

# Modulul 3 – Orientarea generală în antreprenoriat

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Rezultatele învățării

- Descrierea termenului “antreprenoriat” și tendințele actuale din Europa
- Aplicarea diferitelor instrumente pentru dezvoltarea unei idei de afaceri și pentru a o trece prin diferitele etape ale procesului antreprenorial.
- Formarea unei imagini de ansamblu privind:
  - Identificarea oportunităților și generarea ideilor
  - Instrumente cum ar fi analiza de fezabilitate, planul de afaceri și modelul de afaceri canvas
  - Conștientizarea legislației și reglementărilor care afectează ideile de afaceri

## Să ne cunoaștem unul pe celălalt! (Activitate de spargere a gheții)

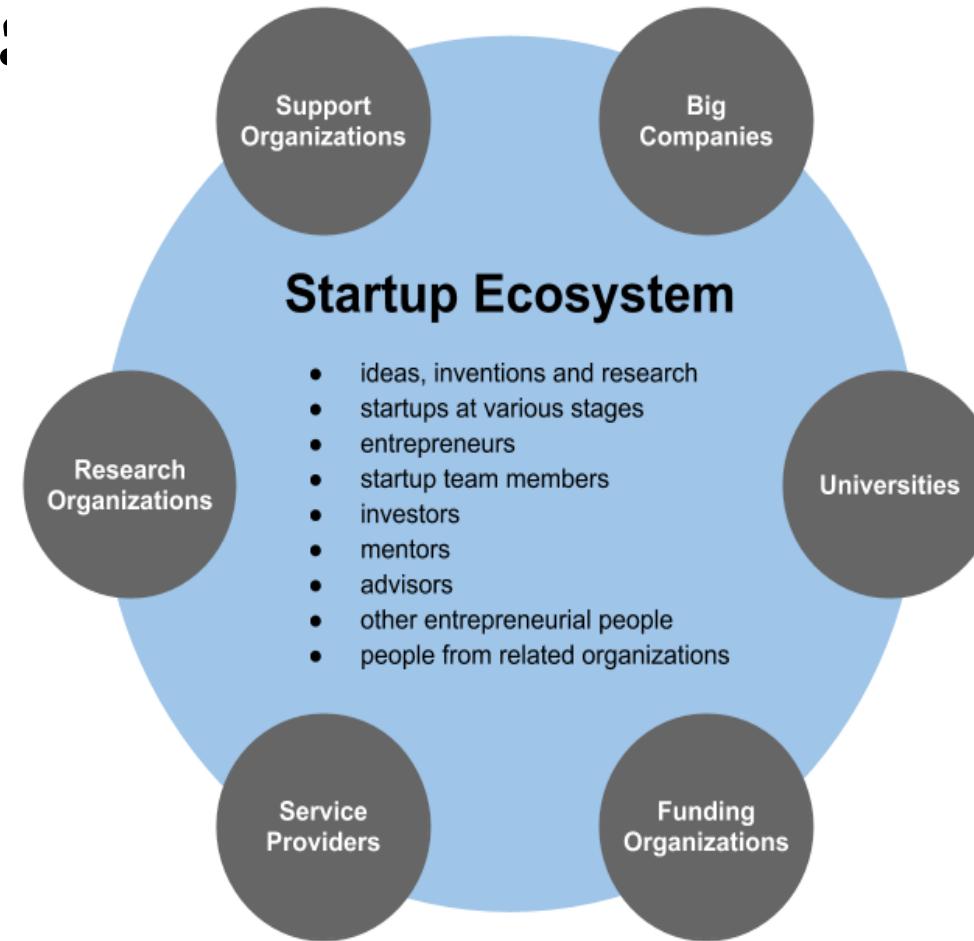
Vă rog să luați un stilou și o pagină albă și scrieți-o:

1. Dacă ai putea avea orice loc de muncă din lume, care ar fi acela?
2. Dacă ai putea avea o putere magică timp de 24 de ore, ce ar fi aceea?
3. Dacă ai fi inventat orice produs sau serviciu, pe care l-ai fi ales și de ce?

**LUAȚI**  
**o foaie albă**

# 3.1 Ce este Antreprenoriatul?

- Antreprenoriatul este procesul de a crea ceva nou și de a-și asuma riscurile și recompensele. Antreprenoriatul este procesul dinamic de creare a bogăției.
- O companie nouă (startup sau start-up) este o afacere antreprenorială, care e de obicei o afacere nou înființată, în creștere rapidă, care urmărește să răspundă unei nevoi de piață prin dezvoltarea unui model de afaceri viabil în jurul unui produs, serviciu, proces sau platformă inovatoare.



**muhammad ali**

**61  
56  
37**

**“He who is not  
courageous  
enough to  
take risks will  
accomplish  
nothing in life”**

Total fights 61  
Wins 56  
Wins by KO 37  
Losses 5  
Draws 0  
No contests 0

Larry Spivak  
Earle Brown  
Alfredo Evangelista  
Ken Norton  
Richard Dunn  
Jimmy Young  
Jean-Pierre Cooperan  
Joe Frazier  
Joe Bugner  
Rex Lytle  
Chuck Wepner  
George Foreman  
Joe Frazier  
Ruel Likens  
Ken Norton  
Joe Bugner  
Bobby Frazier  
Floyd Patterson  
Aron Levitt  
Jerry Quarry  
George Chuvalo  
Mike Frazier  
Jimmy Ellis  
Larry Holmes  
Roy Jones Jr.  
Tommy Hearns  
Joe Folsy  
Eric Tardif  
Cleveland Williams  
Carl Miktenberger  
Ellen London  
Harry Hines  
George Foreman  
Sonny Liston  
Henry Cooper  
Doug Jones  
Charley Pressat  
Wally Aviche Moore  
Raymond Leonard

May 25, 1965

## Citate ale unor antreprenori faimoși

"My mother always taught me never to look back in regret but to move on to the next thing. The amount of time people waste dwelling on failures rather than putting that energy into another project always amazes me."

**RICHARD BRANSON**



"It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it. If you think about that, you'll do things differently."

**WARREN BUFFETT**

## 3.2 Tipuri de firme startup

### TIPURI DE STARTUP-URI:

1. O afacere de tip lifestyle (pe cont propriu, individuală) este deținută în mod privat și de obicei atinge doar o creștere limitată.
2. Fundații corporatiste.
3. Afacere cu potențial ridicat de dezvoltare.

*Sursa: [http://userhome.brooklyn.cuny.edu/bassell/entrepreneurship/images/Myles\\_Bassell\\_505SGS1.pdf](http://userhome.brooklyn.cuny.edu/bassell/entrepreneurship/images/Myles_Bassell_505SGS1.pdf)*

# 3.3 Tendințe și schimbări în antreprenoriat

1. Toată lumea o face!
  2. Intraprenorii sunt tot mai des întâlniți.
  3. Soloprenorii au tot mai mult succes.
  4. Antreprenorii fac marketing.
  5. Angajarea contractorilor independenți este la modă.
  6. Antreprenorii se concentrează intens asupra veniturilor.
  7. Puțini antreprenori încep companii mari.
- Dezbateți articolul:

## Top 10 skills

### in 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility

### in 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity



Source: Future of Jobs Report, World Economic Forum



# 10 Jobs that Didn't Exist 10 Years Ago!

We examined over **259,000,000** LinkedIn member profiles to determine the 10 most popular job titles that were barely in the margin in 2008. Technology and fitness are the biggest drivers for these fascinating changes.

1



## THE IOS DEVELOPER

Apple announced the iPhone in 2007, and 3<sup>rd</sup> party development for iOS took off in 2008 with the release of iOS 2 and the App Store.



142x growth in 5 years

3



## THE ZUMBA INSTRUCTOR

Zumba started in the early 2000's and quickly gained traction in 2007 as fitness centers started popping up all over the US.



396x growth in 5 years

2

## THE ANDROID DEVELOPER

Google's Android platform was also announced in 2007, with the release of the first Android-powered handset in 2008.



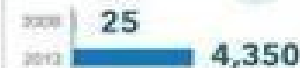
199x growth in 5 years



4

## THE SOCIAL MEDIA INTERN

LinkedIn, Facebook, YouTube and Twitter were all founded between 2002 and 2006. These networks really started hitting their stride after 2008 and are currently at peak popularity. Not a shocker that this is a burgeoning profession.



174x growth in 5 years



5

## THE DATA SCIENTIST

Our digital lives have created an overwhelming flood of information. In the last 5 years, data scientists have come to the rescue by trying to make sense of it all.



30x growth in 5 years



7

## THE BIG DATA ARCHITECT

Although it's been around for at least 2 decades, the concept of big data took off around 2008. That year, the Computing Community Consortium published a white paper which propelled the term into the limelight.



