Iulie 2020

Studiul privind ecosistemul antreprenorial inovativ din România

Denumire pachet de lucru: A4.6. Cadru strategic privind antreprenoriatul inovativ

Autori:
Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării (UEFISCDI)

Experții cheie:
Elena Simion

București, 2020

Cuprins:

Cuprins: 2
Remarci introductive 3
PARTEA I: Modele, surse și instrumente de cercetare 3
I.1 Modelul ecosistemului antreprenorial 3
I.2 Surse 4
PARTEA A DOUA. Pilonii ecosistemului antreprenorial 4
II.1. Politici publice 5
II.1.1 Instituții, antreprenori și politici publice 5
II.1.2 Buna guvernanță 6
II.2 Cultură 7
II.2.1 Intenționalitate ridicată pentru începerea de noi afaceri 7
II.3 Finanțe 8
II.4 Suport 9
II.4.1 Antreprenoriat incluziv 9
II.4.2 Despre educație antreprenorială 9
II.5 Capital uman 10
II.6 Piețe 11
PARTEA A TREIA: Indexul ecosistemului antreprenorial 11
III.1. Metodologia Indicelui ecosistemului antreprenorial din România 11
III.2. REEI 2020 și alte studii legate de ecosistemul antreprenorial românesc 12
PARTEA A PATRA: Ecosistemul antreprenorial inovativ 13
Analiza chestionarului privind ecosistemul antreprenorial inovativ 13
V. Concluzii și recomandări 31
Bibliografie 33

Remarci introductive

Documentul analizează actualul ecosistem antreprenorial românesc și urmărește să evalueze dezvoltarea acestuia, punând accent pe dimensiunea inovativă a acestuia. Acest studiu este format din patru capitole. În capitolul unu, ne concentrăm pe modele, surse si instrumente de cercetare. Al doilea capitol discută fiecare dintre cei șase piloni ai ecosistemului antreprenorial: politică, cultură, capital uman, finanțe, suport și piețe. Al treilea capitol descrie diferențele dintre REEI 2015 și REEI 2020. Al patrulea capitol abordează inovația. Capitolul final integrează recomandări de dezvoltare a ecosistemului.

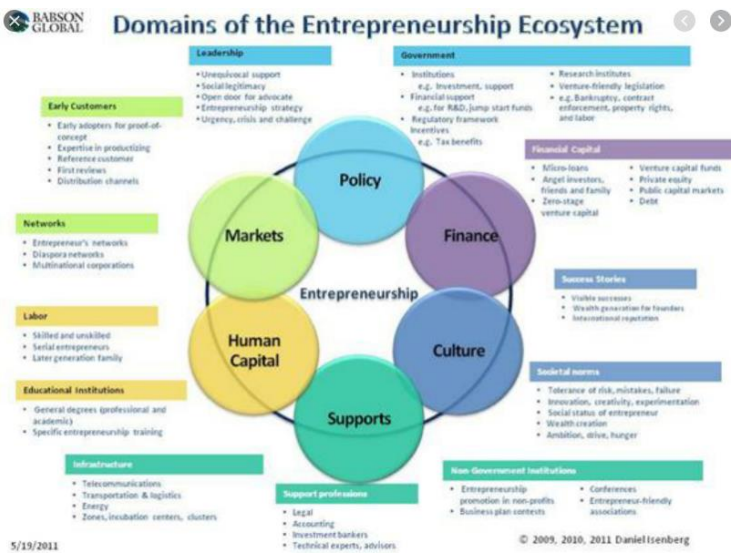
PARTEA I: Modele, surse și instrumente de cercetare

În cadrul analizei a fost utilizată o strategie complexă de cercetare, care a îmbinat metode calitative și cantitative. Setul de metode și tehnici utilizate pentru colectarea datelor include:

1. Ancheta prin chestionar - 161 de participanți, februarie-martie 2020
2. Analiza documentară și analiza secundară a datelor :
    - Indici internaționali și rapoarte de țară, Indicii Global Entrepreunership, Doing Business, Small Business Act, Global Entrepreneurship Monitor, indicii European Innovation, indicii Eco-Innovation
    - Modele de analiză a ecosistemelor antreprenoriale
    - Articole de specialitate
    - Rapoarte ale ecosistemului antreprenorial din România

I.1 Modelul ecosistemului antreprenorial

Modelul ecosistemului evidențiază faptul că nu există un singur factor-cheie de succes pentru antreprenoriat sau inovare. În schimb, se concentrează pe interacțiunea dintre diverși factori care facilitează antreprenoriatul și inovarea. Conform Modelului Babson (Isenberg, 2011), fiecare țară și fiecare regiune au arătat o configurație unică a următorilor șase piloni ai antreprenoriatului: politică, capital uman, cultură, suport, finanțe și piețe. Relația dintre acești piloni stabilește gradele de echilibru, durabilitate și inovare a ecosistemului. Dinamica sa depinde de factori internaționali și naționali, precum și de specificul cultural local.



Sursă: Babson Entrepreneurial Ecosytem Programme, US, 2011, http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/08/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics

I.2 Surse

Pe plan internațional, numărul cercetărilor asupra ecosistemului antreprenorial a crescut considerabil în ultimul deceniu, drept urmare au fost proiectati diferiți indici și modele pentru a evalua antreprenoriatul la nivel național sau regional. Recent, ecosistemul inovării și ecosistemul antreprenorial digital (Sussan și Acs, 2017) au început să fie dezvoltate pentru a evalua și a găsi alte modalități de dezvoltare. Pe lângă datele din European Innovation Scoreboard, The Eco-Innovation Scoreboard, Bertelsmann Transformation Index, date relevante la nivel național au fost preluate si din surse precum Eurostat, World Economic Forum, World Data Atlas, Studiul European Values Social, Small Business Act sau Doing Business.

PARTEA A DOUA. Pilonii ecosistemului antreprenorial

Partea a doua prezintă fiecare dintre cei 6 piloni ai ecosistemului antreprenorial, conform Modelului Babson (Isenberg, 2011): politică, cultură, finanțe, piețe, suport și capital uman. Contrastele puternice ale dezvoltării dintre și în interiorul regiunilor României, fac dificilă măsurarea ecosistemului antreprenorial din România. Există diferențe acute și abrupte între regiunile urbane și cele rurale din întreaga țară, diferențe regionale și diferențe culturale majore între București și alte orașe.

Discrepanțele în dezvoltare se reflectă și în discrepanțele din ecosistemul antreprenorial. România oferă o imagine mixtă în ceea ce privește evaluarea antreprenoriatului, așa cum a menționat Small Business Act în evaluarea sa din 2019, astfel încât decizia asupra politicilor ce trebuie priorizate devine dificilă. Logica de depășire a discrepanțelor și clivajelor domină scena politică adresând următoarele: clivajele dintre regiuni, din cadrul regiunilor și cele dintre România și țările occidentale.

II.1. Politici publice

În ultimul deceniu, decalajele dintre România și țările occidentale au continuat să crească în ceea ce privește inovația și buna guvernanță, fapt care afectează intens sustenabilitatea ecosistemului antreprenorial din țară. Aceasta se datorează faptului că România se concentrează pe creșterea numărului de întreprinderi, indiferent de natura și impactul lor asupra ecosistemului, în timp ce alte țări se concentrează pe inovare și afaceri care aduc plus valoare. Această abordare duce mai degrabă la accentuarea punctelor slabe ale ecosistemului antreprenorial românesc în termeni de număr insuficient de IMM-uri, inovare slabă, creștere antreprenorială insuficientă și stabilitate. Alții susțin că, chiar dacă dezvoltarea românească este comparativă cu țările occidentale, aceasta poate urma o cale diferită. Acesta este cazul țărilor care au ajuns la o dezvoltare semnificativă fără a concepe o strategie de aliniere la abordarea vestică. Aceste țări, desi continuă să prezinte discrepanțe și asimetrii comparativ cu altele, reușesc să rămână competitive.

II.1.1 Instituții, antreprenori și politici publice

Politicile publice sunt importante atât din perspectiva sustenabilității, cât și din cea a inovării. Un mod sustenabil de elaborare si implementare a politicilor publice implică stabilitatea si predictibilitatea necesară modelelor proiectate pentru un mediu de afaceri favorabil.

Statul ar trebui sa joace, în continuare, un rol în creșterea performanței economice a unei țări. S-a demonstrat că succesul economic se obține nu în condițiile unui stat minimal, ci printr-unul mai flexibil, capabil să modeleze realitatea prin voință politică.

INSTITUTIONAL VARIABLES		INDIVIDUAL VARIABLES	
Market Agglomeration	0.44	Opportunity Recognition	0.51
Tertiary Education	0.54	Skill Perception	0.57
Business Risk	0.44	Risk Perception	0.39
Internet Usage	0.37	Know Entrepreneurs	0.47
Corruption	0.51	Career Status	0.74
Economic Freedom	0.45	Opportunity Motivation	0.56
Tech Absorption	0.40	Technology Level	0.70
Staff Training	0.58	Educational Level	0.63
Market Dominance	0.43	Competitors	0.55
Technology Transfer	0.47	New Product	0.58
GERD	0.44	New Tech	0.79
Business Strategy	0.40	Gazelle	1.00
Globalization	0.61	Export	0.86
Depth of Capital Market	0.52	Informal Investment	0.89
Institutional	0.47	Individual	0.66

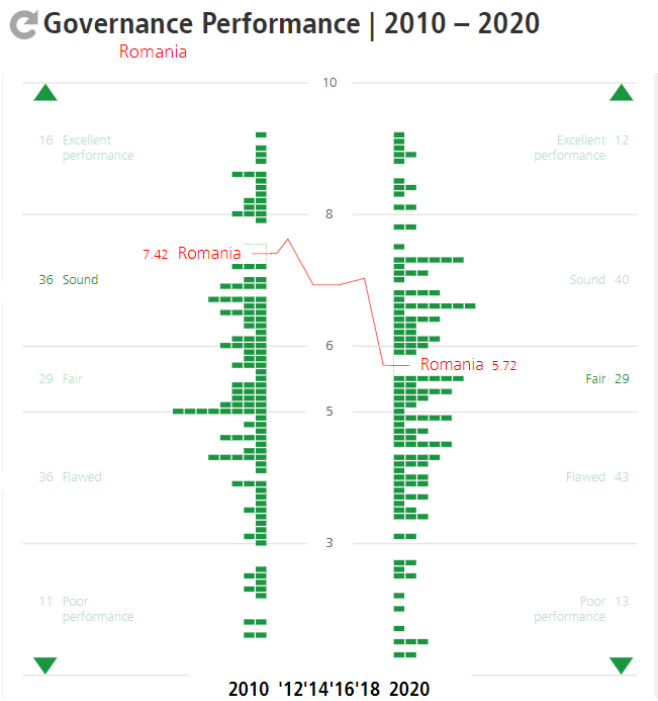
Sursa: Global Entrepreneurship Development Index, Romania, 2020

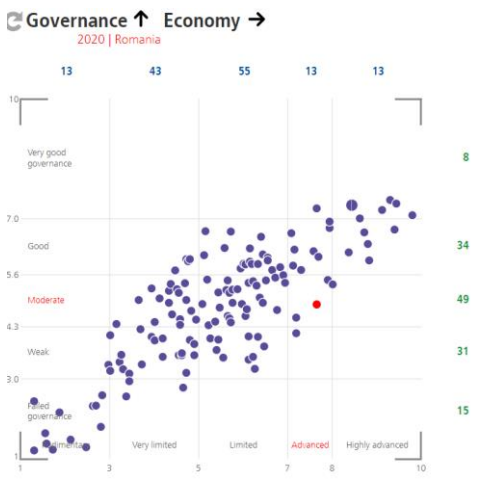
Față de 2015, oamenii identifică mai multe oportunități pe piață. Scorul a crescut de la 0,26 la 0,51, ceea ce reflectă ponderea populației active care identifică oportunități de a începe o afacere în zona în care locuiesc.

