

30.10.2016



ECONOMIA ÎNTRERINDERII

Prof. univ. dr. Valentin Hapenciu
Lector univ. dr. Pavel Stanciu



1

30.10.2016

OBIECTIVELE DISCIPLINEI

Familiarizarea cu:

- ✗ componentele, principiile și noțiunile de bază ale funcționării întreprinderii, firmei în general
- ✗ principalele funcții și componente ale firmei, cu strategia acesteia
- ✗ etapele care pot permite posibilor întreprinzători să creeze societăți private.

Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

2/18

30.10.2016

NOTAREA:

- ✗ 50% - Examinarea finală (**examen oral**) **AF ECTS**
- ✗ 50% - Evaluarea pe parcursul semestrului:
 - + 30% - **TC 1 – Inițierea unei afaceri** (Redactarea și remiterea unui proiect realizat în echipe de câte 3 persoane)
 - + 15% - **TC 2 - Activitatea de producție / de personal / comercială a întreprinderii** (Proiect individual)
 - + 5% - Participarea la activitățile desfășurate în perioadele intensive de pregătire – evaluare din timpul semestrului

DE UNDE ÎMI POT PROCURA CURSUL?

- ✗ Secretariat ID, parter corp H
- ✗ Pe site-ul departamentului ID

http://www.seap.usv.ro/idd/cursuri/15/sem1/ECTS_I_EI_s1.pdf
http://www.seap.usv.ro/idd/cursuri/15/sem1/AF_I_EI_s1.pdf

parole: ects11, af11

- ✗ Bibliotecă: Hapenciu Valentin - Economia întreprinderii, ed. Sedcom Libris, Iași, 2008.

Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

3/18

30.10.2016

ARIILE PRINCIPALE DE INTERES

- ✘ Conceptul de întreprindere
- ✘ Relațiile întreprinderii cu mediul economico-social
- ✘ Contextul economic românesc după 1989
- ✘ Forme moderne de organizare a firmelor în economia de piață contemporană
- ✘ Procesul de creare a unei noi întreprinderi în condițiile actuale ale României
- ✘ Problematika creării și dezvoltării noilor întreprinderi
- ✘ Activitățile întreprinderii
- ✘ Eficiența întreprinderii
- ✘ Strategiile întreprinderii

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

4/18

CE ESTE ÎNTREPRINDEREA?

- ✘ Legea 31/1990
- ✘ *Ea trebuie înțeleasă ca un ansamblu de elemente aflate în interacțiune permanentă*
- ✘ *Întreprinderea este produs și agent al mediului economic*
- ✘ **Întreprinderea reprezintă organizația ce reunește resurse materiale, financiare și umane în scopul realizării unor prestații destinate satisfacerii nevoilor potențialilor clienți, în condițiile obținerii unui profit.**

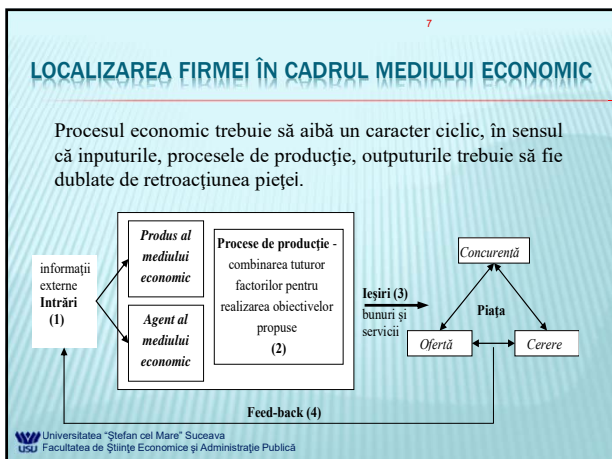
USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

DE CE APAR ÎNTREPRINDERILE?

