

Stimate antreprenor,



Antreprenoriatul este considerat de pretutindeni o forță motrică a economiei naționale, întreprinderile mici și mijlocii reprezentând piatra de temelie a durabilității și sustenabilității dezvoltării acesteia.

În Republica Moldova cota întreprinderilor mici și mijlocii în totalul afacerilor este de 97,5%, angajând în jur de 57,7% din totalul forței de muncă din țară. Cu toate acestea, drumul către o activitate antreprenorială independentă este o călătorie cu multe obstacole, iar succesul în afaceri nu poate fi garantat. De asemenea, este cunoscut faptul că o parte bună din totalul falimentelor se produc anume pe parcursul primilor ani de la lansare.

Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM), vine să susțină antreprenoriatul autohton, în special pe antreprenorii începători sau aflați la început de cale, prin intermediul acestui ghid informativ.

Pe parcursul a 5 Ani de activitate ODIMM a susținut micii antreprenori prin intermediul programelor de dezvoltare profesională, consultanță și asistență financiară. Astfel pe parcursul anilor au fost asistați mai mult de 10000 de persoane.

Ghidul „Cheia succesului în afaceri” este editat pentru a fi o călăuză fidelă în drumul Dvs. El cuprinde informație despre programele de susținere financiară a antreprenorilor în Republica Moldova, dezvoltare profesională și asistență tehnică. Prin intermediul lui venim cu sfaturi ce țin de întocmirea unui plan de afaceri, modalitatea analizei pieței, gestiune a procesului de producere și altă informație utilă spre prosperare, sugestii, răspunsuri și exemple practice la un șir de întrebări fundamentale.

Totodată, Vă încurajăm să consultați și paginile noastre web: www.odimm.md și www.businessportal.md, unde veți găsi informația coerentă pentru dezvoltarea IMM-lor. De asemenea, puteți oricând să ne contactați la numărul de telefon al Liniei Directe: (022) 22-57-99.

Vă dorim mult succes în activitatea Dvs. antreprenorială și suntem siguri că împreună vom putea construi o Moldovă puternică din punct de vedere economic.

Cu profund respect,

Iulia Iabanji,
Director General ODIMM

CUPRINS

CAPITOLUL I: Antreprenoriatul – Factor Dinamizator al Unei Economii.....	4
1.1. Definiția Antreprenoriatului	4
1.2. Cîteva repere legislative privind IMM	5
1.4. Punctele slabe și tari ale Întreprinderilor Mici și Mijlocii.....	7
1.5. Exemplele cîtorva întreprinderi începătoare reușite.	9
1.6. Calitățile unui antreprenor de succes	10
1.7. Test de evaluare a competențelor personale de antreprenor	13
 CAPITOLUL II: Primii Pași în Afacere.....	 16
2.1. Alegerea ideii de afaceri	16
2.2. Aprecierea viabilității ideii.....	17
2.3. Alegerea formei juridice pentru afacerea ta.....	19
2.4. Procedura de înregistrare a întreprinderii	22
2.5. Zece sfaturi antreprenorilor aflați la început de drum:	25
 CAPITOLUL III: Elaborarea Planului de Afaceri.....	 27
3.1. Ce este un plan de afaceri?	27
3.2. De ce este nevoie de un plan de afaceri?.....	28
3.3. Structura Planului de Afaceri.....	29
3.4. Elaborarea Planului de Marketing.....	31
3.5. Elaborarea Planului Operațional	34
3.6. Elaborarea Planului Financiar	35
3.7. Evaluarea Riscurilor	36
3.8. Analiza SWOT.....	39
3.9. Lista de verificare a Planului de Afaceri	41
 CAPITOLUL IV: Contabilitatea și Impozitarea	 42
4.1. Sistemul de evidență contabilă	42
4.2. Impozite, taxe și alte plăți obligatorii	45

CAPITOLUL V: Atragerea Resurselor Financiare	49
5.1. Accesarea unui credit bancar	49
5.2. Garantarea creditelor.....	52
5.2. Proiecte pentru IMM.....	55
 ANEXE.....	 877
Anexa 1: Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat	87
Anexa 2: Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei	89
Anexa 3: Plăți pentru alte servicii acordate de către CÎS.....	90
Anexa 4: Lista activităților și cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător.	93
Anexa 5: Structura unui plan de afaceri.....	98
Anexa 6: Exemplu de Plan de Afaceri.....	102
Anexa 7: Exemplu de Flux de numerar (Cash Flow).....	108
Anexa 8: Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor).....	110
Anexa 9: Borderoul de evidență a producției proprii	111
Anexa 10: Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii	112
Anexa 11: Contactele Oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal	113
Anexa 12: Adrese web utile	115
Anexa 13: Contactele băncilor comerciale din Republica Moldova	118
Anexa 14: Lista actelor normative ce reglementează activitatea antreprenorială	120
Anexa 15: Lista secțiilor economice raionale.....	122
Anexa 16: Istории de succes	123

CAPITOLUL I: Antreprenoriatul – Factor Dinamizator al Unei Economii

1.1. Definiția Antreprenoriatului

Antreprenoriatul are ca principale obiecte de activitate crearea, finanțarea și gestionarea întreprinderilor, cu scopul de a obține profit. Fără îndoială, anume antreprenoriatul, în special - întreprinderile mici și mijlocii, reprezintă factorul de dinamizare a economiilor, care aduce un aport considerabil la buna funcționare a acestora.

Legea Nr.845-XII din 3 ianuarie 1992 „Cu privire la antreprenorat și întreprinderi”, publicată în Monitorul Oficial din 1994, nr.2, art.33, dă următoarea definiție termenului de antreprenorat:

Antreprenoriatul este un tip specific de activitate și se bazează pe **4 „piloni”**:

ANTREPRENORIATUL

Antreprenoriatul este o activitate de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora în mod independent, din propria inițiativă, în numele lor, pe riscul său propriu și sub răspunderea lor patrimonială, cu scopul de a-și asigura o sursă permanentă de venituri.

INIȚIATIVĂ

întreprinzătorul nu așteaptă indicații ci, desinestătător, manifestă inițiativă, mobilizând resursele, cu scopul de a produce mărfuri și a le vinde.

LUAREA DECIZIEI

întreprinzătorul ia decizii referitor la afacere și trasează direcțiile de dezvoltare a întreprinderii.

INOVAȚIE

întreprinzătorul este inovatorul, raționalizatorul, care tinde să producă mărfuri sau servicii sau să implementeze noi metode-moduri de a le produce sau presta servicii.

RISC

întreprinzătorul își asumă tot riscul, riscându-și astfel reputația și resursele investite în afacere.

1.2. Cîteva repere legislative privind IMM

Prin termenul „sector al întreprinderilor mici și mijlocii” se subînțelege totalitatea activităților antreprenoriale de un volum redus, iar firmele care activează în acest mod sunt denumite întreprinderi mici și mijlocii (IMM). Este internațional recunoscută abrevierea SME (Small and Medium Enterprises) - echivalentul în engleză a IMM, care se utilizează atunci cînd se face referință la businessul mic și mijlociu. În majoritatea țărilor acest sector include trei tipuri de întreprinderi: micro, mici și mijlocii.

Conform legislației Republicii Moldova, „Legea cu privire la susținerea întreprinderilor mici și mijlocii” Nr.206 din 7 iulie 2006, publicată în Monitorul Oficial la 11 august 2006, nr.126-130, p.I, art.605, ***sectorul IMM cuprinde trei categorii de agenți economici, clasificați în baza a trei indicatori: numărul angajaților, volumul anual al vânzărilor și valoarea de bilanț a activelor.***

	Nr. Angajați	Volum anual al vânzărilor, mln. lei	Valoare de bilanț a activelor, mln. lei
MICRO	max. 9	max. 3	max. 3
MICI	max. 49	max. 25	max. 25
MEDII	max. 249	max. 50	max. 50

Guvernul Republicii Moldova întreprinde măsuri eficiente de susținere a IMM-lor care sunt elucidate în cadrele de planificare strategică ca „Planul de acțiuni al Guvernului pentru anul 2012-2015”, aprobat prin HG nr.289 din 07 mai 2012, Planul de Acțiuni UE-Moldova, Parteneriatul de Est și Acordul de Parteneriat și Cooperare dintre Moldova și Uniunea Europeană.

Scopul principal al Programului „Susținerea Întreprinderilor Mici și Mijlocii” constă în crearea condițiilor propice dezvoltării sectorului întreprinderilor mici și mijlocii.

Obiectivele de termen mediu ale Programului sunt promovarea dezvoltării tehnologice și a infrastructurii de suport a întreprinderilor, asigurarea condițiilor de dezvoltare a unei economii bazate pe cunoaștere, creșterea numărului de întreprinderi mici și mijlocii, majorarea numărului de angajați în sector, sporirea cifrei anuale de afaceri.

1.3. Statistica IMM în Republica Moldova

Analiza sectorului IMM în Republica Moldova ne indică asupra creșterii importanței și aportului adus de către întreprinderile mici și mijlocii în economia națională, fapt care încurajează autoritățile guvernante să acodre o atenție deosebită dezvoltării durabile a acestui sector.

Activitatea de antreprenariat în țara noastră este reglementată prin diverse acte normative: legi, hotărâri, regulamente și norme care vizează înregistrarea întreprinderii, obținerea licențelor și autorizațiilor, angajarea personalului, gestionarea patrimoniului, promovarea produselor pe piață, importul și exportul, formarea capitalului, împrumuturile, asigurarea, etc. Cunoașterea structurii și ideii acestor repere constituie un pilon important în sectorul business-ului moldovenesc. Oricum, însă, cel mai important element al începerii și lansării unei afaceri este cunoașterea mediului economic, profitabilității IMM-urilor și a situației acestora în economia țării noastre.

Marea majoritate a întreprinderilor care activează pe teritoriul Republicii Moldova sunt IMM (97,5%), mai mult de jumătate din angajați activează anume în acest sector al economiei și anume IMM-urile obțin mai mult de 1/3 din veniturile de vânzări ale întreprinderilor naționale.

Tabel: Activitatea IMM în Moldova conform principalilor indicatori în 2011

Denumirea Indicatorului	Numărul de unități		Numărul de salariați		Venituri din Vânzări	
	Mii unit.	Ponderea în total republică, %	Mii persoane	Ponderea în total republică, %	Mil. lei	Ponderea în total pe republică, %
Total IMM	47.3	97.5	294.2	57.7	71887.6	34.6
Întreprinderi mijlocii	1.5	3.1	91.1	17.9	24133.8	11.6
Întreprinderi mici	9.2	18.9	116.2	22.8	38025.5	18.3
Întreprinderi micro	36.6	75.5	86.9	17.0	9728.3	4.7

Sursa: Biroul Național de Statistică

Este de menționat că marea majoritate a IMM-urilor își desfășoară activitatea în municipiul Chișinău (circa 66%), realizând aproximativ 81% din cifra de afaceri a întregului sector.

Conform statisticii internaționale, în Uniunea Europeană, în 2010, existau peste 20.796.192 mil. întreprinderi mici și mijlocii, constituind circa 99,8% din totalul companiilor¹ în cadrul cărora erau angajate peste

87.460.792 persoane sau 66,9% din total angajați ai economiei UE. Aceste cifre sunt net superioare atât numeric, cât și procentual mediilor din țara noastră, sugerând că IMM-urile din Moldova au rezerve de creștere.

IMM-urile nivel global:

- IMM-urile au o rată de creștere anuală de 17,68%;
- IMM-urile realizează 80% din produsele și serviciile inovative;
- În majoritatea țărilor, IMM-urile au o contribuție de minim 65% la PIB-ul națiunilor.

1.4. Punctele slabe și tari ale Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Dacă vă întrebați „**Care este momentul potrivit pentru lansarea propriei afaceri?**”, cel mai potrivit răspuns ar fi: **cu cât mai devreme, cu atât mai bine!**

De ce? Pentru că fiecare afacere presupune eforturi fizice și într-o măsură mai mare, eforturi psihice, care, odată cu trecerea anilor, sunt mai greu de făcut. Este necesar de înțeles că piața se dezvoltă rapid, atât din punctul de vedere al cerințelor noi față de mărfuri și servicii, cât și din punctul de vedere al numărului de producători și prestatori de servicii. Din această cauză, cu cât mai devreme veți face cunoștință cu cerințele pieței, cu dificultățile pe care le presupun inițierea și dezvoltarea afacerii, cu atât mai ușor veți reuși să vă adaptați la mediul antreprenorial.

Acest fapt nu înseamnă că afacerile trebuie începute spontan, imediat cum ne-a trecut prin cap o idee interesantă de a obține venituri. Înainte de lansarea unei afaceri, este necesar de efectuat un studiu detaliat al ostacolelor și oportunităților oferite de business-ul mic și mijlociu unui antreprenor. Sectorul

¹http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2010-2011/annual-report_en.pdf

IMM-urilor prezintă o serie de puncte tari și slabe: un antreprenor de succes va amplifica efectul punctelor tari și se va strădui să minimizeze impactul dezavantajelor.

Tabel: Punctele slabe și tari ale sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Punctele Tari ale sectorului IMM	Punctele Slabe
<i>IMM-urile au un înalt nivel de flexibilitate, reacționând operativ la cerințele pieții</i>	<i>Volumul redus de producție și resursele limitate nu permit de a concura cu producătorii mari</i>
<i>Contribuie la diversificarea asortimentului de mărfuri și servicii</i>	<i>Vulnerabilitatea la șocurile economice</i>
<i>Dimensiunile mici ale firmelor asigură un nivel înalt de gestionare, în comparație cu cheltuielile mici de administrare. În marea majoritate a cazurilor, proprietarul și managerul este aceeași persoană</i>	<i>Responsabilitatea completă presează asupra întreprinzătorului. Constatarea că deciziile luate pot cauza succes sau eșec are efect negativ asupra unor întreprinzători devenind un veritabil factor de stres</i>
<i>Investițiile de capital sunt relativ mici la lansarea afacerii, fapt care influențează pozitiv costul producției fabricate</i>	<i>Posibilități reduse de acumulare de capital pentru lărgirea producției</i> <i>Accesul limitat la servicii performante de marketing</i>
<i>Volum mic de informație, operativitatea luării și implementării deciziilor, ușurința comunicării antreprenor – angajat</i>	<i>Neîncrederea și prudența partenerilor de afaceri la încheierea contractelor</i>
<i>Posibilitatea de a se limita la micro-credite în caz de insuficiență a resurselor proprii</i>	<i>Posibilitatea redusă de a obține credite mari și pe termen lung</i>
<i>Posibilitatea înlocuirii unui lucrător cu altul, posibilitatea îndeplinirii temporare a funcțiilor unui lucrător de către altul (colectiv mic)</i>	<i>Dependența riscantă a companiei de anumiți angajați care au responsabilități maxime</i>
<i>Rotație relativ rapidă a capitalului propriu</i>	<i>Riscul pierderii întregului capital investit. Rata de supraviețuire - mică</i>
<i>Evidența simplificată a activității economice a întreprinderii</i>	<i>Multe situații sunt inelastice și depind direct doar de factori externi</i>
<i>Concentrarea întregului profit la o singură persoană, proprietarul</i>	<i>Proprietarul este ultimul care trebuie plătit</i>

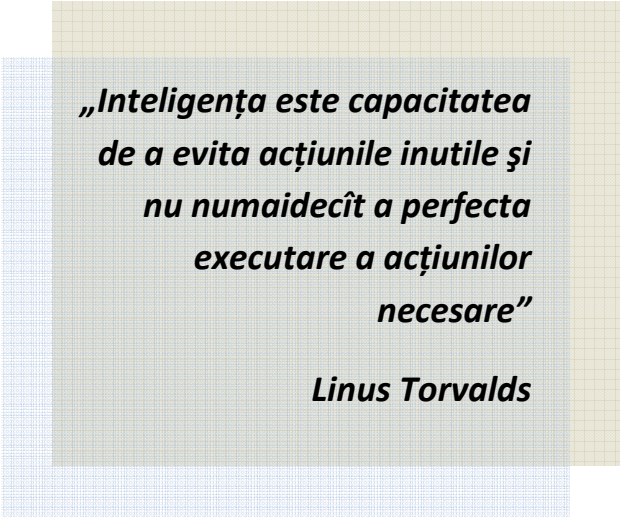
1.5. Exemplele de întreprinderi începătoare reușite.

Experiența unui antreprenor de succes, de obicei, începe de la afaceri mici și idei simple.

De exemplu, **Bill Gates**, unul dintre cei mai bogați oameni din lume, fondatorul companiei „**Microsoft**”, și-a început afacerea la 16 ani, creînd o firmă pentru elaborarea programelor de calculator, în care activau cîțiva colegi de clasă ai viitorului magnat. În anul 2008, Bill Gates a obținut venituri de peste 60 milioane dolari americani din activitatea pe care a dezvoltat-o! Actualmente este unul dintre cele mai bogate personalități de pe glob.

Un alt exemplu mai recent este un tînr englez: **Alex Tew**, creatorul paginii web „**The Million Dollar Homepage**”² în anul 2005. Scopul inițial al paginii era de a colecta suficienți bani pentru studiile universitare. Pagina web constă dintr-un panel 1000x1000 pixeli, fiecare pixel fiind vîndut pentru publicitate cu 1 dolar american. Astfel, tînrul a ajuns milionar.

Un exemplu nu mai puțin motivant îl desprindem și din experiența lui **Pierre Omidyar**, iranian de origine, născut la Paris. La vîrsta de 28 de ani acesta deschide un mini-magazin online, pentru a-și ajuta soția să vîndă bomboane. Afacerea capătă amploare mondială. La 32 de ani acesta devine miliardar, la 42 de ani – agonisește o avere de peste 5 miliarde dolari americani. Iar magazinul online continuă să lucreze: compania respectivă este **Ebay**.



*„Inteligența este capacitatea
de a evita acțiunile inutile și
nu numai decît a perfectă
executare a acțiunilor
necesare”*

Linus Torvalds

² <http://www.milliondollarhomepage.com/>

1.6. Calitățile unui antreprenor de succes

Motto: *"Conducerea este arta de a-i face pe alții să facă ceea ce tu îți dorești"*

Întreprinzătorul este persoana care își asumă riscul începerii unei afaceri proprii. Astfel, se maximizează șansele de reușită prin ridicarea nivelului de informare.

De ce să devii antreprenor? Pentru că vei câștiga mai bine, vei scăpa de șefi, vei lua singur decizii, îți vei stabili singur programul de lucru, vei lucra cu oameni pe care i-ai angajat, vei fi apreciat și vei crea noi locuri de muncă!

Ce riști devenind antreprenor?

Devenind antreprenor riști cu stabilitatea locului de muncă, găsirea unor angajați competenți, pierderea resurselor financiare investite. De asemenea riști să eșuezi, să te confrunți cu concurență mare în domeniul de activitate ales. Cu toate acestea, un antreprenor de succes știe că un business condus profesionist are mai multe avantaje decât dezavantaje.

Dacă singura ta motivație în lansarea unei afaceri este: "pentru că nu se găsește de lucru", "pentru că șeful e insuportabil" sau "pentru că în felul ăsta se câștigă mai mult", să știi că modul tău de a gândi este departe de cel al unui adevărat întreprinzător. Un adevărat întreprinzător se lansează în afaceri pentru că este convins că poate veni pe piață cu un produs sau serviciu mai bun sau mai ieftin, pentru că vrea să ia în mâini cârma propriului său viitor și să nu o lase în seama altuia.

6 REGULI DE AUR

PENTRU UN ANTREPRENOR DE SUCCES:

1. Muncește mai mult pe măsură ce afacerea ta se dezvoltă;
2. Gândește pozitiv chiar și în momentele de criză;
3. Nu renunța la prima dificultate întâlnită, mai târziu îți va părea banală;
4. Învață din greșeli, nu le considera obstacole în calea reușitei tale, ci oportunități din care înveți ce trebuie și ce nu trebuie să faci;
5. Fii consecvent în decizii chiar dacă unele nu sunt chiar ușor de luat;
6. Tratează-ți angajații așa cum ți-ar plăcea ție să fii tratat.

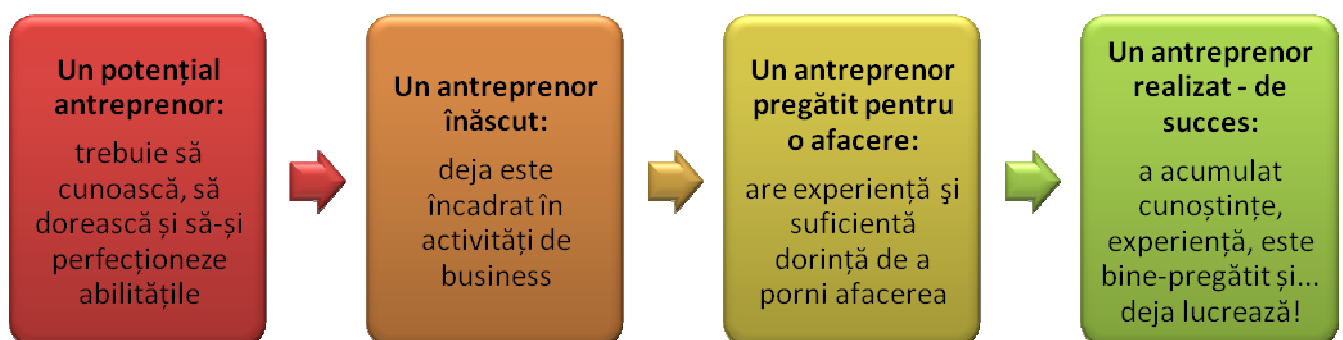
Înainte de a începe o afacere trebuie făcută o serioasă analiză a propriei persoane, a propriilor calități și defecte. Sunteți în stare să lucrați sub presiune săptămîni întregi? Sunteți foarte hotărît să porniți pe acest drum? Aveți o rețea de contacte printre prieteni, cunoscuți sau foști colegi dispuși să vă dea o mîină de ajutor? Sunteți dispuși să renunțați la week-end-uri pentru că noua muncă va absorbi total timpul pe care îl aveți la dispoziție? Sunteți dispuși să deveniți sclavul clienților dvs.? Dacă vi se pare că întreprinzătorul este o persoană care lucrează unde vrea, cu cine vrea și cum vrea... lăsați-o baltă!

Cauza predominantă a falimentelor companiilor

În 44% din totalul cazurilor de faliment, este vorba de factorul uman de conducere - incompetența conducătorilor:

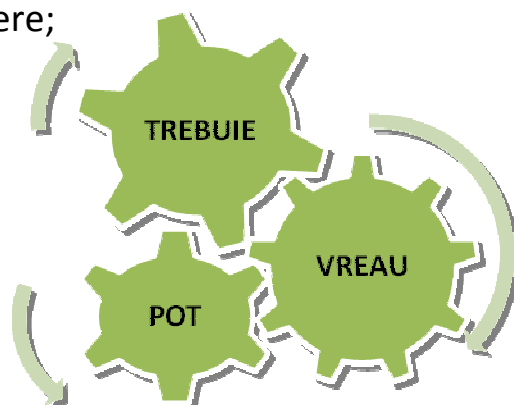
- 1. Lipsa unor capacități fizice, intelectuale și morale de conducere;*
- 2. Lipsa de tenacitate, energie și sacrificii;*
- 3. Lipsa de atașament și voluntarism;*
- 4. Lipsa de capacitate decizională și previzune.*

Cineva spunea că ***conducerea este bazată pe rezultatul muncii, nu pe rezultatul oamenilor și este foarte diferită de la o metodă și stil la altul.*** Un antreprenor trebuie să reușească să combine lucrul în echipă, abilitatea de a fi cel mai bun în echipă, prin simple acțiuni de ordine, delegare de responsabilități și control al tuturor activităților. Ești gata pentru asta?



Antreprenorul trebuie să fie o persoană:

- ✚ Descurcăreață și activă în rezolvarea problemelor și găsirea soluțiilor;
- ✚ Curajoasă, capabilă de a învăța din eșecuri și de a-și asuma riscuri;
- ✚ Creativă, inventivă, cu capacități bune de planificare;
- ✚ Perseverentă, puternică și rapidă în luarea deciziilor;
- ✚ Flexibilă, ușor adaptabilă la diverse schimbări;
- ✚ Clară în exprimare, cu putere de convingere;
- ✚ Realistă și cu încredere în forțele proprii;
- ✚ Independentă, hotărâtă, cu inițiativă;
- ✚ Responsabilă și optimistă;
- ✚ Sociabilă și comunicativă;
- ✚ Cu gândire pozitivă;
- ✚ Receptivă la noi provocări.



Deci, dacă alegi să devii antreprenor, aici sunt câteva sfaturi pentru tine:

- Verifică în mod autocritic aptitudinile personale: calificarea profesională;
- Analizează minuțios piața și posibilitățile de desfacere a produselor sau serviciilor pe care intenționezi să le plasezi pe piață;
- Analizează ce este mai indicat - înființarea unei firme noi sau cumpărarea unei firme existente;
- Alege cu grijă viitorii parteneri și personalul de angajat;
- Analizează reglementările ce țin de domeniul ales;
- Determină cu exactitate necesarul de surse financiare necesare;
- Alege cu grijă amplasamentul afacerii dotarea cu echipament și utilaj;
- Planifică cu prudență cifra de afaceri, costurile și profiturile viitoare;
- Apelează la un specialist calificat, care să te ghideze;
- Informează-te despre obligațiunile fiscale imediate și de perspectivă;
- Evaluează riscurile și asigură-te că există măsuri de diminuare a acestora;
- Îndeplinește cu grijă toate formalitățile legale ce țin de pornirea afacerii.

În paralel cu sfaturile de mai sus poți începe să te auto-evaluezi ca potențial antreprenor, utilizând testul din următoarea pagină.

Condiții: Răspunsurile la întrebările din test trebuie să fie corecte și oneste, pentru că în baza lor se vor contura propriile puncte tari și slabe; șansele și riscurile posibile, precum și alte aspecte pe care în entuziasmul întemeierii afacerii proprii le poți neglija din diverse motive. Selectează una din trei variante de răspuns:

1.7. Test de evaluare a competențelor personale de antreprenor

1. **Ești genul de persoană care începe lucrurile din propria inițiativă?**
 - a. Dacă sunt provocat, sunt în măsură să duc lucrurile la bun sfârșit;
 - b. Mă implic și fac treaba în felul meu propriu. Nu am nevoie de cineva care să-mi spună să încep;
 - c. Ușurel! Nu încep pînă nu sunt convins că trebuie.
2. **Ce părere ai despre ceilalți oameni?**
 - a. Majoritatea din jur mă enervează!
 - b. Îmi plac oamenii. Pot să lucrez aproape cu oricine;
 - c. Am suficienți prieteni și nu am nevoie de alții.
3. **Îi poți conduce pe ceilalți?**
 - a. Pot să conving oamenii, dacă îi conduc și le arăt cum să acționeze;
 - b. Pot să conving oamenii să lucreze cu mine fără prea mare dificultate;
 - c. De obicei, las pe altcineva să pună lucrurile în mișcare.
4. **Poți să-ți asumi responsabilități?**
 - a. Voi prelua responsabilitatea, dar nu e esențial pentru mine;
 - b. E tot timpul cineva prin jur, nerăbdător să iasă în față. Îl las pe el!
 - c. Îmi place să-mi asum responsabilitate pentru lucrurile în care sunt implicat și să văd cum evoluează.
5. **Ce fel de organizator ești?**
 - a. Îmi place să am un plan înainte de a începe. Eu sunt acela care stabilește ce este de făcut!



- b. Mă descurc bine pînă în momentul cînd lucrurile devin prea complicate.
În momentul acela s-ar putea să am dificultăți;
- c. De regulă, iau lucrurile așa cum sunt.

6. Ce fel de muncitor ești?

- a. Nu îmi dau seama dacă munca pe "brînci" te duce la vreun rezultat;
- b. Pot munci din greu pentru un timp, dar cînd mă satur – gata!
- c. Pot să mă mobilizez atît timp cît este necesar. Nu mă deranjează să lucrez din greu!

7. Cum iai decizii?

- a. Iau decizii dacă am suficient timp. Dacă hotărăsc repede, de obicei regret alegerea făcută;
- b. De regulă, mă pot hotărî rapid și alegerile pe care le fac sunt bune;
- c. Nu-mi place să fiu cel care ia hotărîrile, probabil, "o voi da în bară".

8. Pot avea ceilalți încredere în ceea ce spui?

- a. Încerc să fiu la înălțime, dar uneori spun ce mi-e mai comod;
- b. Pot avea încredere totală. Nu spun lucruri pe care nu le cred!
- c. Ce rost are să transpiri, dacă celălalt oricum nu va ști care e diferența?