3,440 x growth in 5 years

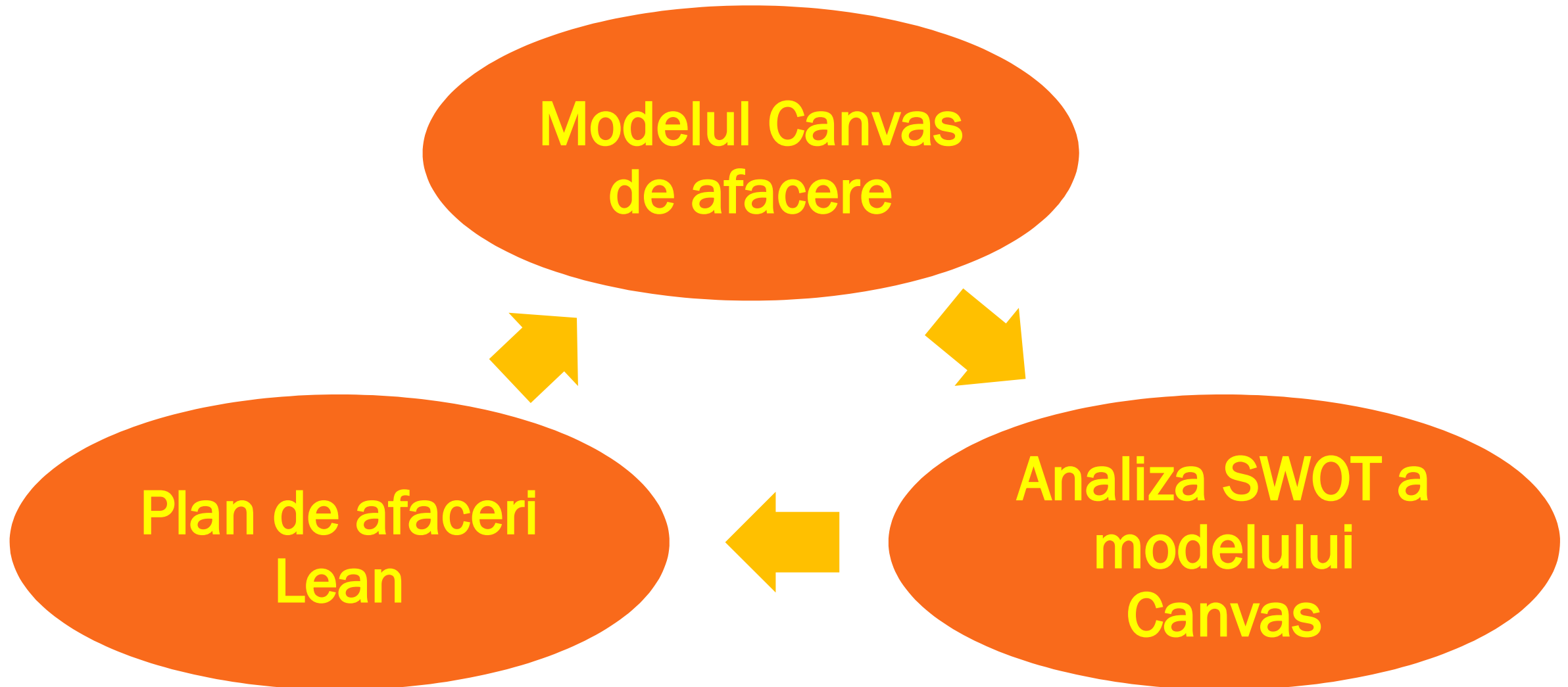


## 3.4 TEST- Întrebări



1. Care este diferența dintre antreprenoriat și start-up-uri?
2. Care sunt cele trei tipuri de start-up?
3. Denumiți 3 tendințe majore în antreprenoriat în 2016?

### 3.5 Modulul de curs: Procesul antreprenorial

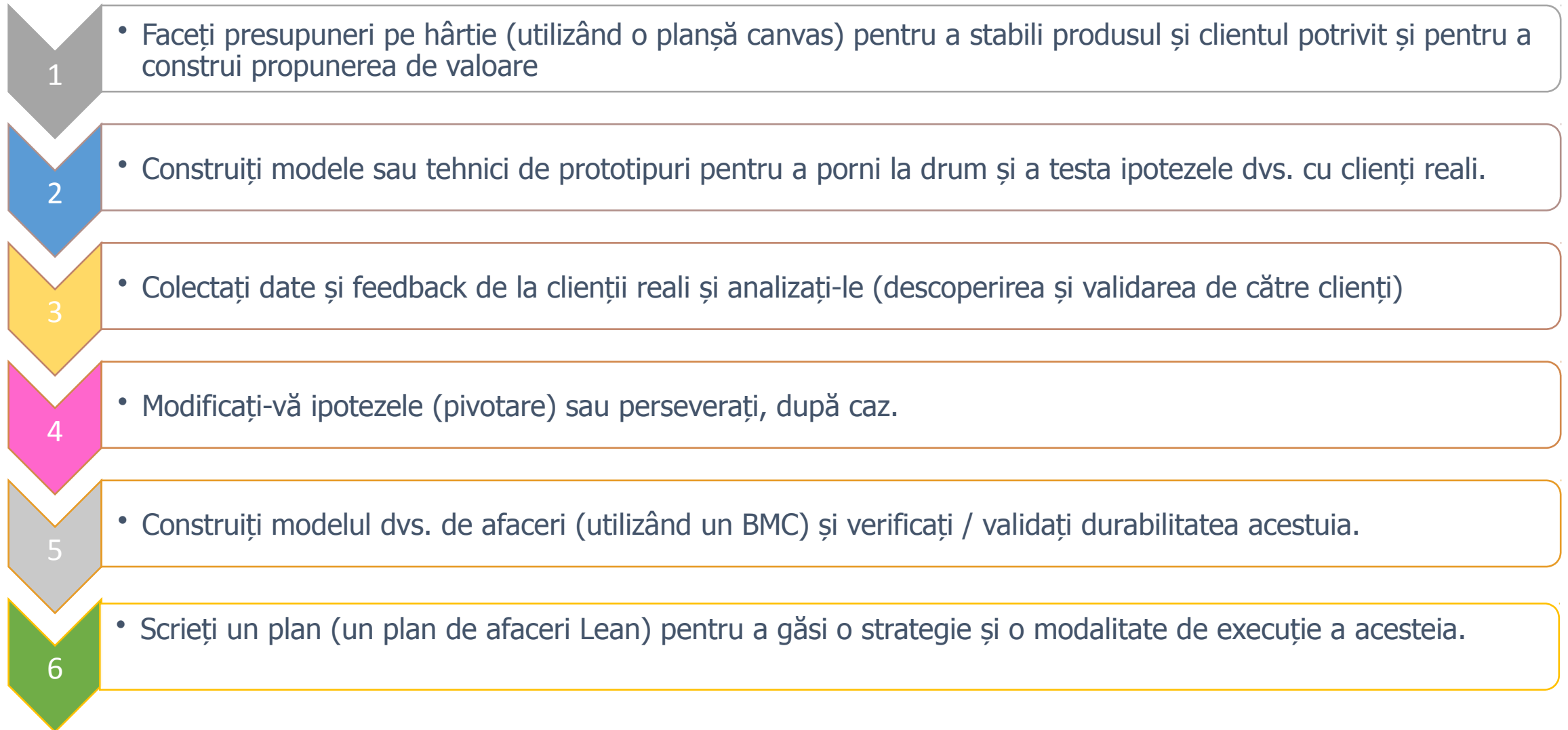


# 3.5.1. Procesul antreprenorial: 4 etape

Cele 4 +1 etape :

1. Decizia
2. Dezvoltarea ideii de afaceri (generarea ideii)
3. Pornirea afacerii (model de afaceri canvas)
4. Gestionarea și creșterea (faza de extindere)
5. Etapa 5 (ieșirea din funcție)

# Metodologia Lean start-up



## 3.6. Identificarea oportunităților

### 1. Observarea tendințelor :

#### Exemple:

- **Firmele mai mari vor investi în startup-uri** (Crowdsourcing este popular deoarece investitorii chiar pot participa la procesul de dezvoltare a produsului și se simt mai implicați în operațiunile de zi cu zi)
- **Investitorii vor căuta costuri eficiente** (eficiența în ceea ce privește modul în care sunt utilizate resursele)
- **Concurența va crește** (se diferențiază pentru a fi valoroși pentru investitori și a atrage publicul țintă)
- **Tehnologiile de nișă vor crește** (Internetul lucrurilor, casa inteligentă, securitatea cibernetică)
- **Vor exista întreruperi continue** (trebuie să fii un antreprenor cu o idee perturbatoare, plan de afaceri și pasiune pentru a construi o afacere de la bază)

### 2. Rezolvarea unei probleme :

- **Cercetați care este problema unei categorii de oameni pe care o puteți rezolva!** (studiu de piață)

### 3. Găsirea nișelor în piață :

- **O nișă în piață poate avea unul sau mai multe din aceste trei atribute. Este ceva nou și original, îmbunătățește ceva ce există deja, sau ia ceva care există deja și îl duce într-o piață nouă.**
- **Expuneți-vă cât mai multe persoane, experiențe și idei noi și interesante, astfel încât creierul dvs. să poată genera asociații noi și creative și inovații.**

## 3.8 Generarea ideilor

- Cum să generați, să încurajați și să protejați ideile noi?



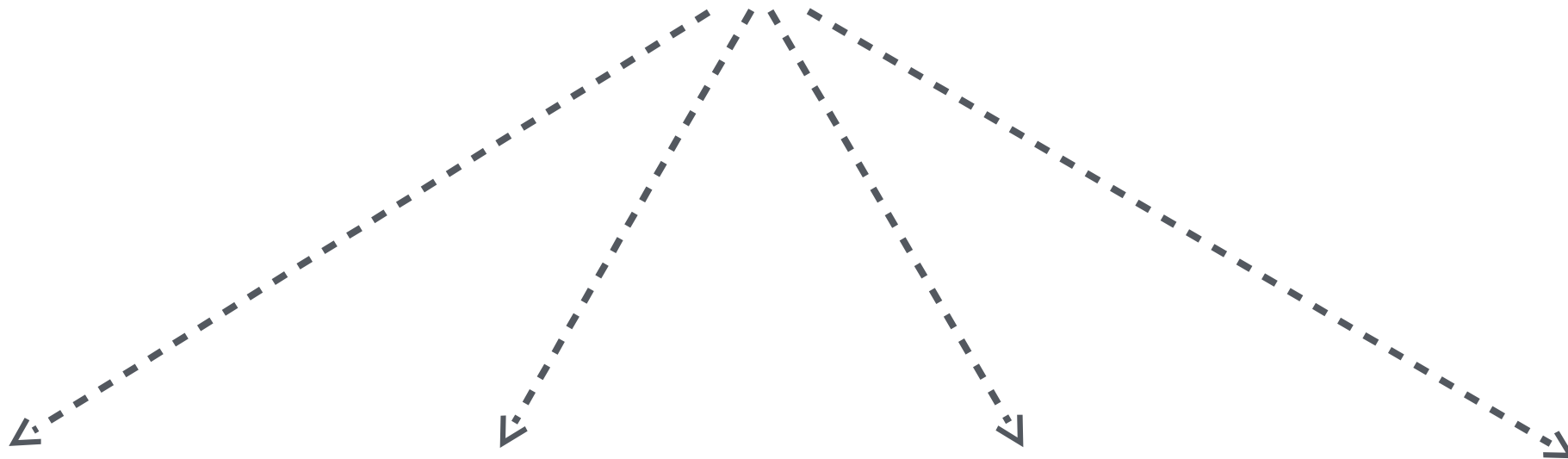
**everybody is creative!**



**GREEN**  
ENTREPRENEURSHIP  
**TRAINING**



4 puncte cheie



Gândire creativă    Modele de gândire

Exercițiile  
gânditorului creativ

Gândire laterală



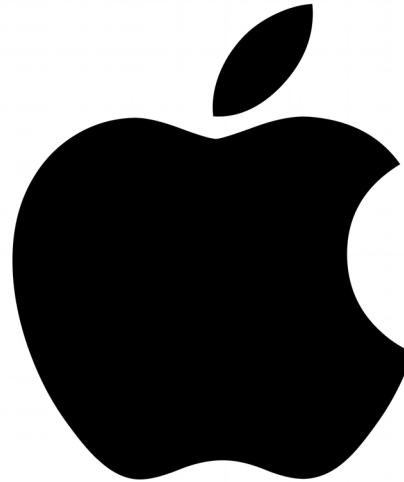
Erasmus+





**GREEN  
ENTREPRENEURSHIP  
TRAINING**

Gândire creativă  
Regândirea logo-ului





**GREEN  
ENTREPRENEURSHIP  
TRAINING**

Modele de gândire  
Tu în 1min, 1 post it

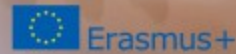
Modele de gândire  
Un logo faimos în 1min, 1 post it

