

Educație antreprenorială

**Suport de curs
Texte de documentare
Fișe de lucru**

Prof. Solomon Mircea

2018

Cuprins

Table of Contents

Managementul resurselor personale	1
Alegerea traseului profesional	1
Problema mobilitatii profesionale	3
Calități și competențe ale întreprinzătorului	4
Inițierea și derularea unei afaceri	6
Planul de afaceri	7
Constituirea societăților comerciale	8
Instrumente necesare studierii pieței	8
Răspunderea în afaceri	10
Etica în afaceri	12
Protecția consumatorului	14
Riscul in afaceri	17

Managementul resurselor personale

MOTIVATIA MUNCII

Text de documentare

Munca este o formă a activității umane, o acțiune conștientă care are ca scop obținerea de bunuri și servicii necesare satisfacerii nevoilor. Reprezintă totalitatea resurselor umane (fizice și intelectuale) efectiv antrenate în activități economice.

În ultimă instanță munca presupune efort fizic și intelectual:

- fizic, în timpul de muncă (ore)
- valoric sub forma salariilor plătite posesorilor forței de muncă.

Asigurarea factorului muncă implică două aspecte:

- **cantitativ**: existența resurselor de muncă în societate (acel segment al populației care desfășoară efectiv muncă); **durata muncii** (exprimată în timpul de muncă, nr. săptămânal de ore de muncă);
- **calitativ**: **nivelul pregătirii și calificării profesionale**.

Motivația este un concept fundamental atât în psihologie, cât și în științele despre om, și exprimă faptul că la baza conduitei umane se află întotdeauna un ansamblu de mobiluri – trebuințe, tendințe, afecte, interese, intenții, idealuri – care susțin realizarea anumitor acțiuni, fapte, atitudini.

Motivația muncii. Motivația unui angajat pentru a munci reprezintă suma stimulilor necesari pentru realizarea performanței. În funcție de modul în care se realizează **valorizarea socială a muncii** (felul cum este privită, înțeleasă și practică munca) și de **contextul social**, se realizează și motivația celui care muncește.

Forma cea mai înaltă a motivației este motivația internă, care apare atunci când rolul profesional cu care interacționează subiectul devine el însuși o necesitate. Un indicator al motivației este **satisfația muncii bine facute**.

Factori care determină satisfacția în muncă sunt:

- munca însăși privită ca ansamblu de activități;
- posibilitatea de a învăța sau de a stăpâni bine o activitate;
- remunerația cu toate formele sale;
- promovările sau posibilitățile de evoluție profesională;
- recunoașterea rezultatelor bune;
- avantaje sociale;
- condițiile de muncă;
- stilul de management (conducere/organizare);
- relațiile interpersonale și lucrul în echipă;
- politicile și cultura întreprinderii;
- amplasarea locului de muncă față de locuință;
- renumele și importanța firmei.

Cerinta

Realizeaza tabelul in caiet si notează în continuare alte 3 profesii care presupun:

Activitate fizică	Activitate intelectuală
- constructor	- notar
-	-

Alegerea traseului profesional

Text de documentare

Carierea profesională = evoluția profesională a unui individ pe parcursul întregii sale vieți. În cadrul aceleiași profesii, în cariera unei persoane se pot înscrie specializări, perfecționări sau promovări profesionale.

Carierea reprezintă:

- o profesie;
- o ocupație;
- domeniu de activitate;
- timp cât cine va lucra într-un anumit domeniu;
- etapa sau treapta în ierarhia profesională;
- poziție în societate;
- situație bună

Formarea profesională inițială se referă la programele de formare cuprinse în învățământul obligatoriu și la cele urmate de absolvenți imediat după finalizarea acestuia prin care se asigură dobândirea unei calificări profesionale.

- se realizează în învățământul preuniversitar prin:

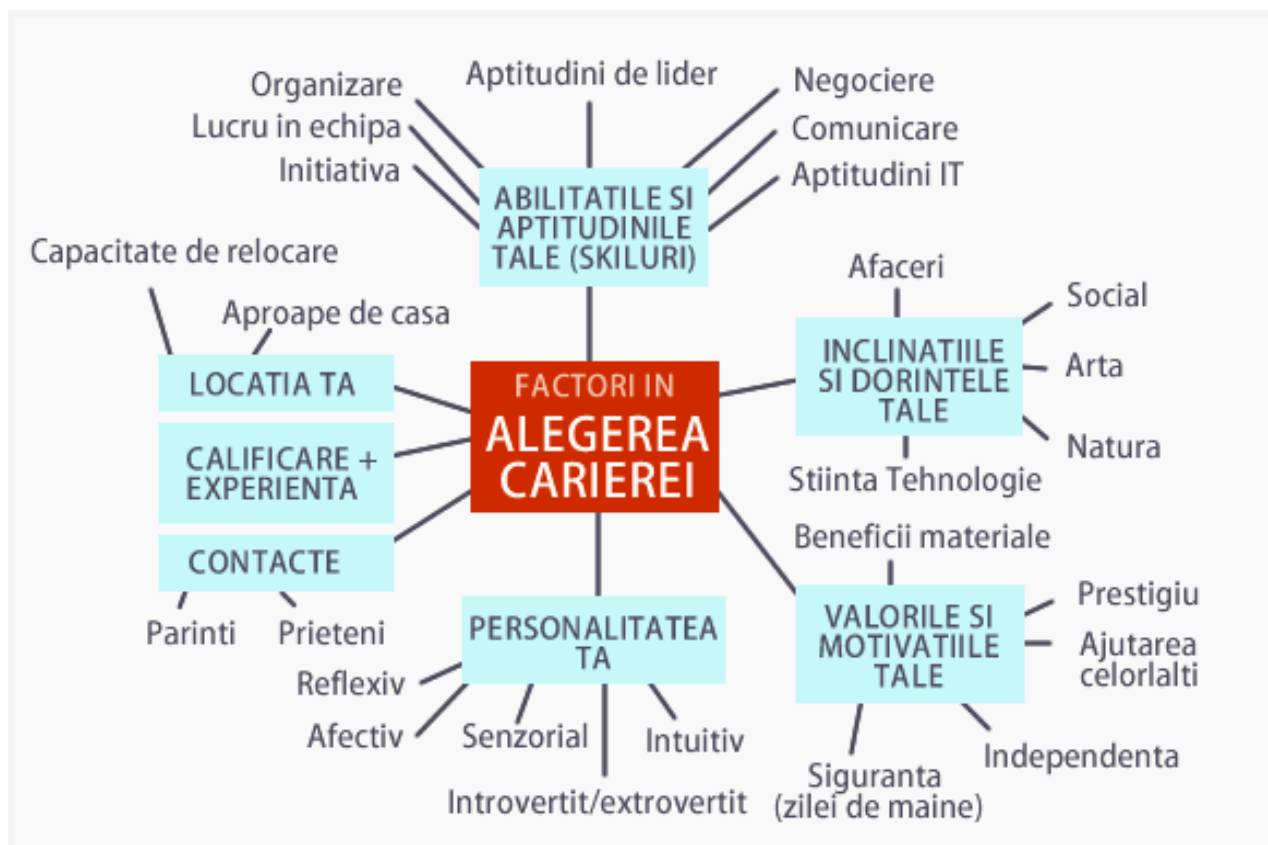
- învățământ profesional
- învățământ liceal, filiera tehnologică
- învățământ postliceal

Învățământul superior asigură formarea profesională inițială pentru cele mai ridicate niveluri de calificare.

Formarea profesională continuă

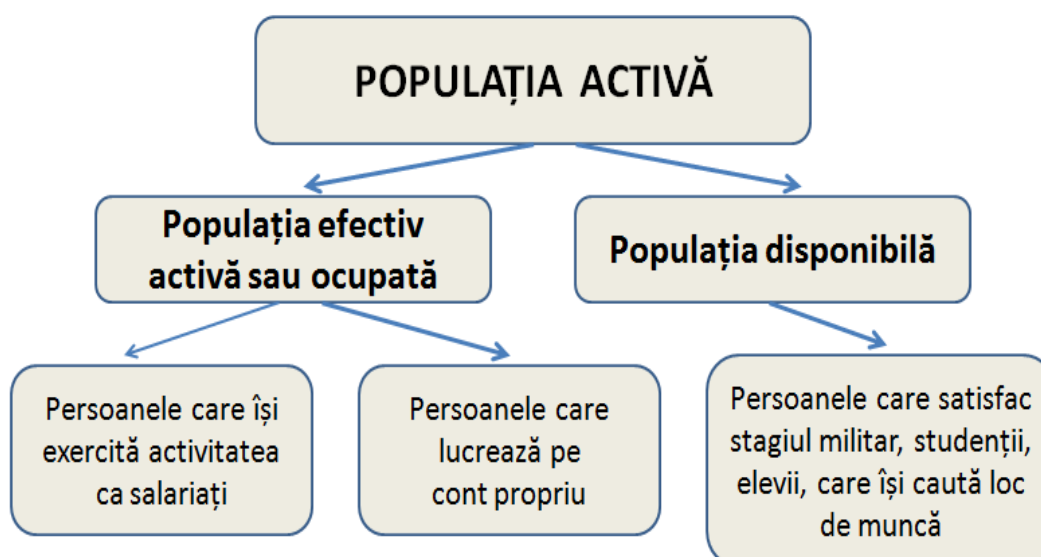
Adultii, persoanele care au vârsta la care pot stabili raporturi de muncă, au acces la formare profesională. Formarea profesională a adulților se organizează prin programe de inițiere, calificare, recalificare, specializare, care au drept scop:

- **inițierea** - dobândirea uneia sau mai multor competente specifice unei calificări
- **calificarea, respectiv recalificarea** – dobândirea unui ansamblu de competențe profesionale care permit unei persoane să desfășoare activități specifice uneia sau mai multor ocupații
- **perfecționarea, respectiv specializarea** – dezvoltarea sau completarea cunoștințelor, deprinderilor sau competențelor profesionale în cadrul aceleiași calificări, dobândirea de competențe noi, dobândirea de competențe cheie sau competențe tehnice noi



Populația activă din punct de vedere economic (sau **forța de muncă**) cuprinde toate persoanele de 15 ani și peste, care furnizează forța de muncă disponibilă pentru producția de bunuri și servicii în timpul perioadei de referință, incluzând populația ocupată și șomerii.

Populația ocupată cuprinde toate persoanele de 15 ani și peste care au desfășurat o activitate economică sau socială producătoare de bunuri sau servicii de cel puțin o oră în perioada de referință (o săptămână), în scopul obținerii unor venituri sub formă de salarii, plată în natură sau alte beneficii.



Tema de lucru

Alcatuiește o scurtă prezentare despre **Planul personal de cariera**

Problema mobilitatii profesionale

Text de documentare

Mobilitatea profesională

- este, în prezent, în mare măsură, determinată de progresul tehnic și tehnologic, dezvoltarea din ultima perioadă determină o accentuare a acestei forme de mobilitate.
- **exprimă capacitatea persoanelor de a exercita simultan sau alternativ o arie largă de activități lucrative, în condiții de eficiență economică.**
- **Constă în :**
 - schimbări ale ocupației prin trecerea de la o firmă la alta;
 - schimbări ale activității economice;
 - transferuri de la o profesie la alta, de la o categorie socio-profesională la alta, inclusiv avansările, promovările etc.

Probleme pe piața muncii europene (dezavantaje):

- rapida integrare economică internațională – fapt binecunoscut prin termenul de „globalizare”;
- segmentarea pieței muncii, adică existența duală a sectoarelor protejate și a celor mai puțin protejate;
- dezvoltarea accelerată și implementarea de noi tehnologii;
- scăderea populației cu vârstă de muncă pe fondul unei tendințe de îmbătrânire a întregii populații;
- pierderea forței de muncă înalt calificate,
- migrația ilegală,
- necesitatea de a-i integra în societate și pe piața muncii pe cei repatriați;
- separarea familiilor.

Principalul avantaj, pentru lucrătorii migranți români, îl constituie

- posibilitatea de a-și **găsi un loc de muncă** într-un alt stat membru al UE, în funcție de aptitudini și calificare.

Tema de lucru

1. Prezintă aspecte pozitive și negative referitor la situația unei familii (familia ta sau una cunoscută) în care unul sau mai mulți membrii au plecat la muncă în străinătate.

Individul ca întreprinzător

Calități și competențe ale întreprinzătorului

FISA DE LUCRU - Identificarea profilului unui întreprinzător de succes

antreprenor = întreprinzător = *persoană care deschide și derulează o activitate economică (afacere)*



Pentru a putea îndeplini rolul unui bun întreprinzător și pentru a face față cerințelor o persoană ar trebui să posede o serie de calități necesare bunei desfășurări a activității.

Un viitor patron ar trebui să aibă o serie de calități și aptitudini sau competente.