9. Cum duci lucrurile la sfîrșit?

- a. Dacă îmi propun să fac ceva, nimic nu mă poate opri;
- b. Dacă treaba nu merge bine, o las baltă! De ce să-ți bați capul?
- c. De regulă, duc la bun sfîrșit ceea ce încep.

10. Poți să ții o evidență?

- a. Evidențele nu sunt necesare. Știu tot ce e necesar să știu!
- b. Aș putea, dar e mai important să duci treaba la bun sfîrșit dacă îți încarci activitatea cu cifre;
- c. De vreme ce sunt necesare, țin evidențe, chiar dacă nu îmi face prea mare plăcere.

Rezultatele Testului "Profilul Personal de Competențe Antreprenoriale".

Calcularea scorului:

Punctaj

1. a= 7, b=10, c= 4;
2. a= 4, b=10, c= 7;
3. a= 7, b=10, c= 4;
4. a= 7, b= 4, c=10;
5. a=10, b= 7, c= 4,
6. a= 4, b= 7, c=10;
7. a= 7, b=10, c= 4;
8. a= 7, b=10, c= 4;
9. a=10, b= 4, c= 7;
10. a= 4, b= 7, c=10.

Interpretare:

1. Scor între 91-100 puncte – Excelent! Ești născut pentru a fi întreprinzător! Trebuie să te gândești serios la ideea de a-ți lansa propria ta afacere.

2. Scor între 81 – 90 – Foarte bine! Cu siguranță ai toate premisele pentru a fi un bun întreprinzător. Calea către succes îți este deschisă.

3. Scor între 51 – 80 – Se poate mai bine! Ai câteva dintre lucrurile necesare pentru a fi întreprinzător, dar mare atenție! Sunt o serie de puncte slabe care trebuie îmbunătățite pentru a crește șansele de succes.

4. Scor sub 50 – Nesatisfăcător! Poate ar fi mai bine să te gândești la o slujbă sigură și liniștită. Se pare că afacerile nu prea reprezintă o atracție pentru tine!

CAPITOLUL II: Primii Pași în Afacere

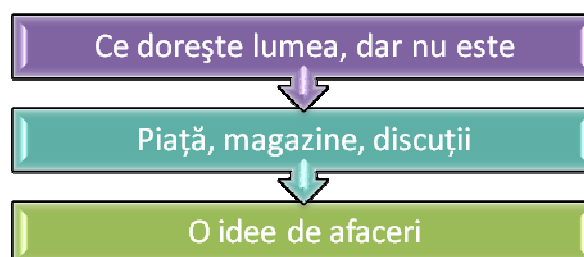
2.1. Alegerea ideii de afaceri

Înainte de a deveni realitate, toate afacerile din lume s-au născut în mintea cuiva. Înainte de a fi afaceri viabile și puse pe roate, toate au fost doar la stadiul de idei de afaceri profitabile. De la idee s-a dezvoltat un plan de afaceri ce a constituit scheletul afacerii propriu-zise. Deși foarte mult depinde de strategiile de marketing și de competența celor care conduc afacerea, la fel de mult depinde succesul afacerii și de ideea de la care s-a plecat inițial.

Nu te limita! Mulți oameni își limitează gândurile. Poți obține orice – dacă crezi!

Mary Kay Ash

Pentru a avea succes găsește ceva să fii bun în acel domeniu. De unde poți lua idei de afaceri? Mergi la piață, prin magazine, vorbește cu vecinii, prietenii, află ce doresc oamenii, dar nu este în vânzare. Ce lipsește. Ce ar putea fi solicitat. Vezi ce produs poate fi făcut mai bun. Analizează ce este în străinătate și nu este la tine în țară.



Notează orice idee îți vine.

La o foaie de hîrtie, împarte-o în două și notează. Într-o coloană scrie plusurile ideii, iar în alta include minusurile, ca în exemplul de mai jos:

Plusurile	Minusurile
✓ Afacerea este din domeniul în care muncești; ✓ Cheltuielile de lansare sunt minime; ✓ Poți avea un număr mare de clienți; ✓ Preț competitiv; ✓ Lipsă de concurenți.	✓ Lipsa de finanțe; ✓ Sursa de materie primă este limitată; ✓ Nu ai calificare necesară pentru a obține licență în domeniu.

Procedează la fel și în cazul altor idei. S-ar putea întâmpla ca în cazul unora din ele să nu găsești minusuri, doar plusuri sau mai puține minusuri decît plusuri. În cele ce urmează, propunem un șir de idei pentru afacerea ta:

Idei pentru activități antreprenoriale din mediul rural:

1. Construcția și reparația caselor, construcțiilor auxiliare de dimensiuni mici;
2. Prelucrarea suprafețelor interioare și exterioare ale caselor, încăperilor, construcțiilor auxiliare de dimensiuni mici. Lucrări de vopsire;
3. Montarea și reparația comunicațiilor comunale (rețele electrice interioare, canalizare și asigurare cu apă, sisteme de încălzire, etc.);
4. Fabricarea produselor de artizanat;
5. Fabricarea și reparația încălțămintei;
6. Reparația electrocasnicelor;
7. Reparația aparatelor radio, TV, video;
8. Saună și săli de antrenament;
9. Confectionarea și reparația hainelor;
10. Servicii de turism rural;
11. Servicii hoteliere;
12. Servicii de transport;
13. Frizerie;
14. Reparația mobilei;
15. Curățătorie;
16. Fabricarea produselor din lemn (tîmplărie);
17. Fabricarea produselor și construcțiilor din metal, servicii de sudare ;
18. Săli de computere cu aparatură complementară și servicii (Internet, jocuri, culegerea și tipărirea documentelor, fax, copiere (xerox));
19. Deservirea și reparația automobilelor;
20. Sere (flori, plante decorative, legume);
21. Prelucrarea produselor agricole (mini-linii pentru conservare, producerea uleiului, uscarea fructelor și legumelor, producerea făinii și crupelor, etc.);
22. Depozite de păstrare a producției agricole (cu controlul atmosferei), servicii de spălare a fructelor și legumelor;
23. Vânzarea diferitor tipuri de mărfuri (gherete, magazine);
24. Servicii veterinare. Mulți locuitori au animale ce necesită îngrijire;
25. Servicii de consultanță în diferite domenii: evidență contabilă, planificarea afacerii, marketing, analiza financiară etc.);
26. Amenajări interioare și design-ul spațiilor deschise (grădini, parcuri)
27. Predarea limbilor străine, muzicii etc.;
28. Organizarea cercurilor de ocupații (cultura fizică, sport, dansuri, etc.);
29. Muzică pentru ceremonii.



2.2. Aprecierea viabilității ideii

O afacere de succes:
70% planificare
30% acțiune

Orice idee, indiferent de atractivitatea ei, este necesar să fie analizată, din punctul de vedere al viabilității, înainte de a fi implementată în practică.

Analiza viabilității, permite aprecierea eficienței economice a viitoarei afaceri și trebuie să răspundă la întrebarea **„Are ideea în cauză efect economic?”**. În multe cazuri apar dubii în ceea ce privește necesitatea fundamentării tehnico-economice. Nu de puține ori, persoanele prea încrezătoare în forțele proprii se întreabă: „oare chiar este necesar de a efectua studii costisitoare, ca să demonstrez ceea ce, de fapt, știu deja?”. Analiza are un rol deosebit de important, deoarece ea impune evaluarea ideilor și, implicit, darea unui verdict: dacă sunt sau nu realiste.

Fără analiză acțiunile noastre sunt expuse unor numeroase riscuri neplăcute și imprevizibile. Dacă pînă la înființarea propriei afaceri nu vom răspunde exact la întrebările esențiale, putem constata că numeroase surprize neplăcute pot deveni o barieră serioasă în calea succesului.

Cele mai importante întrebări pe care trebuie să ți le pui ca să apreciezi viabilitatea ideii tale sunt:

		Scopurile
1.	Stabilirea scopurilor economice	<i>Sursele financiare</i>
		<i>Imaginea</i>
2.	Piața	<i>Concurenții</i>
		<i>Clienții</i>
		<i>Oportunitățile</i>
3.	Produsul tău	<i>Exclusivitate</i>
		<i>Cerințe</i>
		<i>Așteptări</i>

De asemenea, analiza și planificare îl învață pe antreprenor, de la bun început, să nu facă nici un pas fără a studia anticipat, viabilitatea oricărei acțiuni.

2.3. Alegerea formei juridice pentru afacerea ta

Fiecare persoană care intenționează să inițieze o afacere trebuie să aleagă forma juridică de organizare a viitoarei afaceri potrivit scopului, domeniului de activitate preconizat, capitalului disponibil, cercului de parteneri etc. Pentru a face o alegere, un viitor întreprinzător are de ales între mai multe opțiuni care sunt, de fapt, forme juridice de organizare:



Întreprinzător individual, gospodăria țărănească și activitățile practicate în baza patentei de întreprinzător presupun activități desfășurate de persoane fizice, iar S.R.L., S.A., S.N.C., întreprinderea de stat și municipală, societatea în comandită și cooperativa de producție sunt înregistrate ca persoane juridice.

Dintre aceste forme juridice, cele mai des practicate în Republica Moldova sunt cele de întreprinzător individual (Î.I.), societate cu răspundere limitată (S.R.L.) și societate pe acțiuni (S.A.) (mai multe detalii despre acestea sunt structurate în tabelul ce urmează). Înregistrarea de stat a unei întreprinderi, societăți etc. se efectuează de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale. Lista oficiilor acesteia sunt atașate în Anexa 1.

Tabel: Caracteristicile generale ale principalelor forme de organizare ale întreprinderilor din Moldova

Forma de organizare	Acte normative	CARACTERISTICI
Întreprinzător Individual Î.I.	<i>Legea nr. 220 – XVI din 19.10.2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali</i>	- Persoană fizică; - Întreprinderea aparține cetățeanului sau membrilor unei familii; - Venitul din activitatea Î.I. este folosit la discreția acestuia; - Impozitele și alte plăți obligatorii se achită conform reglementărilor existente; - Patrimoniul întreprinderii individuale este inseparabil de bunurile personale ale antreprenorului; - Pentru înregistrarea de stat a întreprinzătorilor individuali se depun următoarele documente: cererea de înregistrare, conform modelului aprobat de organul înregistrării de stat; documentul ce confirmă achitarea taxei de înregistrare.
Gospodăria Țărănească G.Ț.	<i>Legea nr.1353-XIV din 03.11.2000 privind gospodăriile țărănești (de fermier)</i>	- Persoană fizică; - Poate fi constituită dintr-o singură persoană fizică care a atins vârsta de 18 ani; - Membrii G.Ț. poartă răspundere solidară, nelimitată pentru obligațiile G.Ț. cu întreg patrimoniul lor; - Gospodăria țărănească trebuie înregistrată de către fondatorul ei la primăria unității administrativ-teritoriale de nivelul întâi în a cărei hotar el deține teren; - Pentru înregistrarea G.Ț., fondatorul prezintă primăriei: declarația de constituire, copiile documentelor ce confirmă dreptul de proprietate privată a fondatorului și al potențialilor membri asupra terenurilor, copiile contractelor de arendă, bonul de plată a taxei de înregistrare a gospodăriei.
Societatea cu Răspundere Limitată S.R.L.	<i>Legea nr.135-XVI din 14.06.2007 privind societățile cu răspundere</i>	- Persoană juridică; - Elementele esențiale ale acestui tip de întreprindere sunt: asociații, capitalul social și capitalul de rezervă; sistemul organelor de administrare; - Adunarea generală a asociaților este organul suprem al S.R.L.;

	<i>limitată</i>	- Capitalul social al S.R.L. este constituit din aporturile asociaților în bani sau în natură pentru a pune baza economică a unei afaceri, minim 5400 lei; - Numărul de asociați în S.R.L. nu poate fi mai mare de 50; - Beneficiul (profitul) S.R.L. este format după achitarea impozitelor și a altor plăți obligatorii și se distribuie asociaților S.R.L. proporțional cu cota în capitalul social.
Societatea pe Acțiuni S.A.	<i>Legea nr. 1134-XIII din 02.04.1997 privind societățile pe acțiuni</i>	- Persoană juridică; - Este societatea comercială al cărei capital social este divizat în acțiuni; - Poate fi de tip deschis sau închis. Societatea este deschisă dacă acționarii ei au dreptul nelimitat să înstrăineze acțiunile ce le aparțin; - În cazul S.A. de tip închis, numărul de fondatori nu poate fi mai mare de 50; - Sunt constituite pentru afaceri cu un număr mare de fondatori (acționari); cu planuri pe viitor de a mări capitalul social prin emisia pachetelor noi de acțiuni sau/și atragerea acționarilor noi; pentru afaceri mari în anumite domenii specifice de activitate.
Patenta de întreprinzător	<i>Legea nr.93-XVI din 15.07. 1998 cu privire la patenta de întreprinzător</i>	- Persoană fizică; - Reprezintă un certificat de stat nominativ ce atestă dreptul de a desfășura genul de activitate de întreprinzător indicat în ea în decursul unei anumite perioade de timp; - Titular de patentă poate fi orice cetățean al Republicii Moldova cu vârsta de peste 18 ani ce are dreptul de a desfășura activitate de întreprinzător; - Patenta se eliberează la cererea depusă de solicitant și presupune achitarea unui anumit impozit lunar, în dependență de genul de activitate ales.

2.4. Procedura de înregistrare a întreprinderii

Indiferent de forma juridică de organizare aleasă, orice persoană care intenționează să lanseze o activitate economică nouă, trebuie să înceapă de la **înregistrarea viitoarei afaceri**. Activitatea economică fără înregistrare se consideră ilicită, în afara legii, și este supusă sancțiunilor. Orice persoană care intenționează să înceapă o afacere are următoarele opțiuni de a-și înregistra activitatea:

- Inițierea (înregistrarea) unei întreprinderi noi;
- Procurarea unei întreprinderi existente (înregistrate);
- Obținerea patentei de întreprinzător care înlocuiește procesul înregistrării de stat. Însă, activitățile care pot fi exercitate în baza patentei sunt foarte limitate.

Înainte de a înregistra o întreprindere, este absolut necesar de a cunoaște legislația cu referire la procedura de înregistrare și desfășurare a activității întreprinderilor pe teritoriul Republicii Moldova. În acest sens, puteți consulta Anexa 14 din acest ghid care cuprinde cele mai importante acte normative cu care ar trebui să ia cunoștință fiecare persoană înainte de a lua decizia de a lansa o afacere.

Camera Înregistrării de Stat este autoritatea care prin intermediul oficiilor sale teritoriale efectuează înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali, constituiți pe teritoriul Republicii Moldova.

În Registrul Camerei Înregistrării de Stat se înscriu:

- Denumirea, sediul, numerele de telefon, datele filialelor și reprezentanțelor;
- genurile de activitate principale și termenul de activitate;
- mărimea capitalului social și a cotelor de participare ale fondatorilor S.R.L.(asociaților);
- datele managerului principal (nume, prenume, buletinul de identitate, adresa, telefon etc.);
- date privind reorganizarea sau lichidarea întreprinderii etc.

Etapele înregistrării Î.L., G.Ț. și S.R.L. sunt exemplificate în următorul tabel:

Societatea cu Răspundere Limitată	Întreprinzător Individual	Gospodăria Țărănească
ETAPA I: ACȚIUNI PENTRU ÎNREGISTRAREA AFACERII		
La Cameră se prezintă: ➤ fondatorul/reprezentantul; ➤ persoana desemnată ca manager al S.R.L.	La Cameră se prezintă: ➤ fondatorul; ➤ persoana desemnată ca manager al Î.I.	G.Ț. va fi înregistrată la primăria unității administrativ-teritoriale de către fondator.
Camera verifică următoarele: ➤ fondatorii - aceștea nu pot avea întreprinderi înregistrate care nu funcționează, nu au fost lichidate, au datorii la buget; ➤ documentul eliberat de organul fiscal teritorial ce confirmă că fondatorii nu au datorii la buget; ➤ denumirea - ea trebuie să includă sintagma "societate cu răspundere limitată" sau "S.R.L."; ➤ managerul principal – el nu poate fi conducător în alte unități etc.	Camera verifică următoarele: ➤ fondatorul- el nu poate avea o altă Î.I. sau întreprindere cu datorii, trebuie prezentat certificatul ce confirmă inexistența datoriilor în acest sens; ➤ denumirea de firmă, inclusiv cea abreviată care, trebuie să includă cuvintele "întreprindere individuală" sau "Î.I.", precum și numele cel puțin a unui posesor; ➤ managerul principal el nu poate fi conducător în alte unități etc.	Condiții de înregistrare: ➤ denumirea completă va include cuvintele „gospodărie țărănească”; ➤ denumirea abreviată va conține: G.Ț.; ➤ G.Ț. nu poate fi înregistrată dacă nu sunt prezentate toate actele solicitate; ➤ dacă fondatorul deține terenuri amplasate în hotarele a două sau mai multe unități administrativ-teritoriale, cererea de înregistrare se prezintă primăriei alese de fondator.
Perfectarea actelor pentru înregistrare: ➤ fondatorii S.R.L. completează cererea de înregistrare conform modelului; ➤ fondatorii S.R.L. achită taxele și plățile conform	Perfectarea actelor pentru înregistrare: ➤ fondatorul Î.I. completează cererea de înregistrare conform modelului stabilit; ➤ fondatorul achită	Acte necesare de a fi prezentate la primărie: ➤ declarația de constituire; ➤ copiile documentelor ce confirmă dreptul de proprietate privată a

tarifelor aprobate: 250 lei taxa de înregistrare și taxa de timbru 0,5% din capitalul social; ➤ comanda pentru executarea ștampilei.	taxele și plățile conform tarifelor aprobate: 54 lei taxa de înregistrare (înregistrarea ÎI, în baza patente, este gratuită); ➤ comanda pentru executarea ștampilei.	fondatorului și al potențialilor membri asupra pământurilor; ➤ copiile contractelor de arendă, după caz; ➤ bonul de plată a taxei de înregistrare a gospodăriei.
--	---	--

Etapa II: Acțiuni la instituția bancară

Camera eliberează certificatul pentru deschiderea contului și fondatorii depun capitalul social la cont : ➤ Fiecare fondator depune cel puțin 40% din suma aportului său, achitînd suma pînă la înregistrarea S.R.L.; Managerul prezintă la Cameră dovada depunerii fondurilor în capitalul social.	<i>Nu este obligatorie</i>	<i>Nu este obligatorie</i>
---	-----------------------------------	-----------------------------------

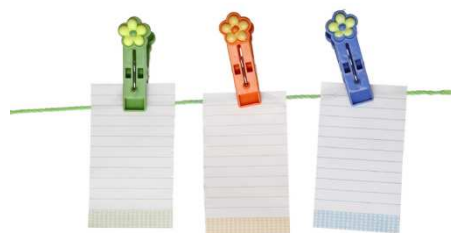
Etapa III: Finalizarea înregistrării

Camera eliberează managerului S.R.L.: ➤ decizia cu privire la înregistrare; ➤ certificatul de înregistrare a S.R.L.; ➤ actul de constituire a S.R.L.; ➤ ștampila S.R.L.	Camera eliberează managerului Î.I.: ➤ decizia cu privire la înregistrarea Î.I.; ➤ certificatul de înregistrare a Î.I. cu numărul unic de identificare (IDNO) care este și codul fiscal al Î.I. al Î.I.; ➤ actul de constituire - decizia de fondare; ➤ ștampila Î.I.	În decursul unei săptămîni din ziua prezentării documentelor pentru înregistrare, primăria înregistrează G.Ț., efectuînd înscrieri de rigoare în Registrul Gospodăriilor Țărănești și emite certificatul de înregistrare sau emite decizia de refuz privind înregistrarea.
--	---	---

2.5. Zece sfaturi antreprenorilor aflați la început de drum:

1. Încearcă să comercializezi ceea ce oamenii vor să cumpere, nu ceea ce îți dorești tu să vinzi.

De foarte multe ori antreprenorii se implică în afaceri prin care comercializează un produs sau un serviciu despre care cred că va avea succes, și nu unul care a dovedit deja că are potențial. Astfel, în loc să vindeți pantofi realizați în conformitate cu ultimele tendințe ale modei, în ceea ce privește designul și materialele, este mai bine să vă axați pe o categorie generală care a avut succes și abia apoi să mergeți către o nișă.



2. Încercați să obțineți cash-flow (flux de mijloace bănești) cât mai repede.

Cash-ul (bani în numerar) este esențial pentru o afacere și trebuie să găsiți modalități prin care să obțineți lichidități foarte rapid. De exemplu într-un business axat pe servicii, puteți face acest lucru prin a cere banii în avans clienților dvs., poziționând metoda drept o valoare adăugată și modalitate prin care veți asigura prestarea la o anumită dată a serviciilor.

3. Găsiți noi metode prin care să țineți costurile mici.

Oricât de mult cash ați avea, acesta nu are nici un folos dacă nu este pozitiv, adică cheltuielile sunt mai mari decât veniturile. Pentru a face acest lucru este bine să mențineți costurile la un nivel scăzut. De exemplu, încercați să vă plătiți furnizorii înainte de livrarea mărfii, pentru că astfel veți putea negocia prețuri mai bune.

4. Când faceți planuri, este bine să supraestimați cheltuielile și să subestimați veniturile.

5. Concentrați-vă pe vânzări și marketing pentru că în business nu se întâmplă nimic fără vânzări.

6. Găsiți metode prin care să vă creșteți profitul.

Trebuie să încercați să vă creșteți numărul de clienți, să faceți astfel încât aceștia să cumpere de la dvs. cât mai des, iar valoarea medie a achizițiilor să crească, și, astfel, să vă majorați marginea profitului.

7. Testați și măsurați toate lucrurile.

Nu puteți schimba ceea ce nu măsurați și nu puteți spune dacă un program sau o strategie nu merge dacă nu o testați și nu îi analizați atent rezultatele.

8. Învățați și veți câștiga mai mult.

Dacă nu ați gestionat niciodată un milion de euro nu vă așteptați să știți să conduceți un astfel de business. Însă veți ști să faceți acest lucru dacă dvs. ați construit businessul de un milion de euro de la zero.

Acceptați că întotdeauna trebuie întîi să învățați înainte să câștigați. Învățați pe cât de mult puteți despre vânzări, marketing și alte activități dacă vă doriți să aveți succes în business.

9. Nu faceți discounturi (reduceri), ci adăugați valoare.

De fiecare dată cînd faceți un discount, practic luați bani direct din buzunarul dvs. și indirect din marja de profit, deci este bine să nu faceți acest lucru. În schimb, puteți aduce valoare adăugată produselor sau serviciilor dvs. Astfel, indiferent de industria în care vă aflați, încercați să mențineți prețurile și să vă creșteți marja de profit venind cu tarife mici sau chiar gratuități pentru oferte premium. Aceste lucruri nu vă vor costa foarte mult, însa, vă veți construi o bază de clienți, o relație bună cu aceștia și veți atrage și noi consumatori prin recomandările pe care le vor face clienții actuali.

10. Luați-vă un consultant.

Adesea, credem că noi suntem singurii care știm cum să rezolvăm o problemă sau să facem anumite lucruri. În realitate, o persoană neimplicată în afacere poate face minuni în ceea ce privește felul în care trebuie să acționați în businessul Dvs.

CAPITOLUL III: Elaborarea Planului de Afaceri

3.1. Ce este un plan de afaceri?

Acest document se prezintă sub un aspect relativ concentrat – mărimea general acceptată este de 20-50 de pagini fără anexe. Nu există, însă, un standard în privința asta, așa cum nu există un standard în ceea ce privește conținutul acestuia, planul

Cea mai importantă cauză de eșec a majorității planurilor de afaceri constă în destinația greșită. Aproape toate sunt încercări de a obține bani și nu de a promova o idee de afaceri!

de afaceri fiind un document flexibil. Această flexibilitate în prezentarea afacerii, are drept scop convingerea cititorului în ceea ce privește caracterul original al proiectului, al avantajelor pe care acesta le are și a capacității de a se impune concurenței. Pentru a face din planul de afaceri un instrument deosebit de important în luarea deciziei de finanțare și în succesul viitoarei afaceri.

Pentru a înțelege ce este un plan de afaceri (PA) trebuie definit mai întâi conceptul de „afacere”. O definiție neconvențională a conceptului, poate fi:

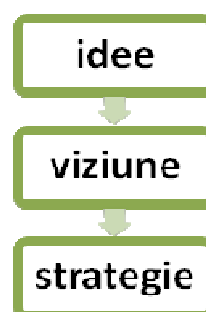
O Afacere trebuie să fie bine pregătită, exact ca atunci când construiești o casă

Afacere – intenția unei persoane (fizice sau juridice) de a face sau a întreprinde anumite activități în scopul obținerii unui profit.

Înainte de a te apuca de construcția efectivă, să pui pe hârtie, sub forma unui proiect: concepția (design) și calculele. Planul de afaceri este proiectul afacerii tale.

Un plan de afaceri se bazează pe următoarele elemente:

- **un întreprinzător**, care își asumă conștient anumite riscuri și dorește să obțină un anumit profit;
- **mai multe activități** care consumă resurse și care generează profit (rezultatul unei idei de afaceri reușite);



- **un mediu** în care se desfășoară aceste activități (mediul de afaceri).

3.2. De ce este nevoie de un plan de afaceri?

Înainte ca zidurile halei de fabricație sau oricare alte spații ale firmei tale să fie construite, conceptul firmei se va naște în mintea ta parcurgând câteva etape: idea, viziunea și strategia.

Iată de ce acest plan reprezintă pe de o parte instrumentul intern prin care tu poți conduce și controla, individual, întregul proces de demarare a firmei tale. În egală măsură, planul de afaceri reprezintă și un instrument extern, fiind și un instrument excelent de comunicare cu mediul economic. Acesta „transmite” tuturor celor din jurul tău (clienți, furnizori, parteneri strategici, finanțatori, acționari) că tu știi cu certitudine ce ai de făcut, iar într-o economie de piață funcțională, partenerii tăi de afaceri apreciază acest lucru și te vor percepe ca pe un actor pertinent al mediului economic.

Un PA de succes este un document care conține viziuni noi și descrie potențialul companiei. El reprezintă un set de proiecte. Spre exemplu: un plan poate fi în căutarea fondurilor pentru acoperirea cheltuielilor asociate cu dezvoltarea și marketing-ul unui produs nou sau poate fi utilizat pentru asigurarea unui credit pentru producerea unui echipament. Planul de afaceri, la fel ca și materialele promoționale și de reclamă, ar trebui să aducă avantaje firmei prin modul său de alcătuire - organizare, detalieri și realismul lui. Pentru a atinge aceste scopuri, PA trebuie să conțină următoarele detalii importante:

- să pună în discuție scopurile și planurile companiei pentru perioadele de scurtă și de lungă durată;
- să indice cum aceste scopuri pot fi atinse;
- să demonstreze că realizarea planului va satisface cerințele consumatorilor.

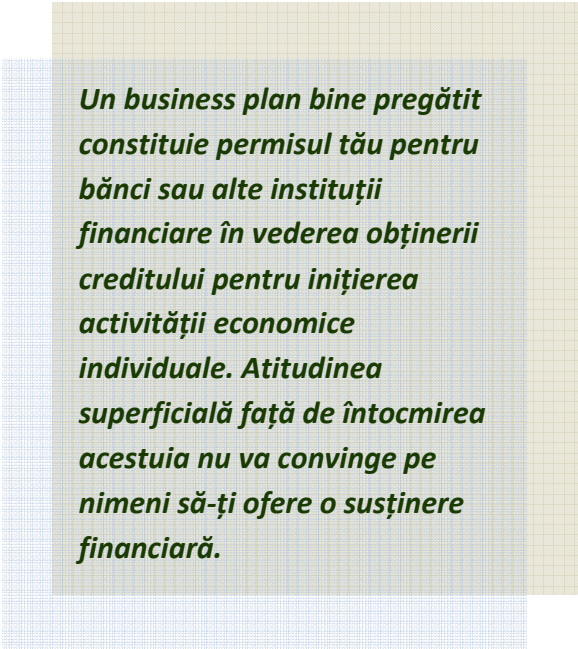
Nu e necesar să inventezi un nou tip de computer sau un nou motor de automobil, care să meargă cu apă în loc de benzină; e suficient să oferi un produs existent, dar mai ieftin, sau mai accesibil, sau diferențiat prin ceva ce să-l facă atractiv pentru o parte din consumatori.

Atunci cînd vorbim despre un plan de afaceri, un lucru poate fi spus cu certitudine: el poate avea mai multe forme, mărimi, și conținut, dar toate au scopuri comune: de a fi implementate în practică.