II.1.2 Buna guvernanță

Cercetările arată că dezvoltarea economică începe odată cu întărirea instituțiilor și abia apoi activitatea antreprenorială ar trebui să fie orientată către inovare (Ács și Szerb, 2009). În mod similar, buna guvernanță alimentează inovația, așa cum susține Pippidi (2015). Articolul său publicat în Nature în 2015 subliniază că corupția instituțiilor publice și meritocrația insuficientă sunt factori care inhibă inovația.

Pentru a îmbunătăți măsurile de guvernanță, România a încercat, de asemenea, să micșoreze decalajul prin creșterea cantitativă a parteneriatelor dintre stat și organizații neguvernamentale șau întreprinderi. Totuși, în România birocrația nu e îndeajuns de solidă, ca în statele dezvoltate occidentale, astfel că nu își îndeplineste rolul de a dezvolta afacerile administrative ale statului. Buna guvernare în România este încă un deziderat și, în mare măsură, numărul parteneriatelor crește fără a îmbunătăți însă calitatea.





Nu e îngrijorător doar faptul că România înregistrează astăzi un nivel scăzut de guvernanță, ci e mult mai îngrijorător faptul că buna guvernare în România, la fel ca și inovarea, se află pe un trend descendentă în ultimul deceniu

Conform Transformation Index BTI, observăm că România are un scor scăzut în indicele de guvernanță și, de asemenea, că e nevoie de imbunătățirea indicelui de Steering Capability și a indicelui ce măsoară eficiența resurselor. Spre exemplu, Estonia are 7,46 puncte și Coreea de Sud 6,65 și în nicio țară cu un scor de guvernanță mic nu s-au dezvoltat ecosisteme antreprenoriale de succes.

II.2 Cultură

II.2.1 Intenționalitate ridicată pentru începerea de noi afaceri

Treptat, tot mai multe țări au început să se concentreze pe dezvoltarea antreprenoriatului pentru dezvoltare economică. Factorii de decizie, profesioniști in domeniu, antreprenorii și reprezentanții mediului academic, cu toții consideră că un ecosistem antreprenorial sănătos generează creștere economică. De asemenea, există un sprijin larg pentru dezvoltarea antreprenoriatului în România. Societatea, în general, încurajează antreprenoriatul, un procent ridicat de români își doresc să devină antreprenori, iar antreprenorii se bucură de un statut respectat, chiar și în comparație cu alte țări europene și cu media europeană. Mai mult de atât,

au fost mulți ani în care România s-a clasat pe primul loc în Uniunea Europeană în ceea ce privește idealurile antreprenoriale.

Mai mult, studiile realizate de Global Entrepreneurship Monitor despre România arată că există un procent foarte mare de oameni care se consideră pregătiți pentru dezvoltarea unei afaceri. Aceștia sunt numiți antreprenori de intenție și se găsesc în număr foarte mare în comparație cu alte țări din regiune: 32% în România, comparativ cu 22% în Croația, 15% în Ungaria, 22% în Lituania sau 19% în Polonia (Global Entrepreneurship Monitor, 2014). De asemenea, România ocupă primul loc în regiune în ceea ce privește procentul tinerilor antreprenori, a antreprenorilor la început de drum (TEA) și a intraprenorilor.

Antreprenoriatul în România continuă să fie pe un trend ascendent. Potrivit studiului realizat de iVOX în 2019 (Raiffeisen Bank, 2019), 70% dintre români consideră că antreprenoriatul este cheia creșterii economice și jumătate dintre angajații români vor să devină antreprenori. Unul din doi români din mediul urban vrea să devină antreprenor

II.3 Finanțe

Finanțele și suportul evaluează disponibilitatea financiară pentru proiecte de inovare și sprijinul oferit de guverne pentru activități de antreprenoriat și inovare.

Sectorul microfinanțării românești, deși este destul de bine dezvoltat în general, este limitat de lipsa fondurilor de creditare, de proceduri complicate și de lipsa de acces a grupurilor țintă la antreprenoriat incluziv. Finanțarea și asistența sunt din ce în ce mai ușor disponibile locuitorilor din mediul rural, în sine un grup dezavantajat pe piață (OCDE, 2018).

Mai multe programe generale și oportunități directe de finanțare care vizează sprijinirea IMM-urilor existente și crearea de noi afaceri sunt descrise în raportul de țară privind antreprenoriatul incluziv din 2018 (OCDE, 2018). Analiza actuală evidențiază faptul că barierele de acces la capital reprezintă o slăbiciune a întregului ecosistem. Chiar dacă există diferite tipuri de posibilități de finanțare, cum ar fi băncile, instituțiile de microfinanțare, VC / Angel Investors / Private Equity, crowdfunding și fonduri europene, eficiența și competitivitatea pieței financiare sunt limitate

Accesul limitat la finanțare rămâne una dintre constrângerile majore ale creșterii și dezvoltării antreprenoriatului în Uniunea Europeană și, în special, în România și mai ales în primele etape ale unei afaceri.

II.4 Suport

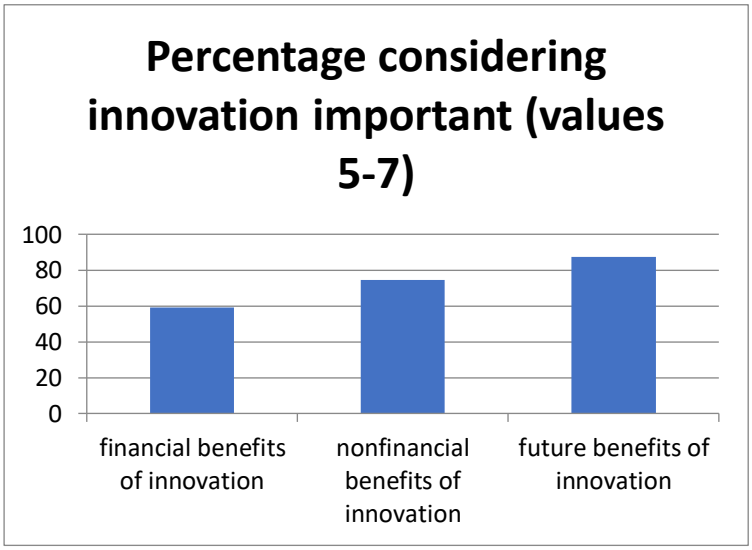
II.4.1 Antreprenoriat incluziv

Antreprenoriatul incluziv se referă la stimularea oricărui grup social și economic pentru a crea noi afaceri. Acesta este promovat în strategia Uniunii Europene datorită capacității sale de a conduce la incluziune socială, creare de locuri de muncă, inovație și cercetare și dezvoltare. Din 2014 până în 2020, România și-a asumat o strategie generică de consolidare a antreprenoriatului prin măsuri politice axate pe îmbunătățirea accesului la finanțare, administrare receptivă și antreprenoriat (Strategia guvernamentală românească pentru dezvoltarea IMM-urilor și a mediului de afaceri (RGSDSMEBE, 2020, OCDE, 2018). Strategia abordează incluziunea, crearea de locuri de muncă în zonele rurale, educația antreprenorială și programe de sprijin care vizează în mare parte grupurile sociale vulnerabile sau defavorizate. Pe scurt, România adresează lunga sa moștenire de disparități accentuate între mediul rural și urban prin sprijinirea antreprenoriatului în medii defavorizate, cu condiția creării de noi locuri de muncă.

România are rezultate bune în ceea ce privește indicatorii pentru antreprenoriat incluziv, dar trebuie să-și consolideze performanțele. Măsurile recomandate vizează consolidarea antreprenoriatului: elaborarea de planuri de acțiune pentru sprijinirea antreprenoriatului pentru diverse grupuri-țintă și îmbunătățirea practicilor de business în general.

II.4.2 Despre educație antreprenorială

În cazul României, am analizat impactul inovării în antreprenoriat.



Importanța inovării a fost măsurată pe o scară de la 1 la 7, unde 1 înseamnă importanță scăzută și 7 maximă. Dacă îi luăm în considerare doar pe cei care au acordat note de 5, 6 sau 7, devine evident că majoritatea antreprenorilor consideră că inovația este importantă. Aproape 60% dintre respondenți consideră că beneficiile financiare ale inovației sunt importante, în timp ce 74,6% consideră că sunt importante beneficiile nefinanciare ale inovației. Mai mult, aproape 90% dintre antreprenori consideră că inovația are beneficii importante pentru viitorul companiilor lor. Aceste rezultate arată clar că majoritatea antreprenorilor apreciază inovația în toate dimensiunile sale.

Corelațiile sugerează o relație directă și pozitivă între veniturile obținute din afaceri și sprijinul pentru inovare: **cu cât veniturile sunt mai mari, cu atât angajamentul de inovare este mai puternic.**

II.5 Capital uman

Capitalul uman reprezintă baza unei dezvoltării durabile. Importanța capitalului uman pentru ecosistemul antreprenorial este tocmai recunoașterea oamenilor ca sursă principală de creștere economică.

Situația capitalului uman în România ar putea fi rezumată pe scurt astfel: „are una dintre cele mai mari rate de migrație din întreaga lume”. Migrația din România a început în anii 90 și a devenit un fenomen masiv în jurul anului 2002. Cei necalificați și slab calificați au fost primii care au emigrat, lor urmându-le cei calificați și cei înalt educați. (Romania’s ‘brain drain’)

Migrația a dus la pierderi semnificative pentru ecosistemul românesc: fenomenul „brain drain” și rata crescută de dependență a adulților în vârstă, însoțite de deficiențe în zone precum îngrijirea acestora, pun în pericol viitorul României. România este afectată grav atât de fenomenul de brain drain cât și de brain waste, care se referă la profesioniștii care acceptă poziții inferioare pregătirii lor în schimbul unui standard de viață mai bun și unor salarii mai mari (Andrén și Roman, 2016), sperând să obțină astfel acces la oportunități profesionale, toate acestea fiind o strategie pentru migrație pe termen lung. Acești factori continuă să împiedice sustenabilitatea eforturilor de inovare și dezvoltare economică în general.

Dacă în urmă cu 30 de ani România avea o pondere rezonabilă a forței de muncă înalt educată, în special în domenii tehnice de nișă specializate, resursele de capital uman s-au deteriorat semnificativ prin migrația constantă. Marile atuuri reprezentate de specialiști în matematică și științe se estompează rapid. Mai mult, datele arată că România are cel mai mic procent de

absolvenți de învățământ terțiar din Uniunea Europeană - 26,3% pentru segmentul de vârstă de 30 - 34 de ani (Eurostat, 2018). La nivel national, încă nu a fost identificată o soluție care să oprească migrația forței de muncă de înaltă calificare și educată din România.

II.6 Piețe

În domeniul antreprenoriatului, România se află peste media UE. În 2018 și 2019, Small Business Act a subliniat în mod repetat importanța accentului pus pe competențe, inovare și pe piața unică. Aceștia recomandă punerea bazelor pentru dezvoltare în materie de „internaționalizare" și „acces la finanțare" și, în continuare, pe promovarea exporturilor, încurajarea investițiilor private, pe surse alternative de finanțare și pe stimularea competențelor TIC. Cele mai recente provocări se referă la transpunerea promptă a legislației Uniunii Europene și la sprijinirea IMM-urilor pentru a le ajuta să tranzacționeze mai mult on-line și să își dezvolte și să-și dezvolte abilitățile în domeniul TIC. În paralel, sunt necesare și reglementări mai adecvate problemelor curente.