Modele de gândire  
Lucrul tău preferat în 1min, 1 post it



**GREEN  
ENTREPRENEURSHIP  
TRAINING**

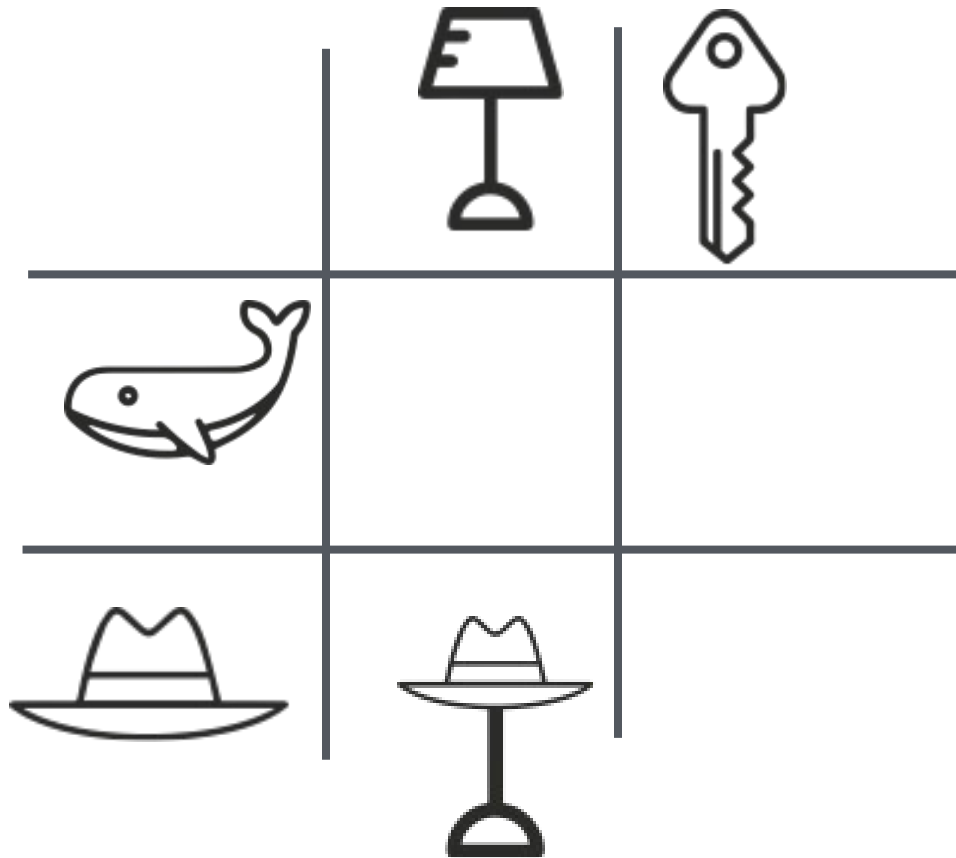
Thought  
Patterns



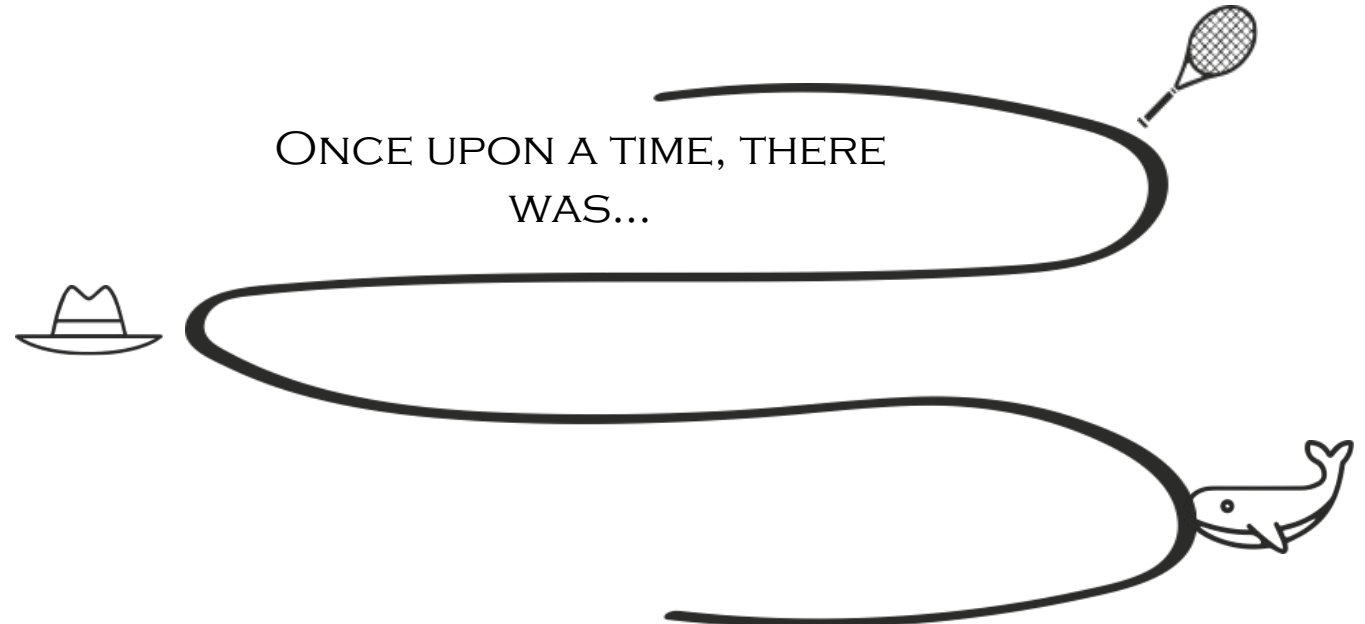


**GREEN  
ENTREPRENEURSHIP  
TRAINING**

## Exercițiile gânditorului creativ Elaborarea ideilor



ONCE UPON A TIME, THERE  
WAS...





**GREEN  
ENTREPRENEURSHIP  
TRAINING**

Exercițiile gânditorului creativ  
Agrafă



Exercițiile gânditorului creativ  
Scobitoare



Exercițiile gânditorului creativ  
Pensulă



Exercițiile gânditorului creativ  
Castravete



Exercițiile gânditorului creativ  
Pai



## 3.9. Analiza de fezabilitate (1)

- Scopul analizei de fezabilitate și rolul acesteia în etapa antreprenorială.

Analiza și evaluarea unui proiect propus pentru a determina dacă :

- (1) este fezabil din punct de vedere tehnic (marketing, tehnic)
- (2) este fezabil în limita costului estimat, și (analiza cost-beneficiu)
- (3) Va fi profitabil (financiar)



## 3.9. Analiza de fezabilitate ( 2)

### Analiza costurilor - Calculul pragului de rentabilitate

Cum să calculați pragul de rentabilitate??

$$\frac{\text{Fixed Costs}}{\left( \frac{1 - \text{Variable costs per unit}}{\text{selling price per unit}} \right)} = \text{Break Even Point}$$

When there is a profit:

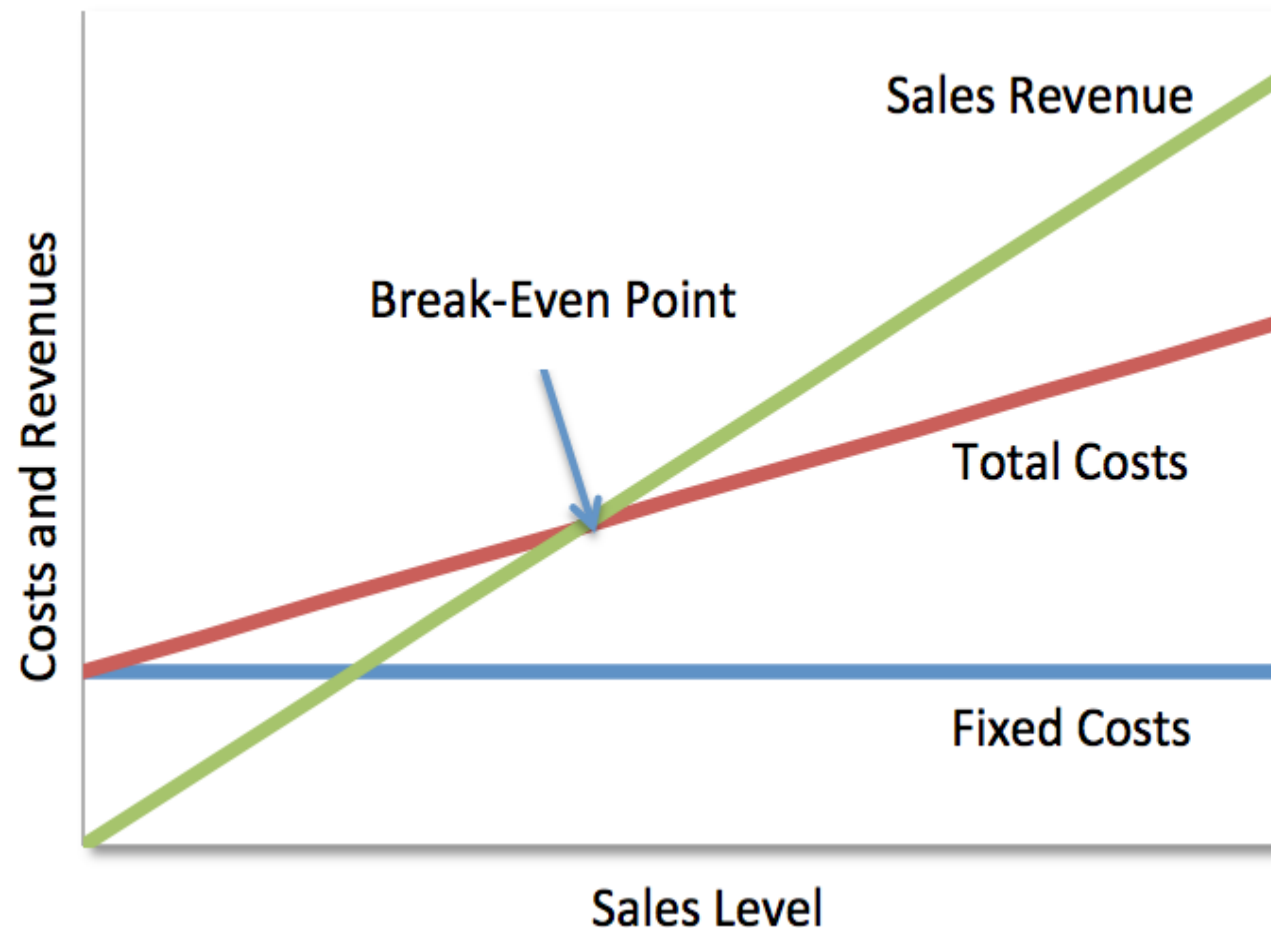
$$\text{Revenues} > \text{Variable cost} + \text{fixed cost}$$

