


Erasmus+
Új lehetőség. Új szemlélet.

 **Tradíciókért
Alapítvány**
A polgári értékrendért

”

Obstacolele sunt acele temeri
pe care ni le creăm în mintea noastră.

Henry Ford



**Manual de bune
practici antreprenoriale –
Inspirație pentru tineri
Manual destinat tinerilor
antreprenori**

Pentru sprijinirea tinerilor
marginalizați și NEET

**Fundantia Tradíciókért
2025**



Erasmus+

Erasmus+
Új lehetőség. Új szemlélet.

**Manual de bune practici antreprenoriale – Inspirație
pentru tineri
Manual destinat tinerilor antreprenori**

Pentru sprijinirea tinerilor marginalizați și NEET

Fundantia Tradíciókért

2025.

Introducere

În lumea de astăzi, aflată într-o continuă și rapidă schimbare, devine din ce în ce mai important ca tinerii să nu se limiteze doar la a se adapta cerințelor pieței muncii, ci să fie capabili să o modeleze în mod activ. Nu doar căutarea locurilor de muncă este esențială, ci și crearea acestora reprezintă cheia viitorului. Lansarea propriei afaceri, transformarea ideilor în realitate și inițierea unor demersuri individuale nu oferă doar oportunitatea independenței financiare, ci pot genera o valoare semnificativă pentru întreaga societate. În această perioadă dinamică și plină de provocări, tot mai mulți tineri caută căi către succes care nu se rezumă exclusiv la beneficii financiare, ci pun accent și pe responsabilitatea socială și comunitară.

Acest manual se adresează în mod special tinerilor care, din diverse motive, se află într-o situație marginalizată sau au statut NEET (nu sunt implicați în educație, ocupare sau formare profesională) și care doresc să își depășească situația actuală. Scopul nostru este de a prezenta, prin exemplele unor întreprinderi din România și din străinătate, povești reale de succes care evidențiază nu doar performanța economică, ci și impactul social și comunitar al acestora.

Companiile prezentate în capitolele următoare nu sunt doar profitabile din punct de vedere financiar, ci funcționează într-un mod sustenabil pe termen lung și oferă exemple concrete despre cum poate fi construită o afacere responsabilă din punct de vedere economic, social și comunitar. Aceste exemple demonstrează că succesul nu constă doar în rapiditatea obținerii rezultatelor, ci și în modul în care este construită o întreprindere capabilă să contribuie la un viitor mai echitabil și mai sustenabil.

Inițierea unei afaceri deschide o lume nouă pentru tineri, iar acest manual își propune să îi sprijine în parcurgerea acestui drum, oferindu-le cele mai bune șanse de reușită. În capitolele următoare veți găsi nu doar inspirație, ci și strategii concrete, studii de caz și sfaturi practice care vă pot ajuta să faceți primii pași cu încredere.

Acest manual reprezintă un ghid menit să sprijine viitorii antreprenori în crearea unei valori reale pentru societate, acordând în același timp atenție propriei dezvoltări personale. Dacă doriți să construiți o afacere de succes care să nu se concentreze exclusiv pe profit, ci să acorde o importanță deosebită comunității și mediului înconjurător, atunci acest manual este pentru dumneavoastră.

Capitolul 1 – Exemplul grupului de companii Master Good: armonia dintre tradiție și inovație

Prezentare succintă

Povestea Master Good, care se scrie de mai bine de o sută de ani, nu este doar cronică a unei afaceri de familie, ci un veritabil exemplu de succes maghiar, care demonstrează perseverența, dezvoltarea continuă și responsabilitatea față de comunitate. Dintr-o mică fermă familială, compania a devenit astăzi unul dintre cei mai importanți actori din industria avicolă din Ungaria. Activitatea sa acoperă creșterea animalelor, producția de furaje, procesarea și exportul, gestionând întregul lanț valoric și menținând controlul deplin asupra calității și proceselor.

Istoria Master Good este, în același timp, o poveste despre păstrarea tradițiilor și despre reînnoirea continuă. Succesul companiei constă în capacitatea de a transmite cunoștințe și valori din generație în generație, rămânând totodată deschisă către digitalizare, sustenabilitate și integrarea tinerelor talente.

Bune practici

Programe de formare pentru tineri – specialiștii agricoli ai viitorului

Master Good este conștientă de faptul că fundamentul succesului îl reprezintă oamenii. Din acest motiv, compania a construit de-a lungul anilor relații strânse cu licee, instituții de învățământ profesional și universități locale. În cadrul programelor de internship, tinerii nu doar că obțin o perspectivă asupra funcționării companiei, ci desfășoară activități reale, cu valoare adăugată. Pentru mulți dintre ei, această experiență devine definitivă: după finalizarea studiilor, mulți aleg să rămână și să își construiască o carieră în cadrul Master Good.

Transformare digitală – când tradiția devine high-tech

Compania nu doar urmează tendințele moderne din sectorul agroalimentar, ci contribuie activ la modelarea acestora. Sistemele informatice integrate permit transparența lanțului de aprovizionare, optimizarea stocurilor, funcționarea ecologică și luarea rapidă a deciziilor fundamentate. Drone, senzori, inteligență artificială? La Master Good acestea nu reprezintă viitorul, ci prezentul.

Sprijinirea comunităților locale – responsabilitate față de mediul rural

Master Good este profund angajată în asumarea responsabilității sociale. În comunitățile locale, compania nu doar creează locuri de muncă, ci sprijină activ educația, sănătatea, sportul și inițiativele culturale. În viața unui sat rural, prezența Master Good înseamnă nu doar stabilitate economică, ci și siguranță socială și emoțională.

Inițiative ecologice – companie modernă, viitor sustenabil

Sustenabilitatea reprezintă unul dintre pilonii de bază ai activității companiei. Master Good operează instalații de biogaz, colectează selectiv deșeurile, utilizează sisteme eficiente energetic și depune eforturi constante pentru reducerea amprentei de mediu. Pentru ei, conceptul „verde” nu este un trend, ci un mod de viață.

