



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

STUDIU

ORGANIZATION CREDENTIAL INVESTMENT
PROJECT ADAPTION **ENTREPRENEURSHIP** TRADING ACCEPT
SUPPORTER INDIVIDUAL COMPETITION

Analiza mediului antreprenorial la nivelul regiunilor de dezvoltare din România

MARIE-JEANNE IORDACHE

SIMONA COJOCĂRESCU

ID Proiect: 107562

Titlu proiect: **Acasă e cel mai bine - StartUp antreprenorial pentru Diaspora**

NOIEMBRIE 2020

PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN 2014-2020
ID 107562

Prelucrare date statistice: Daniela Cucos Șerban

Versiune online: www.diaspora-startup.ro

Acest material se distribuie GRATUIT

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României. Pentru mai multe informații despre fondurile structurale din România vizitați www.fonduri-ue.ro

Cuprins

1. Definiții și istoric	4
Introducere.....	4
Scurt istoric al antreprenoriatului	4
Definiția antreprenorului și a antreprenoriatului	5
2. Analiza antreprenoriatului în UE	6
Date generale.....	6
Planul "Antreprenoriat 2020"	8
3. Analiza antreprenoriatului în România	12
Numărul de locuitori pe regiuni de dezvoltare la 01.01.2020	13
Numărul de companii pe regiuni de dezvoltare la 01.01.2020.....	14
Regiunea București-Ilfov	15
Regiunea Nord Vest	15
Regiunea Centru.....	16
Regiunea Sud Muntenia.....	17
Regiunea Nord Est	17
Regiunea Sud Est Muntenia	18
Regiunea Vest	19
Regiunea Sud Vest Oltenia	20
4. Repatrierea prin antreprenoriat. Finanțarea antreprenorilor prin scheme de minimis	23
5. Povești de succes din Diaspora StartUp și antreprenorii care le-au dat viață	26
Diaspora StartUp	26
Povești de succes și profiluri de antreprenori.....	27
I: Întors din Italia, Fierarul Dumbravei "modelează fierul" în România – Fierarul Dumbravei SRL	27
II: Oricât de greu a fost eu sunt bucuros, pentru ca „a fost posibil”, față de Polonia unde a fost imposibil - Urbanistica City Dev SRL.....	30
III: Din 2019, vasele de croazieră „fac escală” la Suceava – Raicruises SRL.....	31

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562



IV: Profesioniștii dau consultanța tehnică – EnGearing SRL	33
V: Reinventarea în pandemie – Virtual Compute SRL.....	35
VI: Visul unui tânăr din Diaspora revenit în România – Jurj Vasile Fotograf SRL	36
VII: România este o țară verde, plină de oportunități, în care merită să te întorci, Geoserv Instal SRL	37
VIII: Prietenii noștri: telefonul, tableta și televizorul au unde sa meargă la reparat – Reparații TCT SRL	38
IX: Atunci când ne gândim la părinții noștri, antreprenoriatul poate fi o soluție să îi ajutăm– Căsuța Bunicii Elena SRL	39
X: Un arhitect cu multiple valențe de inginer devenit antreprenor – Infinity House SRL	40
XI: Spălătoria auto, o afacere generatoare de venit și pe timp de criză - Wash În Tutucea SRL	41
6. Rolul educației specifice în dezvoltarea antreprenoriatului.....	42
Introducere.....	42
Educația antreprenorială – cât contribuie aceasta la succesul în afaceri?	42
Punerea în practică a ideilor și inovația.....	47
Antreprenoriatul văzut prin ochii antreprenorului Simona.....	48
Rolul învățării continue în educația antreprenorială	49
Mentoratul și monitorizarea unei afaceri.....	50
Educație pentru antreprenori	52
Educație pentru proprietarii de afaceri	52
Concluzii	53
7. Cunoașterea și antreprenoriatul inovativ.....	54
Context.....	54
Inovația - sursa afacerilor de succes.....	58
Antreprenorul și gândirea creativă	58
Nu ai nevoie de aprobare pentru a fi creativ	64
8. Cercetare privind stadiul antreprenoriatului în România	68

Ce rezultate așteptăm de la această cercetare?	68
Analiza datelor obținute prin aplicarea chestionarului	69
9. Economia colaborativă	88
Ce este economia colaborativă?	88
Actorii din economia colaborativă	89
Caracteristici principale.....	90
Factori de succes	91
Avantaje	92
Critică și controverse.....	92
Consumul colaborativ	93
Stilul de viață colaborativ	93
Categorii de consum colaborativ	95
Organizații care promovează economia colaborativă	99
Economia colaborativă în contextul obiectivelor de dezvoltare sustenabilă.....	100
Reglementarea economiei colaborative	101
Impactul perturbator al economiei colaborative asupra industriilor tradiționale.....	102
Lipsa reglementărilor pentru economia colaborativă	103
Agenda europeană pentru economia colaborativă.....	103
Consiliul Concurenței – analiză în desfășurare	106
UE apără un cadru juridic european comun pentru economia colaborativă.....	106
10. Bibliografie.....	108
Anexa 1.....	109
Distribuția populației pe regiuni și pe grupe de vârstă (20-59 de ani).....	109

1. Definiții și istoric

Introducere

„Antreprenoriatul este o sursă de inovare și schimbare, și ca atare stimulează creșterea productivității și a competitivității economice. Antreprenoriatul este strâns legat de inițiativă, cunoștințe și flexibilitate, factori care au câștigat o nouă semnificație ca sursă a competitivității într-o economie mondială din ce în ce mai globalizată. Ca un element-cheie în asigurarea competitivității și obținerea de performanță, spiritul antreprenorial este chiar mai important pentru țările în curs de dezvoltare care încearcă să fie competitive pe piețele internaționale. Finanțarea formării antreprenoriale prin fonduri publice europene reprezintă o confirmare a importanței acordate de către Uniunea Europeană acestui domeniu.”¹

Studiul **“Analiza mediului antreprenorial la nivelul regiunilor de dezvoltare din România”** prezintă tendințele de dezvoltare, rolul inovării și al educației antreprenoriale, în regiunile implicate în proiectul “Acasă e cel mai bine – Startup antreprenorial pentru Diaspora”. Studiul se concentrează pe afacerile la început de drum, o mare parte fiind finanțate din fonduri europene. De asemenea, studiul include în cadrul cercetării și subiecți (firme) cu vechime pe piață.

Scurt istoric al antreprenoriatului

Teoria modernă de business susține că “antreprenorii sunt cei care, prin inovație și prin activitatea lor de dezvoltare a afacerilor, transformă curgerea statică a fluxurilor economice în una dinamică”²

“Majoritatea cercetărilor economice, psihologice și sociologice punctează faptul că spiritul antreprenorial este un proces și nu un fenomen static. Antreprenoriatul este mai mult decât un factor economic complex. Antreprenoriatul are de a face cu schimbarea și este frecvent asociat cu spiritul decizional.”³

Activitatea antreprenorială într-o formă inițială s-a manifestat de la începutul existenței umane. Până la Revoluția Industrială, trecând peste antichitate și epoca medievală când antreprenoriatul

¹ Vichenție Maniov, Corneliu Someșan, Horațiu Șoim, Florian Ignat, “Promovarea culturii antreprenoriale și formare antreprenorială în mediul de afaceri din județul Sălaj” /8/

² Joseph Schumpeter, ciclurile de business

³ Vichenție Maniov, Corneliu Someșan, Horațiu Șoim, Florian Ignat, “Promovarea culturii antreprenoriale și formare antreprenorială în mediul de afaceri din județul Sălaj” /8/

s-a dezvoltat la un nivel redus și a fost legat de activități agricole, pastorale dar și de inginerie inovatoare și arhitectură (construcția de cetăți, castele), putem distinge diferite exemple de activități antreprenoriale.

Momentul apariției antreprenoriatului modern poate fi considerat anul 1775, când James Watt a făcut un parteneriat cu Mathew Boulton pentru exploatarea patentului de motor cu abur îmbunătățit. În secolul al XIX-lea, Marea Britanie a fost principala putere economică a lumii predând apoi ștafeta Statelor Unite ale Americii. În toate aceste perioade și până în ziua de astăzi, au existat antreprenori de excepție, unii dintre ei fiind și inventatori: James Watt, Alexander Graham Bell, Thomas Edison, Henry Ford, John D. Rockefeller, Alexander Gustave Eiffel, Walt Disney, Steve Jobs, Bill Gates etc. Cu puține excepții, marea majoritate a corporațiilor de astăzi au fost, cândva, mici inițiative antreprenoriale de succes.

În societatea modernă, antreprenoriatul este un motor al progresului economic. După ce timp de secole, valoarea unei afaceri a fost calculată prin elemente financiare, în epoca modernă valorile sociale au devenit parte integrantă a activității antreprenoriale. În acest context, a apărut o nouă specie de antreprenor, antreprenorul social. Sunt bine-cunoscute exemple de antreprenori care au realizat și încă mai fac profituri uriașe din business-uri dar întorc o parte din profiturile primite de la societate, către aceeași societate și către comunitățile lor. Un exemplu cunoscut de toată lumea este antreprenorul Bill Gates și *Fundația Bill și Melinda Gates*.

Definiția antreprenorului și a antreprenoriatului

Definițiile existente privind antreprenoriatul fac adesea referire la rolul funcțional al antreprenorilor și includ coordonare, inovare, neutralizarea incertitudinii, furnizare de capital, luare a deciziilor, proprietate și alocare a resurselor.

Iată câteva din cele mai cunoscute definiții:

„Antreprenorul este intermediarul dintre capital și forța de muncă”,⁴.

„Un antreprenor este o persoană care dorește și poate să convertească o idee nouă sau o invenție într-o afacere de succes”,⁵

⁴ Richard Cantillon, 1730, „Essay sur la nature du commerce en general”

⁵ Joseph Schumpeter, ciclurile de business

“Un antreprenor este o persoană care deține o nouă afacere, întreprindere sau idee și își asumă o responsabilitate semnificativă pentru riscurile inerente acesteia”⁶

Spiritul antreprenorial este în esență o caracteristică comportamentală a unei persoane. Antreprenorii se folosesc de această caracteristică în timpul unei anumite faze a carierei lor, și reușesc pe baza acestuia să inițieze și să dezvolte afaceri.

Antreprenoriatul este abilitatea unei persoane de a transforma ideile în acțiuni. Aceasta activitate implica inovație, creativitate, asumare de riscuri, capacitate de a planui și a gestiona proiecte cu scopul de a atinge obiectivele propuse.

2. Analiza antreprenoriatului în UE

Date generale

Antreprenoriatul se manifestă în economie sub o multitudine și diversitate de forme, cu rezultate foarte diferite care nu se reflectă doar în bunăstarea economică și financiară. În aceeași măsură, antreprenoriatul este corelat cu progresul tehnologic, crearea locurilor de muncă și reducerea inechităților sociale sau cu problematica de mediu.

Procesul globalizării a favorizat o serie de schimbări structurale resimțite profund în plan antreprenorial. A crescut *presiunea competitivității la nivelul întreprinderilor*, ceea ce a determinat *o creștere a productivității* prin apelarea la noi tehnologii și inovarea proceselor. În plus, evoluțiile din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor au condus la crearea de noi piețe, care au revoluționat procesele de producție în multe sectoare economice cum ar fi sectorul industrial și, în mod deosebit, cel al serviciilor. Tehnologia avansată și costurile reduse de transmitere a informațiilor la distanță au contribuit la crearea unor rețele de colaborare/cooperare între antreprenori, dându-le posibilitatea de a opera la scară internațională. Noile oportunități au stimulat inițiativa antreprenorială și creativitatea, care sunt considerate motoarele dezvoltării economice în perspectiva anului 2030.

Antreprenoriatul se bazează pe întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), considerate de CE a fi coloana vertebrală a economiei europene. Ele reprezintă 99% din toate întreprinderile din UE. Acestea angajează aproximativ 100 de milioane de oameni, reprezintă mai mult de jumătate din

⁶ Wikipedia și Answers.com

PIB-ul Europei și joacă un rol cheie în adăugarea de valoare în fiecare sector al economiei. În afară de rolul din economie, IMM-urile aduc soluții inovatoare la provocări precum schimbările climatice, eficiența resurselor și coeziunea socială și contribuie la răspândirea acestei inovații în regiunile europene.

Comisia Europeană consideră că IMM-urile sunt esențiale pentru tranziția către o economie durabilă și digitală, pentru competitivitatea și prosperitatea Europei, ecosistemele industriale, suveranitatea economică și tehnologică și rezistența la șocurile externe.

„37% dintre cetățenii europeni și-ar dori să aibă propria afacere”, un procent mai mic decât în cazul Statelor Unite și China, unde 51% dintre cetățeni vor să devină antreprenori.⁷

De ce un procent atât de mic? Există câteva explicații la nivelul spațiului UE:

- sistemul de educație nu oferă bazele necesare pentru o cariera antreprenorială;
- accesul se face greoi la finanțe și piețe;
- există dificultăți în transferarea afacerilor;
- există teama de sancțiuni „punitivă” în caz de eșec;
- procedurile administrative sunt greoaie,

Planul de măsuri pentru sprijinirea antreprenorilor și modificarea radicală a culturii antreprenoriale în Europa prezentat în anul 2013 de dl. Antonio Tajani, vicepreședinte al Comisiei Europene, pune accent pe rolul esențial al educației și al formării de antreprenori și cuprinde măsuri specifice pentru asistarea celor care fac primii pași în antreprenoriat dintre tineri, femei, persoane în vârstă, migranți și șomeri.

Planul „Antreprenoriat 2020” abordează și obstacolele din calea antreprenorilor, prin măsuri ambițioase de susținere a întreprinderilor recent înființate, de îmbunătățire a șanselor de succes pentru transferurile de proprietate asupra întreprinderilor, de ameliorare a accesului la finanțare și de acordarea șansei a doua antreprenorilor onești care au falimentat.

Antonio Tajani, fost vicepreședinte al Comisiei Europene responsabil pentru industrie și antreprenoriat, a declarat: *„Să fim foarte clari: mai mulți antreprenori înseamnă mai multe locuri de muncă, mai multă inovație și mai multă competitivitate. Să devii antreprenor și să-ți pui în*

⁷ comunicat de presă, Comisia Europeană, 2013

practică viziunea presupune să-ți asumi multe riscuri personale și multe eforturi. Antreprenorii sunt eroii timpurilor noastre. Antreprenoriatul este cel mai puternic catalizator pentru creșterea economică din istoria economiei. De aceea, trebuie să facem din antreprenoriat o perspectivă atractivă și accesibilă pentru cetățeanul european. Acesta este principalul mesaj al planului nostru de măsuri. Dacă reușim să valorificăm potențialul antreprenorial european, putem relansa creșterea economică în Europa".⁸

Planul "Antreprenoriat 2020"

Rezumăm măsurile Planului "Antreprenoriat 2020" elaborat de Comitetului Economic și Social European (CESE). Acest plan prevede:

1. Promovarea antreprenoriatului și a educației antreprenoriale prin:
 - investiții în educația antreprenorială, pornind de la clasele primare.
 - promovarea antreprenoriatului social.
 - difuzarea și aplicarea bunelor practici din antreprenoriat în funcție de caracteristicile/specificitățile și necesitățile fiecărei țări.
2. Promovarea unei culturi antreprenoriale prin:
 - Difuzarea exemplelor de antreprenori care au avut succes.
 - Promovarea antreprenoriatului în rândul tinerilor.

"Există o relație cauză-efect în rândul publicului-țintă al acțiunilor de promovare a antreprenoriatului și inovării. Tinerii devin mai motivați și reacționează bine la stimulentele legate de promovarea unei culturi și a unui mediu favorabile „creării a ceva” pornind de la o idee care le aparține și pentru care sunt responsabili, și se entuziasmează în legătură cu realizările care le aparțin cu adevărat. Cu cât intervine mai devreme această implicare a tinerilor în proiecte în care pot învăța în mod practic cum să fie întreprinzători și în care se arată exemple de cultură antreprenorială și de cooperare între persoane care împărtășesc obiective și valori comune, cu atât vor fi mai bune rezultatele viitoare. Rolul profesorilor este prin urmare esențial în ce privește schimbarea de atitudine, motiv pentru care CESE

⁸ Discurs Antonio Tajani, fost vicepreședintele al Comisiei Europene responsabil pentru industrie și antreprenoriat

pledează pentru inițiative prin care comunitatea cadrelor didactice să fie ajutată să difuzeze și să promoveze acest concept.⁹⁹

3. Promovarea unui mediu favorabil întreprinzătorilor prin:

- condiții durabile și stabile, mai ales din punct de vedere legislativ, pentru cei care doresc să investească și să-și asume riscuri pentru a dezvolta o afacere.
- informarea privind condițiile de înființare a întreprinderilor trebuie să fie mai clară și mai armonizată între statele membre. De asemenea, este important să se ofere accesul la servicii de asistență pentru antreprenori, care să fie adaptate în funcție de diferitele forme ale întreprinderilor.
- finanțarea. Lichiditățile financiare sunt limitate, de aceea micul întreprinzător care dorește să inițieze un anumit proiect este cel mai grav afectat. Este importantă consolidarea mecanismelor de finanțare care să sprijine inițiativele antreprenorilor (sistemele de garanții reciproce sau liniile de credit cu dobândă avantajoasă – mecanisme esențiale pentru micii întreprinzători, care nu reușesc să obțină finanțare pe piețele așa-zis „normale”). Comisia propune și crearea unei piețe europene pentru micro finanțarea și simplificarea structurilor de impozitare, pentru a permite IMM-urilor să obțină fonduri prin investiții private directe (mini-obligațiuni, finanțare colectivă solidară sau investitori providențiali).

4. Stabilirea unei politici de facilitare a transferului de întreprinderi. Aceste operațiuni sunt oportunități de a relansa sectoare economice capabile să redinamizeze piața forței de muncă. Trebuie simplificat transferul proprietății asupra întreprinderilor prin extinderea piețelor pentru întreprinderi și eliminarea barierelor din calea transferurilor transfrontaliere de întreprinderi.

5. Respingerea stigmatizării asociate cu eșecul.

Majoritatea falimentelor (96%) se datorează, de departe, unui ciclu de plăți întârziate sau altor probleme practice. „A eșua” nu este sfârșitul drumului pentru un antreprenor, ci poate și trebuie văzut ca o fază de creștere. Se pot crea mecanisme care să permită celor dotați cu spirit antreprenorial și care doresc să creeze ceva inovator, să poată persevera pe calea opțiunilor lor. Eșecul unei prime tentative de a crea ceva poate și trebuie să fie văzut, mai

⁹⁹Comitetul Economic și Social European (CESE)

ales de către sistemul financiar, ca o oportunitate de îmbunătățire și de consolidare a competențelor de a realiza noi proiecte antreprenoriale, în loc să fie considerat „sfârșitul drumului”. Prin urmare, Comisia a propus deplasarea accentului *de pe lichidare pe asistarea* întreprinderilor în vederea depășirii dificultăților financiare.

6. Consolidarea sprijinului destinat IMM-urilor:

- este adresat tuturor celor care sunt în faza de StartUp sau în cea de dezvoltare a firmei.
- trebuie concentrat pe reducerea la minimum a aspectelor birocratice asociate creării și modernizării întreprinderilor. Crearea unei întreprinderi trebuie să fie un proces simplu, rapid și, în același timp, suficient de bine încadrat pentru a evita exagerările sau neînțelegerile, atât pentru cei care doresc să înființeze întreprinderi, cât și pentru organismele de reglementare.

7. Utilizarea experienței acumulate de către foștii oameni de afaceri și de întreprinzătorii mai experimentați, care sunt dispuși să ajute la transmiterea cunoștințelor, permițând astfel un dialog profitabil între generații. Aceste activități trebuie să fie sprijinite prin mecanisme de stimulare care să le permită atât mentorilor, cât și întreprinzătorilor să beneficieze de pe urma creării de valoare adăugată. De asemenea, aceasta este o modalitate de a integra persoane care încă au capacitatea de a aduce o contribuție societății, dar care nu mai sunt complet active pe piața forței de muncă.

8. Asistență pe timpul fazelor importante din ciclul de viață al întreprinderii – deoarece circa 50% dintre întreprinderi eșuează în primii cinci ani, statele membre ar trebui să aloce mai multe resurse pentru a ajuta noile întreprinderi să treacă peste această perioadă critică, de exemplu prin formare în domeniul managementului, îndrumare în domeniul cercetării și dezvoltării, precum și crearea de rețele cu alți întreprinzători, cu furnizorii și cu clienții potențiali.

9. Încurajarea rețelelor de colaborare între IMM-uri, deoarece ele consolidează substanțial viabilitatea IMM-urilor, mulțumită economiilor de scară (prin partajarea costurilor în materie de marketing, de achiziții sau de alte servicii comune, cooperarea între entități producătoare de bunuri sau servicii complementare și posibilitatea de a inova și de a avea acces la piața internațională). CESE insistă asupra rolului esențial de consiliere (îndrumare și mentorat) jucat de rețelele de colaborare IMM. În absența acestui sprijin, IMM-urile, în special

microîntreprinderile, nu reușesc să aibă acces prin forțe proprii la finanțări și la fonduri europene, să inoveze, să-și dezvolte competitivitatea.

10. Sprijinirea grupurilor specifice și a celor defavorizate (șomeri, femei, persoane în vârstă, tineri, persoane cu handicap și migranți), pentru înființarea de întreprinderi. Grupurile specifice trebuie sensibilizate prin educație antreprenorială, deoarece ele vor juca un rol tot mai important în cadrul efortului comun de atingere a obiectivelor din acest domeniu. CESE atrage în mod deosebit atenția instituțiilor asupra tendinței tot mai marcate a persoanelor în vârstă aflate la pensie, de a lansa sau de a relansa o nouă activitate independentă. Acest fenomen se datorează printre altele creșterii longevității, progreselor înregistrate în materie de sănătate, precum și necesității de a dispune de un venit complementar, ca urmare a efectelor crizei asupra pensiilor primite. CESE solicită Comisiei, Parlamentului și Consiliului ca, pornind de la experiențele mai multor state membre, să propună și să implementeze sisteme care să acorde sprijin persoanelor în vârstă dornice să se angajeze pe această cale și să simplifice cadrul în care acestea își desfășoară activitatea.

3. Analiza antreprenoriatului în România

“Afacerile mici, în special cele înființate în ultimii ani, sunt cele mai expuse în contextul economic actual. Resursele financiare sunt limitate, business-urile mici se confruntă cu o fragilitate financiară ridicată. Iar dacă aceste afaceri mici activează în cele mai afectate industrii, precum artă, cultură, evenimente, educație, turism și ospitalitate, provocările și incertitudinea contextului actual le fac și mai vulnerabile.”¹⁰

În anul 2020, an marcat de pandemia de COVID 19 înregistrăm un set de recorduri negative care arată subdezvoltarea și fragilitatea antreprenoriatului românesc, după cum se poate vedea și din următoarele date statistice:

- 94% din companii au venituri anuale mai mici de 1 milion de euro;
- Înregistrăm 23 de firme la 100 de locuitori, cel mai mic număr din Europa;
- 4 din 10 firme românești înregistrează pierderi;
- Se înregistrează 40 de insolvențe la 1000 de companii, număr maxim înregistrat în Europa;
- Vârsta medie a unei afacerii active în România este de 10 ani, cel mai tânăr mediu de business din Europa deși am trecut de 30 de ani de la căderea comunismului;
- Primele 1000 de firme ca venituri concentrează 50% din veniturile din România;
- Ne plătim furnizorii cel mai târziu (114 zile durata medie de plată a furnizorilor).¹¹

Fără un mediu de afaceri competitiv și dezvoltat, șansele de dezvoltare pentru România sunt mici. Motivul este explicat de însăși misiunea antreprenorului și a antreprenoriatului în economia unei țări:

- Companiile plătesc salariile angajaților, din care populația economisește, consumă și are venituri pentru bancabilitate.
- Companiile plătesc taxe din care statul asigură toate serviciile publice.
- Companiile atrag capitaluri care odată investite, conduc la oferta de produse și servicii noi care ne ușurează viața prin progresul tehnologic.
- Companiile plătesc dividende care motivează acționarii/asociații.

¹⁰ Dragoș Jaliu, Myth Busters: discuție transparentă despre antreprenoriatul din România în 2020

¹¹ Iancu Guda, Banii în mișcare, emisiune digi24.ro din 10.11.2020

Analizăm în continuare situația populației și a numărului de firme existente la 01.01.2020, pe regiuni de dezvoltare.

Numărul de locuitori pe regiuni de dezvoltare la 01.01.2020

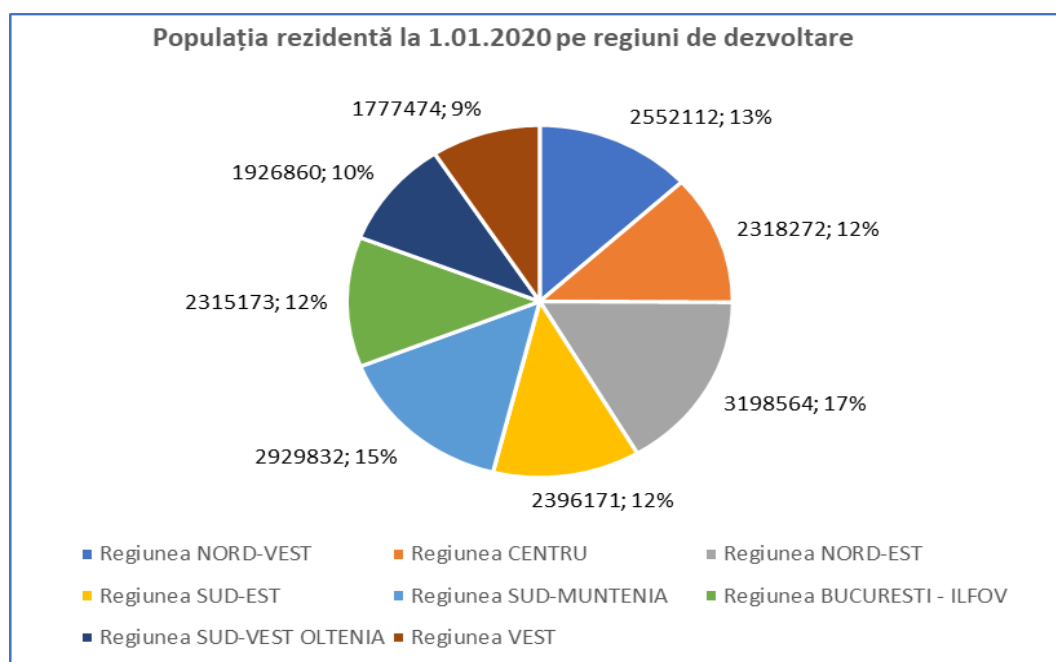


Figura 3.1 Populația rezidentă pe regiuni de dezvoltare

Sursa: www.insse.ro

Populația rezidentă reprezintă totalitatea persoanelor cu cetățenie română, străini și fără cetățenie, care au reședința obișnuită pe teritoriul României. În populația rezidentă luată în calcul sunt incluse persoanele care au imigrat în România, dar sunt excluse persoanele care au emigrat din România (Figura 3.1).

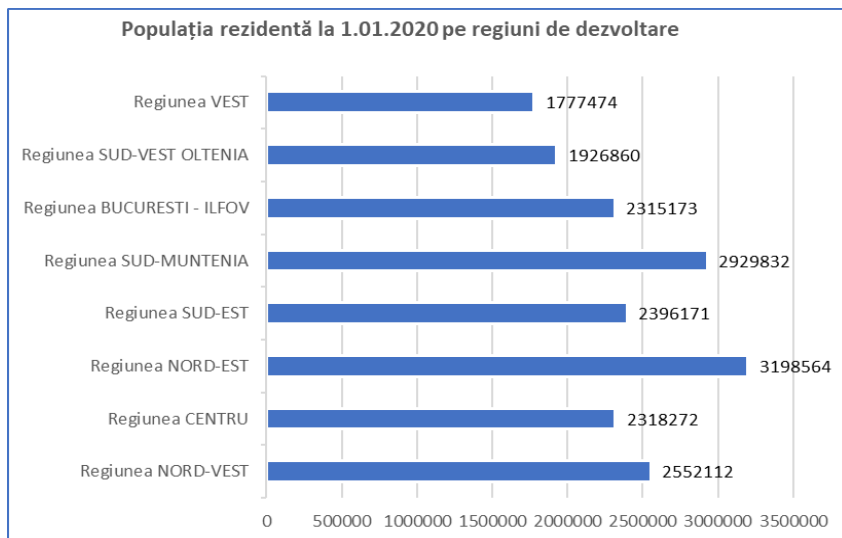


Figura 1.2

Sursa: www.insse.ro

Se poate observa că regiunile cele mai populate sunt Nord Est, Sud Muntenia și Nord Vest. Pentru o radiografie profundă a situației la nivelul țării, am analizat numărul de firme din regiuni urmărind populația rezidentă din gama de vârstă 20-59 de

ani, aceasta fiind plaja de vârstă uzuală în care antreprenorii își deschid firme (Figura 3.2).

Numărul de companii pe regiuni de dezvoltare la 01.01.2020

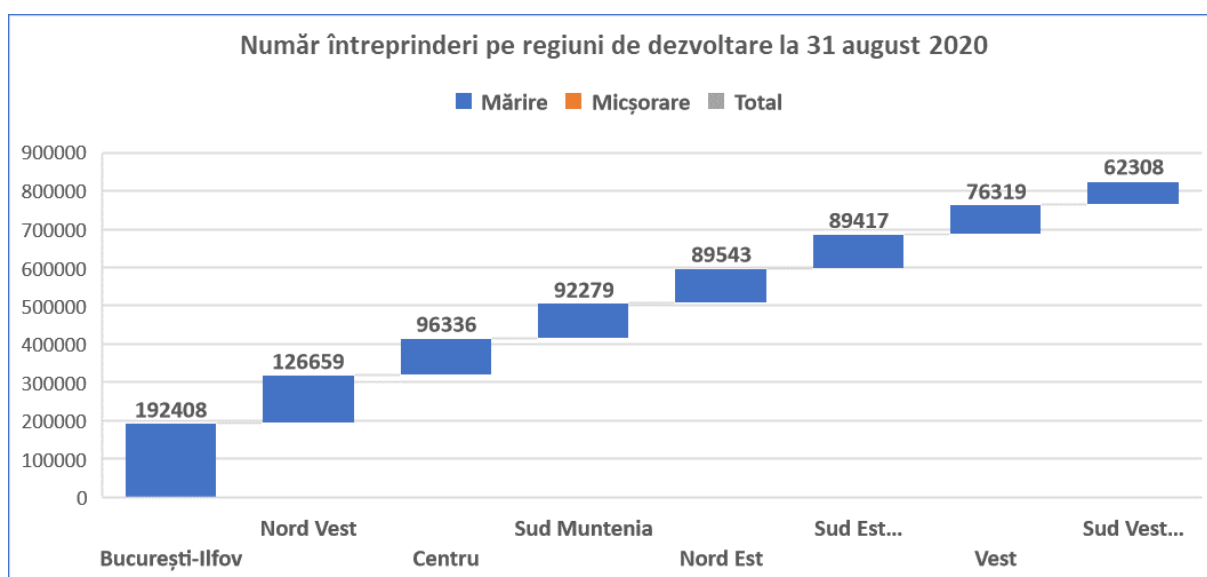


Figura 3.3 Numărul de firme pe regiuni de dezvoltare

Sursa: listafirme.ro

Analizând numărul de firme active la 31 decembrie 2019 pe fiecare regiune de dezvoltare, observăm că cele mai multe firme active sunt în regiunea București Ilfov, urmată de

regiunea Nord Vest si regiunea Centru. Antreprenoriatul este mai dezvoltat în regiunile unde firmele active sunt mai numeroase.

Regiunea București-Ilfov

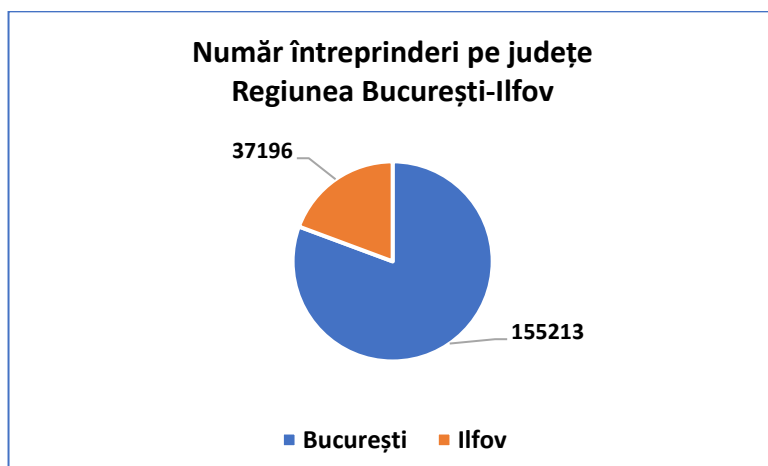


Figura 3.4 Nr. firme Regiunea București Ilfov
Sursa: *listafirme.ro*

Regiunea București Ilfov este în topul acestei statistici cu 192408 firme, deoarece aici se află capitala și centrul politic al țării și aici sunt concentrate marile investiții. Din anexa 1 se poate observa distribuția pe județe a populației cu vârste între 20 și 59 de ani și se constată că majoritară este populația între 30 și 45 de ani, peste 215000 persoane pe categorii de vârstă (30-34 ani, 35-39 ani, 40-45 ani). Fenomenul se datorează unei migrații din interiorul țării către centrul politic și economic care este orașul București, de la sat la oraș și din regiunile mai puțin dezvoltate către capitală.

Regiunea Nord Vest

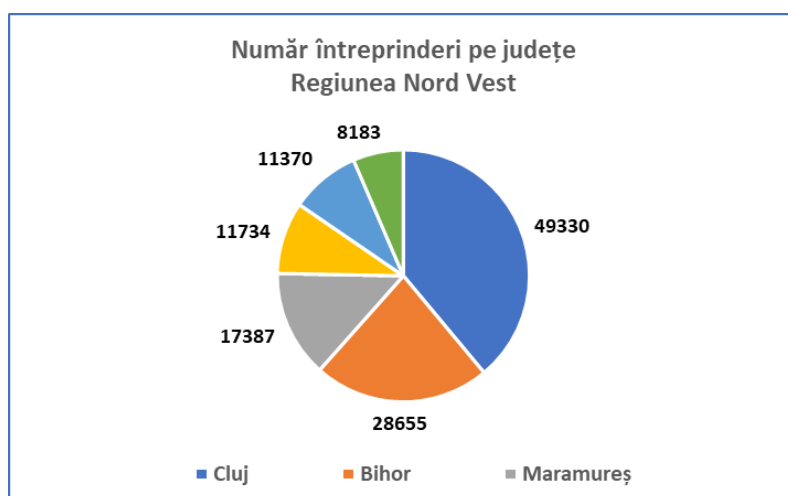


Figura 3.5 Nr. firme Regiunea Nord Vest
Sursa: *listafirme.ro*

Regiunea Nord Vest este al doilea pol de dezvoltare economică al țării, în care județele Cluj și Bihor au cele mai multe firme active.

Urmărind datele din Anexa 1, constatăm că preponderentă este populația din grupele de vârstă 30-49 ani. Explicația dezvoltării antreprenoriale a

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

regiunii este datorată investițiilor înregistrate în ultima perioadă, fondurilor europene corect și eficient folosite și dezvoltării a două orașe datorită unei administrații locale de excepție: Cluj Napoca și Oradea.

Regiunea Centru

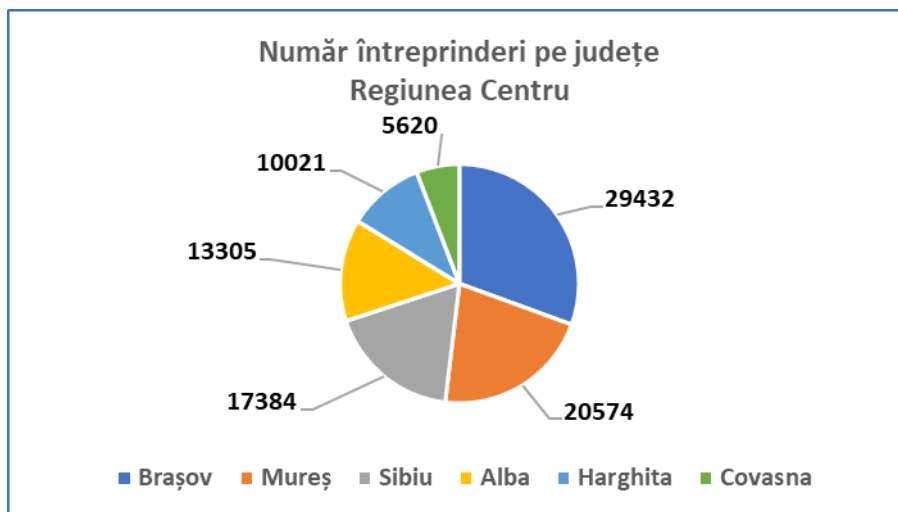


Figura 3.6 Nr. firme Regiunea Centru
Sursa: listafirme.ro

Regiunea Centru, în special în județul Brașov a plecat cu un avantaj de dezvoltare industrială din vechiul regim, care din păcate, nu a ajutat foarte mult. De vină a fost degradarea în timp a

parcurilor industriale moștenite și un antreprenoriat puțin dezvoltat pentru a prelua piața vechilor mari întreprinderi de stat. În anul 2020, situația antreprenoriatului este mult mai bună, constatându-se un trend de creștere a numărului de firme înființate și care rămân în piață după primul an de funcționare.

Conform datelor statistice prezentate în Anexa 1, populația este majoritară între 30 și 55 de ani, regiunea înregistrează un număr de întreprinderi la jumătate față de București Ilfov și doar două treimi din cele active în regiunea Nord Vest.

Regiunea Sud Muntenia

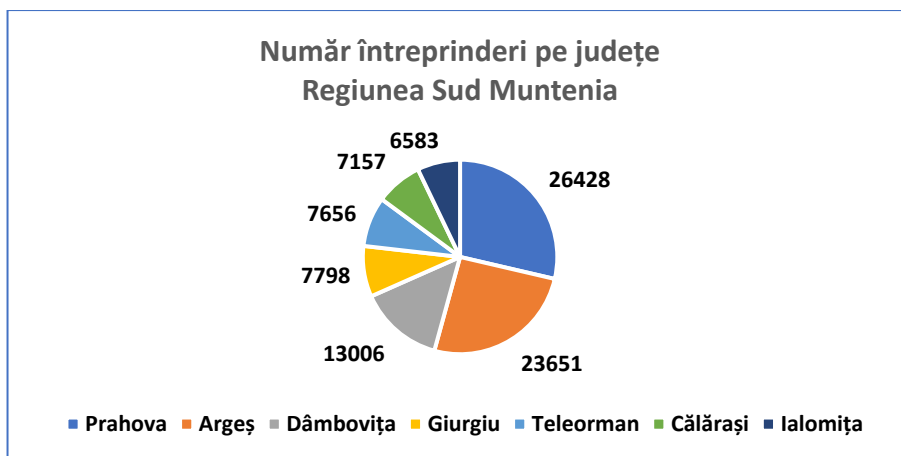


Figura 3.7 Număr firme Regiunea Sud Muntenia

Sursa: listaфирme.ro

Regiunea Sud Muntenia beneficiază de prezența unui mare parc industrial. Regiunea a fost bine dezvoltată și în perioada celui de-al doilea război mondial în special datorită zăcămintelor de

petrol, continuând să fie de interes și în epoca comunistă. În jurul activităților desfășurate, pe platformele industriale existente au apărut în timp afaceri, trendul de înființare și rămânere pe piață fiind crescător. Totodată, după anul 1990, regiunea a fost în atenția investitorilor din domeniul petrol și gaze. Conform datelor statistice prezentate în Anexa 1, populația majoritară este între 40 și 54 de ani.

