



Erasmus+

Parteneriat Strategic pentru
Cooperare în cadrul formării
vocaționale în vederea inovării și a
schimbului de bune practici Apel de
proiecte – acțiunea 2, 2015-1-RO01-
KA202-015094



*CO-OP For Empowering Youth
(Cooperare pentru motivarea tineretului)*

01 Contextul local – Cercetare privind mediul antreprenorial

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene.

Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului iar Comisia nu poate să fie considerată responsabilă pentru informațiile conținute în acest document.



Raport general O1

Cuprins

Rezumat	3
INFORMAȚII METODOLOGICE	6
1. INTRODUCERE	7
1.1 Situația actuală din fiecare țară parteneră	7
1.2. Situația legală a antreprenoriatului, politicile și instrumentele de sprijin pentru demararea unei afaceri cu referire strictă către tineri.....	11
2. Analiza cercetării – tineri fără loc de muncă.....	17
2.1 Profilele și caracteristicile personale ale tinerilor intervievați.....	17
2.2 Cursuri de calificare și recalificare.....	31
3. Evaluarea chestionarelor aplicate companiilor înființate în ultimul an.....	36
3.1 Analiza cantitativă	36
3.2 Analiza calitativă	38
3.3 Analiza calitativă a organizațiilor care colaborează cu start-up-uri	42
4. Evaluarea sondajului bazat pe chestionarele - Întreprinderile mici și foarte mici	43

Rezumat

Scopul proiectului Co-op este analiza și diseminarea cunoștințelor și a experiențelor cu privire la firme nou înființate (start-up-uri) prin dezvoltarea de instrumente pentru susținerea atitudinii antreprenoriale în rândul tinerilor și încurajarea acestora prin sprijin, formare și acțiuni de orientare profesională.

Mai mult de 5 milioane de tineri, cu vârsta cuprinsă între 15-24 de ani, sunt fără loc de muncă în Uniunea Europeană și implicarea lor în activități antreprenoriale i-ar impulsiona crescând competitivitatea contribuind astfel la binele comun al societății.

Cu toate acestea, ultimele informații nu sunt pozitive și conform studiilor OECD, o treime din companiile nou înființate în Europa nu supraviețuiesc primului an datorită lipsei unui bun management și finanțării, printre altele aspecte. Prin urmare, pentru a combate rată de eșec a micilor start-up-uri, Comisia Europeană (2000) recomandă transformarea acestora în incubatoare de afaceri.

În prima parte a proiectului, a fost efectuată o cartografiere a situației actuale din țările partenere, în ceea ce privește statutul economic și juridic al activităților antreprenoriale, precum și al instrumentelor de sprijin oferite pentru a începe o nouă afacere, în special cele proiectate pentru a ajuta tinerii să aibă acces la piața forței de muncă.

Toate aceste informații sunt sumarizate în raportul de față având astfel o analiză comparativă a situațiilor din diferite țări.

Un prim rezultat al activității de cercetare realizată în 6 cele țări partenere: România, Franța, Turcia, Italia, Spania și Slovacia a fost obținut prin aplicarea a trei chestionare diferite (pentru tineri între 18-25 ani; pentru întreprinderi mici și foarte mici și pentru firme înființate de mai puțin de un an).



Obiectivele activității de cercetare au fost:

- Obținerea unei imagini de ansamblu a motivației tinerilor intervievați pentru a porni o afacere și identificarea cunoștințelor antreprenoriale ale acestora (servicii de informare și de sprijin, certificate, licențe și alte cerințe obligatorii, etc.), având la bază un program pilot de formare profesională special creat pentru a facilita crearea de start-up-uri și accesul lor pe piața forței de muncă;
- Recunoașterea dificultăților și obstacolelor pe care le întâmpină incubatoarele de afaceri dar și cauzele dispariției start-up-urilor și/sau nevoile acestora în ceea ce privește beneficiile fiscale, avantajele unui credit bancar, subvențiile financiare etc., de asemenea, culegerea de date cu privire la organizațiile ce oferă servicii și inițiative de sprijin antreprenorial.
- Identificarea punctelor tari și slabe, anticiparea eventualelor dificultăți care ar putea apărea pentru IMM-uri și firme foarte mici, precum și a elementelor de bază pentru buna funcționare a acestora.

Partenerul din Italia, **Promidea**, care a coordonat cartografierea, conceperea chestionarelor din cadrul cercetării, elaborarea prezentului raport dar și culegerea de date de la 50 de tineri, 20 de

start-up-ului/organizații care susțin start-up-uri și 21 de IMM-uri/IMM-uri foarte mici.

Liderul de parteneriat, **Pro Vocatione** din România, a aplicat cercetarea pe un număr de 63 de tineri, 15 start-up-uri/entități care asigură sprijin start-up-urilor și 20 de IMM-uri/ firme foarte mici.

Partenerul din Slovacia, **Agentura RRI**, a aplicat cercetarea pe un număr de 54 de tineri, 20 start-up-uri/entități care asigură suport start-up-urilor și 21 de IMM-uri/ firme foarte mici.

Red2Red, din Spania, a aplicat cercetarea pe un număr de 50 de tineri, 20 start-up-uri/entități care asigură sprijin start-up-urilor și 20 de IMM-uri/ firme foarte mici.

Partenerul din Turcia, T.R. Governorship of Kocaeli - Bureau for EU and Foreign Affairs, a aplicat cercetarea pe un număr de 50 de tineri, 20 start-up-uri/entități care asigură sprijin start-up-urilor și 20 de IMM-uri/ firmelor foarte mici.

Petra Patrimonia, din Franța, a aplicat cercetarea pe un număr de 58 de tineri, 20 start-up-uri/entități care asigură sprijin start-up-urilor și 4 de IMM-uri/ firme foarte mici.

Un chestionar a fost aplicat firmelor nou înființate sau organizațiilor care colaborează cu firme nou înființate și le asigură un număr de servicii de susținere pentru crearea de locuri de muncă.

Proiectul Co-op este o inițiativă pe o scală mică, numărul total de respondenți (374 pe tot proiectul) depășește estimările din propunerea de proiect (237).

INFORMAȚII METODOLOGICE

Prezentul raport a fost realizat prin compararea rezultatelor finale ale chestionarelor aplicate în fiecare țară parteneră.

Cele trei tipuri de chestionare au fost aplicate:

- Tinerilor
- Firmelor nou înființate și organizațiilor care oferă support start-up-urilor;
- IMM-urilor și IMM-urilor foarte mici.

Au fost elaborate chestionare structurate, cu întrebări închise, astfel încât să se obțină numărul maxim de răspunsuri posibile de la subiecți și să se colecteze toate informațiile necesare pentru obiectivele proiectului.

Întrebările sunt poziționate într-o ordine funcțională pentru grupurile țintă și au legătură una cu cealaltă. Prin această metodă, răspunsurile oferite de tinerii intervievați cu privire la tipul de calificare, de exemplu, ne-au ajutat să înțelegem mai bine și să evaluăm posibila lor motivație de a urma un program specific de formare care să conducă la o calificare profesională. Răspunsurile oferite de firmele nou înființate și organizațiile care oferă support start-up-urilor ne-au ajutat să analizăm sectorul economic de care aparține firma nou înființată.

Cele trei chestionare încep cu întrebări de clasificare și continuă cu întrebări mai complexe care conduc la obținerea informațiilor cu privire importanța factorilor decizionali în activitățile antreprenoriale.

Răspunsurile chestionarelor ne-au permis să avem o diagnoză asupra situației din cele șase țări partener:

- datele colectate nu sunt considerate ca având semnificație statistică la nivelul fiecărei țări, ele surprind realitățile de la nivel local prin măsurare, evaluare și analiza chestionarelor
- eșantionul total și eșantionul din fiecare țară nu sunt eșantioane reprezentative;
- studiul este orientat către trei categorii diferite și, în fiecare categorie, respondenții sunt foarte diferiți și eterogeni (tineri cu sau fără experiență anterioară, tineri cu calificare și fără calificare, tineri cu o motivație clară și structurată și tineri fără nicio idee de afacere, întreprinderi agricole, întreprinderi din sectorul terțiar de vârf etc.)

1. INTRODUCERE

1.1 Situația actuală din fiecare țară parteneră

SPANIA

În Spania, în conformitate cu datele Eurostat, începând din 2014, **rata de ocupare a forței de muncă în rândul cetățenilor cu vârste cuprinse între 15 și 64 de ani a fost de 56%**, scăzând brusc de la 66% în 2007; **Se observă aceeași tendință pentru rata șomajului care a scăzut la 20,9%** în ultimul trimestru al anului 2015, de la vârful său de 26,9% în 2013, rămânând totuși prea mare, mai ales având în vedere diferențele semnificative interregionale. De fapt, șomajul în regiunile sudice (Andaluzia, 29,8%) este mai mare decât în nordul țării (Țara Bascilor, 12,9%). **Economia spaniolă este dominată de servicii cum ar fi comerțul, transportul și servicii de cazare, precum și administrația publică, care reprezintă 79% din ocuparea forței de muncă;** Urmată de sectorul de producție cu 12% și un rol marginal al agriculturii. **83% din forța de muncă este angajată în sectorul privat, iar restul de 17% din sectorul public.** Rata șomajului în rândul persoanelor active în vârstă de 16 - 29 de ani corespundea cu 35% în ultimul trimestru al anului 2015.

ROMANIA

În România, populația activă este de 9172 milioane de persoane, mai mult de jumătate (56,8%) sunt bărbați.

Tinerii reprezintă 72% din populația activă, mai mult de jumătate (60,2%) locuiește în zonele rurale. **Datele privind ocuparea forței de muncă arată că cea mai mare pondere este deținută de persoanele cu vârsta cuprinsă între 35-44 ani (29%), urmate de persoanele a căror vârstă este 25-34 de ani (24,1%), iar tinerii ocupă 5,9% din totalul locurilor de muncă.** Din populația ocupată, 52,8% sunt absolvenți ai învățământului secundar și profesional, 18,7% sunt persoane cu studii superioare și 24,9%, persoane fără studii secundare sau primare și fără studii.

Persoanele angajate în servicii reprezintă 57,9% din totalul populației ocupate, 39% sunt lucrătorii angajați în sectoarele de producției și construcții și doar 3,1% în agricultură. Distribuția numărului de salariați arată că majoritatea (98,6%) sunt angajați pe perioadă nedeterminată.

Rata șomajului tinerilor cu vârstă cuprinsă între 25-29 ani este de 17,9% - foarte aproape de statisticile oficiale din Europa

SLOVACIA

Slovacia se situează printre primele țări ale UE în ceea ce privește rata șomajului în rândul tinerilor. Potrivit datelor Eurostat, rata de ocupare a forței de muncă a fost de 61% în 2014 și de 65%, potrivit datelor oficiale ale oficiului de statistică al Slovaciei. În 2014, rata șomajului a fost de 12,3%, dintre care 31% implică tineri până la vârsta de 29 de ani.

Sectoarele predominante din economia națională sunt: cel de producție, în special industria automobilelor, ingineriei și industriei chimice (390.000 de muncitori) urmată comerț (196.000 de muncitori); Sectorul educației (131.000 de angajați), administrația publică (119.000 de angajați), sectorul sănătății și serviciilor sociale (98.000 de muncitori). În anul 2014, ponderea lucrătorilor din sectorul privat a fost de 67,8% din totalul de 1.199.586 persoane angajate.

În Slovacia, întreprinderile mici și mijlocii reprezintă puterea vitală a economiei, oferind oportunități de angajare pentru 72,7% din forța de muncă activă și generând o cotă de valoare adăugată de 53,3%.

În 2014, 565241 de întreprinderi mici și mijlocii funcționau (companii și persoane care desfășoară activități independente). 96,9% dintre acestea au fost microîntreprinderi (0-9 angajați), 2,5% întreprinderi mici (10 - 49 angajați) și 0,5% întreprinderi mijlocii (50-249 angajați). Dintre acestea, 195.727 sunt persoane juridice (34.6%), 337.182 persoane care desfășoară activități independente, 24.483 salariați independenți și 7.849 fermieri independenți (65.4% în total). Mai mult de un sfert dintre persoane fizice autorizate sunt în domeniul comerțului, 22,8% în industria construcțiilor și 16,4% în sectorul de producție. Până la 72,6% lucrători independenți sunt bărbați și doar 27,4% femei (media în UE este de 31,6%). Dintre toate persoanele care desfășoară o activitate independentă, 12,9% sunt sub 30 de ani.

FRANȚA

Cu o populație de 64,2 milioane de locuitori, Franța este singura țară din zona euro în care rata șomajului continuă să crească. În trimestrul 3 al anului 2015, acesta a crescut la 10,6% din populația activă.

În prezent, serviciile contribuie major la economia țării, cu peste 70% din PIB provenind din acest sector. În plus, Franța are o forță de

muncă foarte educată și cel mai mare număr de absolvenți de științe la mia de lucrători din Europa.