Toate planurile de afaceri trebuie să conțină aceste elemente expuse într-un mod cît mai clar, concis și, desigur, convingător. Avînd în vedere că toate planurile trebuie să aibă aceste atribute comune, este important să ne pregătim bine înainte de procesul de compunere a planului de afaceri.

Sunt definite cinci etape importante de pregătire pentru elaborarea unui PA:

1. Colectarea informației despre afacere;
2. Colectarea informației despre piață;
3. Colectarea informației despre procesul de producție;
4. Acumularea informației despre personal, precum și informații de ordin financiar-contabil;
5. Analiza situației actuale, oportunitățile și amenințările interioare și exterioare a afacerii.



Un business plan bine pregătit constituie permisul tău pentru bănci sau alte instituții financiare în vederea obținerii creditului pentru inițierea activității economice individuale. Atitudinea superficială față de întocmirea acestuia nu va convinge pe nimeni să-ți ofere o susținere financiară.

Elaborarea planului de afaceri necesită timp, disciplină și multă cercetare. Nu trebuie să percepi crearea unui plan ca o povară sau ca o sarcină prea complicată, inclusiv să gîndești că poți porni o afacere reală fără un PA.

De fapt, în activitatea de antreprenor vei întîlni sarcini mult mai grele decît elaborarea unui plan de afaceri. Acesta, însă, va fi și un instrument de vînzare, de aceea va fi bine să-l cunoști pînă în cele mai mici detalii. Toate secțiunile trebuie să fie indicate clar și ușor de citit.

3.3. Structura Planului de Afaceri

Nu există o structură fixă a planului de afaceri, aceasta poate varia în funcție de cerințele informaționale cărora trebuie să le răspundă planul de afaceri - de exemplu, în funcție de:

- destinatarul final: proprietarii afacerii sau investitorii potențiali;
- vechimea firmei: planul de afaceri pentru o firmă nouă va fi diferit de cel pentru un proiect al unei firme existente;
- specificul activității firmei;
- amploarea proiectului de afaceri.

Însă, un plan de afaceri conține o serie de componente obligatorii:

1. REZUMAT

2. CUPRINS

2.1. DESCRIEREA AFACERII

2.1.1. Descrierea domeniului/sectorului economic

2.1.2. Produsul sau serviciul oferit

2.1.3. Operațiunile

3. PLANUL DE MARKETING

3.1. Piața-țintă

3.2. Concurența

3.3. Distribuția

3.4. Prețul

3.5. Promovarea produsului



4. ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA AFACERII

4.1. Forma juridică de organizare și forma de proprietate

4.2. Structura organizatorică, managerul sau echipa managerială

4.3. Forța de muncă

5. PLANUL DE FINANȚARE

5.1. Bugetul de lansare (pornire) al afacerii

5.2. Bugetul de operare (exploatare)

5.3. Finanțarea afacerii

3.4. Elaborarea Planului de Marketing

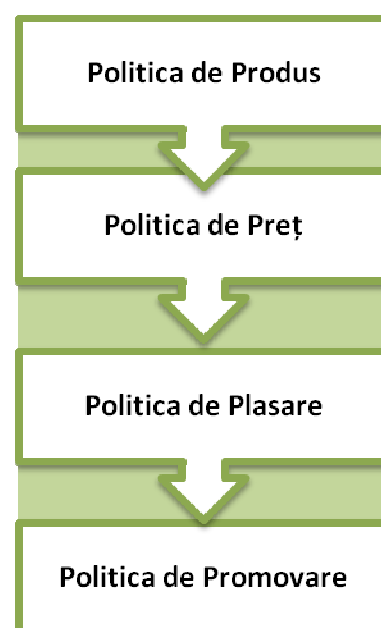
Ce este marketingul? În sens general, marketingul reprezintă **„știința și arta de a convinge clienții să cumpere”**. Renumitul marketolog, Philip Kotler, definea marketingul ca *„un proces social și managerial, prin care indivizii sau grupurile de indivizi obțin ceea ce le este necesar și doresc, prin crearea, oferirea și schimbul de produse și servicii cu o anumită valoare”*. În acest context, marketingul este una din componentele de bază a planului tău de afaceri. Mai mult ca atât, marketingul va fi necesar de aplicat pe tot parcursul dezvoltării afacerii tale. El este unul din principalele instrumente utilizate actualmente de toate companiile care au obținut succes, vânzări mari, profituri mai înalte.

Cinci pași ai unui Plan de Marketing reușit:

1. **Poziționează produsul; (preț potrivit pentru un client potrivit);**
2. **Exploatează-ți potențialul creativ;**
3. **Ascultă părerea clienților;**
4. **Schițează planul;**
5. **Urmărește rezultatele.**

Ținta activităților de marketing sunt consumatorii: satisfacerea necesităților acestora, previzionarea nevoilor: fără clienți nu există vânzări și, deci, nici profit.

Planul de marketing va descrie toate activitățile legate de vânzarea unui anumit produs sau serviciu, inclusiv bugetele alocate. Dacă crezi că nu ai destulă experiență în acest domeniu, apelează la servicii de instruire sau asistență, pentru a beneficia de cunoștințele unui specialist în domeniu, care îți va oferi posibilitatea să-ți îmbunătățești și să alegi cea mai potrivită strategie de dezvoltare pentru afacerea ta. Pentru a elabora un plan de marketing, antreprenorii combină, de regulă, 4 politici principale, numite cei **„patru P”** sau **mixul de marketing**. Acestea sunt redate în figura de alături.



Politica de Produs va include aspecte ale managementului și marketingului de produs, care se ocupă de specificațiile bunului sau produsului și la modul în care reacționează la nevoile și dorințele consumatorului final.

Politica de Preț se referă la procesul de stabilire a prețului pentru un produs, inclusiv reducerile de preț.

Politica de Promovare include reclama, relațiile publice, publicitatea și vânzările personale și se referă la diferite metode de promovare a unui produs, brand sau companie.

Politica de Plasament sau distribuție ține de modul în care produsul ajunge la client; la aspectele aferente distribuției la locul, regiunea geografică sau ramura industrială unde produsul sau serviciul este vândut, de segmentul unde se adresează tinerii, adulții, companiile, femeile, bărbații etc.

Înainte de a evalua aceste elemente, trebuie să definești clar necesitățile pe care dorești să le satisfaci prin intermediul produselor sau serviciilor pe care intenționezi să le oferi, grupul țintă pe care dorești să-l cucerești și obiectivele de marketing.

ÎNCEPE CU STUDIUL DE PIAȚĂ!

➤ pentru conturarea necesităților consumatorilor

Deși procesul ar putea începe cu unele presupuneri pe care le poți face vis-a-vis de existența unor necesități pe piață, totuși, trebuie neapărat să-ți susții idea cu date concrete. Acestea te vor ajuta să afirmi sau să negi informația referitoare la numărul potențialilor clienți ai produsului sau serviciului tău și să găsești răspuns la întrebările ce țin de necesitățile, doleanțele consumatorilor, caracteristicile produselor sau serviciilor solicitate de consumatori și cât sunt dispuși să plătească pentru acestea. De obicei, pentru efectuarea studiilor de acest gen sunt necesare informații care pot fi colectate din mai multe surse (chestionare, sondaje, statistica națională etc.)

Nu uita și de alternative! O idee alternativă te va ajuta să minimizezi riscurile și să găsești operativ o soluție în caz de insucces.

➤ **pentru analiza concurenței pe piață**

Realizarea analizei concurenței pe piață este încă un pas important în procesul de definitivare a strategiei de marketing. Trebuie să-ți cunoști concurenții, să știi la ce să te aștepți de la ei, adică de la cei care produc produse sau prestează servicii identice sau similare. Cu cât mai previzibile sunt acțiunile concurenților, cu atât mai mici sunt riscurile tale.

După ce ai recapitulat informația privind consumatorii și concurenții, inclusiv viabilitatea ideii de afaceri, următorul pas pe care trebuie să-l faci este să definești toate elementele strategiei de marketing începând cu grupul țintă.

➤ **pentru identificarea segmentului de piață**

O piață sau un segment de piață este un grup relativ omogen de clienți potențiali. Afacerea ta poate opta pentru consumatori persoane fizice, fie alte afaceri sau persoane juridice. Indiferent de situație, încearcă să determini consumatorii concreți, care iau decizia de cumpărare în nume propriu sau în numele organizației pentru care lucrează.

Categoriile de consumatori pentru viitoarele tale produse sau servicii pot fi repartizate după următoarele criterii:

Demografic	Geografic	Psihologic
• vârsta; • genul; • venitul; • ocupația; • educația.	• domiciliul; • reședința; • amplasare.	• stilul de viață; • activitățile; • interesele; • opiniile.

Acest proces mai poartă denumirea de **segmentare**. Astfel, tu segmentezi grupul-țintă pentru viitoarea ta ofertă: este acest grup format din clienți finali, revânzători sau, poate chiar, producători ai unui lanț de activitate economică? Abordarea serioasă a acestui detaliu va asigura un viitor de succes afacerii tale, diminuând riscurile și situațiile de incertitudine.

3.5. Elaborarea Planului Operațional

Planul operațional reliefează modul de transpunere în practică a strategiei manageriale construite. Adică, va explica calea pe care o vor parcurge serviciile și bunurile produse de la tine pînă la cumpărător. Scopul principal al planului operațional îl reprezintă descrierea activităților de marketing, vânzări, producție și aprovizionare pentru perioada actuală și viitoare, avînd drept premisă obiectivele strategice și resursele de care dispunem.

- A. Marketing și vânzări.** Planul de marketing și vânzări stabilește clar care sunt scopurile întreprinderii legate de piață și conține o descriere detaliată a activităților de promovare, distribuție, vânzare pe grupe de produse și segmente de consumatori. Un atare plan trebuie să ne ofere informația referitoare la cheltuielile comerciale și eficiența activităților de vânzare, promovare și distribuție.
- B. Producția.** În cazul în care compania se ocupă de activități cu caracter productiv, se stabilește planul de producție, reieșind din volumul de vânzări planificat. Planul conține o descriere detaliată a activităților pentru toate etapele procesului de producție, ținînd cont de specificul tehnologiei și cerințele de calitate. Planul de producție trebuie, de asemenea, să ne ofere informații despre necesarul de capacități și despre costurile adiționale.
- C. Aprovizionarea.** Reieșind din activitatea de producție, orice întreprindere își stabilește necesarul de materii prime, materiale, semifabricate, piese de schimb, instrumente, rechizite de birou. Scopul aprovizionării constă în găsirea acelor furnizori care satisfac cerințele noastre în materie de **cantitate – calitate – preț – termene**. Prin urmare, planul trebuie să vizeze activitățile de achiziții, depozitare, transport etc. În afară de aceasta, el trebuie să cuprindă o informație detaliată referitoare la costurile acestor procese și activități, precum și la eficiența utilizării acestora, în scopul majorării rentabilității.

3.6. Elaborarea Planului Financiar

Pentru ca o afacere să devină și să rămână profitabilă este esențială întocmirea unui plan financiar solid și realist. El se construiește în funcție de scopul general al afacerii și reflectă prioritățile acesteia. Un element important la elaborarea planului este enumerarea tuturor cheltuielilor legate de lansarea afacerii tale, iar structura după care poți elabora bugetul de lansare este prezentată în tabelul de mai jos. Încearcă să incluzi toți banii planificați pentru lansarea afacerii pînă la ziua oficială de deschidere, astfel vei obține o cifră aproape reală a investițiilor necesare la etapa de inițiere.

Tabel: Bugetul de lansare a afacerii

Denumire	Valoare	Sursa de finanțare
1. Cheltuieli de constituire		
2. Taxe		
3. Impozite		
4. Asigurări		
5. Licențe		
6. Terenuri		
7. Clădiri		
8. Mașini și utilaje		
9. Mijloace de transport		
10. Mobilier		
11. Stocuri inițiale de materie primă și materiale		
12. Stocuri inițiale de mărfuri		
13. Salarii brute, inclusiv contribuțiile		
14. Arenda		
15. Amenajări și reparații		
16. Întreținere		
17. Utilități (electricitate, gaz, apă, etc.)		
18. Alte cheltuieli (nenominalizate)		
19. Necesar de numerar (cash)		
FINANȚARE TOTALĂ		

3.7. Evaluarea Riscurilor

“Cu cît un lucru este mai important, cu atît este mai plin de risc”

/Syrus Publilius/

Într-un plan de afaceri este foarte important să prognozezi și să analizezi riscurile pe care le poate implica afacerea ta. Problematika riscurilor poate fi analizată din mai multe puncte de vedere. Iată cîteva dintre acestea:

➤ **Riscurile privind proprietatea:**

- Dezastrele naturale (cutremurele, inundațiile, alunecările de teren, furtunile puternice etc.) afectează, de regulă, mai mulți întreprinzători și au efecte negative majore;
- Incendiile reprezintă situații de risc care se produc frecvent. Protecția presupune: măsuri complexe de prevenire și asigurare;
- Furturile reprezintă, de asemenea, situații de risc, etc.

➤ **Riscurile privind clienții** se referă îndeosebi la vânzările pe încrederea personală sau eliberarea produselor la realizare, în cazul în care clientul refuză din diverse motive să plătească produsul achiziționat. De cele mai multe ori, aceste riscuri pot fi prevenite prin încheierea contractelor unde este stipulată răspunderea fiecărei părți.

➤ **Riscurile privind personalul** se referă la furturi sau la falsuri comise de către propriii angajați ai întreprinzătorului. Cauzele țin atît de lacunele săvîrșite în selectarea corespunzătoare a persoanelor angajate, cît și de mediul intern al organizației (relațiile dintre angajați și angajator, politica salarială și așteptările angajaților, sistemul de control intern și procedurile prevăzute în cazul depistării unor situații negative).

Implementarea unei inovații presupune, la fel, un grad ridicat de risc, deoarece există probabilitatea ca noul produs să nu fie cerut pe piață ca urmare unor greșeli tehnice, constructive sau organizatorice, iar întreprinderea să suporte cheltuieli și pierderi.

Riscul reprezintă o incertitudine condiționată de probabilitatea apariției pe parcursul realizării proiectului a unor evenimente nefavorabile.

Este important ca în compartimentul „Evaluarea riscurilor” al planului de afaceri să fie identificate cauzele apariției potențialelor riscuri și să fie elaborate măsuri de preîntâmpinare și diminuare a acestora. Identificând riscurile, atât întreprinzătorul, cât și investitorul potențial, au posibilitatea din start să analizeze posibilele probleme ce pot apărea, și, ce-i mult mai important, să găsească soluții de depășire. Astfel, pentru a reduce riscul, întreprinzătorul poate întreprinde următoarele măsuri organizatorice ca:

Asigurarea - prin transmiterea unor riscuri companiei de asigurări, astfel investitorul obține asigurarea că în cazul apariției unor pierderi acestea vor fi recuperate total (parțial) de către societatea de asigurări;

Limitarea - în cazul dat se stabilește o limită, care nu poate fi depășită. De exemplu: limitarea volumului cheltuielilor sau a cotei produselor ce pot fi comercializate în credit;

Diversificare - repartizarea resurselor pentru diverse proiecte, care nu au o legătură unul cu altul. Astfel, dacă pe un proiect sunt suportate pierderi, există probabilitatea că al doilea va aduce venit.

Un model de analiză a riscurilor este prezentat în tabelul de mai jos. În caz că întreprinderea dispune de polițe de asigurare, faptul dat se menționează în planul de afaceri, iar în Anexă se prezintă copia acestui document.

Tipul riscului	Măsurile de prevenire / reducere a riscului
Riscul copierii noului produs de către concurenți	Obținerea brevetului de invenție
Riscul neîndeplinirii obligațiilor contractuale de către furnizori	Includerea în contract a penalizărilor pentru fiecare obligație încălcată în mod separat
Riscul de neachitare la timp a plăților pentru producția livrată	Utilizarea modalităților de achitare în avans total sau parțial
Riscul legat de accidente de muncă	Asigurarea angajaților
Riscuri legate de acțiunile concurenților	Studierea continuă a concurenților și prevederea acțiunilor acestora

Pragul de rentabilitate - metoda analizei cantitative a riscului

Pragul de rentabilitate reprezintă acel volum de vânzări, la care veniturile, consumurile și cheltuielile perioadei sunt egale, iar întreprinderea nu obține nici profit, nici pierderi.

Inițial pentru calcularea pragului de rentabilitate consumurile și cheltuielile întreprinderii se divizează în două categorii: fixe și variabile.

Consumurile și cheltuielile fixe (C_{fix}) nu se modifică odată cu modificarea volumului de producție sau volumului vânzărilor. Exemplu: amortizarea clădirilor și echipamentului, plata pentru arendă sau leasing, dobânda bancară, cheltuielile generale gospodărești etc.

Consumurile și cheltuieli variabile (C_{var}) - se modifică odată cu mărirea sau micșorarea volumului de producție sau cel al vânzărilor. Exemplu: consumuri de materii prime și materiale, energie electrică și combustibil, în scopuri tehnologice, salariul muncitorilor de bază etc.

Pragul de rentabilitate poate fi determinat prin metoda analitică, cât și prin metoda grafică. Formula de calcul al pragului este următoarea:

$$N = \frac{C_{fix}}{(P_u - C_{var})}$$

N – numărul de unități pentru atingerea pragului de rentabilitate;

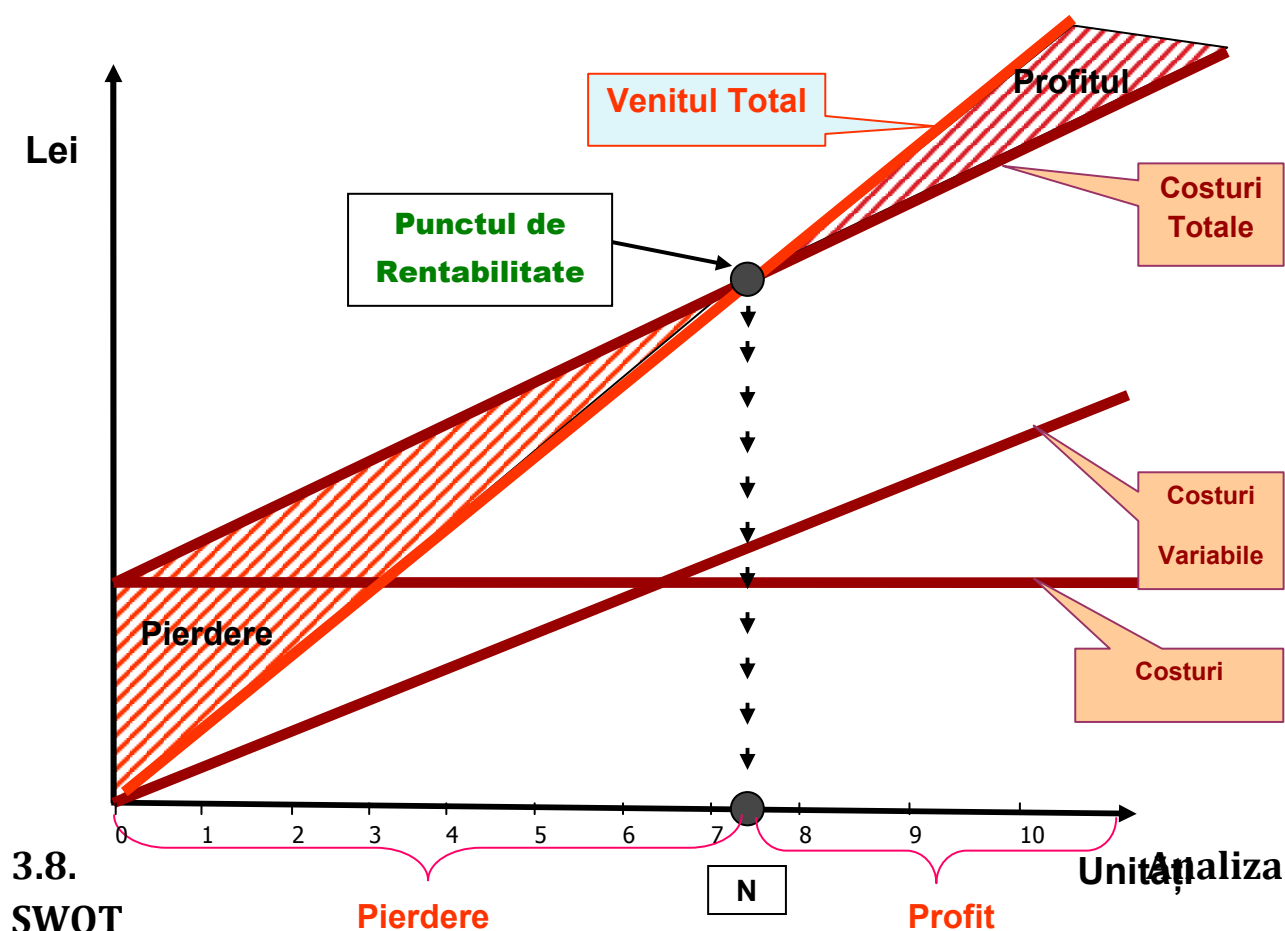
P_u – prețul pentru o unitate de produs;

C_{fix} – costuri și cheltuieli fixe pe o anumită perioadă;

C_{var} – costuri și cheltuieli variabile la o unitate de producție.

Metoda reprezentării grafice a pragului de rentabilitate permite determinarea volumului de vânzări la care veniturile sunt egale cu consumurile și cheltuielile întreprinderii, iar profitul este zero. Astfel, pe axa absciselor se reflectă volumul vânzărilor în unități naturale, iar pe axa ordonatelor – consumurile și cheltuielile fixe, variabile și totale, precum și veniturile (lei).

Punctul unde s-au intersectat veniturile cu costurile totale reprezintă pragul de rentabilitate. Avantajul aplicării metodei respective constă în accesibilitatea perceperii, iar datorită utilizării opțiunilor „Excel”, construirea acestuia se realizează fără mari dificultăți, chiar și în cazul modificării prețurilor, consumurilor și cheltuielilor.



Analiza SWOT este instrumentul de referință pentru a derula un proiect, fie el punctual (o investiție) sau strategic (o afacere). Rezultatul unei analize SWOT este întotdeauna o decizie anume, necesară pentru atingerea unui obiectiv stabilit, care este întotdeauna eficientă, dacă analiza s-a făcut corect.

Primul pas, înainte de efectuarea unei analize SWOT, constă în stabilirea unui stadiu dorit al unei situații, sau a unui obiectiv clar care, odată definit, este urmat de identificarea și clasificarea elementelor SWOT în 4 grupe principale:

SWO T	Denumire	Descriere	Exemple
S	Strengths Calități sau Puncte forte	Sunt acele attribute care ajută la atingerea obiectivului	resurse financiare, umane, logistice, infrastructură, politica managerială, costuri, asigurarea calității, calitatea serviciilor, capacitate de producție
W	Weaknesses Slăbiciuni	Atribute ce împiedică atingerea obiectivului	
O	Opportunities Oportunități	Condiții care ajută la atingerea obiectivului	condiții economice, schimbări în legislație, situația pieței, mișcările competitorilor pe piață
T	Threats Amenințări	Condiții ce împiedică atingerea obiectivului	

Corecta identificare a acestor attribute și condiționări este esențială pentru o analiză SWOT reușită. Identificarea parametrilor SWOT se poate realiza eficient prin răspunsuri la patru întrebări fundamentale:

- I. Cum pot utiliza la maximum fiecare Calitate?
- II. Cum pot anihila fiecare Slăbiciune?
- III. Cum pot exploata fiecare Oportunitate?
- IV. Cum mă pot apăra împotriva fiecărei Amenințări?

Cîteva erori de evitat:

1. O analiză SWOT nu poate exista "în principiu", ea trebuie să corespundă unui stadiu dorit, cu rezultate potențiale cert măsurabile.
2. Oportunitățile (externe firmei) sunt deseori confundate cu Calitățile/puncte forte (care sunt interne firmei). Identificați-le ca atare și păstrați-le separate.
3. Se confundă elementele analizei SWOT cu strategiile posibile de urmat. Oportunitățile pot fi judecate mai mult drept condiții favorabile, potențiale, în nici un caz ele nu se pot constitui în direcții strategice de acțiune.

3.9. Lista de verificare a Planului de Afaceri

Mai jos este prezentată o listă de verificare a conținutului planului de afaceri. Poți folosi această listă de verificare ca un ghid, pentru a te asigura că ai inclus majoritatea datelor necesare în planul de afaceri, pentru ca acesta să fie suficient de explicit și detaliat:

- ☐ **Sumarul executiv;**
- ☐ **Profilul afacerii (introducere);**
- ☐ **Analiza pieței și a sectorului de activitate (identificarea oportunităților);**
- ☐ **Identificarea produsului/serviciului;**
- ☐ **Identificarea pieței ținte;**
- ☐ **Cercetarea de marketing;**
- ☐ **Analiza concurențială;**
- ☐ **Strategia de marketing (tactici și instrumente);**
- ☐ **Strategia de promovare;**
- ☐ **Strategia de stabilire a prețurilor;**
- ☐ **Strategia de distribuție sau amplasare;**
- ☐ **Planul operațional (cerințe privind resursele);**
- ☐ **Furnizorii;**
- ☐ **Planurile de producere/cerințele operaționale;**
- ☐ **Reglementările operaționale;**
- ☐ **Resursele umane;**
- ☐ **Informațiile financiare;**
- ☐ **Costurile de lansare;**
- ☐ **Bilanțul contabil;**
- ☐ **Prognoza fluxului de numerar;**
- ☐ **Analiza riscurilor;**
- ☐ **Planurile pe viitor;**
- ☐ **Anexele.**

Pentru a exemplifica practic recomandările indicate în acest capitol, adițional listei de mai sus îți propunem structura detaliată a unui Plan de Afaceri în Anexa 5 și un model de Plan de Afaceri în Anexa 6.

CAPITOLUL IV: Contabilitatea și Impozitarea

4.1. Sistemul de evidență contabilă

Evidența contabilă reflectă operațiunile de ordin economico-financiar ce au loc într-o întreprindere, pe parcursul unei perioade determinate de timp, operațiuni care sunt consemnate într-o anumită ordine și conform unor reguli, stipulate de legislație.



Principalul document care reglementează activitatea contabilă este Legea Contabilității, Nr. 113 din 27 aprilie 2007, publicată în Monitorul Oficial nr.90-93, art.399 din 29 iunie 2007.

Contabilitatea se ține conform următoarelor principii de bază: ***continuitatea activității; contabilitatea de angajamente; permanența metodelor; separarea patrimoniului și datoriilor; necompensarea; și consecvența prezentării.*** Informația din rapoartele financiare trebuie să corespundă următoarelor caracteristici calitative:

Claritatea – relevanța – credibilitatea - comparabilitatea

Ce sunt standardele naționale de contabilitate (SNC)?

Standardele Naționale de Contabilitate sunt standarde și interpretări bazate pe directivele Uniunii Europene, elaborate și aprobate de Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova, care stabilesc reguli generale, obligatorii privind ținerea contabilității și raportarea financiară.

Conform legii, contabilitatea se ține în limba de stat și în monedă națională, iar contabilitatea faptelor economice efectuate în valută se ține atât în monedă națională, cât și în valută.

În funcție de forma juridică a întreprinderii, responsabilitatea pentru ținerea evidenței contabile se repartizează după cum urmează:

Tipuri de întreprinderi	Factorul de răspundere
Întreprinzători individuali	Proprietarul
Întreprinderea ai cărei proprietari au răspundere nelimitată	Partenerii
S.R.L.	Organul executiv

Evidența contabilă a apărut din necesitatea estimării cantitative a resurselor. Pentru obținerea și prezentarea informației despre starea patrimoniului și a rezultatelor financiare ale întreprinderii, evidența contabilă se bazează pe principii speciale, care sunt utilizate în toate țările cu economie de piață.

Informația din rapoartele financiare trebuie să corespundă următoarelor caracteristici calitative: să fie simplă, veridică, clară, obiectivă, completă și utilă. Conținutul, de asemenea, trebuie să fie prioritar față de formă.

Patrimoniul întreprinderii cuprinde totalitatea bunurilor, care aparțin întreprinderii și au fost procurate din surse proprii sau străine. Sursele proprii reprezintă drepturile întreprinderii, iar sursele străine sunt datoriile care trebuie să fie rambursate.

În baza celor expuse, putem oferi următorul echilibru al evidenței contabile:

Patrimoniul = Drepturi + Datorii

Patrimoniul este numit activ, iar drepturile și datoriile – pasiv. Așadar, deducem că elementele principale ale evidenței contabile sunt patrimoniul, drepturile și datoriile fiecărui antreprenor. Dar evidența contabilă nu se limitează doar la studierea bunurilor firmei, surselor de procurare. Utilizarea patrimoniului în activitatea sa duce la apariția cheltuielilor și veniturilor, care, la rândul lor, conduc la diminuarea sau creșterea patrimoniului.