PARTEA A TREIA: Indexul ecosistemului antreprenorial

III.1. Metodologia Indicelui ecosistemului antreprenorial din România

Primul studiu exploratoriu al UEFISCDI asupra ecosistemului antreprenorial român a fost realizat în 2015 și publicat în 2016 (Curaj, A., Mitroi, M., Paul, C, Saftescu, R. Simion, E. (2015). Această perioadă a marcat creșterea interesului pentru susținerea atât a antreprenoriatului, cât și a antreprenoriatului social la nivel european și național în perioada 2014-2020 (International Expert Workshop Joint Centrul de cercetare-IPTS, iulie 2014). Studiul actual urmărește măsura în care România a reușit să construiască un mediu mai propice pentru antreprenoriat și caută să cartografieze și să analizeze factorii care facilitează sau care obstrucționează inovarea și dezvoltarea afacerilor în România.

„Indexul ecosistemului antreprenorial din România" (REEI) a fost creat de UEFISCDI. Bazele studiului au avut ca reper metodologia oferită de Endeavour Insight, o organizație non-profit dedicată antreprenoriatului cu impact ridicat. Indicele reunește cinci măsuri-cheie ale antreprenoriatului: „inspirație", „consultanță", „experiență de muncă", „mentorat" și „investiții". Pentru a înțelege mai bine mediul antreprenorial, REEI a grupat cele cinci măsuri-cheie în două categorii: prima care vizează aportul personal reunește inspirația, consultanța și experiența de muncă, iar cea de-a doua vizează impactul și grupează mentoratul și investițiile. După 5 ani de la realizarea primului studiu și folosind aceeași metodologie ne-am propus să actualizăm și să analizăm, cu ajutorul unui chestionar efectuat în lunile februarie și martie 2020,

REEI 2020. Indicele REEI subliniază capacitatea ecosistemului antreprenorial de a crea, crește și susține antreprenori, arătând gradul său de maturitate.

III.2. REEI 2020 și alte studii legate de ecosistemul antreprenorial românesc

S-a constatat că, în comparație cu 2015, indicele dezvoltării ecosistemului antreprenorial a crescut cu 30%, de la 4,5 la 5,8 în 2020, pe o scară de la 1 la 10, aceasta fiind o dovadă a creșterii dezvoltării și robusteței ecosistemului (REE, 2015).

Sursele de inspirație pentru a deveni antreprenor sunt acum mai diversificate: pe lângă sursele de inspirație consacrate pentru antreprenori, precum familia sau prietenii, au fost identificate și altele, printre care cele mai frecvente sunt alți antreprenori (18%) și experiență de muncă anterioară în alte organizații (23%). Față de 2015, există unele diferențe în diversificarea surselor financiare pentru a începe o afacere, în sensul în care împrumuturile și subvențiile bancare sunt utilizate împreună cu economiile personale sau familiale. Un alt fapt interesant il reprezintă procentul din ce in ce mai mare al antreprenorilor care cauta sprijin de la profesionisti in domeniu, peste 53% confirmand ca au apelat la acestiain mod informal si 34% in mod formal. Acesti specialisti se gasesc in procent de peste 60 % (67.3% mai exact) in mediul privat. Alte medii de contact cu specialistii sunt in cadrul institutelor de cercetare sau in mediul universitar (43%), sunt liber-profesionisti (27.5%) sau apartin mediului non-guvernamental (16.3%).

Studiul realizat de Ernst și Young (2019) arată că pentru 41% dintre respondenți, mentoratul și discuțiile cu alți antreprenori reprezintă principala sursă de învățare. Mentoratul poate ajuta companiile care își propun să se extindă, însă programele naționale nu au resurse pentru a oferi mentorat la scară națională. Mentoratul trebuie să fie asociat cu alte resurse inspiraționale precum networking cu profesioniști în consultanță în afaceri, management și marketing. Networking-ul și asumarea riscurilor ar trebui să fie esențiale, ele fiind modalitatea prin care procesul de inovare are loc astăzi în detrimentul ierarhiilor și al piețelor.

În ceea ce privește analiza factorilor de succes pentru antreprenoriat, situația s-a schimbat față de 2015. În 2015, antreprenorii considerau ca factorul cu cea mai mare influenta pentru succesul afacerii il constituiau **relatiile sociale** - 46.3% (Curaj, A., Mitroi, M., Paul, C, Saftescu, R. Simion, E. (2015) *The Romanian Entrepreneurial Ecosystem. An Exploratory Study)*. Ele erau urmate de experiență (44.3%), educație (36.7%), mentorat (31.1%) și poziționarea în incubatoare/acceleratoare (16.8%). Datele din prezent aduc o modificare a clasamentului, in sensul ca pe primul loc se gaseste **educația** (48.4%), urmată de experiența

anterioară (44%), relațiile sociale (34.78%), mentorat (18.6%) și poziționarea în incubatoare/acceleratoare (13.04%). Se poate concluziona de aici ca ecosistemul antreprenorial românesc a dobândit mai multă maturitate, iar educația și experiența anterioară au mai multă greutate în managementul unei afaceri decât stabilirea de relații sociale.

PARTEA A PATRA: Ecosistemul antreprenorial inovativ

Acest capitol abordează ecosistemul antreprenorial inovativ. Astăzi, inovarea are o importanță deosebită, deoarece este considerată motorul economiei și al creativității. Resursa umană specializată și cercetarea și dezvoltarea sunt factori-cheie pentru sporirea inovării. Există disparități enorme în peisajul de inovare al României: există pe de o parte insulele de excelență și acces la un bazin de talente, dar care pe de altă parte este pe punctul de a fi epuizat.

În același timp, România e locul de naștere a Uipath, primul unicorn al României. Uipath este cel mai mare furnizor Mondial în materie de robotizare a proceselor și software AI și este, la momentul actual, compania de software cu cea mai rapida rată de creștere din lume. Totodată, Emag, cel mai mare retailer online român a devenit canditat la statutul unicorn.

Diferențele regionale existente în România se reflectă și asupra antreprenoriatului inovativ. Până în 2013, Regiunea Ilfov din București a preluat majoritatea resurselor, în schimb, volumul investițiilor în start-up-uri inovatoare este mai mare în regiunile mai puțin specializate. Paradoxal, Bucureștiul și Clujul au fost defavorizați de finanțarea din ultimii ani și, prin urmare, investițiile financiare s-au îndreptat către regiuni mai puțin specializate și inovatoare, care afectează robustețea, maturitatea și inovarea ecosistemului antreprenorial al țării. Mai mult, deconectarea dintre prioritățile de finanțare la nivel național și nevoile de finanțare la nivel regional continuă să fie o barieră pentru dezvoltarea proiectelor (Roman, L. 2014 Regional Innovation Monitor Plus. Raportul privind inovația regională România de Nord-Vest, Grupul Technopolis).

Analiza chestionarului privind ecosistemul antreprenorial inovativ

Pentru analiză a fost dezvoltat un chestionar care să măsoare gradul de inovare al antreprenoriatului românesc, adresând o serie largă de actori din diverse domenii. Ancheta și-a propus să analizeze trei perspective:

1) Să evalueze comportamentul antreprenorilor în cadrul ecosistemului, acordând o atenție specială asupra comportamentului inovator.

2) Să înțeleagă percepțiile și atitudinile antreprenorilor care fac parte din ecosistemul antreprenorial, cu un accent special pe dificultățile întâmpinate în procesul de inovare, colaborare și comercializare;

3) Să genereze indexul ecosistemului antreprenorial.

Participanții

Participanții la acest studiu au fost antreprenori români. Aceștia au fost selectați folosind eșantionarea de convenienței din toate cele opt regiuni de dezvoltare. Au fost 161 de participanți, 109 bărbați (38% dintre bărbați aveau studii doctorale) și 42 de femei (63,4% dintre femei aveau studii doctorale). Aria de vârstă a fost între 18 și 65 de ani. Jumătate dintre participanți sunt înregistrați în Brainmap, platforma online națională lansată de UEFISCDI cu scopul de a reuni cercetători și antreprenori din toată România. In ceea ce priveste tipul de companie in care lucreaza respondentii, un procent foarte mare il reprezinta IMM-urile (59.7%). Urmatoarele au fost Afaceri de tip start-up (18.2%) si Afaceri individuale (17.6%). Afacerile de familie reprezinta 14.5%, iar PFA-urile 3.1%. Ca reprezentare geografica, cei mai multi respondenti au fost din zona Bucuresti-Ilfov (76 respondenti). Urmatoarele regiuni unde s-au înregistrat mai multe răspunsuri au fost Centru (36), Nord Vest (33) și Nord Est (30). Restul regiunilor au înregistrat între 22 si 25 de raspunsuri.

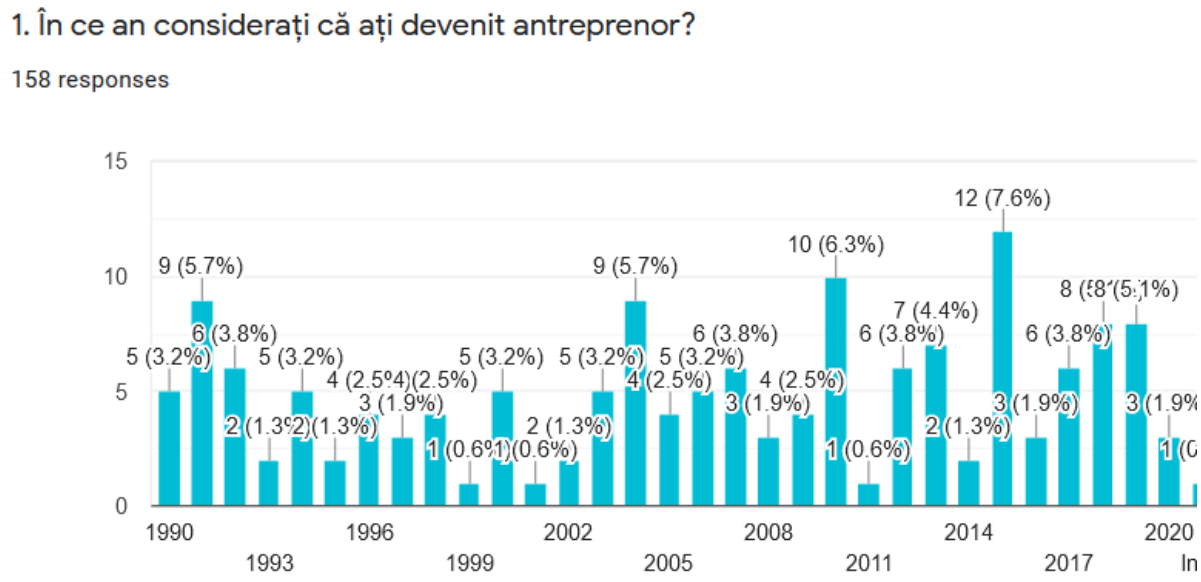
Procedura

Participanților li s-a solicitat să participe la studiu printr-un sondaj online realizat în februarie și martie 2020. Procedura de colectare a datelor a fost realizată prin utilizarea comunității Brainmap și a rețelelor de antreprenoriat și inovare strâns legate de hub-urile din țară, de clustere și de acceleratoarele de afaceri.