Curiozități despre Master Good

- Compania are peste 100 de ani de experiență în agricultură – un lucru rar întâlnit la nivel național.
- Master Good procesează anual peste 60 de milioane de pui – echivalentul a șase stadioane de fotbal pline cu păsări.
- Este o companie 100% deținută de o familie maghiară, lucru rar la o asemenea dimensiune.
- Conducerea se află deja la a patra generație – un exemplu extrem de inspirațional pentru tineri.

Gând motivațional din partea conducerii

„Ne inspirăm din trecut, muncim în prezent, iar viitorul îl construim împreună – alături de tinerii care nu sunt doar colegii noștri, ci și moștenitorii unei lumi mai bune.”
– *László Bárány, proprietar și director general*

O poveste reală – Zsófi, de la economist la manager agricol

La 20 de ani, Zsófi era convinsă că va lucra la Budapesta, într-un birou. Un stagiu de practică pe timpul verii a schimbat însă totul: în doar câteva săptămâni petrecute la Master Good, a descoperit cât de responsabil și captivant poate fi domeniul industriei alimentare. Astăzi conduce una dintre echipele logistice ale companiei și afirmă: „Aici văd că munca noastră are sens. Produsele ajung la oameni, iar în același timp contribuim și la protejarea mediului.”

Mesaj pentru tineri

Povestea Master Good transmite un mesaj clar: antreprenoriatul nu înseamnă doar afaceri. Înseamnă oameni, comunități, mediu și posibilitatea fiecărei generații de a contribui la un scop mai mare. Indiferent dacă trăiești la sat sau la oraș, dacă ai deschidere, dorință de a învăța și dedicare, poți deveni parte a ceva cu adevărat durabil. Pentru că viitorul nu se întâmplă de la sine – îl scriem împreună.

Capitolul 2 – Exemplul Baromfi-Coop: succes bazat pe cooperare

Prezentare succintă

Baromfi-Coop Kft. nu este doar o simplă companie de procesare a cărnii de pasăre, ci o veritabilă poveste de succes autohtonă, profund ancorată în regiunea Nyírség. Din punct de vedere geografic, economic și uman, compania reprezintă un actor definitoriu al regiunii, având un rol important în dezvoltarea locală și regională.

Procesare integrată și portofoliu de produse

Profilul principal al companiei îl constituie producerea de produse din rață și găscă, recunoscute pe piața internă ca fiind de înaltă calitate și foarte apreciate. Produsele Baromfi-Coop se bucură de o popularitate tot mai mare și pe piețele internaționale, datorită dezvoltării continue a calității și a inovației în materie de produse.

Baromfi-Coop Kft. funcționează într-un sistem integrat: de la creșterea păsărilor, producția de furaje și incubare, până la procesare, toate etapele sunt realizate în cadrul companiei. Acest sistem complex asigură calitate constantă, transparență și prețuri competitive.

Filosofie corporativă unică – cooperare în loc de competiție

Filosofia Baromfi-Coop o diferențiază clar pe piață: compania se bazează nu pe competiție, ci pe cooperare. Această valoare fundamentală se reflectă în relațiile de lungă durată, bazate pe încredere reciprocă, dezvoltate cu furnizorii, clienții și angajații.

Această abordare aduce nu doar beneficii economice, ci îndeplinește și un rol important în consolidarea comunității din regiunea Nyírség și din zonele învecinate. Scopul Baromfi-Coop este ca, prin parteneriate puternice, sustenabile și generatoare de valoare, să promoveze nu doar profitul, ci și responsabilitatea socială.

Compania nu este doar un actor economic, ci un membru activ al comunității locale: creează locuri de muncă, sprijină dezvoltarea regională și contribuie la consolidarea agriculturii locale. Colaborează cu numeroși furnizori și parteneri locali, susținând astfel stabilitatea economică a regiunii.

Modelul său de cooperare reprezintă un exemplu despre cum o întreprindere poate genera nu doar profit, ci și valoare socială, devenind astfel una dintre cele mai respectate și de succes companii din Nyírség.

Bune practici

Integrarea furnizorilor – un sistem care funcționează ca o comunitate

Baromfi-Coop a dezvoltat o cooperare strânsă cu micii producători și fermierii din zonă. Aceasta nu înseamnă doar o colaborare tehnică, ci un parteneriat real: consultări regulate, planificare comună și sprijin profesional continuu. Un astfel de model de integrare asigură nu doar un trai stabil pentru participanți, ci și oportunitatea dezvoltării continue, a inovării și a participării la succesul comun.

Oportunități de formare și mentorat – viitor construit prin cunoaștere

Pentru tinerii fermieri și producătorii aflați la început de drum, compania oferă programe de mentorat, consultanță de specialitate și formare practică. Aceste oportunități sunt esențiale pentru cei care pășesc pentru prima dată în sectorul agricol. Obiectivul este crearea unor afaceri bine fundamentate, orientate spre viitor, conduse de tineri care știu să se adapteze provocărilor pieței, păstrând în același timp valorile locale.

Calitate și orientare către export – gusturile Nyírségului pe mesele Europei

Baromfi-Coop nu se mulțumește cu nivelul mediu. Compania operează conform unor standarde stricte de calitate, utilizează tehnologii moderne și un lanț de producție complet trasabil. Drept rezultat, produsele sale sunt prezente nu doar pe rafturile magazinelor din Ungaria, ci sunt recunoscute și apreciate în numeroase țări europene. Calitatea nu construiește doar un brand, ci și o încredere pe termen lung.

Responsabilitate socială – implicare cu suflet pentru comunitate

Baromfi-Coop este un membru activ și dedicat al comunității locale. Compania sprijină în mod regulat școli, evenimente culturale, cluburi sportive și organizații caritabile. Convingerea sa este că o afacere de succes trebuie să țină cont nu doar de profit, ci și de impactul său social. Crearea de valoare comună este, aici, un obiectiv real și asumat.