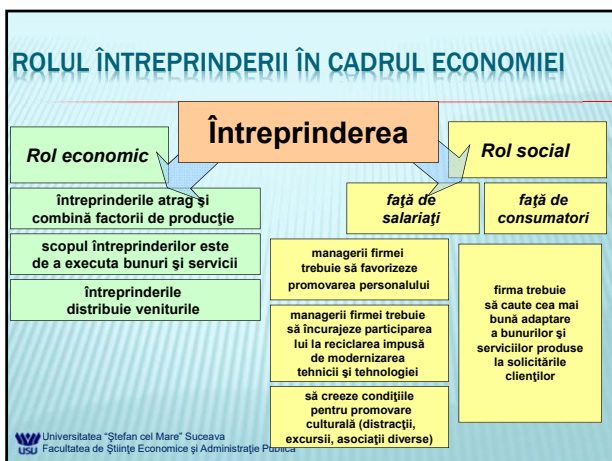
- ✘ *Existența unei nevoi nesatisfăcute cu posibilitatea de a se transforma în cerere potențială;*
- ✘ *Identificarea posibilității de a obține un profit acceptabil pe o perioadă îndelungată de timp prin efectuarea calculelor de eficiență care vor trebui să țină seama de condițiile de desfășurare a activității.*

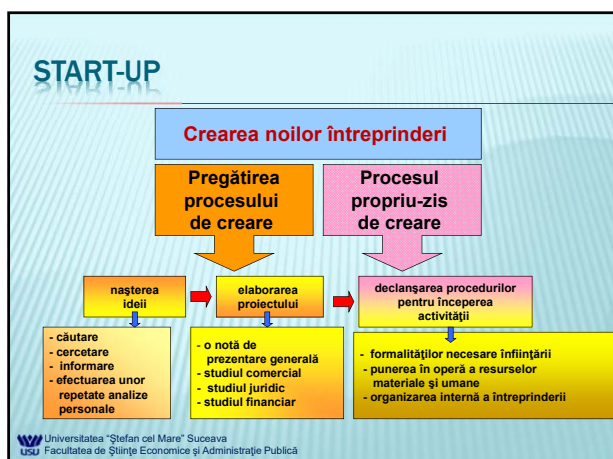


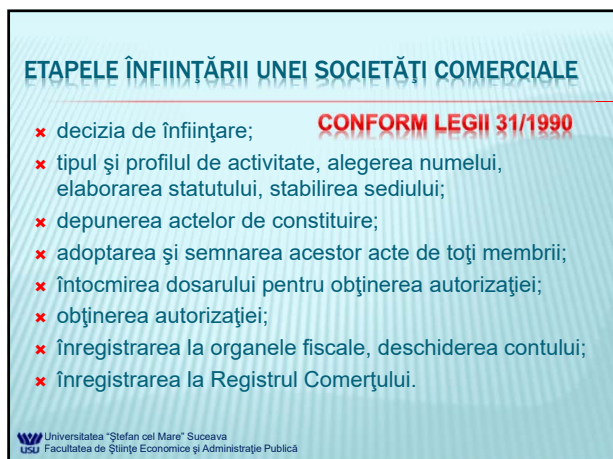
USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică



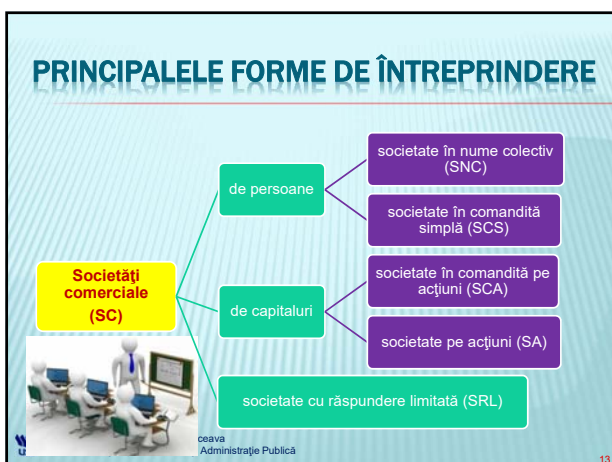
- ### TRĂSĂTURI DEFINITORII ALE FIRMEI
- × sistem complex, reunind resurse umane, materiale și financiare;
 - × sistem socio-economic;
 - × sistem organizatoric-administrativ;
 - × sistem dinamic, organic adaptiv;
 - × sistem deschis
 - × sistem autoreglabil
- Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