Cheltuielile sunt mijloacele folosite de întreprindere pentru asigurarea activității sale. **Veniturile** sunt avantajele economice obținute de întreprindere în rezultatul activității sale. Diferența dintre venituri și cheltuieli este rezultatul financiar. Rezultatul financiar poate fi pozitiv (profit) sau negativ (pierdere).

Sisteme de evidență contabilă în Republica Moldova

În Moldova sunt utilizate câteva sisteme de ținere a evidenței contabile, iar decizia de aplicare a uneia sau alteia îi aparține fiecărui antreprenor în funcție de preferințele și specificul activității antreprenoriale.

- A. Sistem în partidă simplă;
- B. Sistem simplificat în partidă dublă;
- C. Sistem complet în partidă dublă.

A. Sistemul în partidă simplă:

Au dreptul să țină contabilitatea în partidă simplă, fără prezentarea rapoartelor financiare, întreprinderile care nu depășesc limitele a 2 din următoarele 3 criterii: venitul din vânzări – cel mult 3 mln lei; activele pe termen lung – cel mult 1 mln lei; numărul mediu de salariați – cel mult 9.

B. Sistemul simplificat în partidă dublă:

Au dreptul să țină contabilitatea simplificată în partidă dublă, cu prezentarea rapoartelor financiare simplificate, întreprinderile care nu depășesc limitele a 2 din 3 criterii: venitul din vânzări – cel mult 15 mln lei; totalul bilanțului contabil – cel mult 6 mln lei; numărul mediu de salariați – cel mult 49.

C. Sistemul complet în partidă dublă:

Contabilitatea completă în partidă dublă, cu prezentarea rapoartelor financiare complete, o țin întreprinderile care nu corespund criteriilor menționate mai sus și, indiferent de criteriile specificate, este obligatorie:

- Instituțiilor publice și de interes public;
- Întreprinderilor importatoare de mărfuri supuse accizelor;
- Instituțiilor financiare, caselor de schimb valutar, lombardurilor;
- Întreprinderilor din domeniul jocurilor de noroc și altele.

Pentru antreprenorii începători va fi mai comodă aplicarea contabilității în partidă simplă.

4.2. Impozite, taxe și alte plăți obligatorii

Impozitele și taxele fac parte din categoria de plăți obligatorii, pe care orice agent economic trebuie să le efectueze în conformitate cu legislația. Acestora li se alătură contribuțiile de asigurări sociale și primele medicale.

Tipurile de impozite și taxe generale de stat sunt următoarele:

Impozit pe venit: Conform Codului Fiscal (anul 2012), suma totală a impozitului pe venit se determină:

- a) pentru persoane fizice și întreprinzători individuali, în mărime de:
 - 7 % din venitul anual impozabil ce nu depășește suma de 25200 lei;
 - 18% din venitul anual impozabil ce depășește suma de 25200 lei;
- b) pentru persoanele juridice (întreprinderi mici și mijlocii) – 3% din venitul activității operaționale;
- c) pentru persoanele juridice (cu excepția întreprinderilor mici și mijlocii) – 12% din venitul impozabil;
- d) pentru gospodăriile țărănești (de fermier) – în mărime de 7% din venitul impozabil, obținut din activitatea antreprenorială;
- e) pentru agenții economici al căror venit a fost estimat în conformitate cu art. 2251 din Codul Fiscal – în mărime de 15% din depășirea venitului estimat față de venitul brut înregistrat în evidența contabilă.

Taxa pe valoarea adăugată (T.V.A.) este un impozit indirect. Conform Codului Fiscal (anul 2010) se stabilesc următoarele cote ale T.V.A.:

- a) **cota-standard** - în mărime de 20% din valoarea livrărilor impozabile efectuate în Republica Moldova și la import, cu excepția livrărilor impozabile la cote reduse;
- b) **cotă redusă** în mărime de 8% din valoarea livrărilor impozabile pentru:
 - pâine și produsele de panificație de primă necesitate, livrate pe teritoriul țării,

- lapte și produsele lactate de primă necesitate, livrate pe teritoriul țării,
 - medicamente livrate pe teritoriul țării și importate,
 - zahăr din sfeclă de zahăr, livrat pe teritoriul țării și importat,
 - la producția de fitotehnie și horticultură, în formă naturală, și producția de zootehnie în forma naturală, masă vie sau sacrificată, produsă și livrată pe teritoriul țării
- c) **cotă redusă** în mărime de 6% din valoarea livrărilor impozabile efectuate în Republica Moldova și la import pentru:
- gazele naturale și gazele lichefiate.
- d) **cota zero** – la mărfurile și serviciile livrate în conformitate cu art. 104 al Codului fiscal:
- mărfurile și serviciile pentru export;
 - toate tipurile de transporturi internaționale de mărfuri și pasageri;
 - energia electrică și termică, apa caldă livrată populației;
 - importul și livrările pe teritoriul țării a mărfurilor și serviciilor destinate folosinței oficiale a misiunilor diplomatice;
 - importul și livrările pe teritoriul țării a mărfurilor și serviciilor pentru organizațiile internaționale, în limitele acordurilor la care Republica Moldova este parte;
 - mărfurile și serviciile livrate către agenții economici înregistrați în zonele economice libere;
 - serviciile prestate de întreprinderile industriei ușoare pe teritoriul RM, în cadrul contractelor de prelucrare în regimul vamal de perfecționare activă;
 - mărfurile livrate în magazinele duty-free

Accizul e un impozit general de stat stabilit pentru unele mărfuri de consum.

Plătitorii de accize sunt persoanele fizice și juridice care prelucrează, fabrică și/sau importă mărfuri supuse accizelor, precum și subiecții care desfășoară activitatea în domeniul jocurilor de noroc.

Aceștia sunt obligați să țină registrul de evidență a mărfurilor și să primească certificat de acciz pînă la începerea activității în cauză.

Cotele accizelor se stabilesc în baza art. 122 al Codului Fiscal: în sumă absolută la unitatea de măsură a mărfii sau ad valorem în procente de la valoarea mărfurilor, fără a ține cont de accize și T.V.A., sau de la valoarea în vamă a mărfurilor importate, luînd în considerare impozitele și taxele ce urmează a fi achitate la momentul importului, fără a ține cont de accize și T.V.A.

Taxa vamală este o plată obligatorie, percepută de autoritatea vamală la introducerea sau scoaterea mărfurilor de pe teritoriul vamal al Moldovei.

În tariful vamal se aplică următoarele tipuri de taxe vamale:

- ad valorem, calculată în procente față de valoarea în vamă;
- specifică, calculată în baza tarifului stabilit la o unitate de marfă;
- combinată.

Taxele rutiere sunt reglementate de Codul Fiscal, Titlul IX. Subiecții impunerii achită taxele rutiere la conturile trezorăriaie ale bugetului de stat.

Impozite și taxe locale: Taxa locală este o plată obligatorie aplicată de către autoritățile publice locale și efectuată la bugetul unității administrativ-teritoriale. Subiecți ai impunerii sunt pentru:

- taxa de organizare a licitațiilor și loteriilor pe teritoriul UTA;
- taxa pentru unitățile de prestări servicii de deservire socială;
- taxa de plasare (amplasare) a publicității (reclamei);
- taxa pentru prestarea serviciilor de transport auto de călători pe teritoriul municipiilor, orașelor și satelor (comunelor);
- taxa de aplicare a simbolicii locale;
- taxa de piață;
- taxa pentru amenajarea teritoriului;
- taxa pentru cazare;
- taxa balneară;
- taxa pentru parcare;
- taxa de la posesorii de cîini;
- taxa pentru amenajarea localităților din zona de frontieră care au birouri (posturi) vamale de trecere a frontierei vamale.



De asemenea, impozite locale sunt considerate și alte 2 categorii de impozite: *impozitele pe bunuri imobiliare și taxele pentru resursele naturale*. Impozitul pe bunurile imobiliare reprezintă o plată obligatorie la buget de la valoarea bunurilor imobiliare. Iar taxele pentru resurse naturale includ:

- taxa pentru apă;
- taxa pentru efectuarea prospecțiunilor geologice;
- taxa pentru efectuarea explorărilor geologice;
- taxa pentru extragerea mineralelor utile;
- taxa pentru folosirea spațiilor subterane în scopul construcției obiectivelor subterane;
- taxa pentru exploatarea construcțiilor subterane în scopul desfășurării activității de întreprinzător;
- taxa pentru lemnul eliberat pe picior.



Contribuții pentru asigurările sociale și primele de asigurare obligatorie medicală (anul 2012)

Plătitorii contribuțiilor pentru asigurările sociale și primelor de asigurare obligatorie medicală sunt următorii subiecți: persoanele angajate în baza contractului individual de muncă, întreprinderile și organizațiile, proprietarii de terenuri agricole, fondatorii de întreprinderi individuale, titularii patentelor de întreprinzător.

Tarifele contribuțiilor pentru asigurările sociale sunt următoarele:

- 6 % din salariu și alte recompense achitate individual;
- 23% la fondul de retribuire a muncii, achitate de angajator;
- 22% - pentru sfera agricolă (16% - angajator, 6% - bugetul de stat).

Tarifele pentru primele de asigurare obligatorie medicală sunt următoarele:

- 3,5% + 3,5% din salariu și alte recompense achitate individual de angajați și, respectiv, angajator.

CAPITOLUL V: Atragerea Resurselor Financiare

5.1. Accesarea unui credit bancar

Banii sunt un mijloc de schimb. Funcția de bază a banilor este suplinirea și stimularea activității economice. Orice idee de desfășurare a unei activități rămîne a fi doar o temă de discuție la o ceașcă de cafea, dacă nu are un suport financiar. În acest sens, banii împrumutați pot fi utilizați pentru:

1. Finanțarea completă a unui proiect de inițiere a unei afaceri noi;
2. Finanțarea parțială a unui proiect de inițiere a unei afaceri noi. Cealaltă parte din investiție o suportă inițiatorul afacerii;
3. Finanțarea proiectelor de extindere a activității economice.

Creditele diferă în funcție de sursa care le furnizează pe piață. Cadrul legal al Republicii Moldova reglementează complex sursele de creditare:

1. instituțiile financiare bancare;
2. instituțiile financiare nebankare;
3. statul.

*„Utilitatea banilor
derivă din prioritățile pe
care ți le oferă atunci
cînd dispui de ei și dacă
dorești să cunoști cu
adevărat prețul banilor,
fă un împrumut”*

Benjamin Franklin

Băncile sunt instituțiile financiare care au la bază scopul atragerii mijloacelor bănești de la persoane fizice sau juridice sub formă de depozite și alte titluri de valoare ca pe viitor aceste mijloace bănești total sau parțial să fie acordate sub formă de credite pe propriul cont și risc.

Tipuri de credite acordate de instituțiile bancare și nebankare:

- Credite acordate reieșind din principiul instituțional al debitorului:
 - persoană fizică;
 - persoană juridică;
- Credite acordate reieșind din durata creditului:
 - ✓ pe termen scurt pînă la un an;

- ✓ termen mediu mai mult de 1 an și mai puțin sau egal cu 5 ani;
- ✓ pe termen lung mai mult de 5 ani;

- Credite acordate reieșind din tipul de valută:

- ✓ în lei moldovenești destinate utilizării în RM sau, după convertire, folosite pentru executarea operațiilor de import;
- ✓ în valută străină destinate pentru executarea numai a operațiilor de import;

- Credite acordate reieșind din modul de acordare:

- ✓ în numerar, suma creditului în lei, eliberată debitorului de la ghișeul băncii;
- ✓ fără numerar, suma creditului în lei sau în valută, transferată în contul curent al debitorului, deschis în bancă sau transferată direct în contul curent al partenerului de afaceri a debitorului.

În ambele cazuri suma creditului acordat se înregistrează în contul de credit al debitorului, deschis la creditor-bancă, sau în fișa de evidență a împrumutului, perfectată de împrumutător.

- Credite acordate reieșind din modul de asigurare a creditului:

- ✓ **Gajul** este o garanție solicitată la acordarea creditelor, care este preluată de creditor în cazul neachitării creditului și a dobânzii de către debitor.
- ✓ **Fidejusiunea** este un contract în scris, prin care o parte se obligă față de cealaltă parte să execute integral sau parțial, gratuit sau oneros obligația debitorului.
- ✓ **Garanția (bancară)** este un angajament scris, asumat de o bancă sau altă instituție financiară, de a plăti creditorului o sumă de bani, în baza cererii scrise a beneficiarului.
- ✓ **Polița de asigurare** este un certificat perfectat de societatea de asigurare, în care se indică că aceasta se obligă să plătească creditorului prima de asigurare în contul creditului și după caz, la producerea riscului, asigurat de debitor.

Dobânda aferentă creditului:

Din punctul de vedere al creditorului, rata dobânzii aferentă creditului reflectă riscul legat de acordarea lui. Solicitantului de credit, înainte de perfectarea cererii de credit pentru a o prezenta creditorului, trebuie să cunoască următoarele aspecte privind accesarea acestuia:



1. Rata dobânzii, se negociază de părți și poate fi:

- ✓ *fixă* se stabilește inițial de comun acord, se include în contractul de credit și pe parcursul vieții creditului rămâne neschimbată. Debitorul riscă să plătească o dobândă mai mare la o eventuală micșorare a ratei dobânzii aferentă creditelor acordate;
- ✓ *flotantă* se stabilește inițial de comun acord, se include în contractul de credit, iar pe parcursul vieții creditului se modifică de către creditor în dependență de situația pieței. Dacă debitorul nu este de acord cu rata nouă a dobânzii stabilită de creditor, el este obligat pe parcursul unui număr de zile, indicat în contractul de credit, să ramburseze anticipat creditul și toate datoriile aferente lui, calculate la data rambursării;
- ✓ *zilnică, săptămînală, lunară, anuală* prezintă raportul procentual față de suma creditului, utilizat de debitor într-o anumite perioadă de timp;
- ✓ *unică* - dobânda se calculează de la suma creditului indicată în contractul de credit pentru tot termenul creditului, cu o rată periodică a dobânzii, indiferent de schema întoarcerii creditului;
- ✓ *efectivă* este o rată anuală, care se calculează în baza dobânzii și a tuturor comisioanelor aferente creditului, efectuate de debitor;
- ✓ *efectivă real* este rata efectivă a dobânzii, minus rata inflației. Rata efectivă reală a dobânzii negativă indică diminuarea ratei dobânzii sub nivelul ratei inflației.

2. Durata utilizării (zile) creditului reprezintă intervalul timp, în care debitorul a utilizat o sumă a creditului și este obligat să plătească dobândă pentru acest serviciu plus comisioanele conform contractului de credit.

- 3. Mărimea** dobânzii se calculează zilnic sau lunar, în funcție de sistemul informațional intern al creditorului, cât și în ziua rambursării complete a creditului.

Comisioane aferente activității de creditare:

În funcție de serviciile oferite clienților săi, creditorii încasează de la ei anumite comisioane. Vom enumera în cele ce urmează unele caracteristici de bază ale comisiunelor, aferente activității de creditare:

- ✓ se stabilesc în procente de la valoarea operațiunilor efectuate, sau în sume fixe pentru anumite categorii de servicii;
- ✓ se încasează în baza unui acord (inclusiv contractul de credit), semnat de părți, sau în baza unui document de plată, perfectat de debitor, în care se indică motivația comisionului;
- ✓ calculul comisiunelor; comisioanele aferente activității de creditare: acordarea creditului; perfectarea contractului de credit și a acordurilor adiționale de modificare a lui; perfectarea contractelor de garantare a creditelor și a acordurilor adiționale de modificare a lor etc.
- ✓ în afară de dobândă, părțile pot conveni asupra unui comision pentru serviciile prestate în legătură cu utilizarea creditului.

Penalități aferente activității de creditare

Penalitățile se stipulează în contractele de credit și de garanție, de comun acord de părți, și se utilizează pentru prevenirea și garantarea apariției următoarelor situații:

- ✓ nerambursarea creditului în termenii stabiliți;
- ✓ neachitarea dobânzii în termenii stabiliți în contractul de credit;
- ✓ utilizarea creditului în alte scopuri decât cel indicat în contract;
- ✓ deținerea obiectului gajului în condiții neadecvate.

5.2. Garantarea creditelor



să

Fondul de Stat de Garantare a Creditelor (FGC), administrat de ODIMM, are drept scop facilitarea accesului la finanțare a întreprinderilor care doresc inițieze sau dezvolte propria afacere, să creeze noi locuri de muncă, să promoveze inovațiile.

Garanția ODIMM este un produs financiar, destinat întreprinderilor mici, care au capacitate de a rambursa creditul solicitat de la bancă, dar nu dețin suficient gaj. Astfel, ODIMM asigură parțial angajamentele agentului economic față de instituția financiară parteneră.

Produsele de garantare ale ODIMM:

1. Pentru întreprinderile active:

- Garanția reprezintă pînă la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 700 mii lei;
- Perioada de garantare este de pînă la 5 ani;
- Comisionul - 2% anual de la suma garanției acordate.

2. Pentru întreprinderile nou-create:

- Garanția reprezintă pînă la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 300 mii lei;
- Perioada de garantare este de pînă la 5 ani;
- Comisionul – 1,5% anual de la suma garanției acordate.

3. Pentru tinerii antreprenori:

- Garanția reprezintă pînă la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 150 mii lei;
- Perioada de garantare este de pînă la 5 ani;
- Comisionul – 1,5% anual de la suma garanției acordate.

4. Pentru lucrătorii migranți:

- Garanția reprezintă pînă la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 200 mii lei;
- Perioada de garantare este de pînă la 5 ani;
- Comisionul – 1,5% anual de la suma garanției acordate.

Grup-țintă:

a) Întreprinderile MICRO

Întreprinderi a căror volum anual al vânzărilor este pînă la 3 milioane lei, numărul salariaților este de pînă la 9 persoane, iar valoarea de bilanț a activelor reprezintă o valoare de pînă la 3 milioane lei.

b) Întreprinderile MICI

Întreprinderi a căror volum anual al vânzărilor este pînă la 25 milioane lei, numărul salariaților este de pînă la 49 persoane, iar valoarea de bilanț a activelor reprezintă o valoare de pînă la 25 milioane lei.

Băncile partenere:

- BC „Moldova Agroindbank” S.A.
- BC „FinComBank” S.A.
- „Banca de Economii” S.A.
- B.C. "UNIBANK" S.A.
- Banca Comercială Română Chișinău S.A.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, m. Chișinău

Telefon: (0 22) 22 50 79 / fax: (0 22) 29 57 97

E-mail: garantare@odimm.md, office@odimm.md

Pagini web: www.fgc.odimm.md, www.odimm.md, www.businessportal.md

5.2. Proiecte pentru IMM

PARE 1+1: Programul de Atragere a Remitențelor în Economie

Obiective: Mobilizarea resurselor umane și financiare ale lucrătorilor emigranți moldoveni în dezvoltarea economică durabilă a Republicii Moldova prin stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii de către lucrătorii migranți și beneficiarii de remitențe. Programul activează în baza regulii „1+1”, astfel fiecare leu investit din remitențe va fi suplinit cu un leu în forma de grant din cadrul Programului-pilot.



Grup țintă: Lucrători emigranți și beneficiari de remitențe – rude de gradul I.

Activitățile principale: Programul prevede următoarele activități:

- Organizarea cursurilor de instruire antreprenoriale și acordarea asistenței gratuite la inițierea afacerii, inclusiv distribuirea gratuită a materialelor informative și de suport;
- Finanțarea afacerilor viabile prin acordarea granturilor în proporții de 50% din valoarea investiției, dar nu mai mult de 200 mii lei.
- Efectuarea monitorizării post-finanțare.

Contacte: ODIMM

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău

Telefon: (0 22) 22 57 99 / fax: (0 22) 29 57 97

e-mail: office@odimm.md

Persoana de contact: Viorica Cerbușca

web: www.odimm.md, www.businessportal.md

PNAET: Programul National de Abilitare Economică a Tinerilor

Obiective: Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor bazate pe cunoașterea și gestionarea optimă a resurselor și facilitarea accesului acestora la resurse financiare necesare inițierii și dezvoltării afacerii proprii.

Grup țintă: Programul este destinat persoanelor tinere cu vârsta cuprinsă între 18-30 de ani, care doresc: să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale, să lanseze o afacere proprie în zonele rurale și/sau să-și extindă propria afacere în zonele rurale, creînd noi locuri de muncă.

Activitățile principale: Componentele de implementare: (1) Instruire și consultanță antreprenorială (implementator ODIMM), (2) Obținerea creditelor preferențiale de pînă la 300.000 lei (perioada de rambursare maxim 5 ani) cu o porțiune de grant nerambursabil (40%) (implementator - Directoratul Liniei de Credit (DLC), (3) Monitorizarea post-finanțare (DLC).

Contacte: ODIMM

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău

Telefon: (0 22) 22 57 99 / fax: (0 22) 29 57 97

e-mail: office@odimm.md

Persoana de contact: Ana Sochircă

web: www.odimm.md, www.businessportal.md

GEA: Programul „Gestiunea Eficientă a Afacerii”



Obiectiv: Sporirea calificării în domeniul antreprenorial pentru asigurarea gestionării eficiente a afacerii proprii.

Grup țintă: Viitori antreprenori și antreprenori activi care practică activități economice sub orice formă de organizare juridică.

Activitățile principale: Organizarea cursurilor gratuite pe 8 module de instruire la alegere: managementul financiar; managementul resurselor umane și legislația muncii; înregistrarea în calitate de plătitor a TVA și aplicarea legislației în domeniu; contabilitatea pe domenii de aplicare; marketing; marketing internațional; planificarea afacerii; activitatea economică externă și relațiile vamale.



Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 311, Chișinău

Telefon: (0 22) 22 57 99 / fax: (0 22) 29 57 97

E-mail: office@odimm.md, Persoana de contact: Cornelia Zelinschi

Pagina web: www.odimm.md, www.businessportal.md

FGC: Fondul Special de Garantare a Creditelor



Obiectiv: Facilitarea accesului întreprinderilor micro și mici la resursele financiare.

Grupul țintă: Întreprinderile micro și mici ce activează pe întreg teritoriu al Republicii Moldova.

Activitățile

principale: Acordarea garanției la credit agenților economici care nu dispune de suficient gaj.

- Pentru întreprinderile active, garanția reprezintă până la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 700 mii lei, pe o perioadă de până la 5 ani.
- Pentru întreprinderile nou-create, garanția poate reprezenta maxim 70% din suma creditului, dar nu mai mult de 300 mii lei. Perioada de garantare este de până la 3 ani.
- Iar beneficiarii Programului de Atragere a Remitențelor în Economie – „PARE 1+1”, garanția reprezintă până la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 200 mii lei.
- Pentru beneficiarii Programului Național de Abilitare Economică a Tinerilor (PNAET), garanția reprezintă până la 50% din mărimea creditului, dar nu mai mult de 150 mii lei

Contacte :

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău

Telefon: 22 50 79 / fax: 29 57 97

E-mail: garantare@odimm.md, Persoana de contact: Tatiana Chiriac

Pagina web: www.odimm.md și www.fgc.odimm.md

Proiectul „Black Sea Network of Regional Development – BlasNET”

Obiectiv: Sporirea dezvoltării economice sustenabile în țările partenere ale proiectului, îmbunătățirea competitivității IMM și performanțelor acestora pe piața internațională prin creșterea potențialului acestora și a relațiilor internaționale prin crearea rețelei de cooperare între ei.

Grupul țintă: IMM-urile din sfera marină, turism și ICT, și organizațiile de suport în afaceri din RM, Bulgaria, Grecia, România și Ucraina

Activitățile principale: Proiectul BlasNET prevede următoarele activități:

(1). Analiza comună a sectorului IMM și a Prestatorilor de Servicii în Afaceri în fiecare țară partener (trei industrii: marina, turism, ICT);

(2). Identificarea celor mai bune practici la nivel regional. Schimb regional de experiență;

(3). Organizarea a doua ateliere de lucru internaționale (în România și Ucraina) cu și pentru IMM;

(4). Crearea unei rețele pentru IMM-uri din domeniile sus-menționate și prestatorii de servicii în afaceri.

Contacte :

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău

Telefon: 22 50 01 / fax: 29 57 97

E-mail: info@odimm.md, **Persoana de contact: Viorica**

Cerbușca

Web: www.odimm.md și www.businessportal.md

SES: Acordarea Consultanței de către Expertii din Germania



Obiectiv: Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale.

Grup țintă: IMM, instituții publice, autorități locale, instituții de învățământ, instituții internaționale.

Activități principale: Acordarea consultațiilor de către experți internaționali cu experiență vastă în diferite domenii, pentru dezvoltarea instituției gazdă prin următoarele servicii: îmbunătățirea calității produselor și serviciilor, introducerea de noi tehnici și tehnologii, controlul costurilor, gestiune și administrare; legături de afaceri; identificarea de surse pentru finanțare; vânzări și achiziții, promovarea produselor; service și întreținere, relații cu publicul; planificarea activității firmei, marketing și management; pregătirea angajaților, managementul resurselor umane, etc.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău

Telefon: (0 22) 29 53 80 / fax: (0 22) 29 57 97

E-mail: c.zelinschi@odimm.md,

Persoana de contact: Cornelia Zellinschi

Web: www.ses-bonn.de

TAM/BAS: Business Advisory Service BERD

Obiectiv: (1) de a susține dezvoltarea și creșterea competitivității întreprinderilor private mici și mijlocii; (2) de a susține dezvoltarea pieței serviciilor de consultanță din Moldova și (3) de a îmbunătăți gradul de competitivitate a companiilor locale de consultanță.



Grup țintă: IMM (de la 10 la 250 de angajați, în cazuri excepționale până la 500 angajați) din Republica Moldova, ocupate în sfera de producție, servicii și comerț și care activează pe piața nu mai puțin de doi ani.

Activitățile principale: Acoperire financiară parțială a costurilor pentru servicii de consultanță, precum: (1). Planificarea afacerii, inclusiv planuri investiționale; (2). Studii de piață și planuri de marketing, programe de promovare, publicitate, branding, re-branding; (3). Identificarea investitorilor și partenerilor de afaceri; (4). Studii pentru reducerea costurilor de producție, gestionarea eficientă a resurselor; (5). Studii, lucrări, proiectări ingineresti;

(6). Implementarea și perfecționarea sistemului computerizat de management informațional, îmbunătățirea sistemului de contabilitate și control;

(7). Implementarea, pregătirea și certificarea pentru sisteme de management al calității (ISO sau HACCP), etc.

Subsidiu maxim oferit companiilor eligibile este în sumă de 10 000 EUR, dar nu mai mult de 70% (exclusiv taxe) din suma proiectului.

Contacte :

Adresa: str. Vlaicu Pârcălab 63, et. 10, MD-2012, Chișinău

Telefon: 21 16 14, 23 52 24 / fax: 21 15 85

E-mail: basmoldova@ebrd.com

Persoana de contact: Veronica Arpintin

Web: <http://www.bas.md>

Programul de Co-finanțare a Proiectelor de Eficiență Energetică

Obiectiv: Susținerea financiară a IMM încadrate în activitățile de eficiența energetică



Grup țintă: Companiile interesate în elaborarea proiectelor /documentației tehnice cu impact semnificativ asupra eficienței energetice (transfer spre surse energetice mai eficiente din punct de vedere economic, implementarea de noi tehnologii cu impact asupra eficienței energetice și mediului înconjurător, etc.), precum și în implementarea proiectelor de audit energetic.

Activitățile principale: Co-finanțarea proiectelor de eficiența energetică. Rata subsidiilor va varia între 60-70% din suma proiectului aprobat spre finanțare, dar nu va depăși suma de 10.000 EUR.

Acordarea granturilor până la 70% din suma proiectului (maxim 10,000 EUR) pentru implementarea proiectelor în domeniul eficienței energetice,

Domenii susținute spre co-finanțare:

- Implementarea proiectelor de Audit Energetic;
- Studii pentru reducerea costurilor de producție, gestionarea eficientă a resurselor, inclusiv a resurselor energetice;

- Implementarea sistemelor de management a calității cu impact semnificativ asupra eficienței energetice;

Contacte :

Adresa: str. Vlaicu Pârcălab 63, et. 10, MD-2012, Chișinău

Telefon: 21 16 14, 23 52 24 / Fax: 21 15 85

E-mail: basmoldova@ebrd.com, **Persoana de contact: Veronica Arpintin-**

Moraru Web: <http://www.bas.md>

JNPGA : Programul de sustinere și dezvoltare a sectorului IMM

Obiectiv: Promovarea eforturilor privind ajustările economice structurale prin facilitarea procurării de către IMM a unui vast sortiment de echipament de producere.



