvs. de afaceri? Este posibil ca sursele cheie de informație, cu care ați vorbit în timpul cercetării de teren, să vă fi vorbit despre acestea. Scrieți-le.

Întrebați-vă:

- Îmi pot combina punctele forte cu oportunitățile pentru a crea un mare avantaj?
- Ce dezavantaje sunt create de punctele slabe și amenințări? Pot să le depășesc? Cum?

Apoi notați avantajele și dezavantajele, precum și modul, în care intenționați să le depășiți.

Când ați terminat cu prima idee, utilizați celelalte două copii ale formularului pentru a face aceeași analiză SWOT a celorlalte două idei.

ANALIZA SWOT	
Ideea de afaceri:	
PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
Avantaje: Dezavantaje:	

Când ați finalizat analiza SWOT pentru cele trei idei de afaceri, comparați-le și selectați afacerea, care are mai multe avantaje și mai puține dezavantaje și/sau în care este mai ușor de depășit dezavantajele.

IDEEA DVS. DE AFACERI

Dacă v-ați decis care este ideea potrivită, felicitări!

ACTIVITATEA 13



Acum puteți completa un rezumat al ideii dvs. de afaceri în caseta de mai jos.

Ideea mea de afaceri:	
Tipul de afacere:	☐ Producere ☐ Prestarea serviciilor
	☐ Vânzări angro ☐ Vânzări cu amănuntul
Domeniul de afaceri:	
Bunurile sau serviciile mele vor fi:	
.....	
Clienții mei vor fi:	
.....	
Nevoile clienților care vor fi satisfăcute sunt:	
.....	
.....	
Eu am ales această idee de afaceri pentru că (avantaje și dezavantaje):	
.....	
.....	
Ce ar trebui încă să mai învăț pentru a mă pregăti pentru afacere?	
.....	
.....	

După ce ați finalizat rezumatul ideii dvs. de afaceri, puteți trece la următorul pas pentru a începe propria afacere: Pregătiți un plan de afaceri pentru afacerea preconizată. Programul de formare Inițiați-vă afacerea (Start Your Business (SYB)) al OIM vă poate ajuta în acest sens. Programul Îmbunătățiți-vă afacerea (IYB) vă poate ajuta să

deveniți mai eficient/ă și să vă sporiți profitul după ce ați inițiat afacerea.

Dacă încă sunteți indecis/ă, nu vă faceți griji!

Scopul acestui manual este de a vă ajuta să vă pregătiți înainte de a iniția o afacere. Dacă nu simțiți că sunteți pregătit/ă în acest moment pentru a vă iniția afacerea, încercați să clarificați care sunt motivele reticenței dvs.

- Nu sunteți sigur/ă de capacitățile dvs. personale? Credeți că nu sunteți apt/ă de a deveni antreprenor?
- Nu sunteți sigur/ă de că există o piață cu o nevoie nesatisfăcută, pe care o puteți satisface?
- Nu sunteți sigur/ă de ideea, pe care doriți să o urmați, deoarece aveți multe idei, pe care le examinați ca opțiuni?
- Nu sunteți sigur/ă dacă ați analizat și comparat suficient de mult ideile dvs.?

În orice caz, acum înțelegeți mai bine de ce aveți nevoie pentru a găsi o idee bună de afaceri. Dacă nu sunteți încă pregătit/ă, continuați să lucrați asupra acestora și veți ajunge unde doriți! Utilizați formularul Plan de acțiuni de mai jos pentru a enumera sarcinile, pe care le veți îndeplini în continuare.



ACTIVITATEA 14

PLAN DE ACȚIUNI		
Domeniile, care necesită îmbunătățire	Ce voi face pentru îmbunătățire?	Când?

GLOSAR

Schimbarea climei: Schimbarea climei cuprinde o gamă largă de fenomene globale, cauzate, preponderent, de arderea combustibililor fosili, care adaugă gaze cu efect de seră ce captează căldura în atmosfera Pământului. Aceste fenomene includ tendințe de creștere a temperaturii (încălzirea globală), creștere a nivelului mării, pierderi ale masei de gheață și evenimente meteorologice extreme.

Muncă decentă/locuri de muncă decente: Munca decentă implică oportunități de muncă productivă și care oferă un venit echitabil, securitate la locul de muncă și protecție socială pentru familii, libertatea lucrătorilor de a participa la luarea deciziilor, care îi afectează, și egalitate pentru femei și bărbați. Afacerile verzi ar trebui să ofere locuri de muncă decente, verzi.

Protecția mediului: Protecția mediului este o practică de protejare a mediului natural la nivel individual, organizațional sau guvernamental, atât în beneficiul mediului, cât și al oamenilor. Aceasta urmărește conservarea resurselor naturale, conservarea stării actuale a mediului și inversarea degradării acestuia, acolo unde este posibil.