Calitate = trasatura de personalitate, o însușire esențială, în virtutea căreia un individ este deosebit față de alt individ;

Competența = suma cunoștințelor, abilităților și atitudinilor care contribuie la capacitatea unei persoane de a-și îndeplini eficient sarcinile și responsabilitatea postului;

Tema de lucru

Subliniați calitățile importante pe care credeți că un întreprinzător ar trebui să le aibă:

- sănătate fizică bună, demararea și consolidarea unei afaceri necesitând în definitiv mult timp și muncă anevoioasă;
- capacitatea de a identifica rapid soluțiile atunci când situațiile complexe impun întreprinzătorului să învețe rapid și să rezolve probleme complicate;
 1. **capacitatea de a aborda global situațiile, fapt ce-i permite să integreze în orice moment detaliile care facilitează executarea unui proiect;**
 2. **încredere în sine, ceea ce îi permite să nu se descurajeze în fața dificultăților întâmpinate;**
 3. **perseverență însoțită de energia necesară realizării obiectivelor propuse;**
 4. **nevoia de a conduce și controla propria întreprindere, concomitent cu asumarea de responsabilități maxime;**
 5. **capacitate de asumare a riscului, pe baza analizării consecințelor deciziilor adoptate în vederea realizării obiectivelor propuse;**
 - **foarte realist, acceptă lucrurile așa cum sunt și abordează problemele în mod pragmatic;**

- **prudent, adică neîncrezător, își respectă cuvântul dat și așteaptă ca și alții să procedeze la fel;**

- capacitate de munca în echipă;
- stabilitate emotivă suficientă, capacitatea de a gestiona tensiunile care adesea pot apărea în cadrul întreprinderii
- capacitate de organizare a propriei munci;
- asumare a responsabilităților.

Practica a dovedit că realizarea cu succes a unei afaceri presupune ca **întreprinzătorul** să aibă câteva **calități esențiale**:

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. capacitate de a decide; | 9. capacitate de a comunica; |
| 2. tenacitate; | 10. spirit critic și autocritic; |
| 3. spirit de inițiativă; | 11. aptitudinea de a controla; |
| 4. simț al responsabilității; | 12. capacitatea de a-i înțelege pe alții; |
| 5. rezistență la șocuri; | 13. curiozitate; |
| 6. capacitate de adaptare; | 14. entuziasm; |
| 7. sănătate; | 15. respectare a angajamentelor. |
| 8. capacitate de muncă; | |

Prezentare schematică a trăsăturilor caracteristice ale întreprinzătorului:

1. în ceea ce privește calitățile personale:	2. În ceea ce privește caracteristicile intelectuale	3. În ceea ce privește relațiile:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inteligență 2. Dinamism 3. Ambiție 4. Perseverență 5. Chibzuință 6. Capacitatea de a transmite mesaje ușor de înțeles 7. Exigență 8. Capacitatea de a reacționa rapid 9. Asumarea riscurilor care pot fi administrate, calculate 10. Experiență 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitate decizională 2. Aptitudine de a planifica și de a defini obiective 3. Eficiență. 4. Polivalență a pregătirii 5. Capacitate de a gestiona o afacere 	<ol style="list-style-type: none"> a) cu superiorii: <ul style="list-style-type: none"> - Cooperare 1. A ști să-și apere ideile în numele competenței 2. A ști să refuze b) cu alți întreprinzători: <ul style="list-style-type: none"> 1. Competitivitate 2. Loialitate 3. Colaborare 4. Asumarea responsabilității c) cu subordonații: <ul style="list-style-type: none"> 1. Exigență 2. Tact 3. Control 4. Distanță afectivă 5. Capacitate de a stabili și menține relații interpersonale bune d) cu ansamblul organizației: <ul style="list-style-type: none"> 1. Corectitudine 2. Exigență 3. Distanță e) cu clienții <ul style="list-style-type: none"> - Atenție 1. Amabilitate 2. Corectitudine 3. Capacitate de negociere 4. Cinste 5. Promptitudine 6. Asumare a responsabilității
<ul style="list-style-type: none"> • Profesionalism • Dorința de autoperfecționare • Adaptabilitate • Responsabilitate • Independență 	<ul style="list-style-type: none"> • Simț critic în aprecierea situațiilor • Realism • Curiozitate intelectuală • Abordare pozitivă a dificultăților • Receptivitate la sfaturi 	

Inițierea și derularea unei afaceri

IDEEA DE AFACERE



Decizia de a-ti infiinta o afacere e foarte importanta, dar la fel de important e care va fi obiectul de activitate al acesteia. Pentru o parte dintre oameni ideea e in mintea lor de mult timp: e o pasiune puternica, exista un interes pentru un anumit domeniu, e ceva care reprezinta o continuitate din punctul de vedere al experientei, e o abilitate pe care o detin si o pot exploata, detin anumite resurse.