Grup țintă: Întreprinderile mici și mijlocii de pe întreg teritoriul al Republicii Moldova (cu excluderea mun. Chișinău și Bălți).

Activitățile principale: Procurarea de echipament în regim de leasing pe o perioada de un an, cu oferirea unui grant de 40%. Valoarea procurării variază de la 500 mii lei până la 2,5 mil. lei.

Contacte :

Adresa: bd. Stefan cel Mare 180, biroul 812 Chișinău

Telefon: 29 67 18; 23 85 74 / fax: 29 67 19

E-mail: office.giu@jnpga.md, office.giu@jnpga.md

Persoana de contact: Alexandru Ceban

Web: <http://www.jnpga.md>

PSI: Investiții în Sectorul Privat

Obiectiv: Dezvoltarea sectorului privat prin promovarea și susținerea cooperării între agenții economici din Republica Moldova și Olanda.



Grup țintă: Agenți economici din Republica Moldova.

Activitățile principale: (1) Susținerea parteneriatului Moldo - Olandez prin acordarea asistențe financiare în mărime de până la 50% din mărimea investițiilor efectuate, dar nu mai mult de 750 mii Euro; (2) Acordarea

consultanței în etapele de inițiere și de dezvoltare a parteneriatului.

Contacte :

Adresa: bd. Ștefan cel Mare 151, Chișinău

Telefon: 24 51 48 / fax: 24 42 83

E-mail: sergiuh@chamber.md, Persoana de contact: Sergiu Harea
arco.vanwessel@agentschapnl.nl, Persoana de contact: Arco van Wessel

CEED: Ridicarea Competitivității și Consolidarea Întreprinderilor

Obiectiv: Ridicarea competitivității companiilor naționale pe piața mondială, domenii: 1) produsele textile și mașini; 2) tehnologii informaționale și de calcul; 3) producerea vinului.



Grup țintă: Antreprenorii care activează în domeniile sus-menționate. Pe parcursul implementării proiectului, vor fi identificate organizațiile de comerț care vor beneficia de relațiile din cadrul lanțului de aprovizionare.

Activitățile principale: Proiectul dat se desfășoară la nivel de firmă, precum și la nivel de sector. Exemple de activități: promovarea vinurilor naționale pe piețele europene, înființarea Academiei Microsoft, certificarea companiilor IT cu metode și procese IT Mark, oferirea asistenței tehnice, formarea brandurilor, etc.

Contacte:

Adresa: str. Tighina 49/4, etajul 3, Chișinău

Telefon: (0 22) 50 52 32

E-mail: office@ceed.md, Persoana de contact: Doina Nistor

Web: http://moldova.usaid.gov/moldova_economic.shtml

Programul RISP II

Obiectiv: Valorificarea celor mai bune oportunități disponibile pentru crearea afacerilor prin accesul antreprenorilor din spațiul rural la cunoștințe și finanțare.



Grup țintă: Orice doritor de a iniția o afacere individuală (pe baza de patentă, întreprindere individuală, gospodărie țărănească, SRL); Întreprinderi și antreprenori înregistrați care activează în spațiul rural.

Activitățile

principale: Oferirea serviciilor de consultanță (evaluarea ideilor de afaceri, elaborarea planurilor de afaceri), acordarea creditelor preferențiale de până la 150 mii \$ pe termen mediu și lung pentru inițierea și/sau dezvoltarea afacerilor în zona rurală și oferirea asistenței post-create pe parcursul primului an de activitate. Pentru instalarea sau perfecționarea sistemelor de irigare, beneficiarilor eligibili se acordă un credit preferențial de până la 100 mii \$, cu o porțiune de grant de până la 20%.

Contacte :

Adresa: str. Cosmonauților, 9, bir. 544, Chișinău

Telefon: 22 24 65; 22 24 67 / fax: 24 44 69

e-mail: risp@capmu.md, **Persoana de contact: Olga Sainciuc**

Web: <http://www.capmu.md/?a=8&id=0>

Obiectiv: Facilitarea accesului IMM-urilor agricole la cunoștințe inovative.



Grup țintă: Întreprinderi agricole și grupuri de fermieri din Republica Moldova care se interesează de studierea metodelor de activitate americane.

Activitățile principale: Oferirea serviciilor de consultanță de către specialiștii în domeniul agricol din SUA în următoarele domenii:

1. Activitate de producere (îmbunătățirea tehnicilor de creștere, protecția solului, rotația culturilor, managementul apei, a dăunătorilor);
2. Activitatea de prelucrare (dezvoltarea noilor produse, introducerea noilor tehnologii);
3. Marketing (branding, împachetare, promovarea produselor, descoperirea și intrarea pe noi piețe de desfacere);
4. Gestionarea financiară a activității agricole;
5. Administrarea gospodăriilor agricole;
6. Dezvoltarea cooperativelor și întreprinderilor agricole, etc.

Contacte :

Adresa: str. Bănulescu-Bodoni 57/1, of. 312, mun. Chișinău

Telefon : 24 03 12 / Fax: 24 03 13

E-mail: info@moldova.cnfa.org, Persoana de contact: Diana Rotaru

Web: <http://www.cnfa.org>



Fondul pentru Întreprinderile din Moldova și Ucraina

Obiectiv: Consolidarea întreprinderilor privatizate din Moldova și Ucraina

Grup țintă: Întreprinzători și companiile care dau dovadă de perspective serioase și demonstrează o rată înaltă a profitului.

Activitățile principale: Fondul de capital privat cu un portofoliu de gestionare de 150 milioane dolari SUA, promovează extinderea și restructurarea întreprinderilor din Moldova și Ucraina prin acordarea de capital și asistență în gestiunea și desfacerea produselor, precum și proiectarea unor sisteme informaționale pentru întreprinderile existente și cele în curs de formare. Fondul execută investiții de capital și tranzacții de creanțe. Fondul acordă credite directe antreprenorilor și finanțează împrumuturi pentru utilaje și/sau proprietatea companiilor care au indici viabili de creștere și prezintă un grad înalt de venit de pe urma investițiilor.

Contacte :

Adresa: str. Petru Movila 12, of.4, MD-2004, Chișinău

Telefon: 88 72 00 / fax: 88 72 01

E-mail: charea@horizoncapital.com.ua

Persoana de contact: Cristina Harea

Web: <http://www.horizoncapital.com.ua>

PUM: Acordarea Consultanței de către Expertii din Olanda

Obiectiv: Facilitarea accesului IMM-urilor la cunoștințe inovative internaționale.



Grupul țintă: IMM din Republica Moldova

Activitățile principale: (1) Acordarea consultanței de către experți străini;
(2) Organizarea seminarelor în țara beneficiarului și/sau în Olanda,

(3) Desfășurarea stagiunii beneficiarului de la 2 săptămâni până la 3 luni în Olanda,

(4) Căutarea partenerilor de afaceri în alte țări.

Contacte :

Telefon: 77 59 71, 069373685

E-mail: alapanoff@yandex.ru, **Persoana de contact: Ala Panov**

2KR: Proiectul Creșterii Productiei Alimentare



Obiectiv: Dezvoltarea agriculturii și creșterea producției alimentare în Republica Moldova.

Grup țintă: Persoane juridice private, producători agricoli și persoane fizice, indiferent de forma organizatorică de activitate, care practică activitatea de întreprinzător și/sau prestează servicii agricole mecanizate.

Activitățile principale: Procurarea tehnicii agricole în rate (inițial se achită 50% din costul total și mai apoi în rate pe parcursul perioadei de doi ani). Prețul tehnicii nu include TVA.

Contacte :

Adresa: str. Calea Basarabiei 18, Chișinău,

Telefon: 27 84 63, / fax: 54 98 81

E-mail: office@2kr.moldnet.md, **Persoana de contact: Vasile Condrea**

Web: www.2kr.moldnet.md

Proiectul Ameliorarea Competitivității (finanțarea exportatorilor)



Obiectivul: Finanțarea activităților antreprenorilor privați în toate sectoarele economiei naționale, orientate spre export și în toate sectoarele administrativ teritoriale ale țării.

Grup țintă: Exportatorii cu proprietate privată de cel puțin 75%, care generează venituri din exporturi directe sau prin intermediari

Activitățile principale: Acordarea împrumuturilor comerciale destinate

finanțării necesităților curente sau excepționale ale clienților, ocazionate de activitatea de export: procurarea de echipamente tehnice, materii prime și materiale pentru producere, semifabricate, combustibil, energie, lucrări de construcție etc. din țară și din import, în vederea realizării de produse și servicii cu desfacere asigurată la export.

Suma maximală a unui împrumut va constitui 1.0 mln. EURO. Împrumuturile destinate finanțării investițiilor sub-proiectelor nu vor depăși echivalentul sumei de 800 mii EURO, cu scadența de pînă la 8 ani.

Doritorii de a beneficia de acest program se pot adresa la următoarele instituții financiare:

1. BC „Moldova-Agroindbank” S.A.;
2. BC „Mobiasbancă” S.A.;
3. BC „Energbank” S.A.;
4. BC „Victoriabank” S.A.

Contacte : Directoratul Liniei de Credit

Adresa: str. Bănulescu - Bodoni 57/1, Chișinău

Telefon: 23 82 46, 23 29 63, fax. 23 82 48

Unitatea de Implementare a Proiectului

Adresa: 29 67 23, fax: 29 67 24

E-mail: piu@mec.gov.md

Programul Moldo-German de Sporire a Calificării Managerilor



Obiectiv: Programul este destinat formării noii generații de manageri contemporani, capabili să-și desfășoare afacerea cu succes atât în țara proprie, cât și pe piața mondială.

Grupul țintă: La program pot participa managerii întreprinderilor autohtone, vorbitori de limbă engleză, cu vârsta de pînă la 40 ani.

Activități principale: (1) organizarea unui curs de pregătire prealabilă la Centrul de Formare Continuă al CCI, (2) efectuarea, timp de o lună, a unui stagiu la Centrele de instruire din Germania. Taxa de participare la Program constituie

5700 lei care, include cheltuielile din Moldova(consultații, însoțire, instruire, materiale informaționale distribuite, pauze de cafea, testare etc.) plus costul biletului de avion. Partea germană acoperă în Germania cheltuielile legate de (instruire, cazare, alimentare, transport intern, vizite la întreprinderi, întrevederi, program cultural, etc.) fiecare participant va primi bursă de circa 600 euro, va fi cazat în hotel și va fi asigurat cu alimentare (dejun și prînz).

Contacte:

Adresa: bl. Ștefan cel Mare 151, Chișinău

Telefon: (0 22) 23 32 86; Fax (0 22) 23 52 94

E-mail: training@chamber.md, Persoana de contact: Victoria Cotici

Pagina web: <http://chamber.md/index.php?id=1107>

IFAD IV: Programul de Servicii Financiare Rurale și Marketing

Obiectiv: Reducerea sărăciei rurale prin extinderea oportunităților de angajare în câmpul muncii și participarea micilor fermieri în lanțuri competitive de furnizare agricolă prin intermediul accesului sporit la servicii financiare pentru micii proprietari, femeile cu activitate neagricolă și tinerii fermieri, precum și antreprenorii și întreprinderile de prelucrare neagricolă.



Grup țintă: Agenți economici de orice forma organizatorico-juridică ce sunt înregistrați și desfășoară activitatea cu profil agricol în zonă rurală;

- Membrii ai Asociației de Economie și Împrumut care intenționează să dezvolte o afacere agricolă și/sau neagricolă generatoare de venit;

Activități Principale: Toate activitățile din sectorul horticulturii (legumicultura, pomicultura) și viticulturii (struguri de masă), construcția/restabilirea sistemelor de irigare, prelucrarea, păstrarea la rece și ambalarea produselor horticoale.

Programul cuprinde următoarele componente:

- (1) Dezvoltarea lanțului valoric pentru reducerea sărăciei rurale;
- (2) Servicii financiare rurale - acordarea creditelor preferențiale pe termen mediu și lung (cu perioada de grație de 2-4 ani) în valoarea maximă de până la:

50 mii dolari SUA – activități de producere,
100 mii dolari SUA - activități de procesare,
7000 dolari SUA – activități agricole și/sau neagricole (doar pentru membrii Asociației de Economie și Împrumut prin intermediul Instituției de Microfinanțare),

Creditele vor fi eliberate în lei moldovenești și dolari SUA. Este obligatorie contribuția Beneficiarului – 20% (bunuri materiale și/sau mijloace bănești).

(3) Dezvoltarea Infrastructurii publice rurale cu caracter economic:

200 mii dolari SUA – grant pe baza de concurs, grupurilor de agenți economici din spațiul rural pentru construcția/reparația segmentelor de drum, construcția rețelelor de alimentare cu apă, gaze naturale, construcția obiectelor de infrastructura de piață pentru producătorii agricoli.

Contacte :

Adresa: bd. Ștefan cel Mare, 162, of 1303, Chișinău

Telefon: 22 50 46, 21 00 56 / fax: 22 52 56

E-mail: office@ifad.md, **Persoana de contact: Elena Burlacu**

Web: <http://ifad.md/IFADIV>

IFAD V: Proiectul de Servicii Financiare Rurale și Dezvoltarea Businessului Agricol



Obiectiv: Reducerea sărăciei aferente veniturilor în mediul rural prin extinderea oportunităților de angajare în câmpul muncii și participarea micilor fermieri în lanțuri competitive de furnizare agricolă prin intermediul accesului sporit la servicii financiare pentru micii proprietari, femeile cu activitate neagricolă și tinerii fermieri, precum și antreprenorii și întreprinderile de prelucrare neagricolă.

Grup țintă:-Agenții economici de orice formă organizatorico-juridică ce sunt înregistrați și desfășoară activitatea în zonă rurală;

-Micro antreprenori (persoane fizice și juridice), membrii ai Asociațiilor de Economii și Împrumuturi care desfășoară activitate de antreprenor în mediul rural;

-Tinerii antreprenori cu vârsta cuprinsă între 18-30 ani, care doresc să-și inițieze o afacere în sectorul agricol.

Activități economice eligibile: Toate activitățile agricole rurale generatoare de venit:

- Producerea, recoltarea, păstrarea: fructelor, culturilor bacifere, legumelor în teren protejat și câmp deschis, plantelor aromatice și medicinale, struguri de masă, culturi de câmp și tehnice;
- Producerea, recoltarea și păstrarea semințelor și a materialului pomi-legumicol și viticol (struguri de masă);
- Producerea produselor de origine animală, inclusiv procurarea animalelor de prăsilă, a echipamentului și utilajelor;
- Construcția halelor de depozitare și păstrare la rece a produselor agricole;
- Construcția serelor;
- Agroturism rural (procurarea animalelor, echipamentului necesar pentru dezvoltarea fermei din cadrul complexului agroturistic).

Programul cuprinde următoarele componente:

Dezvoltarea businessului agricol favorabil populației sărace;

Servicii financiare rurale - acordarea creditelor preferențiale pe termen mediu și lung (cu perioada de grație de 2-4 ani) în valoarea maximă de până la:

- 150 mii. dolari SUA - Întreprinderilor Mici și Mijlocii din zona rurală,
- 100 mii MDL – membrilor Asociației de Economii și Împrumut (pentru inițierea sau dezvoltarea activităților agricole și/sau negricole)
- 300 mii MDL – tinerilor antreprenori, cu o porțiune de grant de 40%.

(3) Dezvoltarea Infrastructurii publice rurale cu caracter economic:

200 mii dolari SUA – grant pe baza de concurs, grupurilor de agenți economici din spațiul rural pentru construcția/reparația segmentelor de drum, construcția rețelilor de alimentare cu apă, gaze naturale, construcția obiectelor de infrastructura de piață pentru producătorii agricoli.

Contacte :

Adresa: bd. Ștefan cel Mare, 162, of 1301 - 1305, Chișinău

Telefon: 22 50 46, 21 00 56 **Persoana de contact: Elena Burlacu**

E-mail: office@ifad.md,

Web: <http://ifad.md/>

Concursul 2012 al proiectelor de transfer tehnologic

Obiectiv: Dezvoltarea unei economii bazate pe cunoștințe, prin stimularea IMM inovative, care operează în sectorul de cercetare și tehnologii avansate, cu scopul de a spori capacitățile de inovare.



Grupul țintă: Întreprinderile rezidente Parcurilor științifico-tehnologice „Micronanoteh”, „Inagro”, „Academica”, rezidenții ai Incubatorului de inovare „Inovatorul” și instituțiile acreditate în domeniul științific din Republica Moldova.

Activitățile principale: Desfășurarea unui concurs a celor mai bune proiecte. IMM câștigătoare vor beneficia de 50% pentru implementarea planului său de afaceri. Ideea de afaceri trebuie să fie în cadrul următoarelor direcții strategice:

- Valorificarea resurselor umane, naturale și informaționale pentru dezvoltare durabilă.
- Biomedicina, farmaceutica, menținerea și fortificarea sănătății.
- Biotehnologii agricole, fertilitatea solului și securitatea alimentară.
- Nanotehnologii, inginerie industrială, produse și materiale noi.
- Eficientizarea complexului energetic și asigurarea securității energetice, inclusiv prin folosirea resurselor renovabile.

Contacte:

Adresă: str. Miorița 5, et.4, mun. Chișinău

Telefon: 88 25 64, **persoana de contact: Sergiu Brumă**

Email: sergiu.bruma@aitt.md

CEED II: Ridicarea Competitivității și Consolidarea Întreprinderilor

Obiectiv: Ridicarea competitivității companiilor moldovenești pe piața mondială prin creșterea și extinderea domeniilor cheie în creșterea vânzărilor și investițiilor.



Grup țintă: Antreprenorii care activează în următoarele domenii: 1) produsele textile și mașini; 2) tehnologii informaționale și de calcul; și 3) producerea vinului.

Activitățile principale: Proiectul dat prevede asistență tehnică, traininguri și alt sprijin pentru a implementa următoarele activități:

1. Îmbunătățirea tehnologiilor și proceselor antreprenoriale;
2. Dezvoltarea capacităților forței de muncă;
3. Dezvoltarea capacităților prestatorilor de servicii în industrie;
4. Îmbunătățirea calității produselor și serviciilor produse de întreprinderi;
5. Poziționarea și promovarea produselor și serviciilor pe piețe strategice;
6. Facilitarea accesului întreprinderilor la finanțe și investiții;
7. Creșterea viabilității și numărului de asociații pe industrii și organizațiilor bazate pe membri;
8. Dezvoltarea capacităților sectorului privat în apărarea și analiza politică;
9. Creșterea înțelegerii sectorului public a preocupărilor și acțiunilor întreprinse pentru îmbunătățirea condițiilor a sectorului privat ce activează în domeniile proiectului.

Contacte :

Adresa: str. Sfatul Țării 29, „Le Roi”, etajul 5, MD-2012, Chișinău

Telefon: 83 99 00, Fax: 83 99 20

E-mail: office@ceed.md

Web: http://moldova.usaid.gov/moldova_economic.shtml

DEL: Programul Cadrul 7

Obiectivul: Oferirea suportului financiar pentru creșterea capacităților de inovare și competitivitate a IMM-urilor, prin implicarea nemijlocită în procesul de cercetare sau externalizare a necesităților de cercetare – dezvoltare ale acestora.



Grup țintă: IMM-urile care intenționează să inoveze, asociații sau grupări ale IMM-urilor, grupuri de cercetare din cadrul universităților și a institutelor de cercetare, etc.

Activitățile principale: Programul cuprinde organizarea instruirii inițiale a cercetătorilor, co-finanțarea programelor regionale, naționale și internaționale, oferirea burselor pentru cercetătorii care pleacă în afara

Europei, oferirea granturilor de reintegrare internațională a IMM-ilor implicate în procesul de cercetare, etc.

Contacte

Adresa: bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 1, biroul 334, Chișinău
Telefon: 27 22 54, 57 77 07 **Persoană de contact: Lidia Romanciuc**
e-mail: mrda@mrda.md; intprojects@asm.md
web: <http://fp7.asm.md/>

Modernizarea Sectorului Agrar în Republica Moldova

Obiectivul: Dezvoltarea sectorului agricol și a industriei alimentare în raioanele Ungheni și Călărași.

giz

Grup țintă: Fermierii ce se ocupă de producerea fructelor, legumelor și creșterea animalelor din raioanele Călărași și Ungheni; Grupurilor de producători și procesatori fiind înregistrați ca gospodărie țărănească, care ar include minimum 3 membri; femei, tineri agricultori cu potențial de dezvoltare în sectorul agrar.

Activitățile principale:

1. Acordarea serviciilor consultative de către experții naționali și internaționali;
2. Organizarea seminarelor pe teme specifice la solicitarea fermierilor;
3. Acordarea granturilor cu scopul de a procura echipamentul și materialele necesare în procesul de producere agricolă cu condiția contribuției parțiale obligatorii a beneficiarului;
4. Organizarea vizitelor de studiu în țară și peste hotare;

Contacte :

Adresa: str. Bulgară 31a, Chișinău
Telefon: 22 72 92, 22 83 19 **Persoană de contact: Andrei Zapanovici**
E-mail: andrei.zapanovici@gtz.de
Web: www.gtz.de

Școala fermierului și servicii de consultanță pentru agricultură 2011-2013



Obiectivul: Îmbunătățirea condițiilor de trai din zona rurală prin susținerea dezvoltării durabile a fermierilor privați.

Grup țintă: Tinerii fermieri care sunt implicați în activități agricole din raioanele de nord a RM.

Activitățile principale: 1. Organizarea cursurilor de instruire tematică de lungă durată în domeniul zootehniei, fitotehniei și cultivării legumelor și fructelor;

2. Organizarea stagiilor de practică de către absolvenții cursurilor teoretice la fermele model (fermele de studiu) din țară și străinătate;

3. Organizarea cursurilor de instruire de scurtă durată pe subiecte tehnice, schimb de experiență și subiecte tehnice.

Contacte

:

Adresa: Str. Mircea cel Bătrîn 81, MD 3100, Republica Moldova, mun. Bălți

Tel/fax: 0 231 9 25 44 (46), **Persoană de contact: Mihailov Sergiu**

E-mail: info@procore.md

Web: <http://www.procore.md/?pagina=peconomice>

MoSEFF: Linia de Finantare pentru Eficienta Energetică în Moldova

Obiective: Stimularea aplicării tehnologiilor avansate în companiile din Moldova în vederea eficientizării sistemelor energetice.



Grup țintă: Orice companie cu capital privat de minim 51% care sunt înregistrate și își desfășoară activitatea pe teritoriul Republicii Moldova (excepție: companiile ce se ocupă cu producerea și distribuirea produselor din tutun, produselor alcoolice, jocurilor de noroc și armamentului).

Activitățile principale: (1). Acordarea creditelor cu o porțiune de grant (5-20%) pentru finanțarea proiectelor de energii regenerabile și eficiență energetică de la 25 mii până la 2 milioane de euro, pe un termen de până la 6 ani, prin cele 3 bănci partenere: „Agroinbank”, „Moldincombank” și Banca Comercială Română.

(2). Acordarea asistenței tehnice gratuite oferită de o echipă de experți internaționali și locali.

Creditele se acordă pentru activități precum: izolarea termică, schimbarea geamurilor, ventilarea, încălzirea solară, înlocuirea cazanelor, izolarea conductelor, cogenerarea, arderea biomasei, etc.

Contacte :

Adresa: str. Vlaicu Pîrcălab 29/1, Chișinău

Telefon: 22 34 99, 0 601 34 669

E-mail: info@moseff.org , **Persoana de contact: Corina Guțu-Chetrușca**

Programul de Dezvoltare a carierei pentru Femei

Obiective: Abilitarea femeilor vulnerabile cu capacități reduse de a face alegeri de viață independent și de a-și asigura bunăstarea economică.



Grup țintă: Programul este destinat femeilor social-vulnerabile fără cenz de vârstă.

Activitățile principale: Organizarea cursurilor de instruire profesională gratuită și acordarea consultanței și asistenței în plasarea în câmpul muncii a femeilor social-defavorizate din regiunea de nord a Moldovei.

Cursurile profesionale se vor organiza în dependență de cererea și oferta pieții muncii: contabil, agent de asigurare, casier în sala de comerț, expeditor, secretar, vânzător de produse alimentare/realimentare, operator la calculatoare/calculatoare electronice, limbi străine (româna, engleza, germana).

Contacte :

Adresa: str. 31 August, 20B, of. 905, MD-3100, Bălți

Telefon: (0 231) 20 038, fax: (231) 20 037

E-mail: info@pbn.org.md , **Persoana de contact: Elena Sava**

Web: [http://pbn.org.md/projects/current-projects/langswitch lang/ro/](http://pbn.org.md/projects/current-projects/langswitch_lang/ro/)

Proiectul MEEETA II: Activitatea de Instruire în Domeniul Antreprenoriatului și Angajării în câmpul Muncii

Obiective: promovarea și facilitarea angajării tinerilor în câmpul muncii, inclusiv prin dezvoltarea activităților de antreprenoriat



Grup țintă: Tineri cu vârsta de la 18 până la 35 ani, mai ales din mediul rural, din ultimul an de studii a școlilor profesionale sau înregistrați ca șomeri.

Activitățile principale: 1. Organizarea cursurilor de instruire pe termen scurt în domeniul angajării și căutării unui loc de muncă (comunicarea eficientă, abilitățile interpersonale, administrarea timpului și luarea deciziilor);

2. Organizarea cursurilor de instruire antreprenoriale pe termen scurt „Pot eu oare să fiu un antreprenor?”

3. Organizarea cursurilor de instruire în antreprenoriat de termen lung. Acest curs de 96 de ore oferă o pregătire de baza necesară pentru elaborarea unui plan de afaceri și inițierea unei afaceri proprii.

Contacte :

Adresa: str. A. Hajdei 94/1, et. 3, mun. Chișinău

Telefon: 88 54 25, / Fax: 54 04 66

E-mail: info@winrock.org.md, **Persoana de contact: Sofia Șuleanschi**

Web: www.winrock.org.md

Proiectul MEDA J4Y: Activitatea de Dezvoltare a Microîntreprinderilor: Locuri de Muncă pentru Tineri

Obiective: Oferirea posibilităților mai bune de angajare în câmpul muncii pentru tineretul vulnerabil din Moldova prin dezvoltarea și extinderea micilor întreprinderi.



Grup țintă: Tineri cu vârsta de la 18 până la 35 ani din mediul rural, cu un plan de afaceri viabil sau antreprenori ale căror afaceri dispune de un potențial de dezvoltare.

Activitățile principale: 1. Organizarea cursurilor de instruire în domeniul antreprenoriatului;

2. Acordarea consultanței și asistenței specializate;

3. Organizarea cursurilor de instruire avansate în afaceri și sectoriale;

4. Acordarea serviciilor de mentoring, supliment de îndrumare;
5. Acordarea granturilor pentru extinderea afacerilor și inovațiilor;
6. Garantarea împrumuturilor pentru dezvoltarea afacerii în cazul gajului insuficient;
7. Fortificarea rețelei de beneficiari și susținerea inițiativelor de asociere a tinerilor antreprenori.

Contacte :

Adresa: str. A. Hajdei 94/1, of.2, m. Chișinău
Telefon: 88 54 25, / Fax: 54 04 66
E-mail: info@winrock.org.md, **Persoana de contact: Dumitru Jitari**
Web: www.winrock.org.md

Subvenționarea Producătorilor Agricoli

Obiectivul: Asigurarea dezvoltării durabile a sectorului agroalimentar și a comunităților rurale.



Grup țintă: IMM-urile, înregistrate în modul stabilit de legislația în vigoare.

Activitățile principale: Subvenționarea Producătorilor Agricoli se efectuează în baza Regulamentului privind modul de utilizare a mijloacelor fondului pentru subvenționare a producătorilor agricoli și cuprinde mai multe măsuri:

1. Stimularea creditării producătorilor agricoli de către băncile comerciale, organizațiile de microfinanțare și asociațiile de economii și împrumut
2. Stimularea asigurării riscurilor de producție în agricultură;
3. Stimularea investițiilor pentru înființarea plantațiilor multianuale;
4. Stimularea investițiilor pentru producerea legumelor pe teren protejat (sere de iarnă, solarii);
5. Stimularea investițiilor pentru procurarea tehnicii și utilajului agricol, echipamentului ce formează sisteme de irigare, sisteme antiîngheț și instalații antigrindină;
6. Susținerea promovării și dezvoltării agriculturii ecologice;
7. Stimularea investițiilor în utilizarea și renovarea tehnologică a fermelor zootehnice;

8. Stimularea procurării animalelor de prăsilă și menținerii fondului lor genetic;
9. Stimularea investițiilor în dezvoltarea infrastructurii post-recoltare și procesare;
10. Subvenționarea utilizatorilor de produse de uz fitosanitar (pesticide) și de fermenți (îngrășăminte minerale).