Curiozități despre Baromfi-Coop

- Colaborează cu peste 500 de furnizori, majoritatea fiind ferme familiale locale.
- Exportă anual produse din rață și găscă în mai mult de 10 țări.
- Unul dintre cele mai populare produse ale sale – pulpa de găscă confiată – ajunge și în restaurante franceze cu stele Michelin.

Citat de la un tânăr fermier

„Îmi place să lucrez cu Baromfi-Coop pentru că aici nu sunt doar un număr într-un tabel Excel. Sunt ascultat, sprijinit și, atunci când apare o problemă, nu sunt lăsat singur. Am crescut împreună și continuăm să ne dezvoltăm împreună.” – *Petra, 26 de ani, tânăr fermier din Nagykovács*

O poveste inspirațională – Gergő și prima sa fermă proprie

La 22 de ani, Gergő a decis să rămână la sat și să devină fermier. Familia sa nu se ocupase anterior de agricultură, astfel că totul era nou pentru el. Cu ajutorul unui proiect finanțat, a construit o mică fermă de creștere a păsărilor și s-a alăturat rețelei de furnizori Baromfi-Coop.

Primii ani nu au fost ușori – a trebuit să învețe, să greșească și să se adapteze –, însă mentoratul și sprijinul constant oferite de companie l-au ajutat să evolueze. Astăzi, Gergő administrează trei ferme și îi sprijină, la rândul său, pe tinerii fermieri aflați la început de drum. Exemplul său demonstrează că, având în spate un partener stabil și de încredere, nimeni nu este cu adevărat singur.

Mesaj pentru tineri

Exemplul Baromfi-Coop transmite un mesaj clar: nu întotdeauna competiția individuală conduce la succes. Cooperarea, gândirea comunitară și încrederea pe termen lung sunt pietrele de temelie ale unei afaceri stabile și sustenabile. Cei care sunt dispuși să învețe, să se dezvolte și să gândească în comunitate pot găsi nu doar o sursă de venit, ci și un parcurs de viață valoros și respectat. Viitorul poate începe în avicultură – dar, mai presus de toate, el se construiește prin oameni care sunt dispuși să facă lucruri unii pentru alții.

Capitolul 3 – Responsabilitatea socială a McDonald's și programele sale dedicate tinerilor

Prezentare succintă

McDonald's, unul dintre cele mai cunoscute și iconice lanțuri de restaurante fast-food din lume, nu este doar un simbol al arcurilor aurii și al burgerilor, ci și un exemplu de responsabilitate socială corporativă. Filosofia companiei depășește cu mult conceptul de alimentație rapidă – obiectivul său este de a fi un actor activ și creator de valoare în viața comunităților.

Și în Ungaria, McDonald's joacă un rol important în sprijinirea tinerilor, în formarea acestora și în susținerea inițiativelor comunitare. McDonald's nu reprezintă doar un loc de muncă, ci o oportunitate de a porni pe un drum profesional în care dezvoltarea personală, valorile comunitare și obiectivele pe termen lung se întâlnesc.

Bune practici

Angajarea tinerilor

McDonald's este unul dintre cei mai mari angajatori de tineri din Ungaria. Acest lucru nu este întâmplător: compania a recunoscut că generația tânără nu este doar forța de muncă a viitorului, ci și motorul prezentului. Oferă programe de lucru flexibile, care permit desfășurarea activității în paralel cu studiile, precum și programe de training cuprinzătoare care sprijină dezvoltarea carierei.

La McDonald's, este posibil să începi „de la zero” și să ajungi în poziții de conducere, ceea ce reprezintă o motivație puternică pentru tinerii aflați la începutul drumului profesional.

Programe educaționale

Sistemul intern de formare nu este doar o formalitate, ci o reală oportunitate de învățare și dezvoltare. Scopul este ca fiecare angajat să își poată găsi propriul parcurs – fie în domeniul ospitalității, fie în management.

Accentul este pus pe dezvoltarea competențelor individuale, aspect esențial într-o perioadă în care piața muncii se schimbă rapid, iar capacitatea de adaptare devine o abilitate-cheie.

Fundația Ronald McDonald pentru Copii

Una dintre cele mai umane dimensiuni ale activității McDonald's este implicarea sa fundațională. Fundația Ronald McDonald pentru Copii are ca scop facilitarea vieții copiilor grav bolnavi și a familiilor acestora, de exemplu prin crearea de case pentru familii în apropierea spitalelor.

Această inițiativă nu reprezintă doar un sprijin financiar, ci un adevărat sistem de siguranță socială, care demonstrează că McDonald's acordă atenție nu doar angajaților săi, ci și celor mai vulnerabili membri ai societății.

Responsabilitate față de mediu

Sustenabilitatea nu mai este o opțiune, ci o obligație. McDonald's a recunoscut acest lucru și a făcut numeroși pași în direcția unei funcționări ecologice. Introducerea ambalajelor biodegradabile, utilizarea tehnologiilor eficiente energetic și dezvoltarea sistemelor de gestionare a deșeurilor contribuie la reducerea amprente ecologice a companiei.

Prin aceste măsuri, McDonald's oferă un exemplu nu doar clienților săi, ci și altor companii.

Curiozități despre McDonald's

- McDonald's are peste 2 milioane de angajați la nivel global.
- Vârsta medie a angajaților din Ungaria este de 24 de ani – un mediu de lucru cu adevărat tânăr.
- Peste 60% dintre participanții la programele de training declară că experiența acumulată le-a crescut semnificativ încrederea în sine.

Citat de la un tânăr angajat

„Când am început să lucrez la McDonald's, îmi doream doar să câștig puțini bani de buzunar. Nu m-am gândit niciodată că voi ajunge șef de tură. Dar echipa, programele de formare și sprijinul primit au fost atât de inspiratoare, încât astăzi urmez cursuri de HR și îmi doresc să rămân în companie pe termen lung.” – *Krisztián, 22 de ani, Budapesta*

O poveste inspirațională – Drumul Zsófi-ei la McDonald's

Zsófi a început să lucreze la McDonald's la vârsta de 18 ani, într-un restaurant dintr-un oraș de provincie. Tocmai terminase liceul și nu era sigură ce direcție să urmeze. În scurt timp, a descoperit că îi place dinamismul, munca în echipă și interacțiunea cu oamenii.