Tema de lucru

Prezentati o idee de afacere. Realizați o prezentare powerpoint sau un fisier Word cu ideea voastră de afacere care să includă:

Cerinte:

1. O lista de posibile afaceri ținând cont de cu aptitudinile pe care le detineti și de pasiunile pe care le aveți.
2. Un domeniu de activitate și explicați în câteva rânduri în ce constă activitatea firmei voastre:
 - de exemplu - producție
 - servicii
 - comerț. (vezi Clasificarea activităților din economia națională)
3. Forma de organizare a afacerii dv. De ex: persoană fizică, asociație familială, societate comercială (SRL, SA...)
4. Identificati un segment de piață, posibillii clienți. Nu este un proces usor, insa se poate realiza urmarind cu atentie tendintele locale si nationale, prin emisiuni economice, sau ținând cont de nemulțumirile oamenilor referitor la firmele care există în prezent.
5. Găsiți o denumire potrivită pentru afacerea voastră.
6. O imagine sugestivă pentru ideea voastră de afacere,
7. O siglă/ logo,
8. Informați-vă pe internet sau discutând cu persoane care lucrează în domeniu despre resursele de care ați avea nevoie pentru ca firma să funcționeze:
 - materiale
 - financiare
 - umane

Planul de afaceri

Conținutul unui plan de afaceri

1. **Rezumat:** o trecere în revistă a celor mai importante aspecte ale afacerii. Deși este prezentat primul, aceasta este secțiune care se scrie ultima. Oferă o imagine de ansamblu a afacerii și trebuie să prezinte câteva elemente cheie.
2. **Descrierea companiei:** viziune, misiune, valori, scurta descriere a industriei în care activează, istoricul companiei, aspecte de ordin legal.
3. **Produse & Servicii:** descriere, caracteristici, beneficii, aspecte de cercetare dezvoltare, preturi, producție, livrare, brevete, etc.
4. **Marketing & Vânzări:** definiția pieței, profilul consumatorului, segmentarea pieței, analiza SWOT și analiza a competitivității, aspecte privind strategiile de promovare și vânzări, poziționarea.
5. **Strategie și implementare:** politica de resurse umane, furnizori, parteneriate strategice, aspecte legale, managementul riscului, locație, facilități, asigurări necesare, termene limita, responsabili pe fiecare activitate. Aceasta parte trebuie să fie cât mai exactă, să includă date certe, responsabilități, bugete.
6. **Management:** descrierea pozițiilor cheie, descrierea responsabilităților, descrierea echipei de management, organigrama, planul de recrutare și instruire, consultanți externi (dacă este cazul).
7. **Financiar:** costuri start-up, necesar de finanțare, surse potențiale de finanțare, profit & pierdere, cash flow, balanțe, indicatori de performanță, datorii și planificarea plății acestora, analize cost-beneficiu, analiza pragului de rentabilitate, previziuni ale vânzărilor.

Constituirea societăților comerciale

Actul constitutiv exprimă acordul de voință al asociaților sau acționarilor realizat cu scopul de a da naștere, a modifica, a transmite sau a stinge drepturi și obligații ce decurg din exercitarea obiectului de activitate al societății comerciale .

Societățile comerciale se constituie ca:

- **PROPIETATE PUBLICĂ** -(regii autonome / companii naționale), în ramurile strategice, este persoana juridică, funcționează pe baza de gestiune economică și autonomie financiară;
- **PROPRIETATE PRIVATĂ** - persoane juridice organizate sub formă de societăți comerciale, au patrimoniu propriu, organizare de sine stătătoare și pot fi conform legii 31/1990:
 - SRL
 - SA
 - SNC
 - SCS
 - SCA