Contacte :

Adresa: bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 162, Chișinău
Telefon: 22 38 80, 21 01 94
E-mail: info@aipa.md ,
petru.maleru@aipa.md, **Persoană de contact: Petru Maleru**
Web: www.aipa.md

Programul de Sustinere a Întreprinderilor Producătoare de Dispozitive Medicale și Echipamente de Laborator din Țările în Curs de dezvoltare 2009-2015

Obiectiv: Sprijinirea producătorilor și exportatorilor de dispozitive medicale și echipamente de laborator din țările în curs de dezvoltare în penetrarea pieței europene și stabilirea unor relații comerciale durabile cu partenerii europeni.



Grupul țintă: Întreprinderile producătoare și exportatoare de dispozitive medicale și echipamente de laborator.

Activitățile principale: Programul oferă companiilor sprijin pe termen lung în dezvoltarea strategiilor de activitate a companiei, informarea despre situația din domeniul dat pe piața europeană înainte de a penetra piața și, în final, acordarea suportului în desfășurarea activităților de penetrare a pieței, inclusiv participarea în cele mai importante târguri și expoziții din Europa.

Contacte:

Telefon: +31 (0)10 201 3437, Persoana de contact: Lieke van Nierop
Email: Lnierop@cbi.eu.
Web: www.cbi.eu/mdle

Reteaua pactului Global Moldova

Obiective: Promovarea responsabilităților social corporative (RSC) în cadrul întreprinderilor.



Grup țintă: Sectorul privat, organizațiile societății civile, organizațiile muncii și guvernele ale căror acțiuni încearcă să influențeze inițiativa.

Activitățile principale: Pactul Global reprezintă o inițiativă voluntară și se bazează pe 2 obiective:

- Implementare a zece principii de RSC în activitatea companiilor din întreaga lume;
- Catalizarea acțiunilor în sprijinirea obiectivelor generale ale Organizației Națiunilor Unite.

Întru realizarea acestor obiective, Pactul Global oferă facilități și angajamente prin intermediul a câtorva mecanisme: Dialoguri privind politici, studii de caz, rețele naționale/regionale, proiecte, instruirii, participări la evenimente, etc.

Contacte :

Adresa: str. 31 August 1989, 131, MD-2012, Chișinău

Telefon: 26 91 21, fax: 22 00 41

E-mail: office@globalcompact.md , Persoana de contact: Oxana

Ungureanu

Web: www.globalcompact.md

Concursul anual “IMM – model de responsabilitate socială”

Obiectiv: Stimularea dezvoltării antreprenoriale sustenabile în concordanță cu principiile responsabilității social corporative, precum și întru îmbunătățirea implicării întreprinderilor mici și mijlocii în activități de CSR.



Grupul țintă: IMM

Activitățile principale: Desfășurarea unui concurs pentru întreprinderilor micro, mici și mijlocii care, în mod voluntar. au realizat acțiuni în cadrul activităților de afaceri în următoarele domenii:

- a) protecția mediului înconjurător;
- b) respectarea condițiilor de muncă a angajaților;
- c) integrare socială și sprijinul acordat comunității;

Dosarele se depun pînă în luna mai al fiecărui an, pentru acțiunile întreprinse în anul precedent.

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău

Telefon: 22 53 80 / fax: 29 57 97

E-mail: projects@odimm.md, **Persoana de contact: Ludmila Duca**

Web: www.odimm.md și www.globalcompact.md

IAS: Proiectul “Incubatorul de Afaceri din Soroca”

Obiectiv: Creșterea ratei de supraviețuire a întreprinderilor din raionul Soroca.



Grup țintă: Întreprinderile începătoare cu o creștere potențială și antreprenorii cu idei de afaceri viabile din or. Soroca.

Activitățile principale: (1). Oferirea spațiilor echipate cu o gamă completă de sisteme de comunicații (internet, linii de telefonie fixă, fax), inclusiv sisteme de securitate și servicii de pază pentru întreprinderile producătoare și cele care acordă servicii în cadrul Incubatorului de Afaceri din Soroca (IAS);

(2). Finanțarea pînă la 50% a investițiilor companiilor rezidente IAS la achiziționarea echipamentului de producere și de birou;

(3). Organizarea cursurilor de instruire pentru managerii rezidenți ai incubatorului;

(5). Acordarea consultanței juridice, tehnologice și în gestionarea întreprinderilor rezidente;

(6). Acoperirea 90% din costul serviciilor comunale în primul an, 50% - al doilea an și 20% - în ultimul an de incubare.

Contacte :

Adresa: Str. Kogălniceanu 9, or. Soroca

Telefon: (230) 20 777

E-mail: ias@entranse.md Persoana de contact: Liliana Babără

Web: www.entranse.md

Proiectul “Inovații împotriva sărăciei”

Obiectiv: Dezvoltarea produselor, serviciilor și sistemelor de piață de care beneficiază oamenii din țările slab dezvoltate.



Grupul țintă: Întreprinderile mici și mijlocii din țările slab dezvoltate care doresc să implementeze tehnologii și practici inovatoare pentru a îmbunătăți condițiile de viață.

Activitățile principale: Acordarea unui suport financiar în formă de grant la doua nivele:

- Granturi mici de până la 20 mii euro, dar ce nu depășește 50% din valoarea investiției - poate fi cheltuit pentru deplasări, studii de pre-fezabilitate, analiza necesităților.
- Granturi mari de până la 200 mii euro, dar nu mai mult de 50% pentru proiecte de dezvoltare: producerea bunurilor, prestarea serviciilor, elaborarea sistemelor și afacerilor model pentru a fi testate pe piață.

Contacte:

E-mail: info@innovationsagainstopoverty.org

Web: www.innovationsagainstopoverty.org sau www.sida.se/iap

Proiectul Competitivitatea Agricolă și Dezvoltarea Întreprinderilor (ACED)

Obiectiv: Sporirea productivității și accesul la piață a sectorului agrar al Moldovei, în special, a produselor cu valoare adăugată înaltă.



Grupul țintă: Producătorii și întreprinderile din domeniul agrar.

Activitățile principale: (1). Organizarea unui spectru larg de instruiți și activități de demonstrare practică orientate spre creșterea eficienței și productivității produselor cu o cerere înaltă pe piață;

(2). Orientarea eforturilor spre creșterea capacităților prestatorilor locali de servicii și consolidarea capacităților acestora de a oferi servicii de o calitate înaltă;

(3). Propunerea modificărilor în documente de politici, orientate spre stimularea și atragere investițiilor în producerea agricolă cu valoare adăugată sporită și facilitarea exportului.

Contacte:

Adresa: str. Ștefan cel Mare 202, clădirea KENTFORD et. 3, Chișinău

Telefon: 59-52-65 / fax: 58 28 23, **Persoana de contact: Veronica**

Vladiuc

Web: http://moldova.usaid.gov/ro/moldova_economic.shtml

Programul Compact. Proiectul Tranziția la Agricultură Performantă

Obiectiv: Sporirea veniturilor în mediul rural prin stimularea creșterii în agricultura performantă și să catalizeze investițiile în producerea cu valoare adăugată înaltă.

Grupul țintă: Proprietarii sau acționarii întreprinderilor agricole, proprietarii de pământ, producători agricoli și lucrătorii angajați în activitățile întreprinderilor agricole.



FONDUL PROVOCĂRIILE
MILENIULUI MOLDOVA

Activitățile principale: (1) Reabilitarea a pînă la 11 Sisteme de Irigare;

(2) Reforma Sectorului de Irigare;

(3) Acces la Finanțare în Agricultură prin lansarea Programului de credite pentru investiții în infrastructura post-recoltare;

(4) Creșterea Vânzărilor în Agricultură Performantă

Contacte:

Adresa: str. Nicolae Iorga 21, et. 4, oficiul 5, MD-2012, Chișinău

Telefon: 85 22 97, 85 22 99

E-mail: sergiu.iuncu@mca.gov.md , **Persoana de contact: Sergiu Iuncu**

Web: www.mca.gov.md

Proiectul “Lead Your Way to Business”



Obiectiv: Crearea unui cadru instituțional transfrontalier de suport a strat-up-urilor din Republica Moldova și România. Crearea și dezvoltarea abilităților antreprenoriale a 100 de tineri din Republica Moldova (întreg teritoriu) și România (județele Iași, Vaslui, Suceava). Pregătirea și susținerea a 100 de tineri – potențiali antreprenori, din Republica Moldova și România (județele Iași, Vaslui, Suceava) să-și planifice, inițieze și desfășoare afaceri cu impact transfrontalier. Facilitarea dialogului transfrontalier și stimularea parteneriatelor transfrontaliere dintre cei 100 de tineri - potențiali antreprenori, precum și dintre tinerii – potențiali antreprenori și 20 antreprenori de succes din zona eligibilă a programului.

Grupul țintă: 100 de tineri cu vârsta de 18 – 35 ani (50 din Republica Moldova și 50 din România, județele: Iași, Vaslui și Suceava).

Activitățile principale: Activități de dezvoltare a abilităților antreprenoriale (seminare, ateliere de lucru și întâlniri cu antreprenori), atât pentru tinerii/potențialii antreprenori, cât și pentru consultanți;

- Crearea Centrelor Transfrontaliere de Suport al Afacerilor Start-up (în Republica Moldova și România);
- Prestarea Serviciilor de consultanță, în special în elaborarea planurilor de afaceri;
- Desfășurarea unui Concurs de Planuri de Afaceri;
- Organizarea unui Forum Transfrontalier în Chișinău, drept eveniment de promovare a afacerilor dezvoltate în cadrul proiectului.

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău

Telefon: 22 43 30 / fax: 29 57 97

E-mail: e.ursu@odimm.md,

Persoana de contact: Eugenia Ursu

Web: www.odimm.md

Centrul Enterprise Europe Network în Republica Moldova – support pentru dezvoltarea afacerilor

Obiectiv: Principalul obiectiv al noului Centru EEN în Republica Moldova este de a oferi servicii integrate pentru susținerea inovațiilor și promovarea relațiilor comercial-economice în cadrul comunității de afaceri din țară.

Obiectivele specifice fiind:

1. Sporirea competitivității și capacității de inovare a IMM-urilor;
2. Oferirea unei game largi de servicii pentru susținerea internaționalizării și transferului tehnologic în cadrul întreprinderilor;
3. Crearea parteneriatelor de afaceri și tehnologice durabile între întreprinderile din Republica Moldova și cele din Uniunea Europeană;
4. Promovarea cercetărilor și spiritului inovator în cadrul întreprinderilor;
5. Promovarea spiritului de întreprinzător în cadrul organizațiilor de cercetare, inovare și transfer tehnologic.

Grupul țintă: IMM

Activitățile principale:

- Servicii de informare, cooperare în afaceri și colaborare internațională.
- Servicii de inovare și transfer tehnologic.
- Servicii ce ar încuraja participarea IMM-urilor la Programele Comunitare pentru
- Cercetare și Dezvoltare Tehnologică

Contacte:

Adresa: str. Serghei Lazo 48, of. 303, Chișinău
Telefon: 22 53 80 / fax: 29 57 97
E-mail: projects@odimm.md,
Web: www.odimm.md

Small Business Support Team BERD (Echipa de Sustinere a Micului Business)

Obiectiv: (1) de a susține dezvoltarea și creșterea competitivității întreprinderilor private mici și mijlocii; (2) de a susține dezvoltarea

pieței serviciilor de consultanță din Moldova și (3) de a îmbunătăți gradul de competitivitate a companiilor locale de consultanță.

Grup țintă: IMM (de la 10 la 250 de angajați, în cazuri excepționale până la 500 angajați) din Republica Moldova, ocupate în sfera de producție, servicii și comerț și care activează pe piața nu mai puțin de doi ani.

Activitățile principale: Acoperire financiară parțială a costurilor pentru servicii de consultanță, precum: (1). Planificarea afacerii, inclusiv planuri investiționale;

(2). Studii de piață și planuri de marketing, programe de promovare, publicitate, branding, re-branding;

(3). Identificarea investitorilor și partenerilor de afaceri;

(4). Studii pentru reducerea costurilor de producție, gestionarea eficientă a resurselor;

(5). Studii, lucrări, proiectări ingineresti;

(6). Implementarea și perfecționarea sistemului computerizat de management informațional, îmbunătățirea sistemului de contabilitate și control;

(7). Implementarea, pregătirea și certificarea pentru sisteme de management al calității (ISO sau HACCP), etc.

Subsidiu maxim oferit companiilor eligibile este în sumă de 10 000 EUR, dar nu mai mult de 70% (exclusiv taxe) din suma proiectului.

Contacte :

Adresa: str. Vlaicu Pârcălab 63, et. 10, MD-2012, Chișinău

Telefon: 21 16 14, 23 52 24 / fax: 21 15 85

E-mail: basmoldova@ebrd.com

Persoana de contact: Veronica Arpintin

Web: <http://www.bas.md>

Programul Femeile în Afaceri

Obiectiv: Programul Business Advisory Services (BAS) al BERD a lansat Programul „Femeile în afaceri”, susținut financiar de către Guvernului Suediei, care va oferi sprijin femeilor-antreprenoare din toate sectoarele economiei naționale. Perioada de implementare a acestui Program este 2012-2014.

Obiectivul major al acestei inițiative este oferirea asistenței prin co-finanțarea proiectelor de consultanță pentru companii-beneficiare, precum și implementarea altor activități de dezvoltare a pieței. De asemenea, va fi

susținută diversificarea tipurilor de servicii în consultanță oferite de către femeile-consultanți.

În cadrul Programului „Femeile în afaceri”, BERD BAS Moldova susține companiile beneficiare prin rambursarea de la 60% până la 70% din valoarea totală a unui proiect de consultanță, suma maximă fiind de 10.000 de euro.

Întreprinderile cu experiență de activitate de peste 2 ani sunt eligibile pentru subsidia de 60% din costul total al proiectului de consultanță.

Întreprinderile nou-create (start-up), cu mai puțin de 2 ani de experiență pe piață, sunt eligibile pentru subsidia de 70% din costul total al proiectului de consultanță. energetică

Contacte : EBRD BAS Moldova

Adresa: str. Vlaicu Pîrcalab 63, etajul 10, Chisinau, Moldova, MD-2012

Telefon: 373 22 211614 / fax: + 373 22 211585

E-mail: MusteaN@ebrd.com, **Persoana de contact: Nadejda Mustea**

Web: <http://www.ebrd.com>

DEL: Proiectul “Dezvoltare Economică Locală”

Obiectiv: Dezvoltarea potențialului economic local prin asigurarea accesului la servicii profesionale de consultanță în afaceri și prin susținerea afacerilor în domeniul serviciilor din mediul rural.



Grupul țintă: Micii antreprenori, organizațiile neguvernamentale, centrele de planificare economică (CPE), autoritățile publice locale (APL), asociațiile de economii și împrumut ale cetățenilor.

Activitățile principale:

Proiectul DEL are următoarele componente de bază:

1. Componenta instruire și consultanță: APL, agenții economici și CPE/ONG beneficiază de instruire și consultanță în domeniul dezvoltării economice locale.

2. Componenta credite: agenții economici din cele 25 de localități rurale beneficiază de facilitarea procesului de obținere a creditelor cu porțiuni de grant de pînă la 2500 euro pentru afaceri neagricole;

Contacte:

Adresa: str. București, 83, Chișinău

Telefon: 23 39 47, 23 39 48, **Persoana de contact: Liliana Porumb**

Email: dbogdea@contact.md

Web: www.contact.md

Proiectul “Dezvoltare Comunitară”

Obiective: Stimularea participării populației din comunitățile rurale la identificarea și soluționarea problemelor din comunitate prin acordarea sprijinului pentru grupurile țintă în scopul organizării și dezvoltării comunitare.



Grup țintă: IMM, cetățeni, grupuri, ONG-uri și instituții și administrație publică locală.

Activitățile principale: Acordarea granturilor mici pentru proiecte menite să dezvolte, la nivelul comunităților locale, capacitatea de a iniția și implementa activități care să îmbunătățească nivelul de trai al comunităților.

Contacte :

Adresa: str. București, 83, Chișinău,

Persoana de contact: Vasile Cioaric

Telefon: 23 39 46, 23 39 47, 0 683 86 664, Fax: 23 39 48

e-mail: info@contact.md , centrulcontact@gmail.com,

web: <http://www.contact.md/>

ANEXE

Anexa 1: Oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat

Camera Înregistrării de Stat este autoritatea care prin intermediul oficiilor sale teritoriale efectuează înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali, constituiți pe teritoriul Republicii Moldova, cu excepția celor care potrivit legislației se înregistrează la alte autorități ale statului.

Oficiul Teritorial	Zona de deservire	Zilele de primire/localul unde se face audiența
Bălți	Bălți	Luni-Vineri, str. Moscovei, 13
	Sîngerei	Fiecare zi de marți a lunii str. Independenței, 124 -clădirea Primăriei
	Glodeni	Fiecare zi de joi a lunii str. Suveranității, 4 -clădirea Primăriei
	Fălești	Fiecare zi de luni a lunii str. Ștefan cel Mare, 73 - clădirea Primăriei
	Rîșcani	Fiecare zi de miercuri a lunii str. 31 August, 4 – clădirea Primăriei
Cahul	Cahul	Luni-Vineri, str.31 August, 11
	Cantemir	Fiecare a doua și a patra zi de miercuri a lunii str. Trandafirilor, 2 - clădirea Primăriei
	Taraclia	Prima și a treia zi de luni a lunii str. Lenina, 167 - clădirea Băncii de Economii
	Chișinău	Luni-Vineri, bd.Ștefan cel Mare, 73
Chișinău	Anenii Noi	Prima și a treia zi de vineri din lună str. Sciusev, 1 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Dubăsari	A doua și a patra zi de vineri din lună s. Coșnița - clădirea Consiliului Raional
Căușeni	Căușeni	Luni-Vineri, str.A. Mateevici, 3 A
	Căinari	A treia și a patra zi de miercuri a lunii str. Alexandru cel Bun, 12 - clădirea Primăriei
	Ștefan-Vodă	Fiecare zi de vineri a lunii str. Libertății, 1 – clădirea Inspectoratului Fiscal
	Hîncești	Luni-Vineri: str.Mihalcea Hîncu, 148A
	Basarabeasca	Primele trei zile de vineri și a patra zi de joi a lunii str. Karl Marks, 2 - clădirea Primăriei
Hîncești	Cimișlia	Primele trei zile de vineri și a patra zi de joi a lunii str. Ștefan cel Mare, 12 - clădirea Consiliului raional
	Leova	Fiecare zi de marți a lunii str. Dosoftei, 3 - clădirea Consiliului raional
	Edineț	Luni-Vineri, str. Ștefan-Vodă, 18
Edineț	Briceni	Fiecare zi de vineri a lunii str. Independenței, 3 - Oficiul

Orhei		Agenciei pentru ocuparea forței de muncă
	Dondușeni	Prima și a treia zi de marți din lună str. Independenței, 47 - clădirea Consiliului raional
	Ocnîța	Prima și a treia zi de miercuri din lună str. Independenței, 47 - clădirea Consiliului raional
	Orhei	Luni-Vineri, bd. Mihai Eminescu, 9
	Telenești	Prima zi de marți a lunii și a treia zi de joi a lunii str. Mihai Viteazul, 12 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Rezina	Prima și a patra zi de joi a lunii, și a doua și a treia zi de marți a lunii, str. 27 August, 1 - clădirea Primăriei
	Șoldănești	Prima și ultima zi de miercuri a lunii str. Boris Glavan, 1 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Soroca	Luni - Vineri, str. Alexandru cel Bun, 16
Soroca	Drochia	Fiecare zi de vineri a lunii str. Independenței, 15 - clădirea Inspectoratului Fiscal
	Florești	Fiecare zi de marți a lunii str. Victoriei, 2 - clădirea Inspectoratului Fiscal
Ungheni	Ungheni	Luni-Vineri, str. Națională, 7
	Nisporeni	Prima și a treia zi de joi a lunii str. Ion Vodă, 2 - clădirea Consiliului raional
	Călărași	Prima și a treia zi de marți a lunii str. Biruinței, 1 - clădirea Consiliului raional
UTA Găgăuzia	Comrat	Luni-Vineri, str. Comsomoliscăia, 24
	Ceadâr-Lunga	Fiecare zi de vineri a lunii str. Lenin, 2 - clădirea adm.raionale din Ceadâr-Lunga
	Vulcănești	Fiecare zi de vineri a lunii clădirea Administrației raionale din Vulcănești

Anexa 2: Servicii și tarife ce țin de înregistrarea juridică a firmei

Nr. ord	Denumirea serviciului	Suma în lei	Organul competent
1	Înregistrarea întreprinderilor cu statut de persoană fizică, precum și înregistrarea modificărilor în documentele de constituire a acestora	54	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
2	Înregistrarea întreprinderilor cu statut de persoană juridică, a filialelor și reprezentanțelor, precum și înregistrarea modificărilor în documentele de constituire a acestora	250	
3	Înregistrarea instituțiilor financiare, organizațiilor de asigurări, filialelor și reprezentanțelor	900	
4	Înregistrarea modificărilor în documentele de constituire la instituțiile financiare și organizațiile de asigurări	180	
5	Înregistrarea întreprinderilor cu capital străin, filialelor și reprezentanțelor	250	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția înregistrări întreprinderi cu capital străin
6	Înregistrarea modificărilor în documentele de constituire la întreprinderile cu capital străin	250	
7	Înregistrarea modificărilor în Registrul de stat al datelor referitor la schimbarea administratorului	90	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
8	Eliberarea duplicatului certificatului înregistrării de stat al întreprinderilor sau organizațiilor	180	

Anexa 3: Plăți pentru alte servicii acordate de către CÎS

Nr. Ord.	Denumirea Serviciului	Suma în lei	Organul competent
1	Eliberarea copiilor certificate:		Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat și Secția fonduri speciale
	a) contract (declarație) de constituire	90	
	b) decizie (hotărâre, ordin)	36	
	Informația (denumire, forma juridică de organizare, NO, data înregistrării, sediul, date despre administratorul)	30	
2	Informația prevăzută în pct.1 plus informația despre asociați, mărimea capitalului social, cota de participare a asociatului, codul fiscal, număr de telefon (cu excepția datelor privind adresa)	63	
3	Raport istoric despre o întreprindere sau organizație. Evoluția întreprinderii sau organizației de la momentul înregistrării până la data solicitării raportului:	126	
	a) înregistrarea inițială		
	b) mențiunile în ordine cronologică (cu excepția datelor privind adresa)	126	
4	Informația privind inițierea procedurii de reorganizare sau de lichidare a întreprinderii sau organizației	36	
5	Informația despre întreprinderi sau organizații clasificate în baza diferitor criterii (gen de activitate, participare străină la capital etc.)	În temeiul contractului încheiat	
6	Informație privind radierea din Registrul de stat a întreprinderii sau organizației	63	
7	Informație privind succesiunea de drept a întreprinderilor și organizațiilor	90	
8	Certificatul constatator că un anumit act sau fapt este sau nu este înscris sau menționat în Registrul sau în documente de constituire	90	

	d)acord privind înregistrarea modifi cărilor (sau deciziei de înregistrare a modifi cărilor)	54	și informații curente
	e) proces-verbal	36	
2	Verificarea denumirii	39	
3	Rezervare a denumirii inclusiv prin intermediul internetului	1 lună – 50 6 luni – 100	Toate oficiile teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
4	Perfectarea documentelor de constituire pentru înregistrarea întreprinderilor sau organizațiilor		
	a) întreprindere individuală	54	
	b) societate în nume colectiv	108	
	c) societate în comandită	108	
	d) cooperativă (de consum, de producție, de construcție a locuințelor, de construcție a garajelor etc.)	108	
	e) societate cu răspundere limitată	108	
	f) societate pe acțiuni	306	
	g) întreprindere de stat	108	
	h) întreprindere municipală	108	
	i) uniuni de întreprinderi	306	
	î) filiale și reprezentanțe	108	
	j) organizații	108	
5	Perfectarea modificărilor și/sau completărilor în documentele de constituire		
	a) întreprindere individuală	36	
	b) societate în nume colectiv	72	
	c) societate în comandită	72	
	d) cooperativă	108	
	e) societate cu răspundere limitată	108	
	f) societate pe acțiuni	108	
	g) întreprindere de stat	72	
	h) întreprindere municipală	72	
	i) uniuni de întreprinderi	72	
	î) filiale și reprezentanțe	72	
	j) organizații	72	
6	Examinarea documentelor întreprinderilor sau organizațiilor înregistrate (unor părți ale acestuia) la sediul Camerei Înregistrării de Stat sau la oficiile teritoriale ale acesteia.	54	Toate oficiile teritoriale ale CÎS și Secția fonduri speciale și informații curente
7	Publicarea informației în Buletinul Oficial al Camerei Înregistrării de Stat	54	
8	Autentificarea copiei certificatului de înregistrare a întreprinderii	6	
9	Traducerea informației eliberate din	18	Toate oficiile

	Registrul de stat și a documentelor de constituire din limba moldovenească:		teritoriale ale Camerei Înregistrării de Stat
	a) în limbile europene (pentru 1 pagină)		
	b) în limbile orientale (pentru 1 pagină)	36	
10	Perfectarea textelor documentelor în limbi străine (pentru 1 pagină)	18	
11	Confruntarea textelor de diferite limbi (pentru 1 pagină)	12	

Notă:

Tarifele menționate mai sus sunt stabilite conform Hotărîrii Guvernului Republicii Moldova nr. 926 din 12.07.2002 „Privind aprobarea tarifelor la serviciile cu plată, prestate de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale”. Pentru înregistrarea întreprinderii sau organizației și furnizarea informației în regim de urgență (1 zi), precum și pentru prestarea serviciilor în zi de odihnă sau sărbătoare, plata se dublează. Plata pentru înregistrarea întreprinderilor și organizațiilor, filialelor și reprezentanțelor acestora, precum și pentru prestarea altor servicii cu deplasarea registratorului de stat la locul solicitat de antreprenor se majorează de 3 ori.