Într-un interval relativ scurt, a devenit șef de tură, iar un an mai târziu s-a mutat la Budapesta, unde și-a continuat activitatea ca trainer regional. Astăzi, coordonează echipe, susține prezentări în cadrul programelor interne de formare și reprezintă un exemplu pentru colegii mai tineri. Povestea Zsófi-ei demonstrează că, într-un sistem bine structurat – în care există atenție, oportunități și sprijin – tinerii pot evolua și se pot afirma.

Mesaj pentru tineri

Exemplul McDonald's evidențiază faptul că, chiar și în cadrul unei companii multinaționale, este posibil să existe dezvoltare personală, impact social și oportunități reale de construire a unei cariere. Pentru cei care sunt dedicați, deschiși și dornici să învețe, nimic nu este imposibil. Nu contează de unde vii – contează direcția în care te îndrepti. McDonald's poate fi prima treaptă pe drumul către un viitor mai stabil, mai conștient și mai sigur pe sine.

Capitolul 4 – Societatea cu Răspundere Limitată Nonprofit (SRL Nonprofit)

SRL-ul nonprofit este o formă juridică ce îmbină avantajele organizaționale și operaționale ale societăților comerciale cu obiectivele sociale specifice organizațiilor nonprofit. Deși denumirea sa este similară cu cea a unui SRL clasic, diferența esențială constă în faptul că scopul principal al unui SRL nonprofit nu este obținerea de profit, ci realizarea unui obiectiv de interes public, social, cultural, educațional, de protecție a mediului sau a unui alt scop de utilitate publică.

Caracteristici

- **Formă juridică:** societate comercială, însă, conform actului constitutiv, profitul nu poate fi distribuit între asociați.
- **Scop:** activitatea desfășurată servește în principal un interes public sau de utilitate publică.
- **Înregistrare:** se realizează la registrul comerțului, similar altor SRL-uri, însă mențiunea „nonprofit” trebuie inclusă în denumirea societății.
- **Capital social:** capitalul social minim este de 3 milioane de lei, identic cu cel al unui SRL clasic.
- **Gestionarea veniturilor:** profitul obținut trebuie reinvestit integral în realizarea scopurilor societății.

În ce se deosebește de un SRL clasic?

- **Interdicția distribuirii profitului** – asociații nu pot încasa dividende.
- **Prioritatea scopului social** – toate veniturile trebuie direcționate către îndeplinirea misiunii asumate.
- **Posibilitatea obținerii statutului de utilitate publică** – dacă activitatea îndeplinește condițiile prevăzute de lege, SRL-ul nonprofit poate dobândi statut de utilitate publică, beneficiind de facilități fiscale și oportunități de finanțare.

Avantaje

- **Oportunități de finanțare:** numeroase programe de sprijin guvernamentale și europene sunt disponibile în mod special pentru organizațiile nonprofit.
- **Credibilitate:** accentul pus pe scopul social conduce la o percepție mai favorabilă din partea finanțatorilor și partenerilor.
- **Funcționare flexibilă:** fiind reglementat conform normelor societăților comerciale, SRL-ul nonprofit poate colabora mai ușor cu alte companii pe baze economice.

Dezavantaje / Limitări

- **Utilizare limitată a profitului** – nu poate fi folosit pentru acumularea de avere personală.
- **Obligația reinvestirii** – spațiul de manevră financiar este mai restrâns, deoarece toate surplusurile trebuie alocate scopului social.
- **Reglementare strictă** – obligații riguroase de contabilitate și raportare.

Exemple de SRL-uri nonprofit tipice

- Societăți care sprijină reintegrarea pe piața muncii (de exemplu, prin angajarea persoanelor defavorizate).
- Organizații care desfășoară activități culturale și organizează evenimente.
- Furnizori de servicii educaționale și de formare profesională.
- Implementatori de proiecte de protecție a mediului.

Responsabilitatea antreprenorială în cadrul unui SRL nonprofit

Conducătorii și asociații unui SRL nonprofit au o responsabilitate sporită în ceea ce privește transparența financiară și respectarea misiunii sociale.

- Conducerea este obligată să utilizeze resursele organizației în mod responsabil, exclusiv în interesul scopurilor asumate.
- Rapoartele financiare trebuie să fie accesibile publicului, permițând astfel monitorizarea activității de către societate.
- Încrederea publică este esențială: orice abatere de la principiile transparenței și responsabilității poate îndepărta finanțatorii și partenerii.

Capitolul 5 – Város-Kép SRL Nonprofit (Televiziunea din Nyíregyháza)

Prezentare

Város-Kép SRL Nonprofit este o organizație aflată în proprietatea municipalității orașului Nyíregyháza, activă în mai multe domenii. Printre cele mai importante activități ale sale se numără operarea Televiziunii din Nyíregyháza, editarea săptămânalului *Nyíregyházi Napló*, precum și administrarea platformelor online și a spațiilor publicitare (de exemplu, site-ul nyiregyhaza.hu și pagina de Facebook aferentă).

Televiziunea din Nyíregyháza este una dintre cele mai vechi televiziuni locale din regiune. Aceasta produce zilnic jurnale de știri, emisiuni de tip magazin și dezbateri în studio, având un rol esențial în informarea comunității locale și în consolidarea coeziunii sociale.

Bune practici

Voce locală și arhivare – documentarea vieții comunității

Televiziunea are o tradiție îndelungată în reflectarea evenimentelor locale, contribuind semnificativ la păstrarea valorilor culturale și istorice ale orașului. Arhiva sa reprezintă un patrimoniu media important pentru comunitatea din Nyíregyháza.

Prezență multicanal – comunicare integrată

Pe lângă televiziune, organizația gestionează presa scrisă, platforme online și spații publicitare stradale, ceea ce permite o comunicare integrată și coerentă. Această abordare multicanal facilitează transmiterea eficientă a informațiilor către diferite segmente ale populației.

