Studierea nevoii de iniţiere şi dezvoltare a Start-Up-urilor în rândul tinerilor din România

Quantitative Study of Young Romanian Entrepreneurs' Needs Regarding Startups Inception and Development

Autor: David Ciocodeică

Abstract: Prezenta cercetare serveşte fundamentării deciziilor de marketing şi management privind înființarea unor start-up-uri cu finanțare publică europeană de către tinerii întreprinzători. Realizarea acestei cercetări poate fi utilă pentru crearea unui unei pagini Web cu un conţinut de marketing adresat şi adaptat tinerilor care doresc să înființeze o afacere cu ajutorul Guvernului României sau prin accesarea fondurilor europene. De asemenea, sunt foarte multe companii/instituții care accesează finanțare publică europeană, așadar este foarte important să afle ce părere au tinerii antreprenori care au inițiat start-up-uri prin intermediul acestor programe. Pentru majoritatea tinerilor, principala problemă pe care o au în momentul în care au o idee de business este reprezentată de capitalul bănesc (resursele financiare), iar prin intermediul acestei cercetari doresc să aduc un surplus de informație tinerilor care doresc să inițieze un start-up cu finanțare publică europeană.

Cuvinte cheie: marketing antreprenorial, cercetare de marketing, pagină web, start-up-uri, finanțare europeană

Key words: entrepreneurial marketing, marketing research, website, startups, EU funding

Introducere

Studiul are drept scop identificarea factorilor de succes și problemele cu care s-au confruntat start-up-urile apărute ca urmare a implementării unor programe cu finanțate publică europeană. "Una dintre cele mai dificile sarcini avute de antreprenori la început de drum este să dezvolte planuri de marketing corecte şi să comunice eficient

cu publicul ţintă. Calitatea acestor activităţi influenţează în mod direct nivelul vânzărilor şi şansele de reuşită ale oricărui produs sau serviciu". (Scarlat, 2013)

Această cercetare are drept obiective:

Identificarea principalelor domenii de activitate care au avut succes prin înființarea de start-up-uri cu finanțare publică europeană.

Identificarea competențelor antreprenoriale și manageriale ale tinerilor întreprinzători prin coordonarea, administrarea start-up-urilor finanțate publică europeană.

Identificarea factorilor de succes și dificultăților cu care s-au confruntat antreprenorii în procesul dezvoltării ideilor de afaceri.

Identificarea factorilor de succes și a dificultăților cu care s-au confruntat antreprenorii în implementarea ideilor de afaceri.

Identificarea aspectelor demografice și psihografice ale populației investigate.

Analizând răspunsurile cercetării, se poate observa că majoritatea respondenţilor au considerat înființarea unui start-up un proces anevoios, dar s-au descurcat cu ușurință în rezolvarea aspectelor administrative ale procesului de finanțare.

Principalele domenii de activitate în care respondenții au înființat start-up-uri cu finanțare publică europeană sunt*: industrii creative, turism și ecoturism, produse farmaceutice, tehnologia informațiilor și telecomunicațiilor, energie și management de mediu*.

În urma aplicării chestionarului privind inițierea și dezvoltarea de start-up-uri cu finanțare publică europeană, s-a considerat că cele mai importante competențe ale unui antreprenor de succes sunt următoarele: prioritizarea activităților în cadrul întreprinderii, să finalizeze cu succes activitățile asumate, să comunice eficient cu ceilalți, să adopte o atitudine proactivă în business-ul pe care îl administrează şi de asemenea, să fie o persoană sociabilă și analitică.

Experienţa respondenţilor arată că riscurile majore ce pot apărea în deschiderea unui start-up finanţat prin fonduri europene se ierarhizează începând cu timpul îndelungat pentru lansarea start-up-lui, urmat de existenţa barierelor concurenţiale, apoi de peiţele limitate cantitativ şi valoric şi de cheltuielile ridicate pentru deschidere, iar cei mai puţini (25%) consideră că alegerea unui plan de afaceri nepotrivit este un risc major.

Peste 90% dintre respondenţi consideră că este foarte important ca un antreprenor de succes să fie o persoană analitică, sociabilă, să comunice eficient cu cei din jur, să adopte o atitudine pozitivă, să prioritizeze activităţile şi să le finalizeze cu succes. Cele mai importante calităţi sunt prioritizarea activităţilor şi finalizarea acestora cu succes atunci când au fost asumate.

Principalele facilități de care ar trebui să beneficieze antreprenorii la momentul actual pentru continuarea start-up-urilor sunt următoarele: *taxe mai mici, o legislație mai flexibilă, educație antreprenorială/civică, apartenența la asociațiile de antreprenoriat/cluster-e și personal calificat, foarte bine instruit.*

Accestul la finanţare este considerat un impediment de 69% dintre respondenţi (24% în foarte mare masură şi 45% în mare măsură). În aceeaşi măsură, 69% dintre respondenţi conisderă legislaţia şi concurenţa drept impedimente în înfiinţarea unui start-up. Părerile sunt împarţite pentru educaţia antreprenorială şi teama de eşec. În proporţii identice, 23% dintre respondenţi au au avut o părere referitor la aceste elemnete cum că ar fi nişte impedimente, iar alţi 25% nu le-au considerat ca fiind impediemnte. Sunt considerate într-o mare masură ca fiind impedimente de 32% dintre respondeți și într-o foarte mare masură de către restul de 20% dintre persoanele chestionate.

Marketingul antreprenorial

Cu ajutorul creativității antreprenoriale problemele care reprezintă o amenințare pentru propria afacere pot fi transformate în oportunități. „Lucrurile de care ne temem cel mai mult în companii – fluctuațiile, dezechilibrele, tulburările – sunt principalele surse ale creativității” ***Margaret J. Wheatley)***

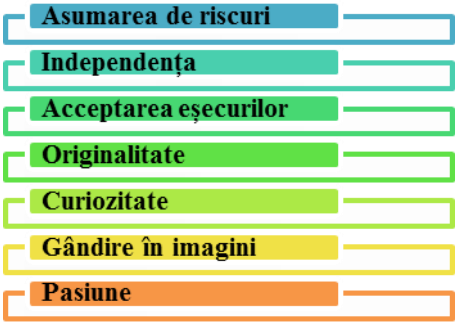
În acest capitol, voi aborda conceptual de creativitate în domeniul marketingului antreprenorial, apariția, dezvoltarea și principalele caracteristici ce privesc managementul unui marketing antreprenorial.

Conceptul de creativitate nu îl aplicăm doar în domenii precum arte și psihologie, el este un subiect de actualitate și foarte apreciat într-un domeniu de interes “*oamenilor*” de marketing și de business, mai precis în Marketingul Antreprenorial. A fi o persoană creativă înseamnă să vezi în jurul tău aceleași lucruri, dar să te diferențiezi prin modul de gândire.

De ce este importantă creativitatea în marketingul antreprenorial?

Trei dintre principalele motive prin care puteți înțelege de ce este așa de important acest concept folosit foarte des de marketeri și oameni de afaceri.

- pentru a înființa o afacere, ai nevoie de o idee.
- pentru a spori atenția clienților este nevoie să te diferențiezi și să îi surprinzi prin modul de gândire.
- creativitatea este cea mai importantă aptitudine a unui lider antreprenor de succes. Dat fiind faptul că în acest subcapitol este abordată creativitatea, am să dezvolt în continuare principalele caracteristici ale unui antreprenor creativ:



Adaptare sursă: (Oprea, 2013, p.5)

Cum ne remarcăm la locul de mucă prin intermediul creativității?

Majoritatea angajaților sunt foarte puternic influențați de mediul în care își desfășoară activitatea și de colegii de serviciu. Consider că orice manager trebuie să aibă în vedere creativitatea angajaților prin organizarea de workshop-uri pe diverse teme, în cadrul cărora fiecare angajat să aibă posibilitatea să își dezvolte creativitatea și să comunice eficient cu ceilalți.

Cel mai important element pentru susținerea creativității unui grup îl reprezintă diversitatea lucrurilor. Putem afirma faptul că în marketingul antreprenorial este foarte util să fii creativ alături de aptitudini foarte bune de lider antreprenor având capacitatea de asumare a riscurilor și nu în ultimul rând încederea în sine. Aceste calități inflențează considerabil succesul unui tânăr antreprenor.

Apariţia şi dezvoltarea marketingului antreprenorial

Fundația fiecărui start-up este reprezentată de marketingul antreprenorial prin specularea oportunităților și definirea ideii de afaceri, iar construcția acestuia trebuie realizată în mod sinergic utilizând resursele dobândite.

Antreprenoriatul a fost definit drept procesul de creare a valorii prin reunirea unui set unic de resurse, în scopul exploatării unei oportunităţi. Procesul include setul de activităţi necesare identificării oportunităţilor, definirea conceptului de afacere, evaluarea şi dobândirea resurselor necesare, gestionarea şi obţinerea rezultatelor".(Foltean, s.n, p.1)

Creativitatea este caracteristica principală pentru cei care adoptă strategii de marketing antreprenorial. „Marketingul antreprenorial este comportamentul unui individ şi/sau al unei organizaţii care adoptă o filosofie de a provoca convenţiile existente pe piaţă în procesul de dezvoltare a unor noi soluţii" (Chaston, 2000).

