



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 6 - Educație și competențe

Obiectiv specific 6.13 - Creșterea numărului absolvenților de învățământ terțiar universitar și nonuniversitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare la un potențial loc de muncă/cercetare/inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv, identificate conform SNC, și domeniile de specializare inteligentă, conform SNCDI

Titlul proiectului: **Excelența academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și postdoctoranzilor – ANTREPRENORDOC**

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

Modul I, Curs 1 : Fundamentele Antreprenoriatului

Prof. univ. dr. ec. habil. FLORIN-MARIAN BUHOCIU

Cuprins

- 1. Despre Antreprenoriat**
- 2. Funcțiile și atributele unui antreprenor**
- 3. Antreprenorul și firma**
- 4. Dezvoltarea antreprenorială prin intermediul Întreprinderilor**

Mici și Mijlocii (IMM)

- 5. Planul de Afaceri-Instrument de dezvoltare strategic afacerii**
- 6. Stimularea potențialului de dezvoltare IMM-uri și prin activități de Cercetare-Dezvoltare-Inovare(CDI)**

Bibliografie

6. Stimularea potențialului de dezvoltare IMM-uri și prin activități de Cercetare-Dezvoltare-Inovare(CDI)

Dezvoltarea de activități de tip CDI înseamnă dezvoltarea orientării către Inovare, o directivă strategică de care poate să depindă chiar existența firmei respective. Introducerea tehnologiilor inovative se constituie ca o direcție majoră de dezvoltare a activităților unei firme, de care poate depinde succesul acesteia în derularea activităților definite prin CAEN-uri specifice. În condițiile societății informaționale noile cunoștințe din domeniul inovării se pot constitui în oportunități care pot influența major activitatea firmei. Introducerea inovării ca activitate curentă prin care se introduc în firmă noutățile din domeniile în care aceasta își desfășoară activitatea poate să ducă direct la înnoirea produselor și tehnologiilor, creșterea calității acestora, câștigarea de noi piețe de desfacere, schimbări în modele de afaceri urmate de firmele respective.

Inovarea apare ca “schimbare care creează o nouă dimensiune performanței” care poate duce la crearea unui nou produs/serviciu. Din punct de vedere legislativ, inovarea a fost definită în Legea 423/2003 ca fiind o “activitate orientată către generarea, asimilarea și valorificarea rezultatelor Cercetării-Dezvoltării în sfera economică și socială”. De obicei inovarea este o parte componentă a activității antreprenoriale și poate desfășura pe două direcții:

- introducerea în activitatea curentă a firmei de tehnologii/metode/modele noi care să permită obținerea de produse/servicii de o calitate superioară celor existente pe piață.
 - realizarea de activități specifice de CDI, aceasta însemnând derularea directă de astfel de activități care se pot regăsi ce efecte pozitive în produsele /serviciile realizate de firma sau pot fi valorificate pe piață specifică.
- Principalele direcții în care se direcționează efectele introducerii de procese de tip CDI sunt:

- produse noi, inclusiv produse cu calități superioare care permit intrarea pe noi piețe
- abordări noi de marketing și management
- tehnologii noi
- modernizarea sistemului informatic
- pregătirea resurselor umane

Cauzele/factorii care împing/obliga chiar firmele către desfășurarea activităților de CDI sunt multiple, dintre care amintim:

- internaționalizarea / mondializarea activităților economice și financiare
- concurența extrem de puternică
- viteza mare de apariție de rezultate concrete în urma acestui tip de activitate pe plan național și internațional

Factorii menționați mai sus sunt externi firmei dar sunt și factori interni acesteia, dintre care menționăm:

- discrepanțe între nivelul teoretic al unui produs/serviciu și cel realizat efectiv de firmă
- modificări în structura piețelor
- necesitatea de creștere a profitabilității firmei și prin introducerea, cu asumarea unor riscuri semnificative, de astfel de activități.

6.1 Oportunități de valorificare a Programelor Naționale inclusiv de CDI pentru dezvoltarea IMM-urilor

6.1.1 Începând cu anul 2018 Guvernul României prin Ministerul pentru Mediul de Afaceri, Comerț și Antreprenariat, www.aippimm.ro, a inițiat și implementat Programul Start-Up Nation pentru stimularea înființării de noi IMM-uri.

Acest Program Național își propune să stimuleze înființarea de noi firme de tip IMM care să creeze locuri noi de muncă, oferindu-le o finanțare nerambursabilă. Firmele trebuie să justifice modalitățile de cheltuire a acestor fonduri, conform Metodologiei acestui program.