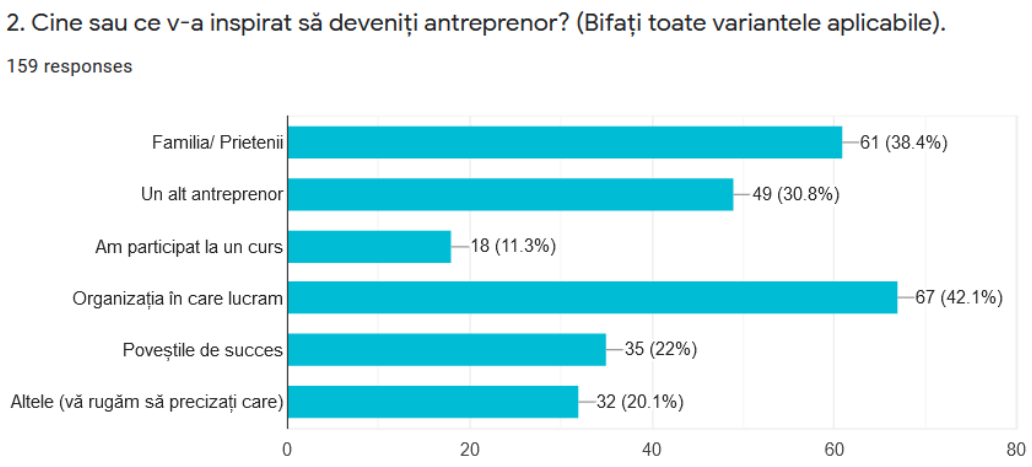
Instrumentele

The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) a fost utilizat pentru a descrie și analiza datele pentru acest studiu. Un criteriu de încredere de 95% a fost ales ca criteriu pentru testarea ipotezelor. Software-ul de analiză calitativă NVivo a fost utilizat pentru a obține o perspectivă mai largă asupra datelor prin utilizarea metodelor mixte de cercetare

Prima intrebare: “În ce an considerați că ați devenit antreprenor?” a înregistrat 158 raspunsuri (Respondenții au indicat date începand cu anul 1990 până în 2020. Anul 2015 a înregistrat cele mai multe răspunsuri – 12)



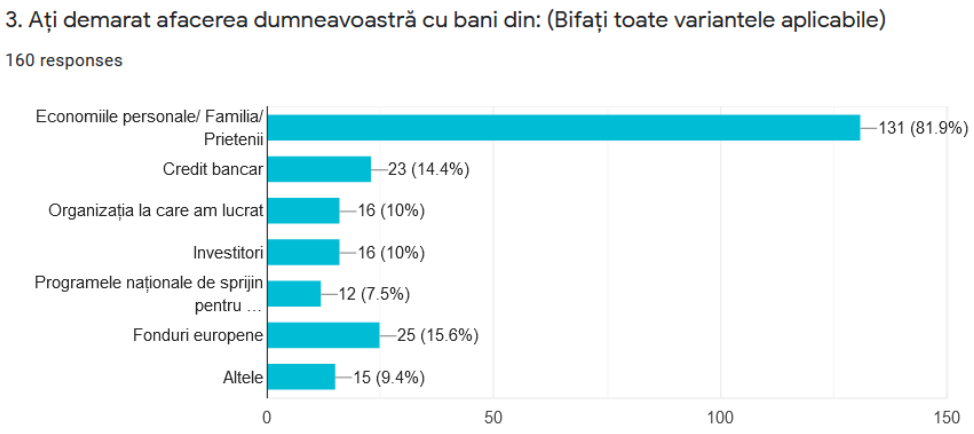
Intrebarea 2 “Cine sau ce v-a inspirat să deveniți antreprenor?” a primit 159 raspunsuri. Conform acestora, sursa inspiratiei pentru antreprenoriat a fost organizatia in care respondentul isi desfasura activitatea (67 raspunsuri) urmata de categoria Famillie/prieteni (61 raspunsuri). A treia sursa a inspiratiei a fost indentificata in persoana altui antreprenor (49 raspunsuri).



Respondentii au avut posibilitatea de a indica si alte surse de inspiratie, in afara celor mentionate la intrebarea 2 si pentru acestea s-au inregistrat 32 de raspunsuri. Acestea au făcut referire la:

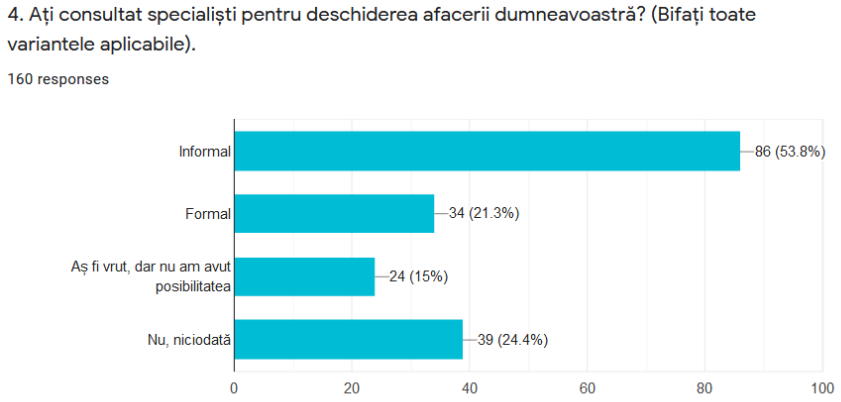
- mentionarea diverselor companii si asociatii (Asociatia Green Energy, Datsa Textil SRL, Sanifarm SA, Institutul de cercetare, proiectare in Electritehnica ICPE Bucuresti, OMNI Romanian Electronic Company SRL)
- carti inspirationale (ex. "Tata Bogat, Tata Sarac" Robert Kiyosaki)
- cursuri, programe si educatia formala (Msc Innovation Management & Entrepreneurship, Harvard Medical School, MBA-ul, Program de asistenta tehnica PHARE, Finanțarea antreprenorilor din US prin SBA, Universitatea Babes Bolyai)
- nevoi, pasiuni si oportunitati personale ("Oportunitatea vazuta in piata", "Dorinta de a realiza noi teste de diagnostic", "Nevoia de a pune pe piata un produs inventat de mine", "Model din strainatate si lipsa ofertei similare din Romania", "Pasiunea mea pentru economia viitorului", "Pasiunea permanenta pentru inovatie, proiectarea si fabricarea unor produse noi", "M-am mutat intr-o zona a tarii unde nu putea gasi un job conform experientei", "Motivația internă de a încerca să creez impact pentru mediul de business și la nivel societal", "Nevoia de bani", "nevoia (de resurse)", "Situatia economica din acel moment si un prieten strain care dorea sa incerce piata din Romania", "inflatia galopanta", "Falimentul intreprinderii de stat la care lucram", "nevoia de a nu depinde financiar de cineva, de a fi cu adevarat independent", etc.)

Intrebarea "Ați demarat afacerea dumneavoastră cu bani din: (Bifați toate variantele aplicabile)" a primit 160 raspunsuri, cel mai bine reprezentat fiind raspunsul "Economii persoanale/Famila" – 131 raspunsuri (un procent de 81%). La o diferenta considerabila s-a clasat optiunea "Fonduri europene" – 25 raspunsuri, urmata de optiunea "Credit bancar" – 23 raspunsuri.

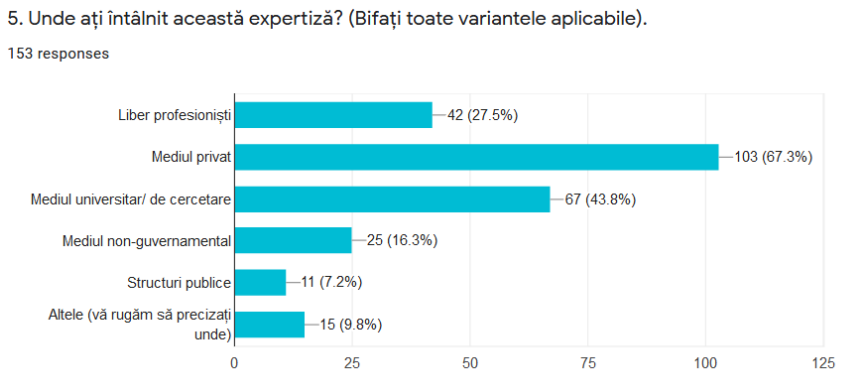


Alte surse de finantare indicate de respondent au fost: “investitori privati”, “fonduri personale pentru inceput si incasari ulterior”, “fondurile norvegiene”, “cotizatii membrii”, “sponsorizari”.

La intrebarea “Ați consultat specialiști pentru deschiderea afacerii dumneavoastră?” s-au inregistrat: 160 raspunsuri. Cel mai mare numar de respondenti au indicat faptul ca informal au ales sa fie mentorati in antreprenoriat (86 raspunsuri). La polul opus, sunt cei care au indicat faptul ca au apelat in mod formal la mentori care sa ii ajute in deschiderea afacerii (34 de raspunsuri). 29 de persoane au afirmat ca nu au avut posibilitatea de a apela la mentori, desi si-ar fi dorit, iar 39 de persoane nu au consultat niciodata specialisti.

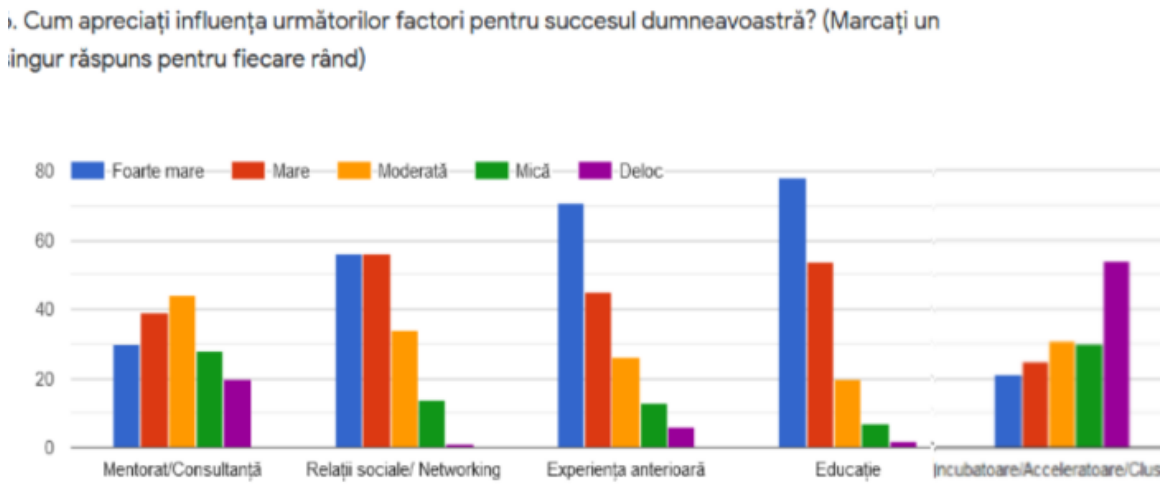


Cei care au decis sa apeleze la sfatul profesionistilor au fost rugati sa indice locul/mediul unde au intalnit expertiza necesara deschiderii afacerilor proprii. Astfel, la intrebarea “Unde ați întâlnit această expertiză?” s-au inregistrat: 153 raspunsuri si cel mai des mentionat raspuns a fost “mediul privat” – 103 raspunsuri. Urmatoarele raspunsuri au fost “mediul universitar/de cercetare” – 67 si “liber profesionisti” – 42.