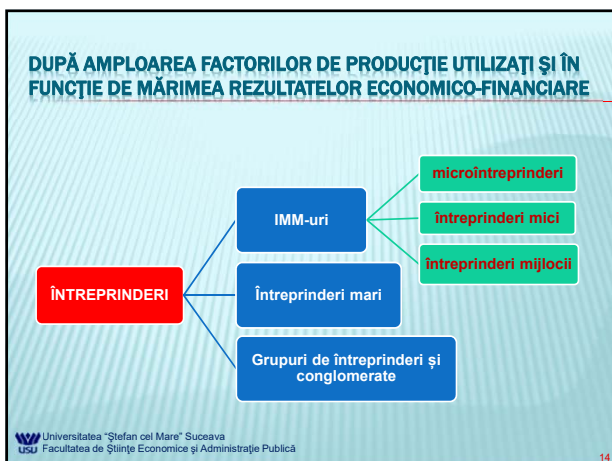


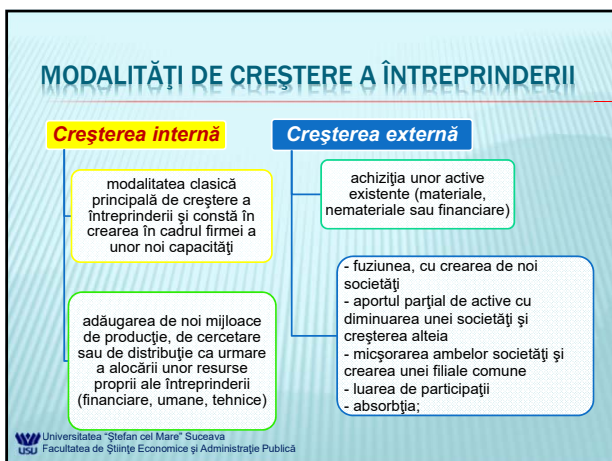












ASOCIERE VS. CONCURENȚĂ

- ✗ Argumente care justifică necesitatea formării asociațiilor sau grupurilor de întreprinderi
 - + costul tranzacțiilor sau costul funcționării pieței
 - + relația de proprietate
 - + strategiile manageriale de constituire
- ✗ funcție de modul de constituire și de caracteristicile proprii, se întâlnesc mai multe tipuri de asociere a întreprinderilor:
 - + grupul de întreprinderi
 - + cartelul
 - + concernul
 - + trustul
 - + holdingul



GRUPURILE DE ÎNTEPRINDERI



- ✗ nu admit o definiție juridică strictă, ci definiții contabile și fiscale
- ✗ se formează în domeniul industrial și cel comercial
- ✗ nu au la bază ideea de monopol
- ✗ Elemente de bază:
 - + identificarea unui centru de decizie - a întreprinderii-mamă
 - + determinarea configurației grupului - ansamblul societăților controlate de societatea-mamă

GRUPUL INDUSTRIAL



- ✗ nu are la bază ideea de monopol, ci aceea de productivitate și competitivitate
- ✗ relația caracteristică din cadrul grupului industrial este dominația unei structuri asupra altora
- ✗ prin concepția sa, grupul industrial este opus trustului
- ✗ se pot constitui nu numai din participații de capital sau uniuni personale, ci și din diferite tipuri de convenții
- ✗ grupul industrial este un concept mai larg decât grupul societar (există unele similitudini mai ales dacă G.S. are și activități industriale)

GRUPUL DE INTERESE ECONOMICE (GIE)

- ✗ GIE este organizat mai simplu decât o societate
- ✗ Inventie a legislației franceze însușită de UE
- ✗ Membrii au posibilitatea să desfășoare acțiuni comune și să înfrunte concurența, cu respectarea independenței fiecăruia.
- ✗ Are personalitate juridică și este supus obligației înmatriculării
- ✗ La constituire aportul nu este obligatoriu, reprezentând un element secundar
- ✗ Obiectul de activitate poate fi:
 - + asigurarea unor servicii comune - vânzări, achiziții, publicitate
 - + organizarea și executarea unor ample proiecte de cercetări științifice
- ✗ Scopul unui GIE este asigurarea unor servicii întreprinderilor reunite și nu obținerea de profit.

