Interreg

Co-funded by the European Union

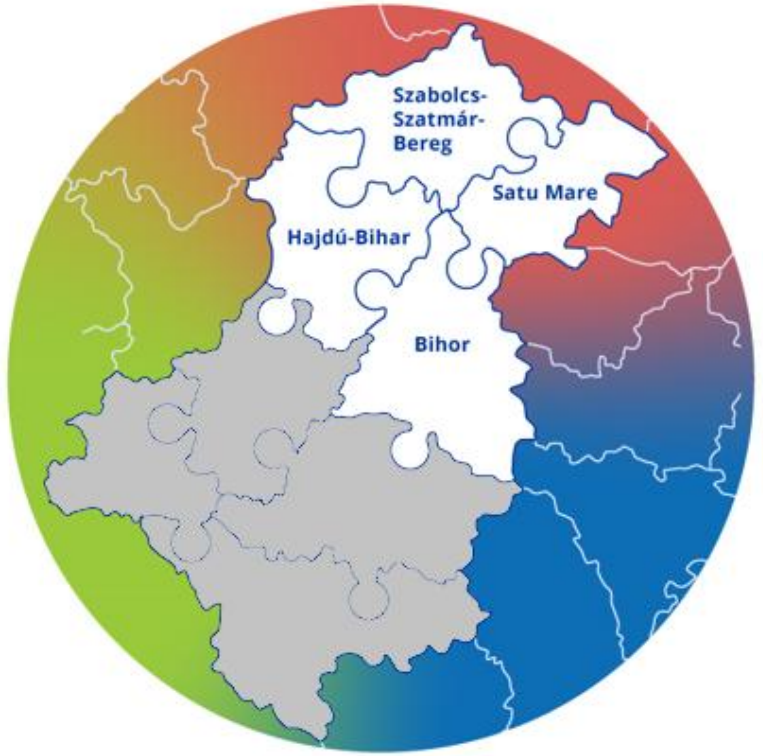
Romania - Hungary

GOVERNMENT OF ROMANIA

HUNGARIAN GOVERNMENT

INSPIRE

Improving **N**etworks and **S**ervices to **P**romote **I**nnovative and **R**esilient **E**ntrepreneurship



Locație: Nyíregyháza & Oradea

Atelier de sprijin pentru afaceri

interreg-rohu.eu


1
Mentalitate antreprenorială
2
Dezvoltarea produselor și serviciilor
3
Marketing și atragerea clienților
4
Resurse umane și consolidarea echipei
5
Planificare financiară
6
Ghid practic de administrare
7
Tehnici de prezentare și pitch
PROFIT
☺

”Scopul scrisului este de a umfla ideile slabe, de a ascunde raționamentele greșite și de a împiedica claritateá.”

Calvin and Hobbes

Șablonul modelului de afaceri

Alexander Osterwalder, 2008

Șablon vizual, ușor de înțeles – coordonează activitățile; descoperă conexiuni și posibile compromisuri.