Combustibili fosili: Combustibilii fosili sunt combustibili ca cărbunele, țițeiul și gazul natural, ce s-au format din rămășițe înhumate de plante și animale, care au trăit cu milioane de ani în urmă. Se consideră că ei sunt dăunători pentru mediu, deoarece utilizarea lor creează gaze cu efect de seră, cum ar fi dioxidul de carbon sau metanul, care provoacă încălzirea globală.

Încălzire globală: Încălzirea globală se referă la creșterea temperaturii pe Pământ din cauza creșterii emisiilor de gaze cu efect de seră rezultate din arderea combustibililor fosili.

Afaceri verzi: Afacerea verde este o afacere care fabrică un produs/prestează un serviciu favorabil pentru mediu sau utilizează un proces favorabil pentru mediu, sau ambele. Afacerile verzi ajută, astfel, la protejarea și refacerea mediului, generând, în același timp, profit pentru proprietar.

Efectul de seră: Efectul de seră este un proces natural, care încălzește suprafața Pământului. Când energia solară ajunge în atmosfera Pământului, gazele cu efect de seră, cum ar fi dioxidul de carbon, acționează ca un acoperiș, absorbind și radiind o parte din această căldură. Acesta este un proces vital, natural, care permite existența vieții pe Pământ. Însă, deoarece activitățile umane, cum ar fi arderea combustibililor fosili, sporesc concentrația acestor gaze, noi ne confruntăm acum cu problema încălzirii globale.

Gazele cu efect de seră: Gazele cu efect de seră sunt gaze precum dioxidul de carbon sau metanul, care captează căldura și fac planeta mai caldă. O mare parte din aceste gaze sunt produse prin activități umane, cum ar fi arderea combustibililor fosili pentru energie electrică sau pentru transport.

Locuri de muncă verzi: Locurile de muncă verzi sunt locuri de muncă decente, care contribuie la conservarea sau restaurarea mediului. Locurile de muncă verzi pot fi găsite în sectoare tradiționale, cum ar fi producerea și construcțiile, sau în sectoare verzi noi, emergente, cum ar fi energia regenerabilă și eficiența energetică. Întreprinderile verzi sunt furnizori esențiali de locuri de muncă verzi.

Poluare: Poluarea e introducerea în mediu a unor substanțe nesigure sau toxice, care sunt dăunătoare pentru organismele vii (sol, aer și apă). Poluarea este cauzată de activitățile umane, cum ar fi deversarea petrolului, emisia de gaze nocive din mașini sau fabrici sau degajarea deșeurilor industriale.

Resurse regenerabile: Resursele regenerabile sunt cele ce se regenerează natural, de obicei în scurt timp. De ex., energia solară este o sursă de energie regenerabilă, deoarece se reface în mod natural într-o perioadă scurtă de timp, în timp ce țițeiul, gazele naturale, cărbunele și uraniul (energie nucleară) sunt surse de energie neregenerabile, deoarece nu se formează sau nu se regenerează natural într-o perioadă scurtă de timp.

3 R: Aceasta e o strategie de abordare a deșeurilor, implicând **reducerea** consumului înainte ca deșeurile să fie generate; **reutilizarea** în loc de aruncarea lucrurilor, care pot fi utilizate în alt mod; și **reciclarea** deșeurilor prin extragerea materialelor din acestea și transformarea lor în produse noi.

¹ Toate fotografiile, cu excepția fotografiei bolurilor din trestie de zahăr, jucăriile în baza panourilor solare, producerea lumânărilor de ceara, sunt reproduse din lucrarea OIM (Marek Harsdorff), *Improve Your Business – Greening (Îmbunătățește-ți afacerea. Ecologizarea)*, ILO-YEF project, Dar es Salaam, 2012. Fotografia cu boluri din trestie de zahăr a fost preluată din: <http://www.theofficedealer.com/STML003R-StalkMarket-L003R-Sugarcane-Disposable-Bowls.htm>

GENEREAZĂ IDEEA DE AFACERE VERDE

Doriți să începeți o afacere, dar încă sunteți în căutarea unei idei practice de afaceri?

Utilizați manualul **Generează ideea de afacere verde (GYB)** pentru a dezvolta o idee de afaceri concretă gata de implementare.

GYB face parte din familia de cursuri de formare în management „Inițiați-vă și îmbunătățiți-vă afacerea” pentru start-up-uri și micii antreprenori. Programul se bazează pe 25 de ani de experiență de lucru în 100 de țări, în parteneriat cu 2500 de instituții locale, 200 de formatori superiori certificați și o rețea de peste 17.000 de formatori. Până în prezent, GYB a ajuns la 6 milioane de clienți și aceste cifre sunt în creștere!

ISBN 978-92-2-128758-2



9 789221 287582