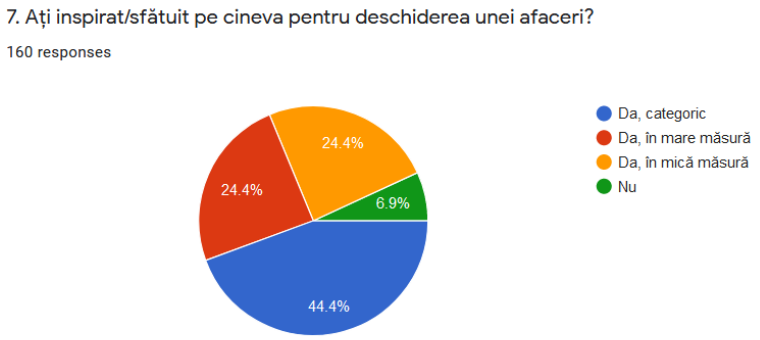


La alte surse s-au mentionat urmatoarele medii / locuri unde respondentii au putut intra in contact cu consultanti profesionisti: partenerii de afaceri, prieteni, media (presa de specialitate, carti din domeniu), evenimente (seminarii, programe, targuri si conferinte nationale si internationale), alte tari (Olanda, SUA, Franta), etc.

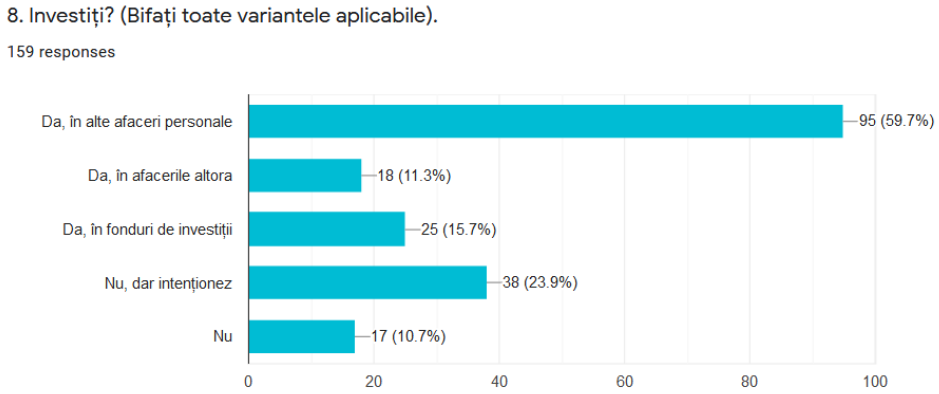
La urmatoarea intrebare "Cum apreciați influența următorilor factori pentru succesul dumneavoastră?"s-au inregistrat raspunsuri la toate optiunile prezentate, insa respondentii au considerat ca dintre factorii reprezentati, cei mai importanti sunt "Educatia" – 78 raspunsuri, urmata de "Experienta anterioara" – 71 raspunsuri si de "Relatii sociale/networking" – 56 raspunsuri. Acesti trei factori au fost considerati ca avand "Foarte mare importanta". La polul opus, factorul care au inregistrat valoarea "Deloc important a fost cel denumit "Incubatoare/Acceleratoare/ Clustere" – 54 raspunsuri.



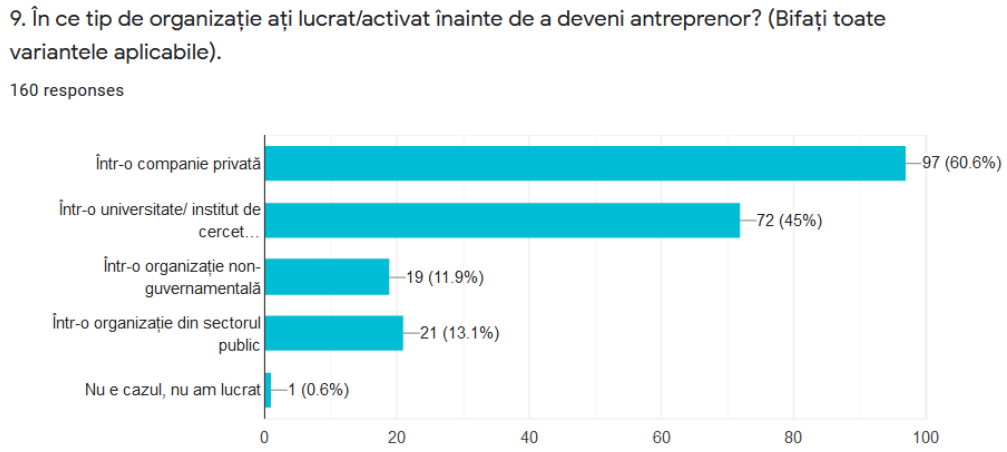
Din dorinta de afla dacă respondenții investesc, am adresat intrebarea "Ați inspirat/sfătuit pe cineva pentru deschiderea unei afaceri?" unde s-au inregistrat 160 de raspunsuri. Un procent semnificativ si-a manifestat dorinta ferma de a deveni investitor – 71 raspunsuri ("Da, categoric"). La egalitate s-au inregistrat optiunile "Da, in mare masura" si "Da, in mica masura" – fiecare a inregistrat cate 39 de raspunsuri (reprezentand 24.4% din total). Un procent mic a negat acest interes – 11 raspunsuri "Nu" (reprezentand 6%).



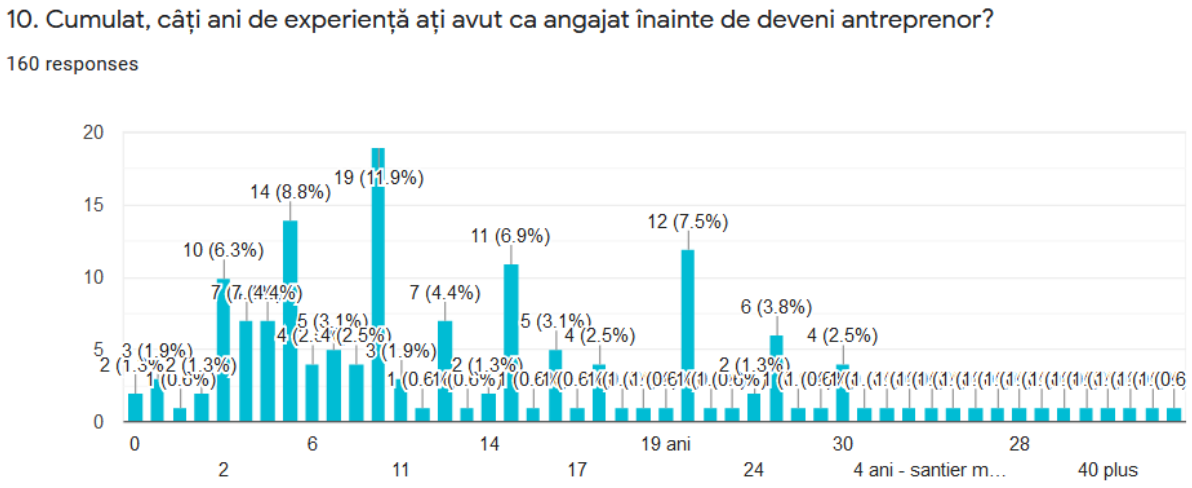
La urmatoarea intrebare si anume daca respondentul investeste, s-au inregistrat 159 de raspunsuri. Cel mai mare procent l-a inregistrat optiunea, “Da, in alte afaceri personale” – 95 raspunsuri (59.7%). A doua optiune a fost “Nu, dar intentionez” – 38 raspunsuri (23.9%) si a fost urmata de optiunea trei “Da, in fonduri de investitii” – 25 de raspunsuri (15.7%). Un numar de raspunsuri aproape egale au inregistrat optiunile “Nu” – 17 raspunsuri si “Da, in afacerile altora” – 18 raspunsuri.



Urmatoarele trei intrebari se refera la experienta profesionala a respondentilor. Astfel, s-a cercetat mediul in care si-a inceput activitatea profesionala antreprenorul. Intrebarea “În ce tip de organizație ați lucrat/activat înainte de a deveni antreprenor?” a primit 160 de raspunsuri. Din variantele de raspuns indicate de chestionar pe primul loc a fost optiunea “Intr-o companie private” – 97 de raspunsuri. Urmatoarea optiune a fost “Intr-o universitate/institute de cercetare” – 72 de raspunsuri. La mare diferenta s-au inregistrat optiunile “Intr-o organizatie din sectorul public” – 21 raspunsuri si “Intr-un ONG” – 19 raspunsuri.



Urmatoarea intrebare urmareste să afle momentul in care respondentul s-a decis sa devina antreprenor. De aceea la intrebarea “Cumulat, câți ani de experiență ați avut ca angajat înainte de deveni antreprenor?” unde s-au inregistrat 160 de raspunsuri, Se poate observa o plaja larga de raspunsuri (intre 0 si 40 ani experienta), cu foarte putine situatii in care s-au putut incadra mai multe respondent. Cele mai multe raspunsuri au fost 10 ani (19 raspunsuri), 5 ani (14 raspunsuri) si 20 ani (12 raspunsuri). Celelalate optiuni au inregistrat valori mult mai mici (intre 1 si 11 raspunsuri comune).



Intrebarea 11 identifica domeniul de activitate al respondentilor. Intrucat a fost o intrebare deschisa nu s-au realizat un info-grafic al raspunsurilor primate (161), dar se vor enumera pe scurt cateva dintre domeniile de activitate.

11. În ce domeniu activează compania dumneavoastră?

161 responses

IT

consultanta

cercetare-dezvoltare

Constructii

Publicitate

Inginerie

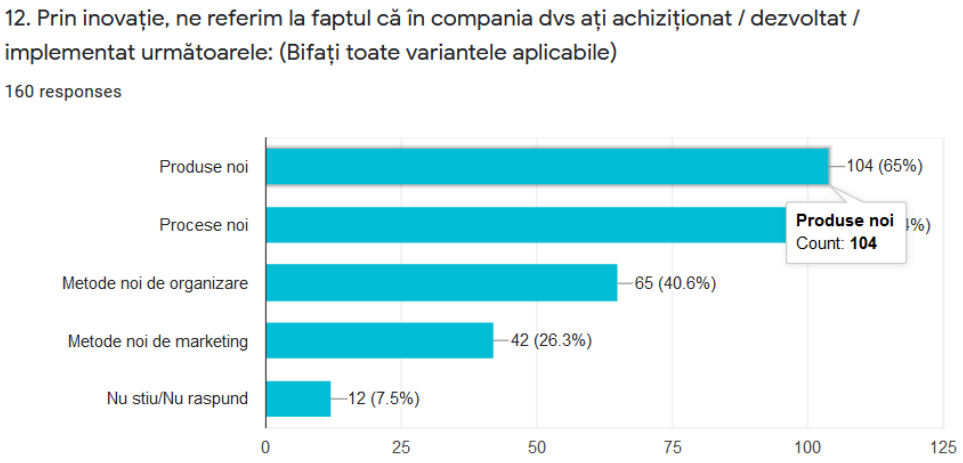
CONSULTANTA

cercetare

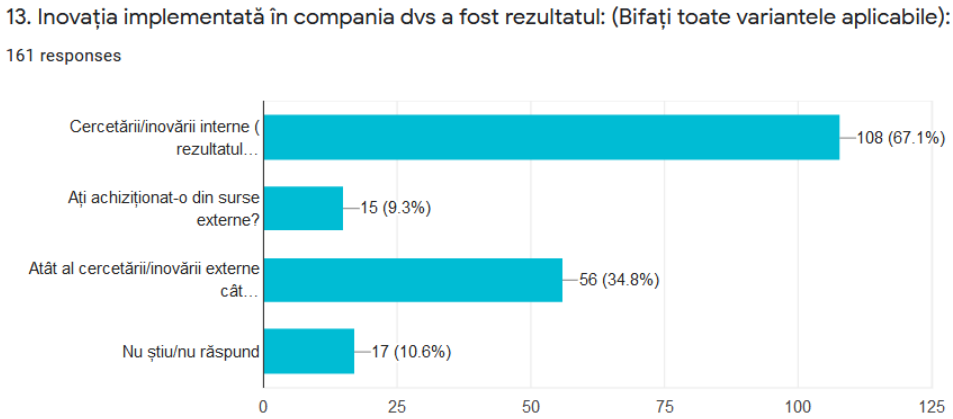
Produse medicale

Partea a doua a chestionarului urmareste interactiunea dintre inovare si antreprenoriat.