Competențe PR și de management de proiect

Prin intermediul biroului său de proiecte, Város-Kép SRL Nonprofit este capabilă să gestioneze sarcini de comunicare, relații publice și implementare de proiecte finanțate. Aceste competențe completează infrastructura tehnică și resursele umane ale organizației, permițând desfășurarea eficientă a inițiativelor locale.

Mesaj pentru tineri

Această organizație reprezintă un exemplu clar al modului în care instrumentele moderne de comunicare pot fi utilizate pentru consolidarea comunității locale. Activitatea sa demonstrează că domeniul culturii, informației și mass-media poate oferi oportunități diverse și relevante, contribuind în același timp la dezvoltarea identității locale și la informarea responsabilă a cetățenilor.

Capitolul 6 – NYÍRVV SRL Nonprofit

Prezentare

NYÍRVV SRL Nonprofit (Societatea Nonprofit pentru Administrarea Serviciilor Urbane și a Patrimoniului din Nyíregyháza) se află, de asemenea, în proprietatea municipalității orașului Nyíregyháza și funcționează din anul 2008. Printre atribuțiile sale se numără administrarea și întreținerea orașului, inclusiv gestionarea parcurilor, locurilor de joacă, drumurilor, piețelor, spațiilor închiriate și a stadionului municipal. Începând cu anul 2018, compania este responsabilă și pentru colectarea apelor uzate necanalizate.

Bune practici

Dezvoltări energetice și sustenabilitate

Compania a accesat cu succes fonduri europene pentru proiecte de eficiență energetică, care au inclus izolarea clădirilor, instalarea de sisteme fotovoltaice și implementarea unor soluții menite să reducă efectul de seră. Aceste investiții contribuie nu doar la reducerea costurilor operaționale, ci și la protecția mediului.

Gestionare inovatoare a relației cu clienții

Ca urmare a pandemiei de coronavirus, NYÍRVV SRL Nonprofit și-a reorganizat serviciile de relații cu publicul. În locul interacțiunilor directe, compania a introdus soluții de comunicare online și telefonică, asigurând continuitatea serviciilor. Totodată, a sprijinit implementarea muncii la distanță pentru angajații săi, adaptându-se astfel noilor realități ale pieței muncii.

Informarea populației și consolidarea imaginii publice

Prin activități constante de relații publice și marketing, compania informează în mod regulat cetățenii cu privire la activitățile sale. Informațiile esențiale sunt accesibile și prin intermediul unei aplicații mobile, facilitând astfel comunicarea rapidă și eficientă cu populația.

Fiabilitate și stabilitate financiară

NYÍRVV SRL Nonprofit a obținut un rating de credit AA+, reflectând stabilitatea sa financiară, veniturile constante și profitabilitatea. Compania nu înregistrează datorii fiscale, ceea ce consolidează încrederea publică și instituțională în funcționarea sa.

Mesaj pentru tineri

Exemplul NYÍRVV SRL Nonprofit demonstrează că o organizație nonprofit cu obiective comunitare poate funcționa într-un mod sustenabil și modern. Fie că este vorba despre proiecte de sustenabilitate, soluții inovatoare de relaționare cu cetățenii sau despre o funcționare transparentă și responsabilă, compania oferă un model de bună practică pentru tinerii interesați de domeniul managementului public și al serviciilor comunitare.

Capitolul 7 – Sectorul civil și Prima Asociație pentru Dezvoltarea Regiunii Nyírség

Rolul sectorului civil în Ungaria

Sectorul civil reprezintă o forță esențială de construire a societății, cuprinzând organizații care nu aparțin nici statului, nici mediului de afaceri: asociații, fundații și alte organizații nonprofit. Acestea joacă un rol deosebit de important în dezvoltarea rurală, deoarece sunt capabile să sprijine inițiative pornite „de jos în sus” (bottom-up) și să creeze cooperare în cadrul comunităților locale.

Datorită autonomiei lor, organizațiile civile – în special în comparație cu structurile dependente de administrațiile publice locale mai mici – pot reacționa mult mai flexibil și inovator la nevoile locale. Totuși, ele se confruntă și cu numeroase provocări, precum dificultăți de finanțare, lipsa resurselor și insuficiența cooperării în rețea.

Prezentarea Primei Asociații pentru Dezvoltarea Regiunii Nyírség

Prima Asociație pentru Dezvoltarea Regiunii Nyírség (ENYFT) este o asociație de utilitate publică, fondată în anul 1993 prin cooperarea orașului Nyíregyháza și a altor 11 localități din zonă. Scopul său este promovarea egalității de șanse pentru organizațiile civile din regiune, reprezentarea intereselor comune ale acestora, precum și stimularea parteneriatelor dintre cele trei sectoare – public, civil și privat.

Principalele domenii de activitate

- Operarea Casei Civile din Nyírség, ca centru regional pentru sectorul civil, oferind consultanță în domeniul accesării fondurilor, sprijin pentru cooperare și alte servicii de suport.
- Organizarea și derularea programelor de formare pentru adulți, inclusiv în domeniul administrației publice și al pieței muncii.
- Implementarea programelor LEADER, dezvoltarea resurselor umane, realizarea de publicații, menținerea relațiilor internaționale și furnizarea de servicii de consultanță pentru organizații civile.
- Derularea de proiecte dedicate tinerilor, precum programul „Ești tânăr? Vino alături de noi!”, finanțat din surse europene independente.

Bune practici – ce face bine ENYFT

Operarea unui centru local de servicii pentru sectorul civil

Casa Civilă oferă infrastructură fizică și IT, permițând organizațiilor civile locale să își împartă spațiile și să își desfășoare activitatea într-un mod mai eficient. Aceasta contribuie la consolidarea cooperării și la utilizarea optimă a resurselor.

Portofoliu divers de formare

ENYFT oferă programe de formare pentru adulți, mentorat și cursuri de calificare profesională, care sunt deosebit de utile pentru tineri și pentru grupurile defavorizate. Aceste programe sprijină integrarea pe piața muncii și dezvoltarea competențelor personale.