În Franța, firmele sunt împărțite în cinci categorii diferite:

- **Firme comerciale sau de producție**, cum ar fi magazine, cafenele sau fabrici;
- Firme de comerț / artizanat, care includ firme de construcții, alte locuri de muncă ce presupun muncă fizică, unele firme de producție;
- Persoane fizice autorizate sau liber profesioniști - care lucrează independent și oferă servicii;
- Agenți comerciali, care lucrează în numele unei companii terțe;
- Întreprinderile agricole.

În Franța există întreprinderi individuale, identificate prin acronimele EURL și SARL și care corespund societății comerciale cu răspundere limitată sau întreprinderii individuale cu răspundere limitate (EIRL).

Din cele trei milioane de întreprinderi din Franța, 95% sunt microîntreprinderi care angajează 20% din salariați. Întreprinderile mari angajează 25% dintre lucrătorii salariați, IMM-urile fără microîntreprinderi și întreprinderile mijlocii (ISE) au 29% și, respectiv, 26% din salariați.

Noile întreprinderi create în prima jumătate a anului 2014 ("cohorta 2014"), cu excepția regimului auto-antreprenor, au fost cel mai adesea înființate de angajați din sectorul privat și de șomeri, în special la nivel local și în sectoarele comerțului, construcțiilor și activităților științifice și tehnice specializate.

TURCIA

Conform unui raport al OECD (Perspective de ocupare a forței de muncă 2015), cu o cifră de 50,1% în primul trimestru al anului 2015, rata de ocupare a Turciei este cu mult sub media OECD. Cu toate acestea, rata șomajului a fost de 10,1% în T1 2015, cu mult peste media OECD de aproximativ 7%.

În același timp, ponderea tinerilor care nu au un loc de muncă, educație sau formare profesională (rata NEET) a scăzut puternic în Turcia în ultimii ani; Această rată a fost de 28,4% în 2014, rămânând cea mai mare dintre țările OECD.

Există 26.448.000 de lucrători activi, dintre care 22.920.000 sunt angajați în sectorul privat și 3.528.000 în sectorul public.

Sectoarele economice predominante din economia națională turcă sunt:

- Confecții

- Industria auto
- Industria de prelucrare a oțelului
- Bijuterii
- Industria chimică

În ceea ce privește ocuparea forței de muncă, 50% dintre persoanele cu vârste cuprinse între 15 și 64 de ani din Turcia au un loc de muncă remunerat, în comparație cu media OECD -65%. În același timp, 34% dintre adulții cu vârsta cuprinsă între 25 și 64 de ani au absolvit învățământul secundar superior, mult mai mic decât media OECD de 75%, fiind cel mai mic dintre țările OECD.

ITALIA

Situația economică a sistemului italian în 2015 a înregistrat o ușoară îmbunătățire față de anii precedenți și, **în ultimele douăsprezece luni, au existat aproape 400 000 de noi inițiative**. Cu toate acestea, pentru antreprenori, instabilitatea economică indică urgența finalizării reformelor economice (de la muncă la simplificarea fiscalității) pentru a facilita lansarea de noi inițiative. În Italia, **firmele cu un număr de angajați de până la 10 și o cifră de afaceri anuală de până la 2 milioane de euro sunt peste 4.100.000, adică 95% din totalul firmelor, și angajează 47% din totalul lucrătorilor privați din afara agriculturii, comparativ cu 39 % din Uniunea Europeană. Microintreprinderile au crescut în Italia în ultimul deceniu, atât în termeni absoluți, cât și relativ; Italia deține recordul absolut din punct de vedere al densității.**

În Italia, după doi ani de declin, **ocuparea forței de muncă a început să crească în 2015, cu o creștere de 0,4% a persoanelor angajate și o creștere cu 0,2% a ratei de ocupare a forței de muncă (55,7%)**, chiar dacă **nivelul ocupării forței de muncă este încă scăzut iar disparitățile regionale continuă să crească**: o creștere a ocupării forței de muncă a avut loc doar în partea centrală și nordică a țării, în timp ce **partea de sud a înregistrat o pierdere de jumătate de milion de locuri de muncă de la începutul crizei (-9,0%)**.

Un alt rezultat negativ din perioada de criză a fost scăderea accentuată a ocupării forței de muncă în rândul tinerilor. **În perioada 2008-2015, numărul tinerilor angajați cu vârsta sub 35 de ani a scăzut cu aproape două milioane de unități (-27,7%)**.

Educația a jucat în continuare un rol-cheie împotriva crizei economice. Într-adevăr, **deși reducerea ratei de ocupare a forței de muncă a fost înregistrată la toate nivelurile de învățământ, a fost**

mai ușoară pentru absolvenți. Accesul mai facil pe piața forței de muncă pentru cei cu doctorat confirmă importanța deținerii unei calificări.

1.2. Situația legală a antreprenoriatului, politicile și instrumentele de sprijin pentru demararea unei afaceri cu referire strictă către tineri.

SPANIA

În Spania, începând din 2015, au fost 3.119.310 de firme. Dintre acestea, 99,8% au fost întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) care operează în sectoarele comerțului cu amănuntul, construcțiilor, comerțului cu ridicata și transportului terestru, reprezentând împreună 35% dintre persoanele care desfășoară activități independente.

Cadrul juridic al antreprenoriatului în Spania este în principal definit de trei legi. Ultima, Legea 31/2015, din 9 septembrie, revizuieste dispozițiile anterioare instituite prin Legea 11/2013 și Legea 14/2013, promovând măsuri pentru antreprenori și crearea de locuri de muncă, prin extinderea beneficiilor pentru antreprenori și persoanele dezavantajate.

Sistemul spaniol al instituțiilor publice care oferă sprijin financiar, în special pentru IMM-uri, este compus de ICO, care susține în prezent IMM-urile și persoanele care desfășoară activități independente, oferind finanțare pentru investiții în Spania și de asemenea, oferă lichidități. Sprijinul este asigurat și prin sistemul agențiilor de dezvoltare regională, unul pentru fiecare guvern regional, care se angajează acum să încurajeze structurarea antreprenoriatului (sprijin pentru investiții, promovarea cercetării și dezvoltării, dezvoltarea infrastructurii industriale și tehnologice, internaționalizarea afacerilor și consultanță privind oportunități de finanțare).

În Spania, șomajul în rândul tinerilor este principala provocare pentru politică și guvern. În acest sens, în 2013, Ministerul pentru Ocuparea Forței de Muncă și Securitate Socială a lansat Strategia de antreprenoriat și ocuparea forței de muncă în rândul tinerilor (**Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven**), cu diferite prevederi, instrumente și măsuri orientate spre persoane calificate

sau necalificate, șomerilor și tinerilor șomeri în vârstă de 18-29 ani care primesc subvenție.

ROMANIA

În România, formele juridice ale companiilor sunt reglementate de Legea nr. 31/1990, cu modificările ulterioare, și sunt diferențiate după cum urmează: Societățile publice cu răspundere limitată (SA); Societățile pe acțiuni (SCA); Societăți cu răspundere limitată (SRL); Cooperative; Persoane fizice autorizate (PFA); Întreprinderi individuale (II); și întreprinderile familiale (IF)

Pentru anul 2016, Guvernul României a alocat 159,5 milioane de lei pentru susținerea a 10 programe destinate întreprinderile mici și mijlocii și finanțării tinerilor, prin bugetul Ministerului Economiei. În ceea ce privește populația tinerilor, procentul persoanelor cu vârste între 25 și 29 de ani care doresc să înceapă o afacere este de 30%, iar tendința este în creștere.

În acest sens, în cadrul celei de-a doua faze a perioadei de programare 2013-2020, tinerii care doresc să demareze o afacere vor primi sprijin financiar prin noul program operațional pentru capital uman 2014-2020 (POCU), care constă în două programe speciale:

Programul SRL-D, lansat pentru a stimula crearea și dezvoltarea de micro-întreprinderi aparținând tinerilor întreprinzători (SRL-debutanți) care are ca scop dezvoltarea abilitățile antreprenoriale ale tinerilor de a se implica în structurile economice private.

Programul START, menit să dezvolte abilități antreprenoriale în rândul tinerilor și să faciliteze accesul acestora la finanțare dar, care se adresează numai noilor întreprinderi mici, cu mai mult de doi ani de activitate.

SLOVACIA

În Slovacia, la nivel național, Ministerul Economiei este responsabil de inițiativele de elaborare a politicilor pentru mediul antreprenorial al întreprinderilor mici și mijlocii. Ministerul oferă sprijin IMM-urilor prin intermediul Agenției Naționale pentru Dezvoltare a IMM-urilor, înființată în 1993, Rețeaua Națională a Centrelor Regionale de Consultanță și Informare (RCIC) și Centrelor de Afaceri și Inovare (BICs), care, începând cu anul 1993, care pregătesc în domeniul antreprenoriatului continuu persoanele neangajate.

Pentru a completa această rețea, există birouri de forță de muncă care oferă subvenții nerambursabile tinerilor antreprenori. **O altă entitate care încurajează crearea mediului de antreprenoriat este Asociația de Autonomă din Slovacia** care lucrează alături de ministere și guvern. În ceea ce privește tinerii și finanțarea inițială, au fost implementate **o gamă largă de instrumente pentru a sprijini accesul pe piața forței de muncă și pentru a încuraja înființarea de întreprinderi, și anume: programe de practică pentru absolvenții de liceu și colegiu;** Programe de stimulare a oportunităților de angajare pentru tineri prin încurajarea creării de locuri de muncă în cadrul întreprinderilor existente; Proiectul național de creare a locurilor de muncă, menit să sprijine angajarea persoanelor cu vârsta de până la 29 de ani și inițiativele care oferă sprijin financiar pentru planurile de afaceri inovatoare depuse de tinerii cu vârsta de până la 25 de ani și acordarea de subvenții pentru ocuparea forței de muncă, asigurând acoperirea parțială a costurilor de înființare pentru funcționarea întreprinderilor noi.

FRANȚA

În ultimii ani, **guvernul francez a implementat cinci măsuri pentru a stimula creșterea întreprinderilor și a start-up-urilor:**

- **Stimulente fiscale pentru întreprinderile nou înființate;**
- **Finanțarea din partea guvernului și a sectorului public, în special prin intermediul incubatoarelor de afaceri din umbrela "La France Tech",** menită să sprijine dezvoltarea companiilor digitale;
- **O nouă legislație privind finanțarea publicului larg;**
- **Centrele de excelență sau grupurile de competitivitate ale Franței,** care în prezent sunt 71, au vizat crearea unui ecosistem în jurul unei inițiative de nișă sau a unei teme comune și care să conecteze start-up-urile cu IMM-uri, cu alți întreprinzători și cu întreprinderi mai mari din aceeași regiune;
- **"French Tech Ticket",** propune o viză specială destinată să încurajeze antreprenorii non-francezi să lanseze start-up-uri la Paris în domeniul tehnologie finanțat de către Ministerul Francez al Economiei Digitale.

Având în vedere rata șomajului în rândul tinerilor din Franța, (23, 50% în aprilie 2016), Comitetul Interministériel de la Jeunesse (CIJ) a adoptat noua politică "Prioritate: Tineret" la 21 februarie 2013, care

vizează încurajarea accesului tinerilor pe piața muncii prin diferite programe și măsuri precum:

- Contrat de Génération (Contractul de generare), o subvenție pentru companiile care angajează tineri, păstrând în activitate și alte categorii vârstă;
- Creerea de întreprinderi de tineret, în special în economia socială și favorabilă incluziunii (economia din sectorul terțiar), prin accesul la microcredite, împrumuturi și garanții;
- parteneriate care implică instituții de învățământ superior, serviciul public de ocupare a forței de muncă din Franța și sectorul de afaceri, în vederea îmbunătățirii capacității de inserție profesională a tinerilor;
- Reducerea cheltuielilor sociale pentru 2.000 de locuri de muncă, ca parte a unui program pilot de trei ani în 10 domenii, pentru combaterea discriminării împotriva tinerilor din zonele prioritare desemnate.

TURCIA

În Turcia, înființarea de întreprinderi este reglementată de Codul comercial turc (TCC). În cadrul TCC, formele de afaceri includ entități corporative și necomerciale. Entitățile corporative sunt constituite din Societatea pe Acțiuni (SA), Societatea cu Răspundere Limitată (SRL) și Societatea Cooperativă, în timp ce entitățile necomerciale includ Parteneriatul Colectiv și Parteneriatul de Comandament.

