

BAROMETRUL MINȚILOR CREATIVE

*Studiu de percepție, cercetare
cantitativă & calitativă*

Noiembrie
2018

„Creația și arta înseamnă independență.”
(M, București)



Antreprenoriatul creativ în contextul actual

1

Contextul
economic
actual

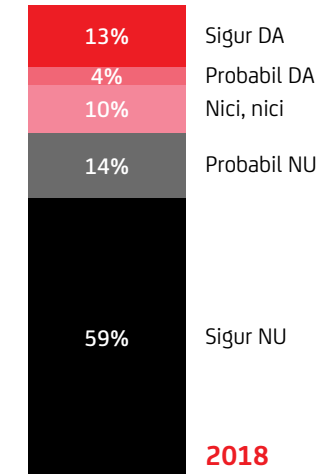
În 2018...

12%

*dintre antreprenorii
chestionați consideră că
actualul context economic
este prielnic pentru business*

Probabilitatea de extindere a companiei

*„În principiu, îți dorești să devii tu,
tu ca persoană, tu ca profesionist
să devii din ce în ce mai bun și
atunci dezvoltarea asta vine pe
parcurs și din experiența pe
care o capeți lucrând.”
(F, București)*



Contextul economic și planurile de dezvoltare

Comparație între centre urbane

Probabilitatea de extindere a business-ului

Cei mai dornici de a
dezvolta business-ul:

Cluj-Napoca – 22%

Brașov – 19%

Iași – 17%

Cei mai puțin dornici de a
dezvolta business-ul:

Timișoara – 14%

București – 11%

Încrederea în climatul economic

Cei mai încrezători
antreprenori:

București – 16%

Cluj-Napoca – 14%

Iași – 14%

Cei mai puțin încrezători
antreprenori:

Brașov – 9%

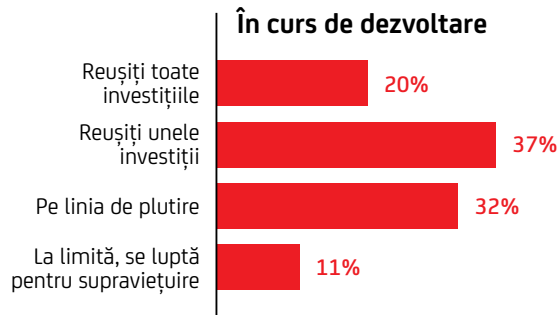
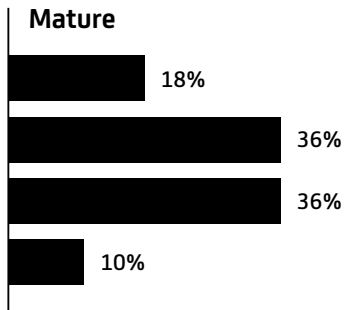
Timișoara – 3%

Antreprenorii din București, Cluj-Napoca și Iași sunt mai încrezători în mediul economic decât cei din Brașov și Timișoara. Totodată, antreprenorii creativi din Cluj-Napoca, Iași și Brașov sunt mai dornici de a-și dezvolta afacerile.

Comparație între afaceri în curs de dezvoltare și afaceri mature



Starea afacerii în funcție de etapa de dezvoltare



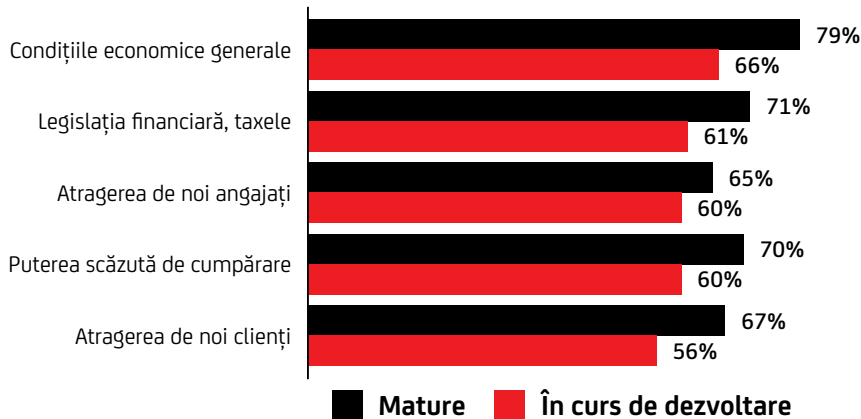
Atât afacerile mature, cât și cele în curs de dezvoltare, reușesc într-o proporție asemănătoare să facă unele investiții sau, cel puțin, să se mențină pe linia de plutire. În același timp, eforturile de realizare a investițiilor, precum și amplasarea acestora, pot fi resimțite diferit, în funcție de domeniul de activitate al afacerii.