6.1.2 Ministerul Fondurilor Europene și Ministerul Cercetării și Inovării prin Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Competitivitate (AM POC) au prezentat spre dezbatere publică *Proiecte pentru clustere de inovare*, Axa prioritară: I. Cercetare, dezvoltare tehnologică și inovare (CDI) în sprijinul competitivității economice și dezvoltării afacerilor, Obiectiv Specific: Creșterea capacității științifice în domeniile de specializare inteligentă.

6.1.3 Ministerul Cercetării și Inovării a lansat competiția pentru instrumentul de finanțare "Transfer la operatorul economic (PTE). Competiția este organizată în cadrul Programului P2 - Creșterea competitivității economiei românești prin CDI, Subprogramul 2.1. Competitivitate prin cercetare, dezvoltare și inovare asociate PNCDI III, în scopul creșterii competitivității mediului economic prin asimilarea rezultatelor CDI ale organizațiilor de cercetare și transferul acestor rezultate către piață.

6.1.4 Tot Ministerul Cercetării și Inovării a lansat și competiția pentru instrumentul de finanțare "Proiect demonstrativ (PED)", Programului P2 - Creșterea competitivității economiei românești prin CDI, Subprogramul 2.1. Competitivitate prin cercetare, dezvoltare și inovare asociate PNCDI III, în scopul realizării și testării modelelor demonstrative (funcționale/experimentale) pentru produse, tehnologii, metode, sisteme sau servicii noi sau cu îmbunătățiri semnificative din domenii de specializare inteligentă sau de prioritate publică.

6.2 Elaborarea și Managementul Proiectelor

În general, orice activitate, cu atât mai mult cele inovative de tip CDI, are la baza un Proiect prin care se urmărește punerea împreună a anumitor resurse astfel încât, după o anumită perioadă de timp, să obținem produse/servicii care să aibă desfacere pe o piață și să aducă profit celui/celor care au gândit o astfel de activitate. Un proiect urmărește atingerea unor obiective cu mijloace specifice într-o durată de timp determinate.

La nivelul firmei managementul de proiect înseamnă organizarea și structurarea activității acesteia pe unul sau mai multe proiecte, asta însemnând că fiecărui proiect i se alocă o parte mai mare sau mai mică din resursele firmei: materiale, umane, financiare, de timp, informaționale, de cunoștințe. Prin combinarea acestor resurse, după un anumit interval de timp, se vor obține/presta produsele/serviciile dorite.

Această formă de organizare a unei firme se potrivește foarte bine cu situația în care aceasta realizează activități de CDI, pentru că acestea au un caracter limitat în timp, dar necesitând resurse specifice.

Managementul unui proiect înseamnă managementul timpului, al resurselor umane, materiale și financiare în condițiile valorificării informațiilor și cunoștințelor de care este nevoie pentru a realiza produsele/serviciile dorite. Desigur în condițiile valorificării pe piață a rezultatelor derulării proiectului și a obținerii de profit.

Cicluri de viață al unui proiect:

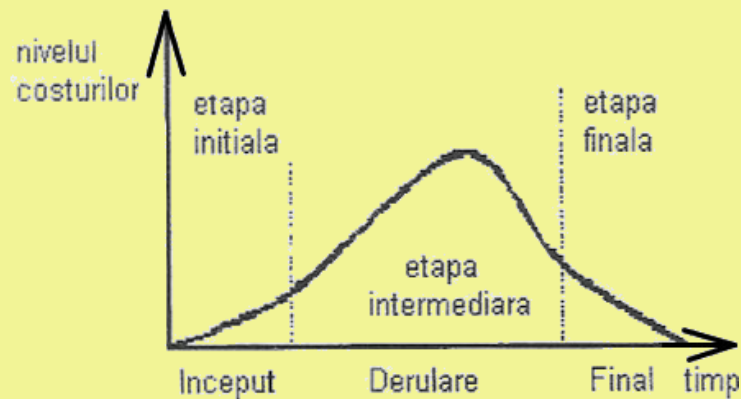
Ciclul de viață al unui proiect definește, în general:

- ce tip de activitate tehnică trebuie derulată în fiecare fază,
- cine trebuie implicat în fiecare fază.

Viața unui proiect, în mod generic, arată astfel:

Grafic nr. 1 Ciclul de viață al unui proiect;

Sursa: Prelucrare autor



- nivelul scăzut al costurilor și al numărului de persoane implicate la începutul și la sfârșitul proiectului;
- probabilitatea de a realiza proiectul este scăzută și implicit riscul și incertitudinea sunt ridicate la început. Către sfârșit probabilitatea de succes devine tot mai mare;
- abilitatea celor interesați de a influența caracteristicile finale ale proiectului și costul final al proiectului sunt mai mari la început și scad pe măsură ce proiectul derulează. O explicație rezidă din aceea că și costul schimbării crește o dată cu continuarea proiectului.