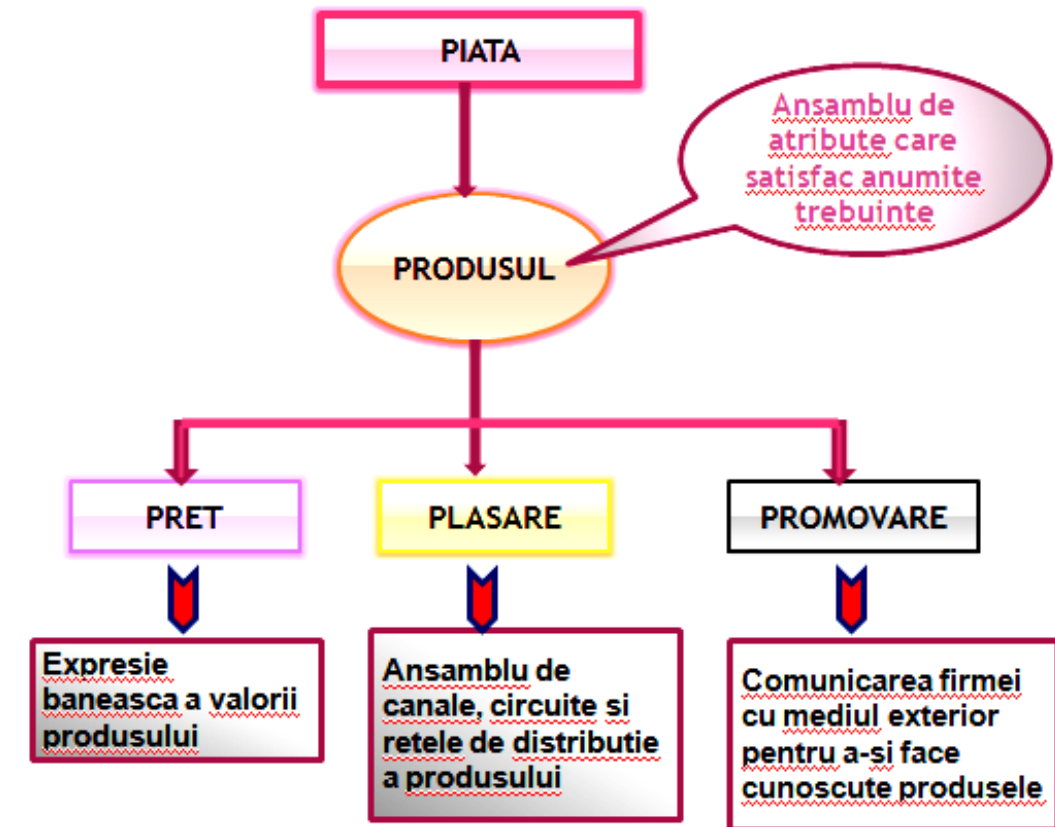
INSTRUMENTE NECESARE STUDIERII PIETEI

Piața reprezintă:

- Spatiul economic al confruntării cererii cu oferta
- Spatiul în care se formează prețul la care se vând și se cumpără bunurile economice
- Loc de întâlnire al agenților economici în vederea schimbului de activități
- Loc de manifestare a concurenței între agenții economici.

Piața presupune existența:

- Unui bun economic – obiectul tranzacției
- Vanzatori și cumparatori
- Cadru economico-geografic (magazin ,depozit, bursa)
- Un timp dat (zi, luna, trimestru, an)
- Confruntare pentru stabilirea prețului .



Chestionarul reprezintă un instrument prin care se poate realiza un studiu de piață.
= Succesiune logica de intrebari (majoritatea cu raspunsuri oferite in variante multiple) cu ajutorul carora se culeg datele intr-o cercetare.

Răspunderea în afaceri

DEFINIȚIE: Răspunderea în afaceri se referă la comportamentul pe care îl aleg întreprinzătorii din multiplele variante posibile, ținând cont de interesele generale ale firmei și de dispozițiile legale restrictive care nu pot fi încălcate.

FUNCȚIILE RĂSPUNDERII:

- FUNCȚIA COERCITIVĂ – se referă la constrângerea și pedepsirea întreprinzătorului care nu respectă legea
- FUNCȚIA EDUCATIVĂ – are rol preventiv

FORMELE RĂSPUNDERII:

- RĂSPUNDERE DISCIPLINARĂ – se referă la raporturile dintre angajat și angajator
- RĂSPUNDERE CONTRAVENȚIONALĂ – aplicarea de amenzi antreprenorului care nu respectă legea
- RĂSPUNDERE CIVILĂ
 - contractuală (nerespectarea obligațiilor asumate prin semnarea de contracte)
 - delictuală (apare cand întreprinzătorul încalcă o normă juridică, producând unei anumite persoane un prejudiciu)
- RĂSPUNDERE PENALĂ – se referă la infracțiune (este cel mai aspu pedepsită de lege), fapte ilicite foarte grave.

Tema de lucru:

a) Realizeaza schema lectiei in caiet, folosind textul de documentare de mai sus.

b) Rezolva in caiet :

EXERCITII

A) COMPLETEAZĂ ENUNȚURILE URMĂTOARE CU INFORMAȚIA CORECTĂ :

1) Răspunderea în afaceri se referă la.....

.....

2) Funcțiile răspunderii în afaceri sunt: funcția.....și funcția.....

3) Enumeră formele de răspundere în afaceri.....

.....

4) Răspunderea.....se referă la se referă la raporturile dintre angajat și angajator.

5) Răspunderea civilă este :și

6) O conduită necorespunzătoare în afaceri atrage.....celui vinovat.

