

CUM ATRAGI FINANȚE, GRANTURI ȘI VINZI SERVICIILE ÎNTREPRINDERII SOCIALE?

1. Capitalul necesar pentru realizarea ideii de afacere. Surse financiare proprii și împrumutate

Inițierea afacerii, în cele mai multe cazuri, se face pe cont propriu, iar necesarul de mijloace financiare pentru pregătirea și începerea afacerii trebuie bine determinat în planul de afaceri, în care se verifică viabilitatea și profitabilitatea ideii de afaceri. În caz contrar, există riscul ca, înregistrând afacerea, antreprenorul să nu mai dispună de resurse financiare pentru lansarea activității de bază.

Utilizăm sau nu fonduri împrumutate? Avantaje și dezavantaje

Sursele financiare ale membrilor organizației, susținătorilor, rudelor sau prietenilor sunt adesea folosite la etapa de inițiere a afacerii. Cel mai mare risc legat de această sursă de finanțare constă în punerea-n pericol a relației cu aceste persoane, în cazul în care eșuează afacerea. Prin urmare, este important ca investițiile lor să fie tratate la fel ca și cele ale unei bănci sau unei alte surse externe de capital. Respectiv, urmează să fie elucidate condițiile și termenii de rambursare a împrumutului luat de la aceste persoane.

Instituțiile de microfinanțare și băncile comerciale sunt folosite în calitate de surse externe pentru finanțarea noilor afaceri. Însă, preocuparea acestor instituții este capacitatea solicitantului de a rambursa creditul, determinată de personalitatea solicitantului, aptitudinea acestuia de a administra afacerea.

Adesea afacerile sociale nu dispun de un gaj adecvat necesităților de finanțare și obținerea creditelor de la instituțiile bancare este problematică. Instituțiile de microfinanțare și băncile comerciale nu-și vor asuma riscuri prea mari în cazul unor afaceri sociale nou create.

IMPORTANT! Împrumuturile obținute de la instituțiile financiare urmează a fi solicitate numai după ce au fost analizate minuțios condițiile pentru obținerea unui credit și antreprenorul soci-al este sigur în capacitatea sa de-a asigura restituirea/rambursarea banilor împrumutați.

2. Cine susține inițiativele de antreprenoriat social și prin ce modalități?

Credite mici pentru afacerile sau întreprinderile sociale se pot obține de la băncile comerciale, instituțiile de microfinanțare, precum și de la Asociațiile de Economii și Împrumut, care funcționează pe întreg teritoriul țării.

De asemenea, sunt numeroase programe de finanțare, granturi pentru întreprinderile mici și mijlocii care aplică inovații în afaceri, subvenții în avans pentru start-up-uri și organizații de susținere a micilor afaceri sociale (ODIMM, businessportal etc).

CUM ATRAGI FINANȚE, GRANTURI ȘI VINZI SERVICIILE ÎNTREPRINDERII SOCIALE?

Un susținător și partener de dezvoltare a antreprenoriatului social în Republica Moldova este Uniunea Europeană. Pentru a susține mediul antreprenorial în țară, Uniunea Europeană, prin intermediul programului [EU4Business](#), oferă credite disponibile până la trei milioane de euro.

La fel, antreprenorii sociali din Moldova pot accesa granturi pentru lansarea afacerilor sociale, în valoare de până la zece mii de euro, prin intermediul proiectului „EUnlocking”.

Pe lângă programele naționale și cele internaționale, există și asociațiile de business din Republica Moldova care au scopul de a susține antreprenoriatul și de a colabora inclusiv cu întreprinderile nou-create, pentru a promova interesele acestora.

3. Leasing-ul ca formă de finanțare pentru începerea afacerii

Leasing-ul reprezintă o formă de arendă pe termen lung, caracterizată prin transmiterea în folosință a echipamentului, instalațiilor, mijloacelor de transport etc. în schimbul plății chiriei.

În limitele contractului de leasing, firma de leasing achită întreprinderii producătoare prețul echipamentului și îl livrează antreprenorului social, care achită firmei de leasing plata pentru folosirea echipamentului și comisioanele.

Cele mai întâlnite produse de leasing sunt automobile, utilaje și echipament.