„Antreprenoriatul este principalul mediator al schimbării"(Ibidem). Manifestările antreprenoriale conduc la eliminarea echilibrului economic, fenomen denumit de **Schumpeter** *„distrugere creativă*" (Schumpeter, 1971).

Antreprenoriatul este reprezentat și văzut ca o orientare organizaţională, care pune în evidenţă trei dimensiuni: ***inovativitate, asumarea calculată a riscurilor şi orientarea proactivă*** (Foltean, s.n, p.1).

„Marketingul antreprenorial este abordat ca un concept integrativ care să adapteze demersul de marketing noilor condiţii de mediu în care întreprinderea operează. Marketingul antreprenorial sintetizează marketingul şi antreprenoriatul într-un concept comprehensiv, în cadrul căruia marketingul devine un proces pe care firma îl poate realiza în mod antreprenorial".(Ibidem, p.2)

Într-un start-up este vital să se previzioneze modul în care acesta va interacționa cu întregul sistem economic și social. Marketingul antreprenorial ajută la îndeplinirea acestui deziderat și optimizarea relațiilor dintre o firmă/companie (privită ca subsistem) cu întregul sistem economico-social în scopul maximizării profitului.

Eu consider că poate reprezenta o deosebită oportunitate pentru aceast domeniu al marketingului, respectiv marketingul antreprenorial, o raportare la un concept cibernetic numit Teoria Generală a Sistemelor (T.G.S). Aceasta fiind o disciplină cu un potențial gnoseologic și epistemologic care urmărește integralitatea sistemelor având la bază o serie de discipline matematice precum: Teoria Jocurilor, Cercetări Operaționale și Teoria Plobabilităților. T.G.S orientată pe marketingul antreprenorial poate fi văzută ca o direcție viitoare de cercetare pentru a integra la nivel înalt diverse domenii ale cunoașterii printr-o metodologie de conceptualizare.

„Termenul de marketing antreprenorial este din ce în ce mai folosit pentu a face referire la două dimensiuni diferite ale managementului unei firme: marketingul şi antreprenoriatul. Cele două dimensiuni sau funcţii se condiţionează reciproc. Astfel, antreprenoriatul utilizează marketingul ca pe un element esenţial al firmei care poate ajuta la realizarea inovării şi la manifestarea creativităţii" (www.romania-startup.ro)

Carson (1995) a identificat următoarele caracteristici ale managementului unui marketing antreprenorial:

- Experienţă atât în industrie, cât şi în management;
- Cunoştinţe despre piaţă şi produs;
- Abilităţi de comunicare;
- Inteligenţă pentru a identifica oportunităţi.

Nevoia de marketing în antreprenoriat „Marketingul poate fi privit din două perspective: una socială şi una managerială" *(* www.romania-startup.ro*)*

„Relaţia ***marketing - antreprenoriat*** este importantă din următoarele motive:

1. Marketingul este o funcţie a afacerii care trebuie utilizată corespunzător de un antreprenor atunci când lansează şi dezvoltă noi afaceri. Cele mai întâlnite probleme în dezvoltarea de noi afaceri sunt legate de marketing şi de partea financiară. Problemele financiare includ: *capitalul iniţial, creşterea economică, generarea de cash-flow şi controlul financiar.* Problemele legate de marketing, chiar dacă par independente de cele financiare, în fond, pot ajuta la depăşirea lor, atâta timp cât există un plan de marketing şi o determinare corectă a dimensiunii pieţei.
2. Al doilea motiv este faptul că unii antreprenori nu înţeleg foarte bine marketingul ca proces. Ei consideră că a aduce pe piaţă un produs inovativ şi serviciile adiţionale este suficient pentru a vinde.
3. Antreprenorii nu au abilităţi de planificare sau manageriale, adesea subestimând timpul şi eforturile necesare pentru a ajunge la rezultatele propuse"(Ibidem).
4.

Antecedente ale succesului unui start-up din perspectiva antreprenorială

H1. *Există o legatură directă între succesul unui start-up și dorința antreprenorului de a depinde doar de propriile decizii.*

H2. *Există o legătură indirectă între succesul unui start-up şi şansa antreprenorului de aş pune în valoare cunoştinţele dobândite în domeniul antreprenorial.*

H3: *Există o legătură directă între succesul unui start-up şi aspiraţiile unui antreprenor (visul unui antreprenor).*

H4: *Există o legătură indirectă între succesul unui start-up şi o împlinire profesională.*

H5: *Există o legătură directă între programul de lucru flexibil şi succesul unui start-up de succes.*

H6: *Există o legătură puternică între succesul unui start-up şi veniturile mai consistente.*

H7: *Există o legătură directă între suucesul unui start-up şi posibilitatea de a accesa o gamă variată de finanţare.*

Ca rezultat al ipotezelor de mai sus avem următoarea formă a modelului teoretic:

Succes_startup(x) = a*Decizii(X) + b*Cunoştinţe (x) + c*Aspiraţii(x) + d*Succes_personal(x) + e*Flexibilitate(x) + f*Venituri(x) + g*Finanţare(x).

Metodologia cercetării

Prezenta cercetare serveşte fundamentării deciziilor de marketing şi managment privind înfiinţare unor start-up-uri cu finanţare publică europeană de către tinerii întreprinzători. Realizarea acestei cercetări poate fi utilă în crearea unui unei pagini Web cu un conţinut de marketing perfect adresat şi adaptat tinerilor care doresc să înfiinţeze o afacere cu ajutorul Guvernului României sau prin accesarea fondurilor europene.

De asemenea, sunt foarte multe companii/instituţii care accesează finanţare publică europeană şi este foarte important să afle ce părere au tinerii care au deschis un start-up prin intermediul acestor programe. Pentru majoritatea tinerilor, principala problemă pe care o au în momentul în care au o idee de business este reprezentată de capitalul bănesc(resursele financiare) şi prin intermediul acestei cercetari doresc să aduc un surplus de informaţie tinerilor care doresc să iniţieze un start-up cu finanţare publică europeană.

„Îmbunătăţirea calităţii procesului decizional presupune utilizarea cercetărilor de marketing în mod eficace şi eficient, pentru mai buna cunoaştere şi înţelegere a mediului intern şi extern al organizaţiei, pentru alegerea celor mai adecvate variante de produs, preţ, distribuţie şi promovare, precum şi pentru evaluarea rezultatelor politicii firmei" (Cătoiu, 2002, p. 17).

Studiul are drept scop identificarea factorilor de succes și problemele cu care se confruntă start-up-urile apărute ca urmare a implementării unor programe cu finanțate publică europeană.

În realizarea chestionarului m-am ghidat după principiul pâlniei, fluxul întrebărilor fiind de la general la specific şi a fost realizat din 21 de întrebări. În acest chestionar am folosit întrebări închise dihotomice, întrebări închise multihotomice.

1. Exemplu întrebare închisă dihotomică: **Q1. V-ați înființat un start-up cu finanțare europeană?** Da sau Nu (stop chestionar)

2. Exemplu întrebare închisă multihotomică: **Q4. În ce domeniu de activitate se înscrie compania pe care ați înființat-o? ****O singură variantă de răspuns posibilă!*

- Turism și ecoturism
- Industrii creative
- Tehnologia informațiilor și telecomunicațiilor
- Sănătate și produse farmaceutice
- Energie și management de mediu
- Altele. Care?_____

Colectivitatea cercetată se referă la indivizii de la care se recoltează informații și este definită în strânsă legătură cu obiectivele urmărite. În cercetarea de faţă colectivitatea analizată este reprezentată de persoanele care au înființat un start-up cu finanțare publică europeană prin accesarea fondurilor din Uniunea Europeană. Sunt vizate atât persoanele de sex feminin, cât și masculin, cu vârstele cuprinse în următoarele intervale: 18-25 ani, 26-35 ani, 36-45 ani și 46-55 ani.

Fiind o cercetare de tip pilot, cercetarea de faţă are doar **100** de respondenţi, aceasta nefiind reprezentativă la nivelul colectivităţii cercetate.

Metoda de eşantionare folosită a fost cea a **„bulgărelui de zăpadă".** Aceasta face parte din categoria metodelor de tip neprobabilistic.

Pentru a constitui eşantionul am folosit, la începutul chestionarului, 2 întrebări filtru **Q1. V-ați înființat un start-up cu finanțare europeană? *** *O singură variantă de răspuns posibilă!*

- Da
- Nu **(stop chestionar)**

Q2. Este primul start-up înființat? * *O singură variantă de răspuns posibilă!*

- Da
- Nu(stop chestionar)

Dacă răspunsul persoanelor chestionate nu era pozitiv, aceştia nu intrau în eşantionul studiat.

Sondajul este o metodă de culegere de date primare, pe baza unui chestionar administrat unui eșantion reprezentativ de respondenți. În cadrul acestei cercetări, am folosit o singură metodă de culegere a informaţiilor de pe piaţă, şi anume **sondajul**. Cercetarea a avut loc în perioada 20 martie – 5 Aprilie 2016, în mediul online, pe o platformă dedicată (esurveypro).