At break-even point (BEP):

$$\text{Revenues} = \text{Variable cost} + \text{fixed cost}$$

When there is a loss:

$$\text{Revenues} < \text{Variable cost} + \text{fixed cost}$$



Acesta este util când vine vorba de produse și unități ale produselor standardizate.

## 3.10 TEST: Întrebări!



1. Ce înseamnă a găsi nișe în piață?
2. Care sunt cele minim 4 etape ale planului de piață?
3. Cine poate fi creativ?
4. Ce este analiza de fezabilitate și care este instrumentul principal pentru analiza costurilor atunci când vine vorba de produse în unități?

## 3.11 Planul de afaceri

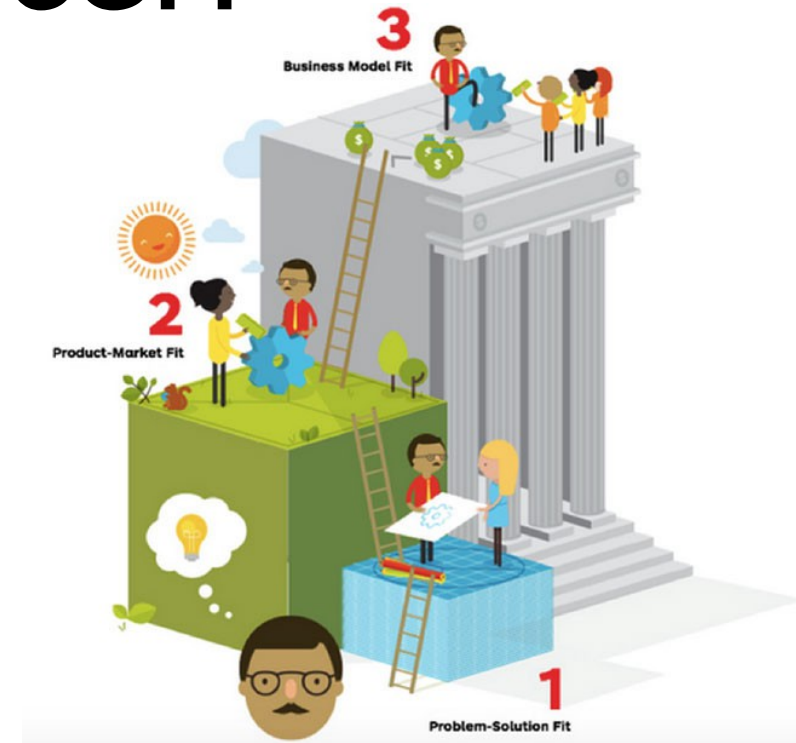
- Motive pentru scrierea unui plan de afaceri și instrucțiuni utile :
- 1. Pentru a urmări avansarea
- 2. Se poate adapta pe baza modificărilor survenite
- 3. Puteți vedea dacă rezultatele corespund așteptărilor dvs.



# 3.12 Model de afaceri

- Componente principale :

1. Modelul de afaceri și propunerea de valoare
2. Segmente și canale ale clienților
3. Relații cu clienții
4. Fluxuri de venituri
5. Activități cheie
6. Resurse cheie
7. Parteneri cheie
8. Structura costurilor
9. Lean Canvas
10. Exemple de modele Canvas de afaceri pentru companii bine-cunoscute
11. Exerciții pe modele Canvas de afaceri



## • **MODELUL DE AFACERI ȘI PROPUNEREA DE VALOARE**

- Modelul de afaceri descrie aspectele unei afaceri
- Funcționează la adaptarea acestora și a conexiunilor lor cu mediul în schimbare
- Modelul Canvas de afaceri este o versiune mai scurtă, dar eficientă a acestuia
- Propunerea de valoare și profitul sunt părțile sale cele mai importante
- Propunerea de valoare trebuie adaptată nevoilor clienților
- Propunerea de valoare este legată de toate celelalte componente.

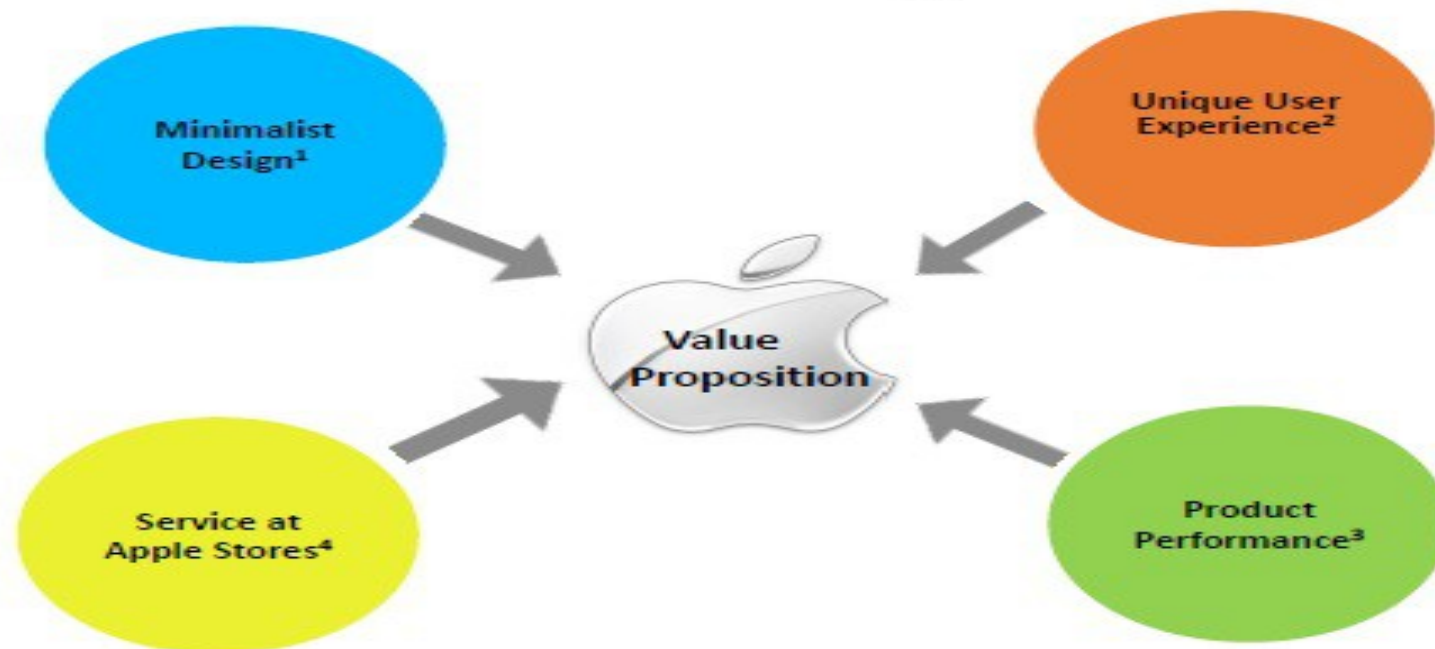
# Modelul de afaceri și propunerea de valoare

- Planul de afaceri (PA) prezintă multe componente și interacțiuni
- PA consideră atmosfera stabilă atunci când nu este
- Modelul Canvas de afaceri (BMC) este o versiune mai scurtă, dar eficientă a PA
- Totul în afaceri se învâрте în jurul propunerii de valoare
- Propunerea de valoare trebuie să răspundă necesităților clienților
- O propunere de valoare este o promisiune de valoare
- Această valoare se presupune a fi livrată și recunoscută.
- Aceasta necesită și o încredere din partea clientului
- El / ea trebuie să se aștepte ca propunerea de valoare să fie livrată / experimentată.