Intrebarea 12 se refera la definirea notiunii de inovație si la modul in care aceasta este implementata intr-o companie. “Prin inovație, ne referim la faptul că în compania dvs ați achiziționat / dezvoltat / implementat următoarele” a primit 160 raspunsuri, cele mai mari valori fiind inregistrate de catre optiunile “Produse noi” – 104 raspunsuri si “Procese noi” (103 raspunsuri). Astfel, antreprenorii romani inteleg inovatia mai mult ca produs sau proces si mai putin ca metoda, optiunile “Metode de noi de organizare” inregistrand 65 de raspunsuri, iar “ Metode noi de marketing” – 42 de raspunsuri.



Urmatoarea intrebare urmareste sa identifice sursa care a adus inovatia in companie. Interogatia "Inovația implementată în compania dvs a fost rezultatul" a primit 160 de raspunsuri, iar cel mai mare procent l-a avut optiunea "Cercetării/inovării interne (rezultatul companiei dvs)" – 108 raspunsuri. 56 de respondenti au afirmat ca au avut o sursa externa pentru inovatie "Atât al cercetării/inovării externe cât și a achiziției din surse externe", iar 15 respondenti au indicat ferm o sursa externa.



Intrebarea 14 a avut format deschis si a urmarit identificarea principalelor bariere intalnite de antreprenori in implemantarea inovatiei. Printre cele mai des mentionate aspecte sunt:

- Costurile mari
- Lipsa personalului pregatit;
- Absența bazinelor de recrutare a tinerilor performanți.
- Legislatie permanent modificata si extrem de restrictive;
- Lipsa de informatie sau greu accesibila, lipsa viziuni inovative din partea mai multor furnizori;

14. Enumerați câteva dintre dificultățile cu care v-ați confruntat în timpul procesului de dezvoltare internă a inovației (ex: lipsa personalului pregătit corespunzător, costuri mari, etc)

139 responses

lipsa colaborarii interdisciplinare cu alti specialisti in domenii complementare

LIPSA PERSONAL PREGATIT, LIPSA FINANTARE(BANCI DE INVESTITII, ANGELS)

1. Acces la personal inalt calificat pentru perioade scurte de timp (pentru a rezolva probleme punctuale)
2. inca cautam un bun scriitor tehnic

lipsa unui benchmark comparativ (dpdv al kpi's, costuri sau timp de implementare, etc)

Costuri ridicate, rata mica de amortizare a costurilor

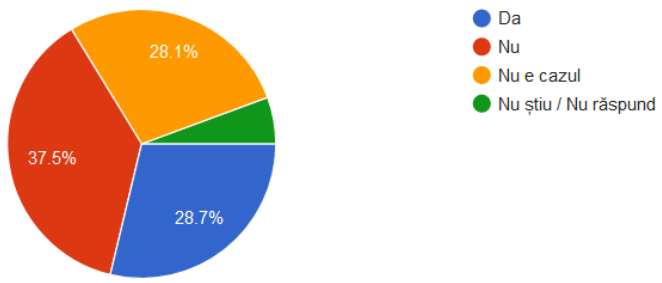
POC este TOXIC pentru inovare!!!!!!!! E absurd si inadmisibil ce se intampla in institutiile statului care au legatura cu finantarea inovarii. A trebuit ani de zile sa ma imprumut si sa ma milogesc de multi oameni sa ma ajute sa indeplinesc niste indicatori, sa realizez achizitii si sa fac activitati care nu ma vor ajuta niciodata. 80% din timp si resurse pierdute, comparatv cu alternativa fara proiect pe POC startup-spinoff si extrem de multi nervi si sanatate pierduta ca sa stea niste functionari platiti mai bine ca oricare din echipa mea. Rusine sistemului asta infect si putred pana in maduva.

Lipsa legislatie pentru astfel de domenii inovative

Urmatoarea intrebare se refera la parcursul inovatiei – daca ulterior implementarii sale in companie, a fost comercializata si catre alte companii. S-au inregistrat 160 de raspunsuri, iar cel mai mare punctaj l-a avut optiunea “Nu” – 60 raspunsuri. 46 de respondenti au raspuns afrmativ si la egalitate, acelasi numar de participanti au considerat ca nu este cazul lor (Nu e cazul – 45 raspunsuri). 9 participanti aurefuzat sa raspunda.

15. Inovația dezvoltată intern de compania dvs a fost ulterior comercializată și către alte companii?

160 responses



De asemenea, chestionarul a explorat zona barierelor care impiedica inovatia sa fie comercializata catre alte companii. La intrebarea deschisa “Din experiența dvs, enumerați

câteva cauze care fac dificilă comercializarea inovației realizate de compania dvs către alte companii” s-au inregistrat 125 de raspunsuri. Printre cele mai des mentionate cauze se numara:

- Inovatia este insuficient dezvoltata, nu există legături cu alți oameni din industrie care pot licentia tehnologie, nu există networking corespunzator;
- Resurse financiare limitate;
- Piata foarte restransa;
- Preferinta brandurilor straine;
- Politica secretului de firmă.
- Numărul mic de companii cu activitate și preocupări similare
- Viziunea defectuoasă a eventualilor parteneri asupra potențialului inovativ (majoritatea doresc să achiziționeze „chilipiruri”, cu performanțe ridicate, dar cu costuri reale suportate de alții (mai ales de stat);
- Piata desfacere este relativ mica pentru gama existentă de produse.
- Bariere culturale
- Lipsa campaniilor de marketing, perceptia clientilor/retinerea de a cumpara produse IT romanesti;
- In cazul inovarii de produs: lipsa echipamente performante de productie, lipsa fonduri pentru marcarea calitatii, lipsa fonduri pentru materii prime, fonduri reduse marketing, promovare.

16. Din experiența dvs, enumerați câteva cauze care fac dificilă comercializarea inovației realizate de compania dvs către alte companii.

125 responses

nivel scăzut de cerere pe piața internă, reticență față de nou

Lipsa de coeziune europeana in domeniul inovatiilor. Unii ne trateaza ca si cum dorim sa le furam inventiile.Unii cercetatori romani s-au plans ca li s-au furat inventiile chiar in tara. Inovatia din sectorul privat nu este prinsa in legislatia nationala si nici nu este sustinuta pentru implementare in veriga obtinerii de brevet OSIM. Bancile sustin implementarea brevetelor. In domeniul inventicii am ajuns ultimii in Europa.

LIPSA INCREDERE

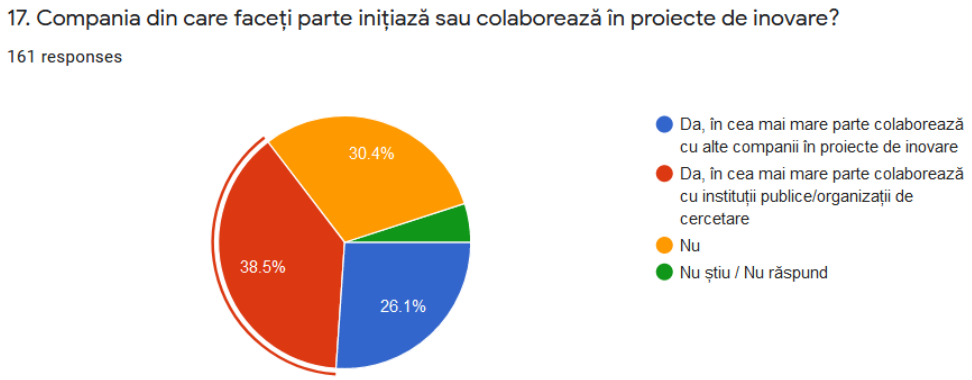
Finantarea productiei, retehnologizarea cu fonduri de cercetare.

E o afacere de nisa.

adeseori produsele inovative sunt customizate ptr compania in care au fost implementate.

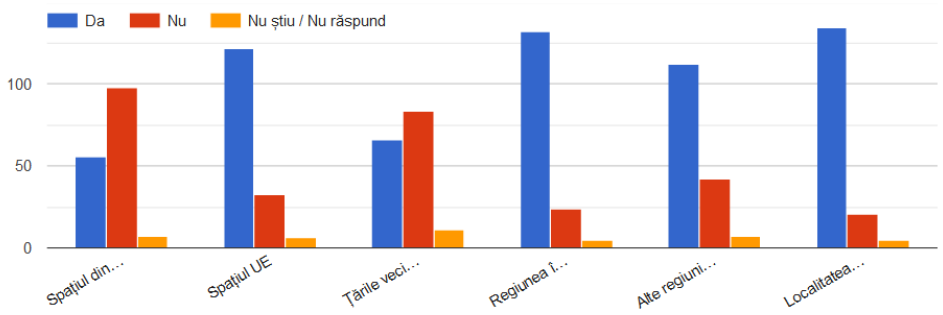
costuri ascunse si identificate in perioada de implementare, imperfectiuni organice ale solutiei(camerele video sunt supuse conditiilor din zona unde sunt instalate copaci, cladiri, zone cu vizibilitate redusaetc) , evolutia tehnologica rapida din domeniu,

Urmatoarea intrebare a explorat în ce măsura companiile de inovare colaboreaza sau initiaza proiecte de inovare. S-au obtinut 161 de raspunsuri, iar procentul celor care afirmat este aproximativ egal cu cel al respondentilor care au infirmat aceasta situatie. Astel, 62 de respondenti au afirmat ca au proiecte de colaborare cu institutii publice /organizatii de cercetare. Optiunea “Da, în cea mai mare parte colaborează cu instituții publice/organizații de cercetare” a inregistrat 62 de raspunsuri - 38.5%. Aceste tipuri de institutii sunt preferate in locul companiile, optiunea “Da, în cea mai mare parte colaborezăcu alte companii în proiecte de inovare” primind 42 de raspunsuri (26.1%). Un numar destul de mare de respondent au afirmat ca nu desfasoara proiectele de colaboare - 49 respondenti au bifat optiunea “Nu” (30.4%).



S-a cercetat de corelatia dintre comercializare inovatiei si zona geografica in care se afla compania inovatoare. Intrebarea “Lucrați în parteneriat/colaborați cu firme din: Spatiul din afara UE / Spatiul UE / Tari vecine Romaniei / Regiunea in care activati din Romania / Alte regiuni din Romania in afara de cea in care activati / Localitatea in care activati” urmareste sa afle acest lucru. Cele mai multe raspunsuri au fost inregistrate de catre optiunea “Localitatea in care activati” – 135 “Da”. A fost urmata indeaproape de optiunea “Regiunea in care activati din Romania” – 132 raspunsuri “Da” si de optiunea “Spatiul UE” – 122 raspunsuri “Da”. Cele mai multe raspunsuri “Nu” au fost inregistrate de optiunea “Spatiul din afara UE” – 98 raspunsuri, urmata de optiunea “Tari vecine Romaniei” – 84 raspunsuri.