Key Partners

Key Activities

Key Resources

Value Propositions

Customer Relationships

Channels

Customer Segments

Cost Structure

Revenue Streams

Key Partners

Key Activities

Key Resources

Value Propositions

Customer Relationships

Channels

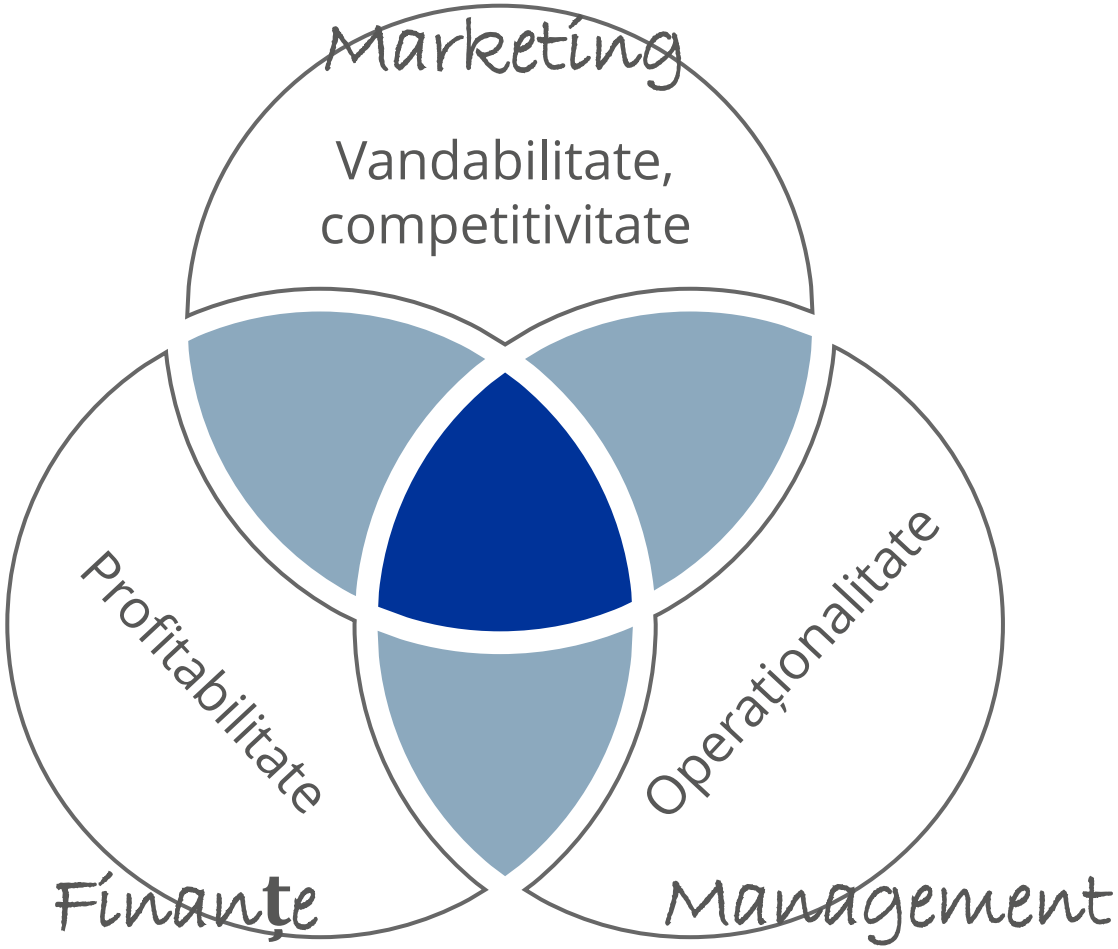
Customer Segments

Cost Structure

Revenue Streams

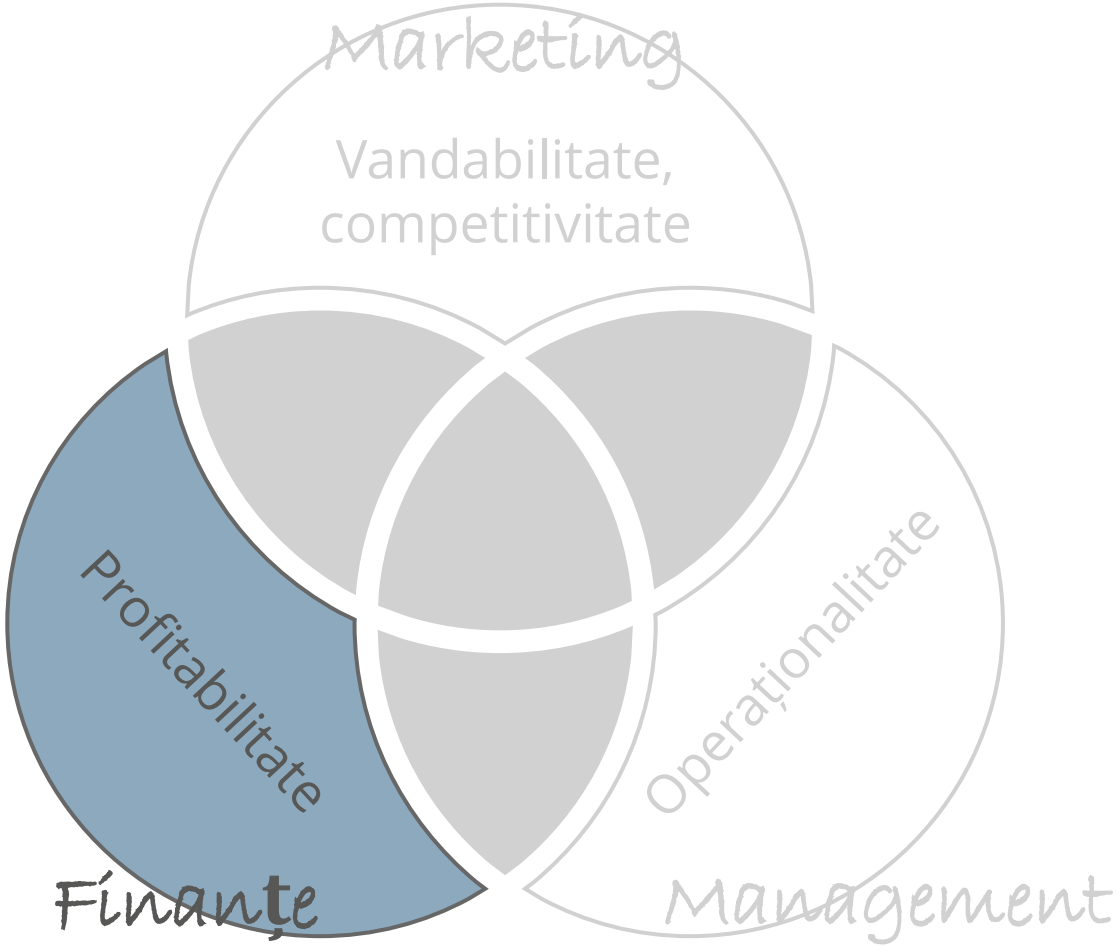
3 factori

care determină viabilitatea unei idei de afaceri:



3 factori

care determină viabilitatea unei idei de afaceri:



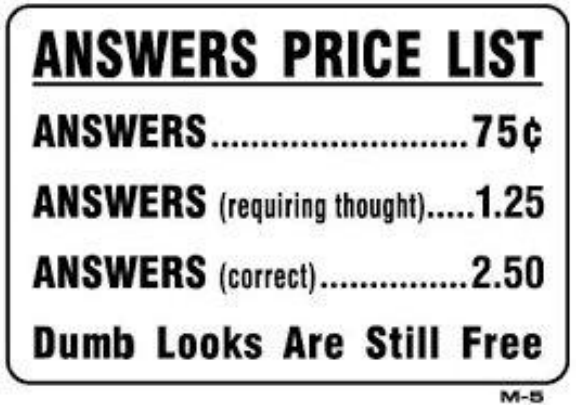
Întrebare cheie: merită?

CHELTUIELI	VENITURI
Costuri de start-up	... din vânzarea unui produs/serviciu
Costuri fixe	
Costuri variabile	

Putem vinde produsul/serviciul nostru la un preț care să acopere costurile
ȘI să genereze profit?

Pentru a evalua acest lucru, trebuie să iei în considerare opțiunile de stabilire a prețului și apoi să calculezi toate costurile necesare pentru a începe și a opera afacerea.

Care este semnificația prețului?



Valoare monetară

Operare profitabilă

Poziționare, imagine

Asigurarea profitabilității: acoperirea costurilor și generarea de profit

Exprimarea valorii

Exprimarea valorii unui produs sau serviciu: reflectarea condițiilor de piață

Pentru ce plătește clientul? *În cazul serviciilor, nu este întotdeauna clar: pentru timp sau pentru performanță (sau o combinație a celor două*).

Factori*: *costuri materiale, supratаxe pentru servicii suplimentare/livrare rapidă, reduceri etc.”

Poziționare, imagine



Preț premium: companiile folosesc adesea un preț ridicat pentru a poziționa produsul ca un articol de lux (modă).

Stabilirea prețului

Suma pe care sunt dispuși să o plătească

Strategia de stabilire a prețului bazată pe valoare

Cercetare de piață

Studierea prețurilor concurenților și a publicului-țintă (ex.: pe Facebook)

Cost total/unitate

Elasticitatea prețului: sensibilitatea la fluctuațiile de preț (ideal, cererea rămâne stabilă – ex.: țigări, benzină)

Stabilirea prețului

Depinde de...

Costuri

Stabilirea prețului pe baza costurilor:
De obicei utilizată la vânzarea produselor tangibile; nu este cea mai bună strategie pentru servicii, deoarece acestea oferă o valoare mult mai mare decât costul 'creării' lor.