# MODELUL CANVASDE AFACERI ȘI PROPUNEREA DE VALOARE

EXEMPLU DE PROPUNERE DE VALOARE (APPLE)

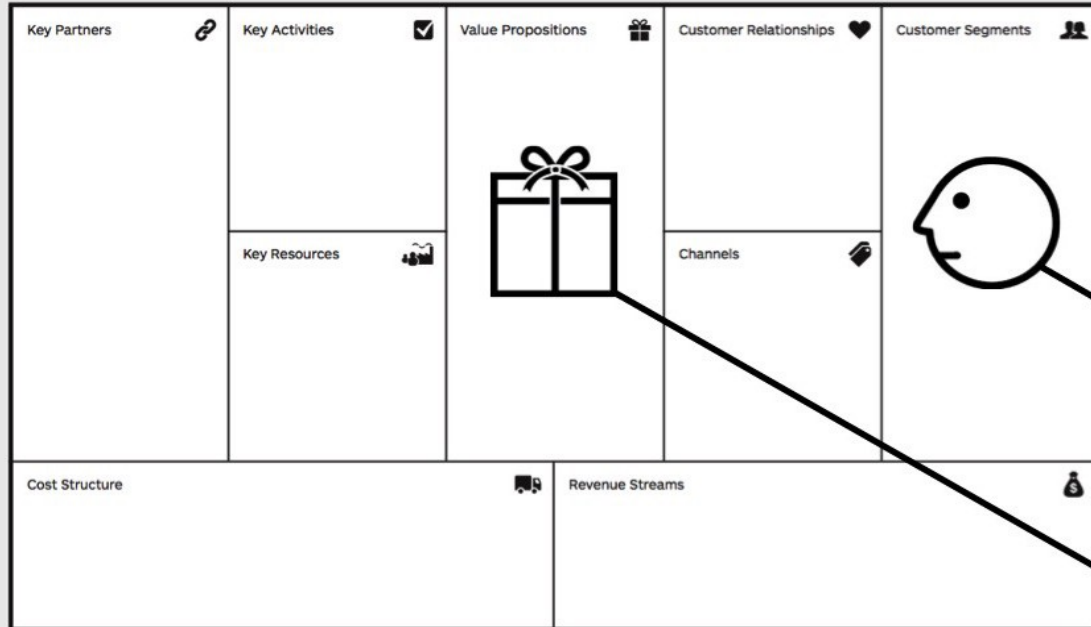
## Value Proposition



Sources: <sup>1</sup>[Burrows & Satariano, \(2012\)](#); <sup>2</sup>[Osterwalder & Pigneur \(2009\)](#); <sup>3</sup>[Apple Inc. \(2014\)](#); <sup>4</sup>[Apple Inc. \(2014\)](#);

# Business model & value proposition

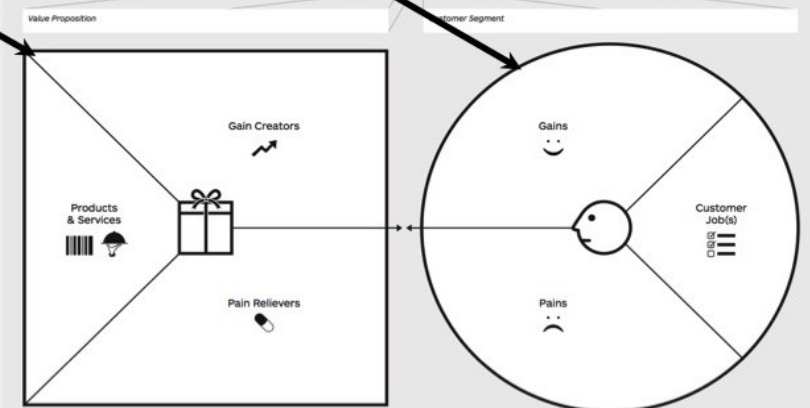
## The Business Model Canvas



DESIGNED BY: Business Model Foundry GmbH, Switzerland  
www.businessmodelgeneration.com

strategyzer  
strategyzer.com

## The Value Proposition Canvas

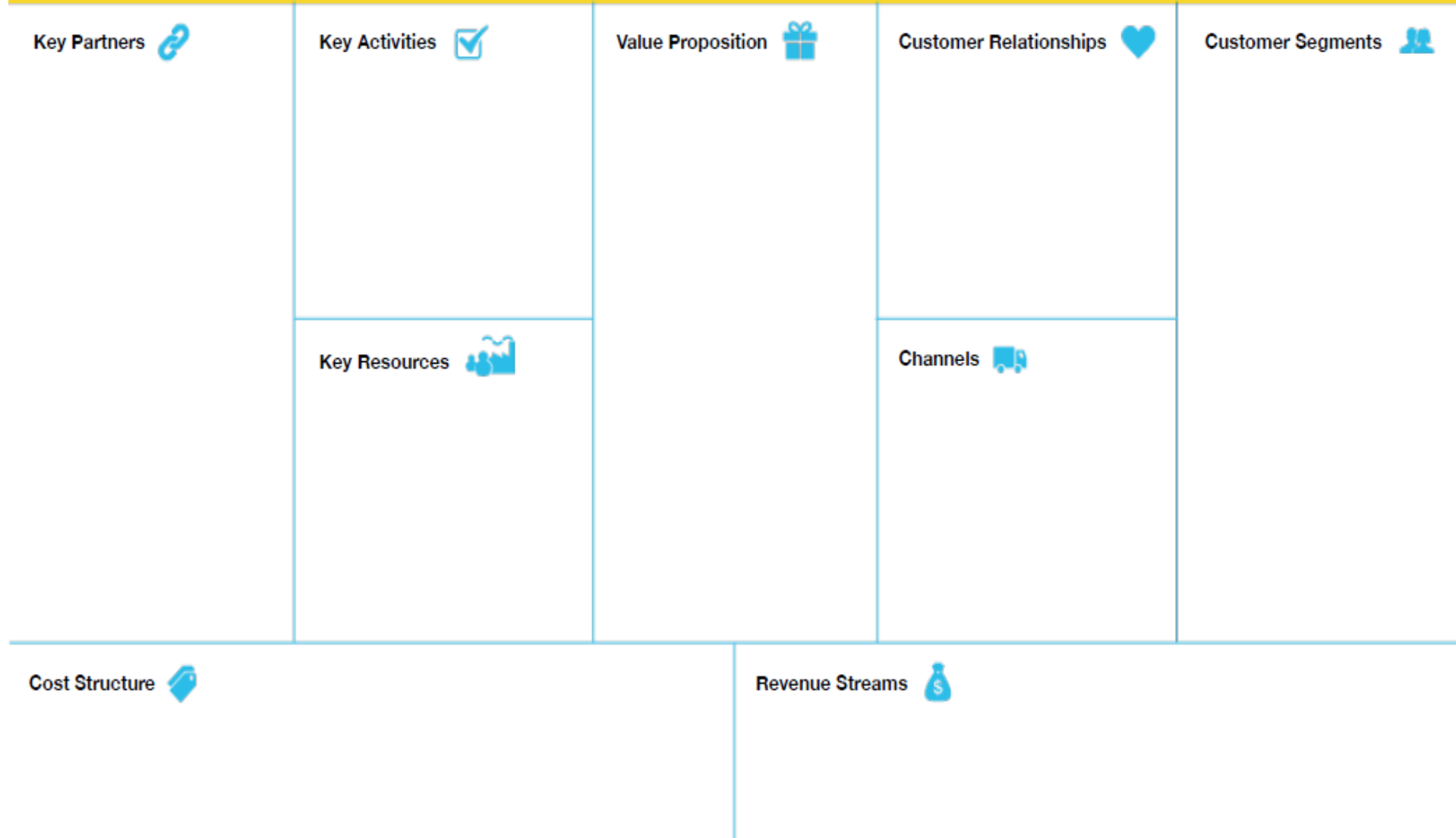


Copyright Business Model Foundry AG  
The Value Proposition Canvas: How to Innovate and Fit the Market

strategyzer  
strategyzer.com

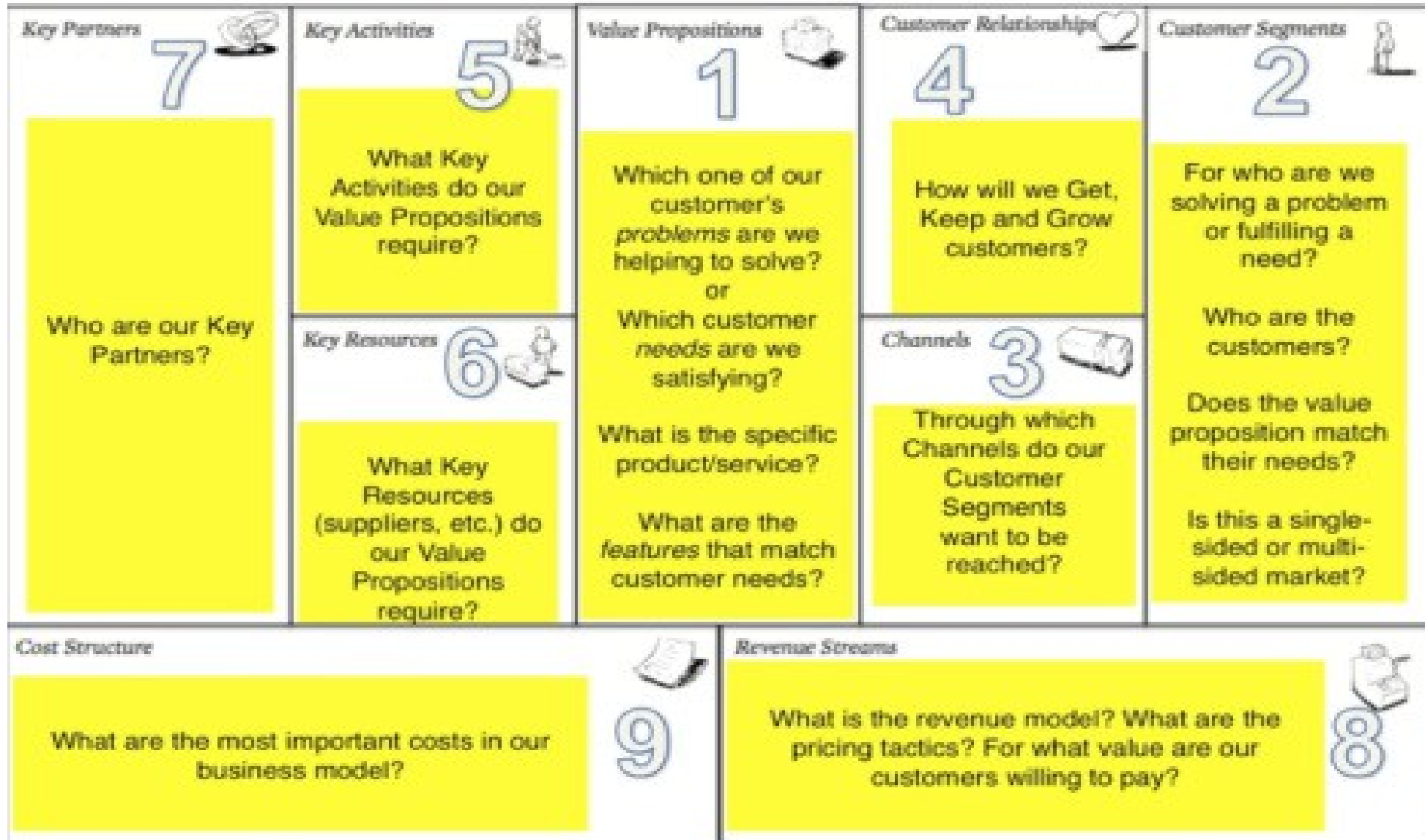
MODELUL CANVAS DE AFACERI (BMC)

OUR COMMON LANGUAGE!