2

Obstacole percepute

***„Ne confruntăm zilnic cu provocări.
(...) Eu cred că trebuie să fim ajutați
pe cât (de mult) posibil.” (M, Brașov)***

Comparație între companii în etape diferite de dezvoltare



**Top 5 obstacole
percepute**

În general, antreprenorii care dețin afaceri mature identifică mai multe obstacole în dezvoltare comparativ cu cei care au o afacere în curs de dezvoltare. Această abilitate ar putea fi explicată prin diferența de experiență a antreprenorilor, cei cu afaceri mature confruntându-se deja cu mai multe situații și impedimente.

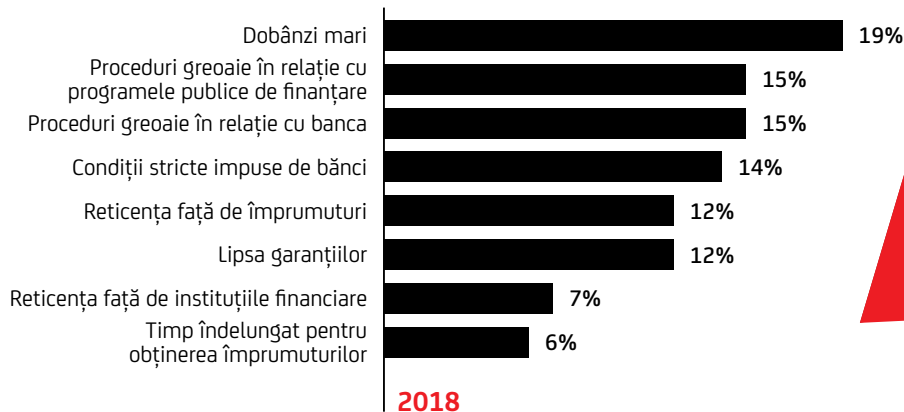
Top 3 obstacole întâmpinate

În București, dar și în cele mai importante centre urbane din țară, antreprenorii creativi resimt și în acest an impactul schimbărilor legislative asupra business-ului. În același timp, accesul la resurse umane calificate rămâne, de asemenea, un obstacol des menționat.

Comparație între centre urbane

București	Brașov	Cluj-Napoca	Iași	Timișoara
Accesul la resurse umane calificate	Probleme de cash flow	Schimbări legislative	Schimbări legislative	Schimbări legislative
Probleme de cash flow	Schimbări legislative	Accesul la resurse	Probleme de cash flow	Accesul la resurse
Birocrație	Accesul la resurse umane calificate	umane calificate	Accesul la resurse umane calificate	umane calificate
		Birocrație		Birocrație

Antreprenorii creativi sunt reticenți la sursele de finanțare externe sau încă nu au identificat posibilitatea de a le utiliza pentru a-și dezvolta afacerea.



**Obstacole la
finanțare**

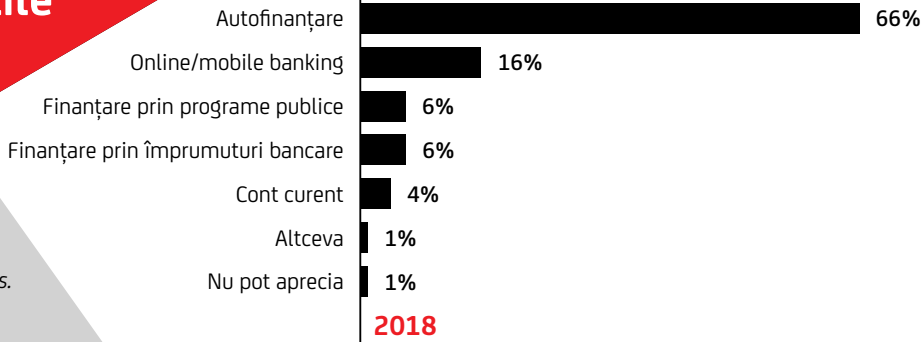
Finanțare

3

*„Cred că ar fi foarte sănătos din partea mediului financiar, peisajul acesta al băncilor românești, să aibă o implicare mai activă. Știu că UniCredit face asta și e de apreciat. Mi s-ar părea fain să existe un peisaj mai prietenos între industriile creative și mediul financiar.“
(F, Cluj-Napoca)*

Instrumente financiare utile

Antreprenorii români se bazează, în cea mai mare parte a cazurilor, pe autofinanțare pentru compania lor. Aceștia sunt reticenți la sursele externe de finanțare, pe care le consideră mai dificil de accesat sau care nu se potrivesc cerințelor propriului business.