Pe baza chestionarului, respondenților li s-au pus 21 de întrebări prestabilite și în aceeași ordine, răspunsurile fiind înregistrate de către aceştia. Înainte de începerea completării acestuia, respondenţilor li s-a explicat scopul chestionarului şi timpul necesar completării (aproximativ 10 minute).

Intervievarea persoanelor s-a desfăşurat în mediul online (esurveypro) în perioada 20 martie – 5 aprilie 2016 prin intermediul unui e-mail trimis doar persoanelor care au înființat un start-up cu finanțare publică europeană.

Rezultatele studiului

***Analiza şi interpretarea rezultatelor cercetării* - Analiza univariată**

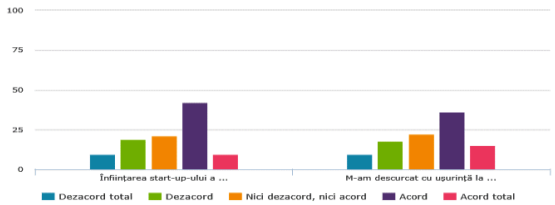


Figura nr.1 Nivelul de încredere al enunțurilor

	Dezacord total	Dezacord	Nici dezacord, nici acord	Acord	Acord total
Înființarea start-up-ului a fost un proces anevoios	8 9.30%	16 18.60%	18 20.93%	36 41.86%	8 9.30%
M-am descurcat cu ușurință la rezolvarea aspectelor administrative ale procesului de finanțare	8 9.30%	15 17.44%	19 22.09%	31 36.05%	13 15.12%

Tabelul nr.1 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.3

Un procent de 42% dintre respondenţi sunt de acord că înfiinţarea unui start-up este un proces anevoios şi doar 9% sunt total de acord cu această afirmaţie. Un procent de 19% şi de 9% sunt în dezacord, respectiv dezacord total. Răspunsurile de acord şi acord total însumează 52% dintre respondenţi. Un grup reprezentând 51% dintre respondenţi a fost de acord cu afirmaţia că aceştia s-au descurcat cu uşurinţă în rezolvarea aspectelor administrative ale procesului de finanţare. Acest lucru se explică prin faptul că aspectele administrative ale procesului de finanţare sunt doar o parte din etapele înfiinţării unui start-up, restul etapelor fiind cele mai anevoioase. În mod egal, 21%-22% dintre respondenţi nu au fost nici în acord, nici în dezacord cu cele două afirmaţii.

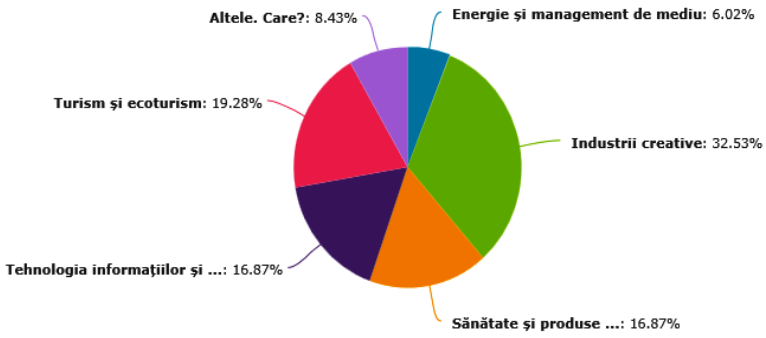


Figura nr.2 – Principalele domenii de activitate ale start-up-urilor înființate prin programele cu finanțare publică europeană

Cei mai mulţi dintre respondenţi (**32,53%)** au înființat un start-up în domeniul industriei creative. **19.28%** dintre acestia, au înființat un start-up în domeniul turism şi ecoturism. **16.87%** dintre aceştia în domeniile sănătate - produse farmaceutice, tehnologia informațiilor și telecomunicațiilor, în timp ce doar **6.02%** în domeniul energiei și managementului de mediu.

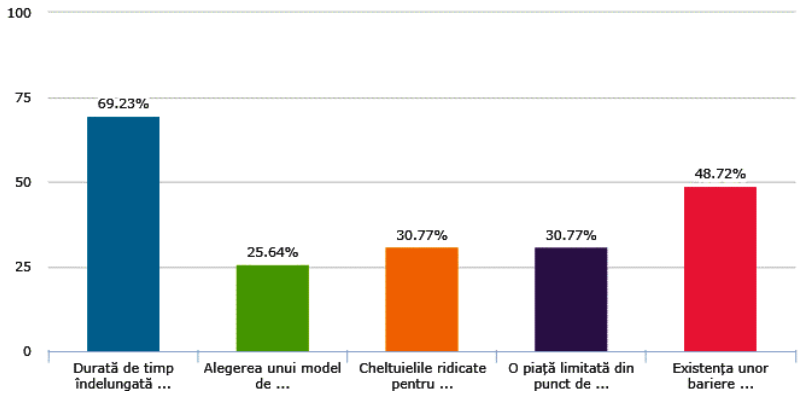


Figura nr.3 Riscurile majore care apar la înființarea unui start-up cu finanțare publică europeană

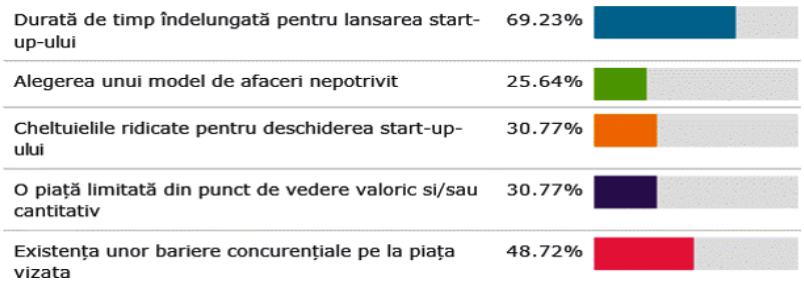


Figura nr.4 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.5

Analizând răspunsurile persoanelor chestionate rezultă că cei mai mulţi dintre aceştia (69.23%) consideră că cel mai mare risc atunci când îşi înfiinţează un start-up cu finanțare publică europeană îl reprezintă durata de timp îndelungată pentru lansarea acestuia. 48.72% dintre respondenţi consideră că existența unor bariere concurențiale pe piața vizată poate fi un risc major.

Un procent de 30.77% dintre respondenţi cred că o piață limitată din punct de vedere valoric sau cantitativ şi cheltuielile ridicate pentru deschiderea start-up-ului pot fi considerate riscuri majore în momentul în care dorim să avem propria afacere cu finanțare publică europeană. Experienţa respondenţilor arată că riscurile majore ce pot apărea în deschiderea unui start-up finanţat prin fonduri europene se ierarhizează începând cu timpul îndelungat pentru lansarea start-up-lui, urmat de existenţa barierelor concurenţiale, apoi de peiţele limitate cantitativ şi valoc şi de cheltuielile ridicate pentru deschidere, iar cei mai puţini (25%) consideră că alegerea unui plan de afaceri nepotrivit este un risc major.

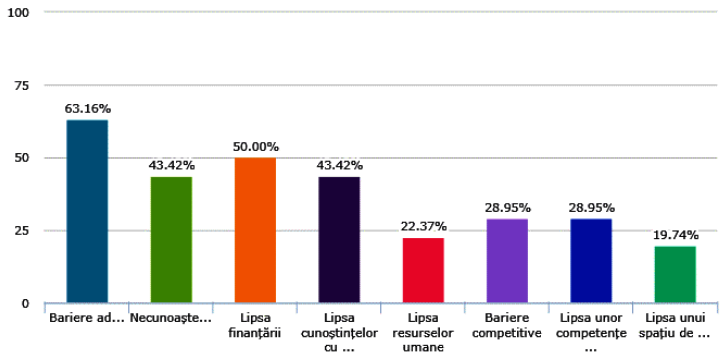


Figura nr.5 Dificultățile cu care s-au confruntat start-up-urile înființate cu finanțare publică europeană

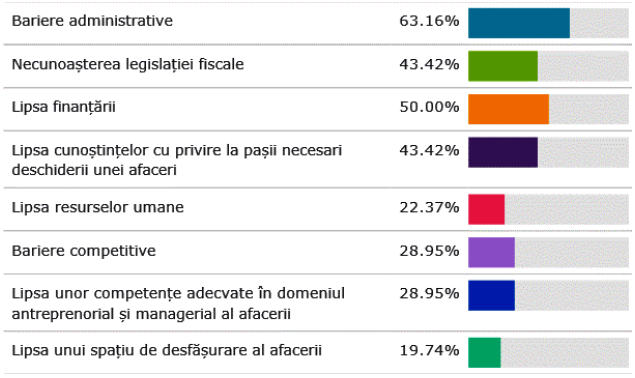


Figura nr.6 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.6

Analizând răspunsurile respondenților, cei mai mulți dintre aceștia **(63.16%)** s-au confrunat cu bariere administrative în deschiderea/înființarea start-up-urilor dorite. **50.00%** dintre aceștia s-au confruntat cu lipsa finanțării. **43.42%** s-au întâlnit cu lipsa cunoștințelor cu privire la pașii necesari deschiderii afacerii și de asemenea, cu necunoașterea legislației fiscale. **28.95%** s-au confruntat cu lipsa unor competențe adecvate în domeniul antreprenorial și managerial al afacerii(start-up-ului) și de asemenea, cu barierele competitive de pe piață. **22.37%** s-au întâlnit cu lipsa resurselor umane și **19.74** dintre beneficiari s-au confruntat cu lipsa unui spațiu de desfășurare al afacerii.