Sarcina de a spori mediul antreprenorial în țară este încredințată instituțiilor și rețelelor naționale, regionale și locale, inclusiv "Agenția Turcă de Sprijin și Promovare a Investițiilor" (www.invest.gov.tr), o agenție oficială care funcționează sub îndrumarea primului ministru; KOSGEB (Organizația pentru Dezvoltarea Industriei Mici și Mijlocii), una dintre marile organizații responsabile de elaborarea politicilor în domeniul IMM-urilor din Turcia, care oferă servicii precum screening, harta strategică, implementarea de sprijin și monitorizare; Agențiile de Dezvoltare, se regăsesc în fiecare regiune din Turcia și promovează dezvoltarea regională a țării; Consiliul de Cercetare Științifică și Tehnologică din Turcia (TÜBİTAK), este o instituție autonomă care administrează programe operaționale pentru promovarea și facilitarea antreprenoriatului, precum și pentru activitățile de cercetare și dezvoltare, în special în sectoarele cercetării științifice și tehnologice.

În ceea ce privește îmbunătățirea ocupării forței de muncă în rândul tinerilor, **guvernul turc a solicitat în 2011, în cadrul unui program comun al ONU, unele măsuri, inclusiv un "Plan național de acțiune pentru ocuparea forței de muncă în rândul tinerilor"** elaborând programe speciale și instrumente de sprijin special destinate ocupării forței de muncă în rândul tinerilor și tinerilor întreprinzători, cum ar fi: programe de formare pentru absolvenții de universități, menite să faciliteze procesul de tranziție a resurselor umane tinere către oportunități de angajare calificate; Programe de formare profesională, oferind o varietate de cursuri; Centre de formare profesională (CTC) care oferă cursuri de recalificare sau de calificare superioară atât pentru persoanele NEET, cât și pentru persoanele angajate; Un program special de instruire la locul de muncă pentru tinerii șomeri fără experiență anterioară și programe pentru a căpăta experiență antreprenorială; Programe speciale care implică ONG-uri, Asociația Camerelor de Comerț și a Camerelor de Industrie și organismele care oferă sprijin și consiliere tinerilor întreprinzători, precum și programe implementate de Agențiile de Dezvoltare.

ITALIA

Măsurile de sprijin pentru înființarea de întreprinderi și pentru dezvoltarea întreprinderilor existente sunt asigurate de Ministerul Dezvoltării Economice și Ministerul Muncii. Politicile regionale sunt dezvoltate și negociate cu guvernul la nivel național: ele pot fi active într-o măsură mai mare sau mai mică și pot conține propuneri în funcție de disponibilitatea economică a fiecărei regiuni. **În ceea ce privește crearea de noi întreprinderi, măsurile sunt următoarele:**

- Decretul legislativ 185/2000, titlul I, privind spiritul antreprenorial, care stabilește normele de acordare a stimulentele pentru tinerii cu vârsta sub 35 de ani care doresc să înceapă o afacere.

- Legea nr. 221/2012, care implementează așa-numitul Decreto Crescita 2.0 (Decretul de creștere 2.0), care a introdus pentru prima dată definiția întreprinderii inovatoare și inițierea inovatoare în sistemul legislativ italian; **Decretul privind "Compact Investment"**, modificat și transformat în Legea 33/2015, o mare parte din măsurile existente care sprijină start-up-urile inovatoare au fost extinse pentru IMM-urile inovatoare, adică pentru toate întreprinderile mici și mijlocii care activează în domeniul inovării tehnologice ; Instrumentul "Smart & Start Italy" oferă subvenții acordate start-up-urilor inovatoare pe întreg teritoriul național.

Instrumentele care sprijină ocuparea forței de muncă în general și în special în rândul tinerilor sunt următoarele:

- **Legea privind locurile de muncă**, reforma sistemului bazat pe forța de muncă și de recrutare pentru locuri de muncă permanente precum și reducerea contribuțiilor sociale.

"Garanzia Giovani" (Garanția pentru tineri) oferă o serie de beneficii și stimulente pe baza tipului de contract, a locului de muncă pe durată determinată sau a contractelor de muncă nedeterminate

- **Stagii; ucenicie; Burse de formare și programe de orientare asistată, programe de integrare sau de reintegrare care rămân o opțiune în dobândirea cunoștințelor afaceri, de dobândi noi competențe pentru a intra sau reintra pe piața forței de muncă.**

2. Analiza cercetării – tineri fără loc de muncă

2.1 Profilele și caracteristicile personale ale tinerilor intervievați

Proiectul Co-op s-a concentrat pe tinerii cu vârste între 18-25 ani care sunt șomeri, inclusiv pe cei care continuă să fie implicați în educație sau în formare profesională.

În particular, numărul total al tinerilor chestionați a fost de 327. Datele privind chestionarele distribuite și returnate de fiecare partener sunt prezentate în tabelul de mai jos.

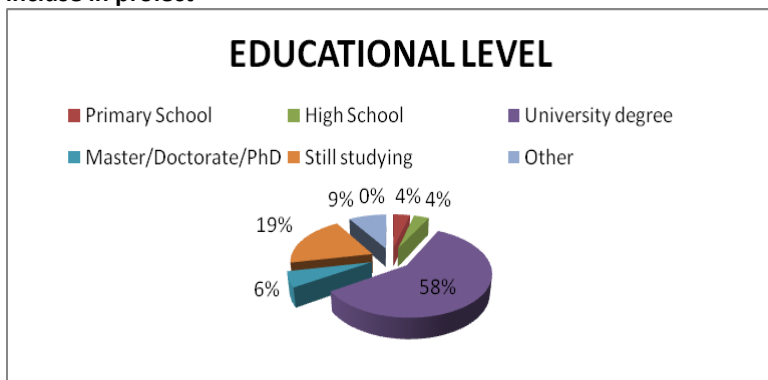
No.	PARTNER	TARA	NR DE CHESTIONARE DISTRIBUITE	NR. DE CHESTIONARE COMPLETATE
1	PRO VOCATIE	ROMANIA	150	63
2	PROMIDEA	ITALY	50	50
3	AGENTURA	SLOVAKIA	52	54
4	GOVERNORSHIP OF KOCAELI	TURKEY	80	50
5	PETRA PATRIMONIA	FRANCE	60	60

Profilul tinerilor fără loc de muncă

Conform metodei sondajului adoptat de Proiectul Co-op, toți respondenții reprezintă în esență grupuri eterogene. O mare parte din ele au o diplomă universitară (44,4%) și o diplomă de liceu (26,7%), dar este destul de dificil să se definească în mod clar ce domeniu educațional predomină, probabil din cauza diferitelor medii naționale și a caracteristicilor specifice piețele naționale ale forței de muncă.

EDUCATIE

Grafic nr. 1: Schema comparativă a nivelului de educație din țările incluse în proiect



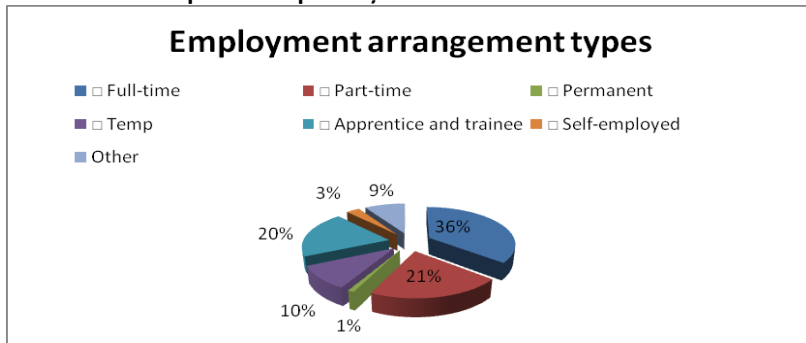
Sursa: Cercetarea Co-op

În ceea ce privește nivelul de educație, valorile sunt extreme de eterogene, cu o majoritate de respondenți ce dețin diploma în științe sociale sau în domeniul economiei și finanțe (peste 15%), urmat de cei cu diploma în domeniul ingineriei și științelor tehnice.

Acest lucru confirmă, alături de competențe antreprenoriale, abilitățile de bază asigurate de o diploma sunt extreme de folositoare pentru demararea unei afaceri. În plus, o diploma de studii medii sau universitare asigură o implementare mult mai eficientă a expertizei în sectorul economic dorit.

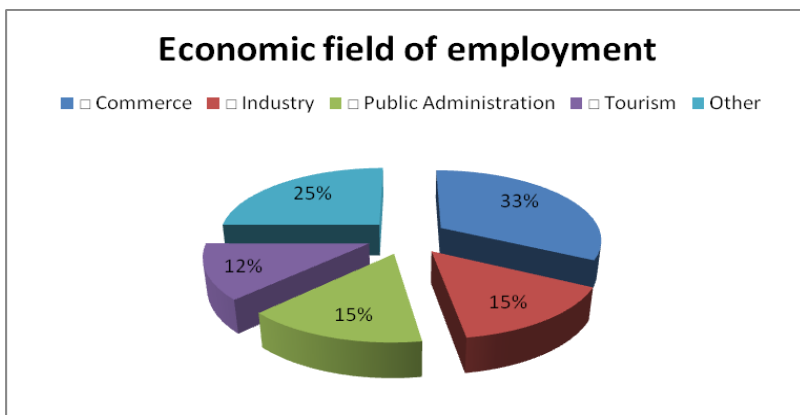
Potrivit sondajului realizat în cele 6 țări din UE, 69% dintre respondenți au raportat că au o experiență de muncă, constând într-un loc de muncă cu normă întreagă (aproape 25%), un loc de muncă cu fracțiune de normă (15%) sau un ucenic / Program de formare (14%).

Grafic nr. 2: Datele agregate dintre cele 6 țări din UE privind tipul de contract în raport cu experiențele anterioare de muncă



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 3: Datele agregate dintre cele 6 țări ale UE privind domeniul economic în raport cu experiențele anterioare de lucru



Sursa: Cercetarea Co-op

Experiența de lucru este cu siguranță un element pozitiv suplimentar. O evaluare potențială a tinerilor în ceea ce privește calitățile lor antreprenoriale trebuie să țină cont de abilitățile, competențele și experiența profesională acumulată la locul de muncă, precum și de orice stagiul de practică anterioară. De fapt, indiferent de tipul de contract (cu normă întreagă, cu durată determinată, stagiul, etc.) și de sectorul economic, această experiență permite tinerilor să aibă o

idee generală despre cum să conducă o firmă (structura organizatorică, procesul de producție, intrări-ieșiri, aspectele de management și relațiile cu furnizorii și clienții). Antreprenorii ar trebui să poată nu numai să supravegheze o companie, ci și să identifice problemele și să propună schimbări sau îmbunătățiri.

Experiența antreprenorială

Datele despre experiențele antreprenoriale anterioare nu sunt promițătoare. Doar 30% dintre respondenți au desfășurat o afacere în trecut, în principal în sectorul comerțului (33%) și în sectorul serviciilor (26%), în special în sectorul de sănătate și îngrijire personală.

În ceea ce privește motivația de a începe o afacere, răspunsurile sunt distribuite uniform în toate opțiunile de răspuns.

Grafic nr. 4: Motivația de a demara o afacere



Sursa: Cercetarea Co-op

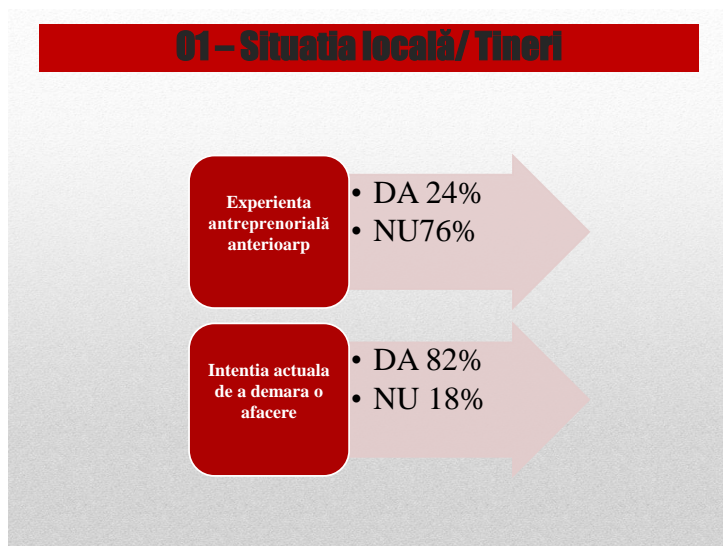
Actualele interese pentru o experiență antreprenorială

Datele despre interesul respondenților de a avea o experiență antreprenorială în viitor sunt pozitive. Peste 82% dintre respondenți intenționează să devină antreprenori, preferând sectorul comerțului (29%) și sectorul serviciilor (31%), cum ar fi Managementul resurselor umane, Comunicare, Cercetare, TIC, ...