Regiunea Nord Est

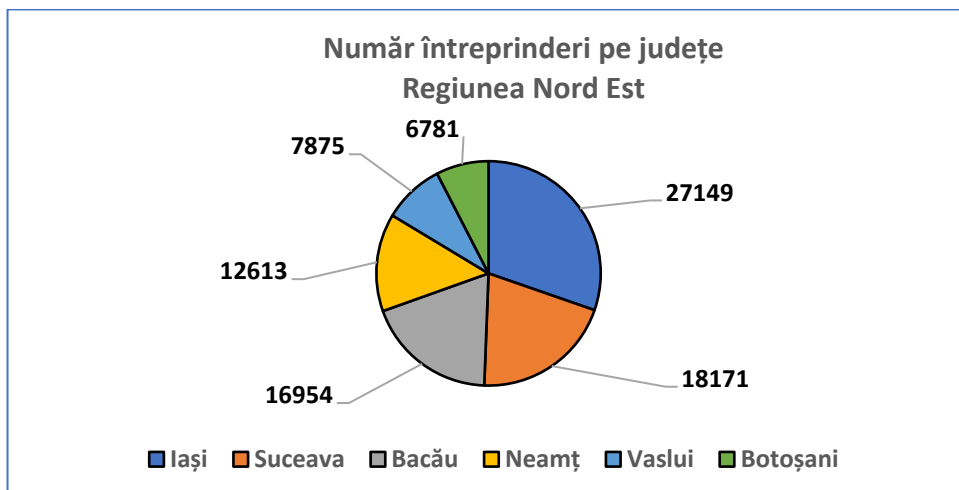


Figura 3.8 Nr. firme Regiunea Nord Est

Sursa: listaфирme.ro

Cuprinzând Bucovina și mare parte din Moldova, Regiunea Nord-Est are un grad mic de dezvoltare a

antreprenoriatului, câteva din motive fiind lipsa infrastructurii, gradul de sărăcie al populației și migrația populației din ultimii 20 de ani. Parte a provinciei istorice Moldova, regiunea nord-estică a României este o zonă în care istoria, cultura și tradiția completează mediul natural, deosebit de atrăgător. Regiunea Nord-Est este cea mai mare regiune de dezvoltare a României sub aspectul numărului de locuitori și al suprafeței deținute. Datorită costurilor scăzute și a forței de muncă disponibile, Regiunea Nord-Est a devenit una din cele mai avantajoase zone pentru investiții din Europa. Pentru atragere a investitorilor, instituțiile statului investesc în facilitățile de transport, atât în interiorul regiunii cât și înspre exterior. Existând o rețea de transport feroviar și sunt active trei aeroporturi în trei dintre centrele urbane ale zonei: Bacău, Iași și Suceava. Pentru creșterea investițiilor în zonă și dezvoltarea antreprenoriatului este necesară dezvoltarea infrastructurii de autostrăzi. Conform datelor statistice prezentate în Anexa 1, populația majoritară este situată între 40 și 54 de ani.

Regiunea Sud Est Muntenia

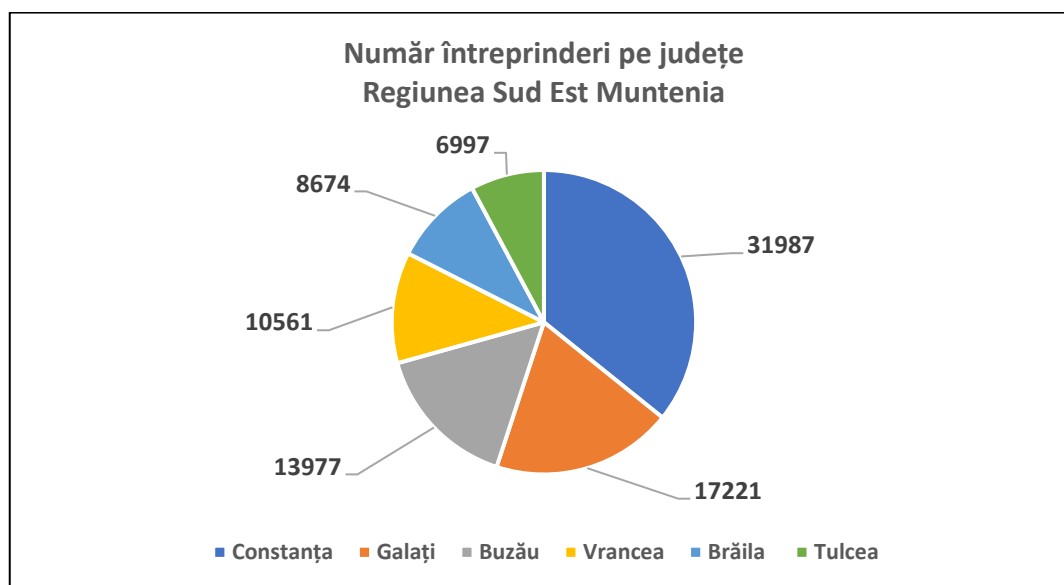


Figura 3.9 Nr. firme Regiunea Sud Est
Sursa: *listafirme.ro*

Regiunea dispune de o industrie diversificată. Sunt reprezentate aproape toate ramurile industriale: industria petrochimică, metalurgică, constructoare de mașini, industria materialelor de construcții, industria alimentară și textilă. Dezvoltarea domeniilor tehnice a condus și la dezvoltarea domeniului de servicii. Un sector important pentru regiune cu un număr semnificativ de angajați este cel naval. În regiune funcționează 5 șantiere navale, la Brăila, Galați, Tulcea, Mangalia, Constanța. Productivitatea muncii pentru IMM-uri în Regiunea Sud-Est a cunoscut un trend ascendent. Ca număr de întreprinderi inovatoare, Regiunea Sud-Est a urcat pe a 2-a poziție cu 36,90% întreprinderi inovative (1054 din total), depășind nivelul național. În anul 2011, 30,34% din investițiile au fost efectuate de întreprinderi de mari dimensiuni, deținând și ponderea cea mai mare în investiții, liderul sectorului a fost sectorul metalurgic. Firmele mari din regiune sunt din domeniile metalurgic, șantiere navale, construcții, panificație care dețin și o pondere însemnată a numărului de salariați.”¹² Conform datelor statistice prezentate în Anexa 1, populația majoritară este situată între 40 și 54 de ani.

Regiunea Vest

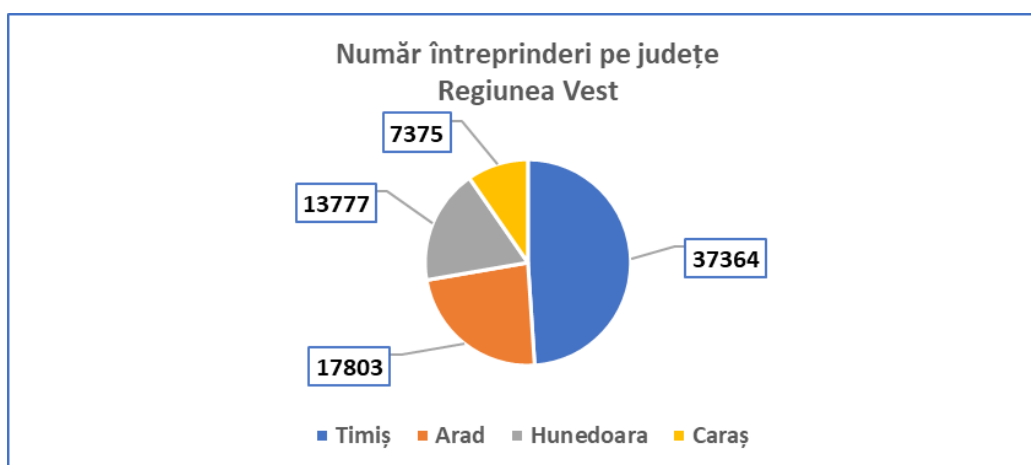


Figura 3.10 Nr. firme Regiunea Vest
 Sursa: *listafirme.ro*

Situată la confluența unor importante drumuri europene, unde civilizația vestului interacționează cu cea estică, Regiunea Vest se învecinează cu Ungaria și Serbia și face

¹² Wikipedia

parte din Euroregiunea Dunăre - Criș - Mureș - Tisa (DKMT), care implică cele patru județe ale Regiunii Vest, patru comitate din Ungaria și regiunea autonomă Voivodina din Serbia.

Euroregiunea a fost înființată în 1997, în baza unui protocol de colaborare semnat de către reprezentanții autorităților locale din regiunile componente. Populația ocupată în sectorul industrial a scăzut semnificativ în perioada 1993 - 2003, în mod deosebit în județele puternic industrializate - Hunedoara și Caraș-Severin, în special ca urmare a disponibilizărilor masive de personal din minerit și siderurgie. Pe acest fond al restructurării și disponibilizării populației ocupate în sectorul industrial, populația s-a orientat cu preponderența spre sectorul serviciilor. După 1990, odată cu posibilitatea plecării pentru muncă în afara țării, un număr important de cadre specializate din regiune au părăsit țara, urmând vechi relații tradiționale către țările germanice și Ungaria. Resursa umană este deficitară în prezent, când tot mai mulți investitori întemeiază întreprinderi în această regiune. Astăzi, conform datelor statistice, nivelul antreprenoriatului din regiune are în top județele Hunedoara și Timiș. Conform datelor statistice prezentate în Anexa 1, populația majoritară din Regiunea Vest este situată în grupele de vârstă 30-34 de ani și 40 și 54 de ani.

Regiunea Sud Vest Oltenia

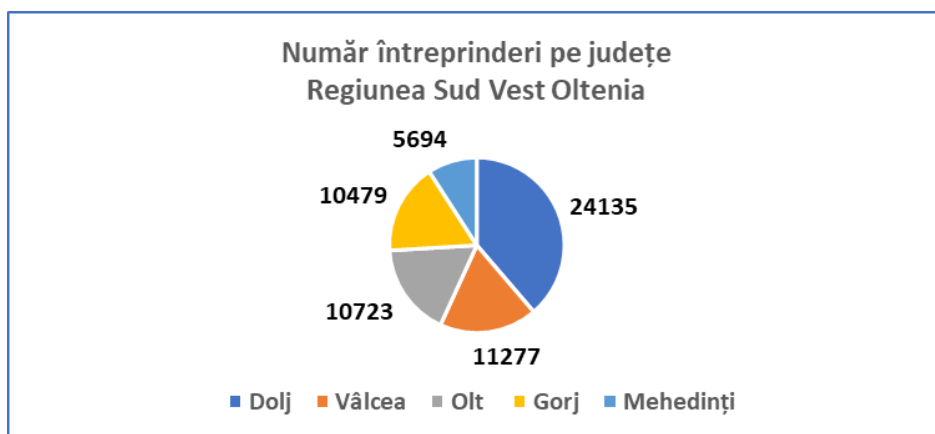


Figura 3.11 Nr. firme Regiunea Sud Vest Oltenia
Sursa: listafirme.ro

Industria regiunii cuprinde aproape toate ramurile din domeniul energetic și al prelucrării materiilor prime (industria metalurgică, industria electrotehnică,

industria constructoare de mașini și tractoare (MAT Craiova), industria chimică, industria alimentară, industria ușoară și materiale de construcții, industria construcțiilor navale.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

Industria ușoară este reprezentată în regiune prin fabrici producătoare de îmbrăcăminte și încălțăminte din piele și înlocuitori, textile și materiale nețesute.

În regiune sunt înființate mai multe parcuri industriale, în cadrul cărora își desfășoară activitatea mai multe întreprinderi independente. Au fost dezvoltate incubatoare de afaceri, create cu scopul de a spori șansele de dezvoltare și rata de supraviețuire a unor firme nou-înființate.

Repartiția numărului de firme pe regiuni, se regăsește în graficul care urmează, situând ca frunțase: municipiul București, județul Cluj, județul Timiș, Ilfov și Constanța. Este interesant de observat că între București și Cluj, diferența este de 3 ori mai mare în favoarea capitalei – ceea ce conduce la concluzia că în București, centrul politic și administrativ al țării sunt concentrate și investițiile de capital.

Se poate analiza informația privind numărul de firme/județ analizând și numărul de persoane/județ cu vârsta între 24 și 60 de ani, o plajă de vârstă obișnuită pentru inițiativele antreprenoriale.

București-Ilfov are puțini tineri între 20 și 24 ani (83721 persoane), comparativ cu regiunea Nord Est (195117 persoane), similar și la alte categorii de vârstă dar cu alți coeficienți procentuali cum ar fi pentru segmentul de vârstă 25-29 ani sau 55-59 ani. Concluzia este că indiferent de numărul populației o regiune se dezvoltă prin investiții, inclusiv finanțări nerambursabile, deoarece capitalul este urmat de forța de muncă.

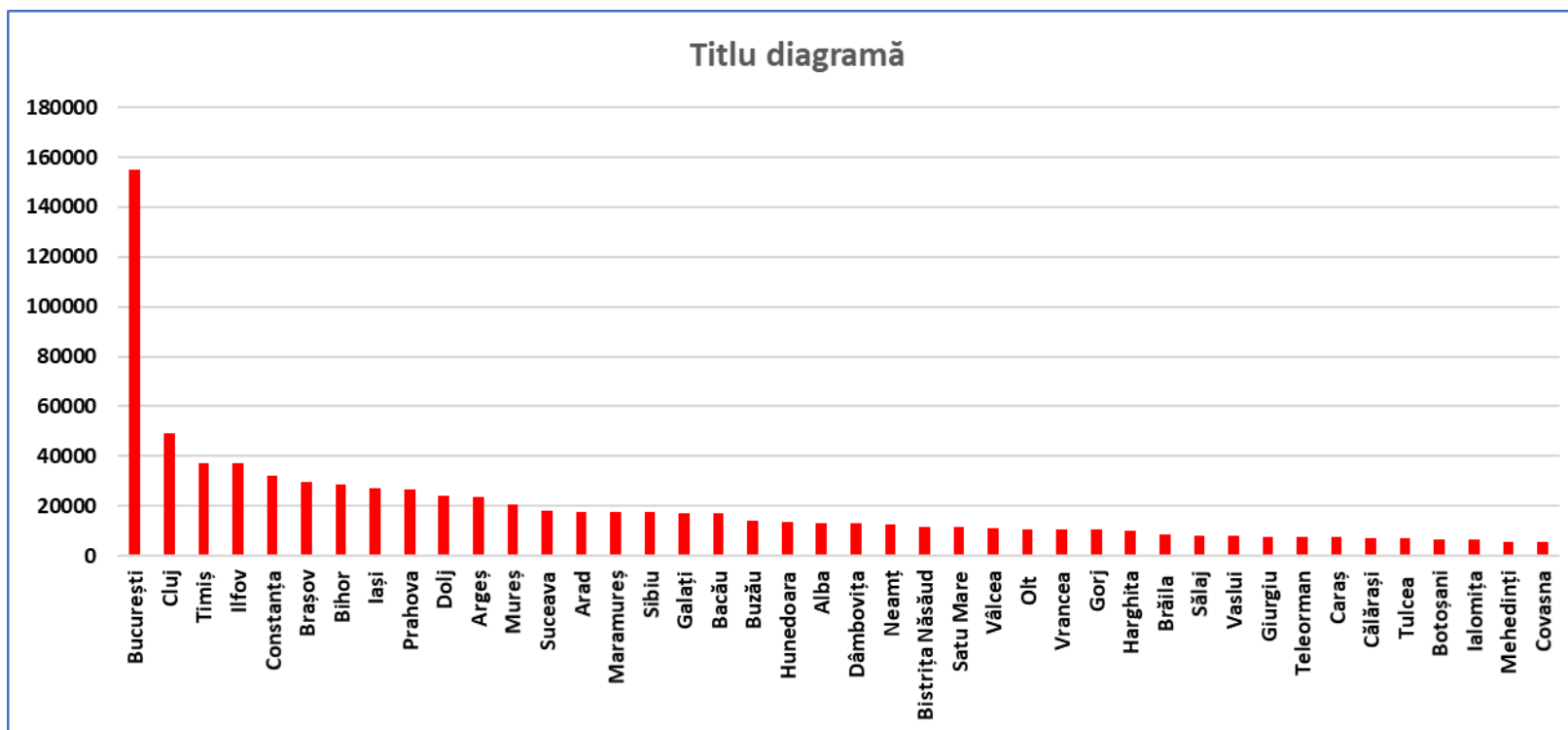


Figura 3.12 Nr. firme la nivel de județ
Sursa: *listafirme.ro*

4. Repatrierea prin antreprenoriat. Finanțarea antreprenorilor prin scheme de minimis

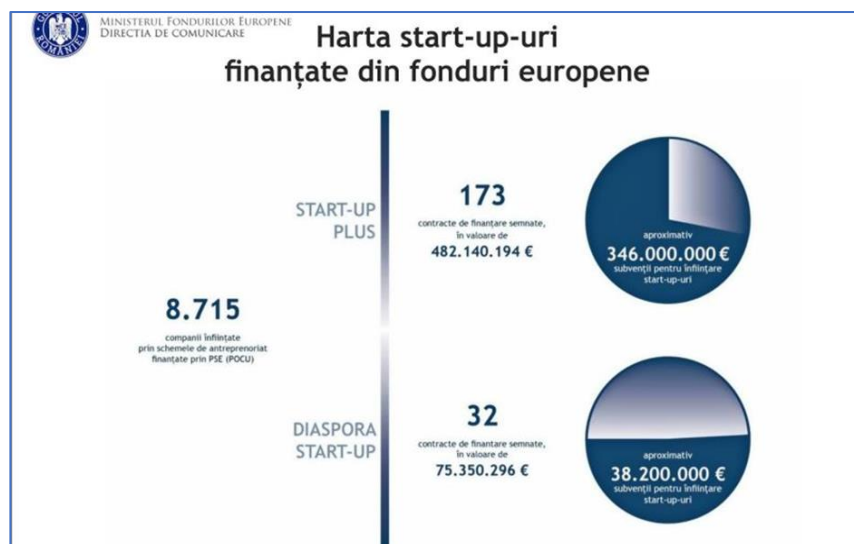


Figura 4.1 Situație financiară Startup-uri (FSE)

Sursa: mfe.gov.ro

Politica UE a fost și rămâne în favoarea dezvoltării antreprenoriatului în regiunile din țările membre. În ultimul exercițiu financiar, până în anul 2019, au fost finanțate două apeluri de referință din fonduri europene nerambursabile în

cadrul schemelor de ajutor de minimis Diaspora StartUp și România StartUp Plus, finanțate prin Programul Operațional Capital Uman. Aceste două apeluri de proiecte, au dus în final la înființarea a 8.700 de noi afaceri românești.

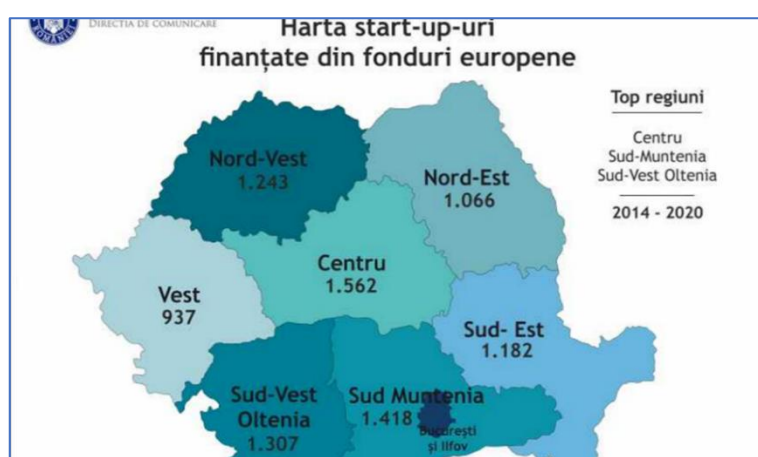


Figura 4.2 Harta start-up-uri finanțate prin FSE

Sursa: mfe.gov.ro

Potrivit datelor prezentate de Ministerul Fondurilor Europene, aceste startup-uri au creat minim 17.430 de noi locuri de muncă, din care 2.475 au fost în cadrul firmelor înființate prin Diaspora Start-Up.

Cele mai multe dintre aceste firme - peste 1.500 - au fost înființate în regiunea Centru – în

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

judetele Braşov, Sibiu, Alba, Mureş, Harghita şi Covasna. În top 3 regiuni urmează Sud-Muntenia, cu peste 1.400 start-up-uri, apoi regiunea Sud-Vest Oltenia, cu peste 1.300 noi companii create cu sprijinul fondurilor nerambursabile. Prezentăm în continuare situaţia detaliată.

Regiunea Centru

(judetele Alba, Mureş, Harghita, Covasna, Braşov, Sibiu)

În Regiunea Centru au fost înfiinţate 1.562 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Pentru antreprenori, cele mai atractive domenii de activitate au fost serviciile. Activităţile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Activităţi recreative şi distractive (cod CAEN - 9329) - 90 IMM-uri
- Întreţinerea şi repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 74 IMM-uri
- Coafură şi alte activităţi de înfrumuseţare (cod CAEN - 9602) - 56 IMM-uri
- Activităţi fotografice (cod CAEN 7420) - 56 IMM-uri
- Restaurante (cod CAEN - 5610) - 49 IMM-uri

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Sud Muntenia

(Bucureşti, Ilfov, Argeş, Dâmboviţa, Prahova, Ialomiţa, Călăraşi, Giurgiu, Teleorman)

În regiunea Sud Muntenia au fost înfiinţate 1.418 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activităţile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Activităţi recreative şi distractive (cod CAEN - 9329) - 93 IMM-uri
- Întreţinerea şi repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 61 IMM-uri
- Activităţi fotografice (cod CAEN 7420) - 60 IMM-uri
- Restaurante (cod CAEN - 5610) - 54 IMM-uri
- Activităţi de realizare a software-ului la comandă (cod CAEN - 6201) - 45 IMM-uri

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Nord - Vest

(Cluj, Bistriţa-Năsăud, Maramureş, Satu-Mare, Bihor, Sălaj)

În nord-vestul ţării, au fost înfiinţate 1.243 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activităţile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Activităţi de realizare a software-ului la comandă (cod CAEN - 6201) - 57 IMM-uri
- Activităţi recreative şi distractive (cod CAEN - 9329) - 54 IMM-uri
- Întreţinerea şi repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 52 IMM-uri
- Coafură şi alte activităţi de înfrumuseţare (cod CAEN - 9602) - 51 IMM-uri
- Activităţi fotografice (cod CAEN 7420) - 45 IMM-uri

Program Operaţional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Sud - Est

(Vrancea, Galați, Brăila, Tulcea, Buzău, Constanța)

În sud-estul țării au fost înființate 1.182 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activitățile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Activități recreative și distractive (cod CAEN - 9329) - 58 IMM-uri
- Întreținerea și repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 57 IMM-uri
- Activități fotografice (cod CAEN 7420) - 53 IMM-uri
- Restaurante (cod CAEN - 5610) - 52 IMM-uri
- Fabricarea pâinii, prăjiturilor (cod CAEN - 1071) - 36 IMM-uri

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Sud-Vest Oltenia

(Mehedinți, Gorj, Vâlcea, Olt, Dolj)

În sud-vestul țării au fost înființate 1.307 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activitățile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Întreținerea și repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 91 IMM-uri
- Activități fotografice (cod CAEN 7420) - 66 IMM-uri
- Activități recreative și distractive (cod CAEN - 9329) - 65 IMM-uri
- Coafură și alte activități de înfrumusețare (cod CAEN - 9602) - 48 IMM-uri
- Restaurante (cod CAEN - 5610) - 47 IMM-uri

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Nord - Est

(Iași, Botoșani, Suceava, Neamț, Bacău, Vaslui)

În nord-estul țării au fost înființate 1.066 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activitățile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Activități recreative și distractive (cod CAEN - 9329) - 54 IMM-uri
- Coafură și alte activități de înfrumusețare (cod CAEN - 9602) - 49 IMM-uri
- Întreținerea și repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 44 IMM-uri
- Forme de învățământ (cod CAEN - 8559) - 41 IMM-uri
- Restaurante (cod CAEN - 5610) - 41 IMM-uri

Sursa: startupcafe.ro

Regiunea Vest

(Timiș, Arad, Hunedoara, Caraș-Severin)

În vestul țării au fost înființate 937 de noi afaceri cu ajutorul fondurilor europene nerambursabile. Activitățile aflate pe primele 5 locuri sunt:

- Întreținerea și repararea autovehiculelor (cod CAEN - 4520) - 60 IMM-uri
 - Restaurante (cod CAEN - 5610) - 40 IMM-uri
 - Activități recreative și distractive (cod CAEN - 9329) - 39 IMM-uri
 - Coafură și alte activități de înfrumusețare (cod CAEN - 9602) - 38 IMM-uri
 - Activități de realizare a software-ului la comandă (cod CAEN - 6201) - 33 IMM-uri
- Sursa: startupcafe.ro*

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

5. Povești de succes din Diaspora StartUp și antreprenorii care le-au dat viață

Diaspora StartUp

Poveștile antreprenorilor din acest studiu sunt legate de schema de minimis Diaspora StartUp, și intervenția POCU prin apelul AP 3/Prioritatea de investiții – 8iii/Obiectiv Specific (O.S.) 3.7 Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană. Proiectul „Acasă e cel mai bine- StartUp antreprenorial pentru Diaspora” a fost finanțat prin acest apel și a acordat subvenții la 35 de firme din toate cele 7 regiuni de dezvoltare, după cum urmează:

- 5 firme din regiunea Nord Est
- 6 firme din regiunea Sud Est Muntenia
- 2 firme din regiunea Sud Muntenia
- 3 firme din regiunea Sud Vest Oltenia
- 9 firme din regiunea Centru
- 2 firme din regiunea Nord Vest
- 8 firme din regiunea Vest

Pentru toți antreprenorii a fost importantă experiența în domeniul în care și-au deschis afacerea, experiență pe care au câștigat-o în activitatea din Diaspora. Concluzia trasă din analiza evoluției acestor firme este că nu poți deschide o afacere fără să ai studii sau experiență în industria în care vei evolua. Competențele antreprenoriale sunt esențiale, ele s-au transmis cu titlu general prin intermediul cursului de antreprenariat și aplicat pe nevoile firmei, prin consiliere și mentorat. Ambele etape sunt considerate esențiale de grupul celor 35 de firme din acest proiect.

Pentru echipa de proiect, beneficiarul Interlog COM, partenerii Eurotraining Solution și INFOR Elea, acest proiect a devenit unul de suflet, pentru că au fost schimbate destine prin antreprenariat.

Am analizat câteva profiluri de antreprenor sau povești de succes din acest proiect, pe care le prezentăm în continuare.

Povești de succes și profiluri de antreprenori

Fiecare dintre noi are propriile povești cu care rezonază, pe care le-a trăit, pe care le cunoaște în detaliu și pe care le-a experimentat activitatea de antreprenor. Împreună cu cei care ne citesc, începem o călătorie presărată cu 11 povești, despre greșeli și învățăminte, despre redescoperirea țării de către persoane care au plecat din România și acum s-au reîntors, despre oportunități de finanțare, despre beneficiari care au trecut peste greutăți în realizarea propriilor vise, “despre locuri transformate uimitor cu bani europeni și pricepere și care fac din România (citând-o pe Angela Cristea – Șeful RCE) o țară frumoasă cum alta nu e!”¹³

Poveștile sunt trecute în ordinea în care au ajuns la tipar, toate sunt la fel de frumoase.

I: Întors din Italia, Fierarul Dumbravei “modelează fierul” în România – Fierarul Dumbravei SRL

Ce faci atunci când îți dorești o schimbare? Te folosești de oportunitățile care te ajută să mergi în direcția dorită.

Victor este unul dintre oamenii care au plecat din România de tânăr, la aproape 18 ani. A rătăcit pe meleaguri străine timp de 21 de ani, a devenit un bun meseriaș și a revenit ca antreprenor. A înființat Fierarul Dumbravei S.R.L, o firmă care “modelează fierul” și în care primul salariat a fost chiar el.

Povestea lui Victor începe în Bârlad, județul Vaslui, în unul din polii sărăciei din România. Aici a învățat să modeleze fierul, la un service auto unde școala profesională l-a trimis în practică.

“Fierarul Dumbravei vine din copilăria mea în România, ca practicant la un service auto, timp de câțiva ani. Acolo dezamblam caroserii auto. Tot ce era pe partea mecanică îmi plăcea mult; eram tot timpul pe sub mașini, cu cartoane pe zăpadă pe ploaie, nu conta,

¹³ Fonduri-structurale.ro

Întotdeauna am fost pozitiv. La plecarea mea patronului îi părea rău și mi-a spus așa: Mânzule, tu oriunde vei merge pe lumea asta ai să mori cu mâna pe fier. El văzuse ceva în mine la acea vârstă, suntem buni prieteni și astăzi.”.[Victor]

Fierarul Dumbravei are la bază experiența și profesionalismul antreprenorului, 8 cursuri de specializare în domeniul profesional urmate de un curs și multe ședințe de consiliere/mentorat antreprenorial. Este un pachet educațional complet, pe care și l-a creat singur și pe care l-a urmat în timp, fără să ardă etapele.

Povestea lui Victor are în spate multă truda și sudoare, omenie și optimism, dorința de a învăța să fii antreprenor și puterea de a merge înainte. Niciodată nu a făcut rabat la calitate, nu își duce clienții cu vorba, îi respectă și încearcă să fie cât mai corect față de ei. Așa a fost învățat de mentorii pe care i-a avut în antreprenariat iar Victor își ia notițe la tot ce i se pare important, ca să nu piardă nimic din ce primește adică informații și experiență de viață de la alți antreprenori.

Pentru Victor, a deveni antreprenor a fost complicat în primul rând pentru că în Italia a fost toată viața angajat și s-a preocupat să evolueze în profesie, nu să își creeze un business. Ajuns la maturitate, s-a conturat ideea de a deveni propriul stăpân la locul de muncă. A mai încolțit și dorința de a se întoarce înapoi, împreună cu familia, în România. Si acolo ce să facă? Aceasta era întrebarea la care nu avea răspuns, asta până când a aflat de finanțare nerambursabilă Diaspora StartUp. S-a înrolat în program și a început călătoria către casă urmând cursul de antreprenariat.

L-am întrebat pe Victor dacă s-ar fi descurcat fără acest curs. *”În nici un caz! Zilnic, după curs mă uitam pe Internet ca să fiu sigur că sensul termenilor este cel înțeles de mine, pentru că era o lume nouă”*. A înțeles că nu va fi ușor ca antreprenor, dar plasa lui de siguranță a fost programul la care aplicase, care i-a oferit consiliere și mentorat gratuit pe durata a doi ani de zile de la momentul în care planul lui de afaceri a fost declarat câștigător.

Atunci când s-a hotărât să-și aleagă spațiul punctului de lucru, Victor s-a sfătuit cu consilierii și a ales soluția închirierii unei hale de 200 mp din Bacău. Astăzi, are închiriate o

hală de peste 750 mp, pentru că a avut nevoie să-și extindă spațiul de lucru. Recunoaște că este bine că a ales așa, s-a poziționat într-un spațiu industrial unde micul lui StartUp a început să fie cunoscut de vecini și de clienții acestora. A ținut cont de informațiile primite la curs și si-a dezvoltat un sistem de promovare agresiv pe rețelele sociale alături de sistemul clasic, prin panouri publicitare și colantare mașini. Publicitatea a transformat firma într-un brand, Fierarul Dumbravei devenind cunoscut ca firmă de încredere în Bacău.

Dorința lui Victor este să-și extindă piața la întreaga țară, așa că a făcut lucrări în București, Iași și Buzău și acceptă comenzi din țară.

Extinderea firmei s-a produs natural, prin creșterea cererii. Dacă la început firma făcea doar porți și grilaje, acum oferta s-a diversificat. Fierarul Dumbravei are în lista de produse și balustrade și balcoane metalice în clădiri din parcuri rezidențiale, structuri de susținere pentru hale, structuri metalice pentru panouri publicitare, structuri de hale de depozitare utilaje, pasarele de poduri.

Pentru producția mărită și diversificată a avut nevoie de personal suplimentar și aici a întâmpinat adevăratele probleme. La început nu era cunoscut, nu prezenta firma încredere așa că salariații veneau și plecau. Deoarece trebuia să își rezolve comenzile, îi angaja fără recomandări, doar pe baza documentelor de studii și a unei mici probe practice. "Am avut foarte multe pierderi cu lucrul la locul de muncă al angajaților. Fier risipit, vopsea pierdută, ore de muncă plătite degeaba", spune Victor. Pe măsură ce firma a devenit mai cunoscută, candidații pe posturile scoase la concurs se dovedeau mai pricepuți. Acum, selecția la angajare se face mai simplu dar seriozitatea angajaților lasă încă de dorit. Aceasta este adevărata problema a Fierarului Dumbravei, forța de muncă, pe care încearcă să o rezolve pas cu pas.

Oare mai are Victor nevoie de coaching antreprenorial? El spune că da, îl ajută fiecare întâlnire cu mentorii, pentru că i se pun în ordine ideile, are o confirmare că merge pe drumul cel bun și atunci capătă încredere, vede riscurile și află informații despre posibilitățile de finanțare noi. Pentru că Fierarul Dumbravei este conștient că are nevoie de finanțare ca să se poată dezvolta în continuare și să devină un brand românesc de succes.

II: Oricât de greu a fost eu sunt bucuros, pentru ca „a fost posibil”, față de Polonia unde a fost imposibil - Urbanistica City Dev SRL

La prima vedere, între cel care obține un venit de 400 de euro pe lună din închirierea unei locuințe și un dezvoltator imobiliar (care mizează pe un câștig de ordinul sutelor de mii de euro) pare să existe o distanță de la cer la pământ. Cei doi sunt diferiți, prin puterea financiară și apetitul pentru risc, de exemplu, dar au un lucru în comun: ambii sunt investitori. “Ambii pornesc de la același principiu, anume că imobiliarele sunt mai atractive decât depozitele bancare pentru a-și păstra – și sporii – capitalul” [imobiliare.ro]. Dezvoltatorul imobiliar mai are ceva în plus, este antreprenor.

Acum 13 ani, după ce a terminat facultatea, Călin a plecat în Polonia. Lucrând ca angajat a făcut tot ce i s-a cerut „prin fișa postului”: management de resurse umane, IT-ist, dezvoltator imobiliar - cumpărând, renovând și închiriind apartamente și garsoniere. În toți acești ani a trecut de pe poziția de angajat simplu, pe cea de angajat cu răspunderi: Team Leader, People Manager, People Manager Lead și a atins performanța de a conduce echipe de 240 de oameni. Nu a fost antreprenor în Diaspora dar a lucrat mult în domeniul de construcții și a făcut lucrări de finisare interioară pentru 10 apartamente în a căror renovare s-a implicat direct.

Ce crede Călin că l-ar recomanda ca dezvoltator imobiliar în România? “Pot identifica imobile valoroase, modificabile, care pot fi valorificate după refaceare prin vânzare sau închiriere.” Oare este suficient? “Pot conduce echipe care construiesc noi imobile.” Toate acestea conturează profilul unui antreprenor.

Revenit în România, a deschis Urbanistica City Dev SRL. Intrarea pe piață nu a fost grea, produsul firmei – casa de locuit vândută la cheie – este căutat în județul Timiș, motiv pentru care toate casele s-au vândut cu mult înaintea finalizării lor. Prin calitate și preț, firma a devenit una de încredere, făcându-și un portofoliu de clienți serioși. Nu au existat probleme cu plățile, pentru că toți clienții au cumpărat cu credit ipotecar. Deși traseul firmei pare simplu aceasta având o evoluție pozitivă, cu profit și atingerea obiectivelor, au existat și momente mai grele. În primul rând i-a dat bătaie de cap forța de muncă, azi se prezintă lucrătorul la muncă iar mâine nu mai vine. Rău este când pleacă toți salariații de-o dată, iar Urbanistica City Dev a fost pusă în această situație. Alte piedici i le-a pus statul, prin instituțiile sale. “Avizele, autorizațiile, aprobările, semnăturile, costa foarte mult, iau un timp îndelungat și parca sunt menite să te descurajeze și să te pedepsească

pentru ca muncești și construiești. Totuși, oricât de greu a fost eu sun bucuros, pentru ca „a fost posibil”, fata de Polonia unde a fost imposibil. ”

Unde va fi Urbanistica City Dev peste 3 ani? Antreprenorul este optimist. „Vom continua dezvoltarea cartierului și vom integra o nouă linie de business sub aceeași firmă – Property management”.

Programul Diaspora StartUp l-a adus acasă pe Călin, apoi prin finanțarea primită l-a sprijinit pentru a-și deschide firma. Cursul de antreprenoriat i-a fost util dar cel mai mult l-au ajutat ședințele de consiliere și de mentorat care s-au aplicat exact problemelor ce îl priveau. “Antreprenorul trebuie să învețe continuu”, spune Călin, „o poate face prin lectură, analiză de Podcasts de Real Estate investing și studiind piața locală”.

III: Din 2019, vasele de croazieră „fac escală” la Suceava – Raicruises SRL

Croazierele au reputația unor vacanțe sofisticate destinate celor bogați. Pe măsură ce clientul începe să cunoască această industrie, își dă seama că vacanțele all inclusive de pe nave se pot croi pe măsura bugetului avut la dispoziție. Indiferent dacă stai la o cabină de lux sau la una din categoria economic, plăcerea de a te plimba pe ape și a vedea locuri exotice sau pline de istorie, este aceeași.

Nu poți vinde o croazieră la fel ca pe un tricou sau pe un laptop. Trebuie să câștigi încrederea clienților înainte de a începe să vinzi, să le oferi cele mai bune variante pentru vacanța mult visată și cele mai bune prețuri. Dacă dorește să aibă succes, antreprenorul care vinde croaziere are nevoie să cunoască această industrie și nu îi strică cunoștințe din domeniu la care să poată apela. În România există mai multe agenții de turism care vând croaziere, cea mai importantă fiind croaziere.net, o afacere cu un volum de vânzări și un profit net care te intimidă. Cunoșcând concurența, în 2018 Andrei a avut curajul să intre în concursul Diaspora StartUp cu o afacere de tip agenție de turism, care să vândă în principal croaziere.

“Povestea mea a început acum 6 ani, când am aflat cât de spectaculoasă este viața pe un vas de croazieră, nu doar ca pasager, ci și ca angajat. Din momentul în care m-am angajat ca ambasador internațional la bordul vaselor Celebrity Cruises, viața mea s-a schimbat complet. Sarcina mea era să fiu alături de toți pasagerii care nu vorbeau limba engleză și aveau nevoie de traduceri și să fac anunțurile pentru pasageri în engleză, franceză, spaniolă și germană. Am străbătut lumea în lung și în lat, de la Los Angeles până în Miami și mai apoi spre Europa, prin Marea Nordului. După ce am stabilit că e timpul “să mă așez la casa mea”, am rămas agent de vânzări la Planet Cruise și din

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

această poziție am rămas aproape de această lume, ajutând oamenii cu informațiile acumulate de-a lungul timpului petrecut pe vas și împărțind din experiența mea celor interesați de croaziere reușind să deschid apetitul celor mai sceptici clienți.”