GRUPUL ÎN PARTICIPAȚIE (SOCIETATEA ÎN PARTICIPAȚIE)



- ✗ Presupune asocierea, pe baze contractuale, a unor comercianți persoane fizic sau juridice
- ✗ Grupul nu are personalitate juridică și nu are obligația să se înmatriculeze
- ✗ Existența sa produce efecte numai între părți
- ✗ Trăsături:
 - + caracterul voluntar și consimțământul liber ce se consemnează printr-un document;
 - + nu dispune de patrimoniu propriu, mijloacele economice necesare asigurându-se prin contribuția părților.
 - + administrarea, conducerea, controlul și funcționarea acestui grup aduce aminte de SNC-uri

HOLDINGUL

- o societate de portofoliu, privată sau publică
- are o vocație financiară - administrează participații, majoritare sau minoritare, în alte întreprinderi
- urmărește o strategie coerentă de valorificare a investițiilor sale de capital
- holdingul îndeplinește două funcțiuni principale:
 - *asigurarea majorității voturilor în AGA și în consiliile de administrație ale societăților la care deține acțiuni;
 - *multiplicarea capitalului plecând de la un volum redus de mijloace financiare.
- ✗ Holdingul este o societate-mamă (nucleu), dar nu orice societate-mamă este un holding.

CARTELUL



- ✘ o înțelegere liber consimțită între mai multe întreprinderi care fac parte din aceeași ramură de activitate în vederea realizării unui obiectiv comun.
- ✘ dpdv. juridic, cartelul nu reprezintă o nouă întreprindere, Ci: o *asociere de întreprinderi ce urmărește eliminarea concurenței dintre ele și obținerea în comun a unei poziții dominante pe piața de desfacere a produselor.*
- ✘ se înființează pe baza unor convenții de asociere
- ✘ pot fi de 2 tipuri: **cartelul simplu și cartelul perfecționat** (presupune existența unui organism central distinct)
- ✘ pot determina o creștere a nivelului prețurilor și eliminarea totală a concurenței → uneori tendință de MONOPOL.

CONCERNUL



- ✘ un model reușit al conceptului de grup industrial
- ✘ este alcătuit din întreprinderi dominante și întreprinderi dominate, reunite sub o direcție unică
- ✘ întreprinderea subordonată (dominată) este independentă din punct de vedere juridic, dar ale cărei acțiuni sau părți sociale aparțin în majoritate altei întreprinderi
- ✘ relația de dominație se naște dintr-un contract încheiat de societatea dominantă și cea dominată, pe baza unei clauze precise în acest sens.

TRUSTUL



- ✘ o societate nou creată, privată sau publică, constituită prin fuzionarea mai multor întreprinderi, după dizolvarea acestora și pierderea personalității juridice
- ✘ numărul de fondatori și de beneficiari ai trustului nu are limite
- ✘ a fost asociat cu ideea de monopol (concept opus concurenței libere)
- ✘ S-au elaborat reglementări ce obstrucționează, în anumite condiții, acest tip de asociere → **politici ANTITRUST.**



25

MEDIUL AMBIANT AL ÎNTRINDERII

- o ansamblul condițiilor de natură eterogenă care exercită influență asupra modului în care întreprinderea își realizează obiectivele proprii.



- x o rețea de variabile exogene, cărora întreprinderea le opune propriile sale variabile endogene (resurse materiale, umane și financiare).

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

TIPURI DE MEDIU

- apare ca o excepție
- este doar un moment de scurtă durată
- se manifestă la intervale de timp foarte mari

Mediu stabil

Mediu schimbător

- prezintă permanente modificări
- obligă întreprinderea să aibă o viziune prospectivă
- e tipul de mediu obișnuit cu care se confruntă întreprinderile în etapa actuală

- schimbări accentuate, bruste, în direcții imprevizibile, adesea transformatoare
- pune probleme dificile de adaptare întreprinderii
- specific ramurilor de vârf

Mediu turbulent

Pentru a face față **mediului turbulent**, întreprinderea trebuie să se caracterizeze prin flexibilitate, suplețe, elasticitate a structurilor, în vederea adaptării rapide la un mod de acțiune.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

MICROMEDIUL (MEDIUL INTERN)

- x ansamblul relațiilor întreprinderii cu reprezentanții din cel mai apropiat mediu și influențele pe care aceștia le exercită.