Anexa 4: Lista activităților și cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	Chișinău, Bălți, Bender, Tiraspol	Celelalte municipii, orașele	Localitățile rurale
1. Comerțul cu amănuntul			
1.1. Comerțul cu amănuntul la tarabe, teighele, tonete și din autovehicule în piețe și/sau în locuri autorizate de autoritatea administrației publice locale. [Poziția 1.1 în redacția Legii nr.121-XVI din 29.05.2008, în vigoare 17.06.2008, se exclude la 01.01.2017] [Poziția 1.1 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	360	180	100
1.2. Comerțul cu amănuntul în chioșcuri și în alte încăperi ce ocupă terenuri separate, a căror suprafață nu depășește 12 m², cu excepția comerțului cu aparate electronice și electrocasnice cu termenul de garanție stabilit, conform legislației în vigoare [Poziția 1.2 exclusă de la 01.01.2008 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	400	200	100
1.3. Comerțul cu amănuntul în chioșcuri și în alte încăperi ce ocupă terenuri separate, a căror suprafață nu depășește 7 m², cu excepția comerțului cu aparate electronice și electrocasnice cu termenul de garanție stabilit, conform legislației în vigoare [Poziția 1.3 exclusă de la 01.01.2008 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	250	150	75
1.4. Comercializarea cu amănuntul a apei îmbuteliate în locurile autorizate de autoritatea administrației publice locale [Poziția 1.4 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	250	150	75
1.5. Comerțul cu amănuntul la tarabe, teighele și în alte tipuri de puncte comerciale, autorizate de autoritatea administrației publice locale, cu cărți și alte tipărituri, precum și cu publicații muzicale (note)	30	25	10

[Poziția 1.5 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]			
2. Producerea de mărfuri, executarea de lucrări și prestarea de servicii			
2.1. Întocmirea dărilor de seamă contabile	300	200	100
2.2. Transportul călătorilor cu automobilele, taxi, cu un număr de locuri de pînă la 7 inclusiv [Poziția 2.2 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	250	150	100
2.3. Transportul auto de mărfuri, cu excepția transportului de mărfuri inflamabile, explozive, toxice, otrăvitoare și radioactive:			
- pînă la 1,5 tone	175	90	45
- de la 1,5 la 3,5 tone	200	100	50
- de la 3,5 la 7 tone, inclusiv cu remorcă	250	125	70
- peste 7 tone, inclusiv cu remorcă [Poziția 2.3 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	400	200	100
2.4. Servicii logopedice	80	40	20
2.5. Masaj, servicii de îngrijire a bolnavilor și alte servicii medicale, acordate de către personalul medical inferior	140	70	35
2.6. Servicii veterinare, zootehnice	150	50	20
2.7. Servicii dactilografieri, inclusiv cu folosirea computerului	150	50	25
2.8. Servicii de frizerie și servicii cosmetice	200	80	30
2.9. Croitul, cusutul, tricotarea și reparația îmbrăcămintei și acoperămintele pentru cap și comercializarea	100	50	25
2.10. Confecționarea și reparația încălțămintei și comercializarea	90	45	30
2.11. Servicii de spălătorie	90	45	30
2.12. Predarea limbilor străine (instruire individuală sau în grupe cu un număr de pînă la 20 persoane)	140	70	35
2.13. Predarea și meditarea diferitelor discipline, cu excepția muzicii, coregrafiei și artelor plastice (instruire individuală sau în grupe cu un număr de pînă la 20 persoane)	100	50	30
2.14. Predarea muzicii, coregrafiei și artelor plastice (instruire individuală sau în grupe cu un număr de pînă la 20 persoane)	100	50	30
2.15. Organizarea de diferite secții pe interese, inclusiv de cultură fizică, pentru copii de pînă la 16 ani (în grupe de pînă la 20 persoane)	70	35	20
2.16. Organizarea de diferite secții pe interese,	100	50	35

inclusiv de cultură fizică, pentru adulți (în grupe de pînă la 20 persoane)			
2.17. Servicii de păstrare a bagajelor	100	50	25
2.18. Servicii de întreținere și amenajare a locuințelor și a sectoarelor aferente	100	60	30
2.19. Vulcanizarea camerelor și anvelopelor în ateliere	200	75	30
2.20. Repararea locuințelor	180	90	45
2.21. Construirea caselor de locuit și a garajelor în localitățile rurale	-	-	70
2.22. Ajustarea și reparația mobilei	180	50	35
2.23. Reparația tehnicii de uz casnic, instrumentelor și mecanismelor, ceasurilor	130	65	30
2.24. Reparația cuptoarelor cu microunde și a altor aparate electrice de încălzit de uz casnic	100	50	35
2.25. Reparația aparatelor tele, audio, video de uz casnic	150	75	40
2.26. Reparația aparatelor fotografice, camerelor de filmat și a altor aparate sau instrumente optice	90	45	30
2.27. Reparația și acordarea instrumentelor muzicale	110	55	30
2.28. Fotografiera, confecționarea și vânzarea fotografiilor, executate în mod individual, servicii video	200	100	50
2.29. Scrierea placardelor, filmelor netirajate, amenajarea vitrinelor, reclamatelor, prezentarea artistică	160	80	40
2.30. Confecționarea articolelor meșteșugărești de artă populară (artizanat) și vânzarea lor, cu excepția vânzării la expoziții și licitații	110	55	30
2.31. Deservirea muzicală a ceremoniilor	230	100	50
inclusiv regizarea ceremoniilor	200	100	50
2.32. Aratul și alte lucrări de cultivare a pămîntului cu mijloace tehnice, protecția plantelor contra bolilor și dăunătorilor	50	50	50
2.33. Servicii de guvernant(ă)	80	40	20
2.34. Servicii hoteliere (în hoteluri cu un număr de locuri de pînă la 7) [Poziția 2.34 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	100	50	25
2.35. Darea în locațiune a locuințelor și a caselor individuale de locuit:			
- cu o cameră	90	45	25
- cu două camere	120	60	40

- cu trei camere	150	80	40
- cu patru camere	180	90	45
- cu cinci camere	220	110	55
- cu mai mult de cinci camere [Poziția 2.35 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	400	200	100
2.36. Darea în locațiune a unor încăperi (suprafețe) sau camere din componența locuințelor sau a caselor individuale de locuit			
- a unei camere	60	30	15
- a două camere	90	45	25
- a trei camere	120	60	30
- a patru și mai multe camere [Poziția 2.36 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	150	80	40
2.37. Darea în locațiune a încăperilor cu altă destinație decît aceea de locuință (garaje, șoproane, depozite, pavilioane) cu suprafața:			
- pînă la 50 m ²	60	30	15
- de la 50 la 100 m ²	90	45	25
- peste 100 m ² [Poziția 2.37 exclusă de la 01.01.2009 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	120	60	30
2.38. Servicii de sudare, de lucrări tehnico-sanitare	120	60	30
2.39. Organizarea discocluburilor	600	300	150
2.40. Executarea și comercializarea obiectelor de lemn, metal, ghips, argilă, ciment	100	60	40
inclusiv servicii de dulgherie	80	45	30
2.41. Confecționarea și darea în chirie a recuzitelor pentru diferite ceremonii și comercializarea lor	150	80	50
2.42. Copiere, multiplicare și legatul cărților	150	75	30
2.43. Tăbăcirea și prelucrarea pieilor, confecționare articolelor din blană și din piele și comercializarea lor	200	120	100
[Poziția 2.44 exclusă prin Legea nr.361-XVI din 23.12.05, în vigoare 01.01.06]			
2.45. Producerea, prelucrarea și comercializarea varului [Poziția 2.45 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea nr.208-XVI din 07.07.2006]	50	50	50
2.46. Colectarea și comercializarea ambalajelor din sticlă	100	75	50
2.47. Creșterea florilor și comercializarea lor [Poziția 2.47 exclusă de la 01.01.2007 prin Legea	150	75	40

nr.208-XVI din 07.07.2006]			
2.48. Păstorit	60	40	25

Notă:

Patentele de întreprinzător eliberate pînă la 1 ianuarie 2006 de inspectoratele fiscale de stat teritoriale pentru activitățile specificate la poziția 2.44.: „Dobîndirea și comercializarea calcarului” se vor utiliza pînă la expirarea termenului de valabilitate.

Anexa 5: Structura unui plan de afaceri

1. REZUMAT

- Suma dorită pentru finanțare, scopul și modul de utilizare; Garanțiile oferite și capitalul social existent
- Scurtă descriere a firmei (numele, domeniul de activitate, data înființării)
- Scurtă descriere a afacerii (de unde a venit și cum a evoluat ideea, situația actuală a firmei, produsele sau serviciile oferite, piața pe care se găsește sau pe care va intra firma, factori cheie de succes, previziuni ale veniturilor, cheltuielilor și profitului etc.)

2. CUPRINS

2.1. DESCRIEREA AFACERII

2.1.1. Descrierea domeniului/sectorului economic

- Cum a evoluat și care sunt tendințele de evoluție a acestui domeniu/sector în viitor?
- Care sunt riscurile specifice acestui domeniu/sector?
- Care sunt firmele și câte la număr care activează pe aceasta piață? Domeniul/sectorul este dominat de firme mari sau mici?
- Cât de mare este riscul eșecului (falimentului) în domeniul/sectorul respectiv?

2.1.2. Produsul sau serviciul oferit

- Descrie amănunțit fiecare din produsele/serviciile pe care doriți să le oferiți pe piață
- Care sunt caracteristicile specifice acestor produse/servicii?
- Unde se situează produsele/serviciile tale în raport cu produsele/serviciile similare ale altor firme prezente deja pe piață?
- Care sunt punctele tari și punctele slabe ale fiecărui produs/serviciu oferit și care sunt avantajele competitive vădite ale fiecăruia?
- Care este durata și ciclul de viață (de utilizare) a produsului/serviciilor tale?
- Ce garanție vei oferi produselor/serviciilor?
- Cum vor fi ambalate produsele respective?

2.1.3. Operațiunile

- Unde vor fi amplasate facilitățile productive și administrația?
- Cât spațiu este necesar și cum va fi obținut?
- Ce utilități (electricitate, gaz, apă, comunicații, căi de acces etc.) sunt necesare? Sunt toate acestea disponibile?
- Care este tehnologia ce va fi folosită? Ce utilaje sunt necesare?
- Care va fi capacitatea de producție?

- Ce riscuri implică procesul de producție? Ce măsuri de protecție se vor lua?
- Ce materii prime și materiale/ componente vor fi folosite; cine și de unde sunt furnizorii?
- Cum se va realiza transportul materiei prime, materialelor și componentelor achiziționate?
- Unde se va depozita materia primă, materialele, componentele, semifabricatele etc., inclusiv și produsele finite?
- În cazul în care faci business în parteneriat cu cineva, cine sunt partenerii și cu care alte firme planifici să colaborezi?

3. PLANUL DE MARKETING

3.1. Piața-țintă

- Cine sunt consumatorii, unde se găsesc și cât de des cumpără ei produsele/ serviciile tale?
- Care este numărul total al potențialilor consumatori și ce cantitate/volum de produse/ servicii ar putea ei consuma în total?
- Care sunt segmentele de piață și nișele pe care intenționezi să realizezi produsele/ serviciile tale?
- Analizează dacă este piața în stagnare sau în creștere; Cum presupuneți că va evolua consumul de produse/ servicii propuse întreprinderea proprie?
- Care este segmentul pe care intenționezi să-l ocupi?

3.2. Concurența

- Care sunt concurenții cei mai apropiați (directi și indirecti)?
- Analizează care sunt punctele lor tari și slabe?
- Prin ce diferă produsul/ serviciul tău de cel al concurenților?

3.3. Distribuția

- Cum va ajunge produsul/ serviciul la consumator?
- Veți folosi serviciile unor intermediari? Cine sunt ei?
- Care vor fi canalele de distribuție?

3.4. Prețul

- Care va fi prețul produsului/ serviciului și cum a fost stabilit?
- Care este prețul produsului în raport cu cel al concurenților?
- Care va fi strategia de stabilire a prețurilor (se va practica stabilirea unor prețuri diferențiate/ reduceri de preț în dependență de volum/ număr/ cantitate/ zonă geografică/ oferte speciale etc.?)

3.5. Promovarea produsului

- Care sunt caracteristicile importante și unice ale produsului/ serviciului?

- Ce tip de reclamă/ publicitate se va folosi (ziare, reviste, poștă, radio, televiziune, pliante, broșuri etc.)?
- Ce alte forme de promovare se vor folosi (mostre gratuite, demonstrații practice, cupoane pentru reduceri de preț etc.)?
- Care sunt costurile pentru promovarea produselor/ serviciilor? Dispuneți de acești bani?

4. ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA AFACERII

4.1. Forma juridică de organizare și forma de proprietate

- Ce denumire ai ales pentru afacerea dorită? Are acest nume vreo semnificație aparte?
- Ce formă juridică de organizare ai ales pentru afacere? De ce?
- Cine sunt proprietarii firmei? Care este suma aportului vărsată de fiecare proprietar la formarea capitalului social?
- Câte părți sociale (cote/ acțiuni) deține fiecare asociat și ce valoare au?
- Unde va fi plasat sediul firmei și de ce anume în acel loc/ local etc.?

4.2. Structura organizatorică, managerul și echipa managerială

- Ce tip de structură organizatorică a afacerii vei stabili? De ce?
- Alcătuieste organigrama firmei.
- Descrie principalele atribuții ale funcțiilor și compartimentelor din organigramă.
- În ce măsură proprietarii (asociați sau acționari) se vor implica în conducerea afacerii?
- Cine sunt persoanele care vor conduce afacerea?
- Anexează CV-urile echipei manageriale.

4.3. Forța de muncă

- Descrie numărul și structura personalului preconizat pentru implicarea în afacere și concret de ce fel de personal veți avea nevoie în perioada următoare inițierii afacerii.
- Cum vei face selecția personalului? Va fi nevoie de o pregătire profesională suplimentară a personalului?
- Ce salarii și alte avantaje/ facilități nesalariale vei acorda personalului?

5. PLANUL DE FINANȚARE

5.1. Bugetul de lansare (pornire) al afacerii

- Enumeră toate elementele necesare pentru pornirea afacerii.
- Ce valoare are fiecare?
- Cum și de unde va fi obținut?
- Din ce sursă va fi finanțat?
- Completează formularul bugetului de lansare a afacerii (pentru toată perioada de timp necesară până la pornirea efectivă a afacerii).

5.2. Bugetul de operare (exploatare)

- Enumeră toate elementele necesare pentru funcționarea afacerii?
- Completează formularul bugetului de operare (buget de venituri și cheltuieli), pentru cel puțin primul an de activitate
- Pentru afacerile (firmele) care sunt în curs de constituire, întocmește Bilanțul contabil pentru momentul începerii funcționării efective.
- Pentru afacerile (firmele) deja existente, pornește de la ultimul Bilanț contabil, respectiv Cont de profit și pierdere (anexați-le).

5.3. Finanțarea afacerii

- Care este suma totală necesară pentru finanțarea afacerii?
- Care este suma asigurată din sursele proprii sau ale asociaților?
- Cât este necesar să se obțină din alte surse? Care sunt acestea (credite bancare, împrumuturi de la rude, prieteni etc.)?
- Cum se va eșalona în timp rambursarea creditului și a dobânzii, în cazul obținerii unui credit bancar?
- Care va fi scopul și calendarul de utilizare a creditului?
- Completează formularul de previziune a cash-flow-ului.

Anexa 6: Exemplu de Plan de Afaceri

PLAN DE AFACERI

„Soapy Rides”

Soapy Rides, Rose Meadow 345 Tel. 876543

1. REZUMAT EXECUTIV

Soapy Rides este o spălătorie de mașini care va oferi servicii clienților din orașul Rose Meadow. Va furniza două servicii principale: spălarea și reparația interiorului și exteriorului mașinilor. Soapy Rides nu are concurenți care să ofere servicii de calitate la prețuri convenabile. Compania poate oferi servicii de înaltă calitate atât de spălare, cât și de reparație a mașinilor, datorită calificării angajaților săi.

Serviciile Soapy Rides se vor concentra pe trei grupuri de clienți: proprietarii de mașini personale, vânzătorii de mașini și companiile locale. Regiunea este destul de înstărită, 40% din locuitori câștigă peste 40.000\$ pe an. Pe un teritoriu de aproximativ 5 km există 5 companii vânzătoare de mașini care au nevoie de servicii de spălare ale automobilelor. Există, de asemenea, multe companii locale care au mașini. Un avantaj competitiv al companiei este experiența dlui Mark Smith, proprietarul afacerii. Pe parcursul ultimilor doi ani dl.Smith a fost implicat în afacerea de familie, ce se ocupa de reparația automobilelor. Înainte de această experiență Mark Smith a studiat mecanica auto la liceul din localitate.

Soapy Rides anticipează acapararea unui segment de piață de 20%. Peste un an afacerea va genera o marjă brută de 95% și o marjă netă de 11%.

2. DESCRIEREA AFACERII

Misiunea afacerii Soapy Rides este de a oferi servicii de spălare și reparație auto de cea mai înaltă calitate în localitatea Rose Meadow. Obiectivele companiei sunt:

- să devină prima afacere în topul afacerilor de spălare și reparație a automobilelor din Rose Meadow;
- să mențină o marjă a profitului brut de 95%;
- să genereze o marjă a profitului net de 11% după primul an de activitate;
- să extindă afacerea, creînd un astfel de serviciu într-un alt loc după al treilea an de activitate.

Proprietarii companiei

Compania va fi înregistrată sub numele lui Mark Smith, unicul proprietar al afacerii. Cheltuielile inițiale pentru afacerea Soapy Rides vor fi finanțate printr-un credit personal de 30.000\$, care a fost solicitat de către Mark Smith. Atelierul de lucru și oficiul vor fi arendate pentru minimum trei ani. Arenda va costa 1.200\$ pe lună. Asigurarea va costa

aproximativ 200\$ pe lună. Mark lucrează împreună cu un designer grafic la elaborarea logo-ului, a antetului și a broșurilor companiei.

Echipamentul include trei pompe de apă de presiune înaltă, două aspiratoare industriale, două calculatoare și un aparat de casă. Clădirea a fost utilizată anterior ca punct de deservire rapidă a automobilelor și, respectiv, a fost construită astfel încât să permită circulația rapidă a automobilelor. Se va apela la serviciile unei companii contractate pentru a renova încăperea.

În tabelul de mai jos sunt descrise Condițiile de lansare a afacerii și Soldul de Casă:

Condiții de lansare	\$	Soldul de Casă	\$
Taxe juridice	500	Bilanțul financiar la data începerii	8700
Cheltuieli legate de birotică, oficiu etc.	400	Stocul inițial	1250
Broșuri, indicatoare și panouri publicitare	1150	Capital circulant total	9950
Asigurarea	200	Active pe termen lung	10000
Arenda	1200	Active totale	19950
Echipamentul	4400	Totalul necesar	30000
Construcția și renovarea	2200	Investitorul 1	30000
		Pierdere la început	(10050)
TOTAL	10050	Capital total	19950

3. ANALIZA PIEȚEI

Orașul Rose Meadow oferă o serie de avantaje pentru o afacere de spălare a automobilelor. Peste 40% din locuitorii din zonă câștigă peste 40.000\$ pe an. Multe persoane au mașini noi și pun mare preț pe întreținerea acestora. În regiune există, de asemenea, un număr mare de companii vânzătoare de automobile (cinci dintre care activează în raza de 5 km de la locul unde va fi amplasată afacerea). Soapy Rides va oferi servicii de spălare, curățare și reparație a automobilelor, reparații simple și verificări de rutină.

Clienții țintă ai companiei sunt: proprietari de mașini noi, proprietari de mașini luxoase, proprietarii de mașini sport, proprietari de mașini de o viață, dealerii, companii din localitate.

Proprietari de mașini noi: Proprietarii mașinilor vor fi cei mai probabili utilizatori ai serviciilor de spălare a mașinilor. Acestor proprietari le place să se mîndrească cu mașinile lor și le spală frecvent.

Proprietari de mașini luxoase: Acești proprietari au mașinile luxoase de câțiva ani și doresc să le mențină în formă. Ei își aduc mașinile la spălat în mod regulat.

Proprietarii de mașini sport: Acești proprietari sunt, de cele mai multe ori, tineri care acordă o mare importanță modului în care arată mașinile lor. De obicei, le duc la spălat în fiecare săptămână.

Proprietari de mașini de o viață: Mulți dintre acești proprietari își au mașinile de mai mult de 5-6 ani. Ei le duc la spălat ocazional. Le place ca mașinile lor să arate ca noi și vor să le păstreze în formă.

Dealerii: Sunt cinci companii vânzătoare de mașini noi și mașini la mîna a doua în apropierea locului unde va fi amplasată afacerea. Aceste companii utilizează deseori serviciile de spălare a mașinilor din apropiere pentru a curăța automobilele înainte de a le scoate la vânzare.

Companii din localitate: Unele companii din localitate au mașini și microbuze care trebuie păstrate curate. Aceste companii sunt în căutarea unor servicii de spălare a automobilelor, convenabile ca preț și eficiente, pe care preferă să le utilizeze pe parcursul săptămînii.

Strategia de poziționare pe piața țintă: Strategia afacerii Soapy Rides este de a atrage clienți permanenți, care vor apela la serviciile acesteia în perioadele mai liniștite ale săptămînii. Nu va fi complicat să atragem clienți în lunile de vară și în week-end. Totuși, pe parcursul săptămînii, în special iarna, persoanele nu se vor gândi la spălarea mașinilor. De aceea, clienții țintă ai Soapy Rides vor fi persoanele care, în general, nu sunt foarte afectate de perioadele de activitate intensă, cum ar fi proprietarii de afaceri, pensionarii, vânzătorii de mașini și companiile. Concurenții Soapy Rides din Rose Meadow sunt câteva afaceri ce se ocupă de spălarea manuală a automobilelor și câteva mașini automate de spălare a automobilelor. Astfel, clienții țintă ai Soapy Rides vor fi persoanele care pun destul preț pe calitate și pe mașinile lor pentru a cheltui 12 \$ pe săptămînă ca să le spele.

Concurența: În Rose Meadow mai există o spălătorie mare manuală a automobilelor. Este destul de nouă și încearcă să concureze cu mașinile automate de spălare a automobilelor, oferind prețuri reduse. Totuși, aceasta nu atrage clienții care își doresc servicii calitative de curățare. Aceștia sunt clienții țintă ai Soapy Rides, deoarece ei sunt interesați mai mult de calitatea serviciilor. Ei nu sunt împotriva să cheltuiască ceva mai mulți bani pentru a-și spăla și lustrui mașina. Cheia succesului afacerii Soapy Rides este proprietarul acesteia și legăturile sale personale în regiunea Rose Meadow. Datorită acestor legături, vânzările și marketingul se vor axa pe abordarea individuală a fiecărui client, punîndu-se accent pe cîștigarea unor clienți loiali. Avantajul competitiv va fi faptul că proprietarul va pune mare accent pe crearea unui serviciu care să fie și rapid și eficient, păstrînd, în același timp costurile la un nivel minim.

Estimarea vânzărilor: În următorul tabel sunt estimate vânzările în baza strategiei de piață. Compania are drept scop creșterea vânzărilor concentrîndu-se pe segmente de clienți care vor dori să aibă mașinile curate pe parcursul întregului an.

VÎNZĂRILE PE UNITĂȚI	2004	PREȚUL PE UNITATE	2004	COSTUL PE UNITATE	2004
Spălare integrală	1760	Spălare integrală	15,00	Spălare integrală	0,70
Spălare exterioară	2050	Spălare exterioară	9,00	Spălare exterioară	0,40
Curățare interioară	770	Curățare interioară	8,00	Curățare interioară	0,30
Deservire	129	Deservire	140,00	Deservire	3,00
Spălarea automobilelor companiilor	615	Spălarea automobilelor companiilor	10,00	Spălarea automobilelor companiilor	0,70
Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	494	Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	70,00	Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	3,00
Vînzările totale pe unități	5818				

VÎNZĂRI TOTALE	2004	COSTURI	2004	PERSONAL	2004
Spălare integrală	26400	Spălare integrală	1232	Proprietarul	18000
Spălare exterioară	18450	Spălare exterioară	820	Spălători de automobile	30240
Curățare interioară	6160	Curățare interioară	231	Personalul administrativ/ Vînzări	13440
Deservire	18060	Deservire	387		
Spălarea automobilelor companiilor	6150	Spălarea automobilelor companiilor	431		
Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	34580	Deservirea automobilelor vânzătorilor de mașini	1482		
Vînzările totale pe unități	109800	Vînzările totale	4583	Suma totală pentru salarii	61680

4. PLANUL DE MANAGEMENT

Mark Smith va fi singurul proprietar și manager al companiei. În administrarea financiară a companiei acesta va fi ajutat de un contabil specialist.

Planul de personal: Atunci cînd își va începe activitatea compania va angaja cu normă deplină un specialist în spălarea și deservirea automobilelor. În plus, compania va lucra și cu colaboratori temporari și pe jumătate de normă. Compania va mai angaja un asistent

administrativ, care îl va ajuta pe proprietar cu munca de birou și va activa în calitate de recepționist.

5. PLAN FINANCIAR

În planul următor este descrisă dezvoltarea financiară a afacerii Soapy Rides. Inițial afacerea va fi finanțată printr-un credit personal în valoare de 30.000\$ personal, pe care îl va contracta proprietarul. În al treilea an de activitate se speră că va putea fi deschis al doilea sediu.

Analiza pragului de rentabilitate: Costurile lunare fixe pentru Soapy Rides sunt estimate la aproximativ 7.500\$, iar, conform pragului de rentabilitate, compania trebuie să deservească 203 mașini pe lună.

ANALIZA PRAGULUI DE RENTABILITATE	
Unitățile lunare conform pragului de rentabilitate (automobile)	\$203
Venitul lunar conform pragului de rentabilitate	\$9122
Costurile lunare fixe estimate	\$7500

Profitul și pierderile estimate

Următorul tabel cu privire la profit și pierderi prezintă veniturile și cheltuielile pentru primul an de activitate.

PROFIT ȘI PIERDERI	ANUL I
Vânzări	\$109.800
Cost total al vânzărilor	\$4.583
Profit Brut	\$105.218
Profit Brut %	95,83%
Cheltuieli	
Salarii	\$61.680
Vânzări și Marketing	\$2.600
Uzura	\$2.070
Încăperi	\$3.325
Asigurarea	\$1.800
Arenda	\$4.800
Impozite pe salarii	\$15.420
Cheltuieli operaționale totale	\$91.695
Profit înainte de impozitare	\$13.523
Impozitele achitate	\$3.204
Profit net	\$10.318
Profit net/vânzări	9,40%

Sursă: Mai multă informație cu referire la planuri de afaceri moderne, în limba engleză, pot fi găsite la adresa web: <http://www.sampleplans.com>

Anexa 7: Exemplu de Flux de numerar (Cash Flow)

Anul I											Total
I	Intrări ale mijloacelor bănești	Ian	Feb	Mar	Apr	Mai	...	Oct	Noi	Dec	An I
A	Intrări din vânzări (struguri)	0	0	0	0	0	...	40.000	0	0	80.000
	<u>Total Interimar</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	...	<u>40.000</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>80.000</u>
B	Alte intrări ale mijloacelor bănești						...				
	Credite bancare pe termen lung	0	0	0	30.000	0	...	0	0	0	30.000
II	Contribuții proprii	0	0	0	5.000	0		0	0	0	7.000
	<u>Total interimar</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>35.000</u>	<u>0</u>	...	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>37.000</u>
	Total Intrări (A+B)	0	0	0	35.000	0	...	40.000	0	0	117.000
	leșiri ale mijloacelor bănești						...				
C	Consumuri directe ale activității de producție						...				
	Îngrășeminte	0	0	0	0	0	...	2.080	0	0	3.180
	Forța de muncă	0	0	3.000	2.000	3.000	...	2.000	0	0	12.500
	Operații tehnologice mecanizate	0	0	0	0	0	...	1.500	0	0	1.500
	Cheltuieli neprevăzute (10%)	0	0	300	200	300	...	558	0	0	1.718
	<u>Total interimar</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>3.300</u>	<u>2.200</u>	<u>3.300</u>	...	<u>6.138</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>18.898</u>
D	Consumuri indirecte de producție						...				
	Consumuri de întreținere a mijloacelor fixe (reparații)	417	417	417	417	417	...	417	417	417	5.000
	<u>Total interimar</u>	<u>417</u>	<u>417</u>	<u>417</u>	<u>417</u>	<u>417</u>	...	<u>417</u>	<u>417</u>	<u>417</u>	<u>5.000</u>
E	leșiri ale mijloacelor bănești pentru investiții						...				
	Vița de vie	0	0	0	35.000	0	...	0	0	0	35.000
	<u>Total interimar</u>	<u>0</u>	<u>0</u>		<u>35.000</u>	<u>0</u>	...	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>35.000</u>
F	Alte cheltuieli: cheltuieli telefonice și poștale	20	20	20	20	20	...	20	20	20	240
	Cheltuieli bancare	60	60	60	60	60	...	60	60	60	720
	Impozit funciar	0	0	0	0	0	...	262,5	0	0	525

Impozit fondul social	0	0	0	0	0	...	262,5	0	0	525
Impozit pe venit	0	0	0	0	0	...	0	0	10.171	10.171
<u>Total interimar</u>	<u>80</u>	<u>80</u>	<u>80</u>	<u>80</u>	<u>80</u>	...	<u>605</u>	<u>80</u>	<u>10251</u>	<u>13.157</u>
G ieșiri ale mijloacelor bănești aferente creditelor și împrumuturilor	...									
Plata dobânzii la credite pe termen lung	600	560	620	600	620	...	465	300	155	6.360
<u>Total interimar</u>	<u>600</u>	<u>560</u>	<u>620</u>	<u>600</u>	<u>620</u>	...	<u>465</u>	<u>300</u>	<u>155</u>	<u>6.360</u>
Total ieșiri (C+D+E+F+G)	1.097	1.057	4.417	38.297	4.417	...	7.625	797	10.823	78.415
H Flux monetar net (I-II)	-1.097	-1.057	-4.417	-3.297	-4.417	...	32.375	-797	10.823	38.585

Anexa 8: Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor)

Formular CPS-1

Denumirea agentului economic _____

Adresa juridică _____

Codul fiscal _____

Registrul încasărilor (veniturilor) și plăților (consumurilor și cheltuielilor) de la ____ până la ____ 20__

Numărul criteriului	Data, luna, anul	Denumirea cumpărătorului, furnizorului și conținutul operațiunii economice	Unitatea de măsură	Cantitatea	Denumirea și numărul documentului	Încasări (suma), lei	Venituri, lei		Plăți (suma), lei	Consumuri și cheltuieli, lei		Soldul mijloacelor bănești, lei		Rezultatul financiar (profit (+) sau pierdere (-)), lei	
							Venituri din activitatea de bază (operațin.)	Venituri din alte activități (neoperațion.)		Consumuri și cheltuieli din activitatea de bază (operațională)	Cheltuieli din activitatea (neoperațională)				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15=8-11	16=9-12
		Sold la începutul anului de gestiune													
		Total la sfârșitul lunii, trimestrului, anului	x		x										