Revenind la afacerea RaiCruises deschisă în România de Andrei, trebuie să spunem că folosește toată experiența lui Andrei căpătată în industria turismului. Ca să aibă ce vinde, RaiCruises a încheiat un contract de reseller cu Costa Cruises, o companie de croaziere importantă la nivel mondial. Cât a însemnat pentru Costa Cruises că îl cunoștea dinainte pe Andrei, ca fiind unul din agenții de vânzări croaziere foarte buni ai Planet Cruise din UK? Probabil că acest aspect a făcut diferența între a semna și a nu semna contractul cu RaiCruises.

Andrei știa că în acest tip de afacere important este să afle lumea de tine, să câștigi încrederea clienților și dacă se poate, să fii cu un bănuț sub prețul concurenței. A pariat pe digitalizarea afacerii, platforma raicruises.ro este inteligentă, își încarcă singură, periodic, informațiile de la furnizorul de croaziere. În felul acesta, o mare cantitate din munca pe care ar fi trebuit să o facă un operator de introducere date, o face platforma automat, eliminându-se riscul datelor eronate.

Andrei a văzut acest tip de platformă digitală la firme internaționale din domeniu, așa că a cerut furnizorului de servicii IT exact ce dorea. Este cunoscut că atunci când proiectezi un produs informatic, dacă în final nu îți iese cum vrei tu, vina este doar a ta pentru că înseamnă că nu ai știut să spui ce vrei.

Să-l ascuți pe antreprenor vorbind fluent în engleză, franceză, spaniolă sau germană este o plăcere, dar pentru afacere înseamnă mult mai mult. Andrei poate susține conversații cu furnizorii sau clienții, în limba lor natală, ceea ce este bine, pentru că se poate face repede înțeles și le câștigă respectul.

Raicruises a avut pentru început clienți din România și Republica Moldova, pe care i-a câștigat printr-un marketing agresiv pe Google, Facebook și Instagram. Nu ești pe Internet, nu existi! Clientul trebuie să te vadă de atâtea ori încât să îi trezești interesul să afle cine ești, așa că marketingul l-a folosit intens. Odată intrat în contact cu clientul, experiența în vânzări a lui Andrei a fost decisivă. Nu toți s-au hotărât, dar majoritatea au cumpărat. Unii au cerut să se asigure că există firma, așa că i-a invitat la sediu pentru a căpăta încredere. Alții au revenit după un timp, au mai făcut o nouă vizualizare de produse și s-au decis.

Imediat după deschiderea firmei, antreprenorul a organizat un concurs de CV-uri și și-a ales salariații. Avea nevoie de oameni de vânzări în turism, știa că va găsi greu personal care să aibă

aceste aptitudini așa că după ce a angajat doi salariați cu profilul dorit, și-a instruit singur personalul. În plus, angajații au participat la un curs gratuit oferit de Costa Cruises.

L-am întrebat pe Andrei dacă este suficient să fii bun în meseria ta ca să ai succes în afaceri. Ți trebuie și ceva instruire ca Antreprenor? Răspunsul a fost mai complex. Andrei a început cu ucenicia în antreprenariat de la 17 ani, a plecat peste vară în Germania la muncă la un castel, unde l-a avut mentor pe vărul său; a văzut astfel cum funcționează o afacere în Bavaria. Coaching-ul antreprenorial a continuat în apropiere de Marseille, unde s-a angajat la o mică firmă de mobilă. Aici i-a condus pașii un antreprenor francez iscusit, un model pentru el. De la el a învățat cum se organizează o firmă, cum să îți ții salariații aproape, cum să fii corect cu ei ca să nu îți plece, cum să îi înveți să se implice și să-i recompensezi dacă este cazul, ca să nu gândească că firma face bani doar pentru tine și ei nu câștigă nimic în plus față de salariu. Traseul lui ca salariat l-a dus și într-o corporație, help desk la Apple, apoi către lumea croazierelor la Planet Cruise. Peste tot a învățat câte ceva.

Formal, instruirea antreprenorială a făcut-o doar în cadrul proiectului. Recunoaște că i-a fost de ajutor, dar cel mai mult l-au ajutat consilierea și mentoratul pentru că a avut nevoie să cunoască cum funcționează sistemul în Romania, respectiv "ce înseamnă să fii antreprenor în România".

IV: Profesioniștii dau consultanța tehnică – EnGearing SRL

EnGearing SRL este o firmă de consultanță în domeniul transmisiilor mecanice industriale, condusă de Cosmin, un TCM-ist adaptat evoluției tehnice și tehnologice și conectat la practica europeană și cea mondială.

Cosmin a plecat în 1995 în Canada unde a lucrat doar în domeniul transmisiilor mecanice, pornind de la poziția de Applications Engineer și continuând cu Technical Director, VP Operations North America, General Manager și Director Business Development Industrial Sales Americas. Aceste poziții au fost ocupate în companii cunoscute, cum este firma finlandeză de reductoare DB Santasalo Moventas (dbsantasalo.com/brands/moventas) sau grupul suedez SKF (skf.com).

EnGearing nu este prima experiență de antreprenor pentru Cosmin. În Canada, a fost membru fondator și antreprenor pentru două firme, Carolina Gear și Components-President, care au format grupul CGC. Firmele au activat tot în domeniul transmisiilor mecanice. Grupul CGC a fuzionat ulterior cu grupul australian Hoffmann Engineering.

Profilul acestui antreprenor este cel de specialist în domeniul tehnic, era păcat să nu profite și România de experiență sa iar Diaspora StartUp a fost o șansă să îl aducem înapoi, acasă.

Finanțarea oferită pentru deschiderea unei firme în România a fost tentantă pentru Cosmin, produsul vândut de EnGearing fiind expertiza lui, pe care o poate împărtăși acum și altora prin consultanța tehnică și management de proiect.

Cum se vede ecosistemul antreprenorial din România prin ochii unui antreprenor venit din Diaspora?

"Contactul cu mediul antreprenorial românesc a fost intens ca activitate, cu multă birocrație. Mediul de afaceri este aproape absent în industria grea, deși în alte domenii este dinamic. În România nu există o piață la scară mare în industria grea, de aceea clienții EnGearing au fost selectați iar plățile nu au fost o problemă. Secretul nostru pentru a fi eficienți în relația cu statul, a fost o contabilitate foarte exigentă cu care am colaborat, cu cunoștințe de legislație foarte profunde".

L-am întrebat pe Cosmin ce decizii proaste crede că a luat ca antreprenor în România? "Importante sunt deciziile pe care NU le-am luat, ezitățile, poate m-am mișcat cu pași prea mici. Incertitudinile economice în domeniul industriei grele nu au oferit multe oportunități, este o industrie cu inerție mare, și relațiile de lungă durată nu pot fi dezvoltate speculativ, nici de tipul "hit and run"". Peste trei ani EnGearing va avea format un grup de inginerie pe domeniu solid, o echipă mică, dar bună și focusată, foarte activă pe piața Europeană în America de Nord și cea de Sud.

Cosmin consideră că antreprenorul trebuie să își modifice atitudinea urmărind nevoile clienților, de aceea stilului său nu i se aplică un model anume de antreprenor. Învățătura însă, este importantă pentru orice antreprenor.

Cursurile de antreprenariat urmate în cadrul proiectului Diaspora StartUp "mi-au dat încredere în mediul de afaceri care se dezvoltă în țară, deși încă totul este foarte birocratic, și greu". Sesiunile de consiliere antreprenorială l-au ajutat pe Cosmin să aibă încredere în potențialul din țară, chiar dacă piața EnGearing se va baza mai mult pe cerințele din exterior. Monitorizarea i-a fost utilă prin informațiile de ordin organizatoric și pentru că i-a format "o disciplină, o rutină pe elementele de administrare".

Antreprenorul trebuie să învețe "continuu, pentru că menținerea și adaptarea la continuă mișcare a pieței este și mai grea decât intrarea pe piață."

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

V: Reinventarea în pandemie – Virtual Compute SRL

Virtual Compute este un StartUp IT care oferă servicii de închiriere servere de calcul folosite prin Internet, încadrându-se în tendința de digitalizare a activităților economice din România.

Antreprenorul este Daniel, are studii în domeniul calculatoarelor și al matematicii, are experiență în dezvoltarea software-ului și implementarea de servicii din domeniul tehnologiei informațiilor dar și în managementul de proiect. Este un antreprenor pentru care experiența de salariat a adăugat în CV competențe și abilități importante. Până a-și deschide firma, a fost programator cu milioane de linii de cod scrise, Project manager, Global IT Manager în domenii de cercetare și dezvoltare și manager în proiecte de automatizare și prelucrare de date, a lucrat în networking și instalări software.

Daniel a fost antreprenor în 2 startupuri în Statele Unite ale Americii, acolo unde a stat din 1995 până în 2018. În cele 2 firme, s-a ocupat cam de tot, de management, strategie de dezvoltare, marketing și contractare dar a fost și cel care a urmărit execuția contractelor "returnând produse de înaltă calitate, conforme cerințelor, sau chiar depășindu-le tehnic, financiar și ca timp de predare".

Modelul lui în antreprenoriat îl reprezintă o firma de software unde partenerii de afaceri aveau un stil de lucru coerent și omogen, cu fluiditate operațională, tehnică și juridică și cu un real talent în crearea de echipe, supervizarea angajaților pe linii clare și definitorii de lucru pe domeniul și specialitatea lor.

"Dezvoltarea antreprenorială nu ia sfârșit niciodată" spune Daniel, de aceea cursul de antreprenoriat din programul Diaspora StartUp a avut module unde a învățat multe lucruri noi. "Consilierea antreprenorială a fost o necesitate iar monitorizarea din timpul implementării a adus o stare de confort, a fost o confirmare continuă că totul este bine și că te îndrepti către rezultate. Fără monitorizare, probabil că ar fi existat probleme." Pentru viitor, Daniel va continua dezvoltarea antreprenorială prin informare continuă, networking și cursuri de profil.

Virtual Compute i-a adus lui Daniel provocări pornind de la relația cu instituțiile statului, găsirea angajaților și a clienților pentru că totul se petrecea într-un mediu antreprenorial nou, pe care l-a cunoscut pe măsură ce se dezvoltă firma. Firma a fost gândită inițial să evolueze în domeniul cercetării. Având un produs inovator și cu o experiență tehnică importantă, în 2019 Virtual Compute și-a găsit intrarea pe piața destul de ușor. Pentru început, clienții au fost găsiți în România și prin networking, au fost identificați și potențiali clienți în afara țării. Din păcate pandemia de COVID a

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562



diminuat finanțarea cercetării în special în domeniile în care firma construia colaborări și era pe pragul de a semna contracte externe. Totodată, în 2020 s-a înregistrat la nivel global o scădere a prețurilor în domeniul petrolului ceea ce a afectat colaborarea Virtual Compute cu alte firme pentru că s-au închis o parte din finanțările din domeniul cercetării. Pentru a supraviețui, "firma s-a reinventat" și a încheiat colaborări cu alte companii din alte domenii, cum ar fi marketingul. Astăzi, Virtual Compute lucrează la un produs inovativ în randări, care odată cu folosirea generalizată a tehnologiei 5G va deveni un succes.

VI: Visul unui tânăr din Diaspora revenit în România – Jurj Vasile Fotograf SRL

„Am avut un vis! De când aveam 10 ani, dorința mea a fost să ajung în străinătate să studiez în domeniul fotografiei și al graficii publicitare, urmând să mă întorc în țară și să deschid un studio multimedia, pentru a oferi clienților servicii de calitate și colaborări de lungă durată. Vis împlinit!”

Vasile a plecat din țară ca elev în anul 2004 și s-a întors în 2018 după ce a fost declarat câștigător în concursul de planuri de afaceri din programul Diaspora StartUp. Întors în țară, Vasile avea competențe de grafician, fotograf și videomaker după studii făcute în Italia. Este printre cei mai tineri antreprenori din proiect iar fără oportunitatea acestei finanțări nu s-ar fi întors acasă.

Vasile și-a început viața de antreprenor în Italia, într-o companie deschisă cu fratele său pe aceleași tip de servicii. În România, ecosistemul antreprenorial specific i-a adus firmei Jurj Vasile Fotograf o suită de provocări din care ne poveste în continuare.

„Fiind plecat 14 ani în Italia, obiceiurile locale și modul de a trăi viața mi s-au imprimat în caracter și în stilul de lucru. La început, pentru a intra pe piață am decis să fac ca în Italia, adică publicitate prin metoda poartă în poartă. Aceasta variantă a fost destul de inutilă și descurajantă, așa că am luat decizia de a deschide un birou de reprezentare în centrul comercial Someșul, pentru a avea un punct de contact continuu cu publicul și potențialii clienți.” Varianta aceasta l-a ajutat în găsirea de clienți pentru servicii de fotografie, înregistrări sau prelucrări video și grafică. Relația cu instituțiile statului a fost însă dezarmantă. În comparație cu Italia, funcționarilor publici cu care a intrat în contact le reproșează *„lipsa de amabilitate, competență și profesionalism în propriul câmp de expertiză. Un sistem blocat în hârtii”*. Concluzia antreprenorului întors din Diaspora este: *„Romania, este o țară fantastică pentru a-ți trăi viața în liniște și a face afaceri, dar sunt unele lucruri care trebuie și pot fi schimbate în bine de autorități, pentru a face viața mai ușoară antreprenorilor”*.

Firma avea un trend ascendent înainte de începerea pandemiei, cu clienți persoane fizice sau juridice. În viitor, strategia lui Vasile este de a se adresa în special clienților de tip companie care sunt mai profitabili.

În afara finanțării primite, cât anume l-a ajutat Diaspora StartUp pe Vasile? „În acest program, cursul, consilierea antreprenorială și monitorizarea au fost etape importante pentru toți cei care am trăit în ultimii ani în afara țării. Fără aceste etape, exista șansa ca foarte multe finanțări să fie greșit folosite.” Tot Vasile ne spune: “Este o mare sâcăială să ai multe documente de făcut lunar în cadrul unei firme, dar fiind monitorizat am învățat să controlez ce am de făcut, să am idei clare despre unde mă aflu, și cum trebuie să fac ca să fie bine. ”

VII: România este o țară verde, plină de oportunități, în care merită să te întorci, Geoserv Instal SRL

Geoserv Instal este un StartUp care execută lucrări de instalații sanitare. Antreprenorul este George, un român întors din Spania prin programul Diaspora StartUp. În Spania a trăit timp de 17 ani alături de părinți și de fratele său. Studiile le-a făcut în România într-un liceu cu profil tehnic apoi s-a alăturat familiei care era deja în Spania. Nu a fost greu să se adapteze, a învățat limba spaniolă și s-a angajat ca muncitor la o firmă de construcții, poziție din care a făcut cam toate operațiunile cerute unui muncitor din acest domeniu. Se poate spune că atunci a învățat meseria de constructor.

Meseria de instalator a învățat-o însă în Spania, de la fratele lui, care l-a luat pe la lucrările firmei pentru care lucra, o multinațională de asigurări pentru apartamente și case. Jobul a fost doar pe instalații sanitare, pentru că secvența de operațiuni gândită de firmă era clară: la o reparație întâi veneau instalatorii, spărgeau zidul, schimbau de exemplu țeava, după care veneau ceilalți, zidarul, zugravul, tâmplarul etc. Din acest motiv, lucrătorii din instalații sanitare făceau doar partea de instalații, erau specializați și erau foarte buni. Și acum, își mai sună fratele atunci când are câte o problemă la vreo lucrare, pentru că încă mai are de învățat de la fratele lui.

A lucrat instalații sanitare 6 ani timp în care și-a făcut un PFA. Fără pic de instruire și fără ajutor de la vreun antreprenor din Spania, a făcut multe greșeli și a avut de plătit din această cauză.

Primele noțiuni de antreprenoriat le-a învățat de la cursurile programului Diaspora StartUp. Dacă nu ar fi câștigat concursul de planuri de afaceri, spune George, participarea la program l-ar fi ajutat foarte mult doar prin instruirea oferită de cursul de antreprenoriat. Pentru că a câștigat concursul de planuri de afaceri, a fost unul din cei 35 care a beneficiat de programul de consiliere și mentorat.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

Această etapă a fost esențială pentru el și consideră că fără consiliere probabil 90% din cei care au câștigat, nu ar fi reușit să implementeze corect și să își lanseze afacerea rapid.

Geoserv Instal evoluează sănătos, a început timid pe piața din Videle, județul Teleorman, acum fiind un brand în județul Teleorman. Firma s-a bazat pe experiența antreprenorului, a beneficiat de suportul familiei și a ținut cont continuu de îndrumările primite în faza de consiliere mentorat. Una din erorile pe care le-a corectat pe parcurs, a fost să nu depindă de un client unic. Astăzi, firma are un portofoliu diversificat de clienți.

Antreprenorul George este un profesionist în meseria lui, dornic să-și diversifice activitatea firmei cu servicii din domeniul de construcții. Unde se vede peste 5 ani? Își dorește ca Geoserv Instal să se consolideze pe piață. Pentru dezvoltarea firmei își dorește să mai aplice la finanțări, de aceea urmărește oportunitățile oferite de fondurile europene.

George s-a întors din Diaspora, mai repede decât credea pentru că a beneficiat de finanțare, apoi a muncit mult și si-a pus pe picioare o firmă de succes într-un județ sărac. Mesajul lui către Diasporeni este

"România este o țară verde, cu potențial pentru antreprenori, merită să te întorci Acasă. Important este să ai o meserie și este ideal să beneficiezi de cursuri și de coaching antreprenorial."

VIII: Prietenii noștri: telefonul, tableta și televizorul au unde sa meargă la reparat – Reparații TCT SRL

Reparații TCT oferă servicii de reparații calculatoare, telefoane și televizoare. Antreprenorul este un inginer electronist, absolvent al facultății de electronică și telecomunicații din Timișoara, care a trăit 10 ani în Spania. Aici și-a deschis o firmă de reparații telefoane, calculatoare și televizoare, în care a fost atât antreprenor cât și angajat, bazându-se pe expertiza sa ca electronist. Firma a funcționat după legile din regat, dar a fost o bună ocazie pentru Gheorghe de a câștiga experiență ca antreprenor pe un StartUp.

Diaspora StartUp l-a tentat prin oferta de program dar și prin finanțarea nerambursabilă accesibilă pentru deschiderea unei firme, deoarece se contura posibilitatea de a se întoarce acasă. Odată înrolat în program și câștigător al concursului de planuri de afaceri, Gheorghe a deschis firma Reparații TCT cu același tip de servicii ca și cele prestate în Spania.

Cum și-a atras clienții în cele 18 luni cât timp firma a fost supravegheată prin proiect? "Am oferit calitate, seriozitate și prețuri mai mici față de competiție" ne spune Gheorghe, iar "diversificarea serviciilor și investiția în echipamente de lucru" au făcut parte din deciziile sale bune.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

Poate greși un antreprenor cu experiență? "Poate lua și decizii mai proaste, cum am făcut eu, am investit în stocuri mare de piese care se pot devaloriza în timp."

Cursul de antreprenoriat, consilierea și mentoratul l-au ajutat pentru a-și pune în ordine abordările în contextul antreprenorial românesc. În ceea ce privește monitorizarea, aceasta "a fost utilă pentru respectarea obiectivelor asumate în proiect, identificarea problemelor și găsirea soluțiilor".

Modelul său de antreprenor este Marius Ghenea un antreprenor în serie și business angel cu exit-uri de succes din afaceri în cele mai variate domenii. Consideră că antreprenorul trebuie să învețe continuu folosind toate sursele avute la dispoziție: cursuri, seminarii, articole, Internet.

IX: Atunci când ne gândim la părinții noștri, antreprenoriatul poate fi o soluție să îi ajutăm– Căsuța Bunicii Elena SRL

Căsuța Bunicii Elena este o afacere care se încadrează foarte bine în tipologia unui ONG pentru că se adresează persoanelor aflate în dificultate. Firma se ocupă de îngrijirea persoanelor vârstnice și a celor aflate în dificultate, este un cămin de bătrâni unde seniorii pot sta peste zi, iar seara se pot întoarce în familiile lor. Marilena a vrut să facă din ideea ei o afacere deosebită și și-a conturat-o foarte clar. Mulți aparținători evită să apeleze la serviciile profesionale oferite de un cămin de bătrâni din teama de a nu fi acuzați că și-au abandonat rudele. Marilena s-a gândit să deschidă firma urmând modelul celei la care a lucrat în Italia, timp de 14 ani. Acolo, unii bătrânii erau cazați doar pe timp de zi, alții aveau cazare completă.

Pentru o astfel de afacere este nevoie de personal medical. Marilena este asistent medical generalist așa că această cerință a fost simplă. Deschiderea firmei, înregistrarea la ANAF, achizițiile și pregătirea stabilimentului au fost operații ușoare față de ce avea să urmeze. Cel mai greu i-a fost să afle ce condiții trebuie să îndeplinească pentru a fi în acord cu legea, pentru obiectul ei de activitate. S-a descurcat angajând un consultant din domeniu, și a reușit să se alinieze tuturor cerințelor legale. Poate la fel de greu a fost să găsească personal calificat care să accepte să lucreze cu persoanele vârstnice, în condițiile în care la începutul afacerii, oferta salarială nu era foarte mare. După ce așezase firma pe un făgaș normal, îndreptând-o spre un mic profit, a început pandemia de COVID 19, cea mai mare provocare pentru afacere. Familiile care își aduceau bătrânii peste zi, au adoptat o atitudine foarte precaută și pe perioada stării de urgență au renunțat la serviciile Căsuței Bunicii Elena. Marilena a folosit aceste zile și a igienizat spațiile stabilimentului apoi a reluat activitatea încetul cu încetul, pe măsură ce aparținătorii erau obligați să revină la munca lor și aveau nevoie să-și știe bătrânii în siguranță. Vânzările nu sunt mari dar firma și-a

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

păstrat clienții vechi, ceea ce momentan o satisface. Pentru un antreprenor începător, Marilena a avut simțuri foarte bune reușind să țină pe linia de plutire o bărcuță foarte fragilă.

Tot ce a învățat despre antreprenoriat înainte de a deschide afacerea, a învățat de la cursul programului Diaspora StartUp, unde "cam tot ce am auzit a fost captivant", spune ea. "Fără monitorizarea acordată prin proiect, nu as fi reușit să duc la bun sfârșit obiectivele propuse". Va continua ea să învețe, ca antreprenor? "Da, o voi face continuu. În plus, mă voi informa din surse oficiale despre tot ceea ce poate să-mi afecteze afacerea".

X: Un arhitect cu multiple valențe de inginer devenit antreprenor – Infinity House SRL

ATIC este un plan de afaceri interesant, făcut de un arhitect, pentru o afacere cu aplicații directe în domeniul verde al construcțiilor. Firma a fost numită Infinity House, deoarece denumirea ATIC nu s-a putut rezerva la Registrul Comerțului.

Serviciile pe care le oferă Infinity House sunt în principal hidroizolații cu spumă poliuretanică și poliuree. Punctele de pierdere a căldurii se pot identifica într-o clădire cu ajutorul camerelor de termoviziune, de aceea firma oferă în completare și servicii de audit energetic. În perioada de iarnă, Infinity House își asigură veniturile din servicii de proiectare în domeniul construcțiilor.

Antreprenorul Sorin este un specialist în construcții, de până în 30 de ani, cu studii superioare de arhitectură terminate în Italia și cu experiență în antreprenoriat. Sorin a emigrat în Italia de copil, și-a finalizat acolo liceul de construcții, apoi a aplicat pentru facultatea de arhitectură. Spre deosebire de mulți alții, Sorin a trebuit să-și plătească singur studiile. Pentru a obține fondurile necesare, a închiriat un spațiu și a pus bazele unei afaceri inedite: un loc de întâlnire (un club) pentru românii din Italia, deschis vinerea, sâmbăta și duminica. Se serveau antreuri, cocktail-uri, vin și bere, se dădeau mici spectacole de români și pentru români. Afacerea a mers mulți ani, suficient cât să îi aducă venituri pentru a-și finanța studiile. Când s-a hotărât să revină în România, Sorin avea știință de ce înseamnă o afacere, ce important este marketingul, cum să își caute și să își găsească furnizorii, ce taxe are de plătit și care sunt instituțiile statului cărora trebuia să le dea socoteală. Doar că toate aceste activități le învățase în contextul mediului antreprenorial din Italia. Pentru a-și deschide o afacere în România, Sorin și-a dat seama că are de învățat lucruri noi intrând într-un ecosistem antreprenorial diferit. De aceea, pentru el consilierea și mentoratul au reprezentat ajutoare deosebite în dezvoltarea afacerii. "Este foarte important să ai cui să-i ceri

sfatul, să te învețe cineva să nu greșești. Pentru că în antreprenoriat, greșelile le plătești cu bani.”, spune Sorin.

Echipamentul cu care face hidroizolațiile l-a fost cumpărat Sorin după un îndelung studiu de piață, urmărind utilizarea eficientă a fiecărui euro din finanțare. Lucrează doar cu materiale foarte bune calitativ, deși supărarea lui este că pe piața locală nu primează selecția prestatorilor după criteriul cost - calitate ci doar după costuri. Pentru a promova calitatea, marketingul firmei s-a bazat pe prezentări video demonstrative, articole publicate pe site-ul firmei și foarte mult networking.

Antreprenorul Sorin vrea să-și dezvolte gama de servicii și să pătrundă un pic mai agresiv pe piață. Ce părere are despre învățătura? Sorin consideră că mai are multe de învățat ca să poată să își simtă afacerea în siguranță dar face acest lucru continuu.

XI: Spălătoria auto, o afacere generatoare de venit și pe timp de criză - Wash În Tutucea SRL

Wash În Tutucea este o spălătorie auto deschisă în Focșani de Alin, un Diasporean venit din Italia. Plecat în 2004, imediat după examenul de capacitate, Alin a avut mereu câte două job-uri, din care unul era întotdeauna la o spălătorie auto. Si-a dorit să se întoarcă acasă și să își deschidă spălătoria lui, așa că pentru el, Diaspora StartUp a fost o oportunitate să își îndeplinească dorința. Alin nu a avut competențe antreprenoriale, așa cum singur spune “Cursul pentru mine a fost indispensabil, nu aveam absolut nici-o cunoștință în aceasta privință și aveam nevoie să învăț cum să îmi gestionez afacerea”.

Intrarea pe piață a firmei a fost destul de rapidă, a găsit un spațiu deja amenajat pe care l-a închiriat și a început treaba. Fără a avea experiență de antreprenor, a intuit că un loc deja cunoscut pentru o activitate câștigă treptat clienții vechii afaceri, atunci când serviciile sunt calitative și la un preț corect. Dacă în ceea ce privește locația afacerii a tras un loz câștigător, personalul a fost cel care i-a creat probleme deoarece a avut dificultăți în a găsi persoane serioși. Firma se dezvoltă sănătos având activitate profitabilă și în perioada pandemiei. Alin dorește ca în următorii ani să își dezvolte afacerea, să funcționeze într-un spațiu mai mare și să aibă un profit substanțial.

Cea mai bună decizie a lui Alin a fost “participarea la acest proiect”, dar nu ar fi reușit fără consiliere antreprenorială și monitorizare. Asta deoarece “consilierea antreprenorială a completat cunoștințele primite la cursul de antreprenoriat cu aplicații concrete privind firma mea” iar “monitorizarea antreprenorială a fost un punct de sprijin pentru că am fost verificat ca respect toate cerințele legale”.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

6. Rolul educației specifice în dezvoltarea antreprenoriatului¹⁴

Introducere

"Ca antreprenori începători sau cu experiență ne întrebăm dacă este important pentru afacerea noastră să alocăm o parte din timp educației permanente. Ne ajută modelele de antreprenori de succes și sfaturile lor? Sunt cărțile de antreprenoriat utile sau sunt doar surse de bani pentru autorii lor? Sunt profesorii noștri deținătorii soluțiilor în afaceri? Dacă Da de ce sunt așa multe afaceri care eșuează și de ce sunt încă antreprenori aparent needucați care reușesc. Cei care participă la cursuri au tot timpul senzația ca profesorul vorbește din cărți, că se oprește înainte să punteze aplicarea practică a teoriei fie din lipsa de experiență practică fie din teama de concurență. Articolul de față nu își propune să demonstreze dacă și cât din educația antreprenorială este utilă, unde trebuie să înceapă și să se termine ea, ci e un îndemn la reflecție – suntem singuri capabili să decidem de la cine sau de unde să învățăm, de unde pornim și unde dorim să ajungem cu afacerea noastră.

Să gândim așadar!

Educația antreprenorială – cât contribuie aceasta la succesul în afaceri?

Cuvântul antreprenor poartă o mare încărcătură și are proprietăți misterioase. Este folosit în limbajul curent cu referire la persoane care fie ar fi construit un imperiu și acum stau pe munți de bani, fie au fost și sunt niște odioși exploatare. De fapt, antreprenor este persoana care și-a pornit propria afacere și în consecință și-a asumat riscul pentru ea. De altfel, nu toți antreprenorii sunt neapărat de succes și oricum, în marea lor majoritate sunt corecți și nu exploatează pe nimeni.

Marea întrebare este ce îi motivează pe aceștia? O parte dintre ei au o idee grozavă și nu vor să riște să îi lase pe alții să o pună în practică. Alții nu suportă ierarhiile dar au nevoie de un loc de muncă.

Dacă antreprenoriatul ar fi doar o idee, fie ea și excelentă, ne întrebăm de ce se studiază în universități, de ce nu se învață numai din practică? De ce în momentul în care ai o idee grozavă,

¹⁴ "Rolul educației specifice în dezvoltarea antreprenoriatului" – articol publicat și susținut de ing. Simona Cojocărescu în cadrul Simpozionului "Antreprenoriat și inovare în secolul 21", 20 noiembrie 2020, organizat de Academia Română, Filiala Timișoara și Facultatea de Științe Economice, Informatică și Inginerie din Universitatea Vasile Goldiș, Arad.

să nu o pui direct în practică? Oare nu așa au făcut înaintașii din IT care au pornit afaceri în garaj? De ce se scriu așa multe cărți, articole, de ce se susțin conferințe și seminarii despre afaceri? De ce se organizează cursuri de formare continuă și de ce antreprenorii de succes continua să citească în domeniu și studiază mult? Ajută toate acestea? Cât din teoria privind afacerile a dus la clădirea unora de succes și de ce în ciuda acestei educații antreprenoriale intensive combinată cu cohorte de economiști cu doctorate, omenirea trece ciclic prin crize economice greu de gestionat? Întrebări dificile, pentru care nu am găsit răspunsuri. De ce în ciuda tuturor acestor acestui lucruri, cei cu diplome în afaceri nu reușesc afaceri de succes în timp ce alții renunță la studii și promovează idei care generează revoluții economice.

Considerăm că educația antreprenorială este vitală pentru succesul ca proprietar al unei afaceri. Identificarea abilităților antreprenoriale și strategia pentru a clădi o afacere de succes cu mijloace puține este subiectul atâtor studii și articole încât a creat programe universitare în toată lumea. Există noțiuni care pot fi învățate prin aceste cursuri și pe care nu le poți deprinde din alte surse. Ele sunt premisa succesului în carieră chiar dacă aceasta nu presupune neapărat să inițiezi o afacere.

Ce înțelegem prin educație antreprenorială în România? Tentația este să o asimilăm cu un întreg program universitar în care se învață noțiuni ca finanțe, contabilitate, resurse umane, marketing și management.

Deși aceste noțiuni pot constitui programe universitare de sine stătătoare, curricula de antreprenariat acoperă bazele fiecărei din ele, fie ca sunt studii universitare sau cursuri de inițiere sau specializare cum sunt ele cunoscute în educația adulților din țara noastră. Este logic ca pregătindu-te să devii conducător de afacere să ai nevoie să cunoști toate aspectele muncii. Vei învăța cum să faci un plan de afacere, cum să-ți identifici și să-ți păstrezi clienții, cum să găsești resurse financiare fără de care afacerea ta nu poate porni. Vei învăța din teorie dar și din exemple cum să minimizezi riscurile, cum să iei cele mai bune decizii privind gestiunea fondurilor și resurselor firmei, cum să identifici noi oportunități.

Importanța educației antreprenoriale este legată direct de câtă experiență în domeniu pot dobândi cei care o studiază și cât pot învăța din aceasta. Poți ajunge la concluzia că ai întâi nevoie să lucrezi, să dobândești experiență și apoi să pornești ca liber întreprinzător. Vei fi poate nevoit să începi să găsești contacte, să faci cercetare de piață sau de produs înainte de a începe propria afacere.

Un alt aspect important al educației antreprenoriale este înțelegerea tendințelor în dezvoltarea afacerilor. Lumea financiară este în continua schimbare, piețele se diversifică sau se specializează și acest lucru trebuie înțeles.

Am abilități antreprenoriale care să mă determine să reușesc în lumea afacerilor? O altă întrebare la care cei aflați la început de drum sunt chemați să răspundă.

Cursurile de antreprenoriat și experiența de mentorat start up-uri, facilitează identificarea câtorva caracteristici ale celor care au curajul și priceperea de a pune în practică ce au învățat la aceste cursuri /1/. Iată câteva dintre ele:

Creativitatea - Un semn distinctiv al tinerilor antreprenori de succes este faptul că tind să fie plini de idei. Ideile pot veni de oriunde, dar trebuie să fii deschis pentru ele și să te uiți tot timpul. Nu te mulțumi doar să visezi - antrenează-te pentru a face din gândirea creativă o parte din rutina ta.

Asumarea riscurilor - S-ar putea ca antreprenorii la început de drum să constate că sunt singurii lor avocat atunci când vine vorba de susținerea ideilor, că acestea nu au nici o valoare dacă nu sunt însoțite de un plan de punere în practică. Un spirit antreprenorial merge mână în mână cu asumarea riscurilor. E o caracteristică necesară a antreprenorului să-și dea seama până unde poate merge cu asumarea riscurilor, niciodată nu trebuie să depășească ceea ce își pot permite, alminteri pot rămâne cu nimic. Însă, dacă sunt cucerți de ideea de a încerca o afacere, asta înseamnă cel mai probabil că sunt în direcția corectă.

Antreprenorul trebuie să fie pregătit să trăiască în haos, să facă față neprevăzutului. Te scoli dimineața fără să ai habar ce fel de mesaje sau telefoane vei primi și ce mers va avea ziua. În cărțile de management scrie că trebuie să ai un program pentru câteva zile dar asta nu e valabil pentru un antreprenor sau un manager de vârf. Te trezești la sfârșitul zilei că nu ai făcut nimic din ce ți-ai programat și mai rău nu știi ce ai făcut toată ziua fiindcă timpul a zburat între telefoane, mesaje, discuții și fragmente de documentații prin care ai trecut sărind de la o frază la alta. După un timp constăți cu uimire că tocmai această luptă cu haosul duce organizația înainte.

Setea de cunoaștere – Este foarte bine când antreprenorii au studii de specialitate, dacă se înscriu la cursuri sau sunt absolvenți de MBA, un titlu râvnit de mulți. E un prim pas minunat, dar nu e destul. E nevoie de studiu continuu, trebuie citit mult, trebuie folosite la maxim sursele de informare. Faptul că găsim informație în cantitate mare pe Internet e o provocare – antreprenorul trebuie să știe să filtreze informația și să o asimileze rapid pentru a face față concurenței.

Informarea și lectura trebuie să devină un obicei pentru tot restul carierei, deoarece aceasta este o sursă de învățare pe tot parcursul vieții.

Socializarea - este aproape imposibil pentru antreprenor să evite interacțiunea socială. Antreprenorul e capabil să-și vândă imaginea și să-și creeze rețele. Rețeaua este esențială de la momentul în care acesta se gândește doar să devină antreprenor, din perioada studenției, deoarece conexiunile sunt acelea care duc la oportunități. Așadar, antreprenori în devenire, prezentați-vă și faceți o impresie bună tuturor celor cu care intrați în contact.

Pasiune - O concepție greșită comună este că antreprenoriatul înseamnă numai bani pe care să-ți păstrezi pentru tine. Total greșit, este mult mai mult – e o viață dedicată punerii în practică a ideilor care pot aduce bani sau pot aduce pierderi. Exemplele sunt nenumărate:

În anul 2006 Warren Buffett¹⁵, locul trei în lume în topul celor mai bogați oameni din lume cu o avere estimată de 82,5 miliarde dolari /2/, a donat aproximativ 37 miliarde de dolari unor fundații caritabile conduse de prietenul său Bill Gates și de familia Buffett. Aceasta este cea mai mare donație personală în scopuri caritabile făcută vreodată în Statele Unite ale Americii. Anunțul a venit la doar câteva zile după ce președintele grupului Microsoft, Bill Gates, a anunțat și el că se va retrage din conducerea executivă a companiei. E de prisos să amintim că cei doi giganți ai afacerilor își continuă activitatea prin acte caritabile. E un exemplu cum pasiunea a luat locul, în totalitate, dorinței de a face și a avea bani.

Despre rolul pasiunii s-ar putea scrie mult, dar ne limităm la câteva citate ale unor mari jucători în domeniu:

"Banii nu au fost niciodată o mare motivație pentru mine, ci doar o modalitate de a ține scorul. Adevărata plăcere este să joci jocul." - Donald Trump

"Noi nu facem filme pentru a face bani, noi facem bani ca să facem filme." - Walt Disney

"Fericirea nu constă în deținerea de bani ci în bucuria de a reuși, în entuziasmul efortului creativ." - Franklin D. Roosevelt

"Ceea ce avem de făcut este ceea ce vrem să facem. Când facem ceea ce suntem mențiți să facem, banii vin la noi, uși se deschid, ne simțim folositori, și munca pe care o facem se simte ca o joacă." - Julia Cameron (scriitoare americană)

¹⁵ Warren Edward Buffett (n. 1930), om de afaceri american, investitor și filantrop. Este unul dintre cei mai de succes investitori la bursa din lume, președinte și acționar majoritar al companiei Berkshire Hathaway.

"Dacă banii sunt singura ta speranță în a-ți obține independența, nu vei fi nicicând independent. Singura garanție pe care o are cineva în lumea aceasta constă din rezerva lui de cunoaștere, experiență și talent." - Henry Ford

Inovația este importantă în antreprenoriat. În lumea extrem de concurențială în care trăim, ideile inovatoare sunt cele care te vor separa de restul. Scopul tău nu este să creezi doar o pornire mediocră, nu? Pentru a crea un produs deosebit, un brand puternic și pentru a construi rețeaua de clienți, trebuie să inovați. Inovația nu înseamnă întotdeauna să creezi ceva nou: inovatorii adesea iau ceva care există deja, îl îmbunătățesc, îl schimbă, și în cele din urmă îl transformă în ceva mai bun pentru clienții lor. ID-urile inovatoare sunt cele care vor face ca un startup să fie competitiv. A fi inovator nu se întâmplă peste noapte: necesită timp și efort pentru a crea ceva cu adevărat nou care să facă diferența. Inovația și creativitatea merg mână în mână atunci când vorbim despre antreprenoriat. Aici puteți găsi șapte modalități excelente de a privi inovația, pentru a înțelege importanța acestora în antreprenoriat, educație, înfăptuirea ideilor, cunoștințe și multe altele.