B) SUBLINIAZĂ VARIANTA CORECTĂ:

Abaterea cea mai grava dintre toate faptele pedepsite de lege și cel mai aspru sancționata este:

- contravenția
- infracțiunea
- culpa

Sunt provocări morale în viața de afaceri:

- servirea impecabilă a clienților
- sustragerea de la răspundere
- încheierea de afaceri prin mitui

Etica în afaceri

Principii etice în relațiile cu angajații firmei

Etic = corect, moral.

Reușita unei afaceri depinde în mare măsură de respectarea unor principii etice în raporturile cu angajații firmei, cu partenerii de afaceri și cu întreaga comunitate locală.

Responsabilitatea socială include adoptarea unei poziții de sprijin pentru problemele publice, acțiuni în favoarea grupurilor defavorizate, anticiparea nevoilor viitoare ale societății și acțiuni pentru satisfacerea lor.

- Responsabilitățile față de angajați

Drepturile salariatului	Obligațiile salariatului
<ul style="list-style-type: none"> ● dreptul la salarizare pentru munca depusă; ● dreptul la repaus zilnic și săptămânal; ● dreptul la concediu de odihnă anual; ● dreptul la egalitate de șanse și tratament; ● dreptul la demnitate în muncă; ● dreptul la securitate și sănătate în muncă; ● dreptul la acces la formarea profesională; ● dreptul la informare și consultare; ● dreptul de a lua parte la determinarea și ameliorarea condițiilor de muncă și a mediului de muncă; ● dreptul la protecție, în caz de concediere; ● dreptul la negociere colectivă și individuală; ● dreptul de a participa la acțiuni colective; ● dreptul de a se constitui sau a adera la un sindicat; ● alte drepturi prevăzute de lege sau de contractele de muncă. 	<ul style="list-style-type: none"> ● obligația de a realiza norma de muncă sau, după caz, de a îndeplini atribuțiile ce îi revin conform fișei postului; ● obligația de a respecta disciplina muncii; ● obligația de a respecta prevederile cuprinse în regulamentul intern, în contractul colectiv de muncă aplicabil, precum și în contractul individual de muncă; ● obligația de fidelitate față de angajator în executarea atribuțiilor de serviciu; ● obligația de a respecta măsurile de securitate și sănătate a muncii în unitate; ● obligația de a respecta secretul de serviciu; ● alte obligații prevăzute de lege sau de contractele colective de muncă aplicabile.
Drepturile angajatorului	Obligațiile angajatorului
<ul style="list-style-type: none"> ● să stabilească organizarea și funcționarea unității; ● să stabilească atribuțiile corespunzătoare fiecărui salariat, în condițiile legii; ● să dea dispoziții cu caracter obligatoriu pentru salariat, sub rezerva legalității lor; ● să exercite controlul asupra modului de îndeplinire a sarcinilor de serviciu; ● să constate săvârșirea abaterilor disciplinare și să aplice sancțiunile corespunzătoare, potrivit legii, contractului colectiv de muncă aplicabil și regulamentul intern; ● să stabilească obiectivele de performanță individuală, precum și criteriile de evaluare a realizării acestora. 	<ul style="list-style-type: none"> ● să informeze salariații asupra condițiilor de muncă și asupra elementelor care privesc desfășurarea relațiilor de muncă; ● să asigure permanent condițiile tehnice și organizatorice și condițiile corespunzătoare de muncă; ● să acorde salariaților toate drepturile ce decurg din lege, din contractul colectiv de muncă aplicabil și din contractele individuale de muncă; ● să se consulte cu sindicatul sau, după caz, cu reprezentanții salariaților în privința deciziilor care ar putea să afecteze drepturile acestora; ● să plătească toate contribuțiile și impozitele aflate în sarcina sa, să rețină și să vireze contribuțiile și impozitele datorate de salariați, în condițiile legii; ● să înființeze registrul general de evidență a salariaților și să opereze înregistrările prevăzute de lege; ● să elibereze, la cerere, toate documentele care atestă calitatea de salariat a solicitantului; ● să asigure confidențialitatea datelor cu caracter personal ale salariaților.

- **Angajatorul are responsabilitati si fata de:**
 - **de partenerii de afaceri**
 - **de institutiile publice.**

Protecția consumatorului

Text de documentare

Conceptul de protecție a consumatorilor este parte din alt concept și anume cel de protecție socială. Acesta din urmă vizează atât realizarea unor obiective generale – protecția demnității umane.