Întocmit _____

Verificat _____

Anexa 9: Borderoul de evidență a producției proprii

Formular CPS-2

Denumirea agentului economic _____

Adresa juridică _____

Codul fiscal _____

Borderoul de evidență a producției proprii _____

de la _____ până la _____ 20__

Numărul criteriului	Data, luna, anul	Denumirea documentului și conținutul operațiunii economice	Costul efectiv, lei	Costul normativ,	Intrările producției proprii	Consumat		Vinzări	Soldul cantitativ al producției proprii
						De angajați și membrii familiei	În scopuri de producție		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10=(6-7-8-9)
		Sold la începutul perioadei de gestiune							
		Sold la sfârșitul perioadei de gestiune	x		x				

Unitatea de măsură _____

Întocmit _____

Verificat _____

Anexa 10: Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii

Formular CPS-3

Denumirea agentului economic _____

Adresa juridică _____

Codul fiscal _____

Borderoul de evidență a decontărilor cu debitorii și creditorii
de la _____ pînă la _____ 20____

(în lei)

Numărul criteriului	Data, luna, anul	Denumirea și numărul documentului	Denumirea întreprinderii (cumpărătorului, clientului, furnizorului), persoanelor fizice, bugetele de stat, local, social etc.	Soldul la începutul perioadei de gestiune		Datoriile cumpărătorilor, clienților, persoanelor fizice etc. față de agentul economic				Datoriile agentului economic față de furnizori, antreprenori, persoane fizice etc.				Sold la sfîrșitul perioadei de gestiune	
				Datorii față de agentul economic	Datoriile agentului economic	înregistrare a		achitare a		înregistrare a		achitare a		Datorii față de agentul economic	Datoriile agentului economic
						data	suma	data	suma	data	suma	data	suma		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15=5+8-10	16=6+14-12
			Sold la începutul perioadei de gestiune												
			Total			x		x		x		x			

Întocmit _____

Verificat _____

Anexa 11: Contactele Oficiilor teritoriale ale Inspectoratului Fiscal

IFS teritoriale	Adresa	Telefon, email
m. Chișinău	2005, str. Cosmonauților, 9	82-32-52 82-33-02 82-32-54 fisc007sef@municipiu.fisc.md
s. Centru	2012, str. Mitr.Vaarlam, 65	82-31-52 82-31-85 fisc002sef@municipiu.fisc.md
s. Buiucani	2004, str. Mihai Viteazul, 2	82-30-11 82-30-21 fisc005sef@municipiu.fisc.md
s. Ciocana	2042, str. M.Sadoveanu, 24/1	82-30-67 82-30-74 fisc004sef@municipiu.fisc.md
s. Botanica	2043, str. Teilor, 10	82-32-39 82-32-41 fisc003sef@municipiu.fisc.md
s. Rîșcani	2068, str. Kiev, 3a	82-31-10 82-31-32 fisc006sef@municipiu.fisc.md
Bălți	3101, str. Stefan cel Mare, 128	231 2-35-02 fisc231@balti.fisc.md
Anenii-Noi	6501, str. Sciusev, 1	265 2-47-44 fisc265@anenii.fisc.md
Basarabeasca	6702, str. Karl Marx, 55	297 2-30-40 fisc267@bas-c.fisc.md
Briceni	4701, str. Independenței, 28	247 2-22-48 fisc247@briceni.fisc.md
Cahul	3901, str. Tolstoi, 2	299 2-54-46 fisc239@cahul.fisc.md
Cantemir	7301, str. Trandafirilor, 2	273 2-22-87 fisc273@cantemir.fisc.md
Călărași	4401, str. Alex. cel Bun, 130	244 2-28-48 fisc244@calarasi.fisc.md
Căușeni	4301, str. Păcii, 14	243 2-22-48 fisc243@causeni.fisc.md
Cimișlia	4101, bul. Ștefan cel Mare, 10	241 2-21-74 fisc241@cimislia.fisc.md
Criuleni	4801, str. 31 August, 106	248 2-04-13 fisc248@criuleni.fisc.md
Dondușeni	5101, str. Feroviarilor, 4	251 2-49-00 fisc251@donduseni.fisc.md
Drochia	5201, bul. Independenței, 15	252 2-22-48 fisc252@drochia.fisc.md

Dubăsari	4571, s. Cocieri, str.V.Lupu, 28	248 2-2-91 fisc248@dubasari.fisc.md
Edineț	4601, str. Independenței, 101	246 2-47-82 fisc246@edinet.fisc.md
Fălești	5901, str. Moldovei, 20	259 2-39-79 fisc259@falesti.fisc.md
Florești	5001, str. Victoriei, 2	250 2-26-82 fisc250@foresti.fisc.md
Glodeni	4901, str. Suveranității, 2	249 2-38-73 fisc249@glodeni.fisc.md
Hîncești	3401, str. Mihalcea Hbncu, 123	269 2-40-01 fisc234@hincesti.fisc.md
Ialoveni	6801, str. Alexandru cel Bun, 57	268 2-27-62 fisc268@ialoveni.fisc.md
Leova	6301, str. Dosoftei, 3	263 2-24-37 fisc263@leova.fisc.md
Nisporeni	6401, str. Suveranității, 2	264 2-35-35 fisc264@nisporeni.fisc.md
Ocnîța	7101, str. Independenței, 47	271 2-11-46 fisc271@ocnita.fisc.md
Orhei	3501, bul. M.Eminescu, 2	235 2-45-21 fisc235@orhei.fisc.md
Rezina	5401, str. 27 August, 1	254 2-30-80 fisc254@rezina.fisc.md
Rîșcani	5601, str. 31 August, 16	256.2-32-87 fisc256@riscani.fisc.md
Sîngerei	6201, str. Independenței, 111	262 2-26-90 fisc262@singerei.fisc.md
Soroca	3001, str. Stan Poetaj, 10	230 2-30-05 fisc230@soroca.fisc.md
Strășeni	3701, str. M.Eminescu, 31	237 2-20-61 fisc237@straseni.fisc.md
Șoldănești	7201, str. Boris Glavan, 1	272 2-22-87 fisc272@soldanesti.fisc.md
Ștefan-Vodă	4201, str. Libertății, 1	242 2-23-50 fisc242@stefan-voda.fisc.md
Taraclia	7401, str. Valeriu Cebanov, 3	294 2-13-88 fisc274@taraclia.fisc.md
Telenești	5801, str. Renașterii, 69	258 2-22-48 fisc258@telenesti.fisc.md
Ungheni	3601, str. Naționala, 17	236 2-73-02 fisc236@ungheni.fisc.md
Comrat	3801, str. Comsomolului, 24	298 2-31-50 fisc238@comrat.fisc.md
Ceadîr-Lunga	6101, str. Lomonosov, 33	291 2-24-33 fisc261@ceadir-lunga.fisc.md
Vulcănești	5301, str.Gagarin, 60	293 2-37-53

--	--	--

Anexa 12: Adrese web utile

Adresa paginei	Denumirea instituției, paginei
www.mec.gov.md	Ministerul Economiei și Comerțului
www.mfa.gov.md	Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene
www.mf.gov.md	Ministerul Finanțelor
www.maia.gov.md	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
www.mcdt.gov.md	Ministerul Construcțiilor și Dezvoltării Teritoriului
www.meniu.gov.md	Ministerul Ecologiei și Resurselor Naturale
www.turism.gov.md	Ministerul Culturii și Turismului
www.justice.gov.md	Ministerul Justiției
www.chamber.md	Camera de Comerț și Industrie a Moldovei
www.miepo.md	Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova
www.kompass.md	Cataloage ale organizațiilor și întreprinderilor
www.fisc.md	Inspectoratul Fiscal de Stat
www.statistica.gov.md	Biroul Național de Statistică
www.customs.gov.md	Serviciul Vamal
www.at.gov.md	Agencia Transporturi
www.moldosilva.gov.md	Agencia pentru Silvicultura "Moldosilva"
www.aamv.gov.md	Agencia Agroindustrială "Moldova - Vin"
www.tender.gov.md	Agencia Rezerve Materiale, Achiziții Publice și Ajutoare Umanitare
www.arfc.gov.md	Agencia Relații Funciare și Cadastru
www.odimm.md	Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului IMM
www.cccec.gov.md	Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției
www.licentiere.gov.md	Camera de Licențiere
www.businessportal.md	Business portalul întreprinderilor sectorului IMM din RM
www.allmoldova.com	Noutăți, adrese ale companiilor, oferte, cereri
www.justice.md	Legislația Republicii Moldova
www.licentiere.gov.md/ro/index.php	Licențierea activităților
www.minfin.md/ro/answerquestion/impzt	Calculul Impozitelor

http://mybusiness.md	On-line Magazin despre Micul Business în Moldova
http://jobmarket.md/ru/index	
www.franciza.md	Asociația de Franchising în Republica Moldova
www.franchise.org	Asociația Internațională a Francizelor
www.observatorulfrancizei.ro	Franciza în România
www.rarf.ru	Asociația Rusă de franchising
www.franchising.org.ua	Asociația Ucraineană de Franchising

Anexa 13: Contactele băncilor comerciale din Republica Moldova

Denumirea băncii	Adresa Web și email	Adresa sediului central	Telefon, Fax
Banca Comercială "Comertbank" S.A.	http://www.comertbank.md/ email: secretary@comertbank.md	MD-2043, or. Chișinău, str. Independenței, 1/1	Tel.: (+373-22) 839 839 Fax: (+373-22) 839 840
Banca Comercială "Victoriabank" S.A.	http://www.victoriabank.md email: office@victoriabank.md	MD 2004, or. Chișinău, str. 31 August 1989, 141	Tel.: (+373-22) 576 100 Fax: (+373-22) 234 533
Banca Comercială "Mobiasbanca" S.A.	http://www.mobiasbanca.md/ email: office@mobiasbank.com	MD 2012, or. Chisinau, bd. Stefan cel Mare si Sfint, 81a	Tel.: (+373-22) 541 974 Fax: (+373-22) 541 974
Societatea pe Acțiuni "Banca de Economii"	http://www.bem.md/ email: bem@bem.md	MD-2012, or. Chișinău, str. Columna, 115	Tel.: (+373-22) 218 001 Fax: (+373-22) 218 006
Banca Comercială "Unibank" S.A.	http://www.unibank.md/ email: welcome@unibank.md	MD-2012, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 45	Tel.: (+373-22) 225 586 Fax: (+373-22) 220 530
Banca Comercială "Eximbank" S.A.	http://www.eximbank.com/ email: office@eximbank.com	MD-2001, or. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 6	Tel.: (+373-22) 272 583 Fax: (+373-22) 546 234
Banca Comercială "Universalbank" S.A.	http://www.universalbank.md/ email: office@mail.universalbank.md	MD-2004, or. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt 180	Tel.: (+373-22) 295 895 Fax: (+373-22) 295 906
Banca Comercială Română Chișinău S.A.	http://www.bcr.md/ email: office@bcr.md	MD-2012, or. Chișinău, str. Tricolorului 32	Tel.: (+373-22) 220 549 Fax: (+373-22) 223 509
Banca Comercială "Banca Socială" S.A.	http://www.socbank.md/ email: office@socbank.md	MD-2005, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 61	Tel.: (+373-22) 221 481 Fax: (+373-22) 224 230
Banca Comercială "Moldova - Agroindbank" S.A.	http://www.maib.md/ email: aib@maib.md	MD-2005, or. Chișinău, str. Cosmonauților, 9	Tel.: (+373-22) 212 828 Fax: (+373-22) 228 058
Banca Comercială pentru Industrie și Construcții "Moldindconbank" S.A.	http://www.moldindconbank.md/ email: office@moldindconbank.com	MD-2012, or. Chișinău, str. Armenească, 38	Tel.: (+373-22) 576 782 Fax: (+373-22) 279 195
Banca Comercială "EuroCreditBank" S.A.	http://www.eurocreditbank.md/ email: office@ecb.md	MD 2001, or. Chișinău, str. Ismail, 33	Tel.: (+373 22) 500 101 Fax: (+373 22) 548 827

"Banca de Finanțe și Comerț" S.A.	http://www.fincombank.com/ email: fincom@fincombank.com	MD-2012, or. Chișinău, str. Pușchin, 26	Tel.: (+373-22) 269 900 Fax: (+373-22) 237 308
Banca Comercială "Energbank" S.A.	http://ru.energbank.com/ email: office@energbank.com	MD-2012, or. Chișinău, str. V. Alecsandri 78	Tel.: (+373-22) 544 377 Fax: (+373-22) 279 855
Banca Comercială "ProCredit Bank" S.A.	http://www.procreditbank.md email: office@procreditbank.md	MD-2012, mun. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 65 of. 901	Tel.: (+373-22) 836 401 Fax: (+373-22) 273 488

Anexa 14: Lista actelor normative ce reglementează activitatea antreprenorială

Legile Republicii Moldova:

- Legea R.M. cu privire la antreprenoriat și întreprinderi Nr. 845-XII din 3.01.1992
- Legea R.M. privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali nr. 220-XVI din 19.10.2007
- Legea R.M. cu privire la înregistrarea de stat a întreprinderilor și organizațiilor nr. 1265-XV/2000
- Legea R.M. privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206-XVI /2006
- Legea R.M. privind gospodăriile țărănești (de fermier) nr. 1353-XIV din 3.11. 2000
- Legea R.M. privind societățile cu răspundere limitată nr. 135-XVI din 14.06.2007
- Legea R.M. cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93-XIV din 15.07.98
- Legea R.M. cu privire la leasing nr. 59-XVI din 28.04. 2005
- Legea R.M. privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător nr. 451-XV/2001
- Legea R.M. privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător nr. 160 din 22.07.2011
- Legea R.M. cu privire la protecția concurenței nr. 1103-XIV din 30.06.2000
- Legea R.M. privind limitarea activității monopoliste și dezvoltarea concurenței nr.906-XII /1992
- Legea R.M. cu privire la arenda în agricultură nr. 198-XV din 15.05.2003
- Legea R.M. privind protecția mărcilor nr. 38-XVI din 29.02.2008
- Legea R.M. privind securitatea generală a produselor nr. 422-XVI din 22.12.2006
- Legea R.M. cu privire la investiții în activitatea de întreprinzător nr. 81-XV din 18.03.2004
- Legea R.M. cu privire la parcurile științifi co-tehnologice și incubatoarele de inovare nr.138 –XVI/2007
- Legea contabilității nr. 113-XVI din 27.04.2007
- Legea R.M. privind achizițiile publice nr. 96-XVI din 13.04.2007
- Legea R.M. pt mod. și complet. Art.49 din titlul II al Codului Fiscal R.M. nr. 185-XV/2004.

Hotărâri de Guvern:

- Hotărârea Guvernului nr.538 din 17.05.2007 cu privire la crearea Organizației pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii
- Hotărârea Guvernului cu privire la aplicarea mașinilor de casă și control cu memorie fi scală pentru efectuarea decontărilor în numerar nr. 474 din 28.04. 1998
- Hotărârea Guvernului cu privire la Nomenclatorul autorizațiilor, permisiunilor și certificatelor, eliberate de către autoritățile administrative centrale și organele subordonate acestora persoanelor fizice și juridice pentru practicarea activității antreprenoriale nr. 920 din 30.09. 2005

- Hotărârea Guvernului nr. 517 din 18.09. 1996 cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova
- Hotărârea Guvernului privind aprobarea tarifelor la serviciile cu plată, prestate de Camera Înregistrării de Stat a Ministerului Dezvoltării Informaționale nr. 926 din 12.07.2002.

Anexa 15: Lista secțiilor economice raionale

Raionul	Adresa Secției Economice	Telefon	Email
Anenii Noi	Piața 31 August, 4	2-36-26	anenii.noi@imm.md
Bălți	str. Independenței, 1	2-44-85	balti@imm.md
Basarabeasca	str. K. Marx, 55, bir. 318	2-20-58	basarabeasca@imm.md
Briceni	str. Independenței, 48	2-28-45	briceni@imm.md
Cahul	str. Piața Independenței, 2	2-88-06	cahul@imm.md
Cățărași	str. Biruinței, 1	2-36-40	calarasi@imm.md
Cantemir	str. Trandafirilor, 2, MD 7300	2-32-33	cantemir@imm.md
Căușeni	str. Mihai Eminescu, 31/ birou 35, 36	2-31-80	causeni@imm.md
Chișinău	str. Columna, 106	22-50-89	chisinau@imm.md
Cimișlia	str. Ștefan cel Mare, 12, bir. 308	2-20-58	cimislia@imm.md
Comrat	str. Pobedî, 117	2-23-97	Gagauzia.uta@imm.md
Criuleni	str. 31 august. 108, bir. 319, MD4800	2-22-64	criuleni@imm.md
Dubăsari	sat. Coșnita, Str Pacii 70	4-47-46	dubasari@imm.md
Dondușeni	str. Independenței, 1	2-12-09	donduseni@imm.md
Drochia	str. Independenței, 15, bir. 28	2-21-50	drochia@imm.md
Edineț	str. Independenței, 33, MD 4601	2-22-48	edinet@imm.md
Fălești	str. Ștefan cel Mare, 50	2-39-41	falesti@imm.md
Florești	bd. Victoriei, 2	2-03-42	floresti@imm.md
Glodeni	str. Suveranității, 2	2-31-74	glodeni@imm.md
Hîncești	str. Mihalcea Hincu, 126, MD3400	2-30-37	hincesti@imm.md
Ialoveni	str. Alexandru cel Bun, 33	2-44-20	ialoveni@imm.md
Nisporeni	str. I. Vodă, 2	2-22-27	nisporeni@imm.md
Leova	str. Independenței, 5, MD 6300	2-21-90	leova@imm.md
Ocnîța	str. Independenței 51, b 405, MD 7101	2-15-04	ocnita@imm.md
Orhei	bd. Mihai Eminescu, 2, MD 3505	2-70-44	orhei@imm.md
Rezina	str. 27 August, 1, MD 5400	2-16-44	rezina@imm.md
Rîșcani	str. Independenței, 44, MD 5600	2-33-52	riscani@imm.md
Sîngerei	str. Independenței, 111, MD 6201	2-32-85	singerei@imm.md
Șoldănești	str. 31 August, 1, MD 8301	2-54-83	soldanesti@imm.md
Soroca	str. Ștefan cel Mare, 5, bir 512	2-28-48	soroca@imm.md
Ștefan Vodă	str. Libertății, 1, MD 4201	2-20-88	Stefan.voda@imm.md
Strășeni	str. M. Eminescu, 28, MD 3701	2-79-04	straseni@imm.md
Taraclia	str. Sovetskaia, 59, MD 7401	2-59-83	taraclia@imm.md
Telenești	str. 31 August, 9, MD	2-23-55	telenesti@imm.md
Ungheni	str. Națională, 9, bir. 314	2-30-54	ungheni@imm.md

Anexa 16: Istorii de succes

Denumire: Societatea cu răspundere limitată “MAX VICTOR”



Înregistrare: anul 1997

Manager: Victor Lupașcu

Genul de Activitatea: Comerț Anglo, cu amănuntul și turism

Numărul de angajați: 84

Adresa: Orașul Rezina, str. 1 Mai, 4

Tel/fax: + 373 254 21663

Email: turism@max-victor.md

Pagina web: www.max-victor.md

Istoria Afacerii

La începutul afacerii sale, Societatea avea 5 salariați și se ocupa de comerțul cu amănuntul a produselor alimentare și a băuturilor. La moment aceasta este o companie renumită în regiune, în componența căreia funcționează 4 subdiviziuni: secția vânzări, bucătăria pentru prepararea bucatelor, secția servicii turistice și barul.

Societatea este specializată în domeniul vânzărilor angro (80% din volumul anual de vânzări) și comerțului cu amănuntul a produselor alimentare și a băuturilor. Pe lângă asta, Societatea prestează servicii în domeniul alimentației publice, turismului și transportului, organizează ceremonii atât pentru populație, cât și pentru persoane juridice. Începînd în anul 1997 de la vânzări cu amănuntul în cantități foarte mici, Societatea s-a transformat în cel mai mare angrosist de produse alimentare și băuturi din raioanele Rezina și Șoldănești, acoperind cererile pieței nu numai în orașe, ci și în localitățile rurale. Societatea are trei agenți comerciali, care asigură vânzările eficiente din zonă.



“MAX VICTOR” S.R.L. are priorități față de concurenții săi, și anume: prețuri flexibile, credite marfare clienților fideli și oferirea serviciilor suplimentare: livrări de hrană caldă.

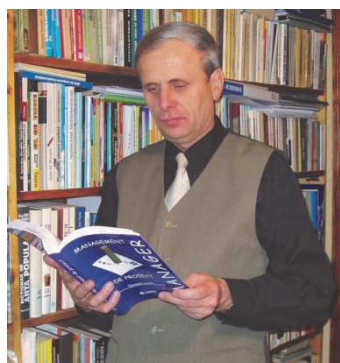
Rezultate obținute:

- ✓ Pe parcursul a 10 ani au fost create 80 de locuri de muncă noi;
- ✓ În regiune a fost creată o rețea de distribuție a mărfurilor;
- ✓ Volumul de vânzări a crescut de 10 ori față de primii ani.

Planuri de viitor:

- ✓ Dezvoltarea serviciilor turistice în zona Saharna;
- ✓ Inaugurarea muzeului etnografic și arheologie experimentală.

Denumire: Agenția pentru Dezvoltarea Regională „HABITAT”



Înregistrare: anul 2001

Manager: Valeriu Rusu

Genul de Activitatea: Servicii în Afaceri

Numărul de angajați: 6

Adresa: MD 5400, or. Rezina, strada Păcii, 61 Rezina

Tel/fax: + 373 25421360

Email: habitatvr@dmail.com

Pagina web: www.habitat.md

Istoria Afacerii

În anul 1999, în urma implementării planului de reduceri de personal, Valeriu și-a pierdut postul de lucru de la fabrica de ciment. Din moment, ce alte companii nu ofereau oferte de angajare mai bune el a luat decizia de a începe propria sa afacere, împreună cu soția.

Avînd experiență în politică, administrație publică și inginerie, Valeriu Rusu a început să studieze aspectele economice din viața comunității. Inițial, ideea de a oferi consultanță în marketing, resurse umane, management financiar, turism rural și organizarea business-urilor cu profil agricol, servicii de instruire în domeniul folosirii calculatoarelor și a limbilor străine, a apărut datorită unor nevoi și experiențe personale ale fondatorilor ADR “Habitat”. Un alt motiv important, care i-a determinat pe soții Rusu să înființeze un ONG este credința, că avînd o baza profesională poți ajuta oamenii.

Valeriu Rusu este licențiat în Tehnologii Informaționale, Management și Turism, are masterat în Administrație Publică. Svetlana Rusu este licențiată în Economie și are o vastă experiență în domeniul resurselor umane. Primul sediu al ADR “Habitat” a fost stabilit în casa fondatorilor. În prezent, întreprinderea închiriază un sediu frumos mobilat, dotat cu o sală de conferințe, o sală de instruiți și două birouri pentru specialiștii organizației. ADR “Habitat” are 10 calculatoare, un proiector digital, fax , Xerox, precum și alte echipamente.

Rezultate obținute:

- ✓ Au fost create 6 locuri permanente de muncă și circa 80 locuri temporare;
- ✓ Implementare și participare la 2 proiecte naționale și 16 proiecte de nivel regional;
- ✓ Servicii prestate pentru circa 950 persoane fizice și 60 persoane juridice.

Planuri de viitor:

- ✓ A introduce cele mai actuale și de perspectivă metode în atingerea autonomiei financiare și competenței profesionale a organizației;
- ✓ Bazarea pe metodele progresive pentru durabilitatea organizației și a serviciilor.

Denumire: Societatea cu răspundere limitată „Goliat Vita”



Înregistrare: anul 1997

Manager: Anastasov Serghei

Genul de Activitatea: Producerea mobilei

Numărul de angajați: 86

Adresa: UTA Gagauzia, m.Comrat, str. Lenin 11a

Tel/fax: +373-298-33028

Email: goliat-vita@mail.ru

Pagina web: www.goliat-vita.com.md

Istoria Afacerii

În anul 1997, în perioada deficitului total, soții Sergiu și Ludmila Anastasov, observând creșterea cererii pentru mobilă, au înregistrat societatea cu răspundere limitată «Goliat-Vita» și și-au început afacerea de la vânzările de mobilă produsă de întreprinderile din Chișinău și Tiraspol.

Dorința de a obține stabilitate financiară și tendința spre auto-realizare i-a stimulat de a lansa o proprie afacere de producere a mobilei. Începutul l-au constituit cele mai simple și mai solicitate articole: mesele și scaunele. În anul 2002 compania a recurs la credit bancar. Până la acel moment, au fost folosite propriile resurse financiare și mijloacele oferite de rude/prieteni. Întreprinderea se află într-o dezvoltare permanentă. Acest lucru se manifestă prin actualizarea continuă a nomenclatorului de articole: pe lângă mobila capitonată, întreprinderea extinde producerea de mobilă incorporabilă. Un accent aparte este pus pe garniturile moderne pentru bucătării, pentru camerele de copii și dormitoare.

Un procent semnificativ de mobilă se vinde la comandă. Numărul clienților permanenți constituie 60 la sută, ceea ce este o dovadă a grijii și receptivității operative la necesitățile și preferințele consumatorilor. Conducerea firmei este un participant activ al Proiectului Suport IMM în zona rurală. Căutarea permanentă a noilor tehnologii, a noilor metode de administrare și marketing reprezintă cartea de vizită a firmei și condiția ce i-a adus victoria în concursul anual «Marca Anului», în anul 2011.

Rezultate obținute:

- ✓ Creșterea anuală a numărului de angajați cu 4-5 persoane;
- ✓ Sporirea anuală a profiturilor cu 20%;
- ✓ Introducerea noilor tipuri de mobilă incorporabilă și capitonată în producere.

Planuri de viitor:

- ✓ Lansarea activității unei uzine de producere a plăcilor din aşchii de lemn;
- ✓ Implementarea standardelor internaționale de calitate ISO.

Denumire: Societatea cu răspundere limitată “ONOMAR”



Înregistrare: anul 2002
Manager: Oleg Coliba
Genul de Activitatea: Agricultură, agroturism ș.a
Numărul de angajați: 6
Adresa: Raionul Ungheni, s. Zagarancea
Tel/fax: + 373 236 23327, 079697229
Email: coliboleg@yahoo.com

Istoria Afacerii

„Onomar” SRL se află în satul Zagarancea, raionul Ungheni, o localitate foarte pitorească de pe malul Prutului. Este un business de familie și este condus de frații Coliba: Oleg și Anatolii: tineri și energici, posedă cunoștințe, experiență și creativitate. De aceea, afacerea lor s-a extins în multe direcții: agricultură, lucrări hidrotehnice, agroturism.

Au început activitatea cu oferirea serviciilor de construcție a digurilor, canalelor și bazinelor acvatice. Așa le-a venit gândul de a construi un iaz și de a dezvolta o afacere în piscicultură. Astăzi aici se oferă servicii de rentă celor pasionați de pescuit. Pe malul iazului atît pescarii, cît și familiile lor pot să se odihnească în căsuțe amenajate cu scaune și mese. Ideile vin în lanț. Și frații Coliba au hotărît să dezvolte zona de odihnă. Pentru utilizarea rațională a pămîntului de aici ei au ales cătina albă - cea mai potrivită cultură, după părerea lor, ce poate fi plantată fără a tulbura echilibrul ecologic. Plus, este o plantă care aduce multe beneficii datorită uleiului său prețios. Dorința aceasta a putut fi realizată cu asistența proiectului CNFA-USAID, la care au apelat frații Coliba și au cîștigat un grant pentru a procura și a planta puieții de cătină albă. Acum au o livadă tînă, cu 12 cele mai performante soiuri, cu cel mai bogat conținut de vitamine.

Rezultate obținute:

- ✓ 2 iazuri piscicole (inclusiv 1 – pentru creșterea puieților);
- ✓ 10 căsuțe pentru odihnă pe malul iazului;
- ✓ Livada de cătină albă; (membri ai Asociației Internaționale a produc. de cătină);
- ✓ Experiență vastă în construcția digurilor, canalelor și bazinelor acvatice.

Planuri de viitor:

- ✓ Procurarea echipamentului pentru culesul și procesarea primară a cătinei albe;
- ✓ Stabilirea în Moldova a Asociației producătorilor de cătină albă cu extinderea plantațiilor pînă la 100 ha;
- ✓ Crearea Centrului de Sănătate „Laguna” cu oferirea produselor fito-terapeutice, crescute aici, inclusiv produse din cătina albă (ceai, miere, vin ș.a).