Câteva citate care ilustrează legătura între educație, inovație și antreprenoriat se prezintă în cele ce urmează:

"Întrucât trăim într-o epocă a inovației, o educație practică trebuie să pregătească un om pentru o muncă care încă nu există și care nu poate fi încă definită în mod clar." - Peter Ferdinand Drucker¹⁶.

"Inovația este favorizată de informațiile culese din noile conexiuni; din perspective obținute prin călătoriile în alte discipline sau locuri; de la rețelele active, colegiale și limitele fluide, deschise. Inovația provine din cercurile de schimb în curs, în care informațiile nu sunt doar acumulate sau stocate, ci create. Cunoașterea este generată din nou de conexiuni, care nu mai eram acolo înainte." – **Margaret J. Wheatley**¹⁷. Abordarea ei include gândirea sistemelor, teoriile schimbării, teoria haosului, conducerea și organizația de învățare: în special capacitatea sa de auto-organizare.

Inovația nu are nicio legătură cu câți dolari ai. Când Apple a venit cu Mac, IBM a cheltuit de cel puțin 100 de ori mai mult pentru cercetare și dezvoltare. Nu este vorba despre bani.

¹⁶ Peter Ferdinand Drucker (1909-2005) - a fost un austriac, american de origine, consultant de management, educator, și autor, ale cărui scrieri au contribuit la bazele filosofice și practice ale corporației de afaceri modern.

¹⁷ Margaret J. Wheatley (n.1944) - este un scriitor american și consultant în management care studiază comportamentul organizațional

"Este vorba despre oamenii pe care îi aveți, cum îi conduceți și cât de mult îi obțineți." – **Steve Jobs**¹⁸

"La fel cum energia este baza vieții însăși și ideile sunt sursa inovației, la fel și inovația este scânteia vitală a tuturor schimbărilor, îmbunătățirii și progresului uman." – **Ted Levitt**¹⁹

Punerea în practică a ideilor și inovația

Învățarea și inovația merg mână în mână. Aroganța succesului este să gândești că ceea ce ai făcut ieri va fi suficient pentru mâine.

Inovația prin definiție nu va fi acceptată la început. Este nevoie de încercări repetate, demonstrații interminabile, repetiții monotone înainte ca inovația să poată fi acceptată și interiorizată de o organizație. Acest lucru necesită răbdare.

Câteva citate privind inovația:

"Inovația este procesul de transformare a ideilor într-o formă fabricabilă și comercializabilă." – **Watts Humprey**²⁰.

"Învățarea și inovația merg mână în mână. Aroganța succesului este să gândești că ceea ce ai făcut ieri va fi suficient pentru mâine. Inovația prin definiție nu va fi acceptată la început. Este nevoie de încercări repetate, demonstrații interminabile, repetiții monotone înainte ca inovația să poată fi acceptată și interiorizată de o organizație. Acest lucru necesită răbdare." – **Warren Bennis**²¹.

"Învățarea și inovarea merg mână în mână. Aroganța succesului este să gândești că ceea ce ai făcut ieri va fi suficient pentru mâine." – **William Pollard**²².

William Pollard este autorul bestseller-ului *The Soul of the Firm* și coautorul unor articole și publicații ca: *The Leader of the Future*, *Leadieople*, *Leading for Innovation and Organizing for Results*, "The Quest for the Entrepreneurial Spirit," "The Leader Who Serves" and *The Heart of a Business Ethic*. Bill a fost recunoscut ca membru onorific de către un număr de institute de învățământ dintre care amintim Harvard Business School, Aurora University, Gordon-Conwell Theological Seminary, Indiana Wesleyan University and Emanuel University în Oradea, Romania.

¹⁸ Steven Paul Jobs (1955-2011) - a fost un magnat de afaceri american, proiectant industrial, investitor și proprietar de media, a fost președinte, director executiv (CEO) și co-fondator al Apple Inc.

¹⁹ Theodore Levitt (1926-2006) - a fost un economist american și profesor la Harvard Business School. A fost redactor al Harvard Business Review, remarcat pentru creșterea circulației Review-ului și popularizarea termenului de globalizare

²⁰ Watts S. Humphrey (1927-2010) - a fost un american pionier în inginerie software, care a fost numit „tatăl calității software”.

²¹ Warren Gamaliel Bennis (1925-2014) a fost un savant american, consultant organizațional și autor, considerat pe larg ca un pionier al domeniului contemporan al studiilor de Leadership.

²² William Pollard (1938) - președinte al Fairwyn Investment Company, autor sau coautor al mai multor publicații în domeniul afacerilor.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562



Antreprenoriatul văzut prin ochii antreprenorului Simona

Este importantă educația specifică în dezvoltarea și susținerea afacerilor? Ce contează mai mult ca antreprenor? Deținerea de cunoștințe sau alte caracteristici care să te împingă să-ți schimbi statutul pe piața muncii din angajat în angajator. Câtă intuiție este în antreprenoriat și cât este educație specifică?

Câteva cuvinte despre mine: Am înființat Interlog acum 22 ani din dorința de a-mi ridica nivelul material dar și din dorința de a fi un exemplu pentru familia mea. Am plecat la drum cu oarecare experiență în vânzări dobândită la ultimul meu loc de muncă, care la vremea respectivă părea aproape suficientă dar din care nu înțelegeam ceva esențial – cine își asumă răspunderea pentru greșelile și eșecurile în vânzări. Am învățat această lecție în primele mele luni de antreprenoriat. Puteam să am alt parcurs dacă la baza educației mele stătea educația antreprenorială? Cât ar fi fost eficient și cât ar fi fost prea mult? Sunt întrebări la care nu știu să răspund fiindcă traseul meu a fost marcat de intuiție și talent antreprenorial la început și o învățare continuă care face ca lucrurile să meargă în continuare. Astăzi, după 22 de ani petrecuți în propria firmă, care funcționează, consider că rolul educației este absolut relevant în susținerea unei afaceri iar învățarea continuă în domeniu este tot mai importantă.

Asistăm în prezent la o adevărată efervescență antreprenorială în România, percepția generală este că antreprenoriatul e o șansă pentru noi, că acum a venit momentul să-i dăm o mai mare importanță. Există așa-zise afaceri de succes, exemple de îmbogățiri rapide în jurul nostru dar acestora le lipsește esența, fiindcă nu creează locuri de muncă sustenabile și nu aduc bunăstare unei comunități ci doar unui număr restrâns de persoane. Deopotrivă, avem în jurul nostru exemple de afaceri clădite cu inteligență și trudă, afaceri simbol ale unei societăți care se străduiește să își găsească locul într-un mediu economic mondial din ce în ce mai concurențial. Cred că acesta este motivul pentru care în ultimii ani fenomenul start-up s-a răspândit în societatea românească și a evoluat de la neîncredere la fenomen de masă. Cei care au inițiat programele de înființare de afaceri pentru începători - tineri, diaspora, studenți, au considerat că primul pas, exceptând însăși ideea afacerii, este educația antreprenorială, nu neapărat universitară dar și prin intermediul cursurilor de pregătire antreprenorială. Fiind lector la acest tip de cursuri, am avut ocazia să studiez profilul viitorilor antreprenori și să cântăresc ce, cât și cum sunt dispuși să învețe. I-am urmărit ulterior cum își pun în practică ideile și am început să mă întreb dacă ceea ce le-am transmis la curs i-a ajutat sau dimpotrivă, i-a împiedicat să fie suficient de creativi.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562



Rolul învățării continue în educația antreprenorială

Asistăm la un efort conjugat al Statului Român și al Uniunii Europene de a favoriza și finanța înființarea de afaceri pentru începători prin programe specifice. În România lansarea unor astfel de programe se bazează pe interesul tot mai mare față de activitățile antreprenoriale. 70% dintre români consideră că antreprenoriatul este motorul creșterii economice, potrivit studiului²³ realizat în perioada 28 februarie - 07 martie 2019 la nivel național de către Raiffeisen Bank. Din acest studiu mai rezultă că dintre românii angajați:

- mai bine de jumătate (50,6%) ar dori să devină antreprenori;
- 34% dintre românii care sunt angajați se gândesc să își deschidă propria afacere, cu condiția să obțină finanțare de la o bancă;
- 1 din 2 români declară că ar renunța la statutul de angajat, dar consideră că principalul obstacol pentru o afacere la început de drum este reprezentat de imprevizibilitatea mediului fiscal și de nivelul ridicat al taxelor (74% dintre respondenți).

Fie că se adresează angajaților, șomerilor, diasporei, studenților, toate aceste programe au ceva în comun: pregătirea antreprenorilor.

Metodele de pregătire agreate și care și-au dovedit eficiența sunt cursurile de formare în antreprenariat organizate clasic, față în față, sau online. La aceste cursuri, participanții deprind cunoștințe teoretice și practice de bază. Față de cursurile universitare, acest tip de formare este mai simplă, se adresează tuturor categoriilor de antreprenori începători și furnizează noțiuni pe care aceștia sunt obligați să le deprindă dacă doresc ca afacerea pe care preconizează să o deschidă să aibă succes. În aceste cursuri, aspiranții în antreprenariat învață noțiuni despre elementele-cheie în conducerea unei afaceri: resursele materiale și bănești, resursele umane, piața, clienții și furnizorii.

În prezent, cu privire la educația antreprenorială, se constată apariția de elemente importante:

- piața de training este suprasaturată de oferte sub forma de: cursuri (traininguri) workshopuri, cursuri webinar, podcasturi și alte asemenea oferte. Puține sunt, însă, cele în care în afară de cursurile propriu-zise se realizează și de implementarea de facto a celor predate la traininguri.
- au apărut domenii noi în pregătirea antreprenorului, cum sunt:
 - pregătirea pentru lucrul la domiciliu;

²³ <https://www.raiffeisen.ro/despre-noi/media/comunicate-de-presa/>

- obținerea de comportamente noi și folosirea intensivă a instrumentelor online;
- investiții în timp și resurse care să-i permită antreprenorului să se cunoască mai bine;
- organizarea spațiului de muncă în care prevalează digitalul;
- orientarea antreprenorului către tehnologie și nu numai focusarea pe client;
- organizarea de cursuri online în domeniul Blockchain Technologies:
 - MIT Sloan School of Management Business Innovation and Application /3/;
 - UVT – Universitatea de Vest din Timișoara /4/.

În era digitală locul de muncă se redefineste, oamenii pot lucra de oriunde există o legătură la internet. Lucrul online presupune și redefinirea interacțiunii echipelor și rolurilor jucate de fiecare membru al echipei. În aceste condiții devin importante valorile comune, cultura organizațională, interacțiunea cu roboții și nu în final obiectivele organizației. Toate acestea conduc la schimbări în ceea ce privește:

- luarea de decizii la nivel managerial prin analiza datelor (*data driven decision making*);
- profilul angajatului în spațiul de lucru digital, munca lui devenind transparentă pentru toată echipa;
- comportament orientat spre colaborare;
- situarea la loc central a inovației favorizată de diversitatea opiniilor;
- educația antreprenorială axată pe sporirea abilităților și capacităților de a depăși obstacolele neprevăzute cum este pandemia Covid 19.

Mentoratul și monitorizarea unei afaceri

Debutul unei aventuri ține, în primul rând, de decizia personală. Acest lucru este atât de evident, încât este adeseori uitat. Majoritatea cursurilor în domeniul antreprenoriatului indiferent de nivelul lor se concentrează pe analizarea procesului de creare a firmelor; o dată decizia de creare luată, procesul de învățare se consideră încheiat, trecând complet cu vederea procesul intern care îi conduce pe oameni către acea decizie. Din această perspectivă, aspectul relevant este că anumite persoane vor crea o firmă nouă fără să-i mai intereseze ce vor face după înființarea acesteia. Mentoratul și monitorizarea afacerii este un proces de durată, care poate dura 18 luni, timp în care antreprenorul începător este ajutat, ghidat și pe cât posibil ferit de greșeli. În acest mod, finanțatorul se asigură ca banii lui sunt bine investiți și duc spre bunăstare, iar antreprenorul primește un ajutor care în alte condiții ar fi fost plătit cu sume importante. E o situație în care ambii câștigă.

Aruncând o privire asupra situației educației antreprenoriale în lume ne-am oprit la Statele Unite. Datele sunt culese dintr-un raport recent al monitorizării antreprenoriatului global (GEM) referitor la formarea antreprenorială care pune o întrebare centrală pentru oricine este interesat să înceapă o afacere: „Educația antreprenorială face diferența?” S-ar putea crede că această întrebare a fost rezolvată. La urma urmei, Fundația Ewing Marion Kauffman raportează că peste 2.000 de colegii și universități din SUA predau antreprenoriatul. Cum ar putea toți acei profesori să învețe ceva care s-ar putea să nu conteze?

Oricât de surprinzător ar părea, nu se cunoaște efectul pe care pregătirea pentru antreprenoriat îl are asupra succesului companiei la început. Relativ puține cercetări au analizat direct beneficiile oferite de educația antreprenorială; iar rezultatele de până acum sunt departe de a fi concludente. Majoritatea studiilor privind formarea antreprenorială analizează dacă persoanele care au primit această educație funcționează mai bine ca antreprenori decât cei care nu au făcut-o. Studiile efectuate de cercetătorii de la Universitatea din Arizona, Universitatea din New York și alte instituții au descoperit că persoanele care au primit educație antreprenorială funcționează mai bine la conducerea propriilor afaceri.

Cu toate acestea, aceste studii nu arată neapărat că educația antreprenorială determină o mai bună performanță a întreprinderii. Aceiași oameni care sunt buni în a-și conduce propriile afaceri ar putea fi, de asemenea, cei mai interesați să studieze antreprenoriatul. Drept urmare, primirea pregătirii antreprenoriale și performanța companiei start-up sunt corelate, dar educația nu determină neapărat performanța.

Standardul de aur în cercetare este un experiment controlat. Dacă unora li se asigură o educație antreprenorială aleatorie, iar altora nu, atunci putem vedea dacă antrenamentul generează performanța.

Cercetătorii au efectuat câteva experimente pentru a analiza efectul pregătirii antreprenoriale pe un grup de aspiranți în antreprenoriat care au urmat cursuri de specialitate la o universitate din SUA. Astfel, au obținut rezultate mixte pentru efectele antrenamentului. Antreprenorii care au beneficiat de instruire au înregistrat vânzări mai mari, dar fără să aibă marje de profit mai mari sau mai mulți angajați. De asemenea, antreprenorii instruiți au obținut un nivel mai ridicat la capitolul inovație și evitarea riscurilor. Cursurile nu au ajutat însă la înțelegerea modificărilor în legislația fiscală, salarizarea personalului, diversificarea activității. De asemenea, proporția celor care au avut dificultăți în afaceri este aceeași și pentru cei care au urmat cursuri de antreprenoriat și pentru cei

care nu au urmat cursuri de specialitate. Concluzia la care a ajuns fundația care a inițiat studiul este aceea că studiile antreprenoriale ajută dar nu sunt garanția succesului și că nu există dovezi consistente că formarea antreprenorială îmbunătățește performanța afacerilor.

Educație pentru antreprenori

Nevoile educaționale ale unui antreprenor diferă de cele ale unui proprietar de afaceri, deși nu foarte mult. Un proprietar de afaceri va controla adesea o flotă de personal, în timp ce un antreprenor ar putea lucra în mod autonom sau ar putea externaliza părți din întreținerea afacerii sale către alte persoane cu educația/ calificările corespunzătoare.

Este bine evidențiat faptul că unii dintre cei mai buni antreprenori din lume și-au început activitatea după ce au abandonat studiile superioare. Unul dintre cele mai recente exemple în acest sens a fost Mark Zuckerberg²⁴, care a creat Facebook din dormitorul său și a părăsit imediat colegiul, când platforma de socializare a început să crească. Richard Branson²⁵, probabil unul dintre cei mai cunoscuți antreprenori ai generației noastre, a fost dislexic și nu a urmărit niciodată o cale în învățământul superior.

Desigur, la fel ca mulți proprietari de afaceri, antreprenorii pot dori să se autoeduce nu numai pentru a reduce cheltuielile generale, dar și pentru a menține controlul asupra organizației lor. Calificările în domeniul contabilității, marketingului și administrării afacerilor vor rămâne utile pe parcursul întregului ciclu de viață al afacerii unui antreprenor, dar și al carierei acestuia.

Una dintre cele mai utile calificări care pot fi obținute în timpul conducerii unei afaceri este un Master în "Contabilitatea afacerilor" online. Există multe locuri pentru a studia aceste tipuri de calificări, dar învățarea online vă poate oferi libertatea necesară atât pentru a studia cât și pentru a lucra.

Educație pentru proprietarii de afaceri

Există o varietate de cursuri și grade pe care proprietarii de afaceri le pot completa; acestea variază de la studii postliceale în domeniul afacerilor, până la masterat și doctorate. Un exemplu de proprietari de afacere cu calificare, adesea aleg soluția să finalizeze câțiva ani după ce au absolvit

²⁴ Mark Elliot Zuckerberg (n.1984) - este un programator american și antreprenor în domeniul internetului. Este co-fondatorul și președintele rețelei [Facebook](https://www.facebook.com).

²⁵ Richard Branson (n. 1950) - este un magnat de afaceri britanic, investitor, autor și filantrop, a fondat Virgin Group în anii '70, care controlează peste 400 de companii din diverse domenii.

o facultate un MBA (Master of Business Administration). Aceste cursuri pot fi adesea studiate cu fracțiuni de normă pe parcursul a doi ani, astfel încât să puteți încă să vă organizați activitatea pe lângă studiu!

Mulți proprietari de afaceri aleg să nu urmeze traseul de învățământ și nu există nicio obligație ca să o facă. Cu toate acestea, rămâne un mod util de a progresa înțelegerea funcționării interioare a unei afaceri și poate face viața antreprenorului, mai ușoară pe termen lung.

Proprietarii de companii pot dori să cerceteze calificările în discipline precum marketing, contabilitate și administrarea afacerilor. Aceste tipuri de calificări ar putea juca un rol crucial în conducerea afacerii și ar putea face diferența în timp.

Autoeducarea în afaceri este o modalitate excelentă de a reduce cheltuielile generale ca proprietar de firmă, permițând proprietarului să își asume mai multă responsabilitate în cadrul afacerii, mai degrabă decât să externalizeze servicii prin intermediul unor consultanți costisitori.

Este important de reținut că proprietarii de afaceri pot fi obligați legal să completeze anumite cursuri sau certificări legate de industria lor.

Există întotdeauna riscul ca timpul necesar obținerii calificărilor să fie în detrimentul afacerii. Acesta este motivul pentru care ar trebui luate în considerare toate opțiunile și evaluat dacă este mai eficient din punct de vedere al costurilor sau dimpotrivă, mai ușor e să fie externalizate unele responsabilități.

Concluzii

Pentru o decizie completă în antreprenoriat ai nevoie de răspunsuri la cinci întrebări esențiale: De ce? Ce? Cum? Cu cine? Când? – toate legate de produsul sau serviciul care îmi va aduce venit în afacere. S-ar putea să am răspuns la una sau mai multe întrebări dar niciodată la toate fără educație. Este important să dezvoltăm educația antreprenorială în România pe toate căile, este singurul instrument la îndemână pentru dezvoltare.

7. Cunoașterea și antreprenoriatul inovativ²⁶

Context

„În decursul istoriei, de la constituirea primelor așezări, oamenii, pentru a-și asigura cele necesare traiului zilnic și împinși de curiozitate, s-au avântat din ce în ce mai departe de așezările lor, au investigat mediul înconjurător. Acest lucru le-a permis să-și sporească cunoștințele despre lumea înconjurătoare, să facă descoperiri și să progreseze. Prin peregrinările lor ei au descoperit locuri noi și lucruri noi care le depășeau pe cele cunoscute până în acel moment. Acest lucru nu a încetat să se producă iar și iar, fenomenul cunoscând azi o amploare fără precedent deoarece curiozitatea ține de natura umană.

Sfera lucrurilor cunoscute de către o persoană evoluează în permanență. Oamenii își largesc orizontul cunoașterii, dar apare și uitarea când acesta se micșorează. Copiii au o cu totul altă percepție cu privire la cunoaștere decât adulții. Când se joacă, copii încearcă să fie antreprenori. Ei caută să descopere lucruri noi, caută să realizeze ceva, dar această preocupare a lor, de multe ori, începe să dispară pe măsură ce cresc.

Pentru un copil totul este dincolo de limitele cunoașterii lui, dar are avantajul prezenței celorlalți (copii și adulți) care deja sunt în zona necunoscută lui. Aceștia îi îndrumă și-i învață.

Antreprenorul nu are un asemenea ajutor, el trebuie să parcurgă singur drumul către cunoaștere și dincolo de limitele ei.

Dacă se analizează companiile de succes în decursul timpului, se constată aproape fără excepție, că au avut ca fondatori oameni care au gândit dincolo de ceea ce era cunoscut în acele vremuri.

Inovarea a fost cea care le-a adus succesul, deoarece au fost în stare să spargă barierele cunoașterii și nu puține prejudecăți și piedici, care nu sunt ușor de depășit.

Arta de a gândi mai profund decât ceea ce este cunoscut la un moment dat este una dificil de realizat și nu oricine o stăpânește.

Nu oricine este capabil să spargă "tipare" adânc înrădăcinate în mentalul oamenilor.

²⁶ Textul din acest capitol face parte din lucrarea: /6/ "Antreprenoriat inovativ dincolo de limitele cunoașterii", autori: Vichentie Maniov și Paul Bock, Cosmopolitan Art, 2020

Stilul oricărui antreprenor este inconfundabil, este al lui și numai al lui. Antreprenorii de succes sunt luați ca exemplu de către alți antreprenori, sunt citați în cărți și reviste, la conferințe, dar nimeni nu poate să le adopte întocmai stilul de munca deoarece sunt unici.

Antreprenorii de succes au "ceva special" care le menține trează creativitatea și îi ajută să găsească oportunități de afaceri acolo unde alții nu le vad, și să realizeze produse și servicii noi și un mod inovativ de a face afaceri. Acest "ceva" este o forță interioară, care îi face pe antreprenori să privească și să meargă înainte fără să se gândească prea mult la eșecurile care pot veni.

Adevărații antreprenori nu merg pe căi bătătorite, nu respectă regulile, stârnesc de obicei controverse deoarece au idei considerate de alții ca "trăsnite". De regulă, antreprenorii pun multe întrebări, nu-i interesează ierarhiile și nu asculta de cei "bătrâni", adică profesori, părinți, colegi, prieteni și fac exact "altfel" decât apreciază alții că ar fi normal.

Antreprenoriatul inovativ presupune multa imaginație și dinamism. Multe lucruri antreprenorilor le obține din experiența trecută, dar altele prind viață pe neașteptate, prin idei la care nimeni nu s-a gândit până în acel moment și care de multe ori sunt considerate ca aberații sau fantezii care nu se pot realiza niciodată. Istoria este, însă, plină de lucruri "imposibile" care s-au realizat totuși.

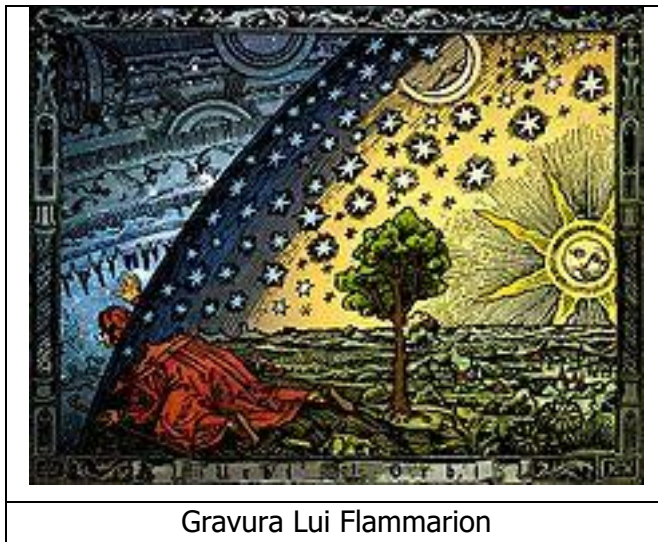
Antreprenoriatul nu este o știință exactă, el se schimbă, se transformă în decursul timpului. Azi, inovația este cea care ghidează antreprenoriatul. Cei care vor rezultate remarcabile fac inovație. Inovația este o stare de spirit, este o senzație care nu-ți da pace, este o frământare continuă și, bineînțeles, împănată cu multa incertitudine. În rolul de antreprenor inovativ omul trăiește provocarea cu intensitate maximă.

Cei care fac inovație se plasează dincolo de momentul actual al cunoașterii și de istoria pe care o au în urmă. Un antreprenor inovativ își creează o companie inovativă, se plasează dincolo de limitele cunoașterii cu ideile sale și își construiește viitorul pe care și-l dorește.

Plasat cu gândirea dincolo de limitele cunoașterii, omul poate încerca să înțeleagă necunoscutul, să-și verifice ipotezele și să dezvolte judecăți, metode și tehnici prin care să-și pună în practică ideile inovatoare pentru a atinge obiective la care alții nu s-au gândit și bineînțeles că nu le-au atins.

Curiozitatea omului cu privire la ceea ce se afla dincolo de limitele cunoașterii a existat dintotdeauna. De numele lui Nicolas Camille Flammarion este legată o gravură pe lemn cunoscută sub denumirea de gravura lui Flammarion. Ilustrația gravurii a fost redată în cartea lui intitulată "L'Atmosphere: Meteorologie Populaire", la pagina 163. Cartea a apărut la Paris în anul 1888. Textul

care însoțea ilustrația în cartea lui Flammarion zicea: "*Așadar, ce este aceasta balta albastră, care cu siguranță există și ne împiedică să vedem stelele pe timpul zilei*".



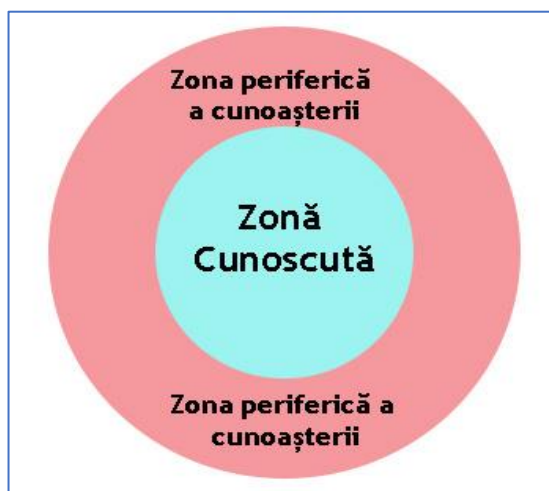
Nicolas Camille Flammarion (1842-1925) a fost scriitor și astronom francez, autor a cincizeci de cărți cu subiecte din astronomie. Ilustrația a fost reprodusă în numeroase rânduri pentru a reprezenta descoperiri în domeniul astronomiei de către om. În această enigmatică ilustrație, al cărei autor este necunoscut, este reprezentat un om, un posibil astronom, care privește prin atmosfera terestră, ca și cum aceasta ar fi o cortina care poate fi data la o parte, modul de funcționare al universului.

Antreprenorul poate fi asemuit cu astronomul din gravura lui Flammarion. Si antreprenorul, la fel ca și astronomul, caută să vadă ce se afla dincolo de cortină. Curiozitatea și provocările care pot rezulta dintr-o privire dincolo de ceea ce este cunoscut constituie motorul care îi împinge spre descoperiri noi, pe cei doi, astronom și antreprenor, și nu numai pe aceștia, să caute ce se află dincolo de limitele cunoașterii.²⁷

Fiecare persoană își are sfera ei proprie de cunoaștere. Aceasta sferă personală poate fi extinsă prin noi cercetări pentru a lărgi cunoașterea sau prin folosirea cunoștințelor altor persoane. De obicei, antreprenorul nu este singur, el își alege colaboratori și, folosind alte persoane în activitățile pe care le desfășoară, își lărgeste aceasta sferă și poate să obțină rezultatele pe care le așteaptă.

²⁷ Textul din acest capitol face parte din lucrarea: /6/ "Antreprenoriat inovativ dincolo de limitele cunoașterii", autori: Vichentie Maniov și Paul Bock, Cosmopolitan Art, 2020

În cele ce urmează se prezintă o schemă care ilustrează legătura între zona cunoscută și cea necunoscută. Zona necunoscută este formată din zona periferică a cunoașterii și zona de dincolo de limitele cunoașterii. Zona periferică a cunoașterii este o zonă intermediară care face legătura între ceea ce este cunoscut și ceea ce nu este cunoscut. Prin zona periferică a cunoașterii, ideile inovatoare își croiesc drum către zona de dincolo de limitele cunoașterii și astfel largesc zona cunoscută.



Schema zonelor cunoașterii

(sursa: /7/ Vichentie Maniov, Horațiu Șoim, Kласu B Schebesch
"Antreprenoriatul și inovarea", Zilele Academice, Universitatea
de Vest din Arad, 19 mai 2017)

Gândească prea mult cu privire la ce vor zice alții despre ceea ce au întreprins. Însă, pe măsură ce omul înaintează în vârstă, începe să se teamă să se plaseze cu gândirea într-o zonă necunoscută. Această teamă este de cele mai multe ori o piedică personală importantă, un obstacol pe care omul și-l pune singur și este unul deosebit de puternic, care acționează ca o frână. Nu sunt piedici puse de altcineva, ci de el însuși.

Dacă ești o persoană cu idei dincolo de limitele cunoașterii vei trai următoarele trei etape succesive:

- **Etapa I.** Nimeni nu este de acord cu ceea ce spui și tot te contestă, ei spun că așa ceva nu este posibil;
- **Etapa II.** Lumea, până la urmă, te acceptă, acceptă ideea nouă și pe tine ca autor al acesteia;
- **Etapa III.** Toata lumea cunoaște lucruri despre ideea emisă, o consideră ca ceva normal și nimeni nu-ți mai menționează numele.

Antreprenorii sunt personajele cheie care, prin activitatea lor inovatoare, pot să construiască economii creative. De exemplu, Steve Jobs știa că prin crearea unor companii inovative, unde se

îmbină inventivitatea cu imaginația și inovația nebanuită, se conectează de fapt creativitatea cu tehnologia.

Inovația - sursa afacerilor de succes²⁸

Antreprenorul și gândirea creativă

Activitatea intelectuală a omului are, întotdeauna, ca punct de pornire informații existente în memoria sa și în experiența sa anterioară, peste care se suprapun informațiile noi obținute, iar prin operații mentale elaborează planuri de viitor, stabilește obiective, definește concepte etc., adică își îmbogățește substanțial informațiile inițiale.

Încă din antichitate se cunoștea importanța gândirii. Astfel, Buddha spunea: "*Tot ceea ce suntem este rezultatul a ceea ce am gândit. Minte este totul. Devenim ceea ce gândim*".

Problema gândirii a fost, în permanență, în atenția nu numai a filosofilor, psihologilor sau a scriitorilor ci și în atenția sculptorilor și pictorilor.

Gândirea este un proces strâns legat de o succesiune de operații mentale, iar rezultatul se concretizează sub forma de informații, noțiuni, idei, păreri, concepte și mai multe gânduri. Prin procesul de gândire se dezvoltă și se perfecționează metodele de tratare a informațiilor și se obțin corelații între diferite elemente din memorie, obținute prin lărgirea cunoașterii și care înainte nu existau.

Ca să ai idei creative nu este suficient să ai o singură idee, ci mai multe, chiar foarte multe idei. Pentru a obține o multitudine de idei, antreprenorul își pune întrebări de felul:

"de ce să facem?", "cum să facem?", "în câte moduri putem face?", "cum utilizăm asta?".

În acest sens îl putem cita pe George Bernard Shaw²⁹ care a spus: "Voi vedeți lucruri și spuneți ,De ce?' Dar eu visez lucruri care niciodată nu au existat; și eu spun ,De ce nu?'.

Referitor la gândire, este util să facem deosebirea dintre gândirea analitică și cea creativă. Gândirea analitică este un proces logic și produce un răspuns unic, adică o singură soluție pentru o anumită problemă. Gândirea creativă presupune imaginație, care conduce către mai multe idei sau răspunsuri posibile.

²⁸ Textul din acest capitol face parte din lucrarea: /6/ "Antreprenoriat inovativ dincolo de limitele cunoașterii", autori: Vichentie Maniov și Paul Bock, Cosmopolitan Art, 2020

²⁹ George Bernard Shaw (1856- 1950) a fost dramaturg irlandez care a primit premiul Nobel pentru literatură în anul 1925.

Sa ne imaginam că suntem un antreprenor aflat în procesul de gândire creativă și dorim să vedem cum s-ar putea desfășura acest proces. O cale de urmat ar putea fi următoarea:

1. Punerea de întrebări și efectuarea de reformulări:
Cum să facem?
Cum să utilizam?
În câte moduri putem sa ... ?
2. Găsirea de idei, chiar fanteziste;
3. Identificarea barierelor care pot sta în calea punerii în practică a ideilor;
4. Efectuarea unei analize a fezabilității și fiabilității ideilor;
5. Adoptarea deciziei pentru calea de urmat privind ideile aplicabile.

Printr-o astfel de abordare a gândirii putem transforma un lucru care, la un moment dat, pare obișnuit sau nesemnificativ într-unul care sa constituie o inovație valoroasă.

O cale de a căuta idei inovative este utilizarea brainstormingului care constituie o modalitate de a obține, într-un răstimp scurt, un număr mare de idei de la un grup de participanți. În cadrul brainstormingului ideile se obțin prin organizarea de seminarii sau reuniuni în care se solicita participanților următoarele:

- să lase deoparte ideile preconcepute;
- să suspende orice critica a ideilor emise de ceilalți participanți;
- sa fie acceptate toate ideile enunțate;
- suspendarea oricărui raționament care ar putea să împiedice generarea liberă a ideilor;
- libertatea de gândire - care permite ca participanți să se gândească fără teama la idei și soluții care ar putea fi considerate ca "fanteziste" sau "trăsnite" și să ia în considerare toate posibilitățile;
- să fie prolifici întrucât cantitatea ideilor contează- cu cât sunt emise mai multe idei, cu atât cresc șansele să se ajungă la idei valoroase;
- fertilizarea încrucișată a ideilor - reprezintă modalitatea de a îmbunătăți o idee prin adăugarea de elemente în plus față de cele propuse de autorul inițial al ideii;
- detașarea ideii de creatorul ei, cu scopul de a face ca toate ideile să aparțină tuturor. Astfel, se va evita situația în care creatorul unei idei ar avea un atașament prea puternic față de ideea lui, iar ceilalți unul foarte redus sau absent în totalitate.

Brainstorming înseamnă inovare colaborativă, deoarece ideea nu aparține unuia, ci tuturor, prin fertilizarea încrucișată a ideilor.

Gândirea creativă și inovarea pornesc de la căutarea de oportunități și generarea de idei și se continuă cu analiza utilității ideilor și apoi cu punerea lor în practică.

În cele ce urmează vom prezenta metoda folosită de un antreprenor inovativ, Alex, pentru a strânge idei:

"Alex avea un caiet pe a cărui coperta scria cu litere mari IDEI- în care își nota ideile ori de câte ori apăreau, fără să se gândească prea mult dacă sunt fezabile sau nu, dacă le poate transpune în practică acum sau cândva în viitor. Sub fiecare idee nota câteva elemente care îi păreau demne de reținut. Unele idei le folosea imediat pentru o analiză în vederea punerii în practică, altele stăteau să "dospească" pentru o eventuală utilizare viitoare. Alex este consecvent în a-și nota ideile, astfel încât, dacă îi venea în minte o idee nouă când conducea automobilul, căuta un loc unde putea opri și își nota ideea. Știa că ideile dispar dacă nu sunt notate. Când căuta o idee nouă pentru o anumită problemă, Alex răsfoia caietul cu IDEI, lucru care îi stimula gândirea creativă. De cele mai multe ori, nu găsea ideea căutată în caiet, dar răsfoirea lui îl conducea către ideea căutată. Căutările în caietul cu IDEI l-au ajutat să ajungă la constatări interesante și să exclame de multe ori:

- *Ce băiat deștept am fost ca mi-a venit o astfel de idee!*
- *Cum am putut să mă gândesc la așa ceva, ideea este trăsnet de tot! Iar peste ceva timp a constatat: totuși ideea este deosebit de valoroasă, așa ceva n-a mai făcut nimeni. Caietul cu IDEI a devenit un obiect de care Alex nu se desparte niciodată, îi place să-l țină în mână și să spună "aici pun mana pe idei, asta este comoara mea".*

Ideile noi luminează ca flacăra unei lumânări într-o camera unde domnește întunericul.

În cartea "100 de fete ale inovației", Vlad Stanciu³⁰ se referă la faptul că ideile trebuie transpuse în modele sustenabile de afaceri introducând conceptul "open innovation". Acest concept schimbă paradigma de inovare: modelul învechit al inovării închise ce funcționează după sintagma "*nu dezvălui pentru că mi se fură ideea*" (ca de exemplu Microsoft) este înlocuit cu modelul inovării deschise (Linux) relevat de sintagma "*am o idee și caut parteneri pentru transpunerea ei în realitate*".

Modelul "open innovation" are ca avantaje:

- nu necesită brevete costisitoare pentru protecția ideilor;
- se reduce timpul de la idee la aplicare;
- partenerii vin cu idei noi, creativitatea devenind permanentă;
- riscurile asociate inovării se distribuie la mai mulți;
- cine copiază fără contribuție de idei inovatoare nu ajunge departe.

³⁰ Vlad Stanciu – articol Eco Bordei, reinventarea tradiției publicat în volumul "100 de fete ale inovației"

Cu toate că se spune despre gândirea creativă că este una înnăscută, ea se poate, totuși, dezvoltă prin educație și exerciții.

În gândirea creativă, detaliile pe care inițial nu le-am observat și reținut pentru analiză au un rol important. Pentru a-și stimula gândirea creativă, un antreprenor se documentează în permanență, culege informații și cunoștințe din domenii cat mai variate, multe neavând la prima vedere nimic în comun cu afacerea lui și își pune mereu întrebarea "De ce sa nu încerc?".

Lui Henry Ford ii este atribuit citatul "*Gânditul este una dintre cele mai dificile slujbe. Poate din acest motiv foarte puțini se angajează la aceasta*"³¹.

În barca gândirii creative ii găsim pe cei dotați cu inteligența.
"*Inteligența umană este calitatea mentală care constă în capacitatea de a învăța din experiență, de a se adapta la situații noi, de a înțelege și de a trata concepte abstracte și de a folosi cunoștințele pentru a manipula mediul înconjurător.*"³²(Robert Sternberg)

Un antreprenor care caută succesul nu se mulțumește numai cu ceea ce conține definiția, el vrea mai mult: vrea să urce în barca gândirii creative. El vede în aceasta barca un mijloc care îl duce la obiectivele sale. În același timp, consideră că gândirea are un rol important și o vede ca pe o succesiune de operații care duc la dezvoltarea unor aspecte importante ale realității și la rezolvarea anumitor probleme.

Gândirea este strâns legată de inteligența umană care este un proces cu anumite stadii de dezvoltare, începând cu adaptarea care, la rândul ei, este rezultatul asimilării și al acomodării.