18. Lucrați în parteneriat/colaborați cu firme din: (marcați un singur răspuns pentru fiecare rând).



Chestionarul a explorat si zona blocajelor care afecteaza colaborarea cu alte companii sau institute de cercetare in proiectele de inovare. Intrucat a fost formulata ca o intrebare deschisa, un info-grafic al raspunsurilor primite este indisponibil. Dar, dintre cele 128 raspunsuri primite, se enumera mai jos cele mai des mentionate:

- Birocratia
- Lipsa de coordonare si colaborare; Lipsa de parteneriate
- Lipsa viziunii inovative pragmatice spre mediul economic
- „Principalul blocaj este generat de viziunea de „perpetuum mobile” a investitorilor majori: în România se pot obține profituri mari cu o singură investiție de start (un „bobârnac” financiar), neurmată de susținerea antreprenorilor prin programe de „întreținere” a investiției” (respondent)
- Finantarea

19. Care considerați că sunt blocajele care afectează colaborarea cu alte companii sau institute de cercetare în proiectele de inovare?

128 responses

lipsa viziunii inovative pragmatice spre mediul economic

birocratia si traficul de interese (cu entitatile publice); nerespectarea conditiilor acceptate, verbal cel putin, intre parti (cu entitati private)

Lipsa proiectelor comune

Lipsa de informare referitoare la cerintele pietii interne .

dezinteres, slaba pregatire de inovare, criterii de evaluare a activitatii neadecvate.Numar lucrarile ISI preferate in locul brevetetlor de inventii, lipsa activitatii in productie (stagiu), lipsa practicii, nestimularea activitatii de inovare.

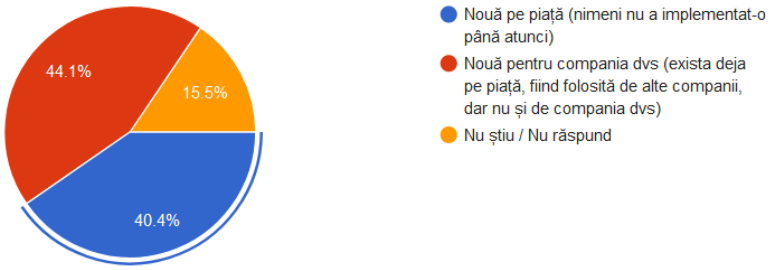
Lipsa unui cadru de feedback pe care sa se dezvolte structura proiectului

Principalul blocaj este generat de viziunea de „perpetuum mobile" a investitorilor majori: în România se pot obține profituri mari cu o singură investiție de start (un „bobârnac" financiar), neurmată de susținerea antreprenorilor prin programe de „întreținere" a investiției.

In ceea ce priveste gradul de noutate al inovatiei urmatoarea intrebare și-a propus să afle daca aceasta a fost noua pe piata (nimeni nu a implementat-o pana atunci) sau daca a fost noua pentru compania inovatoare (inovatia exista deja pe piata, dar nu si in companie). Raspunsurile primite au fost aproximativ egale. Din cele 161 de raspunsuri primite, 71 de respondenti au apreciat ca inovatia implementata a fost noua pentru compania lor (desi aceasta exista deja pe piață, fiind folosită de alte companii). 65 de respondenti au afirmat ca inovatia implementata de compania lor a fost noutate absoluta (nimeni nu a implementat-opână atunci). 25 de persoane nu au dorit sa raspunda sau nu au stiut.

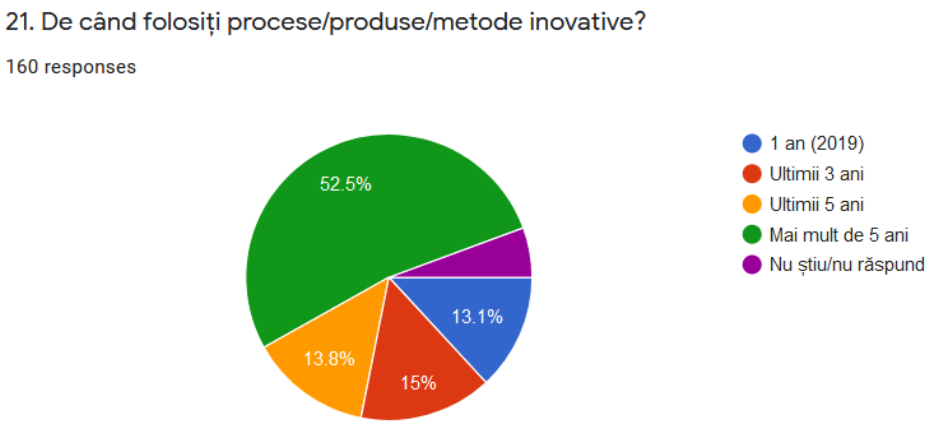
20. Inovația pe care ați implementat-o în companie a fost:

161 responses

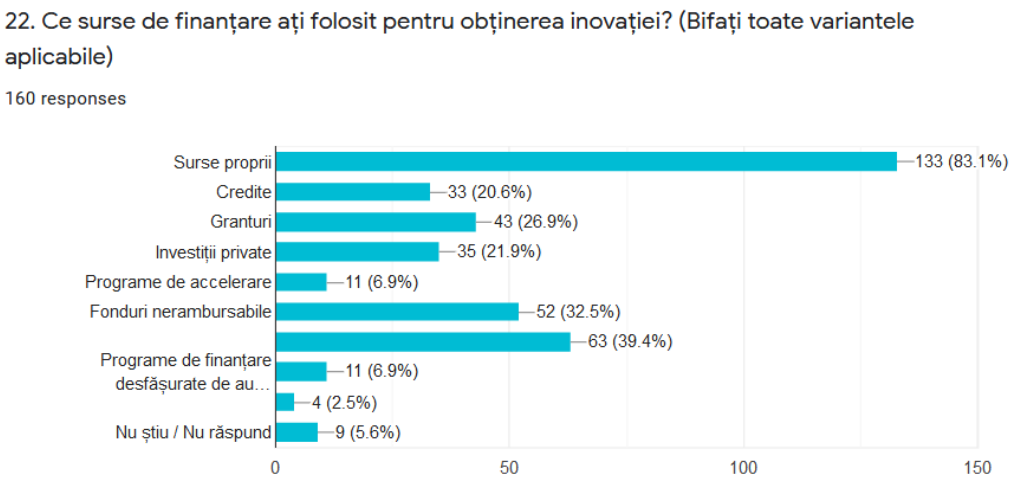


Un alt aspect pe care studiul l-a abordat a fost momentul in care inovatia a fost implementata intr-o companie. La intrebarea "De când folosiți procese/produse/metode inovative?" s-au

inregistrat 160 de raspunsuri. Cel mai mare procent l-a avut perioada “Mai mult de 5 ani” – 84 de raspunsuri. A fost urmata de perioada "Ultimii 3 ani” – 24 de raspunsuri.

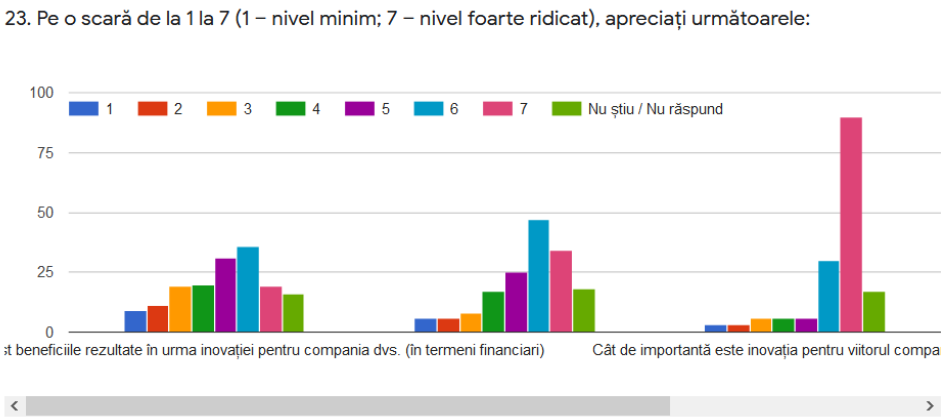


In ceea ce priveste sursa finantarii inovatiei, la intrebare “Ce surse de finanțare ați folosit pentru obținerea inovației?” s-au primit 160 de raspunsuri si de departe, cel mai mare procent l-a inregistrat optiunea “Surse proprii” – 133 de raspunsuri. A fost urmata de optiunea “Fonduri nationale pentru cercetare, dezvoltare, inovare” – 63 raspunsuri si de optiunea “Fonduri nerambursabile” – 52 de raspunsuri.

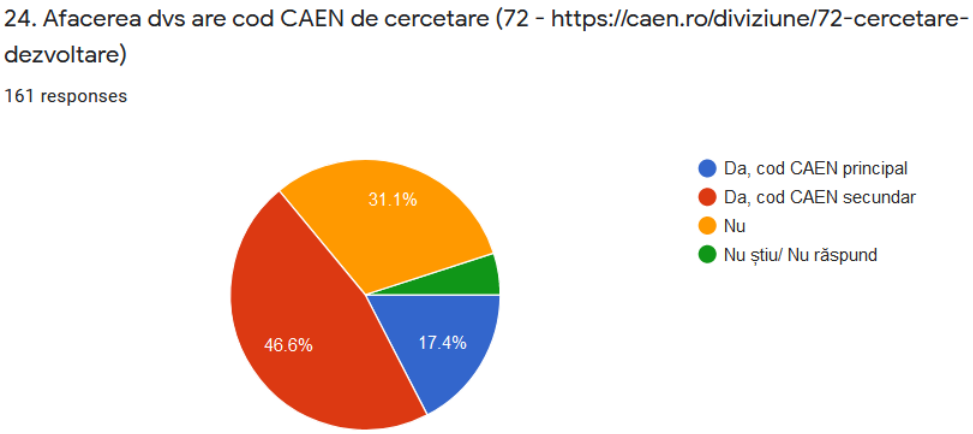


Raportandu-ne la beneficiile implementarii inovatiei intr-o companie, respondentii au fost rugati sa le evalueze pe o scara de la 1 la 7 (1 – nivel scazut; 7 – nivel ridicat), in functie de urmatoarele aspecte. Intrebarea “Cât de mari au fost beneficiile rezultate în urma inovației

pentru compania dvs. (în termeni financiari)", a primit scorul 6 (36 raspunsuri). Intreabrea "Cât de mari au fost beneficiile rezultate în urma inovației pentru compania dvs – în termeni non-financiari (moduri de organizare, procese, productivitate, etc.)" – a primit scorul 6 (47 raspunsuri). Intrebarea "Cât de importantă este inovația pentru viitorul companiei dvs?" a primit scorul 7 (90 raspunsuri). Ultima intrebare "Cât de dificil a fost să obțineți finanțarea pentru realizarea inovării?" a primit scorul 6 (34 raspunsuri), la o diferenta de 1 raspuns de scorul 7 (33 raspunsuri). Putem afirma ca desi multi antreprenori apreciaza efecte benefice ale inovatiei, pentru multi dintre ei, este dificil sa o obtina.