Din punct de vedere comparativ, așa cum se arată în tabelele următoare, o mică parte din respondenți au avut experiență anterioară în afaceri; Afacerile au fost conduse pe o perioadă

nedeterminată și apoi închise din motive personale sau organizatorice sau din cauza încetării creșterii economice (de exemplu, lipsa resurselor financiare, motive legate de impozite, asistență necorespunzătoare în promovarea, menținerea și modernizarea afacerii, Sau funcționare necorespunzătoare din cauza experienței insuficiente sau a personalului necalificat, a cererii scăzute și a lipsei de clienți). Dimpotrivă, majoritatea respondenților au manifestat interesul de a fi antreprenor, împărțiți printre cei care ar dori să-și testeze propria idee de afaceri, să-și continue activitatea în familie sau să aibă acces la piața forței de muncă. Interesant este faptul că majoritatea celor care au avut o experiență anterioară ar dori să repornească o afacere, dar într-un alt sector.

Grafic nr. 5: Diagrama comparativă între cei cu experiență anterioară antreprenorială și așteptările prezente de a demara o afacere

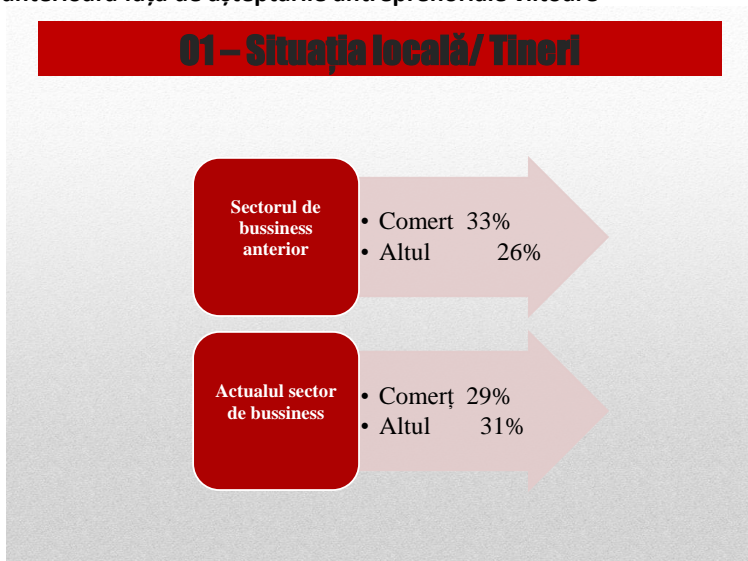


Sursa: Cercetarea Co-op

Cifrele comparative referitoare la experiența antreprenorială trecută și la intenția de a demara o afacere sunt foarte asemănătoare. În ambele cazuri, majoritatea respondenților au indicat "comerțul" ca fiind domeniul de afaceri preferat, urmat de opțiunea generică

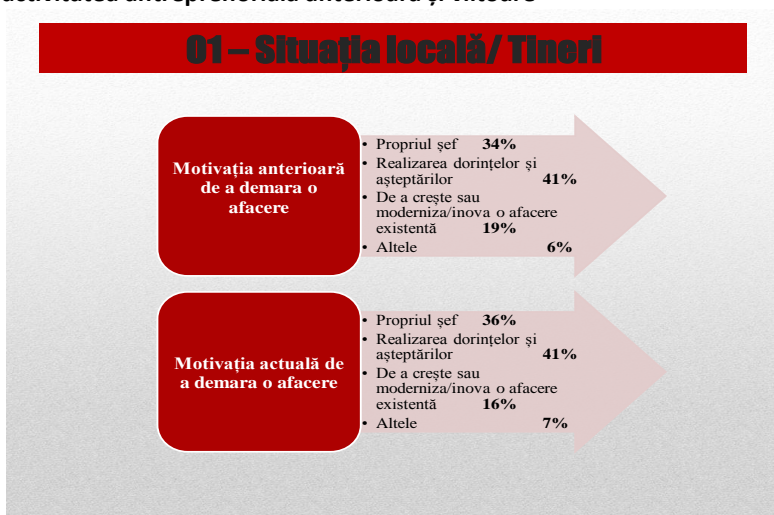
"Altul", în special în domeniul serviciilor sociale, îngrijire, comunicare și formare profesională.

Grafic nr. 6: Domeniul de afaceri - experiența antreprenorială anterioară față de așteptările antreprenoriale viitoare



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 7: Motive pentru domeniul de afaceri: comparație între activitatea antreprenorială anterioară și viitoare



Sursa: Cercetarea Co-op

Cele 2 diagrame motivația anterioară și motivația prezentă de a demara o afacere scot în evidență faptul că datele procentuale ale experienței anterioare de muncă în domeniul comerțului nu este diferit de sectorul ales în ceea ce privește așteptările.

Alegerea sectorului comercial se bazează pe o motivație generică de a-și realiza ambițiile și așteptările personale și motivația de a satisface nevoile de creștere personală. Pe de altă parte, identificarea unui sector economic specific (cu excepția sectorului de servicii) se referă la experiențele anterioare de afaceri și la așteptările antreprenoriale, legate în principal de creșterea economică și / sau de diferențierea sau de modernizarea unei întreprinderi existente.

ANALIZA ATITUDINII

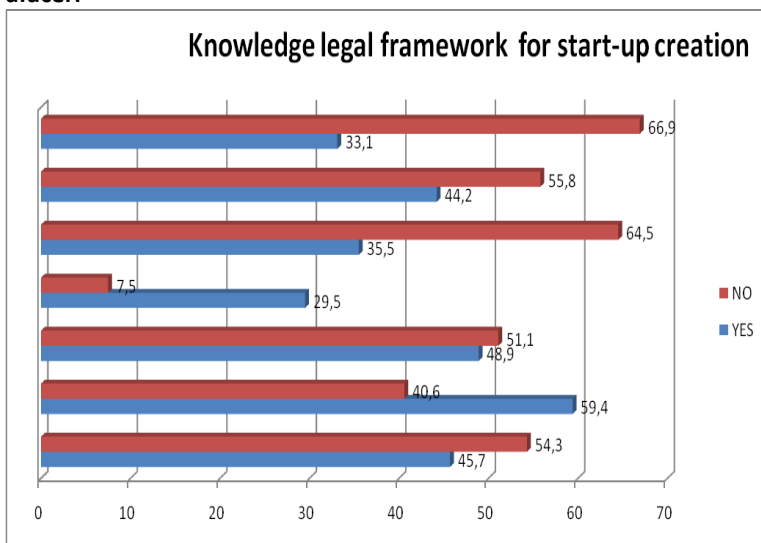
Pentru a face o analiză calitativă a datelor de susținere, ar trebui să evidențiem două caracteristici care prezintă răspunsuri neclare, incoerente și în contradicție date de eșantionul total:

1. **Neconcordanța dintre un nivel de educație în concordanță cu începerea unei afaceri și interesul pentru înființarea unei afaceri** (doar 2% dintre cei care și-au exprimat intenția de a începe o afacere au educație sau formare specifică industriei);
2. **Relația contradictorie dintre educația specifică și cunoașterea mediului de afaceri și a start-up-urilor** (70% din raportul eșantionului nu dețin calificări specifice și nu au absolvit formarea profesională completă în domeniul afacerilor, indicând, în același timp, că au o înțelegere - și, în unele cazuri, chiar o înțelegere profundă – tot ce presupune o afacere nou înființată).

Datele cantitative privind gradul de conștientizare a respondenților cu privire la ideea lor de afaceri și la toate activitățile obligatorii care trebuie îndeplinite înainte de a începe o afacere sunt, în general, pozitive; Cei mai tineri respondenți au răspuns DA la întrebările despre produsul / serviciul de furnizat, zona geografică în care urmează să se stabilească afacerea și îndeplinirea obligatorie a acestora, în timp ce valorile sunt echilibrate în mod egal între ambele

opțiuni (DA și NU) în ceea ce privește *alegerea pieței de desfacere*. În schimb, valorile privind proprietatea asupra locului în care ar fi situată afacerea și angajarea unui consultant inițial sunt extrem de negative.

Grafic nr. 8: Cunoaștere mediului juridic privind înființarea unei noi afaceri



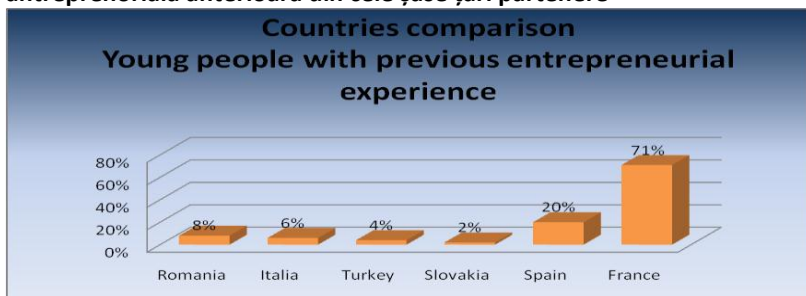
Sursa: Cercetarea Co-op

Definiția ideii de bussiness		
	da	nu
Te-ai decis în privința produsului/serviciu pe care urmează să îl faci/oferi?	57.20%	42.80%
Ai dus vreodată la bun sfârșit demersurile pentru a demara o afacere?	53.60%	46.40%
Ai cunoștințe despre piața de desfacere?	49.60%	50.40%
Deții vreo proprietate pentru afacerea ta?	12.80%	87.20%
Ai angajat vreodată un consultant pentru a demara o afacere?	17.00%	83.00%
Te-ai decis în privința zonei geografice?	69.50%	30.50%

Comparând datele țărilor partenere, cifrele referitoare la tinerii cu experiență antreprenorială anterioară arată că Franța are cea mai

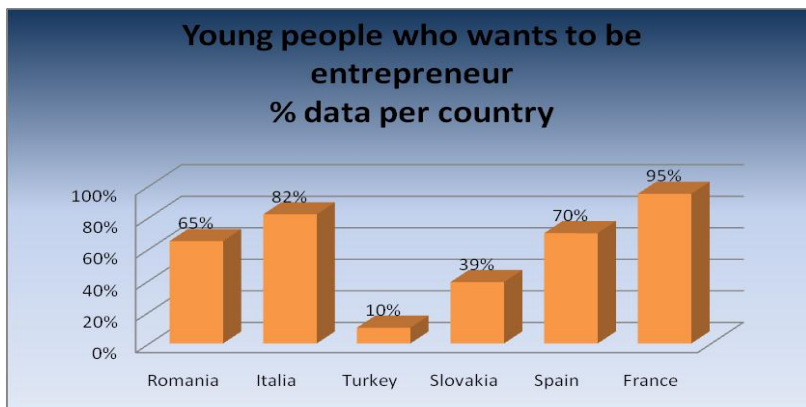
mare valoare a tinerilor cu experiență antreprenorială, iar Slovacia are cel mai mic procent.

Grafic nr. 9: Procentele referitoare la tinerii cu experiență antreprenorială anterioară din cele șase țări partenere



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 10: Procentele referitoare la viitorii antreprenori din cele șase țări partenere



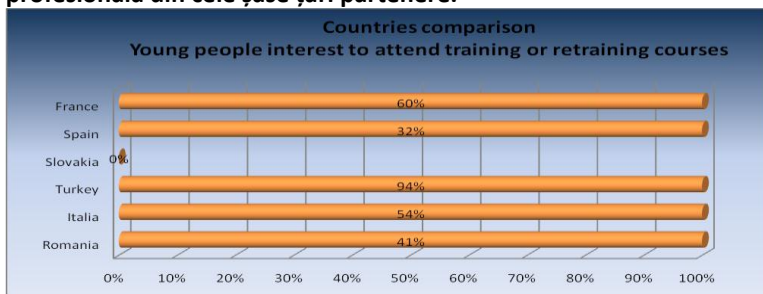
Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 11, prezentând cifrele referitoare la tinerii care doresc să urmeze o carieră antreprenorială, nu prezintă valori puternic diferite, ci o distribuție omogenă între țările proiectului.

De fapt, în timp ce partenerul slovac are un procent redus (39%), ceilalți parteneri ating rate foarte ridicate, de la 65% (România) la 100% (Turcia).

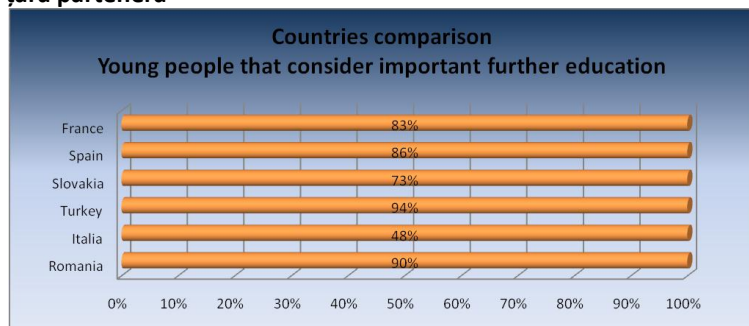
Valoarea din Turcia din ultima diagrama, în comparație cu valorile diagramei anterioare, merită citit mai detaliat: în timp ce doar 2% dintre respondenți au declarat că au avut experiență antreprenorială în trecut, 100% din eșantion a declarat că ar dori să demareze o afacere în viitor, și același eșantion a declarat că au participat la formare antreprenorială furnizată de agențiile regionale sau provinciale în 2015¹.