Aceste componente, prin interacțiunea lor, creează un echilibru intelectual.

Antreprenorii sunt puși în permanență să ia decizii într-o lume complexă și încălcată. Deciziile lor nu pot fi decizii luate oricum, ci ele trebuie să fie unele inteligente. De aici rezultă importanța proceselor de obținere, analiza și procesare a informațiilor și de adoptare a deciziilor.

Daniel Kahneman³³ a studiat modul în care creierul omului procesează informațiile în două moduri distincte. Detaliile dintr-o imagine, de exemplu, pot fi procesate foarte rapid, însă, atunci când vine vorba de efectuarea unei operații matematice mai complicate, procesul de gândire este mai greoi. Cele doua sisteme de gândire, cel rapid și cel lent, dictează o mare parte din percepția

³¹ sursa: <https://www.brainyquote.com/quotes/quotes/h/henryford122851.html>

³² Sursa: Robert J. Sternberg, <https://www.britannica.com/science/human-intelligencepsychology>

³³ Daniel Kahneman- este laureat al Premiului Nobel pentru economie (2002)- specialist în cogniție și pionier al economiei comportamentale.

noastră. Primul (rapid) este inconștient, intuitiv și nu necesita efort voluntar sau control, pe când cel de al doilea (lent), este conștient, folosește raționamente deductive și necesita mult efort.

Sistemul rapid (sistemul 1)- înăscut, este o consecință- a evoluției și rezultatul adaptării la mediu de-a lungul timpului, pe când sistemul lent (sistem 2) este o componentă specifică omului. De altfel, ceea ce noi percepem ca specific propriei persoane este sistemul lent, care reprezintă sinele conștient și rațional, cel care gestionează credințe, opțiuni și decizii.

Deși trăim cu impresia că sistemul lent este răspunzător de majoritatea deciziilor pe care le luăm, viața noastră este controlată în mare parte de primul sistem (cel rapid). Motivul? În fiecare zi trebuie să luăm foarte multe decizii, ceea ce face imposibilă folosirea celui de-al doilea sistem pentru majoritatea acestora.

Acest lucru se produce deoarece deciziile raționale necesită timp pentru analiză și deducție, eforturi care consumă energie, astfel încât cel de-al doilea sistem este folosit arareori.

În ceea ce privește rolul gândirii în percepția și înțelegerea felului în care sunt lucrurile, William Shakespeare³⁴, prin Hamlet, a spus: "*Nu există nimic bun sau rău, gândirea noastră le face așa*". Shakespeare/Hamlet nu a negat existența binelui și răului, ci mărimea diferențelor care le separă; a subliniat că gândirea noastră poate influența în mod substanțial și denatura modul în care percepem realitatea.

Cele arătate mai sus ne conduc la întrebarea: *Ce putem face ca antreprenori pentru a avea o gândire creativă și a obține idei inovative?*

Nu există un singur răspuns, ci mai multe. Răspunsurile depind de comportamentul, aptitudinile, calitățile și competențele antreprenorului la care se adaugă un aspect important care este legat de voința și motivația lui. Fără a epuiza posibilitățile de răspuns, vom menționa următoarele acțiuni care îi stau la îndemâna antreprenorului:

- să organizeze seminarii de tip brainstorming;
- să asculte activ ce spun alții;
- să observe orice situație în care alții "țin ochii deschiși";
- când gândește, când analizează o problemă, să se gândească imediat la soluții;
- acolo unde alții vad probleme, antreprenorul să recunoască oportunitățile.

³⁴ William Shakespeare - Sursa: <https://www.bratnyquote.com/quotes/quotes/w/williamsha109527.html>

Este nevoie de antrenament pentru a recunoaște oportunități de afaceri. Oportunitățile se lasă greu prinse întrucât o idee nu este neapărat o oportunitate. Aceasta, ideea, trebuie să fie atractivă pentru clienți, să funcționeze în contextul afacerii și să poată fi executată în fereastra de oportunitate existentă.

Antreprenorii obțin idei de afaceri plecând de la exploatarea creativă a schimbărilor din lume. Vom enumera mai jos câteva rădăcini ale oportunităților care pot fi exploatate:

- schimbări de legi, situații sau tendințe;
- invenții de produse sau servicii complet noi;
- domenii în care concurența poate fi învinsă (la preț, calitate, localizare, reputație, încredere, viteză);
- progrese tehnologice și descoperiri științifice (care abundă în prezent, iar tendința este de accelerare a acestora).

În activitatea lor, antreprenorii investesc mult timp, mult efort și bani, atâția cât reușesc să adune. Dar, antreprenorul are și recompensele lui:

- control asupra timpului - poate angaja pe cineva care să lucreze în locul lui;
- împlinire - pasiune pentru afacerea lui;
- crearea de proprietate - este proprietar al companiei pe care a creat-o;
- are control asupra compensației - își plătește un salariu, primește dividende, ia un comision din fiecare tranzacție etc;
- are control asupra condițiilor de lucru - își creează un mediu conform valorilor proprii.

Pentru lansarea unei noi afaceri, antreprenorii caută și găsesc oportunități folosind diferite metode, printre care pot fi menționate următoarele:

- folosirea unei noi tehnologii pentru a produce un nou produs;
- folosirea unei tehnologii existente pentru a produce un nou produs;
- folosirea unei tehnologii existente pentru a produce un produs vechi într-un fel nou;
- găsirea unei noi surse de materii prime pentru a produce mai ieftin sau mai eficient;
- dezvoltarea unei noi piețe pentru un produs existent.

Ideile pentru antreprenor se află acolo unde le găsește el. Altceva chiar dacă merge acolo nu găsește nimic. Ideile sunt ALTCEVA pentru fiecare antreprenor și acest ALTCEVA este marele secret al antreprenorilor care le permite să urce în barca gândirii creative, secret care face diferența între succesul unora și eșecul altora. Ca să facă inovație, antreprenorul trebuie să vrea, să fie motivat.

Nu ai nevoie de aprobare pentru a fi creativ³⁵

Omul se naște liber și se manifestă ca atare cât timp este copil, adică este spontan, dă dovadă de inspirație, plin de curiozitate, fără frica, nerăbdător să descopere lumea, plin de idei noi și originale, plin de creativitate. Odată cu începerea educației formale, creativitatea fiecăruia se diminuează treptat și apar blocaje și obstacole în calea gândirii creative. Acest lucru se produce deoarece educația în școală, de obicei, este axată pe gândirea logică și liniară.

Ca să poată să se exprime și acționa liber, omul trebuie să depășească blocajele și obstacolele pe care le întâlnește sau pe care le creează el însuși. Nici antreprenorul nu este scutit de așa ceva, ba din contră, pe acesta îl așteaptă și bariere suplimentare datorită domeniului în care se plasează și acționează.

Civilizația pe planeta Pământ a evoluat nu datorită acelor care au gândit și acționat în mod tradițional, ci a acelor care au rupt barierele care le stăteau în cale și s-au aventurat în libertatea deplină pe care singuri și-au acordat-o, pe căi nebatătorite, spre țărâmură necunoscute. Rezultatul depășirii barierelor s-a concretizat prin descoperiri extraordinare. La astfel de rezultate poate ajunge și un antreprenor creativ, dacă are curajul să depășească blocajele proprii care îi stau în calea soluțiilor creative. Pe bună dreptate, Mahatma Gandhi³⁶ spunea: *Omul este produsul gândurilor sale, el devine ceea ce gândește.*

Înainte de a vedea care sunt barierele și obstacolele în calea gândirii unui antreprenor, este util să fie analizate etapele nașterii unei idei inovatoare:

1. **Pregătirea** care constă din:

- obținerea unui număr cât mai mare de date și informații cu privire la problema care îl interesează pe antreprenor, chiar din domenii care nu sunt legate direct de problema a cărei rezolvare o căută;
- reformularea subiectului, studierea din toate unghiurile posibile și în toate modurile în care se poate aborda problema;

2. **Efortul** pe care trebuie să-l depună:

- este un efort intelectual considerabil care consumă multă energie;

³⁵ Textul din acest capitol face parte din lucrarea: /6/ "Antreprenoriat inovativ dincolo de limitele cunoașterii", autori: Vichentie Maniov și Paul Bock, Cosmopolitan Art, 2020

³⁶ Mahatma Gandhi (1869-1948) - a fost liderul mișcării independentei indiene împotriva guvernării britanice. Sursa: <https://www.brainyquote.com/quotes/quotes/m/mahatmagandhi125863.html>

- apare un sentiment de frustrare datorită faptului că pur și simplu "nu poți pune degetul pe idee";

3. **Incubația** reprezintă o etapă importantă deoarece:

- problema este lăsată să "dospească" într-un colț al minții, un anumit timp, etapa fiind cunoscută: și sub forma expresiei "noaptea este un sfetnic bun";

4. **Iluminarea** este momentul în care ideea devine instantaneu vizibilă:

- este acea scânteiere când autorul ideii exclamă "*Aha! Asta este, am găsit ideea*", așa cum s-a întâmplat cu Arhimede³⁷

5. **Evaluarea** este etapa în care:

- ideile sunt analizate și cântărite cu atenție;
- se identifica soluțiile posibile;
- este nevoie de multa răbdare.

Pentru un antreprenor ar fi foarte simplu dacă, după parcurgerea celor cinci etape s-ar alege cu o idee valoroasă, pe baza căreia să facă o afacere bună. Dar, nu este chiar așa de simplu, antreprenorul se trezește cu o serie de bariere și blocaje care se transformă în obstacole.

Barierile și blocajele creativității sunt diverse, unele sunt legate de factori externi, altele aparțin chiar antreprenorului.

Factorii externi care pot constitui amenințări pentru antreprenori sunt diverși și complecși. În cele ce urmează vom enumera câțiva factori externi: legislație restrictivă, nestimulativă, care nu încurajează investițiile; recesiunea economică; rata ridicată a dobânzilor la credite; fiscalitatea excesivă (taxe, impozit pe profit, TVA mari sau chiar foarte mari); apariția unui concurent puternic; schimbarea preferințelor consumatorilor; falimentarea unui furnizor important; apariția unor conflicte internaționale, acte de terorism și exemplele ar putea continua. Toți acești factori nu depind de antreprenori, ei îi pot identifica, câteodată îi pot anticipa și caută să ia măsuri pentru diminuarea efectului acestora.

Dar, omul își stabilește și singur bariere - care sunt chiar mai semnificative decât cele generate de factori externi.

Barierile pe care omul și le stabilește singur sunt de diferite feluri:

³⁷ Arhimede (aprox. n. 287 î.Hr. - d. 212 î.Hr.) - a trăit în Siracuză; realizările sale se înscriu în numeroase domenii științifice precum: matematica, fizica, astronomia, ingineria și filosofia.

- **bariere autoimpuse**- pot fi conștiente sau nu și sunt greu de identificat. Acestea se datorează faptului ca oamenii au des atitudini de genul: așa ceva eu nu fac, nu mi se potrivește etc;
- **tiparele sau răspunsul unic** - sunt des întâlnite deoarece omul caută un anumit tipar întâlnit în trecut, chiar dacă n-a dat rezultate și din aceasta cauză nu mai caută alte soluții;
- **conformismul sau răspunsul așteptat** este întâlnit când oamenii respecta tipare stabilite dinainte, cu convingerea că vor obține anumite rezultate așteptate; convingerea se bazează pe faptul că dacă ceva e diferit, atunci e anormal;
- **lipsa de efort în contestarea evidenței** apare în situațiile în care oamenii evita să urmeze acele idei și sugestii care se depărtează de situația universal acceptată. Acest lucru se întâmplă deoarece contestarea evidenței solicită un efort substanțial pentru documentare, găsirea de argumente, motivarea și susținerea ideilor noi care contestă un anumit lucru care pare evident la prima vedere;
- **evaluarea prea rapidă** se produce destul de des, situație în care mulți oameni sunt tentați să spună și spun chiar: asta-i o prostie, așa ceva nu funcționează, am încercat și noi anul trecut și n-a mers, de unde ti-a venit ideea aceasta trăsniță.

Răspunsul unui antreprenor la astfel de situații este de genul: "Stai puțin, cred că ar ieși totuși ceva bun de aici", fapt care înseamnă să dai o șansa ideii;

- **teama de ridicol** constituie o barieră masivă și rezultă din teama de a contesta opiniile susținute de alții, mai ales ale unor personalități notabile din domeniul respectiv;
- **inerția** se manifestă când se spune că "Așa am făcut de douăzeci de ani, și a mers. De ce să schimbăm acum?".

Antreprenorii creativi nu se tem de obstacole sau de eșec, ei sunt capabili să depășească bariere, obstacole și dificultăți. Ei văd procesul creator ca pe o călătorie, nu ca pe o destinație.

Winston Churchill³⁸ spunea:

"Pesimistul vede dificultăți în orice oportunitate. Optimistul găsește oportunități în orice dificultate."

³⁸ Winston Churchill - a fost un om politic britanic, prim-ministru al Regatului Unit în Al Doilea Război Mondial. Sursa: <https://www.brainyquote.com/quotes/quotes/w/winstonchurchill03739.htm1>



Antreprenorul nu așteaptă să-i vină ideile și creativitatea din neant. El face tot ce este necesar pentru a urca în barca gândirii creative: își exprima liber ideile, învinge barierele și obstacolele pe care le întâlnește și nu cere de la nimeni aprobare pentru a fi creativ”.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562



8. Cercetare privind stadiul antreprenoriatului în România

Ce rezultate așteptăm de la această cercetare?

Analiza este bazată pe o serie de date cantitative și calitative colectate în perioada iulie – septembrie 2020. Instrumentul folosit a fost chestionarul aplicat online subiecților.

Scopul chestionarului a fost acela de a identifica stadiul antreprenoriatului privind posibilitățile și intențiile de finanțare ale unei afaceri, problemele cu care se confruntă în piață, problemele cu resursele umane, rolul educației pentru antreprenori, atitudinea privind sustenabilitatea afacerii și responsabilitatea socială, cum s-au descurcat afacerile în pandemie.

Eșantionul analizat a fost format din:

- 2499 firme înființate în 2019
- 596 firme cu peste 500 de angajați
- 100 firme cu mai mul de 10 angajați

Au răspuns 100 de firme, respectiv 3,13%, încadrându-ne în marja normală de răspunsuri primite la chestionarele online.

Chestionarul este format dintr-o serie de 10 întrebări, structurate pe următoarele domenii de interes:

1. Localizarea firmei și anul de înființare
2. Domeniul de activitate (CAEN)
3. Situația resursei umane (vârsta antreprenor, număr de angajați, ponderea femeilor)
4. Situația vânzărilor în anul 2019
5. Existența unui plan de afaceri sau strategie de dezvoltare a companiei
6. Implicarea managerului în rezolvarea problemelor
7. Inovarea
8. Sursele de finanțare din anul 2019
9. Situația investițiilor

10. Relația cu instituțiile publice
11. Obstacolele în activitatea curentă a firmei
12. Atitudinea antreprenorului față de educația antreprenorială și față de formarea profesională a angajaților
13. Impactul pe care l-a avut pandemia de COVID 19 asupra afacerii
14. Sustenabilitatea și responsabilitatea socială

Analiza datelor obținute prin aplicarea chestionarului

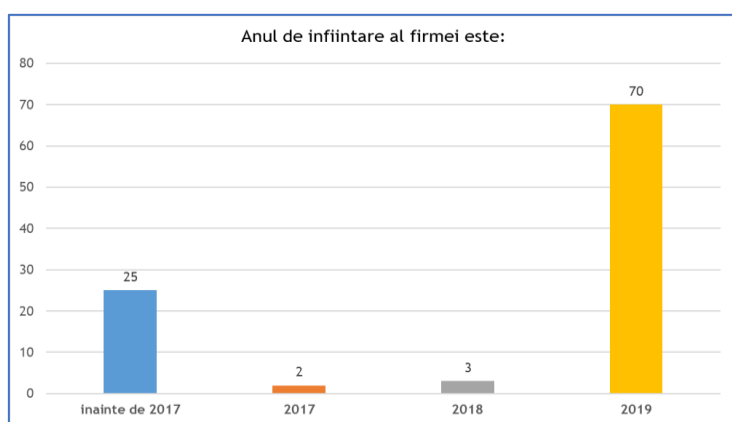


Figura 8.1 Situația firmelor după anul de înființare

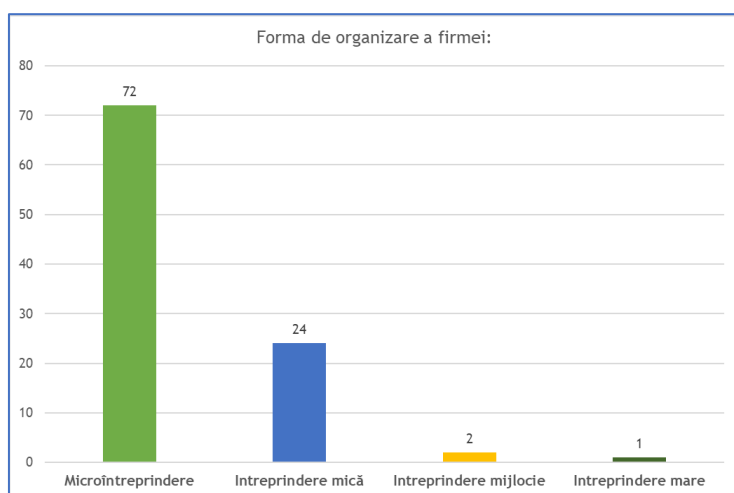


Figura 8.2 Situația firmelor după forma de organizare

Din cele 100 de firme care au răspuns la chestionar, 70 de firme sunt StartUP-uri din 2019, restul fiind înființate înainte de 2017 (figura 8.1). Deoarece numărul cel mai mare de chestionare a fost trimis către StartUps, rezultatul era așteptat. Este de remarcabil însă interesul acestora pentru antreprenariat.

Ca formă de organizare, respondenții sunt majoritari microîntreprinderi - 72 % (figura 8.2).

Respondenții sunt localizați în 27 din județele țării, inclusiv București. Cei mai mulți provin din București, Timiș, Suceava, Hunedoara, Iași.

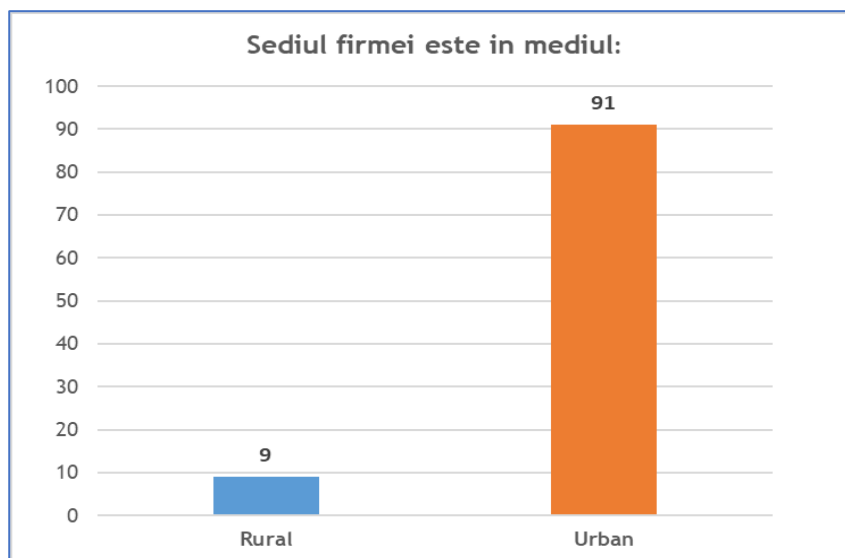


Figura 8.3 Situația firmelor după localizare (urban/rural)

În proporție de 91%, sediul firmei este localizat în mediul urban (figura 8.3).

Chestionarul s-a adresat preponderent firmelor din programele finanțate începând cu anul 2019. Trebuie reținut că o condiție a schemelor de minimis Diaspora StartUp și România StartUp a fost localizarea firmelor în urban, ceea ce justifică proporția la acest răspuns.

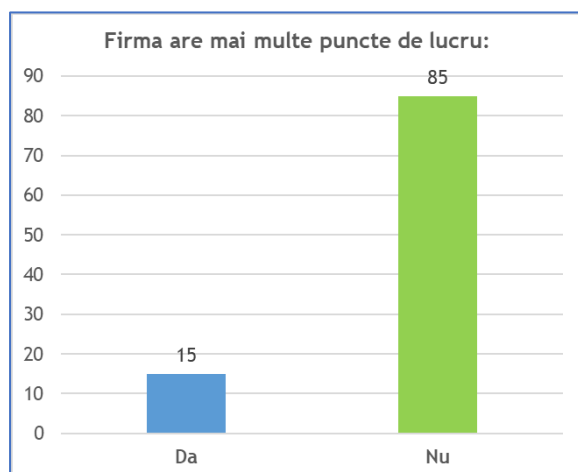


Figura 8.4 Situația firmelor după nr. punctelor de lucru

Majoritar, StartUp-urile fiind la începutul dezvoltării, au un singur punct de lucru. Este un comportament normal, având în vedere cheltuielile cu chiria spațiilor, un portofoliu de clienți aflat la început de drum și un volum de vânzări mic. Respondenții confirmă aceasta, 85 de firme au un singur punct de lucru și doar 15 firme au mai multe puncte de lucru (figura 8.4).

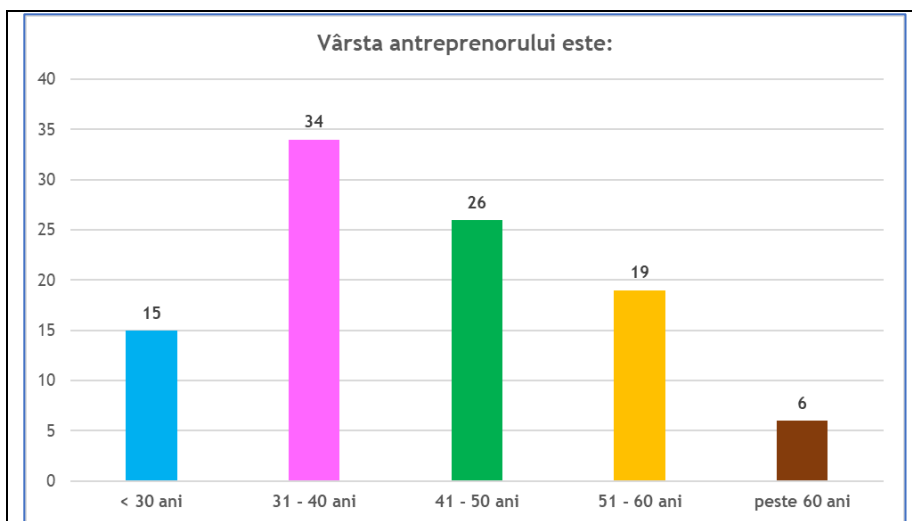


Figura 8.5 Situația antreprenorilor respondenți, grupați pe criteriul vârstei

Pentru a ne da seama care este distribuția antreprenorilor în funcție de vârstă și gen, am solicitat explicit date privind vârsta și genul antreprenorului. Constatăm că preponderenți sunt antreprenorii cu vârsta între 31 și 50 de ani (60%). Datele se pot vizualiza în fig. 8.5

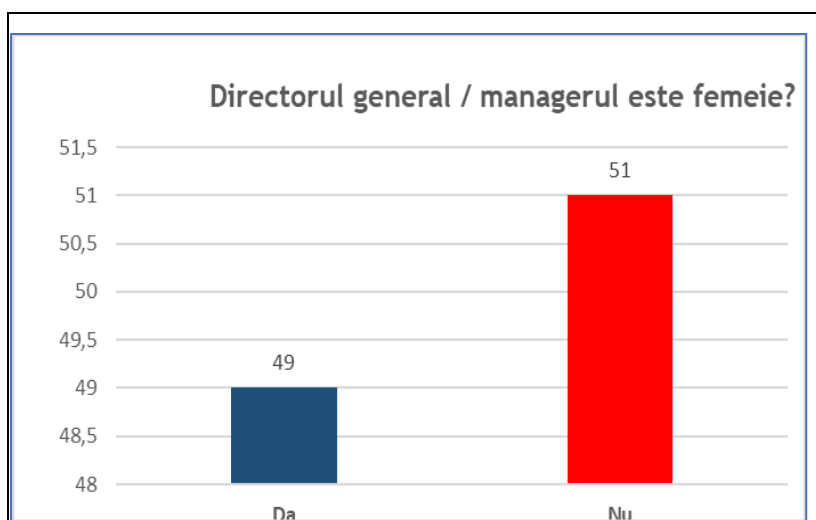


Figura 8.6 Situația privind ocuparea de posturi de conducere de femei

Din răspunsurile primite, rezultă că a crescut numărul persoanelor care ocupă posturi de conducere și sunt femei, deoarece din totalul de respondenți 49% din firme au directorul general/managerul femeie

Firmele respondente sunt localizate în 29 din județele țării,

asigurând o acoperire a tuturor regiunilor de dezvoltare. După București – Ilfov, au răspuns semnificativ firme din județele Timiș, Suceava, Hunedoara și Iași (figura 8.7). Situația prezentată ne permite să concluzionăm că eșantionul a fost corect selecționat având o răspândire mare.

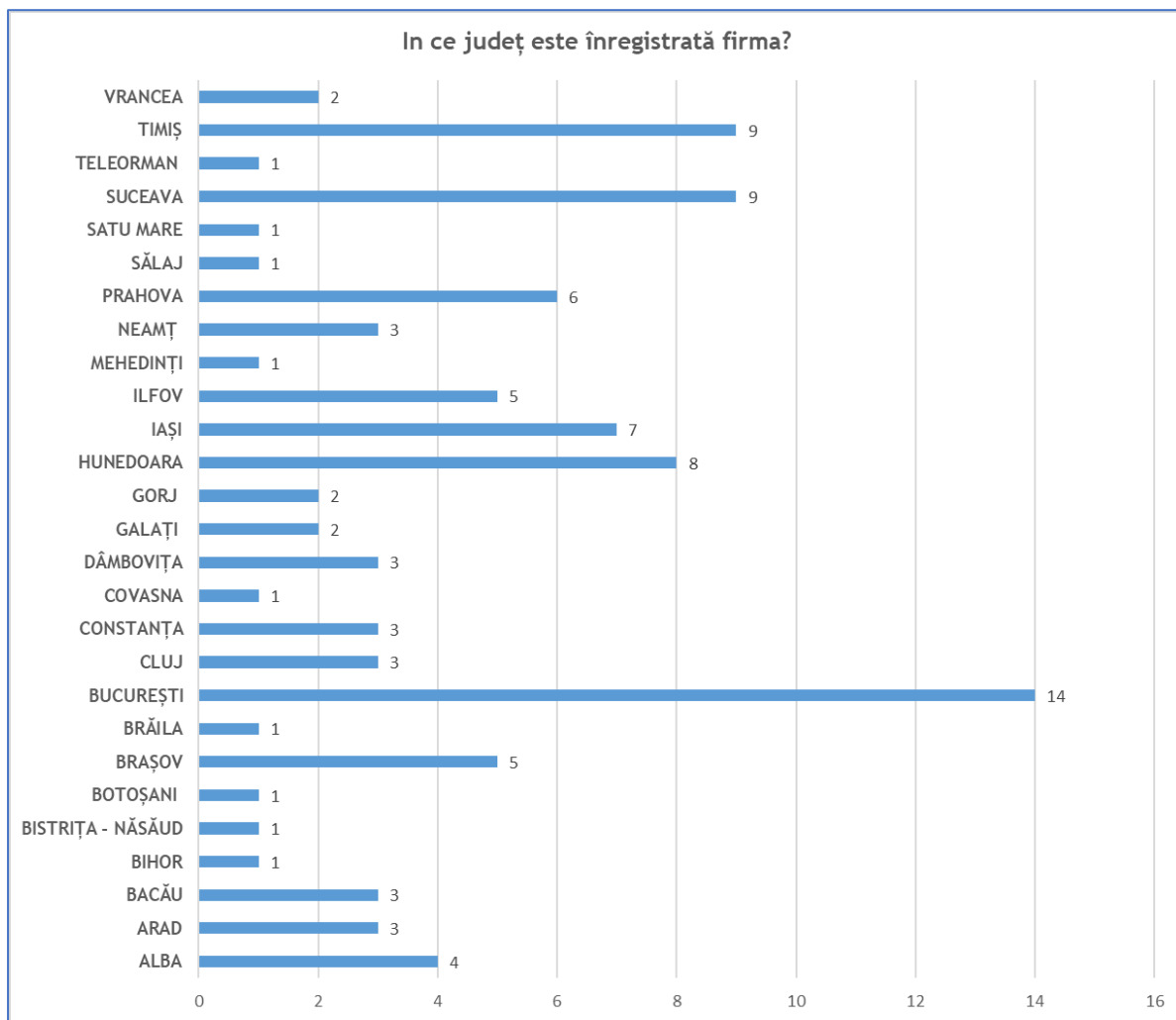
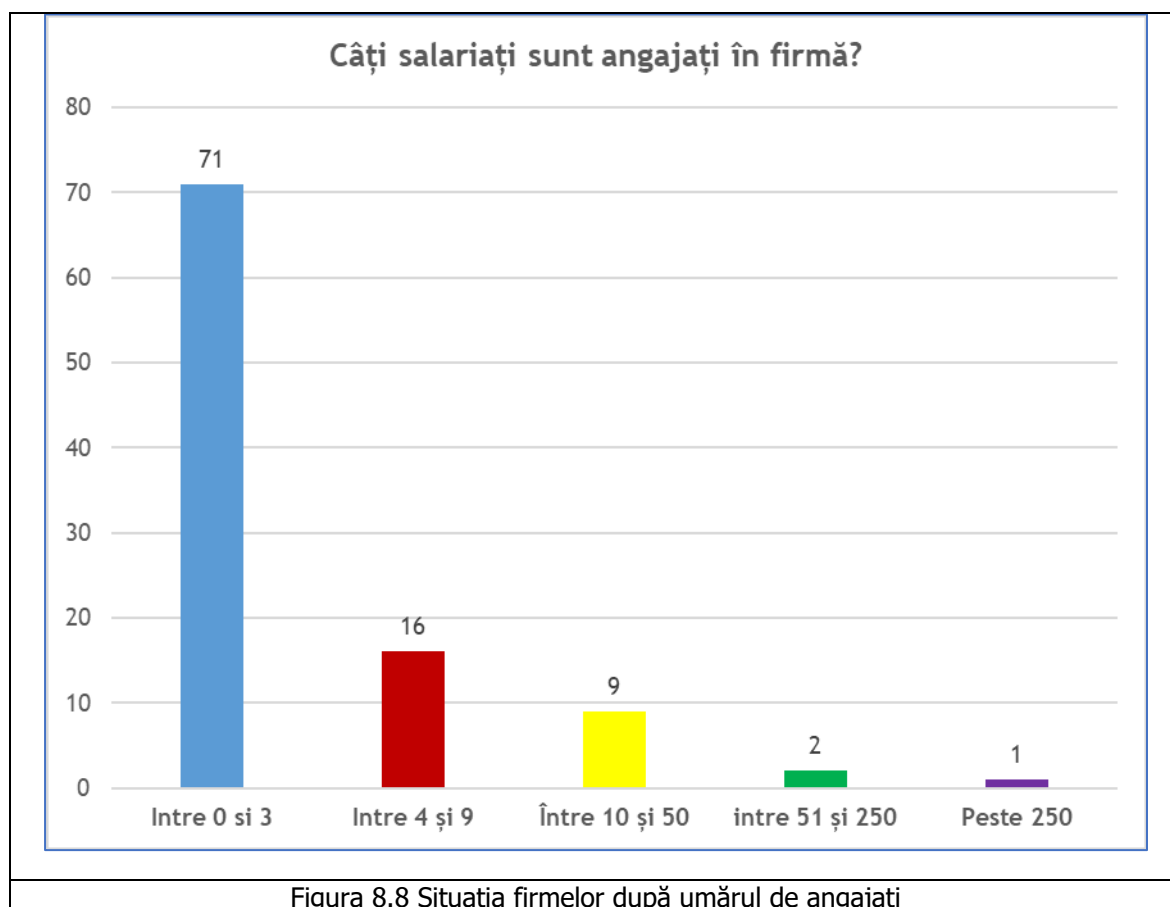


Figura 8.7 Situația localizării răspunsurilor primite în funcție de județ

Chestionarul confirmă tendința antreprenoriatului din România, respectiv existența de firme cu un număr mic de angajați în general cu până la 3 angajați, în cazul eșantionului procentul fiind de 71%. 16% din firme au între 4 și 9 angajați, 2% au între 51 și 250 de angajați și doar 1% peste 250 de angajați (figura 8.8).



Am fost interesați să aflăm care este ponderea angajaților femei, deoarece un obiectiv urmărit de proiectele europene este creșterea numărului de angajați femei.

O concluzie a datelor obținute este că ponderea femeilor a crescut în numărul de angajați al firmelor. 83% din firme au angajați femei și 40% au un procent mare de angajați femei (peste 50%), așa cum se observă în figura 8.9.

Firmele care au participat la studiu sunt axate pe furnizarea de servicii (65%), producție (17%), urmate de comerț cu amănuntul și engros, HoReCA și transporturi (figura 8.9).

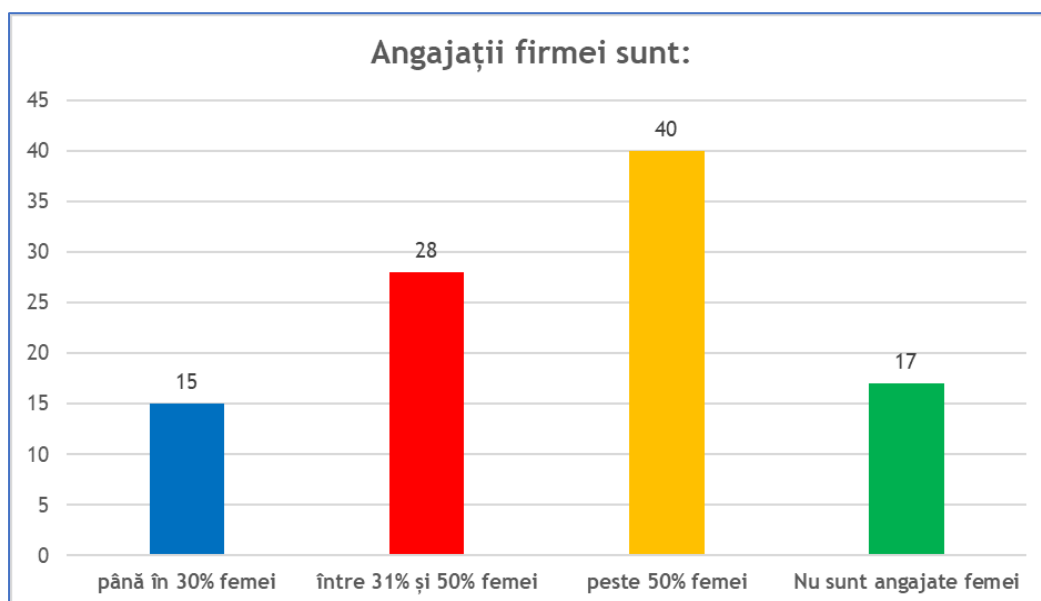


Figura 8.9 Situația firmelor după nr. de femei angajate

Firmele care au participat la studiu sunt axate pe furnizarea de servicii (65%), producție (17%), urmate de comerț cu amănuntul și engros, HoReCA și transporturi (Figurile 8.10 a și 8.10 b).