Protecția consumatorilor este considerată o latură importantă a politicii de protecție socială. În cadrul protecției consumatorilor trebuie avute în vedere multiple aspecte legate de problemele cu care se confruntă consumatorii: prețurile și calitatea bunurilor și serviciilor, sistemul de informare, structura produselor care-i asigură consumul și faptul că un consumator poate achiziționa bunuri de consum, alimentare sau nealimentare, medicamente, servicii, de informații, activități de timp liber etc

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) este un organ de specialitate al administrației publice centrale din România, cu personalitate juridică, aflat în subordinea Guvernului. Până în anul 2001 a fost numit *Oficiul pentru Protecția Consumatorilor (OPC)*

Drepturile consumatorului într-o societate democratică sunt următoarele:

- dreptul de a fi informat
 - de a avea etichete cu afișarea conținutului (Ex: la alimente)
 - listarea ingredientelor toxice cu denumirea completă și nu doar numărul E-000
- dreptul de a alege
- dreptul de a returna marfa în termen de 30 de zile, prezentând bonul de cumpărare (în unele țări UE)
- dreptul de a nu polua mediul
 - dreptul de a avea acces la facilități de reciclare a deșeurilor
- dreptul de a se asocia pentru
 - discuții cu privire la
 - prețuri
 - calitate
 - condiții de livrare, de ambalare,
 - proteste contra comercianților
 - plata doar cu monezi de 5 bani (exemplu în 2011 când s-a scumpit benzina la pompă)
 - lăsarea mărfii la casierie, comerciantul fiind nevoit să o reazeze pe raft,
- dreptul de a fi despăgubit.

Consumator = orice persoană care achiziționează un produs sau un serviciu.

În momentul în care tânărul consumator învață să ceară calitate produselor și serviciilor refuzând să cumpere produse de proastă, calitate sau neetichetate corespunzător sau să sesizeze abuzurile, agentul economic va fi obligat să ofere calitate. De aceea e bine să ne cunoaștem drepturile ca și consumatori.

Parcurge următoarele cerințe și notează în caiet:

1. Accesează site-ul <https://anpc.ro/> și vezi ce informații găsești în calitate de consumator
2. Accesează site-ul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor www.anpc.gov.ro iar de la secțiunea INFO-util caută a doua informație: Pe scurt despre drepturile consumatorilor la achizițiile online. Citește textul și notează în caiet doar informații despre garanția legală și cea comercială ;

3. Temă de casă

Imaginează ți că ai fost înșelat în ceea ce privește calitatea /cantitatea unui produs/ serviciu. Scrie o reclamație către Oficiul pentru Protecția Consumatorului. Vezi formularul de pe verso.

RECLAMATIE

1. Numele și prenumele _____

Adresa _____

Nr. telefon _____

2. Denumirea și adresa agentului economic care a comercializat produsul sau a prestat serviciul _____

3) Produsul sau serviciul reclamat (elemente de identificare și caracterizare)

4. Data achiziționării produsului / serviciului _____

5. Detalii cu privire la deficiențele reclamate: _____

6. Pretensiile reclamantului: _____

7. Documente probatorii anexate: _____

și, dacă este cazul - de exemplu duceți la sediul comisariatului produse alimentare stricate

8. Produse predate pentru efectuarea cercetării și starea calitativă a acestora:

Data și semnatura dvs.

Riscul in afaceri

Riscul este un concept care exprimă probabilitatea unor întâmplări negative și impactul acestora.

Într-o afacere riscul trebuie gestionat în mod eficient.

De regulă, există 4 etape în abordarea riscurilor:

- identificarea riscurilor;
- analiza lor;
- asumarea și controlul
- transferul riscurilor.

Dacă primele două etape sunt clare, în etapa a treia se pune problema dacă acceptăm aceste riscuri, controlându-le și, bineînțeles, asumându-ne consecințele ca acestea să se producă, sau, potrivit etapei a patra, dacă le transferăm parțial sau total către o instituție specializată în protecția la acestea, cum ar fi societățile de asigurări -reasigurări.

Riscurile asociate afacerii rezidă, printre altele, în:

- concurența neloială,
- lipsa de onestitate în derularea contractelor,
- folosirea de instrumente false de plată,
- înșelarea partenerilor de afaceri și, nu de puține ori, a asociaților,
- fraudă internă sau externă companiei,
- folosirea cu rea-credință a finanțărilor,
- management (organizare) defectuos,
- conjuncturi potrivnice de piață (de exemplu - situația creată de corona-virus),
- dezechilibre ale cursurilor valutare,
- deficiențe ale pieței
- Incoerența legislativă adeseori invocată .

Un management (organizare) eficient al riscurilor reprezintă, fără îndoială, o condiție a succesului în afaceri.

Cu certitudine, nevoia de siguranță în afaceri devine stringentă, maximizarea profiturilor și minimizarea pierderilor reprezentând un obiectiv fundamental strategic pentru orice companie responsabilă.