Grafic nr. 11: Numărul tinerilor interesați de formare și recalificare profesională din cele șase țări partenere.



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 12: Importanța formării continue a tinerilor din fiecare țară parteneră



Sursa: Cercetarea Co-op

¹ Regional Development Agency (MARKA) and Provincial Agency (ISKUR)

Diagrama privind interesul tinerilor de a participa la cursuri de formare pentru obținerea unei calificări profesionale a subliniat modul în care tinerii turci acordă o atenție deosebită modalităților de formare.

Cifra întărește într-un fel valorile anterioare, prin faptul că arată, în termeni teoretici, că atitudinea antreprenorială merge mână în mână cu formarea continuă paralelă. În ceea ce privește celelalte date procentuale, chiar dacă nu sunt negative în termeni generali, trebuie să luăm în considerare nivelul înalt de educație al tineretului (diplomă sau certificat de calificare). Valoarea spaniolă este oarecum contradictorie în comparație cu diagrama anterioară privind importanța formării continue.

FRANȚA

"Marea majoritate a respondenților consideră că formarea continuă este importantă (83%), iar 60% intenționează să participe la unele cursuri de recalificare, convingși că ar putea ajuta la găsirea unui loc de muncă (70,45%). Cu toate acestea, foarte puțini respondenți preferă aspectele teoretice ale cursurilor. O treime sunt dispuși să se califice doar în activități practice și o treime sunt dispuși să beneficieze de o formare echilibrată cuprinzând aspecte teoretice și practice. "

ITALIA

"Participarea la cursuri de calificare și recalificare ar putea constitui un element-cheie pentru a face față unei piețe globalizate, cu complexitatea și competitivitatea acesteia, iar majoritatea respondenților sunt dispuși să participe la programe de formare continuă, convingși fiind că cursurile de formare sunt utile și folositoare pentru găsirea unui loc de muncă" .

TURCIA

O atenție deosebită este acordată situației din Turcia. "Câte 76% (38x) dintre respondenți au indicat că au anumite condiții pentru înființarea și gestionarea unei întreprinderi (autorizații, certificări, calificări, practici profesionale). În plus, 40% au beneficiat de formare sau certificare privind crearea de afaceri în al doilea semestru al anului 2015 " .

ENTREPRENEURS DESPRE IDEEA DE BUSSINESS – NEVOILE IDENTIFICATE ALE VIITORILOR TINERI ANTREPRENORI

Un program de instruire și îndrumare pentru tinerii antreprenori noi ar trebui să se bazeze pe nevoile și interesele reale ale grupurilor țintă. Astfel, inițiativa Co-op s-a axat pe identificarea celor mai comune nevoi / interese ale adulților tineri șomeri și asupra cartografierii relevante. Cele patru nevoi / interese rezultate pot fi rezumate după cum urmează:

1. Nevoia de servicii de consultant (TURCIA)
2. Interesul pentru cursuri de formare și/sau calificare (Turcia și Spania, Romania, Italia);
3. Interes pentru informare și consiliere (Spania, Italia);
4. Nevoie pentru servicii de accesare a creditelor (Spania);

În cazul Slovaciei, grupul țintă nu a exprimat nevoi, însă lipsa de cunoaștere a condițiilor legislative și generale pentru a înființa o afacere asociată cu o viziune neclară despre serviciile necesare pentru a începe o afacere ar sugera că au nevoie de diferite servicii sau servicii integrată (instruire și informare, informare și orientare, îndrumare și formare).

Aceeași opinie poate fi aplicată și respondenților din Italia.

Unele dintre nevoile enumerate mai sus reflectă în esență motivele eșecului experienței antreprenoriale anterioare; Acestea ar trebui, de asemenea, să fie considerate ca un bun indicator într-o perspectivă pe termen scurt. Aproape toți respondenții sunt conștienți de situația lor și cei mai mulți dintre ei au o viziune clară despre ei înșiși și despre ceea ce vor să fie și să facă în viitor, cu toate acestea ei de obicei nu știu cum să-și atingă obiectivele și să-și îndeplinească propriile așteptări.

În ceea ce privește viitorul, de fapt, majoritatea intervievaților și-au exprimat interesul pentru a desfășura o afacere și necesitatea unui sprijin mai mare pentru a începe acest lucru, cum ar fi îndrumarea, informarea și instruirea.

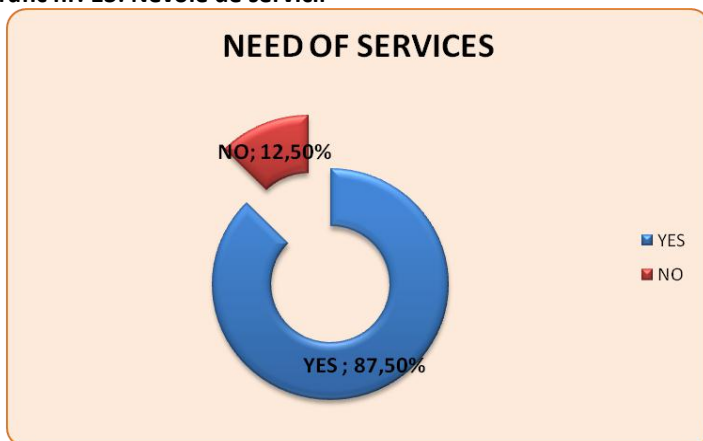
Înainte de a comenta diagrama cu privire la nevoia de servicii specifice, ar trebui să ne concentrăm pe diagrama care arată nevoia fundamentală de sprijin pentru afaceri.

The figure is very positive and shows that 87.5% of the overall sample need support services; it is associated with the questionable value of 12.50% of young people who stated that they do not need

any kind of help with respect to business creation. A possible explanation could be the presence of an existing business team whom respondents can rely on, or the previous activation of a variety of recognized services for business start-ups.

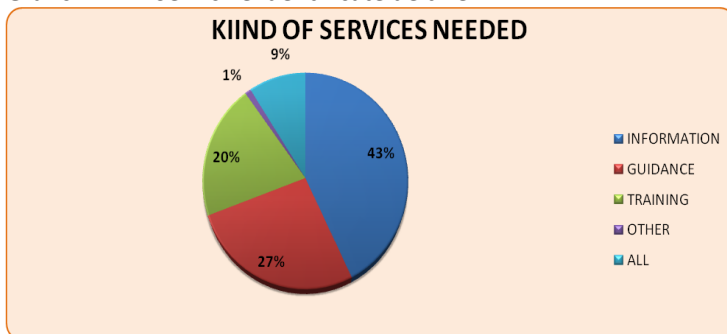
Cifra este foarte pozitivă și arată că 87,5% din eșantionul general necesită servicii de asistență; Este asociat cu valoarea discutabilă de 12,50% dintre tinerii care au declarat că nu au nevoie de nici un fel de ajutor în ceea ce privește crearea de afaceri. O posibilă explicație ar putea fi prezența unei echipe de afaceri pe care se pot baza respondenții sau activarea anterioară a diverselor servicii recunoscute pentru înființarea de afaceri.

Grafic nr. 13: Nevoie de servicii



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 14: Serviciile identificate de tineri



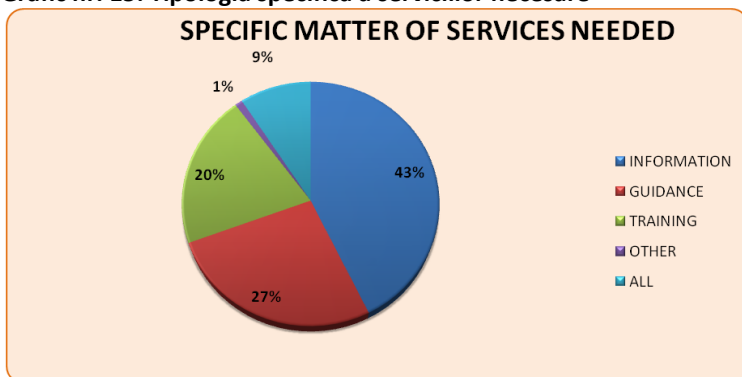
Sursa: Cercetarea Co-op

Datele arată că 9% din eșantionul care și-a exprimat nevoia de mai mult de un serviciu indică o idee de afaceri dar care nu este încă perfect structurată: ei au o idee, dar nu știu clar cum să o transforme într-un proiect de afaceri concret.

Toate celelalte servicii solicitate sunt la fel de specifice ca nevoile exprimate.

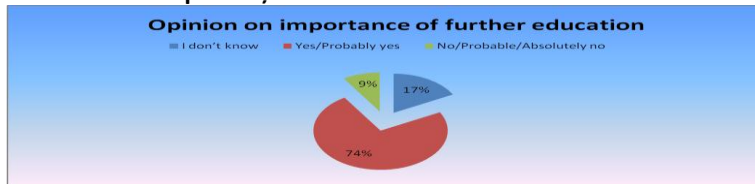
Prin urmare, datele privind formarea profesională, pe deplin compatibile cu datele fiecărei țări partenere prezentate în diagrama anterioară, evidențiază necesitatea de a dobândi competențe tehnice și de specialitate în raport cu sectorul / procesul de producție identificat; La aspecte specifice de reglementare și / sau economice și financiare; La strategiile de marketing sau la natura managerială și organizațională a întreprinderii de tineret. Mai mult, datele despre tinerii care au beneficiat de servicii în sprijinul spiritului antreprenorial arată că majoritatea respondenților nu cunosc existența serviciilor pentru tineri sau a inițiativelor publice și private pentru întreprinderile sociale și pentru tineret; Acest lucru se datorează, în principal, lipsei de vizibilitate și promovării inadecvate a serviciilor specifice existente. Pe de altă parte, respondenții care au folosit aceste servicii în trecut sau sunt perfect conștienți de existența lor nu le consideră foarte utile.

Grafic nr. 15: Tipologia specifică a serviciilor necesare



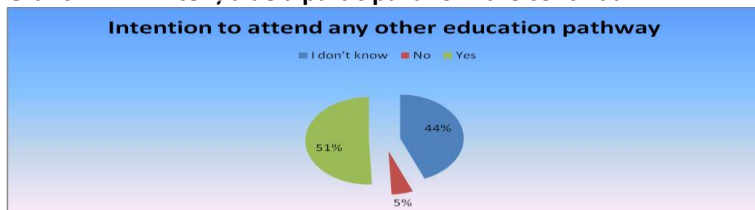
Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 16: Importanța formării continue



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 17: Intenția de a participa la formare continuă



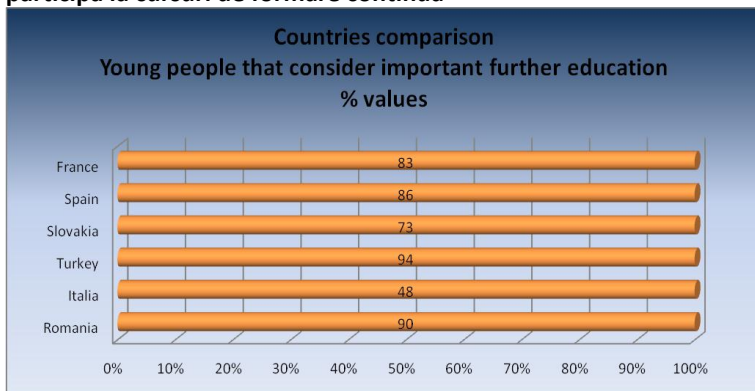
Sursa: Cercetarea Co-op

Cifrele procentuale privind importanța învățământului superior sunt foarte mari în ceea ce privește opțiunea da / probabil da. Până la 90% din numărul total de respondenți tineri, cred că este important să continuăm o formă de educație sau de formare, indiferent de fezabilitatea ideii lor de afaceri sau de șansa lor de a intra pe piața muncii ca antreprenori. Educația continuă reprezintă o oportunitate de creștere care permite tinerilor să-și valideze și să-și consolideze abilitățile existente.