Deşi, doar 31% dintre respondenţi consideră cheltuielile ridicate ca fiind un risc major, jumătate dintre respondenţi s-au întâlnit cu această problemă datorată lipsei finanţării. Aproximativ 50% dintre cei chestionaţi percep barierele concurenţiale ca pe un risc major în deschiderea unui start-up, însă numai 29% dintre aceştia s-au confruntat cu astfel de dificultăţi.

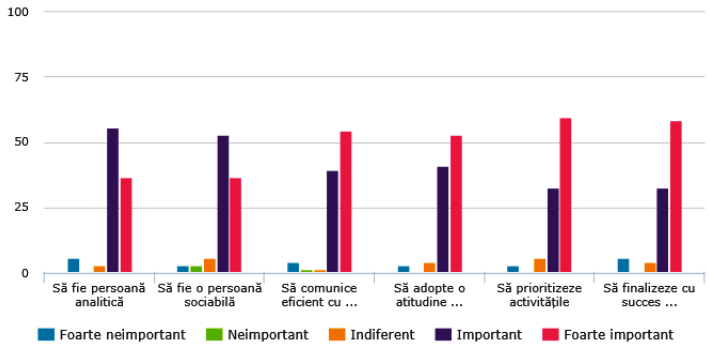


Figura nr.7 Principalele competențe utile ale unui antreprenor de succes

	Foarte neimportant	Neimportant	Indiferent	Important	Foarte important
Să fie persoană analitică	**4** 5.41%	**0** 0.00%	**2** 2.70%	**41** 55.41%	**27** 36.49%
Să fie o persoană sociabilă	**2** 2.70%	**2** 2.70%	**4** 5.41%	**39** 52.70%	**27** 36.49%
Să comunice eficient cu ceilalți	**3** 4.05%	**1** 1.35%	**1** 1.35%	**29** 39.19%	**40** 54.05%
Să adopte o atitudine proactivă	**2** 2.70%	**0** 0.00%	**3** 4.05%	**30** 40.54%	**39** 52.70%
Să prioritizeze activitățile	**2** 2.70%	**0** 0.00%	**4** 5.41%	**24** 32.43%	**44** 59.46%
Să finalizeze	**4** 5.41%	**0** 0.00%	**3** 4.05%	**24** 32.43%	**43** 58.11%

Tabelul nr.2 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr. 7

Peste 90% dintre respondenţi consideră că este important şi foarte important ca un antreprenor de succes să fie o persoană analitică, sociabilă, să comunice eficient cu cei din jur, să adopte o atitudine pozitivă, să prioritizeze activităţile şi să le finalizeze cu succes. Cele mai importante calităţi sunt prioritizarea activităţilor şi finalizarea acestora cu succes atunci când au fost asumate.

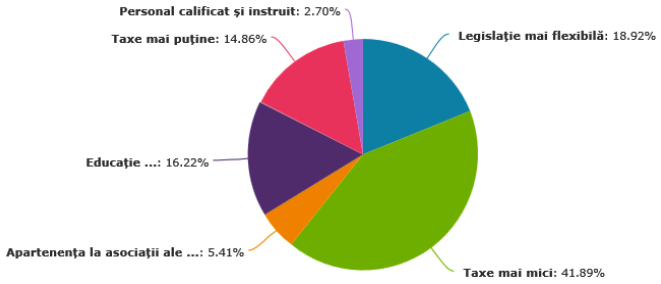


Figura nr.8 Principala facilitate de care ar putea beneficia antreprenorii la momentul actual pentru continuarea start-up-urilor, cu excepția finanțării

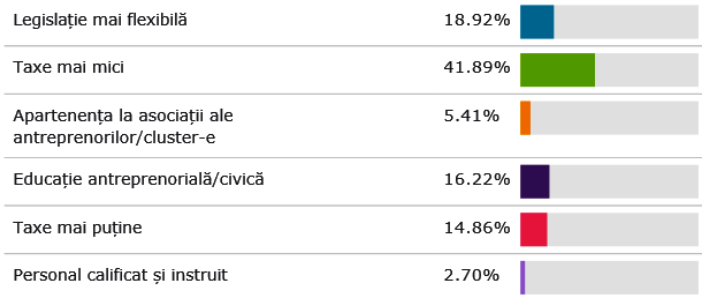


Figura nr.9 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.8

41.89% dintre respondenți consideră că principala facilitate de care ar trebui să beneficieze antreprenorii la momentul actual pentru continuarea start-up-urilor este reprezentată taxe mai mici. **18.92%** sunt de părere că principala facilitate de care să beneficieze pentru continuarea start-up-urilor, ar fi: legislație mai flexibilă. **16.22%** dintre aceștia preferă educația antreprenorială/civică. **5.41%** dintre persoanele care au răspuns chestionarului aspiră la apartenența la asociațiile de antreprenoriat/cluster-e. **2.70%** preferă un personal calificat și instruit.

Un total de peste 50% dintre respondenți consideră că principalele facilitări de care ar putea beneficia antreprenorii sunt micșorarea taxelor și a numarului acestora.

	În foarte mare măsură	În mare măsură	Nici/Nici	În mică măsură	În foarte mică măsură
Lipsa resurselor umane adecvat calificate	**15** 21.13%	**20** 28.17%	**16** 22.54%	**17** 23.94%	**3** 4.23%
Accesul la finanțare	**17** 23.94%	**32** 45.07%	**13** 18.31%	**5** 7.04%	**4** 5.63%
Bariere administrative	**19** 26.76%	**29** 40.85%	**11** 15.49%	**11** 15.49%	**1** 1.41%
Legislația Fiscală	**17** 23.94%	**32** 45.07%	**11** 15.49%	**8** 11.27%	**3** 4.23%
Educație antreprenorială	**13** 18.31%	**23** 32.39%	**16** 22.54%	**14** 19.72%	**5** 7.04%
Concurența	**15** 21.13%	**25** 35.21%	**15** 21.13%	**10** 14.08%	**6** 8.45%
Teama de eșec	**14** 19.72%	**23** 32.39%	**16** 22.54%	**10** 14.08%	**8** 11.27%
Lipsa unor modele sau povești de	**7** 9.86%	**16** 22.54%	**20** 28.17%	**18** 25.35%	**10** 14.08%

Tabelul nr. 3 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.9

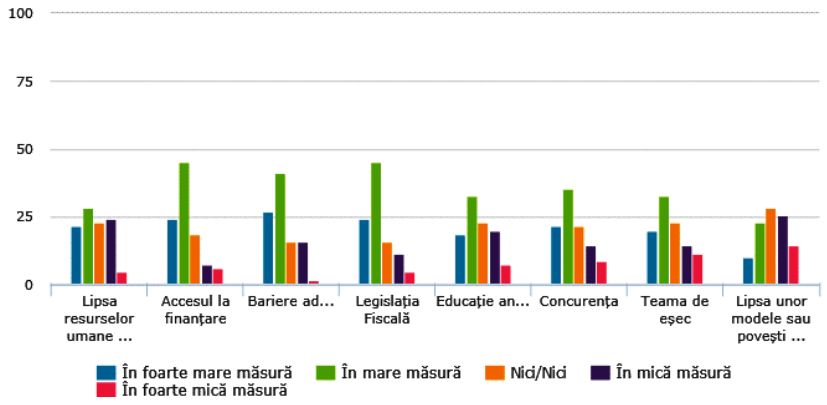


Figura nr.10 Nivelul de încredere al impedimentelor la înființarea unui start-up

Accestul la finanţare este considerat un impediment de 69% dintre respondenţi (24% în foarte mare masură şi 45% în mare măsură). În aceeaşi măsură, 69% dintre respondenţi conisderă legislaţia şi concurenţa drept impedimente în înfiinţarea unui start-up.

Părerile sunt împarţite pentru educaţia antreprenorială şi teama de eşec. În proporţii identice, 23% dintre respondenţi au au avut o părere referitor la aceste elemnete cum că ar fi nişte impediemnte, iar alţi 25% nu le-au considerat ca fiind impediemnte. Sunt considerate într-o mare masură ca fiind impediemnte de 32% dintre respindeţi si într-o foarte mare masură de către restul de 20% dintre persoanele chestionate.