Avantajele leasing-ului pentru afacerea/întreprinderea socială:

- ✓ permite să obțină mijloace necesare pentru producere și să înceapă imediat exploatarea lor în lipsa resurselor financiare suficiente;
- ✓ plata pentru chirie se include în costul producției/serviciului și micșorează suma venitului impozabil al beneficiarului;
- ✓ peste 2-3 ani antreprenorul social poate procura echipamentul la valoarea lui reziduală;
- ✓ plata pentru chirie se efectuează conform unui grafic stabilit în contract, astfel beneficiarul are posibilitatea să coordoneze cheltuielile și veniturile sale;
- ✓ plata pentru chirie se efectuează după instalarea echipamentului și beneficiarul poate efectua plățile din mijloacele obținute de la realizarea producției fabricate pe echipamentul exploatat.

CUM ATRAGI FINANȚE, GRANTURI ȘI VINZI SERVICIILE ÎNTREPRINDERII SOCIALE?



Dezavantajele leasing-ului pentru afacerea/întreprinderea socială:

- antreprenorul social nu este proprietarul mijloacelor fixe, nu le poate pune în gaj;
- antreprenorul social suportă riscul uzurii morale a echipamentului și, ca urmare, plata pentru chirie poate fi mai mare decât cheltuielile suportate pentru procurarea echipamentului sau plata creditului.

4. Cum vindem serviciile (produsele) rezultate din afacerea socială?

Nu poți separa afacerea ta de marketing și vânzări!

Antreprenorul social, înainte de a vinde ceva, trebuie să cunoască care sunt produsele/ serviciile de care au nevoie consumatorii.

Aceasta are nevoie de o minimă cercetare a situației pe piață:

- care este prețul produselor similare;
- care este calitatea;
- care este ambalajul produselor date sau calitatea prestării serviciilor cercetate;
- cum sunt promovate;
- cum sunt distribuite etc.

Pentru o cercetare a pieței, avem nevoie de:

- scopul cercetării de piață: de a determina dacă piața solicită produsul sau serviciul care urmează să fie lansat și se elaborează o strategie reală de pătrundere pe piață;
- obiectul cercetării: piața, produsul, prețul, distribuția, comunicarea;
- metode de cercetare: studiul, observarea, informații de bază, experimentul de piață.



Elementele pieței sunt următoarele:

- **cererea** - necesitatea de bunuri și servicii pe piață;
- **oferta** - masa de bunuri care au fost vândute, sunt sau pot fi livrate pe piață;
- **prețul** - expresia monetară a valorii mărfurilor;
- **mărimea pieței** - volumul maxim de vânzare care poate fi obținut.

CUM ATRAGI FINANȚE, GRANTURI ȘI VINZI SERVICIILE ÎNTREPRINDERII SOCIALE?

5. Promovarea serviciilor (produselor)

Promovarea produsului reprezintă ansamblul de acțiuni efectuate cu scopul informării și atragerii a cât mai mulți potențiali cumpărători către produsele oferite prin satisfacerea necesităților acestora.

Promovarea serviciilor se aseamănă cu promovarea produselor, dar este mult mai dificil să-ți imaginezi un serviciu, decât să vizualizezi un produs. Imaginea, credibilitatea și stabilitatea furnizorului de servicii sunt mult mai fragile decât în cazul producătorilor de bunuri de consum.

Aproape în fiecare caz promovarea serviciilor are și o componentă a promovării instituționale, adică a promovării organizației fondatoare.

Stabilirea strategiei de promovare se poate face simplu prin răspunsul la următoarele întrebări:

Ce? Produsul sau serviciul

Cui? Publicul țintă

Cum? Metoda/instrumentul de promovare

Când? Perioada de promovare

Unde? Amplasarea aplicării metode/instrumentului de promovare

Cu ce efort? Tipul de buget și suma acestuia

Pentru mai multe informații despre antreprenoriatul social în Moldova, accesați grupul de Facebook [„Rețeaua antreprenorilor sociali din Moldova”](#).

Proiectul „EUnlocking” contribuie la stimularea potențialului antreprenorial social al tinerilor din Moldova și Ucraina prin crearea unui ecosistem favorabil pentru întreprinderile sociale, precum și prin inspirarea și sprijinirea mai multor tineri antreprenori sociali în dezvoltarea și susținerea soluțiilor lor inovatoare, pentru promovarea incluziunii sociale și mediului sustenabil în ambele țări. Proiectul este finanțat de Uniunea Europeană, prin intermediul Programului EU4Youth.

Proiectul este implementat de Institutul Gustav-Stresemann e.V (GSI)(Germania), AXA Management Consulting (Moldova), Asociația ECO-RAZENI (Moldova), Egalite International (Ucraina), Centrul CONTACT (Moldova) și ONG-ul ProNGO! e.V. (Germania).