Componentele micromediului:

- gospodăriile familiale;
- furnizorii de mărfuri;
- prestatorii de servicii;
- furnizorii de personal;
- intermediarii;
- clienții;
- concurenții;
- organisme publice;
- conducerea și organizarea internă.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

28

1. GOSPODĂRIILE FAMILIALE

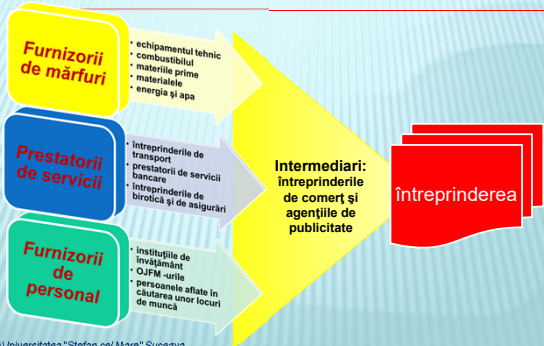
* grupurile de persoane care realizează o bună administrare a treburilor casei asigurând un consum rațional și civilizat de bunuri și servicii, precum și economisirea unei părți din veniturile obținute de membrii respectivelor familii.




USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
 Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

29

2. FURNIZORII & INTERMEDIARII



Furnizorii de mărfuri

- echipamentul tehnic
- combustibilul
- materiile prime
- materialele
- energia și apa

Prestatorii de servicii

- întreprinderile de transport
- prestatorii de servicii bancare
- întreprinderile de birotică și de asigurări

Furnizorii de personal

- instituțiile de învățământ
- OJFM-urile
- persoanele aflate în căutarea unor locuri de muncă

Intermediari: întreprinderile de comerț și agențiile de publicitate

întreprinderea

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
 Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

30

3. CLIENȚII

alcătuiesc piața de desfacere a oricărei întreprinderi; componenta cea mai importantă a micromediului.



consumatorii

- casnici
- industriali
- alți consumatori



- angroșiștii
- detașiștii




- agențiile guvernamentale
- agențiile internaționale

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
 Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

MACROMEDIUL

o Format din sistemul factorilor exogeni care acționează indirect asupra întreprinderii, prin componentele micromediului, exercitându-și influența pe o arie extinsă și pe un termen lung.

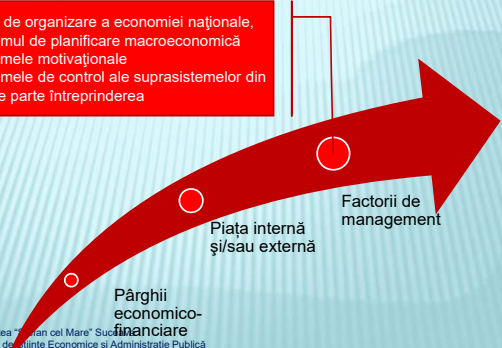
o Reflectă interacțiunea mediu-întreprindere, manifestată atât în plan național cât și în plan internațional



USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

Mediul economic

- ✓ sistemul de organizare a economiei naționale,
- ✓ mecanismul de planificare macroeconomică
- ✓ mecanismele motivaționale
- ✓ mecanismele de control ale suprasistemelor din care face parte întreprinderea



USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

Mediul politic

Se manifestă prin:

- modul de implicare a statului în economie (*politici antitrust, măsuri protecționiste, subvenții etc.*)
- concepția de integrare în viața economică și politică mondială (*apartenența la grupuri și comunități economice și politice*).

Poate stimula sau frâna activitatea întreprinderii

Mediul social-cultural

Influențează activitatea întreprinderii prin:

- modalități specifice de corelare a intereselor individuale și sociale
- prin modificarea stilului de viață
- toate cu impact direct asupra activității conștiente și a comportamentului consumatorului

Este constituit din totalitatea factorilor, condițiilor, relațiilor și instituțiilor care vizează sistemul de valori, obiceiuri, tradiții, credințe și norme care modelează societatea și reglementează comportamentul indivizilor și grupurilor umane.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

Mediul natural

- definește cerințele de ordin ecologic pe care întreprinderea trebuie să le respecte
- întreprinderea este obligată să folosească tehnologii nepoluante, să protejeze mediul ambiant și să combată degradarea lui

Mediul juridic

Determină conduita în afaceri a întreprinderii prin:

- legi menite să apere concurența
- legi care protejează cumpărătorul și obligă întreprinderea la etichetare corectă (sinceră) a produselor
- legi care protejează interesele generale ale societății.