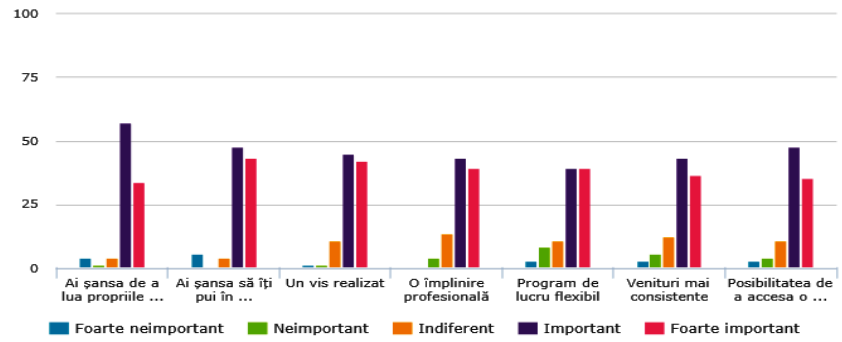


Figura nr.11 Importanța avantajelor privind succesul antreprenorial

	Foarte neimportant	Neimportant	Indiferent	Important	Foarte important
Ai șansa de a lua propriile decizii	3 4.05%	1 1.35%	3 4.05%	42 56.76%	25 33.78%
Ai șansa să îți pui în valoare cunoștințele	4 5.41%	0 0.00%	3 4.05%	35 47.30%	32 43.24%
Un vis realizat	1 1.35%	1 1.35%	8 10.81%	33 44.59%	31 41.89%
O împlinire profesională	0 0.00%	3 4.05%	10 13.51%	32 43.24%	29 39.19%
Program de lucru flexibil	2 2.70%	6 8.11%	8 10.81%	29 39.19%	29 39.19%
Venituri mai consistente	2 2.70%	4 5.41%	9 12.16%	32 43.24%	27 36.49%
Posibilitatea de a accesa o gamă variată de finanțare	2 2.70%	3 4.05%	8 10.81%	35 47.30%	26 35.14%

Tabelul nr.4 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.10

Peste 90% dintre respondenţi consideră că avantajele succesului antreprenorial sunt şănsa de a lua propriile decizii, şansa de punere în valuare a cunostintelor, realizarea unui vis, împlinirea profesională, programul de lucru flexibil, veniturile mai consistente, posibilitatea accesării unei game variate de finanţare.

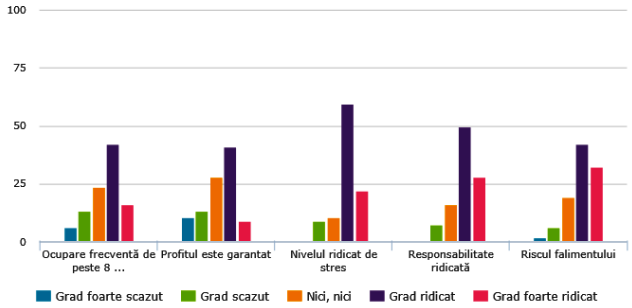


Figura nr.12 Principalele dezavantaje asociate statutului de antreprenor

	Grad foarte scazut	Grad scazut	Nici, nici	Grad ridicat	Grad foarte ridicat
Ocupare frecventă de peste 8 ore pe zi	4 5.80%	9 13.04%	16 23.19%	29 42.03%	11 15.94%
Profitul este garantat	7 10.14%	9 13.04%	19 27.54%	28 40.58%	6 8.70%
Nivelul ridicat de stres	0 0.00%	6 8.70%	7 10.14%	41 59.42%	15 21.74%
Responsabilitate ridicată	0 0.00%	5 7.25%	11 15.94%	34 49.28%	19 27.54%
Riscul falimentului	1 1.45%	4 5.80%	13 18.84%	29 42.03%	22 31.88%

Tabelul nr.5 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.11

59.42% dintre respondenți consideră că nivelul ridicat de stres este un dezavantaj, având un grad ridicat în succesul antreprenorial. **49.28% dintre respondenți** cred că responsabilitatea ridicată reprezintă un dezavantaj cu grad ridicat. Riscul falimentului **(42.03%) și** ocuparea frecventă de peste 8 ore pe zi sunt considerate dezavantaje cu un grad ridicat în succesului unui antreprenor.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Resurse financiare suficiente	14 20.29%	12 17.39%	5 7.25%	9 13.04%	5 7.25%	6 8.70%	4 5.80%	8 11.5
Aptitudinile manageriale ale administratorului	10 14.49%	10 14.49%	9 13.04%	6 8.70%	9 13.04%	7 10.14%	3 4.35%	5 7.25
Calitatea resurselor umane	8 11.59%	7 10.14%	15 21.74%	7 10.14%	10 14.49%	3 4.35%	6 8.70%	5 7.25
Un mediu concurențial deschis	6 8.70%	6 8.70%	4 5.80%	14 20.29%	8 11.59%	3 4.35%	4 5.80%	10 14.4
Lipsa barierelor administrative	5 7.25%	3 4.35%	5 7.25%	7 10.14%	16 23.19%	8 11.59%	3 4.35%	4 5.80
Competența antreprenorială	2 2.90%	9 13.04%	7 10.14%	3 4.35%	7 10.14%	18 26.09%	6 8.70%	8 11.5
Accesul la informație	5 7.25%	3 4.35%	6 8.70%	5 7.25%	3 4.35%	8 11.59%	23 33.33%	5 7.25

Tabelul nr.6 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.12 privind importanța următoarelor resurse, aptitudini și competențe în succesul unui start-up

Resursele financiare suficiente sunt considerate ca fiind pe locul I pentru 20% dintre respondenţi şi pe locul II pentru alţi 18% dintre cei chestionaţi. Aptitudinile manageriale ale administratorului sunt distribuite în mod egal pe primele 3 poziţii ca importantă în mintea respondenţilor. Totuşi, 21% dintre aceştia consideră că pe locul III este calitatea resurselor umane. Pe ultimul loc în clasamentul respondenţilor pentru importanţa succesului unui start-up se află accesul la informaţie, dar cei mai puţini includ competenţa antreprenorială în primele 3 poziţii.

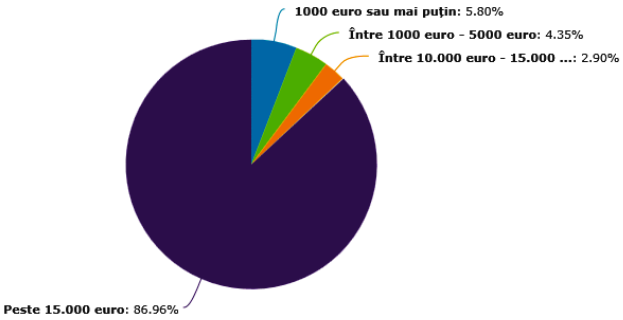


Figura nr.13 Suma de bani cu care a început start-up-ul cu finanțare publică

1000 euro sau mai puțin	5.80%
Între 1000 euro - 5000 euro	4.35%
Între 5.000 euro - 10.000 lei	0.00%
Între 10.000 euro - 15.000 euro	2.90%
Peste 15.000 euro	86.96%

Figura nr.14 Centralizarea răspunsurilor pentru întrebarea nr.13

Cei mai mulți dintre respondenți **(86.96%)** au înființat start-up-ul actual cu o sumă de bani de peste 15.000 euro. 5.80% dintre persoanele chestionate au înființat start-up-ul actual cu suma de bani în valoare de 10.000 de euro. **4.35%** dintre respondenți au deschis start-up-ul cu o sumă de bani inclusă în intervalul 1000-5000 de euro și **(2.90%)** în intervalul 10.000 -15.000 de euro.

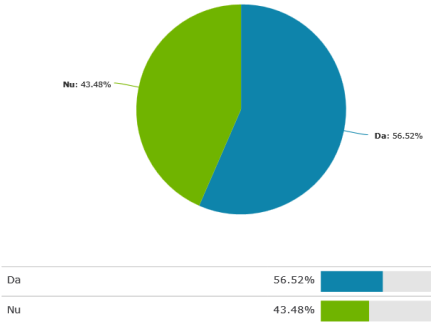


Figura nr.15 Reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali business-angels

Cei mai mulți dintre persoanele chestionate **(56.52%)** cunosc reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali business-angels și **(43.48%)** dintre aceștia nu cunosc aceste reglementări. Aceste reglementari se referă la faptul că „Investitorul individual-business angel este scutit de impozitul pe veniturile sub formă de dividende pentru o perioadă de 3 ani din momentul dobândirii părţilor sociale. Dacă, după cel puțin 3 ani de la investiție, își vinde părțile sociale obținute, va beneficia de scutire la impozitul pe venitul din transferul părților sociale". (Uniunea Naţională a Barourilor din România, 2015)

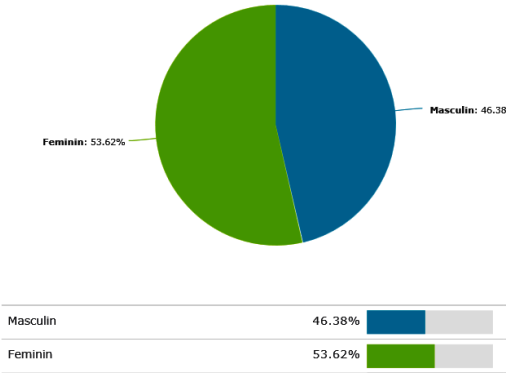


Figura nr.16 Sexul respondenților

Majoritatea respondenților(53.62%) sunt de sex feminin și restul de (46.38) sunt de sex masculin.