Nevoile cumpărătorului

*Stabilirea **prețului în funcție de cerere** (ex.: dezinfectant pentru mâini – COVID-19).*

Competiție

***Stabilirea prețului competitiv** (mai mic sau mai mare – în funcție de calitatea produsului/serviciului comparativ cu al concurenței); afacerile care concurează pe o piață foarte saturată pot alege această strategie, deoarece chiar și o mică diferență de preț poate fi un factor decisiv pentru clienți.*

Stabilirea prețului – **tipuri**

Tranzacții individuale

- ❑ Vânzări (vânzarea unui produs/serviciu)
- ❑ Taxe de utilizare (ex.: închirierea trotinetelor electrice cu tarif pe minut)
- ❑ Plăți recurente
- ❑ Abonamente (Netflix, EA Play Pro etc.)
- ❑ Leasing (e.g., mașini)
- ❑ Taxe de licență (software, proprietate intelectuală etc.)

Pentru ce, cât și cum plătesc clienții tăi?

Stabilirea prețului – tactici

- “Freemium” (versiune de bază + opțiuni suplimentare – software)
- High-Low (produse sezoniere)
- Preț bazat pe timp (ex.: consultanți)
- Price skimming (preț mare care scade treptat în timp – tehnologie)
- Preț de penetrare (preț foarte mic care crește treptat – afaceri noi)
- Loss leader (atragerea clienților cu „momeală legală”)
- Preț psihologic (ex.: terminat în 9)
- …

Costuri

- **Companii orientate pe costuri** (minimizatori de costuri) vs. **companii orientate pe valoare** (creatori de valoare)
- Costuri fixe (ex.: chirie) și costuri variabile

Pot fi „manipulate” prin **producția de masă** (economii de scară) sau prin **parteneriate** (economii de alegere)

Care sunt resursele/activitățile principale cele mai costisitoare?

Costuri

Costuri de start-up

Costuri reale de start-up
Imobiliare (cumpărare/chirie)
Echipamente, mobilier
Stoc inițial de materiale
Brand corporativ, publicitate
Instrumente/comisioane de comunicare
Experți externi (contabil etc.)
Licențe, autorizații
IT, website
Papetărie
Cont bancar...

Costuri operaționale

Costuri materiale (inclusiv servicii))
Costuri de resurse umane (salarii etc.)
Amortizare
Utilități
Alte costuri (asigurări, comisioane bancare etc.)

Costuri

Costuri fixe

Bancă, contabilitate
Salarii
Chirie & utilități
Curățenie, mentenanță
Mașina companiei
Amortizare
Marketing
...

Acestea sunt **prezente chiar și atunci când afacerea NU vinde produse/nu oferă servicii,** fiind exprimate în unități de timp (ex.: o medie lunară).

Costuri variabile

Materii prime/mărfuri
Costuri de transport
Subcontractori
Altele ... (depinde de activitate)

Ele sunt **prezente doar în timpul «producției»,** determinate de unitatea produsului/serviciului.

Cost TOTAL = costuri variabile+ costuri fixe (% pe produs/serviciu)

Amortizare

- Cost – *10 000 EUR*
- Durată de viață– *4 ani*
- Valoare estimată după durata de viață – 2 000 EUR
- Metodă de amortizare – liniară (-2 000 EUR/an), pe baza productivității (500 ore de utilizare în Anul 1, 800 ore în Anul 2…)

Important pentru baza ta de impozitare ca afacere!

Salarii



4,134 RON *(≈814 EUR)*

CAM: 2.25%

4,050 RON *(≈797 EUR)*

CASS: 25%
CAS: 10%

Impozit pe venit: 10%

-300 RON (fără taxă)

2,574 RON *(≈507 EUR)*



328,604 HUF *(≈835 EUR)*

CASS: 13%

290,800 HUF *(≈739 EUR)*

CAS: 18.5%
Impozit pe venit: 15%

193,382 HUF *(≈491 EUR)*

Punctul de break-even (pragul de rentabilitate)

$$\frac{\text{Totalul costurilor fixe (F)}}{\text{Prețul pe unitate (E) – Costul variabil pe unitate (V)}}$$

Cantitatea minimă care asigură recuperarea costurilor la un anumit preț unitar

$$\frac{\text{Costurile totale (F + V*Q)}}{\text{Cantitatea produsului/serviciului (Q)}}$$

Prețul unitar minim care asigură recuperarea costurilor pentru o anumită cantitate

Unitate: bucată, oră de consultație, etc.