2.2 Cursuri de calificare și recalificare

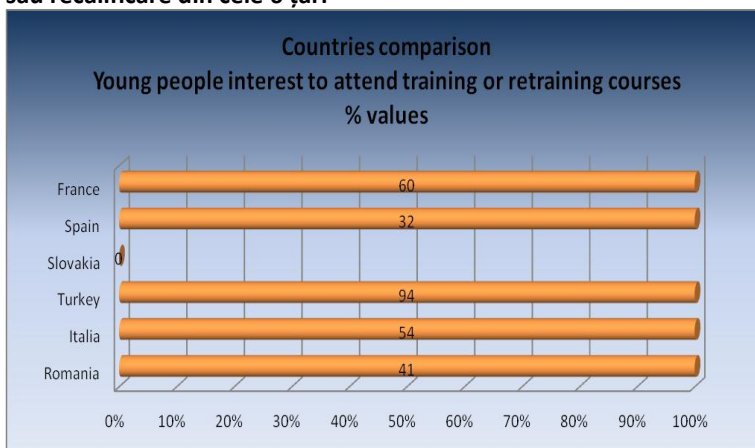
În ceea ce privește necesitatea de a participa la cursuri de recalificare, respondenții nu au exprimat o opinie clară cu privire la utilitatea cursurilor de recalificare. După cum se poate observa în diagrama de mai jos, majoritatea respondenților au declarat că participarea la un program de formare este importantă și utilă pentru ei, dar nu sunt capabili să determine dacă un curs de recalificare îi va ajuta să înceapă o activitate de afaceri, în general. Această nehotărâre se datorează, în principal, gradului de conștientizare scăzut a respondenților cu privire la avantajele și beneficiile reale generate de cursurile de recalificare.

Grafic nr. 18: Comparație între țări cu privire la intenția de a participa la cursuri de formare continuă



Majoritatea tinerilor care iau în considerare serios participarea la un curs de recalificare provin din Franța, Italia și Turcia. În cazul Spaniei situația este neclară, deoarece majoritatea respondenților declară că nu doresc să participe la un curs și nu văd nici o valoare adăugată în participarea la acesta. În mod similar, mai puțin de jumătate dintre respondenții români au declarat că ar dori să participe la un program de formare sau recalificare.²

Grafic nr. 19: Interesul tinerilor de a participa la cursuri de calificare sau recalificare din cele 6 țări



² Fara informații de la partenerul din Slovacia

Cu toate acestea, este necesar să se sublinieze că majoritatea respondenților nu au experiență de recalificare (83% în România, 80% în Republica Cehă, 69% în Italia și 54% în Spania), aceste valori fiind în concordanță cu tendințele indecise ale tinerilor cu privire la utilitatea acestor cursuri. Pe de altă parte, respondenții francezi și turci au o anumită experiență, deși diferită în termeni de rezultate: în Franța "majoritatea respondenților (60%) dețin o licență / certificare / calificare, care este utilă pentru a începe o afacere, 40% au participat deja la un curs finalizat cu șase luni înainte de data chestionarului sau mai devreme, iar restul de 19% au urmat un curs finalizat cu un an înainte de aplicarea chestionarului"³ "în Turcia", aproape toți respondenții au urmat un fel de formare profesională în management, antreprenoriat etc. "Prin urmare, rezultatele generale ale răspunsurilor par a fi pozitive"⁴..

Grafic nr. 20: Utilitatea cursurilor de recalificare



Source: Co-op survey

Alte date arată disponibilitatea respondenților de a participa la un program de formare special conceput pentru tinerii antreprenori. O cotă de 72% din eșantion este potențial dispusă să participe la un program de formare de acest tip.

Doar 14% dintre respondenți nu s-au decis încă tipul de curs pe care îl doresc, în timp ce alte 14% indică faptul că nu intenționează să participe la un curs de formare.

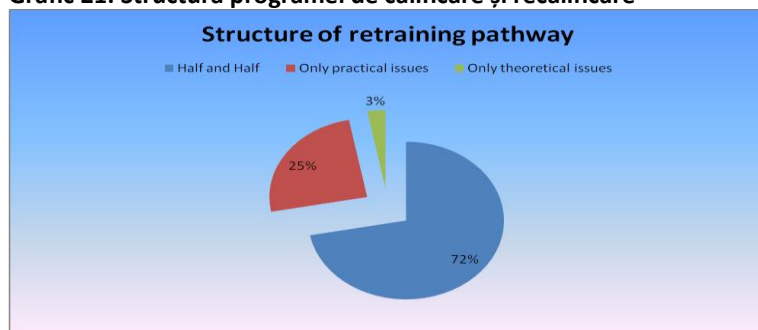
³ Ref. Pagina 11 din Raportul General din Franta

⁴ Ref Pagina 17 din Raportul General din Turcia

Cu toate acestea, următorul grafic privind structura programului de formare nu ia în considerare rezultatele seturilor anterioare de întrebări privind nevoile exprimate de grupul țintă, cadrul juridic, oportunitățile oferite, precum și limitele operaționale; Prin urmare, este dificil pentru partenerii săi să elaboreze un program de consiliere și orientare eficient și bine orientat în cadrul activităților pilot.

De fapt, printre cei care ar putea fi interesați să participe la un program de formare, numai 3% au indicat un interes pentru o structură teoretică a programului de formare. Partea rămasă a eșantionului (97%) este interesată de o structură care combină formarea practică și teoretică (25%) sau o structură de formare doar practică (72%).

Grafic 21: Structura programei de calificare și recalificare



Sursa: Cercetarea Co-op

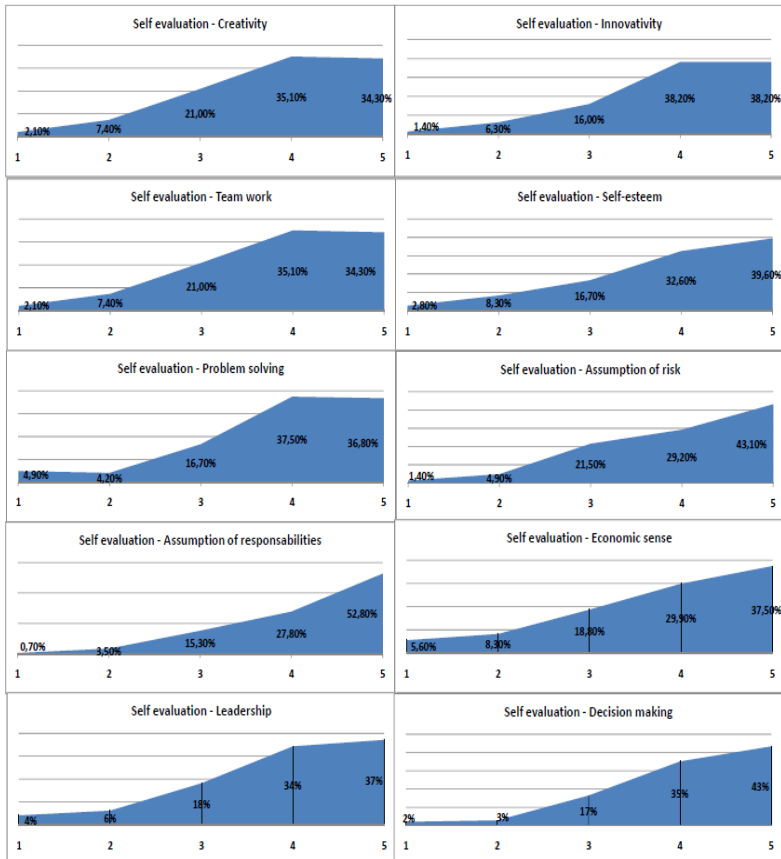
În ceea ce privește autoevaluarea, graficul de mai jos prezintă o imagine de ansamblu a datelor interpretate din toate țările. În unele cazuri, ratele sunt foarte ridicate (între 4 și 5) și sunt în conformitate cu cele privind intenția de a demara o afacere și cu necesitatea de a beneficia de mai mult sprijin și asistență.

Grafic nr. 22: Datele interpretate privind autoevaluarea grupului țintă

Sursa: Cercetarea Co-op

În ceea ce privește caracteristicile individuale, respondenții turci ies în evidență de ceilalți cinci parteneri chestionați, indicând valori foarte mari în autoevaluarea lor. Valori similare au fost indicate de grupul spaniol.

În grupul românesc, ca și în cel spaniol, o mare parte dintre respondenți au indicat că sunt inovativi și creativi, pot să lucreze într-o echipă, să recunoască riscurile și să-și asume responsabilitatea și, în plus, să aibă un nivel bun de autoevaluare; Numai conștientizarea economică este considerată slabă. În cadrul grupului francez, respondenții au exprimat o autoevaluare mai echilibrată, arătând creativitate foarte mare și concentrându-se pe inovație, capacitatea de a lucra într-o echipă și conștientizarea riscurilor. În ceea ce privește restul elementelor privind cerințele de personalitate (stima de sine, rezolvarea problemelor, luarea deciziilor și conducerea), valorile sunt distribuite uniform între cele *bune* (3), *foarte bune* (4) și *excelente* (5). Doar grupul slovac dezvăluie o autoevaluare mai prudentă: majoritatea respondenților au exprimat rate ridicate



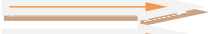
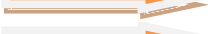
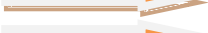
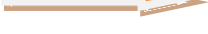


pentru fiecare element cu certitudine de personalitate, cu excepția celor "preluarea responsabilității", "conducerea" și "luarea deciziilor". Este imposibil de precizat dacă respondenții au fost într-adevăr conștienți de abilitățile lor personale și dacă abilitățile au fost de fapt supraevaluate. Cu toate acestea, calificările lor pot fi un bun punct de plecare pentru o carieră de succes ca antreprenori.

3. Evaluarea chestionarelor aplicate companiilor înființate în ultimul an

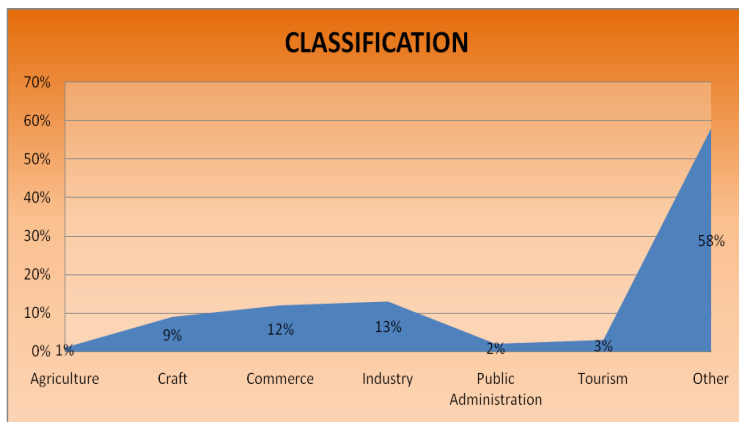
3.1 Analiza cantitativă

O scurtă prezentare a firmelor recent înființate.

Țara		Nr. Dechestionare complete
Romania		20
Italia		12
Turcia		13
Spania		9
Slovacia		15
Franța		20

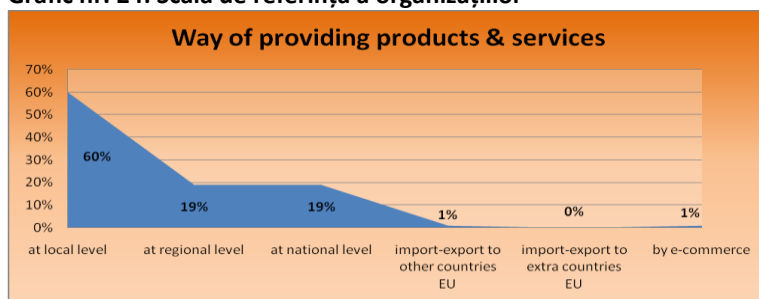
Firmele interviuate aparțin sectoarelor economice indicate în graficul nr. de mai jos, majoritatea operând în sectorul serviciilor (în general incluse în categoria ALTELE):

Grafic nr. 23: Domeniul de activitate al firmelor recent înființate



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 24: Scala de referința a organizațiilor



Sursa: Cercetarea Co-op

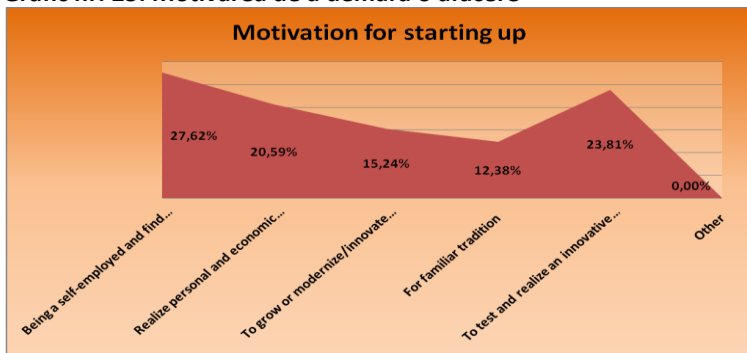
Eșantionul general al firmelor start-up selectate sunt actori locali, dar se găsesc valori foarte ridicate și la nivel regional și național.

Un procent foarte mic dintre aceștia desfășoară activități la nivel european, menținând relații de lucru cu țări terțe sau utilizând canalul de comerț electronic.

Ultimul graphic poate fi analizat numai în raport cu domeniul de activitate identificat. Într-adevăr, deși este puțin probabil ca o afacere a sectorului de producție, agricol sau artizanat să aibă un profil global, cel puțin la etapa inițială, firmele de înaltă tehnologie se pot dezvolta la nivel global în primii câțiva ani de activitate.