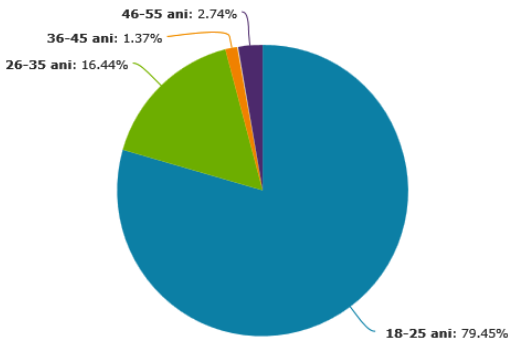


Figura nr.17 Intervalele de vârstă ale respondenților

Cei mai mulți dintre respondenți (79.45%) au vârsta cuprinsă între 18-25 de ani. 16.44% dintre persoanele chestionate au vârsta cuprinsă între 26-35 de ani. 2.74% dintre respondenți au vârsta între 46-55 de ani și 1.37% au vârsta cuprinsă între 36-45 de ani.

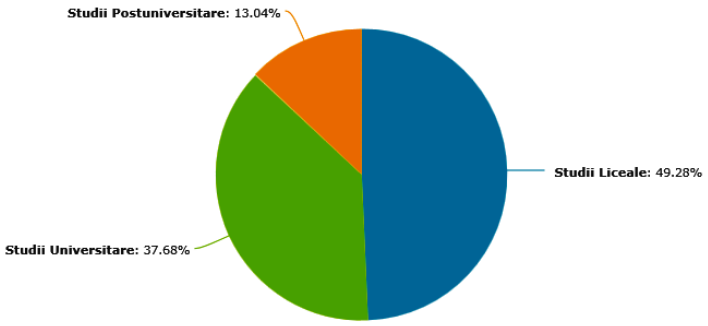


Figura 18 Ultima școală absolvită a respondenților

Un procent de 49.28% dintre respondenți au absolvit studiile liceale. 37.68% dintre persoanele chestionate au absolvit studiile universitare și 13.04% studiile postuniversitare.

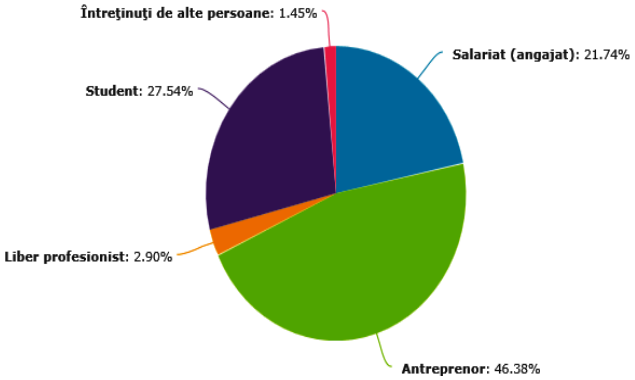


Figura nr.19 Statutul pe piața muncii

46.28% dintre persoanele chestionate sunt antreprenori. **27.54%** sunt studenți și **21.74%** salariați. Această distribuţie a respondenţilor pe antreprenori, salariaţi si studenţi semnifică faptul că rezultatele cercetării prezintă caracter de informaţie provenită de la cunoscători (antreprenori) şi cuantifică părerile şi atitudinile celor care nu sunt antreprenori, dar ar putea deveni (studenţi şi angajaţi). Printr-un eşantion suficient din cele trei categorii se pot extrage principalele riscuri percepute de studenţi în înfiinţarea unui start-up şi riscurile reale care apar pe parcursul demersului de înfiinţare, în realitate.

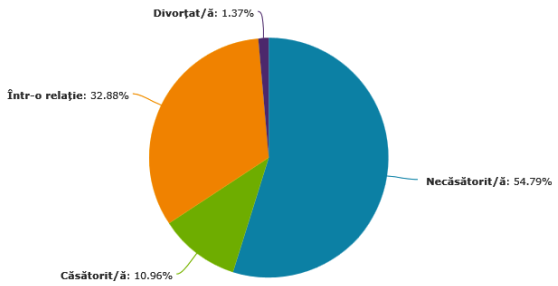


Figura nr. 20 Starea civilă

54.79% dintre respondenți sunt necăsătoriți, **32.88%** sunt într-o relație și **10.96%** sunt căsătoriți.

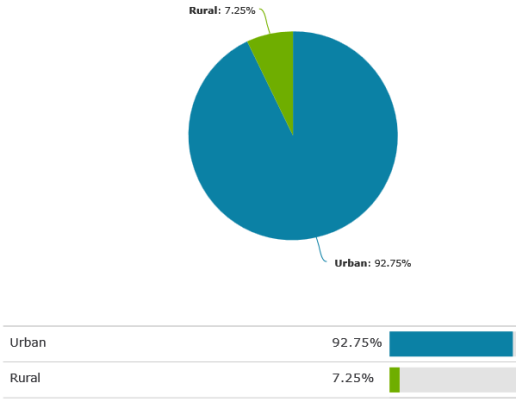


Figura 21 Mediul de reședință

Majoritatea respondenților (92.75%) sunt din mediul urban, iar (7.25%) sunt din mediul rural.

Analiza bivariată folosind SPSS

Q4 * Q10.5

***Tabelul nr.8* Symmetric Measures-Măsurători simetrice**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient Coeficientul de contigență	.584	.048
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între programul de lucru flexibil și domeniul de activitate la nivelul populației studiate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,584 ceea ce înseamnă că legatura între programul de lucru flexibil și domeniul de activitate este direct proporțională și de intensitate medie spre puternică.

Q8 * Q9.1

***Tabelul nr. 9* Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.715	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,715 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finantare și lipsa resurselor umane adecvat calificate este direct proportională și de intensitate puternică.

Approx.Sig<0,05→ Există legatură între impedimentul accesului la finanțare și lipsa resurselor umane adecvat calificate la nivelul populaţiei studiate.

Q8 * Q9.2

Tabelul nr. 10 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.724	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare și facilitățiile de înființare a unui start-up. (Legislație mai flexibilă, Taxe mai mici, Apartenența la asociații ale antreprenorilor/cluster-e, Educație antreprenorială/civică, Taxe mai puține, Personal calificat și instruit)

Cu cât impedimetele sunt mai mari la finanțare, cu atât și legislația este mai dificilă, taxele sunt mai mari, nu există asociații realizate pentru antreprenori, educația antreprenorială este foarte puțin dezvoltată, taxele sunt mai multe și nu există personal calificat.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,724 (0,50-0,75) ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finantare și accesul la finanțare este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q8 * Q9.3

Tabelul nr. 11 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.698	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare și barierele administrative la nivelul populaţiei studiate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,698 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanțare și barierele administrative este direct proporțională și de intensitate medie.

Q8 * Q9.4

Tabelul nr. 12 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.726	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare și legislația fiscală la nivelul populaţiei studiate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,726 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanțare și legislația fiscală este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q8 * Q9.5

Tabelul nr.13 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.706	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare și educația antreprenorială la nivelul populației studiate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,706 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanțare și educația antreprenorială este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q8 * Q9.6

Tabelul nr.14 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.749	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare şi concurenţă la nivelul populaţiei chestionate.

Coeficientul de contigenţă are valoarea 0,749 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanţare şi concurenţă este direct proporţională şi de intensitate puternică.

Q8 * Q9.7

Tabelul nr.15 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.699	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare şi teama de eşec în cadrul populaţiei studiate.

Coeficientul de contigenţă are valoarea 0,699 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanţare şi teama de eşec este direct proporţională şi de intensitate medie.

Q8 * Q9.8

Tabelul nr.16 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.705	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul accesului la finantare şi lipsa unor modele sau poveşti de success în cadrul populaţiei studiate.

Coeficientul de contigenţă are valoarea 0,705 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul accesului la finanţare şi lipsa unor modele sau poveşti de succes este direct proporţională şi de intensitate puternică.

Q5.1 * Q7.1

Tabelul nr.17 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.418	.001

N of Valid Cases	85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să fie o persoană analitică din cadrul populației chestionate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,418 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să fie o persoană analitică este direct proporțională și de intensitate medie.

Q5.1 * Q7.2

Tabelul nr.18 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.447	.001
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să fie o persoană sociabilă din cadrul populației cercetate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,447 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să fie o persoană sociabilă este direct proporțională și de intensitate medie.

Q5.1 * Q7.3

Tabelul nr.19 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.422	.003
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să comunice eficient cu ceilalții.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,422 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să comunice eficient cu ceilalții este direct proporțională și de intensitate medie.

Q5.1 * Q7.4

Tabelul nr.20 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.404	.002
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să adopte o atitudine proactivă.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,404 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes să adopte o atitudine proactive este direct proporțională și de intensitate medie.

Q5.1 * Q7.5

Tabelul nr.21 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.375	.008
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să prioritizeze activitățile din cadrul start-up-ului.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,404 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de success, să prioritizeze activitățile din cadrul start-up-ului este direct proporțională și de intensitate medie.

Q5.1 * Q7.6

***Tabelul nr.22 S*ymmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.400	.003
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de succes, să finalizeze cu succes activitățile asumate.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,404 ceea ce înseamnă că legatura dintre durata de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului și competența unui antreprenor de success, să finalizeze cu succes activitățile asumate este direct proporțională și de intensitate medie.