Atragerea resurselor de finanțare

Asociația accesează fonduri prin programe precum LEADER, EFOP și TOP+, care susțin dezvoltarea regională și implementarea proiectelor dedicate tinerilor.

Stimularea cooperării trilaterale

ENYFT joacă un rol de mediator între administrația publică locală, organizațiile civile și actorii economici. Această poziție facilitează dezvoltarea durabilă și creează un cadru stabil pentru parteneriate pe termen lung.

Mesaj pentru tineri

Exemplul ENYFT demonstrează că o organizație civilă poate deveni un actor activ al dezvoltării locale – fie ca voluntar, fie ca participant într-un program sprijinit financiar. Un centru civil bine funcțional, precum Casa Civilă, poate deveni o adevărată bază pentru idei creative, programe de formare și inițiative comunitare. De aceea, merită întotdeauna să pășești într-o astfel de organizație cu deschidere și curaj: aici poți descoperi puterea cooperării și poți deveni parte a unei schimbări pozitive.

Capitolul 8 – Informații practice privind inițierea unei afaceri

Primii pași

1. Generarea ideii

Inițierea unei afaceri pornește întotdeauna de la o idee bună. Aceasta nu înseamnă neapărat crearea a ceva complet nou sau unic, ci mai degrabă identificarea unei soluții reale la o problemă existentă sau satisfacerea unei nevoi concrete. Este recomandat să îți analizezi mediul înconjurător, propriile interese, precum și nevoile prietenilor, ale familiei sau ale comunității locale. O idee devine viabilă atunci când răspunde unei cereri reale de pe piață sau când îmbunătățește un produs sau serviciu existent, făcându-l mai accesibil, mai eficient sau mai ușor de utilizat.

Surse de inspirație pot fi problemele cotidiene, experiențele personale, activitățile din timpul liber, hobby-urile, precum și provocările sociale și de mediu.

Dezvoltarea ideii presupune notarea tuturor gândurilor, realizarea unei liste de brainstorming, discutarea ideii cu alții și solicitarea de feedback.

2. Cercetarea pieței

După conturarea ideii, este esențială analiza aprofundată a pieței, cu scopul de a înțelege următoarele aspecte:

Există cerere pentru produsul sau serviciul oferit?

Cine sunt potențialii clienți (vârstă, gen, interese, obiceiuri de cumpărare)?

Cine sunt concurenții și ce oferă aceștia?

Prin ce te poți diferenția sau ce poți face mai bine (preț, calitate, servicii, locație)?

În procesul de cercetare a pieței pot fi utilizate diverse instrumente, precum chestionare și interviuri cu potențiali clienți, analiza forumurilor online și a grupurilor de pe rețelele sociale, studierea statisticilor publice și a rapoartelor de specialitate, precum și analiza detaliată a produselor și serviciilor concurenței.

3. Elaborarea planului de afaceri

Planul de afaceri este un document detaliat care descrie modul în care intenționezi să îți implementezi ideea. Acesta te ajută să înțelegi funcționarea afacerii tale și reprezintă un instrument esențial pentru convingerea investitorilor sau pentru accesarea fondurilor nerambursabile.

Un plan de afaceri cuprinde, de regulă, următoarele elemente:

Prezentarea afacerii: obiectivele, produsul sau serviciul oferit.

Analiza pieței: clienți, concurenți, tendințe de piață.

Strategia de marketing și vânzări: metodele de atragere a clienților (marketing online, evenimente locale, promoții, politici de preț).

Planul operațional: locația, echipamentele necesare, procesele de lucru.

Planul financiar: costurile inițiale, veniturile estimate, profitul, fluxul de numerar și sursele de finanțare.

4. Analiza cadrului legislativ

Inițierea unei afaceri nu presupune doar o idee bună și un plan solid, ci și îndeplinirea cerințelor legale și administrative.

Este important să te informezi cu privire la diferitele forme juridice de organizare (persoană fizică autorizată, SRL, societate în nume colectiv, organizație nonprofit etc.) și să o alegi pe cea mai potrivită pentru tine. De asemenea, trebuie să cunoști regulile fiscale, contabile și de dreptul muncii, să obții autorizațiile necesare și să înregistrezi afacerea la autoritățile competente.

5. Înființarea firmei

Procedura de înființare diferă în funcție de forma juridică aleasă, însă, în general, presupune următorii pași:

Alegerea denumirii firmei, care trebuie să fie unică și ușor de reținut.

Întocmirea actului constitutiv.

Depunerea cererii de înregistrare la registrul comerțului.

Deschiderea unui cont bancar pe numele firmei.

Înregistrarea la autoritatea fiscală și la camera de comerț, dacă este cazul.

6. Marketing și vânzări

În lumea de astăzi, unul dintre factorii-cheie ai succesului este marketingul eficient.

Este esențială prezența online: realizarea unui site web, utilizarea rețelelor sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn) și, dacă este posibil, dezvoltarea unor soluții optimizate pentru dispozitive mobile. Promovarea locală, participarea la evenimente comunitare, organizarea de zile deschise sau campanii promoționale pot contribui, de asemenea, la creșterea vizibilității.

Construirea unei rețele de contacte este la fel de importantă: cunoașterea altor antreprenori, aderarea la organizații profesionale, găsirea de mentori și parteneri de încredere.

Sfaturi pentru tinerii antreprenori

Începe cu pași mici. Este recomandat să testezi ideea la scară redusă înainte de a face investiții majore, pentru a reduce riscurile financiare. Poți începe cu un buget mic, chiar de acasă, folosind resursele disponibile, să testezi diferite canale de vânzare și să colectezi feedback.

Folosește instrumente digitale. Internetul și tehnologiile moderne permit o activitate eficientă cu costuri reduse. Există numeroase instrumente online gratuite sau accesibile pentru marketing, administrare și gestionare financiară, precum și pentru construirea brandului prin conținut video, bloguri sau rețele sociale.