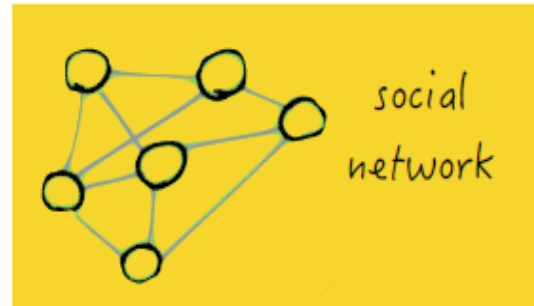
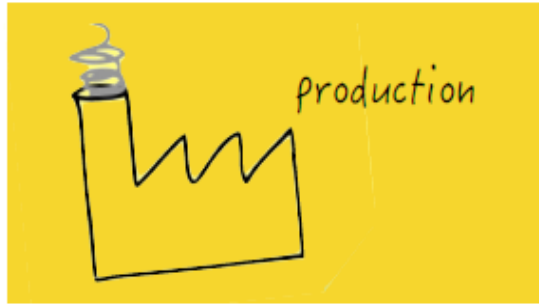
# THE BUSINESS MODEL CANVAS

A business model canvas is to  
**strategic planning**  
what an excel spreadsheet  
is to **financial planning**





## Use visuals as much as you can!

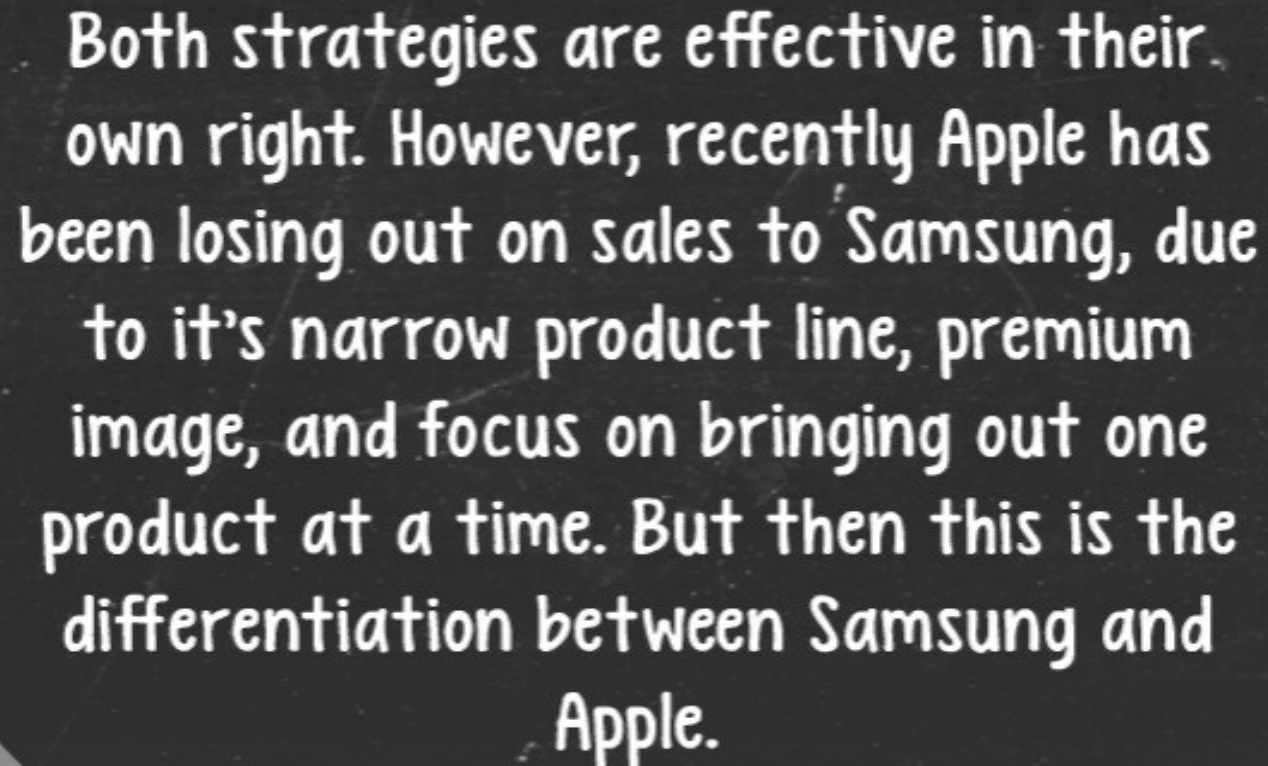


# SEGMENTE DE CLIENȚI

- Fiecare organizație își propune să răspundă nevoilor unor oameni
- Clienții care împărtășesc o nevoie cu care se pot confrunta alcătuiesc un segment
- Companiile lucrează în direcția potrivirii propunerilor de valoare cu segmentele de clienți
- Modelul de afaceri trebuie să determine pe ambele
- Toate segmentele de clienți pot fi clasificate în diferite grupuri
- Există segmente diferite de clienți, dar le putem menționa pe acestea :
  - Piața de masă
  - Piața de nișă
  - Segmentată
  - Diversificată
  - Piață / platformă cu mai multe fațete

# SEGMENTE DE CLIENȚI: EXEMPLU

Exemplu: Strategii de segmentare utilizate de Apple și Samsung

A dark gray circular graphic with a lighter gray border, containing white text. The text discusses the competitive strategies of Apple and Samsung.

Both strategies are effective in their own right. However, recently Apple has been losing out on sales to Samsung, due to its narrow product line, premium image, and focus on bringing out one product at a time. But then this is the differentiation between Samsung and Apple.

# CANALE

- Canalul este ceea ce compania utilizează pentru a livra valoarea clienților săi
- De asemenea, este folosit pentru a lua legătura cu clienții pentru a obține feedbackul lor.
  
- Există trei etape diferite :
  - Marketing
  - Vânzări
  - Distribuție
- Canalele pot fi clasificate în funcție de proprietatea sau natura lor.
- Acestea trebuie să combine viteza, eficiența și rentabilitatea.

# CANALE (2)

Canalul trebuie să fie rapid, eficient și rentabil.

Canalul trebuie să fie adaptat pentru confortul utilizatorului final.

În ceea ce privește tipul de proprietate, există :

- canale proprii, canale partenerie sau un mix.

În ceea ce privește prezența, pot fi :

- canale fizice sau canale web / mobile.

# RELAȚIILE CU CLIENȚII

- În ceea ce privește clientul, etapele sunt achiziția, retenția și recâștigarea.
- Există șase tipuri principale de relații de afaceri-client. Este folositor
- pentru a le analiza înainte de a decide:

1.Asistență personală - Un reprezentant de afaceri (RA) asistă clienții

2.Asistență personală dedicată – RA pentru un set special de clienți (nacher de familie)

3.Autoservire - Clienții aleg și iau ceea ce doresc.

4.Servicii automatizate - Ofertă bazată pe preferințele anterioare ale clienților (Amazon)

5.Comunități - Grup coordonat de oameni care ajută afacerea cu oferta

6.Co-creatie - Clienții ajută la stabilirea ofertei de afaceri (Lego)

# Co-creație: studiu de caz Nike

- Ce este Nike+?
- Este o platformă unde alergătorii și entuziaștii sportului pot împărtăși experiențe, rezultate, sfaturi despre diferite tipuri de sport.
- Platformele funcționează ca o rețea socială, iar unul dintre punctele de acces este aplicația Nike + care permite alergătorilor să-și urmărească performanța, să împărtășească experiențe și trasee.

# FLUXURI DE VENITURI

- Există 7 moduri în care o companie realizează venituri din fiecare segment de clienți :
  1. Vânzarea de active - transferarea proprietății unui bun fizic
  - 2. Împrumut / Leasing / Închiriere - vânzarea unui drept exclusiv asupra unui activ pentru o perioadă (Xerox)
  - 3. Taxe de abonament - încărcarea unui serviciu oferit permanent
  - 4. Taxă de utilizare – taxă pentru utilizarea unui anumit serviciu
  5. Licențiere – Perceperea unei taxe pentru utilizarea proprietății intelectuale protejate
  6. Taxe de brokeraj - Perceperea unei taxe de intermediere vânzător-cumpărător
  7. Publicitate - Taxe pentru publicitate



# EXEMPLU: TWITTER

- Exemplu: fluxuri de venituri Twitter
  - Licențierea fluxurilor de date
  - Conturi promovate
  - Tweet-uri promovate
  - Analize



# ACTIVITĂȚI CHEIE

- Activitățile care fac ca o afacere să supraviețuiască
- Fiecare afacere trebuie să le identifice și să le includă în planul de afaceri
- Aceste activități principale trebuie clasificate într-unul din următoarele grupuri :
  1. Producție - proiectarea, crearea și livrarea unui bun fizic
  - 2. Rezolvarea problemelor - principala activitate este de a rezolva problemele altora
  - 3. Platformă / rețea - este legată de acea platformă și de rețea în general.

# RESURSE CHEIE

- Resursele necesare fiecărei afaceri pentru a crea valoare pentru clienții săi.
- Acestea pot fi deținute, închiriate sau furnizate de partenerii companiei.
- Există în principal patru tipuri de resurse cheie:
  1. Resurse fizice (echipamente, active mici, clădiri, ...)
  2. Resurse intelectuale (mărci, brevete, IP, ...) (a se vedea planșa IPR 84.)
  3. Resurse umane (personal, contacte, ...)
  4. Resurse financiare (acces la produse financiare).

# PARTENERI CHEIE

- Fiecare afacere trebuie să dețină alianțe strategice cu partenerii.
- Formarea parteneriatelor necesită combinarea anumitor aspecte :
  - Acorduri de parteneriat corect
  - Definirea așteptărilor.
- Impact asupra clienților dvs.: trebuie să fie profitabil pentru clienți.
- Situația câștig-câștig: ambii trebuie să obțină profit
- Selectarea parteneriatelor: pentru a economisi timp și bani.