Flux de numerar

Situația fluxului de numerar măsoară modul în care o companie își gestionează banii **în timp**, adică în ce măsură generează venituri pentru a-și acoperi obligațiile și diversele activități.



Exemplu: facturi pentru vânzări de produse/servicii, taxe, salarii, chirii



Schimbări în echipamente, unelte și active – de obicei elemente de cheltuieli (achiziții), dar vânzarea unei proprietăți, de exemplu, apare ca venit

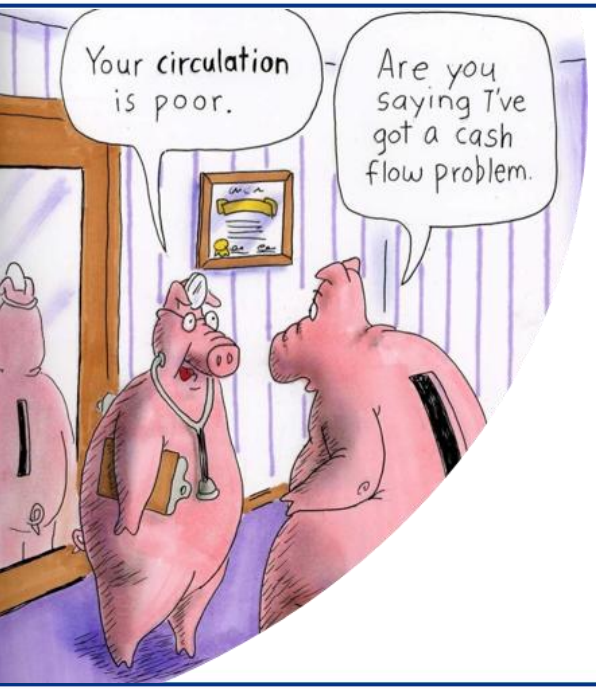


Numerar din partea investitorilor/băncilor (adică împrumuturi) + plăți către acționari (dividende). Când o companie emite acțiuni publicului, aceasta este înregistrată ca venit, dar când plătește proprietarilor, este înregistrată ca cheltuială.

Cash Flow - How It Works to Keep Your Business Afloat



the balance



Este posibil ca afacerea ta să obțină profit, dar să nu aibă numerar!

Gestionarea fluxului de numerar este cea mai dificilă parte la începutul unei afaceri: ai multe cheltuieli și banii ies continuu din buzunar, în timp ce încă nu ai vândut nimic și nu ai clienți plătitori. De aceea vei avea nevoie de o sursă temporară de bani (ex.: un împrumut). **Dacă nu ai suficienți bani pentru a rezista în primele șase luni**, șansele de succes sunt reduse.

Ce ai **nevoie vs. ce deții?**

Activele unei afaceri necesare pentru a susține activitatea:

- ❑ Umane (oamenii cu care te înconjori)
- ❑ Financiare (capital de start-up)
- ❑ Fizice (birou, mașină etc.)
- ❑ Intelectuale (ex.: cunoștințe, baze de date, brand)

Care sunt resursele principale de care ai nevoie pentru propunerea ta de valoare?

Ordinea planificării (*în general*)

(Pasul 0: propoziția de valoare – activitățile principale)

1. De ce ai nevoie?
2. Ce deții deja?
3. Costuri → preț fezabil
4. Are prețul sens pe piață?
5. Ajustează (sau renunță)
6. PROFIT

Interreg

Co-funded by the European Union

Romania - Hungary

GOVERNMENT OF ROMANIA

HUNGARIAN GOVERNMENT







TITLUL PROIECTULUI	Improving Networks and Services to Promote Innovative and Resilient Entrepreneurship (INSPIRE)
CODUL PROIECTULUI	ROHU00283
AUTOR(I)	Network for Regional Development Foundation (HÁRFA)
DATA PUBLICĂRII	Septembrie 2025

Proiect finanțat de Uniunea Europeană prin intermediul fondului Interreg și cofinanțat de România și Ungaria. Responsabilitatea pentru conținutul acestui material aparține autorului (autorilor).

Vă mulțumim pentru atenție!

The content of this material does not necessarily represent the official position of the European Union.