Din acest motiv, cifrele referitoare la piața locală trebuie considerate ca valoare absolută, deoarece foarte puțini companii hi-tech au participat la sondaj.

Grafic nr. 25: Motivarea de a demara o afacere

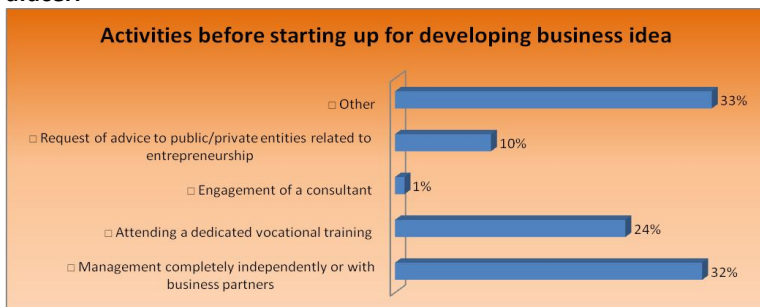


Sursa: Cercetarea Co-op

În ceea ce privește motivațiile care stau la baza deciziei de a demara o afacere, cea mai mare valoare procentuală (49%) se obține prin interpretarea celor două categorii de motivații incluse în chestionar, și anume "de a avea acces la piața forței de muncă" și obținerea unei realizări economice și personale ", urmată de " posibilitatea de a pune în practică o idee experimentală ". Ultima cifră se datorează în mod clar firmelor din sectorul terțiar, companiilor de servicii și altor companii similare). În cele din urmă, pentru că doar 12% dintre respondenți continuă o tradiție familială este dorința principală de a demara o afacere.

3.2 Analiza calitativă

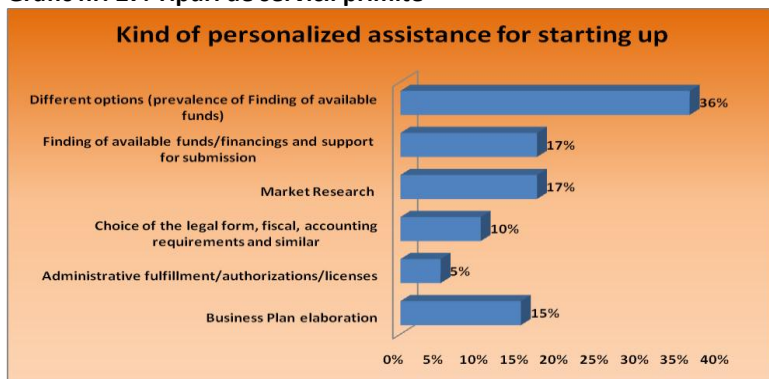
Grafic nr. 26: Activități înainte de începerea dezvoltării ideii de afaceri



Sursa: Cercetarea Co-op

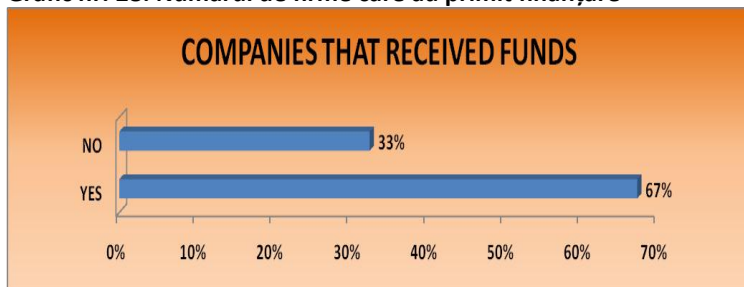
Doar 1% din eșantionul total a angajat oficial un consultant pentru toate formalitățile legate de începerea unei afaceri. Datele sunt prezentate la următorul grafic - tipul specific de servicii primite - care arată că majoritatea eșantionului a solicitat sprijin pentru o gamă largă de servicii destinate inițierii unei afaceri. Numai procentele mici sunt distribuite uniform conform serviciilor specifice (piață, elaborarea planurilor de afaceri).

Grafic nr. 27: Tipuri de servicii primite



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 28: Numărul de firme care au primit finanțare

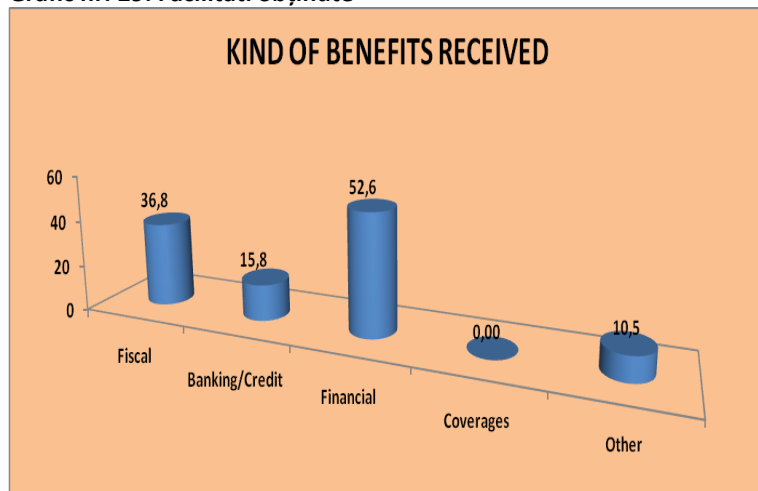


Sursa: Cercetarea Co-op

Conform datelor evaluate privind forma de finanțare, majoritatea companiilor au început prin auto-finanțare. Cea de-a doua sursă de sprijin financiar este reprezentată de fonduri publice - toate societățile românești chestionate și peste jumătate dintre companiile italiene intervievate). În mod deosebit se remarcă datele despre Franța, care indică faptul că 53% dintre întreprinderile care au răspuns au primit fonduri prin organizații cunoscute sub numele de "couveuses" și cooperative CAE. Fondurile publice sunt indicate ca o posibilă sursă de finanțare pentru noile întreprinderi din Corsica.

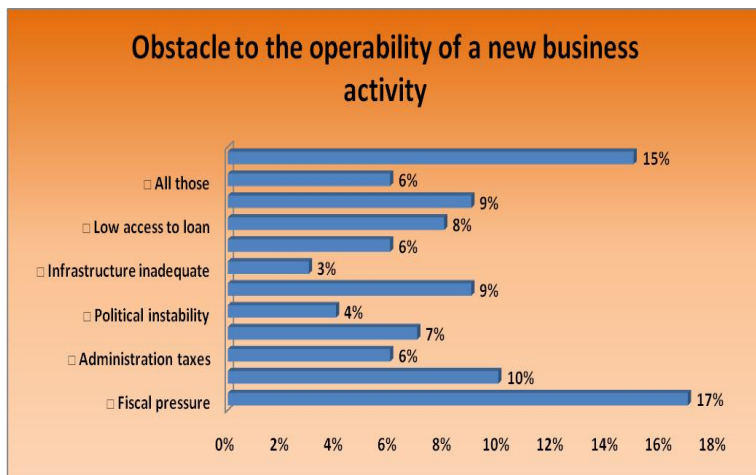
În ceea ce privește noile oportunități despre subvenții și alte facilități pentru înființarea de întreprinderi, raportul analizează și compară obstacolele întâmpinate în faza de început și în primul an de activitate, pentru a avea o imagine de ansamblu a serviciilor. Deja disponibile pe teritoriile analizate (cu accent pe diferitele abordări adoptate și pe diferitele standarde aplicate) și orice altă soluție posibilă care ar trebui pusă în aplicare pentru a sprijini lansarea de noi proiecte de afaceri.

Grafic nr. 29: Facilități obținute



Sursa: Cercetarea Co-op

Grafic nr. 30: Obstacole întâmpinate de firme



Sursa: Cercetarea Co-op

În termeni generali, obstacolele identificate de companiile responsabile se referă la elementele "Acces mai facil la finanțarea externă (împrumuturi bancare)"; "Crearea de facilități de finanțare cu rate ale dobânzii mai mici pentru întreprinzătorii începători"; "Asistență publică, îndrumare și sprijin pentru antreprenori mai eficiente" și "o atitudine mai suportivă din partea funcționarilor față de nevoile viitorilor antreprenori".

Nevoile apărute sunt, în principiu, două. Prima a fost indicată de partenerul slovac care a remarcat necesitatea de a promova *Business Angel* ca model de finanțare și toate procedurile operaționale aferente pentru a permite firmelor noi să intre și să rămână pe piață, precum și obligațiile și beneficiile aferente. Cea de-a doua nevoie a fost identificată de partenerul turc și se referă la creșterea impactului facilităților de finanțare și a acțiunilor de sprijinire a antreprenoriatului, în principal prin KOSGEB și Agențiile de Dezvoltare.⁵

În termeni generali, presiunea fiscală reprezintă cea mai mare valoare procentuală. Deși cifrele / ratele înregistrate în fiecare țară diferă, reducerea taxelor fiscale rămâne o așteptare comună. În mod similar, dar cu rate variabile între diferitele țări, insuficiența

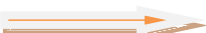

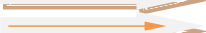
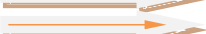
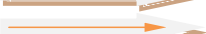
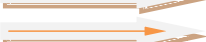
⁵ Agențiile sunt localizate în fiecare sub-regiune din Turcia asigură finanțare, asistență tehnică și împrumuturi fără dobândă pentru promovarea antreprenoriatului

infrastructurii contextului local rămâne o limită transversală și comună a operabilității start-up-urilor.

3.3 Analiza calitativă a organizațiilor care colaborează cu start-up-uri

Numărul total de firme implicate este 51, astfel::

Țara/Nr. organizațiilor

Romania		0
Italia		8
Turcia		10
Spania		11
Slovacia		5
Franța		18

Conform rezultatelor sondajului, principalele probleme și nevoi indicate de societățile intervievate pot fi enumerate după cum urmează:

- Lipsa sau disponibilitatea redusă a resurselor de capital pentru finanțarea costurilor inițiale și supraviețuirea primului an de activitate; (Identificate în principal în Franța, Italia, România, Spania);
- Dificultatea de a satisface cererea internă și internațională (identificată în Franța, Italia, România);
- Lipsa de cercetare și analiză a pieței de referință în ceea ce privește nivelul de competitivitate, concurenții potențiali și grupurile de clienți (identificați în Franța și Italia);
- Niveluri scăzute de calificare și competențe ale noilor antreprenori, în special tinerii antreprenori, cu un impact negativ asociat asupra managementului financiar al companiei și a strategiei cost-beneficiu, în special în primele luni strategice de activitate; (Identificate în Franța, Italia și Spania);
- Dificultăți în accesarea fondurilor și beneficiile financiare pe termen lung (identificate în Franța, Italia, România și Spania);
- Realizarea unei mase critice de clienți (identificată în Franța, Italia, România și Spania).

4. Evaluarea sondajului bazat pe chestionarele - Întreprinderile mici și foarte mici

4.1 Analiza cantitativă

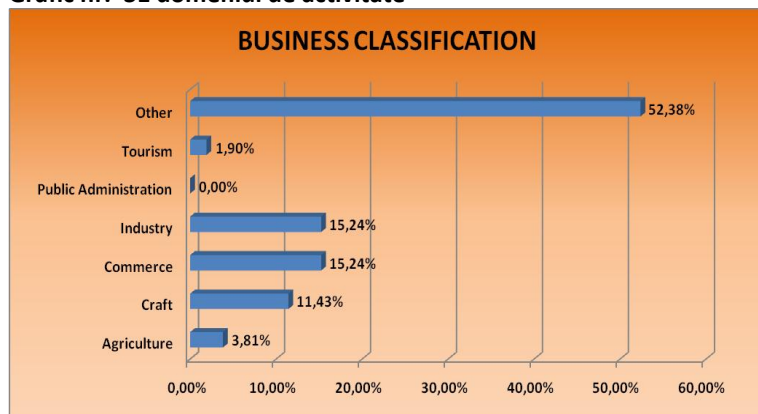
O scurtă prezentare a întreprinderilor mici și mijlocii interviuate de fiecare partener.

Țara	Nr. De firme
Romania	20
Italia	20
Turcia	20
Spania	20
Slovacia	21
Franța	4

Cu un total de 105 firme interviuate

Companiile interviuate aparțin următorului sector de afaceri (vezi Grafic nr. 31)

Grafic nr. 31 domeniul de activitate



Sursa: Cercetarea Co-op

După cum se explică în notele metodologice, companiile contactate și selectate provin din sectoare de activitate diferite. Tabelul prezintă distribuția societăților interviuate în diferite sectoare în ceea ce privește valorile absolute și procentuale. După cum se poate observa,

companiile din sectoarele producției și comerțului reprezintă cea mai mare parte a eșantionului analizat, în timp ce companiile din sectoarele turismului și agriculturii se situează pe ultima poziție (respectiv 2% și respectiv 4%). Tabelul următor permite o comparație între răspunsurile acestui grup de companii și răspunsurile primite de companiile start-up la aceleași întrebări. Numărul întreprinderilor mici și foarte mici intervievate care operează pe piața europeană și din afara pieței europene este mult mai semnificativ în comparație cu start-up-urile, iar 5% dintre aceștia utilizează un canal de comerț electronic. În ceea ce privește analizele comparative, putem constata că, indiferent de sectorul de referință (comerț, producție, servicii), întreprinderile mici și foarte mici operate timp de mai mult de un an au mai multe șanse să rămână pe piață și să se dezvolte pe termen mediu Pe termen lung, în comparație cu start-up-urile.