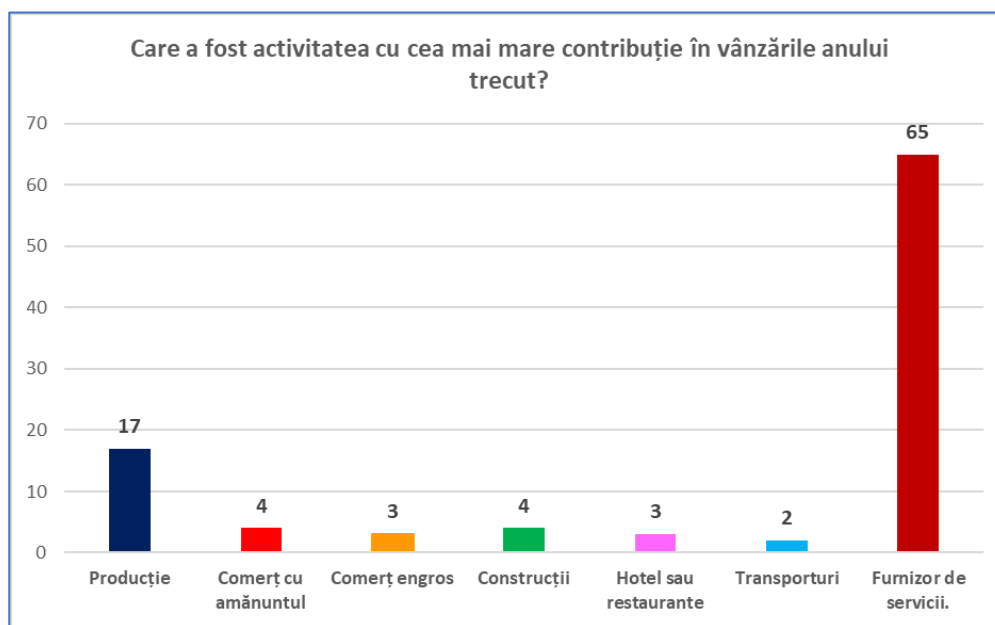


Figura 8.10 a Situația firmelor după domeniul de activitate

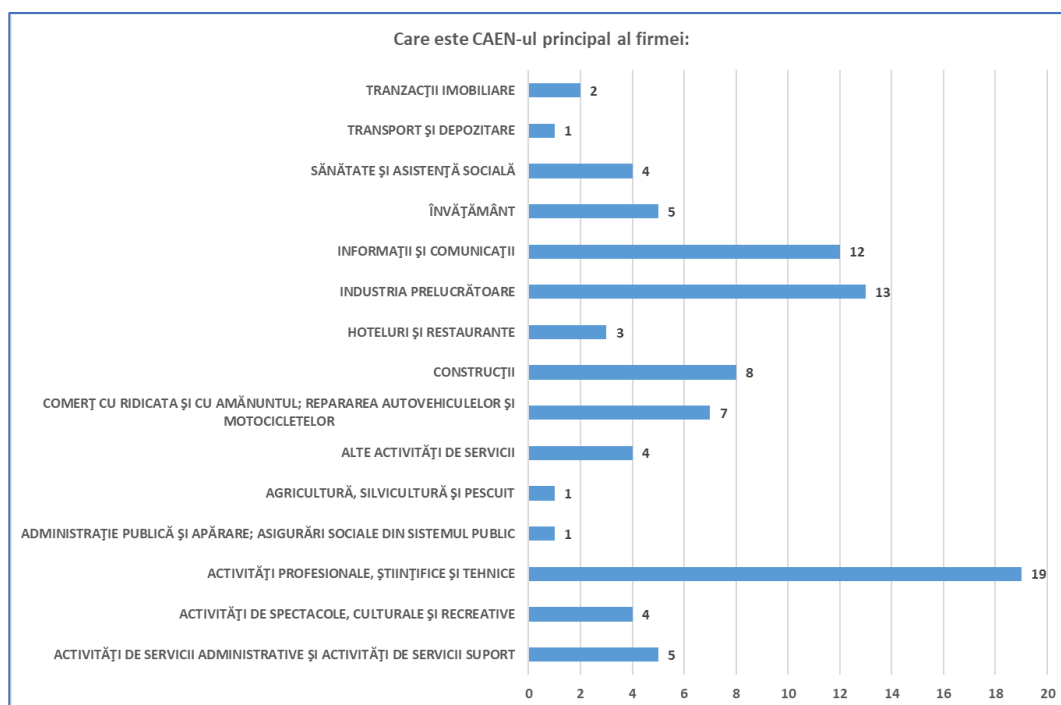


Figura 8.10 b Situația firmelor după domeniul de activitate

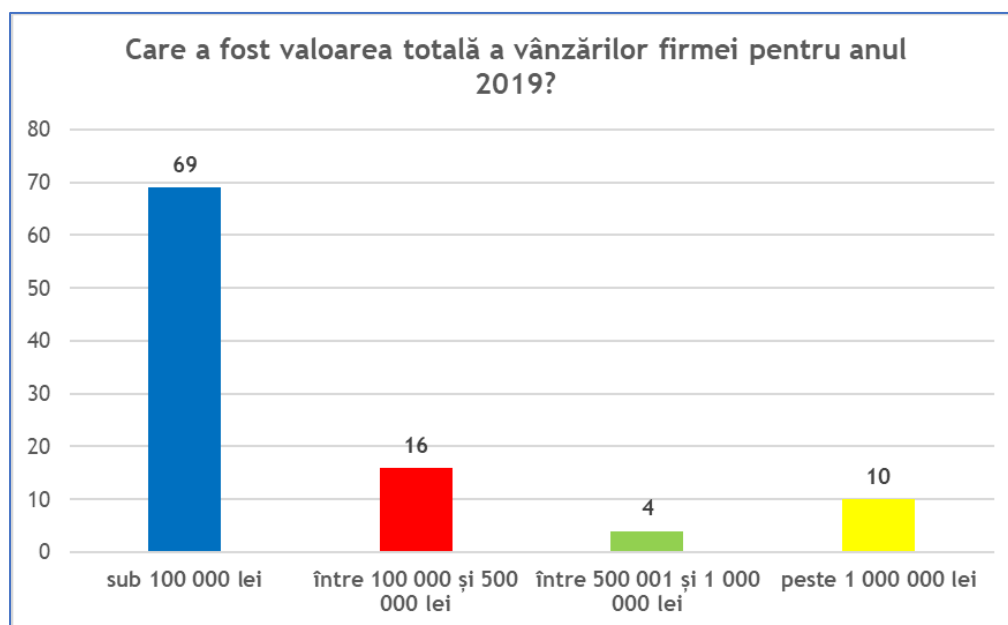


Figura 8.11 Situația firmelor după volumul de vânzări

În ceea ce privește volumul de vânzări, 69% au realizat în 2019 venituri sub 100000 lei, 16% au realizat venituri între 100000 și 500000 lei, 4% au avut venituri între 500000 și

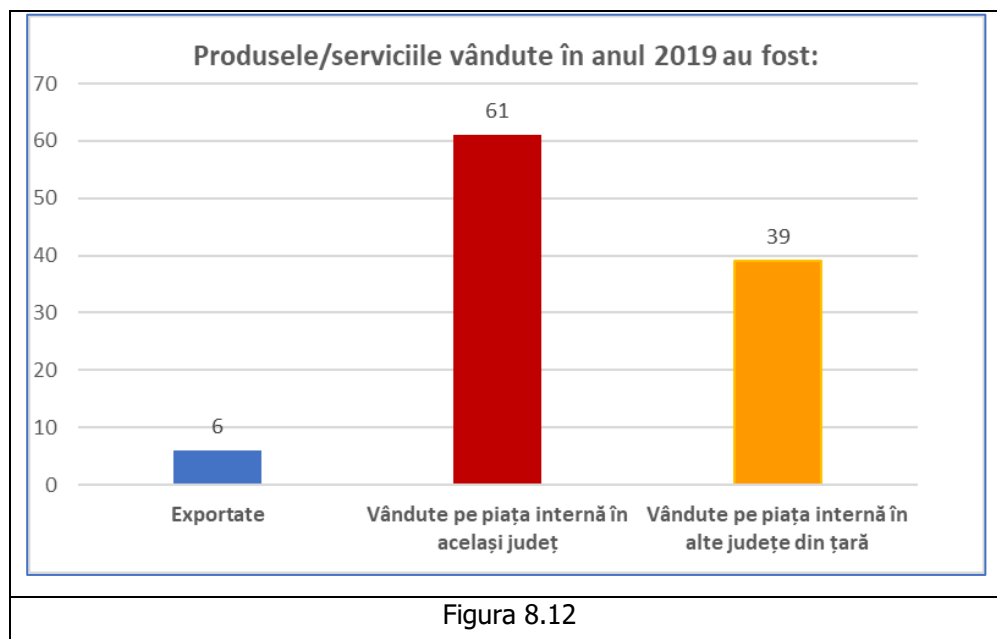
1000000 lei și 10 firme au obținut venituri peste 1000000 lei (figura 8.11). Aceasta se datorează

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

faptului că 7-% din firme au fost în primul an de funcționare, erau necunoscuți în piață și deciziile se luau mai greu de către antreprenori.



Am fost interesați de dimensiunea pieței pentru firmele respondente, respectiv dacă s-au făcut doar vânzări locale, la nivel de județ, la nivelul întregii țări sau chiar au făcut export.

Răspunsurile se găsesc în figura 8.12 iar procentul de 61% firme care au vândut doar pe piața locală este explicabil prin aceea că firmele noi nu s-au făcut încă cunoscute la nivelul întregii țări.

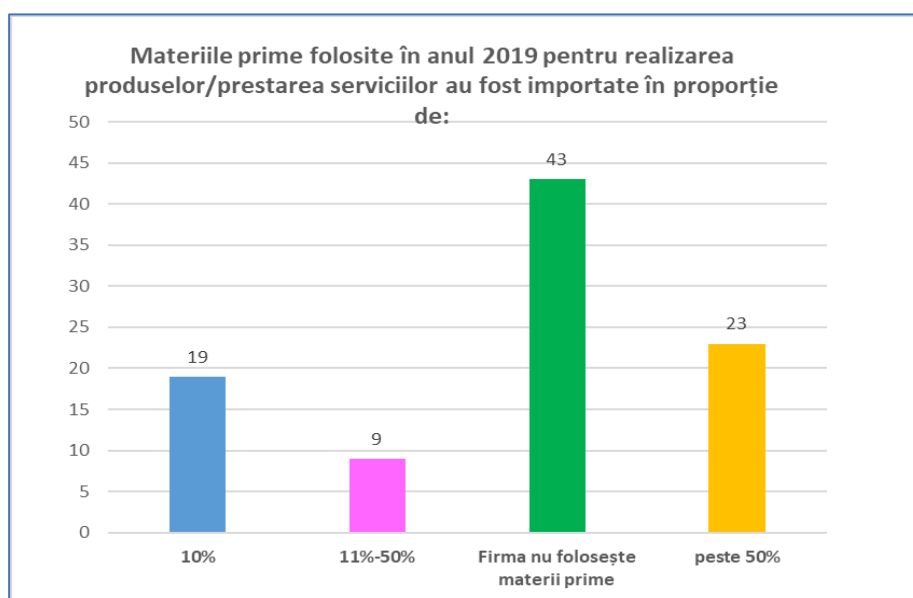


Figura 8.13 Situație firmelor care importă materii prime

din import.(figura 8.13)

Deoarece pentru balanța comercială este important volumul de importuri și exporturi, răspunsul primit arată că firmele productive folosesc peste 50% din necesarul de materii prime

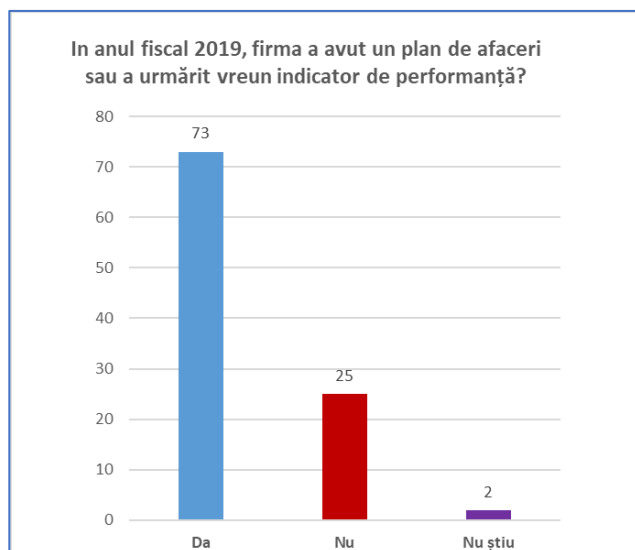


Figura 8.14 Situația firmelor care au avut un plan de afaceri în 2019

Cât de planificată este activitatea antreprenorilor?

Din răspunsuri rezultă că 73% au avut un plan de afaceri sau au urmărit un indicator de performanță. Acest fapt credem că se datorează faptului că majoritatea StartUp-urilor au obținut finanțări europene sau ajutoare de stat, una din condiții fiind realizarea unui plan de afaceri. Fără acest context, firmele mici nu își fac un plan de afaceri (figura 8.14).

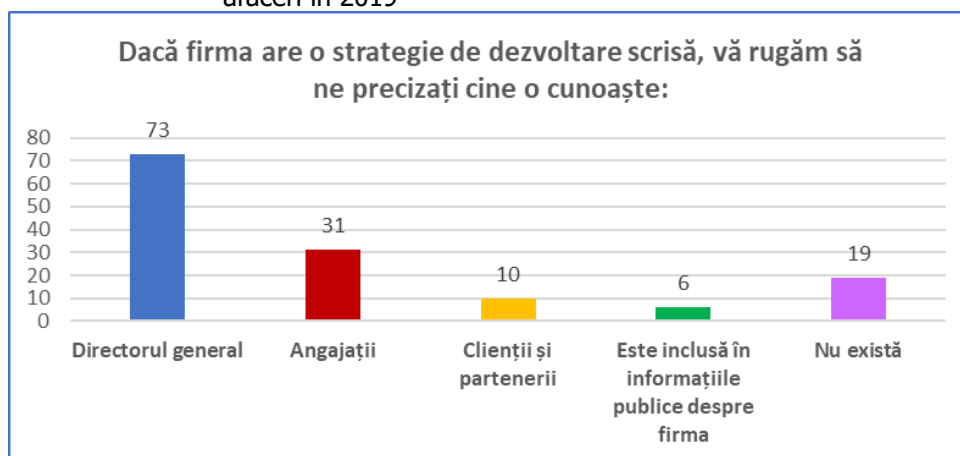
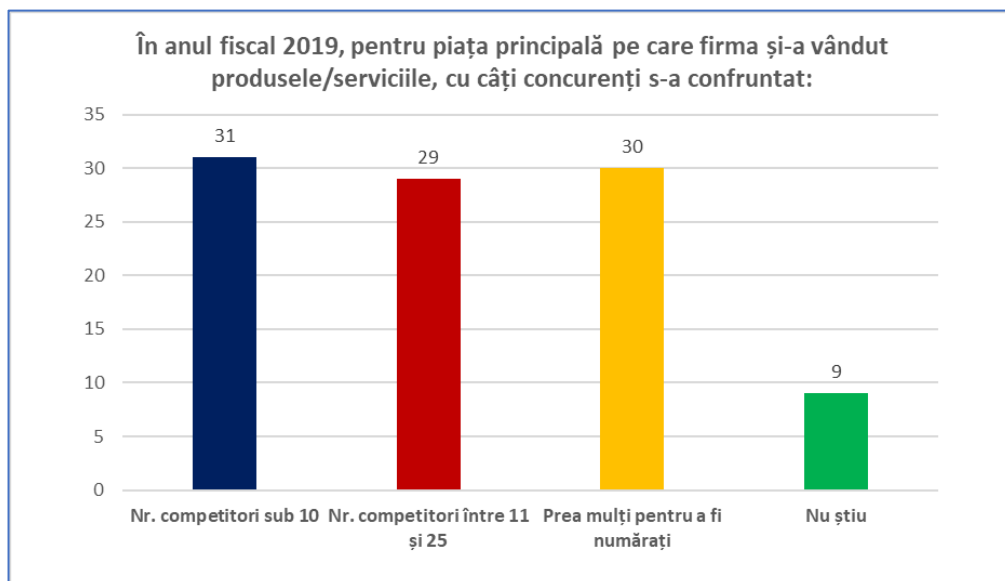


Figura 8.15 Comunicarea strategiei

Comunicarea strategiei unei firme este un proces care fie nu există (19% din firme) fie este foarte redusă.

Strategia de exemplu este cunoscută de angajați în doar 31% din firme și doar 10% o fac cunoscută clienților și partenerilor. Un procent de 6% din companii își fac publică strategia pentru oricine este interesat.

Atitudinea managerului față de problemele apărute în companie poate să difere de la a nu face nimic (2%), la rezolvare pompieristică și fără a lua alte măsuri (7%) sau rezolvarea problemei și eliminarea cauzelor care au generat-o (90%), ultima fiind o atitudine normală pentru un antreprenor.



Fiecare
antreprenor
se uită
continuu la
ce face și
cum

Figura 8.16 Cunoașterea pieței și a concurenței reacționează competiția. O parte dintre respondenții noștri nu au cunoscut nimic despre competiție (9%), ceilalți 91 au dat informații privind competiția (Figura 8.16).

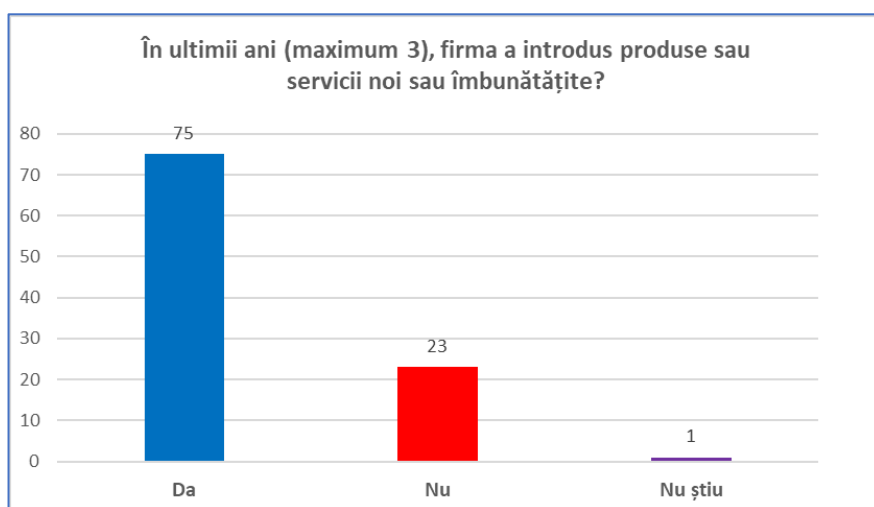


Figura 8.17 Situația firmelor care au introdus produse noi în 2019

În anul 2019, StartUp-urile au introdus produse noi deoarece toate produsele acestor firme au fost noi. Răspunsul primit la întrebarea dacă au fost introduse produse noi în 2019 îl regăsiți în Figura 8.17.

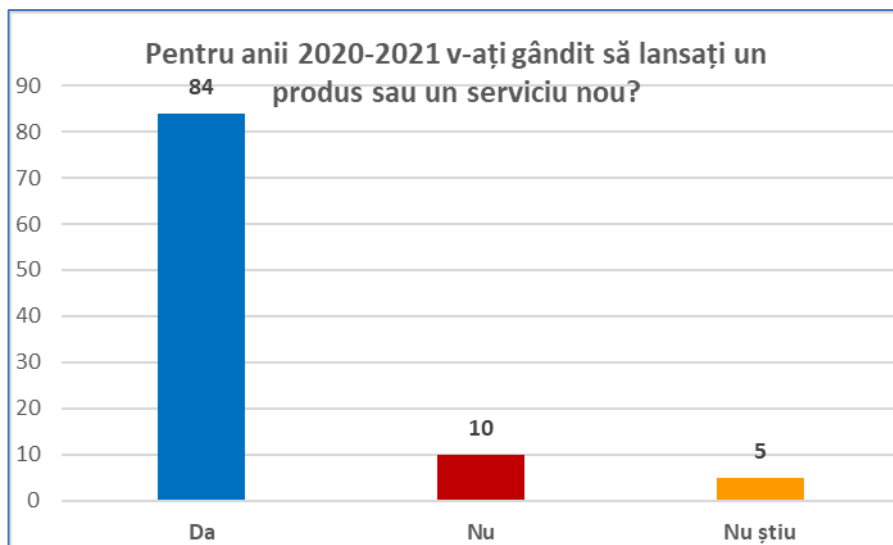


Figura 8.18

Estimarea introducerii de produse noi în perioada 2021-2022 este foarte optimistă, un procent de 84% doresc să facă această înnoire în oferta lor de produse. (figura 8.18)

Următoarea întrebare a dorit să evidențieze sursele de finanțare pentru firmele

respondente.

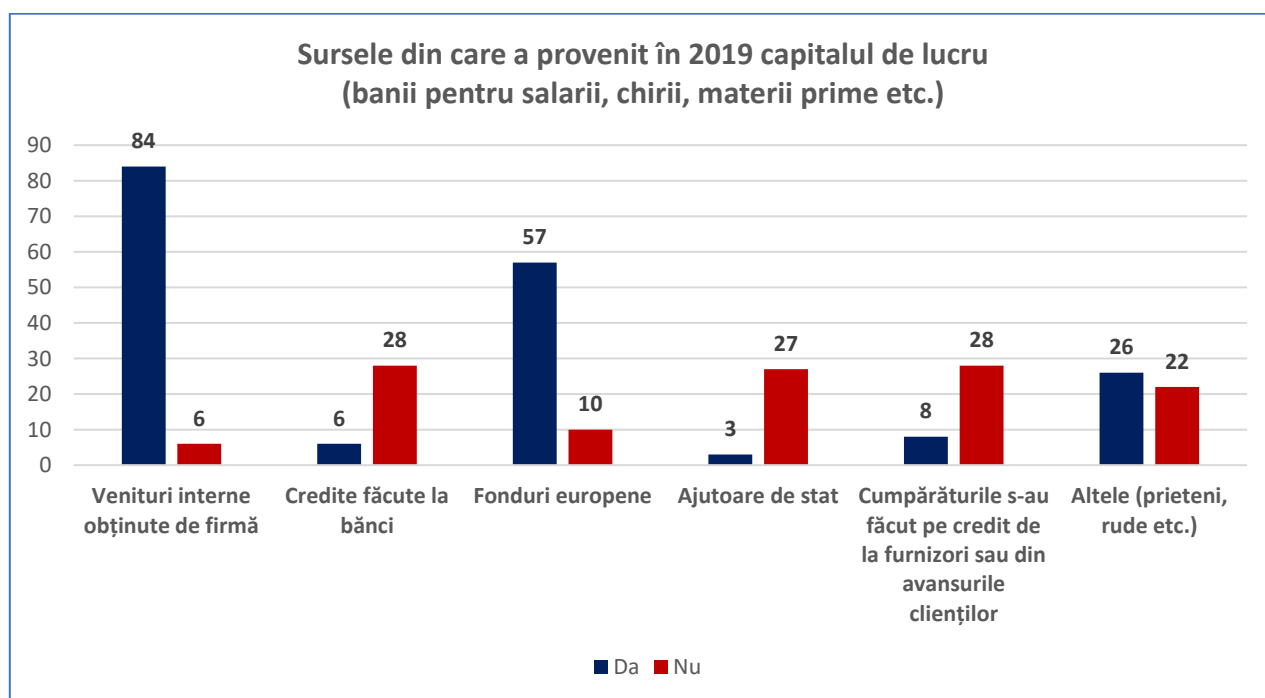


Figura 8.19 Situația privind sursele de finanțare pentru firmele respondente. Astfel, capitalul de lucru a fost susținut majoritar din venituri interne obținute de firmă (84%), combinat cu ajutoare de stat/fonduri europene (74%) dar și credite făcute la bănci sau furnizori (figura 8.19).

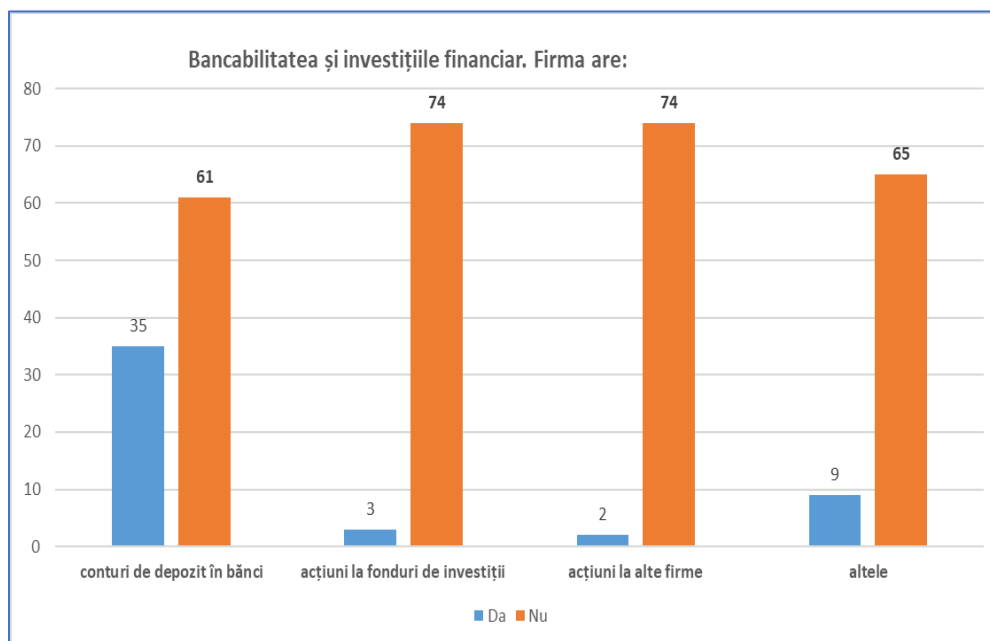


Figura 8.20

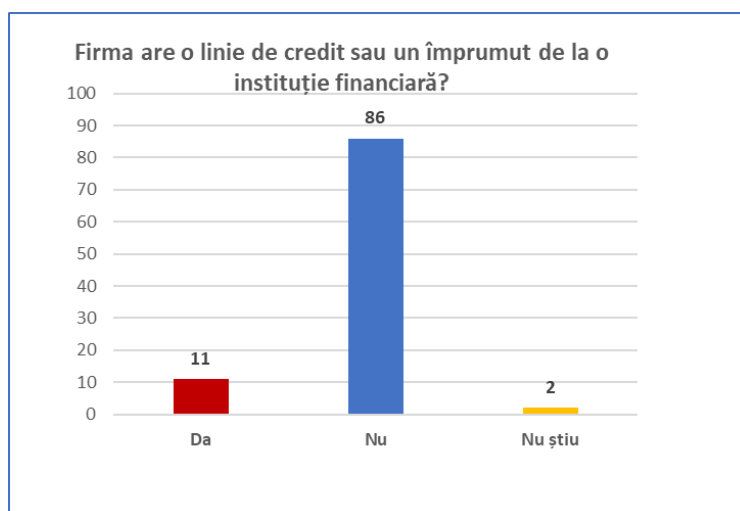


Figura 7.21 Situația utilizării de credite de către firmele respondente

Bancabilitatea și investițiile financiare făcute de firme sunt informații care reies din Figurile 8.20 și 8.21. Constatăm o relație modestă cu băncile în ceea ce privește instrumentele de economisire.

Fondurile europene reprezintă un motor în dezvoltarea țării. Procentul firmelor decise ca în anul 2020 sau 2021 să aplice pentru a obține fonduri europene este de 51% (Figura 8.22).

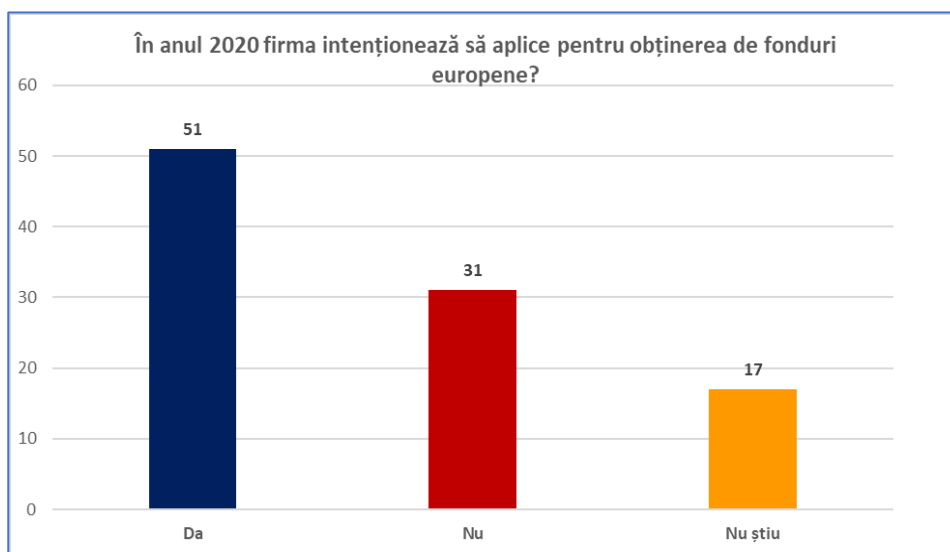


Figura 8.22 Intenția de a aplica pentru obținere de fonduri europene

În relația cu autoritățile statului, 17% din firme au avut controale de la ITM sau ANAF, 82% nu și 1% declară că nu știe. Din aceste date, rezultă că instituțiile statului nu au intervenit cu controale sâcâitoare în activitate pentru majoritatea firmelor.

Analizând elementele care influențează mediul de afaceri, primele trei obstacole cu care se confruntă firmele respondente sunt: lipsa forței de muncă calificate (56%), accesul la fonduri nerambursabile (54%) urmat de valoarea taxelor. Obstacolul ce-l mai mic îl reprezintă pentru respondenți regulile vamale (1%), ceea ce era de așteptat având în vedere că au făcut puțin export, cei mai mulți dintre ei au vândut doar pe piața locală.

Detalii privind răspunsurile la această întrebare se regăsesc în Figura 8.23.

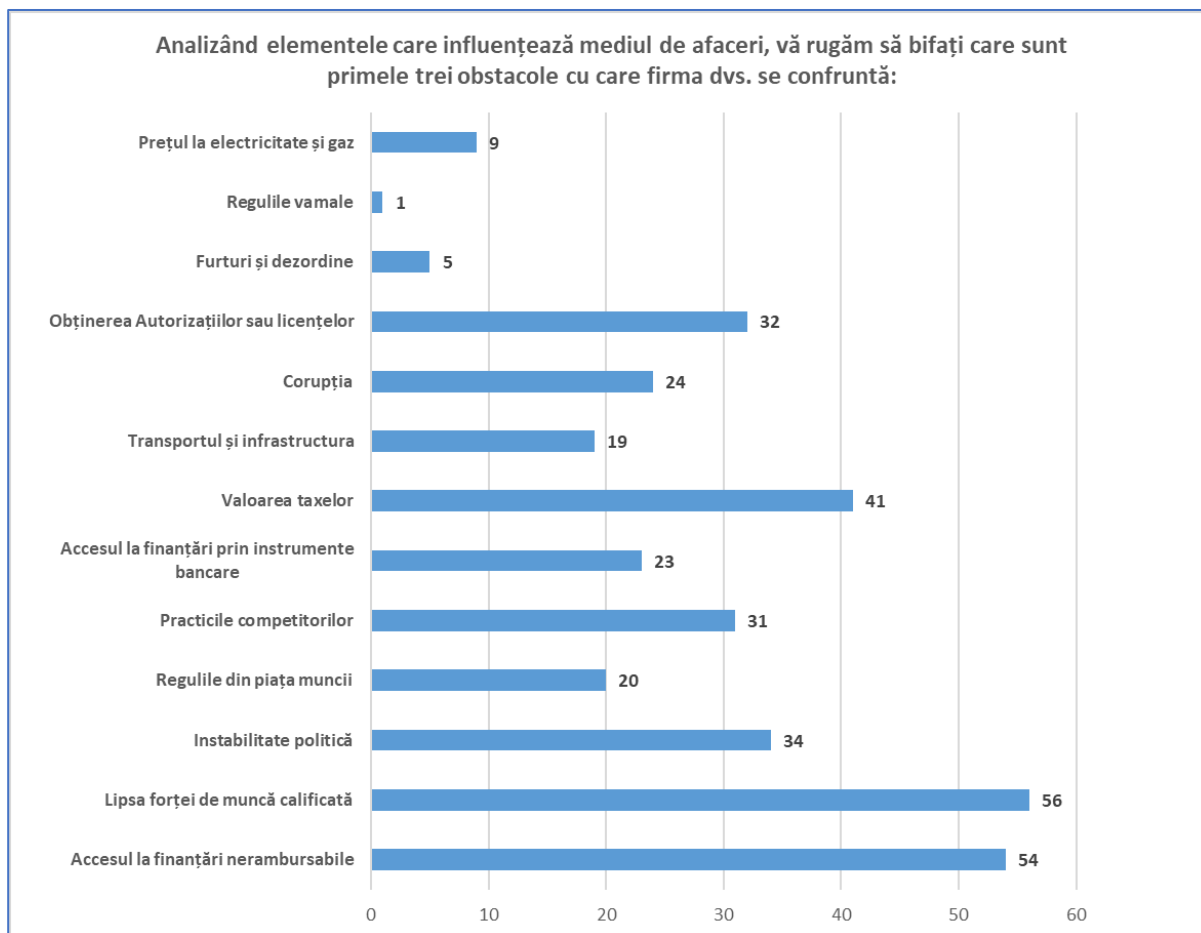


Figura 8.23

56% din firme au întâmpinat foarte multe probleme cu personalul angajat – probleme disciplinare,

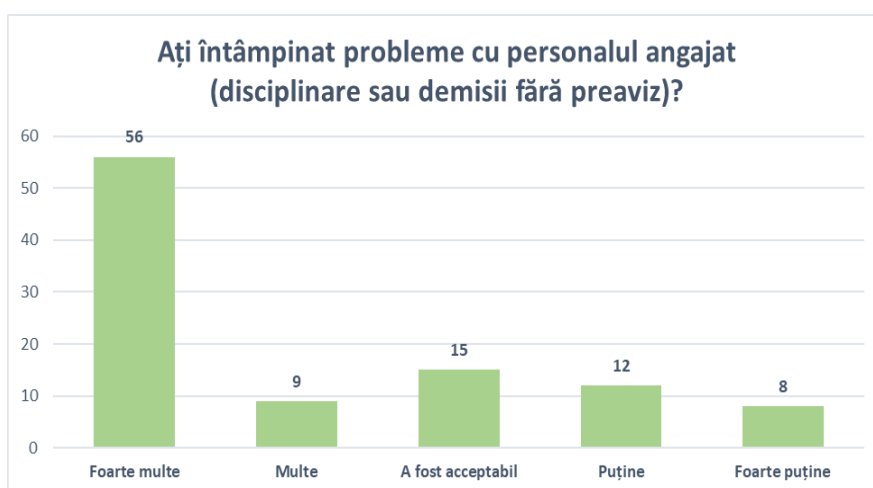


Figura 8.24 Probleme cu personalul angajat

demisii fără preaviz. Doar 8% din firme au înregistrat foarte puține astfel de probleme. (Figura 8.24)

51% dintre firme au făcut angajările greu sau foarte greu.

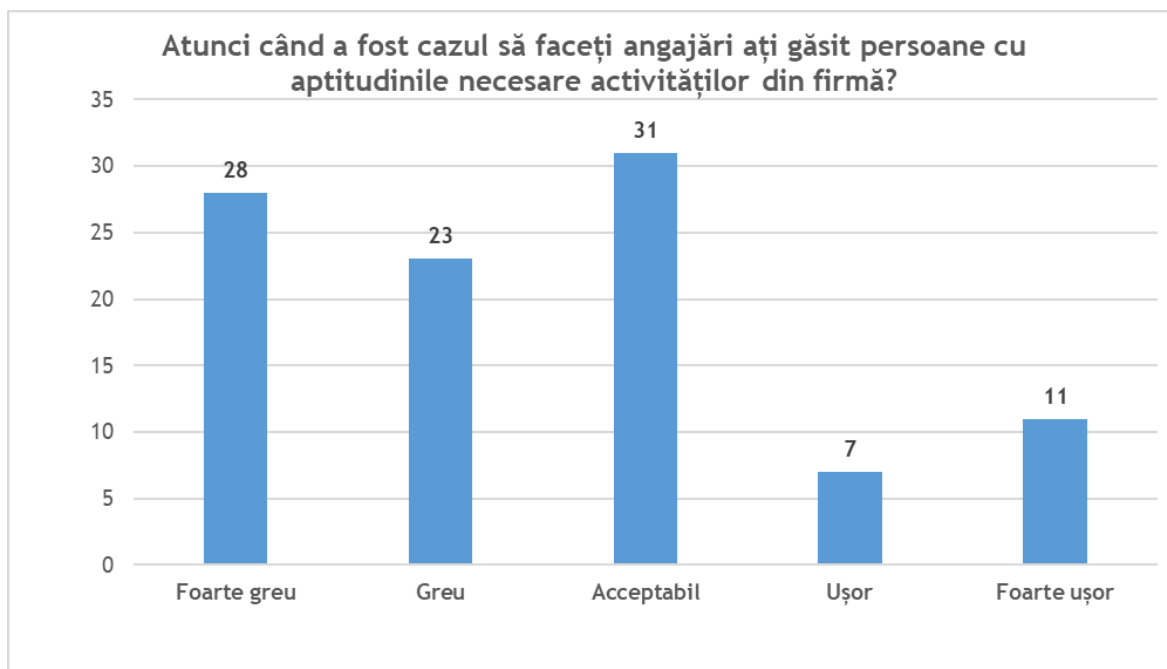


Figura 8.25 Procesul de recrutare

Formarea profesională nu este asigurată salariaților de 59% din participanți (Figura 8.26).

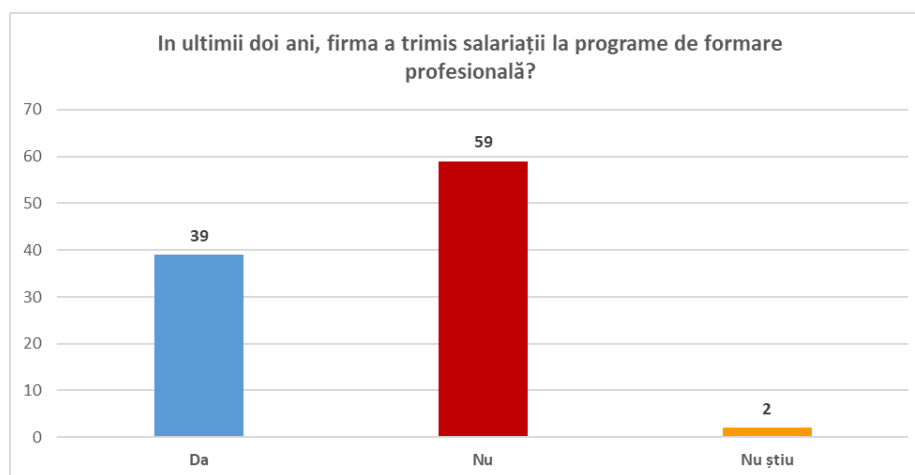


Figura 8.26 Situația formării profesionale din cadrul firmei

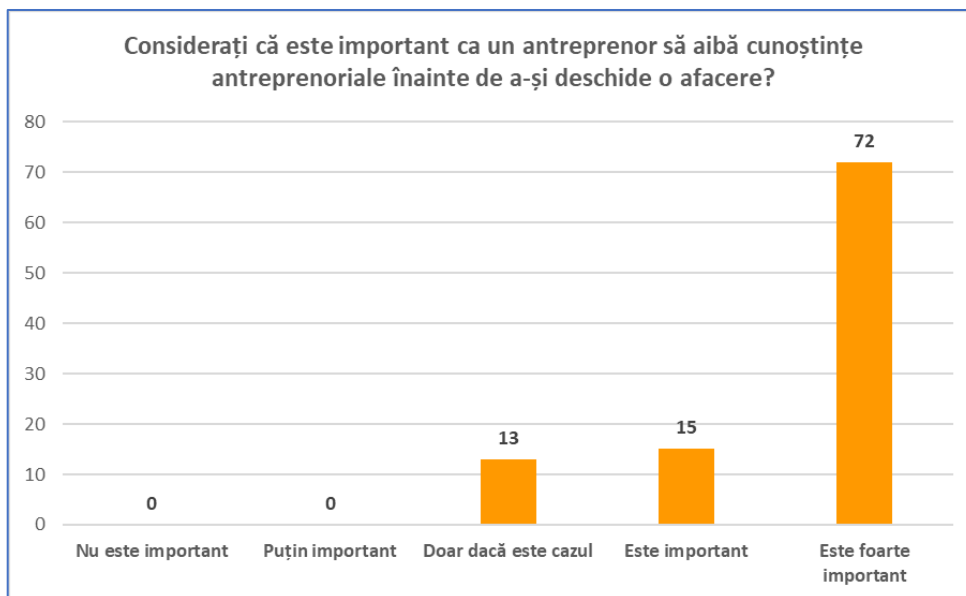


Figura 8.27 Importanța cunoștințelor antreprenoriale la deschiderea unei firme
87% recunosc că experiența antreprenorului în domeniul în care și-a deschis firma este foarte importantă. Poveștile de succes din proiectul *Acasă e cel mai bine – StartUp antreprenorial pentru Diaspora*, cu antreprenori cu o expertiză foarte bogată în domeniul în care funcționează afacerea lor (Figura 8.28).

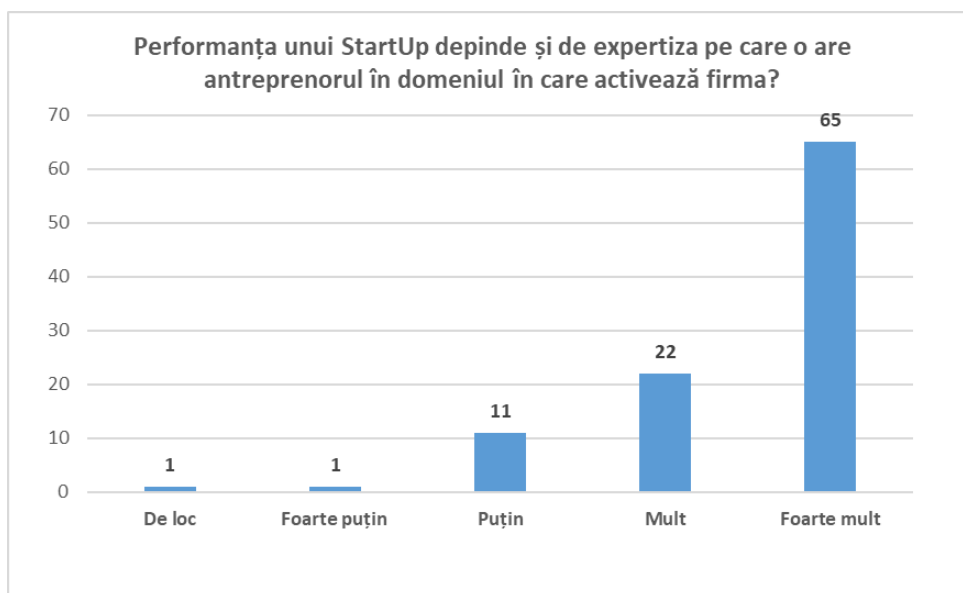


Figura 8.28 Importanța expertizei antreprenorului
Mentoratul antreprenorial este apreciat de 94% din respondenți, același lucru fiind declarat la toate interviurile și de către beneficiarii ajutorului de minimis Diaspora StartUp.