Pentru realizarea unui proiect este nevoie de asigurarea finanțării acestuia, în toate fazele elaborării acestuia. Principalele faze în elaborarea unui proiect sunt:

- Analiza și Inițierea proiectului

Cuprinde:

- analiza grupurilor de interese (stakeholders) adică a grupurilor, (oameni și instituții) care ar putea fi interesate și/sau afectate de proiect. Se identifică problema cheie, obligațiile și oportunitățile cu care se confruntă aceștia;
- analiza problemei – se formulează problemele;
 - se determină relațiile cauză-efect;
 - se analizează implicațiile problemei.

Faza de analiză a proiectului

Proiectul rezolvă o problemă a beneficiarilor pe care trebuie să o cunoască cât mai complet. De aceea trebuie ținut seama de grupurile de interese. Acestea pot fi persoane, grupuri de persoane, organizații, instituții care sunt sau ar putea fi interesate sau afectate de proiect. Cei implicați pozitiv se numesc beneficiari.

Analiza acestora cuprinde:

- identificarea lor;
 - culegerea informațiilor despre ei;
 - identificarea obiectivelor lor;
 - determinarea punctelor tari și a slăbiciunilor;
 - identificarea strategiilor lor;
 - programarea modului lor de reacție;
 - elaborarea unei strategii față de ei.
- analiza obiectivelor – se dezvoltă obiectivele din problemele identificate;
 - se identifică relațiile de tip mijloace-rezultate;
 - se identifică grupurile de obiective;
 - se determină strategia proiectului.

Faza de analiză a proiectului

Proiectul rezolvă o problemă a beneficiarilor pe care trebuie să o cunoască cât mai complet. De aceea trebuie ținut seama de grupurile de interese. Acestea pot fi persoane, grupuri de persoane, organizații, instituții care sunt sau ar putea fi interesate sau afectate de proiect. Cei implicați pozitiv se numesc beneficiari.

Analiza acestora cuprinde:

- identificarea lor;
 - culegerea informațiilor despre ei;
 - identificarea obiectivelor lor;
 - determinarea punctelor tari și a slăbiciunilor;
 - identificarea strategiilor lor;
 - programarea modului lor de reacție;
 - elaborarea unei strategii față de ei.
- analiza obiectivelor – se dezvoltă obiectivele din problemele identificate;
 - se identifică relațiile de tip mijloace-rezultate;
 - se identifică grupurile de obiective;
 - se determină strategia proiectului.

Analiza obiectivelor

Analiza problemei prezintă aspectele negative ale situației existente. Analiza obiectivelor reprezintă aspectele potrivite ale situației viitoare. Aceasta implică reformularea problemelor ca obiective. Graficul obiectivelor poate fi considerat ca o imagine pozitivă în oglindă a graficului problemelor.

OBIECTIV - Crearea unui sistem de instruire la nivel de studii aprofundate în învățământul superior

La această etapă enunțarea obiectivelor este încă destul de generală. Legăturile dintre obiective trebuie analizate și reorganizate după cum este necesar. Obiectivele cu topică similară trebuie grupate pentru a identifica domeniile de responsabilități în conducerea proiectului.

Caracteristicile obiectivului:

- realismul (realizabile cu resurse financiare date, într-un timp stabilit);
- specificitate (evoluția către atingerea obiectivelor să poată fi atribuită proiectului și nu altor cauze)
- măsurabilitate.
- Gruparea obiectivelor. O strategie include un grup de obiective strâns înrudite. Analiza strategiei decide care din aceste grupuri pot fi incluse în proiect. Asta înseamnă că în timpul analizei strategiei, scopul proiectului poate fi chiar schimbat. Doar atunci când strategiile sunt vselectate, obiectivele specifice și cele globale sunt finalizate.

- *Planificarea proiectului*

Cuprinde:

- Definirea logicii proiectului;
- Precizarea supozițiilor și a riscurilor;
- Identificarea indicatorilor cu precizarea mijloacelor de măsurare;
- Întocmirea programului de activitate (se stabilește succesiunea și dependența dintre activități: se estimează durata activităților și se trasează responsabilitățile);
- Stabilirea costurilor (cu specificarea cerințelor de aprovizionare, cu dezvoltarea schemei costurilor și a bugetului).

- Realizarea si Implementarea proiectelor

Pe baza rezultatelor fazelor menționate mai sus se scrie cererea de finanțare a proiectului către potențialii finanțatori. De obicei finanțarea unui proiect are mai mulți finanțatori. La nivelul firmei aceștia pot fi:

- resursele proprii firmei, adică o parte din profit
- resurse atrase din exteriorul firmei: Fonduri Europene, credite bancare, piața de capital, etc.