# EXEMPLU: PARTENERI CHEIE DE FACEBOOK

Aceștia sunt parteneri de conținut :

- Seriale TV
- Filme
- Muzică
- Articole de știri



# STRUCTURA COSTURILOR

- Consecințele monetare ale fiecărei operațiuni de afaceri
- Le putem avea în vedere pe acestea:
- Atenție pe costuri: minimalizarea costurilor
- Atenție pe valoare: încercarea de a oferi clienților lor cea mai bună valoare
- Costuri fixe: cheltuielile ce nu depind de nivelul de producție al afacerii
- Costuri variabile: depinde de volumul de producție al companiei
- Economii de scară: costul per unitate scade când crește producția
- Economii de scop: oferirea altor produse “conectate”.

# OBSERVAȚII GENERALE - POVESTEA

- Modelul de afaceri Canvas, este o pădure, componentele sale sunt copacii!
- Ceea ce este important este pădurea, poate că trebuie să sacrificăm din copaci!
- Nici o componentă a modelului Canvas nu este importantă în sine!
- Originea este propunerea de valoare; scopul este de a face profit!
- Componentele și conexiunile acestora trebuie să fie echilibrate!
- Toate împreună vor conduce la profitul din propunerea de valoare!
- Managementul trebuie să vadă pădurea și copacii în modelul de afaceri Canvas!

# LEAN CANVAS

- Lean Canvas este un model Canvas de afaceri, cu câteva diferențe
- Pentru antreprenorii fără experiență anterioară și / sau într-o afacere riscantă
- Lean Canvas modifică modelul Canvas
  - Partenerii cheie se transformă în Problem Solvers
  - Resursele cheie se transformă în Value Propositions
  - Activitățile cheie se transformă în Solutions
  - Relația cu clienții se transformă în Channels
- În avantajele nelociale

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
	KEY METRICS		CHANNELS	
COST STRUCTURE			REVENUE STREAMS	



# Module de învățare (LU) aplicate la BMC

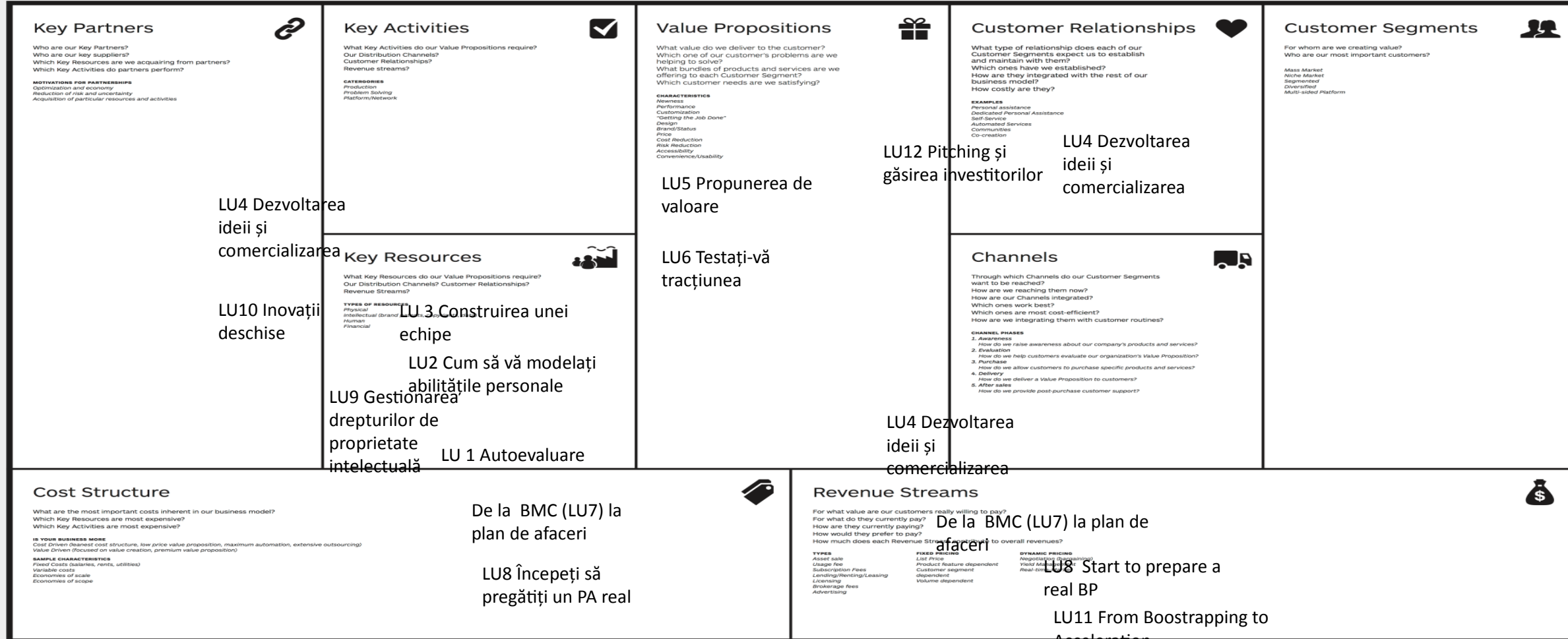
## The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



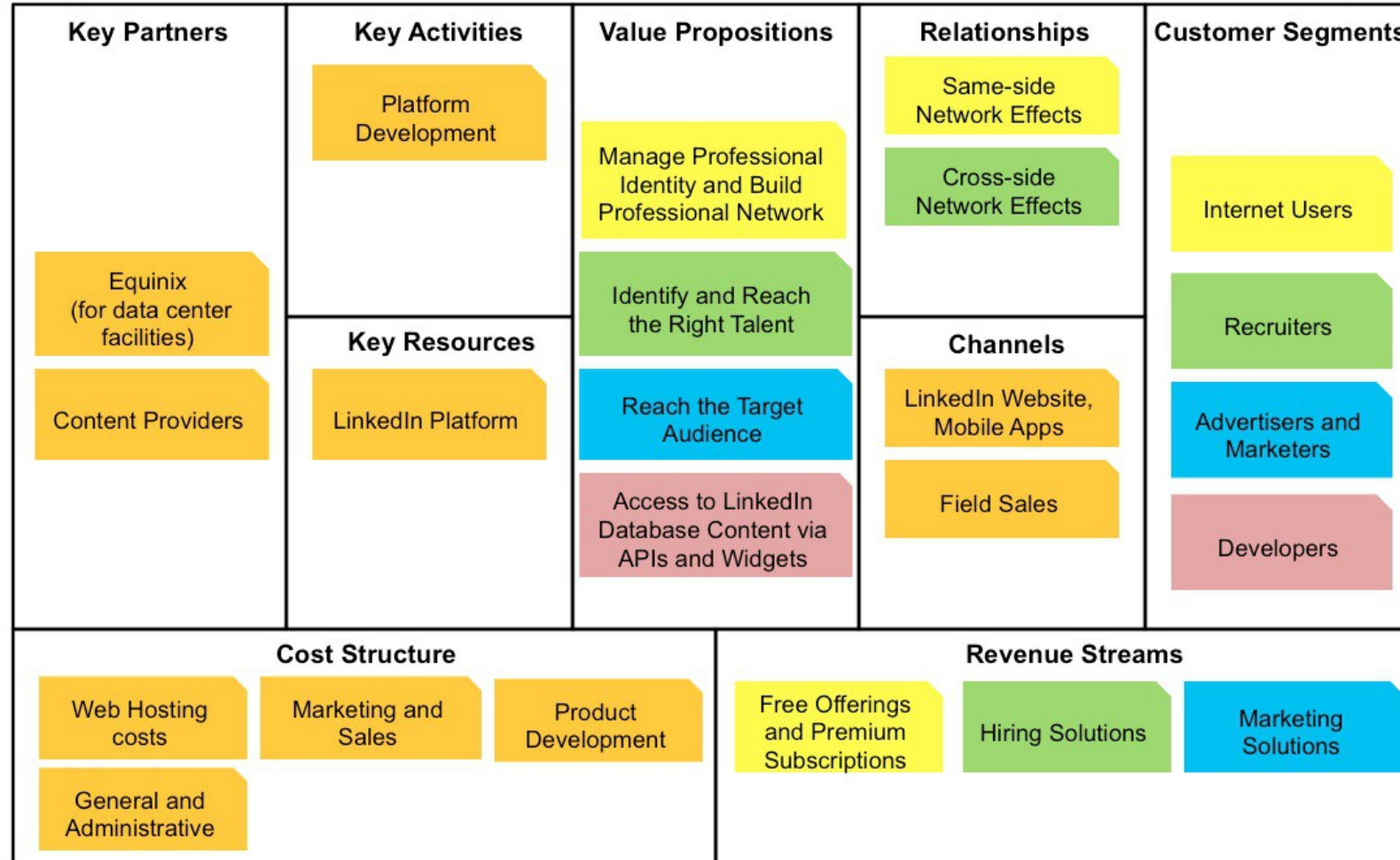
DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