Construiește relații. Una dintre cele mai valoroase resurse în antreprenoriat este rețeaua de contacte. Caută mentori cu experiență, alătură-te comunităților profesionale și participă la

evenimente unde poți învăța din experiența altora. Nu ezita să ceri ajutor și să înveți din greșelile și reușitele celorlalți.

Concluzie

Inițierea unei afaceri este un proces captivant, dar plin de provocări. O abordare conștientă, pas cu pas, și o bună pregătire cresc semnificativ șansele de succes. Este important să rămâi deschis învățării continue, să te adaptezi schimbărilor pieței și să îți păstrezi obiectivele clare. Drumul antreprenorial nu este întotdeauna ușor, însă oferă oportunități reale de dezvoltare personală și libertate.

Capitolul 9 – Bune practici – exemple din Ungaria și din context internațional

1. Dropshipping prin Trendyol – capital inițial redus, piață online

Ce este dropshipping-ul?

Dropshipping-ul este un model de comerț online în care antreprenorul nu păstrează produse pe stoc, ci transmite comanda direct către furnizor sau producător, care livrează produsul direct clientului final. Astfel, antreprenorul evită costurile legate de depozitare și gestionarea stocurilor.

De ce este un bun exemplu dropshipping-ul prin Trendyol?

Barieră de intrare redusă: nu este necesar un capital inițial mare pentru achiziționarea stocurilor, ceea ce îl face ideal pentru antreprenorii aflați la început de drum.

Piață online existentă: platforma Trendyol dispune deja de o bază largă de clienți, facilitând accesul la potențialii cumpărători.

Scalabilitate: odată ce sistemul funcționează, gama de produse sau bugetul de marketing pot fi extinse cu ușurință.

Produse locale și internaționale: dropshipping-ul oferă posibilitatea comercializării unei game variate de produse fără a fi necesară menținerea unui stoc propriu.

Aspecte importante de luat în considerare:

Alegerea furnizorilor de încredere este esențială, deoarece calitatea produselor și timpii de livrare influențează direct satisfacția clienților.

Datorită concurenței ridicate, este recomandat să te concentrezi pe o nișă specifică sau pe produse cu un caracter unic.

2. Cafenele comunitare – administrate de tineri, cu programe culturale

Ce este o cafenea comunitară?

O cafenea comunitară este un spațiu care oferă mai mult decât servicii de alimentație, funcționând și ca un centru cultural și social local. Aceste locații sunt adesea administrate de tineri sau de organizații civile și găzduiesc evenimente diverse, precum seri literare, expoziții, ateliere creative sau concerte.

De ce este un bun exemplu?

Construirea comunității: contribuie la conectarea locuitorilor locali, a tinerilor, artiștilor și antreprenorilor.

Crearea de valoare culturală: sprijină viața culturală locală și inițiativele creative.

Oportunitate de învățare: tinerii dobândesc nu doar experiență în domeniul ospitalității, ci și competențe organizatorice, de comunicare și antreprenoriat.

Sustenabilitate: multe cafenele utilizează produse locale, sprijinind astfel economia locală.

Exemple:

În Ungaria, tot mai multe orașe găzduiesc astfel de cafenele, unde diversitatea programelor atrage un public larg.

Exemple internaționale includ cafenelele din rețeaua „Impact Hub”, unde spațiul comunitar este combinat cu cel de lucru, consolidând cultura antreprenorială locală.

3. Branduri de modă sustenabilă – materiale reciclate, producție responsabilă

Ce înseamnă moda sustenabilă?

Brandurile de modă sustenabilă utilizează materiale ecologice și procese de producție etice, reducând la minimum impactul asupra mediului. Acestea includ reciclarea hainelor, utilizarea materialelor organice, asigurarea unor condiții de muncă corecte și reducerea deșeurilor.

De ce este un bun exemplu?

Responsabilitate față de mediu: tot mai mulți consumatori aleg branduri care gestionează responsabil impactul asupra mediului.

Reciclare: reutilizarea hainelor și a materialelor textile reduce cantitatea de deșeuri.

Producție locală: lanțuri de aprovizionare mai scurte, cu impact pozitiv asupra economiei locale.

Inovație: utilizarea unor tehnologii moderne, precum vopseluri pe bază de plante sau materiale biodegradabile.

Exemple:

Branduri maghiare, precum Nanushka, care oferă colecții realizate în spiritul sustenabilității. Exemple internaționale includ Patagonia sau Stella McCartney, recunoscute ca promotori ai modei sustenabile.

4. Cooperare între sectorul civil și mediul de afaceri – promovarea comună a produselor locale

Ce presupune acest tip de cooperare?

Organizațiile civile și întreprinderile colaborează pentru a promova și comercializa împreună produse și servicii locale. Aceasta poate lua forma unor piețe de produse artisanale, campanii comune de marketing sau crearea unui brand regional de produse locale.

De ce este un bun exemplu?

Combinarea resurselor: organizațiile civile dispun de relații comunitare, iar întreprinderile de competențe profesionale și cunoștințe de piață.

Consolidarea identității locale: cooperarea contribuie la păstrarea și dezvoltarea valorilor culturale și economice locale.

Acces la noi piețe: intrarea pe piață devine mai ușoară prin participarea comună la târguri, festivaluri sau platforme online.

Dezvoltare durabilă: stimularea economiei locale, crearea de locuri de muncă și întărirea coeziunii sociale.

Exemple:

În Ungaria, astfel de inițiative există în mai multe regiuni rurale, precum activitatea Asociației Tura Ring sau brandul „Produse din Nyírség”.

Un exemplu internațional este mișcarea italiană Slow Food, unde sectorul civil și cel economic colaborează pentru dezvoltarea gastronomiei locale și a agriculturii durabile.

Sinteză

Aceste bune practici demonstrează că antreprenoriatul nu se rezumă doar la obținerea profitului, ci poate avea un impact complex asupra societății, culturii și mediului. Inovația, construirea comunității și sustenabilitatea joacă un rol din ce în ce mai important în mediul de afaceri actual, în special în rândul tinerilor antreprenori, care sunt deschiși către metode noi și către o funcționare bazată pe valori.