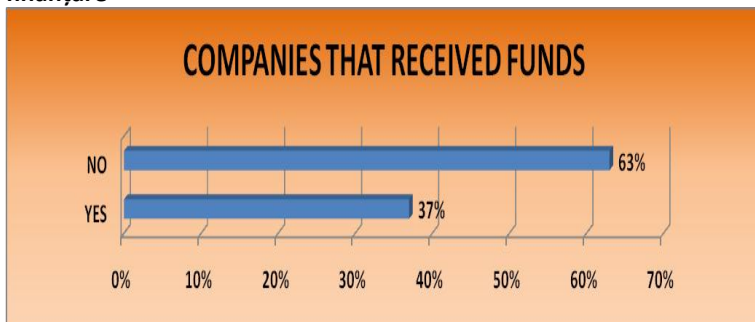
Canalul de distribuție

Plața de referință	Valoarea absolută	%
Nivel local	44	29
Nivel regional	27	18
Nivel național	42	28
Țări europene de import-export	16	10
Țări non-europene de import-	16	10
e-commerce	7	5

4.2 Analiza calitativă

La întrebarea dacă au primit sau nu o formă de finanțare, 38 de companii din eșantionul total au răspuns întrebării, iar 24 dintre acestea au indicat că au primit o formă de finanțare sau beneficii și granturi.

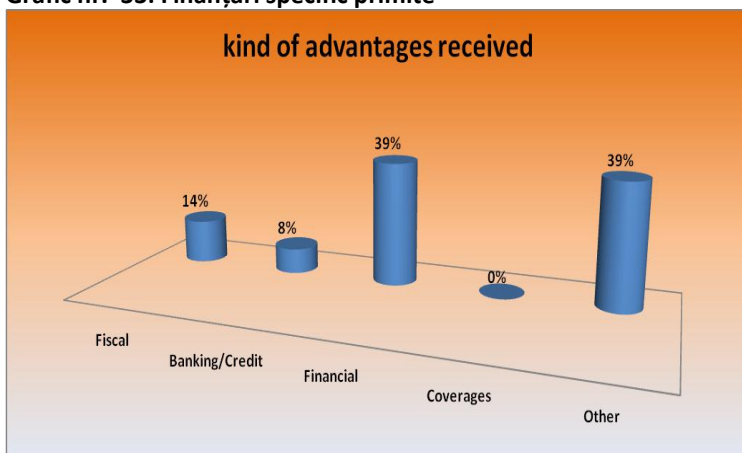
Grafic nr. 32 Firme care au primit finanțare



Sursa: Cercetarea Co-op

Beneficiile specifice primite de cele 24 de societăți menționate mai sus sunt în principal prestații financiare, bancare și fiscale (4 din 24). Celelalte unsprezece răspunsuri au fost foarte fragmentate.

Grafic nr. 33: Finanțări specific primite



Sursa: Cercetarea Co-op

În ceea ce privește intenția de a solicita finanțare, până la 60% au indicat că nu intenționează să solicite finanțare, deoarece doresc să opereze independent și prin punerea în aplicare a politicilor lor de investiții (prin autofinanțare, reinvestirea profitului, Etc).

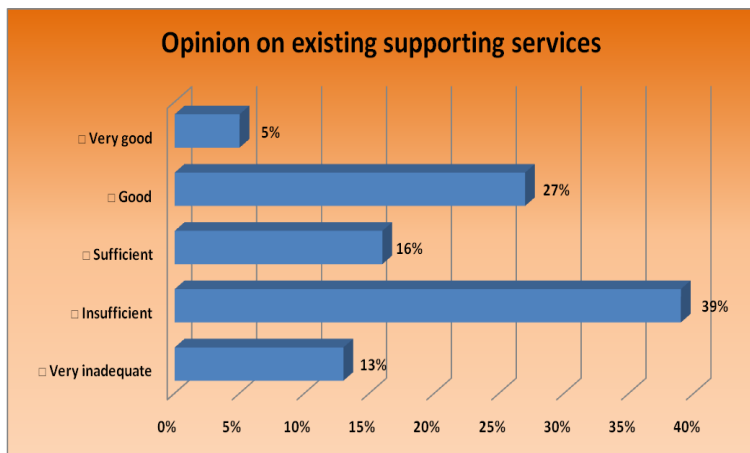
O analiză calitativă a datelor arată ce fel de subvenții și / sau beneficii, care nu au fost furnizate încă, sunt considerate utile de către companii pentru afacerea lor; Totuși, numai companiile italiene și spaniole au răspuns, indicând tipuri specifice de programe locale și entități naționale care oferă ajutor / finanțare (a se vedea PIA) :

- a) Acces la PIA INNOVAZIONE OR ATTIVA L'INNOVAZIONE programs (programme specific italiene);
- b) Obținerea de finanțare pentru energie alternativă și fonduri pentru formare și inovare (Italia);
- c) Simplificarea relațiilor cu administrația publică și regionalizarea taxelor (Spania)
- d) Sprijin pentru participarea la târguri internaționale și consiliere privind gestionarea și formarea rețelilor sociale (Spania)
- e) Finanțare/Granturi pentru R&D (Spania)
- f) Deschiderea către noi piețe de desfacere (Spania)
- g) Ajutoare pentru reducerea taxelor privind contribuțiile sociale, ajutoare financiare și împrumuturi fără dobândă (Spania)
- h) Stimulente și sprijin pentru internaționalizare, cercetare și dezvoltare și finanțare rambursabilă (Spania)
- i) Suport pe piața muncii (Spania)
- j) Granturi pentru echipamente (Spania)

Un procent de 39% din eșantionul total a exprimat o opinie negativă (*insuficient*) cu privire la serviciile existente în sprijinul activităților de afaceri. Specificitatea acestor servicii este foarte eterogenă și include aspecte privind infrastructura, logistica și legislația fiscală. Contrar, doar 5% din eșantion au exprimat o valoare foarte pozitivă (*foarte bună*).

În ceea ce privește întrebarea privind evaluarea serviciilor de asistență și de orientare existente pentru companii, respondenții au răspuns astfel:

Grafic nr. 33: Părerii privind serviciile de sprijin existente



Sursa: Cercetarea Co-op

HCU toate acestea, merită luată în considerare problema ridicată de o companie italiană - eficacitatea serviciilor de asistență depinde de costurile acestora; În acest sens, costurile cresc cu calitatea sprijinului, ceea ce le face inaccesibile.

Următorul tabel și grafic arată:

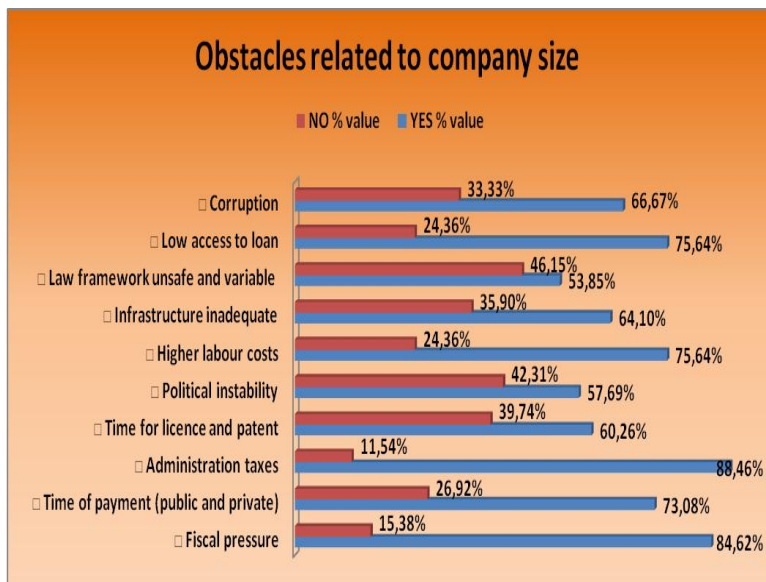
- Obstacolele întâmpinate de companie;
- Dificultățile cu care se confruntă companiile în raport cu dimensiunea lor.

Nu este surprinzător faptul că marea majoritate a respondenților evidențiază povara fiscală (presiunea fiscală) ca obstacol major în raport cu mărimea companiei. În acest sens, o indicație mai specifică este dată de 88,46% dintre respondenții care consideră că taxele administrative constituie un obstacol suplimentar legat de mărimea companiei.

Întrebarea cu mai multe răspunsuri include impozitele, povara fiscală, costurile forței de muncă și accesul la credite între ele. Un alt element este oportunitatea plăților atât din partea clienților publici, cât și din partea sectorului privat.

În concluzie, problemele economice și financiare sunt cele mai importante și mai îngrijorătoare pentru companiile intervievate.

Grafic nr. 34: Obstacolele în raport cu mărimea firmelor



Sursa: Cercetarea Co-op

Recomandări

Datele obținute în acest raport vizează prezentarea unei imagini de ansamblu a principalelor dificultăți ale întreprinderilor mici și mijlocii și ale noilor întreprinderi care operează în diferite contexte locale precum și a motivațiilor majore care stau la baza deciziei tinerilor pentru a demara o afacere. Raportul prezintă datele colectate de către cei șase parteneri cu scopul de a furniza o analiză comparativă, subliniind diferențele și / sau similitudini între țări.

Tineri

Evaluarea chestionarelor pentru tineri scoate la iveală câteva date comune și transversale pentru toate țările. O analiză detaliată a acestor date, care la prima vedere poate părea contradictorie, permite detectarea nevoilor grupurilor țintă de referință.

Tinerii intervievați au un profil educațional ridicat (procent ridicat de absolvenți, cu tipologii eterogene, diferențiate de diplome și grade). Cifrele referitoare la experiența de muncă din trecut nu sunt promițătoare (în toate categoriile de articole, cum ar fi programe combinate de școală / muncă, stagii, formare profesională, locuri de muncă pe durată determinată sau nedeterminată), în majoritatea cazurilor tinerii manifestă o reticență în ceea ce privește instruirea și / Sau formarea profesională. În același timp rezultatele indică necesitatea serviciilor, inclusiv a serviciilor de orientare și consiliere profesională, pentru a-și pune în practică ideea lor de afaceri. În acest sens, provocarea cea mai evidentă este aceea de a contextualiza în mod adecvat ideea lor de afaceri prin combinarea unor aspecte fundamentale care sunt preliminare pentru crearea afacerii:

- Motivațiile reale ale viitorului antreprenor și deținerea abilităților antreprenoriale (autoritate, rezolvarea problemelor, luarea deciziilor, aspecte economice, inovația, creativitatea, spiritul de inițiativă, management, etc);
- Concretizare, fezabilitatea ideilor de afaceri;

Recomandăm implementarea unui model de creare a afacerilor în școli și finanțarea activităților de consiliere, orientare și informare în universități, prin organizarea unor cursuri interactive susținute de mentori, formatori și tineri antreprenori.

Întreprinderile mici, mijlocii și foarte mici

Rezultatele obținute în urma aplicării chestionarelor în întreprinderile mici și mijlocii relevă un nivel semnificativ de incertitudine și preocupare față de situația economică, față de obstacolele care apar în calea procedurii necesare și continuu de inovare și schimbare. Obstacolele, obiective sau pur și simplu percepute, sunt toate externe societății și se referă în mod obișnuit la impozitarea sau accesul la credite sau la cerințele administrative și de reglementare pe care trebuie să le respecte întreprinderile. În acest sens, ar fi oportun să se ofere consiliere personalizată, de la caz la caz, pentru a înțelege pe deplin impactul real al obstacolelor identificate asupra activității economice și a scoate în evidență orice alt tip de elemente critice în cadrul companiei (planuri de dezvoltare, Optimizarea proceselor de producție, inovarea tehnologică etc.).

START-UP-uri

Cel mai evident aspect care rezultă din analiza chestionarelor se referă la canalele de distribuție și de marketing utilizate de întreprinderile europene evaluate. Procentul start-up-urilor funcționale foarte scăzut. În ceea ce privește recomandările, este important și necesar să se pună în aplicare facilități și mecanisme de finanțare a întreprinderilor. Este important ca întreprinderile să atragă noi clienți și să intre în rețele, alianțe, parteneriate pentru a face față schimbărilor continue impuse de piață.