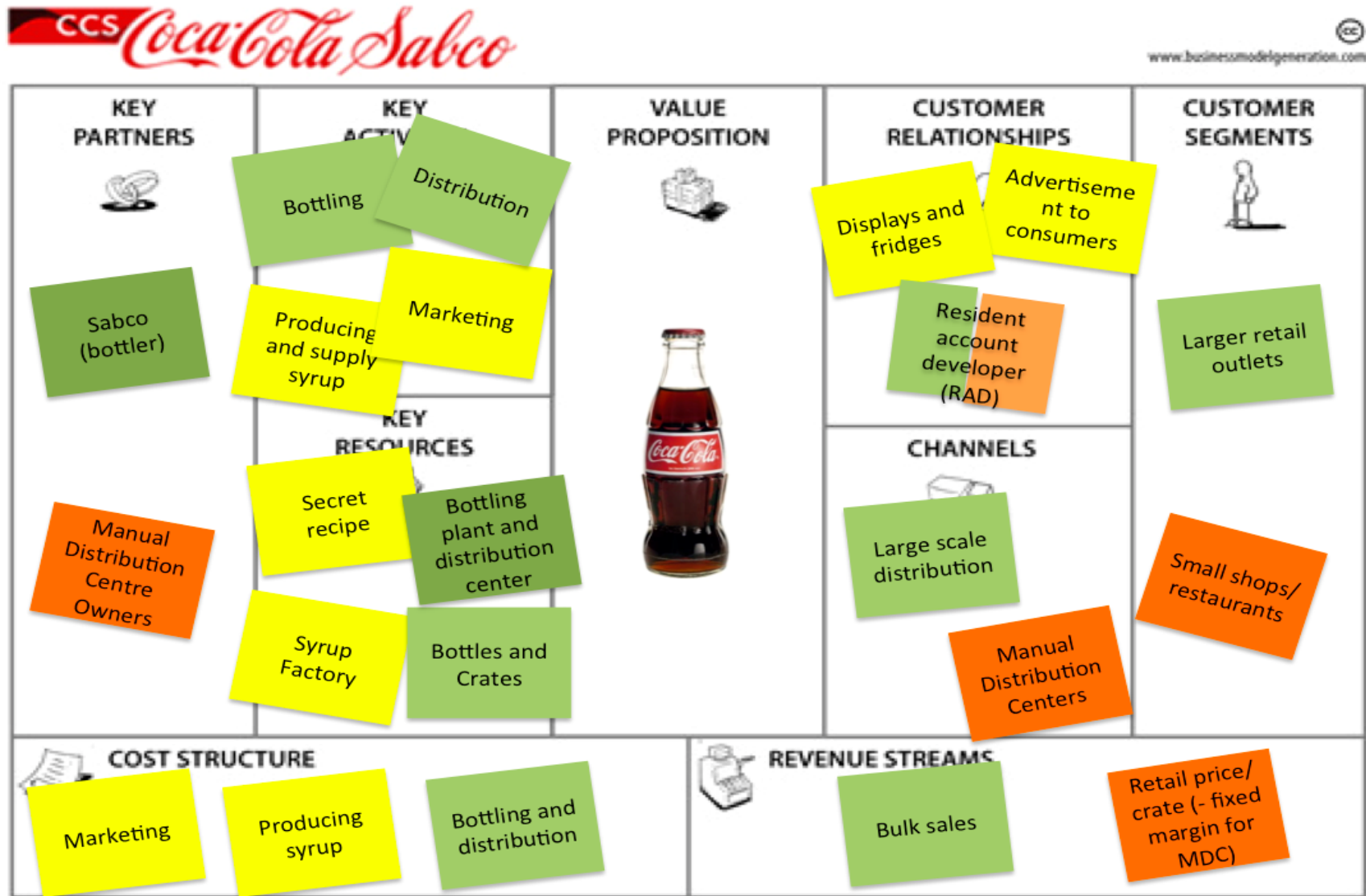
EXAMPLES OF BUSINESS MODELS



## LinkedIn – World's Largest Professional Network



Modelul Canvas de afaceri al COCA COLA



- Veți primi fiecare câte un model Canvas de afaceri tipărit.
- Aveți 45 min pentru a lucra cu echipa dvs. la acesta.
- Nu uitați să utilizați bilețele post-it.
- Urmați instrucțiunile date deja.
- Veți prezenta BMC-ul dvs. în 2 min.
- Sesiune de întrebări și răspunsuri de la formatori și colegii dvs. participanți!
- **Durata totală a exercițiului: 100 min.**

## 3.13 Legislație și reglementări

- Legislația și reglementările europene relevante privind afacerile antreprenoriale în zona verde
- Folosiți cu încredere fișa de reglementări generale pentru fiecare tip de economie verde creată de proiectul GET UP
- Fiți conștienți, de asemenea, că economia verde are adesea o legislație și o reglementare specifică fiecărei țări sau a unui anumit eveniment specific regional, ceea ce deseori face ca ideile să nu poată fi reproduse direct
- De asemenea, trebuie să fie conștienți de problemele generale de înființare a unei afaceri
- Cele mai bune resurse comune sunt [World Bank Doing Business Report](#)
  - Analiza detaliată a timpului și costului pentru înființarea și dizolvarea de bază a companiilor.

# Diversitatea legislației și reglementării în problemele verii este uluitoare

- Legislația UE trebuie implementată în legislația națională și poate fi afectată de legislația regională
  - Acest lucru creează o mare diversitate în legislație și reglementare
  - Trebuie să înțelegem că ideea unei economii verzi poate fi afectată de o serie de legi, în cadrul unei varietăți de cadre juridice
  - **Deoarece acestea sunt aspecte legate de mediu, o cunoaștere adecvată a legislației, a permisului și a mediului de reglementare este esențială pentru succesul sau eșecul ideii inițiale de afaceri → Un mediu de afaceri puternic legiferat și reglementat**
- Legislația primară este constituită din acte legislative sau statut. Legislația secundară (numită și legislație delegată) este acordarea de competențe suplimentare legii altei ramuri a guvernului printr-un act sau un statut.
- Adesea, regulamentul va necesita coordonarea diferitelor instituții guvernamentale
- Adesea, legile sunt în contradicție cu deciziile anterioare, iar cazurile judiciare pot oferi soluția la problemele dvs. Este important să știți dacă acest lucru este cazul în domeniul dvs.

## Case study Extractive industries și recuperarea deșeurilor acestora:

Notă: Legea creează o posibilitate pentru industria ecologică ... dar complexitatea ei este uluitoare. Alegeți orice țară doriți pe baza hyperlinkului de mai sus.

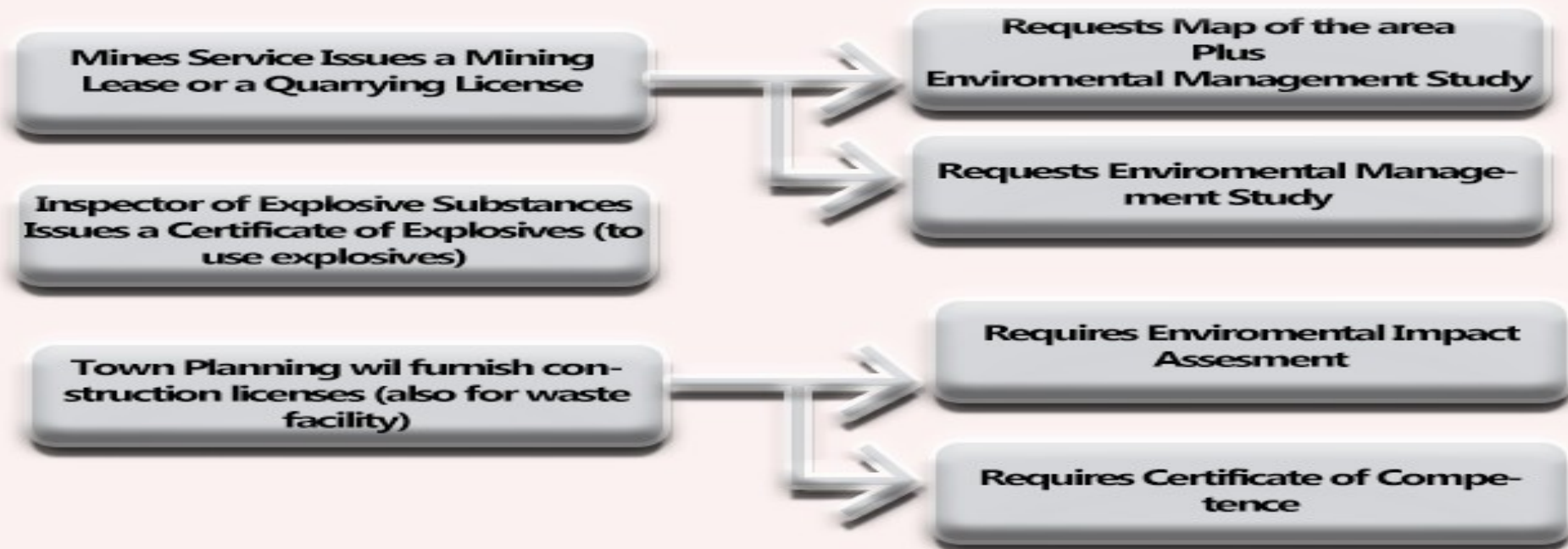
- Cipru: autorități minime pentru orice industrie extractivă, inclusiv recuperarea deșeurilor → 4
- Consiliul de Miniștri → organul executiv care ia decizia finală. Legat de hotărârile judecătorești. De asemenea, poate lua decizii executive care pot avea forța de drept, până când legea va fi evaluată de parlament.
- Serviciul minelor → responsabil cu colectarea informațiilor și cu prezentarea sugestiilor Consiliului de Miniștri
- Departamentul de urbanism → va verifica problemele de zonare și de construcție → trebuie să fiți atenți la legislația de zonare și de reglementările privind construcțiile
- Departamentul de Mediu → Responsabil de evaluarea crucială a impactului asupra mediului și de studiul periodic al managementului de mediu
- Legislație :
  - Cadrul general pentru deșeuri : [Primary legislation](#) pentru gestionarea deșeurilor
  - În cazul în care poluarea apei este de asemenea abordată, există o [Primary legislation](#) separată
- Permise și licențe: Vedeți diagrama din următorul diapozitiv



## EXPLORATION



## EXPLOITATION



## 3.14 Licențe de afaceri și autorizații

• Adesea cruciale pentru succesul unei idei de afaceri, mai ales la început pentru obținerea credibilității, protecției juridice, primirea de fonduri, respectarea impozitelor și beneficiile en gros.

1. Există diverse instrumente care pot fi folosite pentru a înțelege mediul de afaceri.
2. Instrumentul cel mai frecvent utilizat este cadrul PEST(LE)
3. **PESTLE - politic, economic, social, tehnologic, legal, mediu (environment)**

### **Activitate:**

• În grupuri de 3 sau 4, completați o analiză PESTLE a mediului de afaceri pentru întreprinderile verzi din [țara atelierului]

• Pe baza analizei dvs., identificați implicațiile pentru începerea și dezvoltarea unei afaceri verzi

• Rezumați problemele-cheie într-o prezentare informală

**Amintiți-vă că licențele și permisele de afaceri, în special pentru Antreprenoriatul Verde, sunt esențiale în analiza PESTLE - afacerile verzi sunt destul de încărcate de licențe.**



**Vă mulțumim că v-ați făcut timp pentru a  
finaliza acest modul.**

**Pentru informații suplimentare**

*Vizitați site-ul nostru*

*[Green-entrepreneurship.online](http://Green-entrepreneurship.online)*