Capitolul 10 – Glosar de termeni și clarificarea conceptelor

În acest capitol sunt prezentate și explicate cele mai importante concepte și noțiuni legate de inițierea și funcționarea unei afaceri, pentru a facilita înțelegerea termenilor esențiali necesari unui parcurs antreprenorial de succes.

Antreprenoriat / Afacere

O afacere reprezintă o activitate economică desfășurată de o persoană fizică sau juridică, care utilizează propriul capital, munca, resursele și/sau cunoștințele profesionale pentru a obține un rezultat financiar. Scopul unei afaceri nu este exclusiv maximizarea profitului, ci și crearea unui produs sau serviciu care să răspundă nevoilor pieței.

Forme juridice de organizare

Există mai multe forme juridice de organizare a afacerilor, în funcție de scopul activității, nivelul de risc și gradul de responsabilitate asumat de proprietari.

Întreprindere individuală: cea mai simplă formă de organizare, în care proprietarul răspunde integral pentru activitatea și obligațiile afacerii. Este potrivită pentru activități de mică amploare și cu risc redus.

Societate cu răspundere limitată (SRL): una dintre cele mai răspândite forme de organizare. Asociații răspund pentru obligațiile societății doar în limita capitalului social. Oferă un echilibru între siguranță și flexibilitate.

Societate pe acțiuni (SA): formă juridică destinată afacerilor de mari dimensiuni, în care capitalul este divizat în acțiuni. Acționarii nu răspund personal pentru datoriile companiei.

Societate în comandită (SC): formă de organizare în care există cel puțin un asociat cu răspundere nelimitată și alți asociați cu răspundere limitată.

Societate în nume colectiv (SNC): toți asociații răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile societății și participă la conducerea acesteia.

Cercetarea pieței

Cercetarea pieței reprezintă procesul de analiză a mediului economic înainte de lansarea unei afaceri. Aceasta include evaluarea tendințelor, a concurenței și a comportamentului potențialilor clienți, având rolul de a fundamenta deciziile antreprenoriale.

Planul de afaceri

Planul de afaceri este un document scris care descrie strategia de funcționare a afacerii, obiectivele financiare, planul de marketing și analiza pieței. Acesta oferă direcție antreprenorului și este esențial pentru atragerea finanțării.

Sustenabilitate

Sustenabilitatea se referă la modul în care o afacere își desfășoară activitatea ținând cont nu doar de obiectivele economice, ci și de impactul social și de mediu. O afacere sustenabilă urmărește reducerea efectelor negative asupra mediului și contribuția la bunăstarea comunității.

Responsabilitate socială corporativă (CSR)

Responsabilitatea socială corporativă presupune ca firmele să ia în considerare impactul activității lor asupra societății, mediului și angajaților. Prin politici CSR, companiile pot sprijini comunitățile locale, inițiativele sociale și protecția mediului.

Inovație

Inovația înseamnă dezvoltarea și implementarea unor idei, tehnologii, produse sau servicii noi care creează valoare adăugată. Afacerile de succes sunt capabile să ofere soluții noi la probleme existente și să se adapteze constant schimbărilor pieței.

Marketing

Marketingul cuprinde totalitatea activităților prin care produsele sau serviciile sunt promovate și vândute. O strategie de marketing eficientă ajută afacerile să își atingă publicul țintă și să comunice clar valoarea oferită.

Sprijin și finanțare publică

Sprijinul public include forme de ajutor financiar, subvenții sau facilități acordate de stat pentru dezvoltarea afacerilor. Aceste instrumente sunt deosebit de utile pentru antreprenorii aflați la început de drum și pentru proiectele cu impact social sau de mediu.

Managementul riscului

Managementul riscului presupune identificarea, analizarea și reducerea riscurilor financiare, juridice, operaționale și de piață, pentru a asigura funcționarea stabilă și dezvoltarea pe termen lung a afacerii.

Responsabilitatea antreprenorială

Responsabilitatea antreprenorială include atât obligațiile juridice și financiare, cât și dimensiunea morală și socială a activității economice. Antreprenorul este responsabil nu doar față de propria afacere, ci și față de angajați, comunitate și mediu.

Responsabilitatea juridică presupune respectarea legislației, a obligațiilor fiscale și a drepturilor angajaților.

Responsabilitatea financiară înseamnă gestionarea corectă a resurselor și asigurarea stabilității economice.

Responsabilitatea socială implică sprijinirea comunității și luarea în considerare a impactului social al activității.

Responsabilitatea față de mediu presupune utilizarea unor soluții sustenabile și reducerea poluării.

Responsabilitatea etică se bazează pe transparență, corectitudine și practici comerciale oneste.

Antreprenoriatul nu înseamnă doar obținerea de venituri, ci și asumarea unui rol activ în modelarea societății și în construirea unui viitor mai echitabil și mai sustenabil.

Concluzie

Acest manual nu este doar un material informativ, ci și un instrument de inspirație, menit să încurajeze tinerii să iasă din zona de confort și să devină antreprenorii propriei vieți. Exemplele de bune practici și poveștile de succes prezentate demonstrează că, indiferent de mediul din care provine cineva, inițierea unei afaceri este o oportunitate deschisă tuturor.

Antreprenoriatul viitorului nu se va concentra exclusiv pe profit, ci va pune accent pe oameni, comunități și sustenabilitate. Angajamentul față de responsabilitatea socială, construirea comunității și protejarea mediului nu mai sunt doar idealuri, ci devin cerințe fundamentale ale mediului economic modern.

Drumul către succes este presărat cu provocări, însă fiecare pas, fiecare lecție învățată și fiecare colaborare deschid noi perspective. Prin parcurgerea acestui manual, ai făcut deja primul pas pe drumul tău antreprenorial. Nu uita: antreprenorul viitorului ești tu, iar cele mai importante resurse pentru a-ți transforma visele în realitate sunt încrederea în tine, perseverența și curajul de a acționa.