Q14 * Q9.1

***Tabelul nr.23* Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.690	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, lipsa resurselor umane adecvat calificate și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,404 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, lipsa resurselor umane adecvat calificate și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.2

***Tabelul nr.24* Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.694	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, accesul la finanțare și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,694 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, accesul la finanțare și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.3

Tabelul nr.24 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.695	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, barierele administrative și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,695 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, barierele administrative și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.4

Tabelul nr.25 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.684	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, legislația fiscal și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,684 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, legislația fiscal și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind

stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.5

Tabelul nr.26 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.687	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, educație antreprenorială și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,687 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, educație antreprenorială și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.6

Tabelul nr.27 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.698	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, concurența și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,698 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, concurența și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.7

Tabelul nr.28 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.687	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, teama de eșec și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,687 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, teama de eșec și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q14 * Q9.8

Tabelul nr.29 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.686	.000
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul, lipsa unor modele sau povești de success și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,687 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul, lipsa unor modele sau povești de success și reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels este direct proporțională și de intensitate puternică.

Q17 * Q5.1

Tabelul nr.30 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.362	.005
N of Valid Cases		85	

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între ultima școală absolvită și durată de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,362 ceea ce înseamnă că legatura dintre ultima școală absolvită și durată de timp îndelungată pentru lansarea start-up-ului este direct proporțională și de intensitate medie.

Q17 * Q5.5

Tabelul nr.31 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.385	.002
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între ultima școală absolvită și existența unei concurențe puternice la nivelul pieței pe care va activa afacerea respectivă.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,385 ceea ce înseamnă că legatura dintre ultima școală absolvită și existența unei concurențe puternice la nivelul pieței pe care va activa afacerea respectivă este direct proporțională și de intensitate medie.

Q6.1 * Q7.1

Tabelul nr.32 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.348	.020
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între dificultățile cu care s-au confruntat la deschiderea strat-up-urilor reprezentate de barierele administrative și competența unui antreprenor de success, să fie o persoană analitică.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,348 ceea ce înseamnă că legatura dintre dificultățile cu care s-au confruntat la deschiderea strat-up-urilor reprezentate de barierele administrative și competența unui antreprenor de success, să fie o persoană analitică este direct proporțională și de intensitate medie.

Q6.1 * Q7.3

Tabelul nr.33 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.352	.035

N of Valid Cases	85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să comunice efficient cu ceilalți.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,352 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să comunice efficient cu ceilalți este direct proporțională și de intensitate medie.

Q6.1 * Q7.4

Tabelul nr.34 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.370	.009
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să adopte o atitudine proactivă.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,370 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să adopte o atitudine proactivă este direct proporțională și de intensitate medie.

Q6.1 * Q7.5

Tabelul nr.35 **Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.355	.016
N of Valid Cases		85	

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Approx.Sig <0,05 → Există legatură între impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să prioritizeze activitățile.

Coeficientul de contigență are valoarea 0,355 ceea ce înseamnă că legatura dintre impedimentul reprezentat de barierele administrative și competența, să prioritizeze activitățile este direct proporțională și de intensitate medie.

Analiza multifactorială

Tabelul nr. 36 **Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432[a]	.186	.100	1.029

a. Predictors: (Constant), Q10.7, Q10.2, Q10.6, Q10.4, Q10.3, Q10.5, Q10.1

R Square (Coeficientul de determinare) este 0,186, ceea ce înseamnă că 18,6% din variația variabilei Q3 este explicată de modelul nostru de regresie. Nu este grozav, dar în științele sociale se acceptă începând de la 10% modele.

Tabelul nr.37 **ANOVA[a]**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.002	7	2.286	2.160	.049[b]
	Residual	69.850	66	1.058		
	Total	85.851	73			

a. Dependent Variable: Q3.1

b. Predictors: (Constant), Q10.7, Q10.2, Q10.6, Q10.4, Q10.3, Q10.5, Q10.1

Sig < 0,05, deci modelul nostru este valid statistic!

Tabelul nr.38 **Coefficients[a]**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.146	.723		4.350	.000
	Q10.1	-.083	.228	-.068	-.365	.016
	Q10.2	.240	.189	.212	1.267	**.210**
	Q10.3	.201	.246	.150	.816	.028
	Q10.4	-.155	.222	-.117	-.700	**.487**
	Q10.5	.569	.184	.545	3.084	.003
	Q10.6	-.593	.190	-.535	-3.124	.003
	Q10.7	-.147	.167	-.126	-.877	.044

a. Dependent Variable: Q3.1

Ipotezele H2 și H4 nu s-au confirmat.

Ipotezele H1, H3, H5, H6 și H7 s-au confirmat conform modelului de regresie multifactorială.

Astfel, modelul devine:

Succes_startup(x) = 3.146 – 0,083*Decizii(X) + 0,201*Aspirații(x) + 0,569*Flexibilitate(x) – 0,593*Venituri(x) – 0.147*Finanțare(x)

Concluzii, limite ale cercetării şi implicaţii manageriale

Analizând răspunsurile cercetării, se poate observa că majoritatea respondenţilor au considerat înființarea unui start-up un proces anevoios, dar s-au descurcat cu ușurință în rezolvarea aspectelor administrative ale procesului de finanțare.

Principalele domenii de activitate în care respondenții au înființat start-up-uri cu finanțare publică europeană sunt: industrii creative, turism și ecoturism, produse farmaceutice, tehnologia informațiilor și telecomunicațiilor, energie și management de mediu.

În urma aplicării chestionarului privind inițierea și dezvoltarea de start-up-uri cu finanțare publică europeană, s-a considerat că cele mai importante competențe ale unui antreprenor de succes sunt următoarele: prioritizarea activităților în cadrul întreprinderii, să finalizeze cu succes activitățile asumate, să comunice eficient cu ceilalți, să adopte o atitudine proactivă în business-ul pe care îl administrează și de asemenea, să fie o persoană sociabilă și analitică.

Principalele facilități de care ar trebui să beneficieze antreprenorii la momentul actual pentru continuarea start-up-urilor sunt următoarele: taxe mai mici, o legislație mai flexibilă, educație antreprenorială/civică, apartenența la asociațiile de antreprenoriat/cluster-e și personal calificat, foarte bine instruit.

Un procent de 42% dintre respondenţi sunt de acord că înființarea unui start-up este un proces anevoios şi doar 9% sunt total de acord cu această afirmaţie. Un procent de 19% şi de 9% sunt în dezacord, respectiv dezacord total. Răspunsurile de acord şi acord total însumează 52% dintre respondeţi. Un grup reprezentând 51% dintre respondenţi a fost de acord cu afirmaţia că aceştia s-au descurcat cu uşurinţă în rezolvarea aspectelor administrative ale procesului de finanţare. Acest lucru se explică prin faptul că aspectele administrative ale procesului de finanţare sunt doar o parte din

etapele înființării unui start-up, restul etapelor fiind cele mai anevoiase. În mod egal, 21%-22% dintre respondenţi nu au fost nici în acord, nici în dezacord cu cele două afirmaţii.

Analizând răspunsurile persoanelor chestionate rezultă că cei mai mulţi dintre aceştia (69.23%) consideră că cel mai mare risc atunci când își înființează un start-up cu finanțare publică europeană îl reprezintă durata de timp îndelungată pentru lansarea acestuia. 48.72% dintre respondenţi consideră că existența unor bariere concurențiale pe piața vizată poate fi un risc major. Un procent de 30.77% dintre respondenți cred că o piață limitată din punct de vedere valoric sau cantitativ și cheltuielile ridicate pentru deschiderea start-up-ului pot fi considerate riscuri majore în momentul în care dorim să avem propria afacere cu finanțare publică europeană.

Experienţa respondenţilor arată că riscurile majore ce pot apărea în deschiderea unui start-up finanţat prin fonduri europene se ierarhizează începând cu timpul îndelungat pentru lansarea start-up-lui, urmat de existenţa barierelor concurenţiale, apoi de peiţele limitate cantitativ şi valoc şi de cheltuielile ridicate pentru deschidere, iar cei mai puţini (25%) consideră că alegerea unui plan de afaceri nepotrivit este un risc major.

Analizând răspunsurile respondenților, cei mai mulţi dintre aceştia (63.16%) s-au confrunat cu bariere administrative în deschiderea/înființarea start-up-urilor dorite. 50.00% dintre aceştia s-au confruntat cu lipsa finanțării. 43.42% s-au întâlnit cu lipsa cunoștințelor cu privire la pașii necesari deschiderii afacerii și de asemenea, cu necunoașterea legislației fiscale. 28.95% s-au confruntat cu lipsa unor competențe adecvate în domeniul antreprenorial și managerial al afacerii(start-up-ului) și de asemenea, cu barierele competitive de pe piață. 22.37% s-au întâlnit cu lipsa resurselor umane și 19.74 dintre beneficiari s-au confruntat cu lipsa unui spațiu de desfășurare al afacerii.

Deşi, doar 31% dintre respondenţi consideră cheltuielile ridicate ca fiind un risc major, jumătate dintre respondenţi s-au întâlnit cu această problemă datorată lipsei finanţării. Aproximativ 50% dintre cei chestionaţi percep barierele concurenţiale ca pe un risc major în deschiderea unui start-up, însă numai 29% dintre aceştia s-au confruntat cu astfel de dificultăţi.