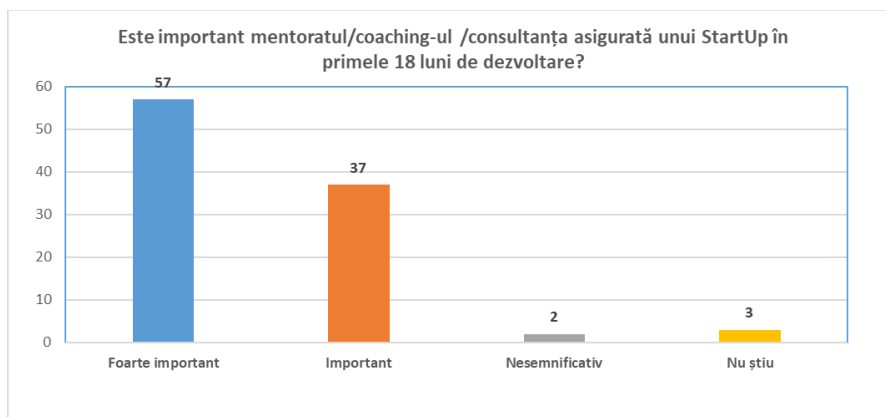


Figura 8.29 Importanța mentoratului și coaching-ului antreprenorial

Pregătirea antreprenorilor este importantă și după deschiderea firmei, este ceea ce susțin 91% dintre respondenți (important și foarte important).

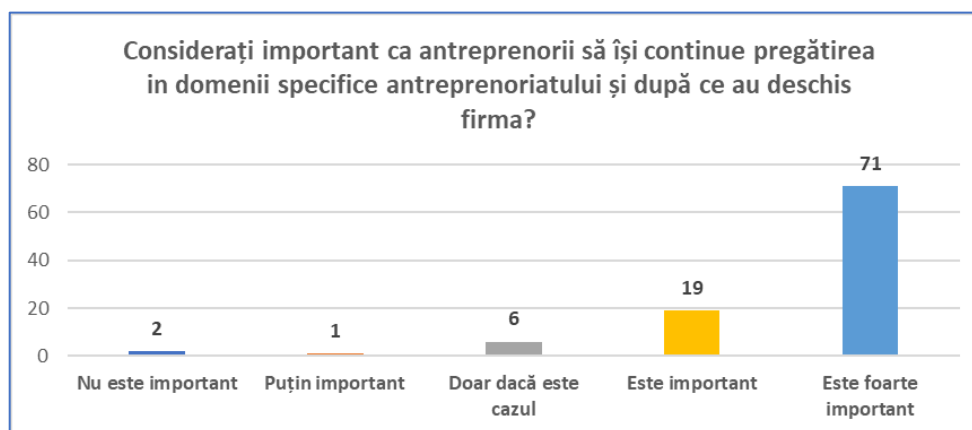


Figura 8.30 Importanța formării profesionale continue pentru antreprenori

Situația în timpul pandemiei de COVI 19

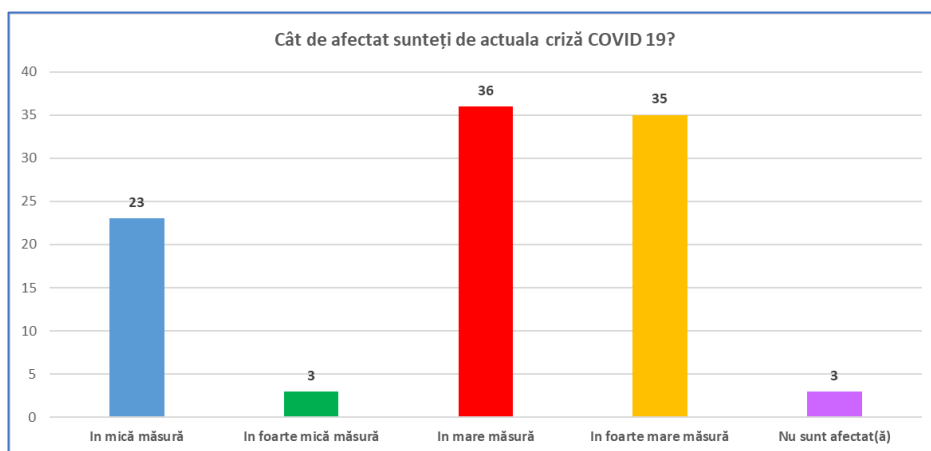


Figura 7.31 Situația firmelor afectate de pandemie

Pandemia a afectat toate afacerile dar a lovit cu putere în StartUp-uri. În mare măsură și în foarte mare măsură, se declară afectate 71% din firme.

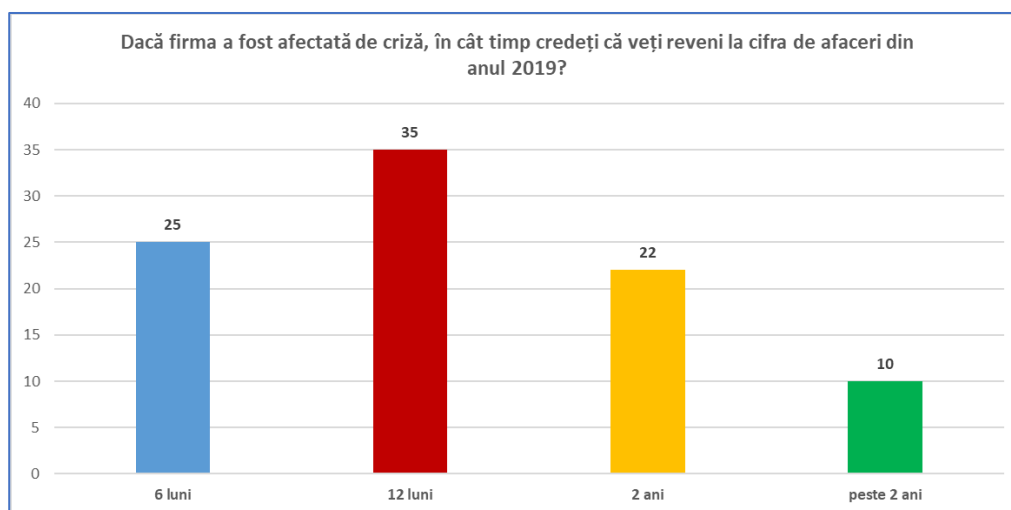


Figura 8.32

35% din firme speră ca perioada de revenire la veniturile obținute la finalul anului 2019 să fie 12 luni, 22% consideră că sunt necesari 2 ani iar 10% sunt mai pesimiști și consideră că perioada este de peste 2 ani.

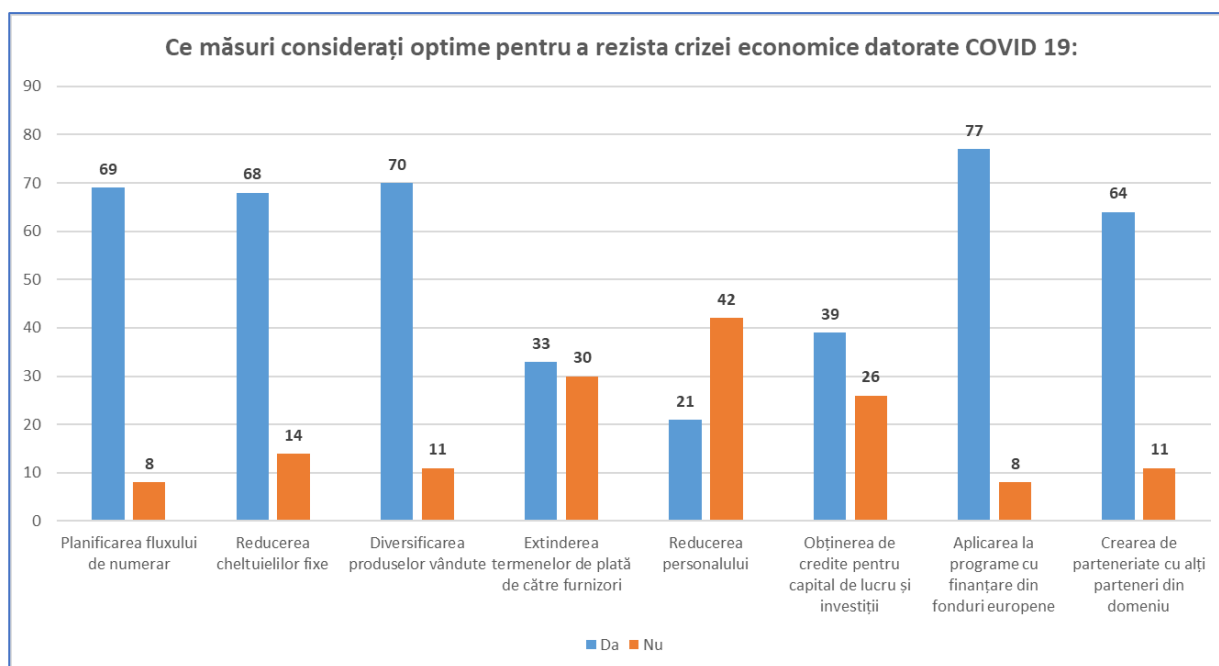


Figura 8.33

Pentru a rezista și a reveni rapid după criza datorată pandemiei, 71% din firme consideră că aplicarea la programe cu finanțare din fonduri europene este soluția optimă, 70% că este necesară



diversificarea produselor vândute, 69% respectiv 68% consideră că planificarea fluxului de numerar și reducerea cheltuielilor fixe este soluția. Răspunsurile pot fi analizate în Figura 8.34.

9. Economia colaborativă

Ce este economia colaborativă?

Economia colaborativă este un sistem socio-economic clădit pe conceptul folosirii în comun a resurselor fizice și umane. Ea cuprinde crearea, producerea, distribuția, comerțul și consumul de bunuri și servicii de către persoane și organizații, în mod comun.

„În limbile de origine anglo-saxonă „economia colaborativă” este adesea numită și *economia în comun* (*sharing economy*), *economie de la persoană la persoană* („peer-to-peer” ori P2P), *economie integrată* (*mesh economy*) sau *consum colaborativ*. Aceste sisteme există într-o multitudine de forme și folosesc frecvent tehnologia IT pentru a permite persoanelor, companiilor, organizațiilor neguvernamentale și guvernelor, accesul la informație, acces care înlesnește distribuirea, împărțirea și re folosirea excesului de bunuri și servicii.”³⁹

O consecință imediată este că dacă informația despre bunuri este disponibilă pe scară largă atunci valoarea acelor bunuri poate să crească atât pentru companii cât și pentru persoane și comunități.

„Economia colaborativă creează noi oportunități pentru consumatori și antreprenori. Prin urmare, Comisia consideră că aceasta poate aduce o contribuție importantă la ocuparea forței de muncă și la creșterea economică în Uniunea Europeană, dacă este încurajată și dezvoltată într-un mod responsabil. Bazate pe inovare, noile modele de afaceri au un potențial semnificativ de a contribui la competitivitate și la creșterea economică.

În sensul prezentei comunicări, termenul „economie colaborativă ” se referă la modele de afaceri în care activitățile sunt facilitate de platforme colaborative care creează o piață deschisă pentru utilizarea temporară a bunurilor sau a serviciilor prestate adesea de persoane fizice.

Consumul colaborativ, ca fenomen, este o categorie de înțelegeri cu caracter economic în care participanții au acces în comun la bunuri și la servicii. Acesta diferă de sistemul clasic, unde fiecare participant este singurul proprietar al bunului sau al serviciului consumat.

³⁹ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

Actorii din economia colaborativă

Economia colaborativă implică trei categorii de actori (Figura 8.1):

1. Proprietarii de bunuri sau furnizorii de servicii care împărtășesc active, resurse, timp și / sau abilități - care pot fi:
 - persoane fizice care prestează servicii ocazional sau
 - furnizorii de servicii care acționează în exercitarea profesiei lor („furnizori de servicii profesioniști”);
2. cei care au nevoie și caută bunuri sau servicii (utilizatorii);
3. intermediarii care leagă furnizorii de utilizatori - printr-o platformă online - și facilitează tranzacțiile între cele două părți („platforme de colaborare”).

Tranzacțiile în economia colaborativă nu implică un transfer de drepturi de proprietate pentru bunuri sau servicii și pot fi efectuate pentru sau fără profit. Economia colaborativă este descrisă în literatură ca fiind „activată de și pentru tehnologia informației”.

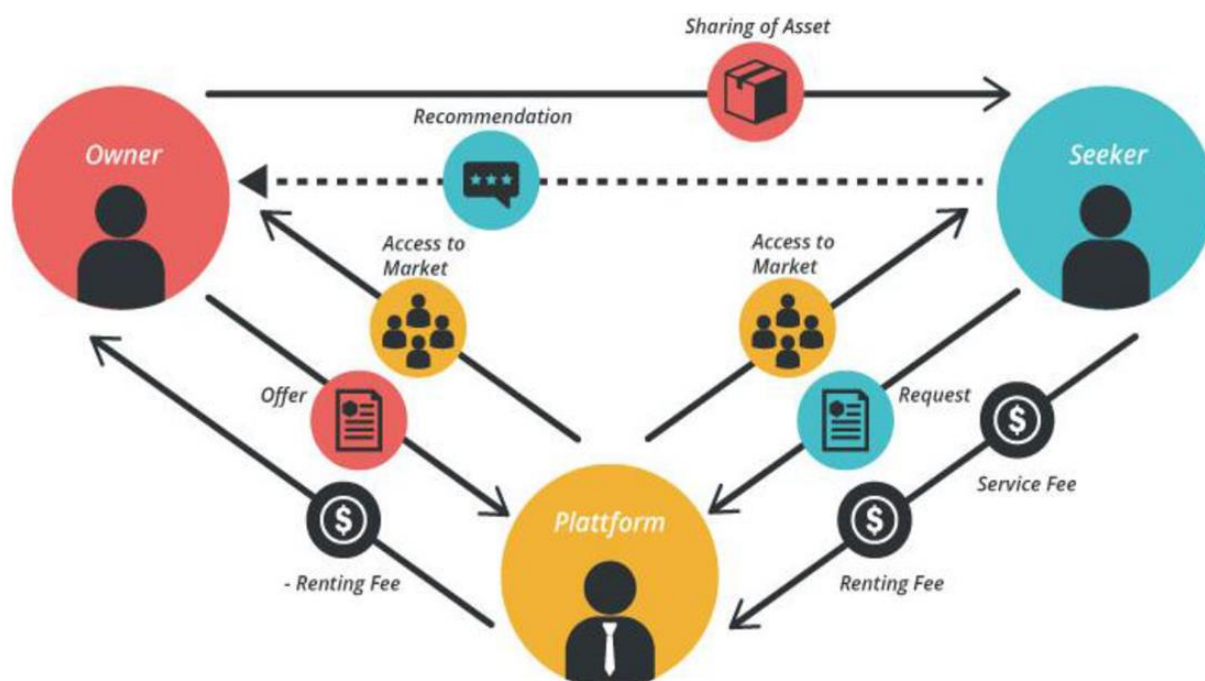


Figura 8.1

<https://bmtoolbox.net>

Tehnologii precum telefonul mobil, internetul, rețele de comunicații, media socială, imprimantele 3D, senzorii care efectuează controlul și reglarea sistemelor tehnice automate, toate acestea permit persoanelor și organizațiilor să folosească în comun resursele existente în loc să aștepte ca sectorul privat sau guvernul să ofere bunurile și serviciile dorite. Aceste modele de tipul

peer-to-peer creează oportunități noi pentru indivizi, comunități, guverne și corporații, le permite să aibă tranzacții și să colaboreze.

Partea de „noutate” a economiei colaborative este utilizarea tehnologiei pentru a facilita medierea și schimbul eficient între utilizatori (cei care caută) și furnizori (oferanți sau proprietari). Folosirea tehnologiei IT conduce la reducerea costurilor pentru tranzacțiile asociate cu partajarea astfel:

- este îmbunătățit accesul la informații
- se facilitează intermedierea între furnizori și utilizatori
- sunt facilitate plățile
- se pot publica recenzii sau recomandări pentru serviciile sau bunurile folosite
- se asigură un confort sporit

„În economia colaborativă nu este nouă ideea de partajare. Ceea ce este diferit la acest model este introducerea tehnologiei în concept. ” [H.O. Maycotte, Umbel]

Închirierea activelor către alte persoane este ceva ce oamenii fac de mii de ani. Folosind un proces normal de căutare, de exemplu bazat pe Google, este mai greu să găsești un proprietar bun sau un serviciu care să se potrivească cel mai bine nevoilor tale. Folosind o platformă de economie colaborativă, este mai ușor să fie conectați proprietarii și căutătorii cu activele lor.

Totodată, dacă informațiile despre bunuri sau servicii sunt disponibile pe scară largă, atunci valoarea acestor bunuri poate crește atât pentru companii, cât și pentru persoane sau comunități.

Caracteristici principale

Principalele caracteristici ale unui model de economie colaborativă sunt:

- se oferă acces în loc de proprietate asupra unu bun: în loc să cumpere un activ, cel care are nevoie de el îl închiriază de la altcineva
- o platformă reunește proprietarii și pe cei care caută și facilitează toate procesele dintre ei
- Platforma în sine nu posedă niciunul dintre activele oferite: de exemplu, Airbnb nu deține o singură cameră, Uber nu o singură mașină

Principiile de bază ale economiei comune:

- Valoarea neutilizată este valoarea pierdută.
- Deșeurile trebuie utilizate ca materie primă ori de câte ori este posibil

- Accesul la bunuri și nu proprietatea asupra acestora
- Informații transparente și gratuite despre bunuri și tranzacții
- Încredere și reciprocitate
- Densitatea urbană (favorizează consumul colaborativ)

Consumul colaborativ înseamnă „*Ce este al meu este și al tău, contra cost*” (The Economist) și devine din ce în ce mai popular pentru toate tipurile de active: apartamente, mașini, transport, scule, jucării.

Modelul pentru obținerea de venituri de către platformă este de a percepe o taxă pentru publicarea serviciilor/activelor și asigurarea serviciului de potrivire.

Cu toate acestea, nu toate platformele caută să genereze profit; unele se bazează, de exemplu, pe contribuțiile voluntare ale utilizatorilor. Acesta este cazul Wikipedia, cea mai mare enciclopedie din lume, cu aproape 5,4 milioane de articole în limba engleză.

În 2011, economia colaborativă a fost nominalizată ca una dintre „cele 10 idei care vor schimba lumea”.

„În România, 20% din populație a folosit produsele și serviciile oferite de economia colaborativă. Conform datelor publicate de Parlamentul European, Franța este țară în care cei mai mulți oameni (36%) utilizează serviciile și produsele oferite de economia colaborativă.

Locul al doilea este ocupat de Irlanda, cu 35%, iar pe poziția a treia se află Letonia și Croația (ambele cu un procent de 24%). Următoarele trei locuri, cu 20% procent de folosire a ceea ce poartă numele de sharing economy sunt Germania, Estonia și România.

În 2015, Airbnb avea înregistrați pe platforma sa operatori din 34.000 de orașe localizate în 190 de țări, iar valoarea sa de piață era în luna iunie 2015 de 25 de miliarde de dolari.

Platforma Uber, care oferă servicii de transport și a fost înființată în 2009, avea în mai 2015 o valoare de piață de 50 miliarde dolari.”⁴⁰

Factori de succes

- *Dezvoltă o cultură a încrederii* - Deoarece consumul colaborativ se bazează pe încrederea între participanți, este foarte important să existe mecanisme de evaluare în platformă, cum ar fi comentarii și recenzii, și să fie oferit sprijin în caz de abuz.

⁴⁰ “Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

- *Proces de tranzacție simplu și puțin costisitor* - De exemplu, se poate rezerva o cameră prin Airbnb folosind tablete sau telefoane mobile, fără a mai fi necesar să fie inclusă o agenție de turism pe lanțul vânzător-cumpărător, reducând astfel costul tranzacției. Totodată, timpul folosit pentru realizarea tranzacției se reduce foarte mult.
- *Păstrarea interesului utilizatorilor (angajarea constantă)* - Pentru a menține o anumită scară a cererii și ofertei, este necesar să oferiți promoții: de ex. Airbnb oferă coduri promoționale utilizatorilor pentru a-și fideliza clienții (astfel încât să nu mai fie nevoie să recâștige un client la fiecare șase luni)

Avantaje

Printre avantajele economiei colaborative enumerăm:

- Susține eforturile de atingere a obiectivelor dezvoltării durabile - prin reducerea poluării și a costurilor.
- Susține reutilizarea bunurilor folosite sau a celor noi care nu au fost folosite, contribuind astfel la reducerea de materii prime și de energie necesare producerii acestor bunuri.
- Susține persoanele pricepute în prestarea unor meserii prin intermedierea între furnizori de servicii și utilizatori. De exemplu, meseriașii necesari pentru rezolvarea problemelor curente într-o gospodărie sau chiar la sediul companiei (instalatori, electricieni, personal pentru curățenie etc.) sunt puși în legătură directă cu consumatorii acestor servicii.
- Promovează și acordă prioritate prețurilor ieftine și costurilor mici. Pentru verificarea calității, este oferit instrumentul recenzie sau recomandare.
- Relațiile interumane, joacă un rol important în economia colaborativă, devin importante.
- Intermediază, folosind platformele, legăturile dintre finanțatori și afacerile sau persoanele fizice care doresc să se dezvolte și au nevoie de capital, din domeniul artelor, jurnalismului, muzicii etc.
- Contribuie la răspândirea cunoașterii, prin platforme educaționale în care se pot oferi sau accesa cursuri la prețuri foarte accesibile.

Critică și controverse

„Giana Eckhardt și Fleura Bardhi afirmă că economia colaborativă promovează și acordă prioritate prețurilor ieftine și costurilor reduse, relațiile interpersonale jucând un rol extrem de redus. De exemplu, Zipcar este promovat drept un serviciu de partajare a călătoriilor, dar e evident

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

că utilizatorii acestui site se bucură, practic, de avantaje similare clienților unui hotel. În acest exemplu, există o interacțiune socială minimă, iar preocuparea principală este costul scăzut.

Alte exemple similare includ multe alte site-uri de economie colaborativă, cum ar fi AirBnB sau Uber. Din acest motiv, economia colaborativă nu se referă la a partaja cu alte persoane un bun, un imobil sau un serviciu, ci mai degrabă se referă la accesul utilizatorilor la informațiile relevante despre aceste bunuri, imobile și servicii. Giana Eckhardt și Fleura Bardhi spun că economia "colaborativă" i-a învățat pe oameni să acorde prioritate accesului ieftin și ușor la bunuri și servicii în detrimentul relațiilor interpersonale.

În acest sens putem vorbi mai degrabă despre o economie de acces și nu despre o economie colaborativă. În contextul discuției privind economia colaborativă versus economia de acces, ar trebui să examinăm și modelele de afaceri promovate de platformele dedicate economiei colaborative. Modelul practicat adesea de cele mai mari platforme de economie colaborativă, sunt cele bazate pe servicii de intermediere în baza cărora acestea facilitează și gestionează contractele și plățile în numele abonaților lor. Acest model de afaceri subliniază încă o dată, accentul pus pe acces și tranzacție, și nu pe partajare sau pe relațiile interpersonale.

Website-ul de știri „Salon.com” și revista americană „CounterPunch” au criticat partea „pentru profit” a economiei colaborative care „extrage” profitul prin scurtcircuitarea anumitor costuri precum taxelor, asigurării și evitarea regulamentelor pe care afacerile înregistrate trebuie să le respecte.”⁴¹

Revista americană „New York Magazine” a scris că ceea ce determină oamenii să-și deschidă ușa de la casă străinilor este nevoia de bani nu încrederea. Mulți dintre cei care participă în economia colaborativă au pierdut o sursă de venit și au nevoie să o compenseze.

Consumul colaborativ

Stilul de viață colaborativ

Acest sistem se bazează pe:

- asocierea persoanelor cu nevoi sau interese similare în vederea
- participanți, care acționează pentru a schimba active precum: timp, spațiu, bunuri, abilități sau bani.

⁴¹ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

- platforme - implementate și întreținute de companii, de organizații sau de guvern pentru a facilita activitățile economice de colaborare

Economia colaborativă se manifestă prin diferite forme precum: profit, non-profit, barter, împrumut de bani sau bunuri, arendă, cadouri sau donații, forme de proprietate comună, cum ar fi cooperativele

„Economia în comun oferă acces mai larg la produse, servicii, talent și experiență în comparație cu ce se poate când fiecare este posesor unic. Această modalitate de a folosi în comun mai este numită și neproprietate („disownership”, în limba engleză).

Corporațiile, guvernele și persoanele participă cu toții în calitate de cumpărători, vânzători, creditori sau chiriași în această multitudine de forme de organizare aflate în continuă evoluție.

Economia integrată include firme și organizații din sectorul public sau privat care activează în diferite părți ale ei: persoană la persoană, economie colaborativă sau în comun, economie circulară. Trecerea de la a considera capacitatea nefolosită ca deșeu, la cea de a o vedea ca pe o oportunitate și de a crea valoare printr-o folosire mai eficientă este factorul comun între toate organizațiile participante în economia colaborativă. Această schimbare se evidențiază în două forme principale:

- Prima este reprezentată de noile modele de re folosire a excesului de capacitate a infrastructurii, a activelor, a talentelor și a experiențelor prin rețele, comunități și platforme bazate pe tehnologiile de comunicare noi.
- A doua formă urmărește să redefinească deșeurile care sunt aruncate la gunoierie ca pe o oportunitate de re folosire și redistribuire, ceea ce este și scopul economiei circulare. Aceste două abordări ale valorii nefolosite, au un efect în modelele economiei colaborative respectiv, un angajament de a proiecta, dezvolta și distribui produse, servicii și informații care suportă folosirea resurselor în mod sustenabil și suportă formarea de comunități viabile și solide.”⁴²

⁴² „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

Categorii de consum colaborativ

Închirieri de spații pentru vacanțe sau deplasări ocazionale

Airbnb (*Airbnb.com*)

Oferă posibilitatea proprietarilor de case de a-și pune la dispoziție spațiul de acasă călătorilor, contra cost. Această idee promițătoare de economie colaborativă face din închirierea de vacanță cea mai de succes afacere. Potrivit Statista, numărul de utilizatori care închiriază case de vacanță este de 297 milioane în 2019. Veniturile generate de această activitate în 2019 sunt de 57 miliarde USD

Ride sharing

Uber (<https://uber.com>), *Lyft* (<https://www.lyft.com/>), *JustShareIt* (<https://www.justshareit.com/>)

Proprietarii de mașini sunt autorizați să ofere călătorii pasagerilor. De fapt, Uber este o platformă în care cei care conduc și livrează aceste servicii se pot conecta cu cei care au nevoie să facă un drum în oraș, cu consumatori și chiar cu restaurante – pentru clienții lor.

Blablacar (*blablacar.com*)

Platforma permite potrivirea șoferilor și a pasagerilor pentru a face o călătorie împreună, cu scopul de a împărți costul combustibilului. Proprietarii de mașini care planifică o călătorie cu mașina pe distanțe mari publică călătoria lor online și intenția de a prelua pasageri, specificând itinerariul și prețul. Călătorii plătesc o contribuție pentru a compensa costurile călătoriei către proprietarii de mașini care sunt și șoferi.

Piața P2P (peer to peer)

Acest model de consum în care oamenii au tranzacții directe cu alte persoane pe o piață bilaterală, este completat de prezența platformei online. Din acest motiv economia colaborativă nu este un model P2P pur, deoarece există o platformă care coordonează relația.

Dogvacay (<https://dogvacay.com>)

Proprietarul unui animal de companie poate găsi locul perfect sau persoana care se ocupa de animalele de companie.

Taskrabbt (<https://www.taskrabbt.com/>)

TaskRabbit este o platformă online care potrivește forța de muncă independentă cu cererea locală, permițând consumatorilor să găsească ajutor imediat pentru sarcinile de zi cu zi, cum ar fi curățenie, mutare, livrare și muncă la domiciliu.

Piețele de redistribuire

Această categorie include forme de consum colaborativ în care bunurile uzate, dar și cele cumpărate, dar nefolosite, pot trece de la proprietarul care nu le mai vrea la cineva care le dorește și le va folosi. Este o alternativă la metoda de „reducere, reutilizare, reciclare, reparare” de tratare a deșeurilor, specifică pentru tratarea deșeurilor.

Există 2 forme ale acestui tip de piață, respectiv:

a) în care bunurile sunt gratuite

b) în care bunurile sunt plătite.

a) Exemple de consum colaborativ în care mărfurile sunt gratuite:

Freecycle (<https://www.freecycle.org/>)

Freecycle are ca scop reducerea deșeurilor și economisirea resurselor prin reutilizare. Este un proiect de reciclare a comunității internaționale bazat pe internet, de reutilizare / partajare a bunurilor utilizabile, de la mobilier și computere la încălțăminte și machiaj. În practică, există multe liste de discuții pe care oamenii le oferă și cer lucruri folosite.

b) Exemple de consum colaborativ în care bunurile se plătesc:

Ebay (<https://www.ebay.com/>)

eBay este o platformă „Business-to-Consumer”, care a evoluat de la o piață de vechituri la un magazin online, deoarece, pe lângă persoanele private, care de obicei vând articole mai mult sau mai puțin folosite, acum există și mulți comercianți profesioniști cu articole în stare nouă garanție.

BuyMyWardrobe.com (<http://buymywardrobe.com/>)

Buymywardrobe.com este o platformă de economie colaborativă unde cele mai stilate femei din UK cumpără sau vând haine făcute de designeri.

Vestiairecollective.com (<https://www.vestiairecollective.com/>)

Este o platformă care permite o abordare durabilă a modei prin cumpărarea de bunuri refolosite (îmbrăcăminte de designer, bunuri de designer).

Crowdfunding

Crowdfunding-ul este o modalitate de a strânge capital pentru o idee, produs sau serviciu original prin participarea financiară a comunității.

Crowdfunding-ul, ca metodă alternativă de finanțare, are multe forme, dar fiecare pleacă de la aceeași idee: o afacere primește finanțare de la susținătorii săi.

Finanțarea este asigurată pentru antreprenori, artiști, programe civice și proiecte sociale

Exemplu de crowdfunding din secolul nouăsprezece:

socul de granit pe care se află astăzi Statuia Libertății din New York a fost construit printr-o campanie de strângere de fonduri la care au contribuit peste 160.000 de oameni în 1885. În semn de recunoștință, ziarul „The New York World” a publicat timp timp de 6 luni numele tuturor susținătorilor și suma cu care au contribuit.

Exemple de platforme de crowdfunding:

Kickstarter (<https://www.kickstarter.com/>)

Intermediază finanțarea pentru artă, editare, muzică, benzi desenate și ilustrație, design și tehnologie, film, alimentație și meserii.

Patreon (<https://www.patreon.com/europe>)

Intermediază finanțarea pentru creatori de tot felul: podcasters, videocreatori, muzicieni, artiști vizuali, scriitori și jurnaliști, creatori de jocuri, companii locale, organizații non-profit, etc.

IndieGoGo (<https://www.indiegogo.com>)

Intermediază finanțarea pentru tehnologie și inovare, lucrări creative și proiecte comunitare.

Consolid8 (consolid8.ro)

Este o platformă nouă de crowdfunding înființată în 2020 de fonduri-structurale.ro pentru finanțarea de proiecte de antreprenariat social.

Piața de inovație

Această piață permite atât oamenilor simpli, cât și specialiștilor să își împartă capitalul intelectual pentru a rezolva problemele pe care le au.

Architectureforhumanity (<http://www.architectureforhumanity.org/>)

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

InnoCentive (<https://www.innocentive.com/>)

Activitatea InnoCentive este o inovație finanțată prin crowdfunding care ajută la rândul ei, respectiv ajută organizațiile inovatoare să își rezolve problemele importante în materie de tehnologie, știință, afaceri, inteligență artificială și date, conectându-le la o rețea globală de rezolvatori de probleme experți.

Piața de educație

Platformele colaborative de educație permit participanților să se antreneze reciproc și să câștige bani în același timp.

Noul model educațional este diametral opus modelului educațional clasic în care un profesor certificat este singurul autorizat să-i învețe pe alții. În noul model, oricine poate fi un „mini expert” într-o anumită zonă și își poate împărtăși cunoștințele. Acest lucru completează piața cu educatori capabili și reduce costurile educației pentru toți.

Udemy ([udemy.com](https://www.udemy.com/))

Udemy asigură vânzarea de cursuri din toate domeniile de interes.

Platforma este o platformă deschisă care lucrează în afara sistemului universitar, adresându-se formării profesionale a adulților. Platforma conectează cursanții cu instructorii aflați fizic în diferite locații geografice. Cursurile pot fi publicate în orice limbă.

Pentru cursanți este o modalitate bună de a se antrena în activități educaționale înregistrând costuri minime, fără să mai aibă costuri de călătorie.

Platforma încearcă să atragă formatori de calitate, publicând cursuri pe teme generale dar și pe teme de nișă, specifice unui anumit domeniu sau unei anumite companii.

Platforma funcționează pe sistemul economiei colaborative deoarece:

- Cursurile pot fi achiziționate de oricine, contra cost. Odată achiziționate, acestea sunt disponibile pe viață.
- Profesorilor li se permite accesul și pot publica cursuri care urmează să fie prezentate doritorilor și vândute acestora, prin intermediul platformei.

Platforma percepe un cost pentru găzduirea cursurilor, pentru marketing și furnizarea de asistență tehnică pentru publicare cursuri. O parte din venit merge la profesorul care a postat cursul. Venitul obținut de profesor este cu atât mai mare cu cât cursul este cumpărat mai mult.

Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562

Modul în care Udemy îl plătește pe profesor diferă în funcție de cine investește în aducerea elevilor la curs. Dacă profesorul are o reputație foarte bună și elevii sunt atrași de el, profesorul poate păstra 97% din venituri.

Platformă comună: administrație de stat – mediu de afaceri

„Activitatea administrației de stat la toate nivelele privind facilitarea accesului la date în formă electronică încurajează semnificativ inovații în schimbul de date și creează premisele unui management eficient al schimbării și tranziției către noi niveluri de eficiență și specializare în furnizarea de servicii publice către mediul de afaceri și către cetățeni.”

Platformă administrație de stat – cetățeni

„Creșterea cererilor de către cetățeni pentru o guvernare transparentă și colaboratoare creează modele și forme noi de colaborare democratică. Câteva exemple ar fi inițiativa președinției americane „Open Government” sau cea a primăriei orașului Oakland, California „Open Budget Project”.⁴³

Organizații care promovează economia colaborativă

„În ultimii ani au apărut un număr de organizații care încearcă să promoveze economia colaborativă și să conecteze participanții pentru a facilita tranzacțiile. Câteva exemple mai importante:

- **The People Who Share:** Înființată de Benita Matofska în ianuarie 2011, în Marea Britanie, este o organizație nonprofit a cărei misiune este să popularizeze și să extindă economia colaborativă. Ei duc o campanie mondială în acest sens. În 2013 campania a mobilizat 70 de milioane de oameni în 192 de țări. În 2014 „Ziua mondială a colaborării” (Global Sharing Day) a fost sărbătorită pe 1 iunie.
- **OuiShare:** O organizație nonprofit franceză care intenționează să adune într-o rețea mondială cât mai mulți participanți în economia colaborativă. Au început în Franța în 2012 și s-au extins în Europa, America de Sud și în orientul apropiat.
- **Shareable:** Un centru nonprofit de știri și informații pentru economia colaborativă la care publică principala publicație online la nivel mondial despre economia colaborativă.

⁴³ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

- **CollaborativeConsumption.com:** Website create de Rachel Botsman după publicarea cărții ei 'What's Mine is Yours' (2010). Portalul este o resursă online pentru consumul colaborativ în întreaga lume și un punct de legătură pentru membrii acestei comunități. Ei „oferă știri, articole, evenimente, locuri de muncă, studii și resurse preluate din canale de știri majore și din bloguri ale diferitor industrii, precum creează și articole originale”.
- **The Mesh:** Care are o listă la nivel mondială cu toate afacerile participante în economia colaborativă și a organizat Mesh2013, o întâlnire la nivel mondial pentru „instigatorii” economiei colaborative.
- **Echo (Economia orelor):** O organizație non-profit din Marea Britanie care oferă infrastructură (și militează la nivel național) pentru proiectele locale bazate pe „banca orelor” („time-banking” în engleză; „ora de muncă” e folosită ca monedă de schimb). Echo creează, adunând oferte și cereri de servicii și bunuri, atât sisteme pentru proiecte locale pentru banca orelor ca să se poată integra într-o rețea națională, cât și un model comercial pentru tranzacții între firme ca să creeze durabilitate pe termen lung pentru băncile bazate pe ore. Echo inițiază firmele, organizațiile non-profit și corporațiile în folosirea orelor ca monedă de schimb ca un mod legitim de a purta afaceri, cu dorința de a face să dispară distincția între personal și profesional și astfel să se formeze o piață atotcuprinzătoare fără bani.
- **ProveTrust:** O platformă online care măsoară nivelul de încredere și reputația persoanelor bazat pe calificativul primit de la alți participanți cu care au avut anterior tranzacții. Platforma facilitează astfel interacțiunea între participanți în economia colaborativă.
- **Shared Economy CPA:** O companie americană de contabilitate care ajută participanții în economia colaborativă să identifice modalități legale de a-și reduce obligațiile fiscale.”⁴⁴

Economia colaborativă în contextul obiectivelor de dezvoltare sustenabilă

Economia colaborativă este promovată de practicieni, asociații din industrie, decidenți și cadre universitare datorită potențialului său de sustenabilitate.

Care este impactul economiei colaborative în termeni de sustenabilitate ?.

Economia colaborativă are potențialul de a realiza practici de consum sustenabile astfel:

⁴⁴ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

- permite produselor să trăiască mai mult deoarece oferă soluții de re folosire a bunurilor și a materialelor.
- contribuie la reducerea consumului de petrol, gaze, apă și energie.
- contribuie la reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră fiind o practică alternativă de consum pentru a aborda schimbările climatice.
- reducerea consumului de produse noi conduce la reducerea utilizării resurselor.
- contribuie la folosirea eficientă a produselor electronice și la reducerea pierderilor din acest domeniu.
- contribuie la creșterea încrederii și reciprocității în comunitate.
- dezvoltă transparența în tranzacțiile economice.
- oferă soluții de eficientizare a consumului de produse alimentare.
- oferă soluții pentru utilizarea eficientă a competențelor în comunitate, fără să țină cont de criterii de vârstă sau gen ci doar de pricepere și recomandări.
- reduce inegalitățile sociale, permițând o distribuție mai echitabilă a bunurilor și serviciilor.
- prin creșterea accesului utilizatorilor la bunuri și servicii la un preț redus, utilizatorii au capacitatea de a accesa lucruri pe care altfel nu și le-ar putea permite, ducând la creșterea puterii de cumpărare în alte părți ale economiei.