Reprezentat de **sistemul legislativ din spațiul economico-geografic în care își desfășoară activitatea întreprinderea, de cadrul legislativ al piețelor externe și de sistemul instituțional național și internațional**

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

Mediul demografic

- influențează întreprinderea prin intermediul populației
- se află într-o dublă ipostază: **beneficiar (consumator) și creator (sursă de muncă)** al produselor și serviciilor întreprinderii
- studiat pe baza prognozelor demografice

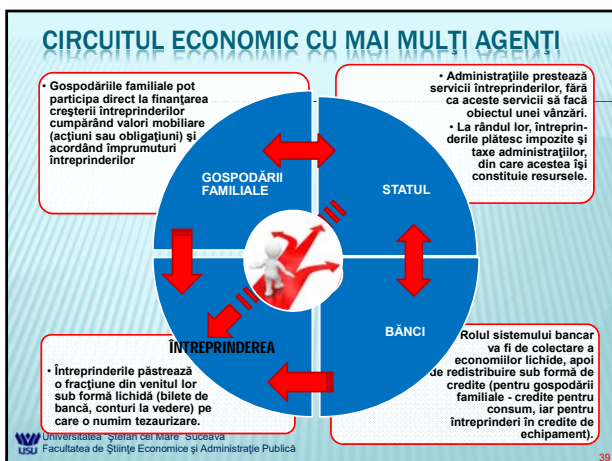
Indicatori demografici:
nivelul, dinamica, structura, repartizarea teritorială și pe medii a populației

Mediul tehnico-științific

influențează toate domeniile de activitate ale întreprinderii prin: **invenții, inovații** (produse noi, nivel tehnic al utilajelor, calitatea tehnologiilor) și **descoperiri**

Influențează atât activitatea întreprinderii, cât și celelalte componente ale macromediului

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică



FRANCIZA - MODALITATE ALTERNATIVĂ DE A ÎNTREPRINDE

Franciza - desemnează un sistem prin care un întreprinzător, francizorul, transmite propriul savoir - faire altor întreprinzători, francizații, controlând corecta aplicare a acestuia, în schimbul unei contribuții financiare.

Romstal
"Cea mai puternică și înaltă calitate a franciză autohtonă"

Concesionarea - exprimă punerea la dispoziție a unei mărci prin care concedentul garantează concesionarului exclusivitatea utilizării acesteia pe un teritoriu delimitat.

Licența de marcă - permite licențiatului să distribuie produsele sau serviciile mărcii concedente. Revanzătorul nu beneficiază obligatoriu de exclusivitate teritorială.



USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

43

REGULI DE BAZĂ ÎN FRANCISING

1. Să cunoască rezultatele comerciale ale viitorului sector de activitate
2. Să verifice cifrele oferite de francizor
3. Să manifeste prudență față de nesolicitarea drepturilor de intrare

4. Să aibă o rețineră față de sectoarele prea solicitate
5. Să evite un leasing pe perioadă de criză
6. Să existe o soliditate financiară personală și un profesionalism ireproșabil

Foarte important !

Trebuie estimat dacă pierrea financiară a francizorului va fi suficientă pentru atingerea unui prag de rentabilitate al rețelei.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

44

CONCEPTUL DE ÎNTREPRINZĂTOR

- × *Întreprinzătorul este persoana care realizează un nou produs sau un nou proces de producție, printr-o nouă combinație a factorilor de producție, în esență, printr-o inovație (Schumpeter)*
- × *Întreprinzătorul întotdeauna urmărește schimbarea, o identifică, răspunde la ea și o exploatează ca o oportunitate, activitatea acestuia nefiind nici știință și nici artă, ci practică. (P.F.Druker)*

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

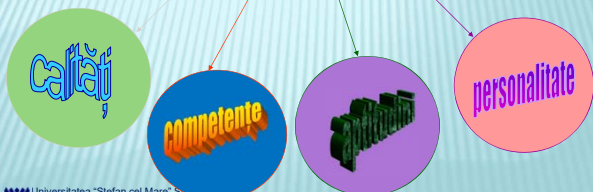
PROPRIETAR VS. INTREPRINZATOR

- × **Proprietarul**
 - + persoana care creează și conduce o întreprindere pentru a-și promova scopurile personale.
 - + întreprinderea este principala lui sursă venit
 - + existența întreprinderii fiind limitată de nevoile și dorințele familiei, neapărând dorința de creștere.
- × **Întreprinzătorul**
 - + persoana care influențează și conduce o întreprindere
 - + scopul central profitul și creșterea.
 - + caracterizat prin comportament inovativ și prin folosirea principiilor managementului strategic.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