Peste 90% dintre respondenţi consideră că este important şi foarte important ca un antreprenor de succes să fie o persoană analitică, sociabilă, să comunice eficient cu cei din jur, să adopte o atitudine pozitivă, să prioritizeze activităţile şi să le finalizeze cu succes. Cele mai importante calităţi sunt prioritizarea activităţilor şi finalizarea acestora cu succes atunci când au fost asumate.

41.89% dintre respondenți consideră că principala facilitate de care ar trebui să beneficieze antreprenorii la momentul actual pentru continuarea start-up-urilor este reprezentată taxe mai mici. 18.92% sunt de părere că principala facilitate de care să beneficieze pentru continuarea start-up-urilor, ar fi: legislație mai flexibilă. 16.22% dintre aceștia preferă educația antreprenorială/civică. 5.41% dintre persoanele care au răspuns chestionarului aspiră la apartenența la asociațiile de antreprenoriat/cluster-e. 2.70% preferă un personal calificat și instruit.

Un total de peste 50% dintre respondenţi consideră că principalele facilitări de care ar putea beneficia antreprenorii sunt micşorarea taxelor şi a numarului acestora.

28%, respectiv 21% dintre persoanele chestionate consideră că lipsa resurselor umane adecvat calificate reprezintă un impediment întro mare şi foarte mare masură. Doar 4% consideră lispa reurselor umane un impediment într-o foarte mică măsură.

Accestul la finanţare este considerat un impediment de 69% dintre respondenţi (24% în foarte mare masură şi 45% în mare măsură). În aceeaşi măsură, 69% dintre respondenţi conisderă legislaţia şi concurenţa drept impedimente în înfiinţarea unui start-up. Părerile sunt împarţite pentru educaţia antreprenorială şi teama de eşec. În proporţii identice, 23% dintre respondenţi au au avut o părere referitor la aceste elemnete cum că ar fi nişte impediemnte, iar alţi 25% nu le-au considerat ca fiind impediemnte. Sunt considerate într-o mare masură ca fiind impediemnte de 32% dintre respindeţi si într-o foarte mare masură de către restul de 20% dintre persoanele chestionate.

Peste 90% dintre respondenţi consideră că avantajele succesului antreprenorial sunt şănsa de a lua propriile decizii, şansa de punere în valuare a cunostintelor, realizarea unui vis, împlinirea profesională, programul de lucru flexibil, veniturile mai consistente, posibilitatea accesării unei game variate de finanţare.

59.42% dintre respondenți consideră că nivelul ridicat de stres este un dezavantaj, având un grad ridicat în succesul antreprenorial. 49.28% dintre respondenți

cred că responsabilitatea ridicată reprezintă un dezavantaj cu grad ridicat. Riscul falimentului (42.03%) şi ocuparea frecventă de peste 8 ore pe zi sunt considerate dezavantaje cu un grad ridicat în succesului unui antreprenor.

Resursele financiare suficiente sunt considerate ca fiind pe locul I pentru 20% dintre respondenţi şi pe locul II pentru alţi 18% dintre cei chestionaţi. Aptitudinile manageriale ale administratorului sunt distribuite în mod egal pe primele 3 poziţii ca importantă în mintea respondenţilor. Totuşi, 21% dintre aceştia consideră că pe locul III este calitatea resurselor umane. Pe ultimul loc în clasamentul respondenţilor pentru importanţa succesului unui start-up se află accesul la informaţie, dar cei mai puţini includ competenţa antreprenorială în primele 3 poziţii.

Cei mai mulți dintre respondenți (86.96%) au înființat start-up-ul actual cu o sumă de bani de peste 15.000 euro. 5.80% dintre persoanele chestionate au înființat start-up-ul actual cu suma de bani în valoare de 10.000 de euro. 4.35% dintre respondenți au deschis start-up-ul cu o sumă de bani inclusă în intervalul 1000-5000 de euro și (2.90%) în intervalul 10.000 -15.000 de euro.

Cei mai mulți dintre persoanele chestionate (56.52%) cunosc reglementările legii 120/29 mai 2015 privind stimularea investitorilor individuali business-angels și (43.48%) dintre aceștia nu cunosc aceste reglementări. Aceste reglementari se referă la faptul că „Investitorul individual-business angel este scutit de impozitul pe veniturile sub formă de dividende pentru o perioadă de 3 ani din momentul dobândirii părţilor sociale. Dacă, după cel puțin 3 ani de la investiție, își vinde părțile sociale obținute, va beneficia de scutire la impozitul pe venitul din transferul părților sociale". (Uniunea Naţională a Barourilor din România, 2015)

Cei mai mulți dintre respondenți (79.45%) au vârsta cuprinsă între 18-25 de ani. 16.44% dintre persoanele chestionate au vârsta cuprinsă între 26-35 de ani. 2.74% dintre respondenți au vârsta între 46-55 de ani și 1.37% au vârsta cuprinsă între 36-45 de ani.

Un procent de 49.28% dintre respondenți au absolvit studiile liceale. 37.68% dintre persoanele chestionate au absolvit studiile universitare și 13.04% studiile postuniversitare.

46.28% dintre persoanele chestionate sunt antreprenori. 27.54% sunt studenți și 21.74% salariați. Această distribuţie a respondenţilor pe antreprenori, salariaţi si studenţi semnifică faptul că rezultatele cercetării prezintă caracter de informaţie

provenită de la cunoscători (antreprenori) şi cuantifică părerile şi atitudinile celor care nu sunt antreprenori, dar ar putea deveni (studenţi şi angajaţi). Printr-un eşantion suficient din cele trei categorii se pot extrage principalele riscuri percepute de studenţi în înfiinţarea unui start-up şi riscurile reale care apar pe parcursul demersului de înfiinţare, în realitate.

22% dintre respondenţi pun calitatea resurselor umane pe locul III ca importanţă în succesul unei afaceri., 10% pe locul II şi 12% pe locul I. Doar 7% dintre aceştia o pun pe locul 8 din 8, totuşi, 22% dintre respondenţi s-au întâlnit cu lipsa resurselor umane adecvat calificate. 3% consideră că personalul calificat şi instruit ar fi principala facilitate dupa finantare de care ar trebui să beneficieze antreprenorii. Un procent de 28%, respectiv 21% dintre persoanele chestionate consideră că lipsa resurselor umane adecvat calificate reprezintă un impediment într-o mare şi foarte mare masură. Doar 4% consideră că lispa reurselor umane este un impediment într-o foarte mică măsură.

În concluzie, aproape un sfert dintre respondenţi acordă o oarecare atenţie resurselor umane calificate, restul punând accentul pe alte aspecte precum finanţare, taxe şi calităţi antreprenoriale.

Bibliografie

Carson, D. (1989). Marketing planning in small enterprises: a model and some empirical evidence, Journal of Marketing Management[e-journal], Vol.5/ No.1. Disponibil prin baza de date Journal of Marketing Management < http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.1989.9964086> [Accesat la data de 25 martie 2016]

Cătoiu I., (coord.), (2002). Cercetări de Marketing, Editura Uranus, Bucureşti.

Chaston, I., (2000), Entrepreneurial marketing, Ed.MacMillan, pag.1-19;147-151

Foltean, F. (2006), ABORDAREA ANTREPRENORIALĂ ÎN MARKETING [online] Disponibil la http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/49.pdf [Accesat la data de 25 martie 2016]

Scarlat, I., N. (2013), Lecţii de antreprenoriat: Marketing pentru start-up-uri [online] Disponobil la http://www.forbes.ro/lectii-de-antreprenoriat-marketing-pentru-start-up-uri_0_8372-10485 [Accesat la data de 30 martie 2016]

Schumpeter, J.A. (1971), The fundamental phenomenon of economic development, in Kilbey (Ed.), Entrepreneurship and economic development, New York:Free-Press, pp.43-70

Uniunea Naţională a Barourilor din România, (2015), [Online] Disponibil la http://unbr.ro/ro/facilitati-si-conditii-pentru-investitiile-business-angels/, [Accesat la data de 30 martie 2015]

Wheatley, M.J., (d.n.) **Citatepedia** [online] Disponibil la http://autori.citatepedia.ro/de.php?a=Margaret+J.+Wheatley [Accesat la data de 25 martie 2016]

www.cvact.ro, (2014), Ce este un start-up? [online] Disponibil la http://cvact.ro/ce-este-un-start-up.html [Accesat la data de 20 martie 2016]

www.romania-startup.ro, (d.n.) Marketingul antreprenorial şi planul de marketing [online] Disponibil la http://www.romania-startup.ro/piro/wp-content/uploads/2015/04/Marketingul-antreprenorial-si-planul-de-marketing.pdf [Accesat la data de 25 martie 2016]

www.startuocafe.ro, (2016), Finanțări [online] Disponibil online la http://www.startupcafe.ro/stiri-finantari-20719635-pana-26-000-euro-stat-pentru-noile-afaceri-noul-program-start-2016-descarca-proiectul-procedura.htm [Accesat la data de 25 martie 2016]