Potențialul economiei colaborative ca element cheie în sustenabilitatea socială este clar, prin crearea de comunități care doresc să consume colaborativ și prin încurajarea încrederii în rândul celor implicați. De asemenea, este un antidot împotriva naturii izolatoare a social media și a digitalizării.

Literatura descrie economia colaborativă ca pe o sursă de noi modele de afaceri generatoare de profit, care reduc barierele la intrare. Totodată, consumul colaborativ va duce la creșterea ocupării forței de muncă și la comunități mai rezistente.

Reglementarea economiei colaborative

„UE ar trebui să valorifice întregul potențial al economiei colaborative, asigurând în același timp competiția corectă, drepturile muncitorilor și respectarea impozitelor”⁴⁵

⁴⁵ Parlamentul European, rezoluție adoptată pe 15 iunie 2017

Există câteva provocări sociale aduse de economia colaborativă, și anume.

Impactul perturbator al economiei colaborative asupra industriilor tradiționale

Firmele și lucrătorii al căror profituri și mijloace de trai sunt amenințate de noile modele de afaceri reacționează prin orice mijloace la dispoziția lor, inclusiv prin furnizarea de dovezi, semnificative sau nu, încercând să demonstreze că noile modele cauzează daune economice, de mediu, sociale sau culturale .

De exemplu, este evident de ce editorii și lanțurile mari de librării sunt împotriva Amazon, companiile de discuri sunt împotriva iTunes, sau companiile de taxi urăsc Uber, iar lanțurile hoteliere urăsc Airbnb. În acest context, s-a ajuns chiar la interzicerea unor platforme.

Povestea platformei MonkeyParking

Lansată în 2014, MonkeyParking a fost o aplicație care îi încuraja pe șoferi să câștige venituri din locurile de parcare pe care nu le mai foloseau. Șoferii părăseau locurile de parcare și licitau aceste spații altor șoferi care foloseau platforma, apoi cei doi șoferi își împărțeau costurile. Cei care au analizat acest consum în colaborare au considerat incorect faptul că platforma a încurajat „privatizarea” și monetizarea locurilor de parcare (bunuri publice), afectând sistemul de transport public. De asemenea, această aplicație a avut un impact negativ asupra parcarilor private, ai căror proprietari au investit în afacerea lor pentru a satisface aceeași nevoie și care după Monkey Parking au suferit pierderi. Ca răspuns la reclamații, la șase luni de la lansare, autoritățile au închis platforma MonkeyParking.

Datele statistice arată că prețurile hotelurilor au scăzut de când Airbnb a intrat pe piață, dar, în general, afacerea turistică din zonă a crescut deoarece au beneficiat de restaurantele locale și alte atracții din zonă (impact pozitiv).

De asemenea, din datele colectate din surse publice, se sugerează că a scăzut numărul deceselor cauzate de șofatul în stare de ebrietate după intrarea Uber pe piață (impact pozitiv).

Platformele de gestionare a forței de muncă ridică, de asemenea, probleme de impact social și echitate. Platforme precum eJobs, Upwork, TaskRabbit și Washio sunt potrivite pentru persoanele care apreciază în primul rând un program de lucru flexibil (freelanceri), dar sunt problematice pentru persoanele care doresc să lucreze ca angajat cu normă întreagă. În țări precum SUA, sistemele independente (freelancers) funcționează fără a asigura beneficiile și protecția lucrătorilor, prevăzute în mod normal de lege. Este normal ca întreprinderile să dorească să profite de dinamica și costurile reduse pe care le oferă platformele de lucru. Dar într-o societate în care serviciile de bază, cum ar fi îngrijirea sănătății, sunt furnizate în mare parte prin impozitele angajatorilor, este

de dorit să se creeze un avantaj economic pentru companiile care plătesc pentru aceste servicii. În acest caz, platforma poate avea și un impact negativ.

Lipsa reglementărilor pentru economia colaborativă

- Lipsa reglementărilor privind închirierea spațiului

Vizitatorii care folosesc Airbnb pentru a se bucura de spații de cazare accesibile, precum și gazde care câștigă bani suplimentari prin închirierea de camere au fiecare un avantaj din folosirea serviciului de închiriere. Unii dintre vecinii lor sunt nemulțumiți. De asemenea, în presa din diferite țări, există povești despre utilizarea promiscuă a acestor spații închiriate, despre petreceri cu grupuri de bețivi, etc. cât și despre necesitatea unei legi care să interzică subînchirierea pe termen scurt.

Una dintre cele mai grave probleme în defavoarea Airbnb a fost lipsa asigurărilor pentru proprietăți, atunci când acestea erau folosite în mod colaborativ. După ani de reclamații, în 2014 Airbnb a anunțat cum va rezolva această problemă la nivelul SUA. Soluția a fost de a plăti 1 milion de dolari pentru a acoperi răspunderea, protejând astfel gazdele americane de daunele cauzate de oaspeții Airbnb.

- Lipsa reglementărilor în domeniul ride sharing

Aceste reglementări au provocat mișcări de stradă în rândul șoferilor de taxi din foarte multe țări. În România, ridesharing-ul a fost reglementat în vara anului 2020, după o lungă discuție atât cu companiile care au aplicații alternative de transport, cât și cu reprezentanții șoferilor de taxi.

Agenda europeană pentru economia colaborativă⁴⁶

„Comisia Europeană a prezentat orientările menite să sprijine consumatorii, întreprinderile și autoritățile publice, pentru ca acestea să se implice cu încredere în economia colaborativă.

Aceste noi modele de afaceri pot avea o contribuție importantă la ocuparea forței de muncă și la creșterea economică din Uniunea Europeană, dacă sunt încurajate și dezvoltate în mod responsabil.

⁴⁶ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

Economia colaborativă crește rapid. Întrucât acest tip de economie începe să prindă rădăcini în UE, autoritățile naționale și locale răspund printr-un mozaic de măsuri de reglementare.

Această abordare fragmentată a noilor modele de afaceri creează incertitudine pentru operatorii tradiționali, pentru noii prestatori de servicii, precum și pentru consumatori și ar putea obstrucționa inovarea, crearea de locuri de muncă și creșterea economică. Astfel, așa cum a anunțat în *Strategia privind piața unică*, Comisia a publicat orientări în baza cărora statele membre să poată asigura o dezvoltare echilibrată a economiei colaborative.

Comunicarea intitulată „O agendă europeană pentru economia colaborativă” conține orientări cu privire la modul în care legislația în vigoare a UE ar trebui aplicată în acest sector dinamic și cu o evoluție rapidă, clarificând aspectele-cheie cu care se confruntă operatorii de pe piață și autoritățile publice, după cum urmează:

- Ce tip de cerințe privind accesul pe piață pot fi impuse? Prestatorii de servicii ar trebui să fie obligați să obțină autorizații sau licențe de funcționare doar în cazul în care este strict necesar pentru îndeplinirea unor obiective de interes public relevante. Ar trebui ca interdicțiile absolute ale unei activități să fie o măsură doar de ultimă instanță. În cazul în care platformele acționează doar ca intermediari între consumatori și cei care prestează efectiv serviciul (de exemplu, serviciu de cazare sau de transport), ar trebui ca ele să nu necesite autorizații sau licențe. De asemenea, statele membre ar trebui să facă diferența între persoane fizice care prestează servicii în mod ocazional și prestatori care acționează în cadrul profesiei lor, de exemplu, prin stabilirea unor praguri în funcție de nivelul de activitate.

- **Cine este responsabil, în cazul în care apare o problemă?**

Platformele colaborative pot fi exonerate de obligația de a răspunde pentru informațiile pe care le stochează în numele celor care oferă un serviciu. Totuși, ele nu ar trebui să fie exonerate de răspundere pentru orice servicii pe care le oferă, precum serviciile de plată.

Comisia încurajează platformele colaborative să continue luarea voluntară de măsuri pentru a combate conținutul online ilegal și pentru a spori încrederea.

- **Cum protejează utilizatorii legislația UE în domeniul protecției consumatorilor?**

Statele membre ar trebui să se asigure ca toți consumatorii să beneficieze de un nivel înalt de protecție împotriva practicilor comerciale incorecte, fără a impune obligații disproporționate pentru persoanele fizice care prestează servicii doar ocazional.

- **Când există un raport de muncă?**

Legislația în domeniul muncii este, în cea mai mare măsură, de competență națională, fiind completată la nivelul UE de standardele sociale minime și de jurisprudență. Statele membre ar putea dori să ia în considerare criterii precum relația de subordonare față de platformă, natura muncii și remunerarea atunci când decid dacă o persoană poate fi considerată ca fiind angajată de o platformă.

- **Care sunt regulile fiscale aplicabile?**

Prestatorii de servicii din cadrul economiei colaborative și platformele trebuie să plătească impozite, la fel ca și ceilalți participanți la economie. Impozitele relevante includ impozitul pe venitul personal, pe venitul unei întreprinderi și taxa pe valoarea adăugată. Statele membre sunt încurajate să continue simplificarea și clarificarea aplicării regulilor fiscale în economia colaborativă. Platformele din cadrul economiei colaborative ar trebui să coopereze pe deplin cu autoritățile naționale pentru a înregistra activitatea economică și pentru a facilita colectarea impozitelor.

Comunicarea invită statele membre ale UE să reexamineze și, la nevoie, să revizuiască legislația existentă în conformitate cu aceste orientări. Comisia va monitoriza mediul de reglementare aflat într-o evoluție rapidă, precum și progresele în domeniul economic și al afacerilor. Ea va urmări tendințele prețurilor și ale calității serviciilor și va identifica eventualele obstacole și probleme generate de reglementările naționale divergente sau de lacunele în materie de reglementare.

Consiliul Concurenței – analiză în desfășurare⁴⁷

Consiliul Concurenței anunță derularea unui studiu privind economia colaborativă (Uber, Airbnb). Consiliul Concurenței consideră că afacerile tip Uber și Airbnb pot avea efecte asupra firmelor tradiționale.

Afacerile din domeniul economiei colaborative, în care s-au consacrat Startup-uri ca Uber, în transport, și Airbnb, în turism, pot avea „efecte asupra companiilor tradiționale”, pe fondul reglementărilor insuficiente în sharing economy - spune Consiliul Concurenței, care a anunțat, derularea unei analize în privința acestui tip de business. Economia colaborativă este un sistem socio-economic clădit pe conceptul folosirii în comun a resurselor fizice și umane. Ea cuprinde crearea, producerea, distribuția, comerțul și consumul de bunuri și servicii de către persoane și organizații, în mod comun.

Consiliul Concurenței spune că realizează un studiu, pentru a analiza efectele economiei colaborative (sharing economy) asupra mediului concurențial. *„Necesitatea acestui studiu este dată de ritmul accelerat în care se dezvoltă noile afaceri, pe fondul unui cadru de reglementare insuficient adaptat. În plus, există un interes din ce în ce mai mare pentru afaceri de tip Airbnb sau Uber, ceea ce poate avea efecte asupra companiilor tradiționale”,* susține Consiliul.

UE apără un cadru juridic european comun pentru economia colaborativă

Conform platformei REEDIT, europarlamentarul italian Nicola Danti a apărut necesitatea de a promova un cadru juridic european comun pentru economia colaborativă, care să permită stabilirea principiilor generale care guvernează acest sector de piață.

Ca reguli de bază pentru economia colaborativă, deputatul european a subliniat că, de exemplu, este necesar să se facă distincția între cine este profesionist și cine nu este și să se definească drepturile consumatorilor.

Într-o conferință de presă, acesta a subliniat că economia de colaborare se caracterizează prin a fi „prea fragmentată”, nu numai de existența a 29 de legi naționale

⁴⁷ „Economia Colaborativă”, septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

referitoare la fiecare dintre statele membre, dar, de asemenea, ele coexistă cu mai multe reguli locale și regionale. Lipsa unor standarde comune a fost subliniată de Danti ca o "gaură" care trebuie rectificată de la Uniunea Europeană. Din punctul său de vedere, numai Europa poate "lupta împotriva acestei băătăi", deoarece el crede că nici un stat nu o poate face singur, deoarece acolo unde vor întâlni reglementări locale dure platformele vor părăsi țara și se vor muta pe alte piețe.

Cu ocazia aprobării Agendei europene pentru economia de colaborare, Danti a remarcat că această ramură a economiei devine astfel "protagonist" al politicii europene.

"Până în prezent, toate problemele economiei colaborative au fost tratate în instanțele de judecată și, în cele din urmă, acum va fi politica care ia frâiele", a explicat europarlamentarul.

Cu toate acestea, Danti a dorit, de asemenea, să sublinieze rolul fundamental al comunităților locale în promovarea economiei colaborative.

"Nu totul poate fi dezvoltat de la Bruxelles, comunitățile trebuie să joace un rol fundamental și pentru a putea juca acest lucru trebuie să fie marcate de reglementările europene", a apărut el.

De aceea, Danti a subliniat rolul economiei colaborative din Barcelona și provocările pe care le ridică pentru oraș, în special cele legate de turism.

În cazul Airbnb, pentru municipiități, platforma trebuie să interacționeze cu Consiliul pe probleme care le afectează, cum ar fi necesitatea plății unor taxe turistice, fapt care va se va facilita de existența unor norme comune.

"Airbnb nu este o problemă, mai degrabă contrariul, este o mare oportunitate de dezvoltare atâta timp cât există un cadru referențial echilibrat și echitabil", a insistat deputatul european.⁴⁸

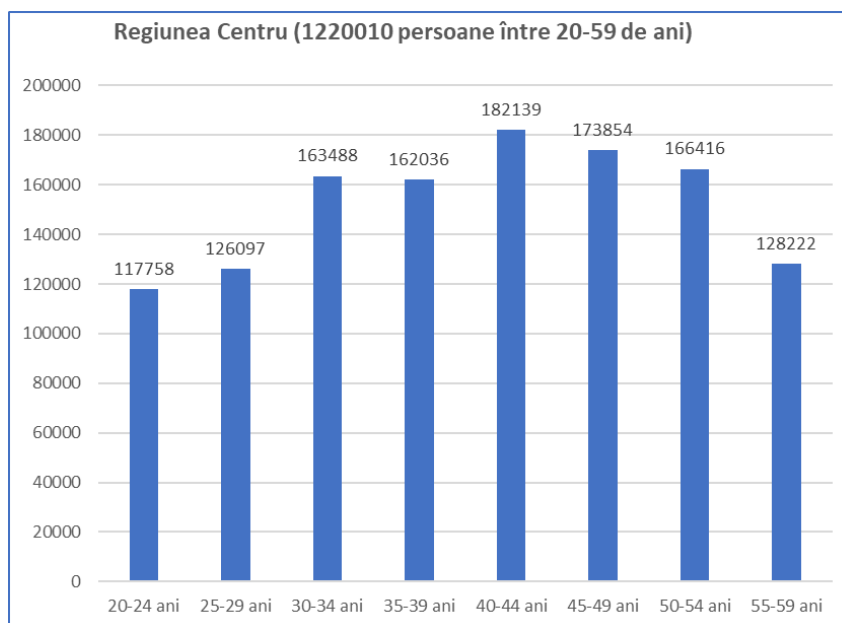
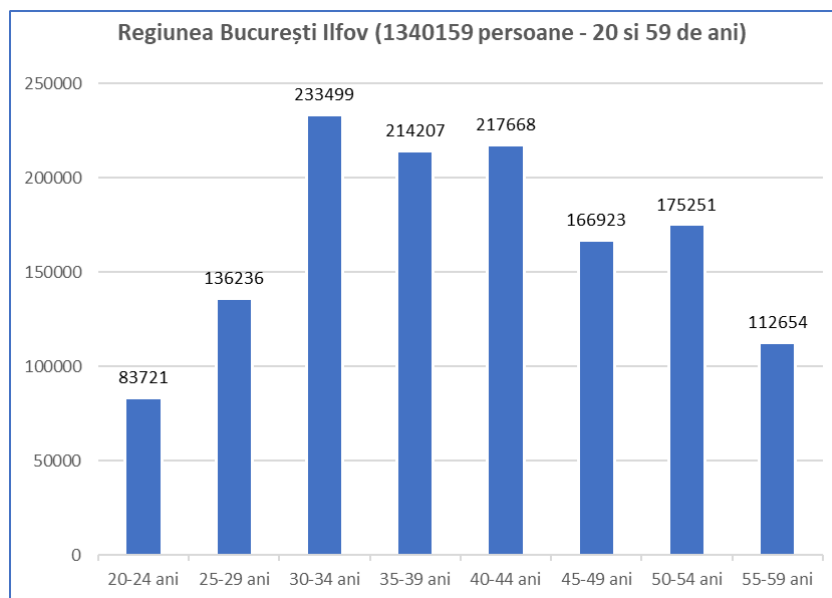
⁴⁸ "Economia Colaborativă", septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM

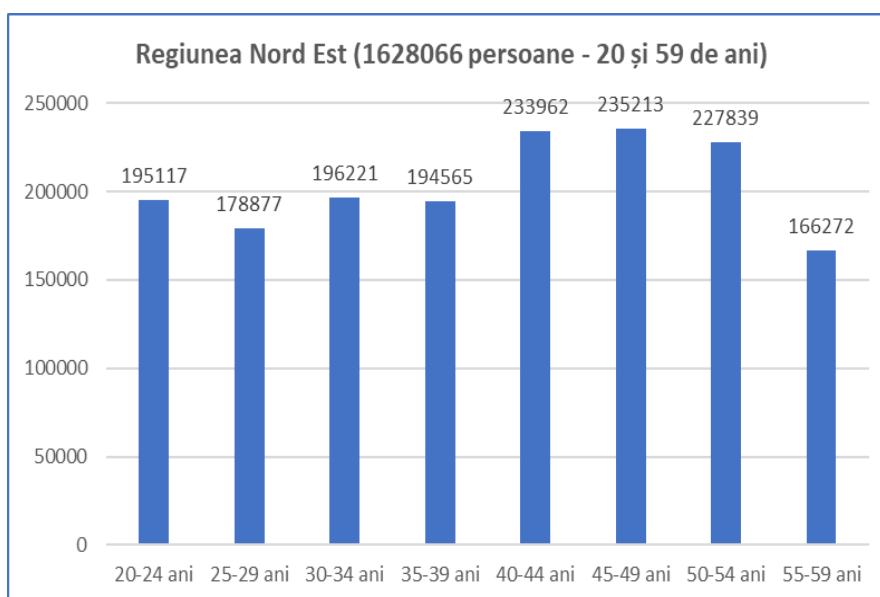
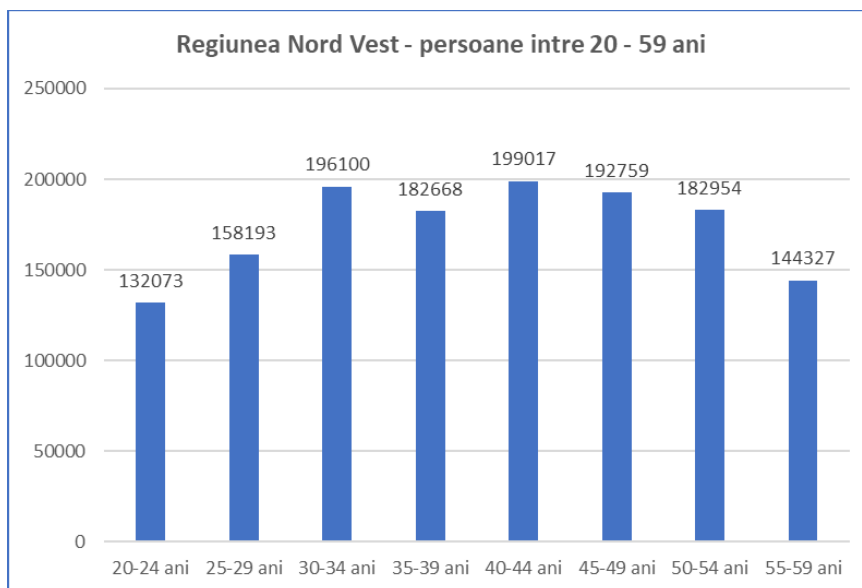
10. Bibliografie

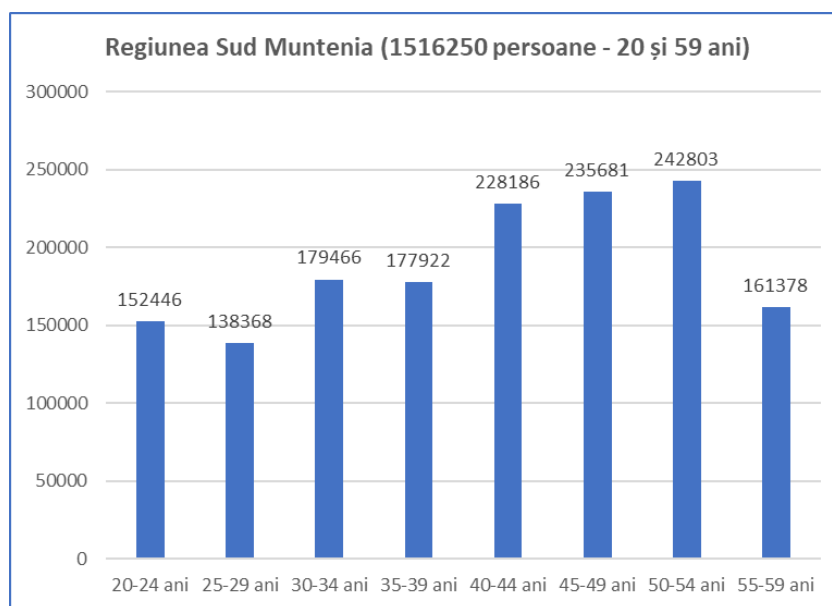
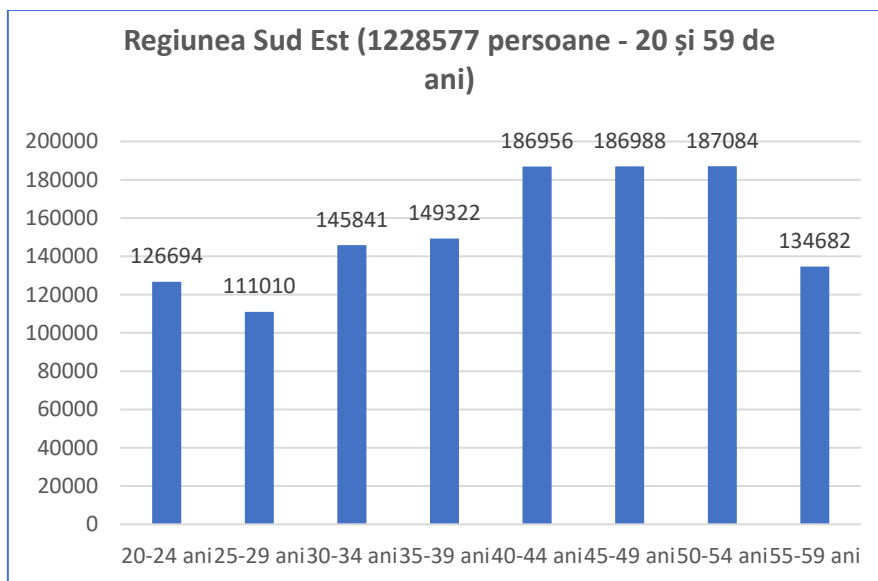
- /1/ "Ghidul trainerului", Doru Curteabu, Iulia Chivu, Ion Popa, Editura Irecson, București, 2005
- /2/ <https://financer.com/ro/top-25-cei-mai-bogati-oameni-din-lume/>
- /3/ <https://executive.mit.edu/openenrollment/program/blockchain-technologies-business-innovation-and-application-self-paced-online/>
- /4/ <https://expressdebanat.ro/uvt-propune-surprize-pentru-anul-2020-va-introduce-primul-curs-post-universitar-cu-specializare-in-domeniul-blockchain/>
- /5/ <https://www.raiffeisen.ro/despre-noi/media/comunicate-de-presa/>
- /6/ "Antreprenoriat inovativ dincolo de limitele cunoașterii", Vichentie Maniov și Paul Bock, Cosmopolitan Art, 2020
- /7/ "Antreprenoriatul și inovarea", Vichentie Maniov, Horațiu Șoim, Klasu B Schebesch, Zilele Academice, Universitatea de Vest din Arad, 19 mai 2017
- /8/ "Promovarea culturii antreprenoriale și formare antreprenorială în județul Sălaj", Vichentie Maniov, Horațiu Șoim, Corneliu Someșean, Florin Ignat
- /9/ "Rolul educației specifice în dezvoltarea antreprenoriatului", Simona Cojocărescu, simpozionul "Antreprenoriat și inovare în secolul 21", 20 noiembrie 2020
- /10/ "Economia Colaborativă", septembrie 2020, Simona Cojocărescu. Flavia Isabella Banciu, Interlog COM
- /11/ "Myth Busters: discuție transparentă despre antreprenoriatul din România în 2020", Dragoș Jaliu,
- /12/ "Banii în mișcare", emisiune digi24.ro din 10.11.2020, Iancu Guda,
- /13/ www.listaфирme.ro
- /14/ www.wikipedia.org
- /15/ www.insse.ro

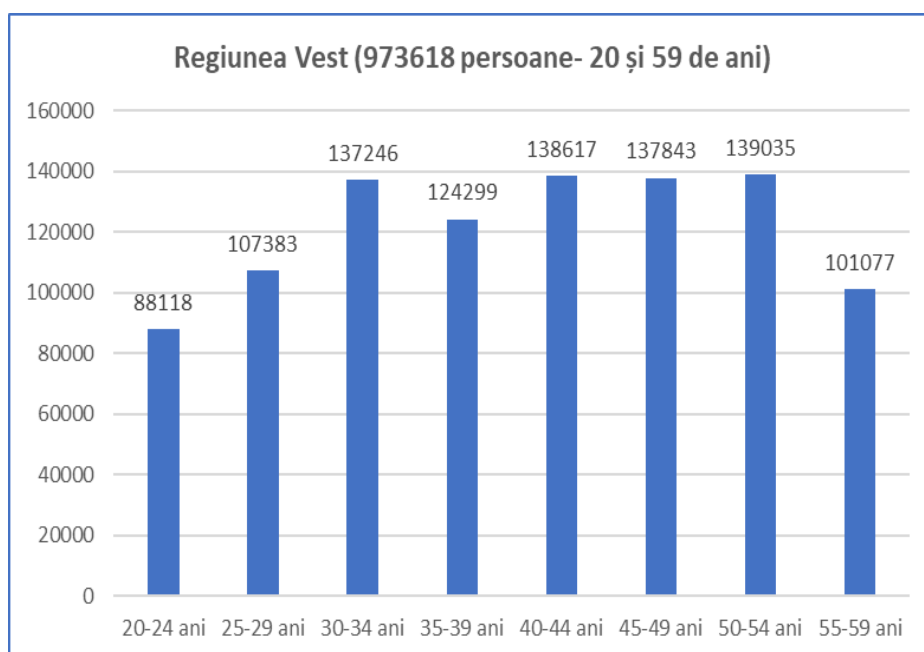
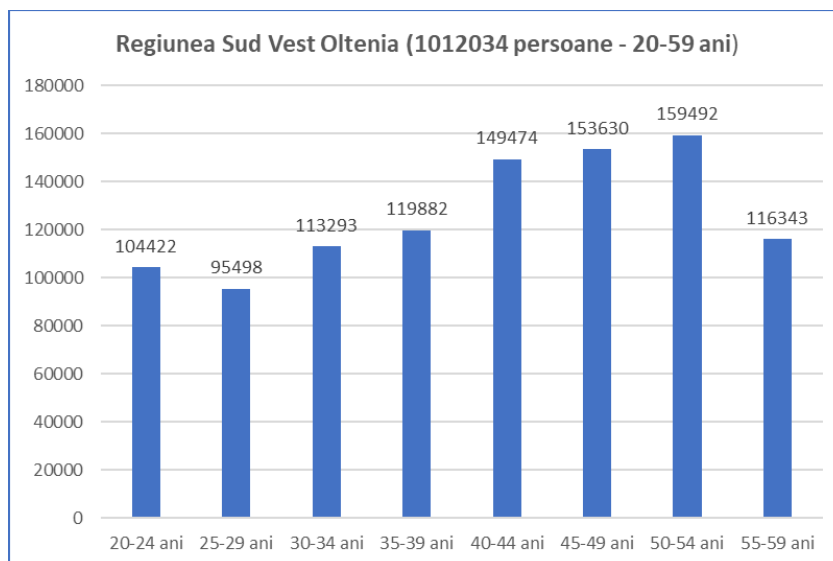
Anexa 1

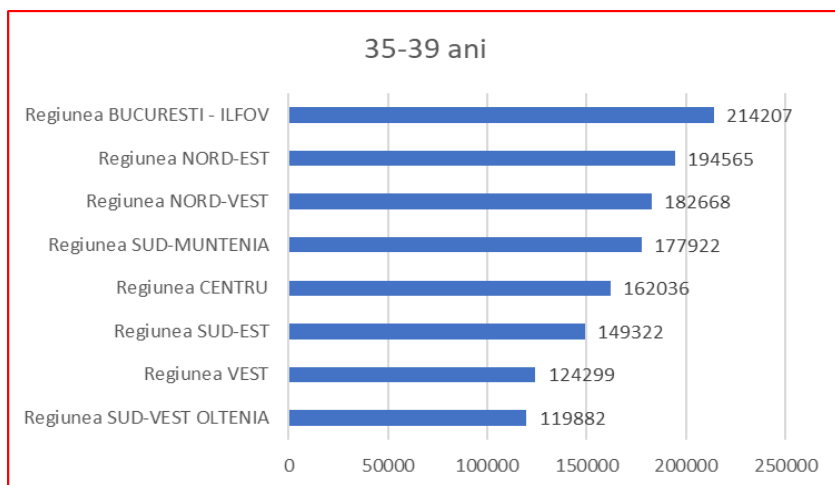
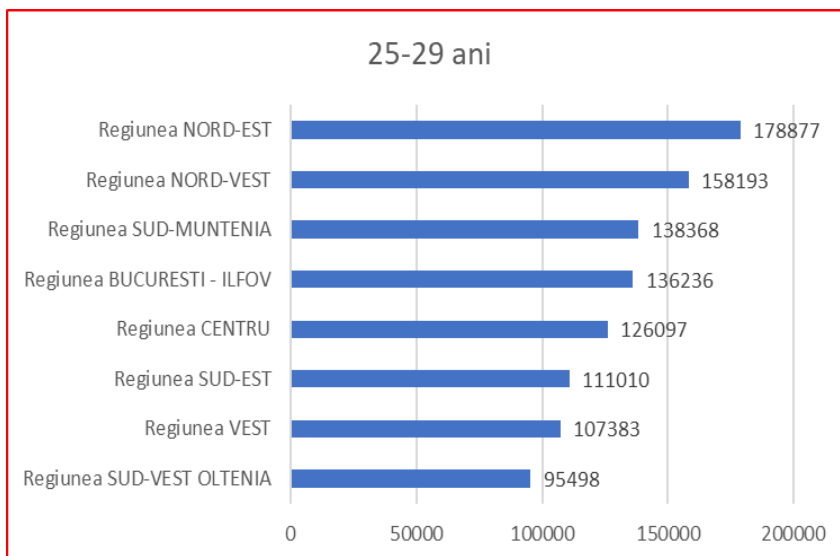
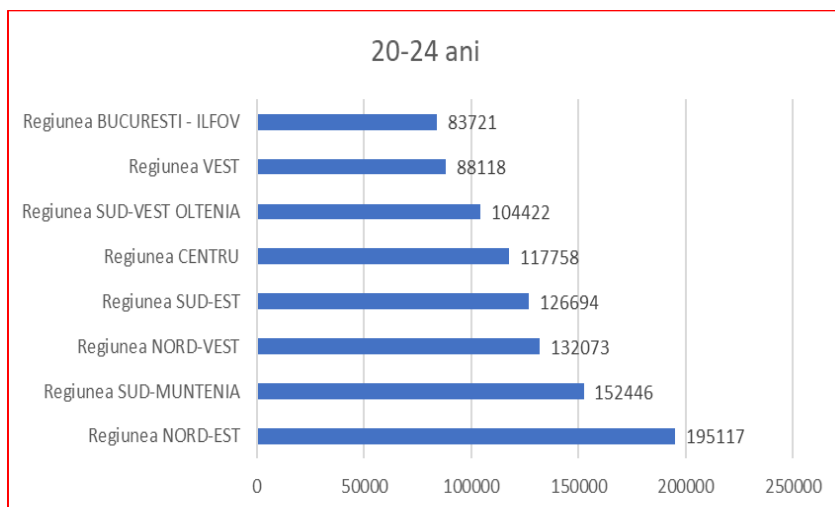
Distribuția populației pe regiuni și pe grupe de vârstă (20-59 de ani)







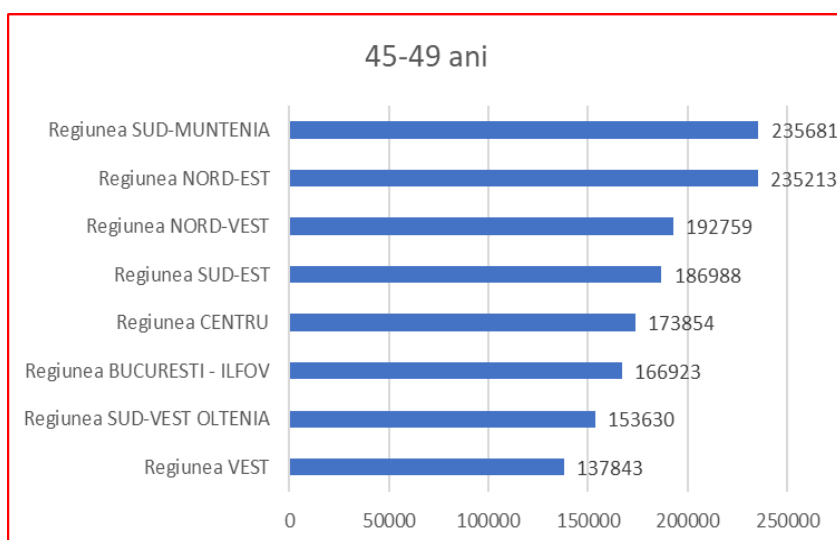
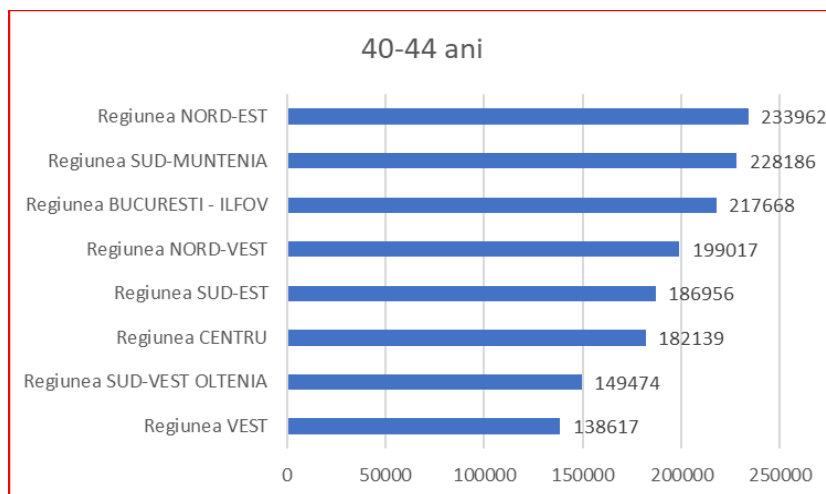


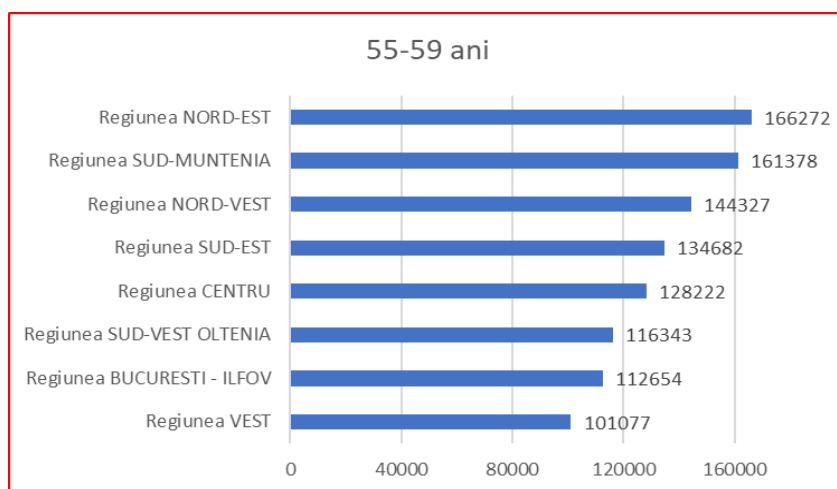
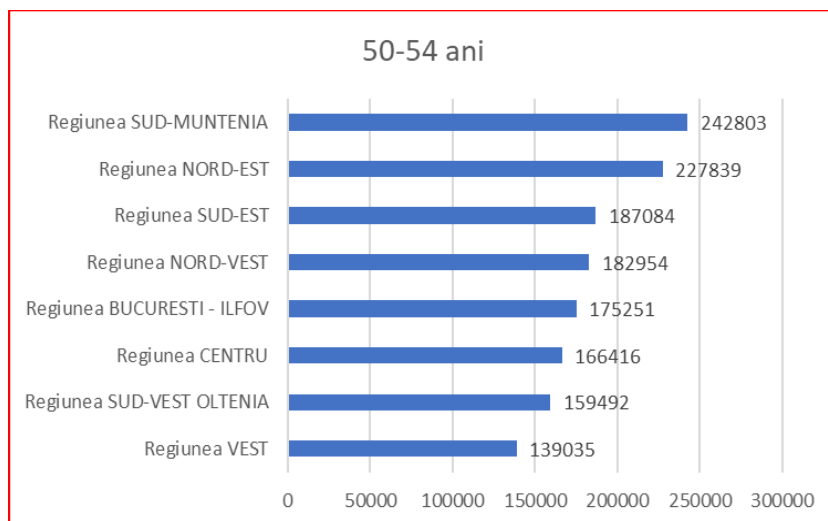


Program Operațional Capital Uman

Titlul Proiectului: **Acasă e cel mai bine-
startup antreprenorial pentru Diaspora**

Cod: MySMIS 107562







Acasă e cel mai bine

startup antreprenorial pentru Diaspora



www.diaspora-startup.ro

“Acasă e cel mai bine - Startup antreprenorial pentru Diaspora”
POCU/89/3/7/107562

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa prioritară 3 „Locuri de muncă pentru toți”
Obiectivul specific 3.7 “Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu
profil nonagricol din zona urbană”

Editor: Eurotraining Solution S.R.L.
Calea Plevnei nr. 139, Sector 6, București
contact: office@e-trainings.ro

Data publicării: noiembrie 2020

Acest material se distribuie GRATUIT.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României. Pentru mai multe informații despre fondurile structurale din România vizitați www.fonduri-ue.ro