Profilul întreprinzătorului

Caracteristicile întreprinzătorului de succes



USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

ACTIVITĂȚILE ÎNTEPRINDERII



ACTIVITATEA DE PRODUCȚIE

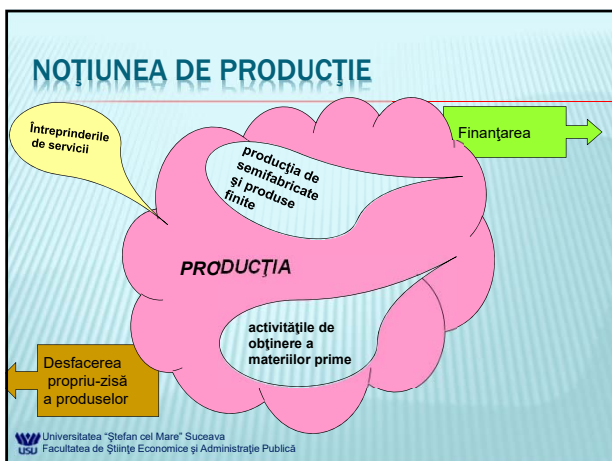


ÎNTR-O LARGĂ ACCEPȚIUNE, PRODUCȚIA CUPRINDE:

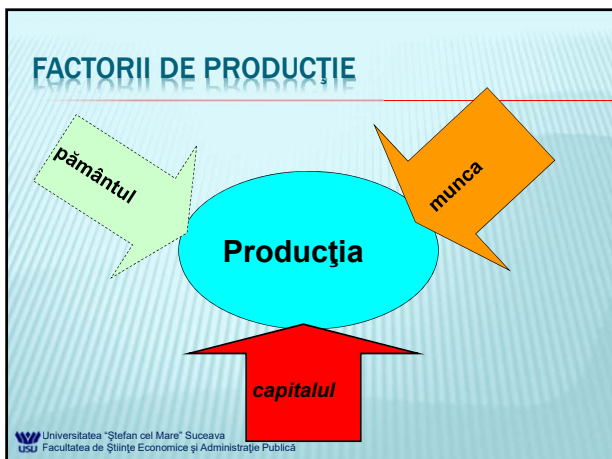
- ✗ aprovizionarea întreprinderii cu factori de producție (inputuri);
- ✗ asigurarea personalului cu mijloacele de producție necesare;
- ✗ transportul și stocarea materiilor prime și ale produselor;
- ✗ producerea bunurilor materiale;
- ✗ desfacerea produselor;
- ✗ administrarea și controlul acestor activități.

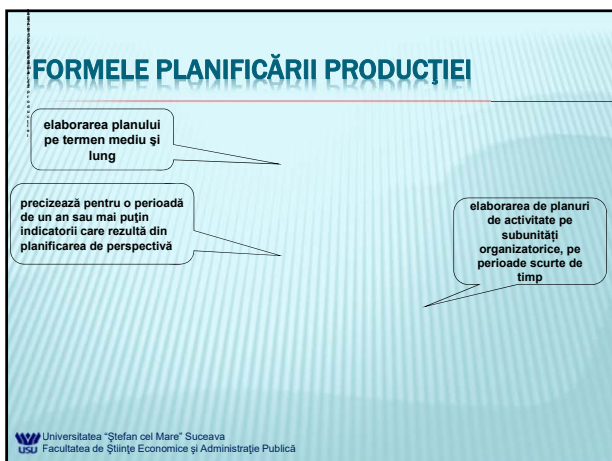
USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

NOȚIUNEA DE PRODUCȚIE

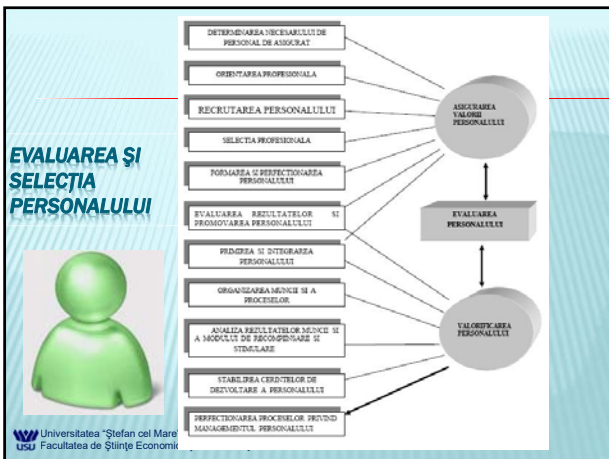


USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică









SALARIUL

× **Prețul muncii (salariul)** este determinat de interacțiunea dintre cererea și oferta de muncă.

Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

FLUCTUAȚIA DE PERSONAL

Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

SISTEMUL DE SALARIZARE INCLUDE

- ✗ sistemul tarifar;
- ✗ sistemul de sporuri:
 - + pentru vechime în muncă
 - + pentru ore de noapte și ore suplimentare
 - + pentru continuitate în aceeași întreprindere (spor de fidelitate);
- ✗ formele de salarizare:
 - + în acord;
 - + în regie;
- ✗ formele de premiere;
- ✗ alte elemente ale sistemului de salarizare.

 Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

ACTIVITATEA COMERCIALĂ



 Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

ACTIVITATEA DE COMERCIALIZARE

✗ *aprovizionarea tehnico-materială*



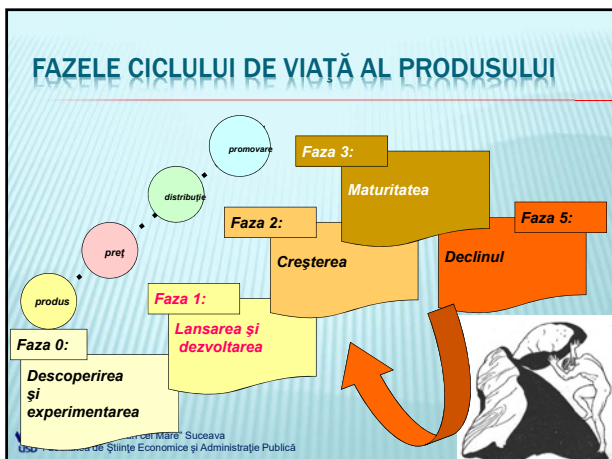
✗ *desfacerea produselor*



✗ *marketing*



 Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică



CE ESTE STRATEGIA?

30.10.2016

Dicționarul explicativ al limbii române descrie:

- × Strategia ca fiind o parte componentă a artei militare, care se ocupă cu problemele pregătirii, planificării și ducerii războiului și operațiilor militare.

În concepția școlii românești de economie

- × Strategia desemnează liniile definitorii ale atitudinii și conduitei întreprinderii în vederea atingerii anumitor obiective.
- × „strategia definește atitudinea firmei față de mediu și totodată comportamentul său în raport cu componentele acestuia”.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

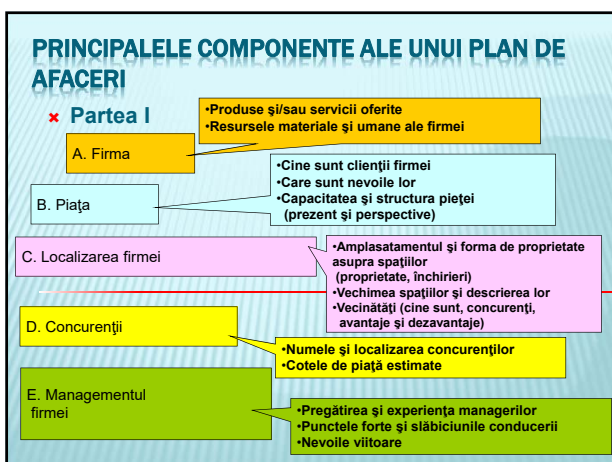
COMPONENTELE ALE STRATEGIEI

30.10.2016

The diagram shows the components of strategy: STRATEGIE, sinergia, avantajul competitiv, and domeniul produs/piată. A circular arrow connects these elements, and an image of a person looking at a pyramid is included.

- × Igor Ansoff tratează strategia ca axul comun al activității economice, pe care organizația o realizează sau prevede să o facă în viitor.

USU Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică



30.10.2016

Vă mulțumesc pentru atenție!

Contact:
pavelstanciu@gmail.com

Universitatea "Ștefan cel Mare" Suceava
 Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică

65