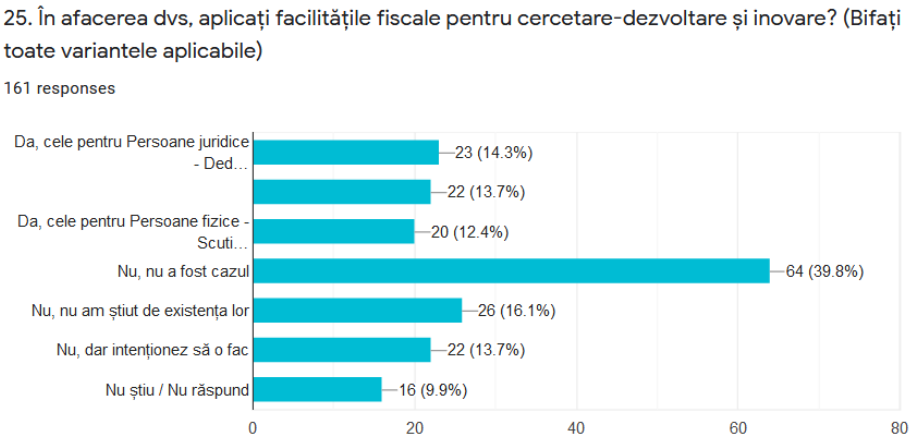


Dintre companiile care au raspuns chestionarului de fata, un procent important il ocupa cele care au cod CAEN secundar de cercetare. Din cele 161 de raspunsuri primite, 75 au confirmat acest lucru. 50 de companii nu aveau deloc cod CAEN de cercetare iar 28 aveau cod CAEN principal de cercetare.



In Romania exista anumite facilitati fiscale acordate companiilor implicate in activitatea de cercetare. Studiul a urmarit sa afle ce procent din companiile intervievate sunt la curent cu

aceste facilitati si cate le folosesc. La intrebarea “În afacerea dvs, aplicați facilitățile fiscale pentru cercetare-dezvoltare și inovare? (Bifați toate variantele aplicabile)” din cele 161 de raspunsuri inregistrate, cel mai mare procent de raspunsuri a fost inregistrat la optiunea “Nu, nu a fost cazul” – 64 de raspunsuri. Si urmatoarea optiune clasata a fost negativa. “Nu, nu am stiut de existenta lor” a inregistrat 26 de raspunsuri.



Studiul a explorat si barierele care apar in aplicarea facilitatilor fiscale descrise mai sus. Intrebarea deschisa a adunat 130 de raspunsuri. Toate raspunsurile au indicat sub diverse forme ca principalele bariere sunt birocratia si lipsa de cunostinte.

26. Ce bariere considerați că apar în aplicarea acestor facilități? (Ex: birocrație excesivă, costuri, lipsa de cunoștințe, etc)

130 responses

birocrație excesivă, lipsa de cunoștințe

Birocrație excesivă

birocratie excesiva si legislatie mereu in schimbare

birocratie si lipsa de informare

Nu sunt

toate:birocratie,costuri si lipsa de cunostinte

lipsa de cunoștințe

lipsa informare corecta, completa si la timp

birocrație excesivă,

Intrebati fiind in ce domeniu este cel mai probabil sa se infiinteze afaceri profitabile, respondentii au ales foarte multe variante. Din cele 141 de raspunsuri la intrebari, cele mai des mentionate optiuni au fost: IT, smart agriculture, automotive, Big Data. Alte optiuni mentionate cu destul de multa frecventa au fost: sanatate digitala, block chain, digitalizare, protectia mediului, smart city, etc.

V. Concluzii și recomandări

Prin acest studiu s-a urmărit analiza ecosistemului antreprenorial inovativ si a unor direcţii de acţiune privind dezvoltarea acestuia. În urma analizei, s-au elaborat o serie de recomandari pentru politici publice care sa concluzioneze rezultatele studiului.

Acest studiu evidențiază un decalaj mai mare decât cel preconizat în ceea ce privește generarea și disponibilitatea datelor corelate cu analiza antreprenoriatului. Pentru a promova politici publice în domeniul antreprenoriatului**, trebuie dezvoltată o cultură a statisticilor, o monitorizare și o evaluare mai strânsă a mecanismelor finanțate din fonduri publice**, pentru a evalua ce funcționează și ce nu, de ce și cum, alături de recomandări ș pmonitorizări.

În concluzie, **e nevoie de voința politică pentru a construi un ecosistem antreprenorial puternic și durabil și pentru a sprijini inovarea**. Factorii de decizie ar trebui să ia decizii informate și bazate pe dovezi. Pentru aceasta, trebuie să impunem în primul rând standarde pentru colectarea și disponibilitatea datelor și, în al doilea rând, să monitorizăm și să evaluăm în mod sistematic fiecare program de finanțare publică pentru antreprenoriat și cercetare. Ar trebui să creăm un sistem prin care orice antreprenor, instituție de cercetare sau organizație neguvernamentală să poată informa factorii de decizie și să formuleze recomandări de politici

Pentru a crea un mediu antreprenorial mai favorabil, ar trebui schimbate practicile de monitorizare, gestionarea și accesul la informații.

Fiecare instituție publică de profil ar trebui să înființeze birouri în toată țara care sa ofere consultanță profesională antreprenorilor. Fiecare instituție publică ar trebui să posteze pe site-ul lor „informații relevante pentru antreprenori": ghiduri informative relevante, standarde în domeniu, studii de caz și alte oportunități. În conformitate cu recomandările extrase din documentul „Specific Support to Romania, Start-ups, Scale-ups and Entrepreneurship in Romania" (2017), **susținem crearea unui „one-stop-shop" - un centru de servicii digitale pentru antreprenori care să oferă servicii online integrate de guvernare și totodată crearea unui Connecting Hub - o platformă de facilitare, integrarea și promovarea ecosistemului antreprenorial românesc, cu focus pe start-up-uri.**

Primul pas în construirea un ecosistem antreprenorial inovator îl reprezintă o înțelegere clară a procesului de inovare și a costurilor asociate acestuia, înainte de realizarea proiectelor de cercetare și a aplicării pentru cereri de brevete. Există un decalaj între o idee brevetabilă și piață și în prezent nu există punți între cercetarea publică și sectorul privat. Nu există o înțelegere insuficientă a procesului de inovare și iar resursele și sprijinul pentru aducerea unei idei pe piață sunt foarte puține. Alte măsurile necesare sunt **creșterea gradului de conștientizare, programe de formare și de asistență cu privire la modul de introducere a unei idei de brevet pe piață, precum și crearea de rețele pentru exploatarea ideilor.**

Trebuie încurajată o mentalitate antreprenorială. În loc de incurajarea activitățile antreprenoriale de orice fel, ar trebui promovate meta-competențele antreprenoriale. Antreprenorii sociali, din sectorul public, instituționali, culturali, urbani și politici ar trebui să fie foarte apreciați pentru contribuția lor și pentru potențialul lor de a dezvolta cele mai importante orașe din România, unde există capacitate, așteptări și dorință pentru crearea unui ecosistem antreprenorial inovator

Bibliografie

Acs, Z. J. and Sussan, F. (2017). The Digital Entrepreneurial Ecosystem (February 15, 2017). https://ssrn.com/abstract=2918535 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2918535 (Accesat: 01.06.2020).

Acs, Z.J. and Szerb, L. (2009). The global entrepreneurship index (GEINDEX) (Vol. 24). Now Publishers Inc.

Andrén, D. and Roman, M. (2016). Should I stay or should I go? Romanian migrants during transition and enlargements. Labor migration, EU enlargement, and the great recession (pp. 247-269). Springer, Berlin, Heidelberg.

Bălan, M. and Olteanu, C. (201). Brain drain in the globalization era: the case of Romania. Annals of 'Constantin Brancusi 'University of Targu-Jiu. *Economy Series*, (3), pp.26-35.

Babson Entrepreneurial Ecosytem Programme, US, 2011, http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/08/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics

Corruption Perception Index (2018). Transparency International. https://www.transparency.org/en/publications/corruption-perceptions-index-2018 (Accesat in: 31.05.2020).

Crişan, D.A., Preda, A.M., Stănică, J.L. and Samuel, A.N.A., (2018). Innovation Performance Analysis for European Union Countries Focused on Modest Innovators: Romania and Bulgaria. Journal of Information Systems & Operations Management, pp.30-44.

Curaj, A., Mitroi, M., Paul, C, Saftescu, R. Simion, E. (2015). The Romanian Entrepreneurial Ecosystem. An Exploratory Study, Prospective Press, Bucuresti.

Doing Business (2020). World Bank https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402_Ch03.pdf, (Accesat in: 19.06.2020).

Eurostat (2018). European Commission Statistics, https://ec.europa.eu/eurostat/data/database (Accesat: 10.06.2020).

Gheorghiu, R., Andreescu, L. and Zifciakova, J. (2016). RIO Country Report 2015: Romania. *JRC*, Seville, JRC101213.

Global Innovation Index, (2019) https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy (Accesat in 05.06.2020).

INS, (2019) https://insse.ro/cms/files/Web_IDD_BD_ro/index.html (Accesat in 13.06.2020).

Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, May 11, 2011,

iVOX (2019). Studiu iVOX despre antreprenoriatul la romani https://www.raiffeisen.ro/despre-noi/media/comunicate-de-presa/2019/studiu-ivox-despre-antreprenoriatul-la-romani/ (Accesat: 10.06.2020)

Kshetri, N., (2013). The ingredients of a successful entrepreneurial ecosystem model: Evidence from Estonia and South Korea. The International Conference, Small and medium sized enterprises in a globalized world, p.27. 25-28 September 2013, Cluj Napoca Romania

Mason, R and Brown, C. (2013). Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship background paper prepared for the workshop organised by the OECD leed programme and the Dutch ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship The Hague, Netherlands, 7th November 2013.

Mungiu-Pippidi, A. (2015). Corruption: Good governance powers innovation. Nature News, 518(7539), p.295.

OECD (2018) Inclusive Entrepreneurship Policies: Country Assessment Notes. Romania, 2018. https://www.oecd.org/cfe/smes/ROMANIA-IE-Country-Note-2018.pdf (Accesat: 05.062020)

Radauer, A and Roman, L. (2016). The Romanian Entrepreneurial Ecosystem Background Report Horizon 2020 Policy Support Facility https://rio.jrc.ec.europa.eu/sites/default/files/report/KI%20AX%2017%20002%20EN%20N%20Romania_Background.pdf (Accessed on: 01.06.2020).

Roman, L. 2014 Regional Innovation Monitor Plus. Raportul privind inovația regională România de Nord-Vest, Grupul Technopolis

Romania Corruption Report, (2017). Gain Integrity, Business Corruption Portal. https://www.ganintegrity.com/portal/country-profiles/romania/ (Accesat: 08.06.2020).

SBA (2019). Small Business Act. Fact Sheet Romania, European Commission. (Accesat: 08.06.2020).

The Eco-Innovation Index (2018). European Commission, https://ec.europa.eu/environment/ecoap/indicators/index_en (Accessed on 10.06.2020).

The Global Entrepreneurship and Development Institute, (2020). https://thegedi.org/datasets/ (Accesat: 13.06.2020).

Transparency International, (2020). https://www.transparency.org/en/countries/romania (Accesat: 8.06.2020).

UNESCO (2019). Culture for Development Indicators. Romania's Analytical Brief and Technical Report, https://www.culturadata.ro/unesco-culture-for-development-indicators-romanias-analytical-brief-and-technical-report/ (Accessed on: 01.06.2020).

Wagner, A., Stan, L., Bonker, F. (2018). Romania Report Romania Country Report | SGI Sustainable Governance Indicators. https://www.sgi-network.org/docs/2018/country/SGI2018_Romania.pdf (Accesat: 19.06.2020).