6.3. Introducerea de tehnologii noi prin entități externe firmei

Pentru a realiza activități de CDI se poate apela la transferul de tehnologii. Valorificarea rezultatelor cercetării și dezvoltării tehnologice se realizează printr-o infrastructură de CDI, transfer tehnologic și valorificare pe piață a rezultatelor astfel obținute.

Structura unei infrastructuri de CDI, transfer tehnologic și valorificare rezultate poate să cuprindă diverse tipuri de entități organizatorice dintre care amintim :

- centre de transfer tehnologic
- incubatoare de afaceri
- parcuri științifice, tehnologice și industriale
- clustere
- centre de asistență și informare științifică și tehnologică pentru diseminarea și valorificarea rezultatelor cercetării

Fiecare astfel de structură poate aduce unei firme care desfășoară și activități de CDI numeroase beneficii privind: exploatarea unor locații în condiții mai avantajoase, reduceri de tarife la anumite servicii, sprijin și parteneriate pentru a finaliza anumite proiecte, promovarea și marketingul comun pentru diferite activități.

Bibliografie:

1. Birley, S., Muzyka, D., Mastering Entrepreneurship: your single source guide to becoming a master of entrepreneurship, FT Press, USA, 2000.
2. Burduș, E, Cochină, I., Crăciun, L., Istocescu, A., Întreprinzătorul, Editura Pro Universitaria, 2010
3. C.N.I.P.M.M.R., Ministerul pentru Mediul de Afaceri, Comerț și Antreprenariat: CARTA ALBA a IMM-urilor din România, 2019, Ed.nr. 17, Ed. Pro Universitaria București 2019, ISBN 978-606-26-1096-8
4. D.P. Wold, NxLEVEL Guide for Entrepreneurs, WEN, University of Columbia, Den 1998.
5. Dalota M.D., Management Antreprenorial. Fundamente teoretice. Studii de caz, Ed. Pro Universitaria, București 2012
6. Druker, P. (1993), Inovația și spiritul antreprenorial, Editura Economică, București.
7. Ghenea M., Antreprenariat Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Ed. Universul Juridic, București 2011, ISBN 978-973-127-516-1

8. Iordăchescu M., Scutelnicu E., Iordăchescu Dănuț, Stimularea potențialului de dezvoltare a I.M.M.-urilor, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2005, ISBN 973-30-1366-8.

9. Manea D.M., Man O.R., Managementul I.M.M.-urilor, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2005, ISBN 973-30-1210-6

10. Nicolescu O., Managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Ed. Economică, 2001

11. Onetiu C., START în antreprenoriat, Ed. Act și Politon, București 2019, ISBN 978-606-913-479-5

12. Popescu, M., Managementul inovării, Editura Universității Transilvania din Brașov, 2016.

13. Schumpeter, J.A., The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle, Transaction Publishers, 1934.

14. Stevenson, Howard H., and Shirley M. Spence. Getting to Giving: Fundraising the Entrepreneurial Way. Belmont, MA: Timberline LLC, 2011.

Resurse web

15.https://ro.wikipedia.org/wiki/Antreprenoriat#Semnifica%C8%9Bia_conceptului_de_antreprenor_%C8%99i_antreprenoriat.

16.https://ro.wikipedia.org/wiki/Antreprenoriat#Semnifica%C8%9Bia_conceptului_de_antreprenor_%C8%99i_antreprenoriat.

17.<http://antreprenori-responsabili.ro/resurse/marius-ghenea-despre-elementele-esentiale-ale-antreprenoriatului/>

18.Planul de afaceri - Studiu teoretic privind elaborarea unui plan de afaceri

<http://www.rasfoiesc.com/business/afaceri/Planul-de-afaceri-Studiu-teore96.php>

19.Strategia Nationala CDI:

https://www.edu.ro/sites/default/files/ fi%C8%99iere/Minister/2016/strategii/strategia-cdi-2020 _proiect-hg.pdf

20.Start-Up Nation:

<https://startupnation.aippimm.ro>

<http://www.aippimm.ro/categorie/programe/programul-start-up-nation-2018/>

<https://startupnation2018.aippimm.ro/>.

21.Procesul de inovare. Firma inovativă, disponibil la http://www.icpe.ro/performeri/files/Procesul_de_Inovare_Firma_Inovativa.pdf

Acte normative

1. Codului Muncii - Legea 59/2003
2. Parlamentul României, Legea nr. 324/2003 pentru aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 57/2002 privind cercetarea științifică și dezvoltarea tehnologică, Monitorul Oficial al României nr. 514 din 16 iulie 2003.

Vă mulțumesc pentru atenția acordată!