Comparație între nevoile companiilor în curs de dezvoltare și nevoile companiilor mature



În curs de dezvoltare

1. Dezvoltarea și diversificarea produselor și serviciilor

2. Creșterea notorietății și prestigiului

3. Creșterea vânzărilor

Sprijin pentru dezvoltarea afacerii

Mature

1. Atragerea de noi angajați

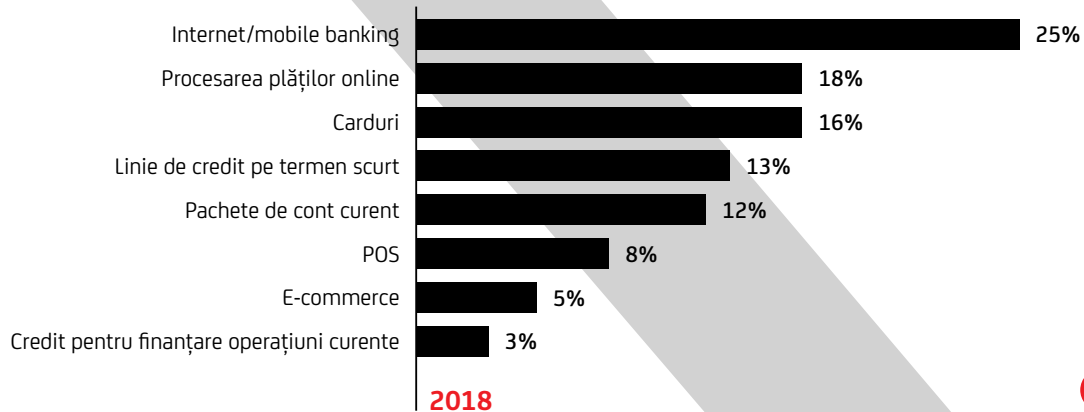
2. Dezvoltarea și diversificarea produselor și serviciilor

3. Finanțare rapidă și avantajoasă

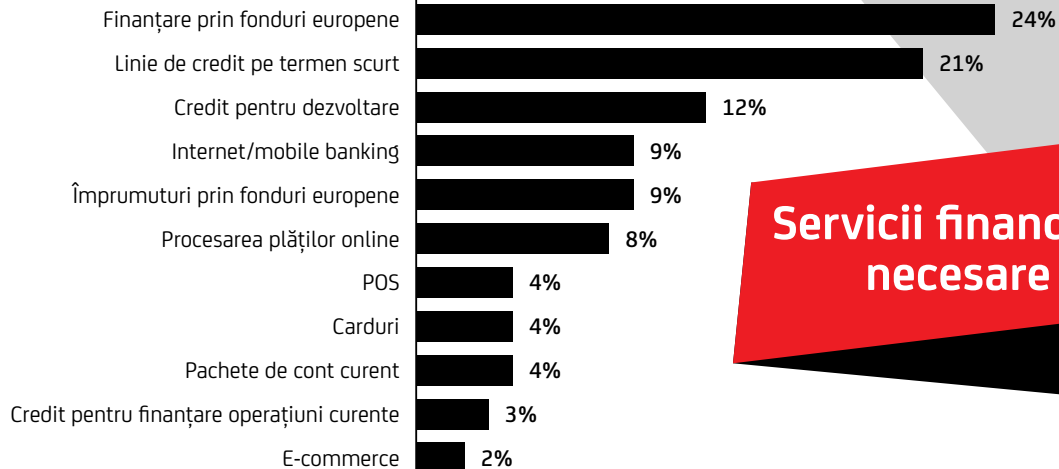
4. Creșterea vânzărilor

Companiile în curs de dezvoltare au nevoie de sprijin în dezvoltarea și diversificarea produselor și serviciilor și de creștere a notorietății, în timp ce companiile mature au nevoie de sprijin în atragerea de noi angajați.

Servicii financiare utilizate



2018



**Servicii financiare
necesare**

*„Fiecare client e diferit în
felul lui, în abordarea lui și în
așteptări. Trebuie să te pliezi
cumva pe cerințele clientului.”
(F, București)*

4

Profilul clienților din industriile creative

***„Sunt exigenți, vor ce e mai bun.
– Antreprenor în industriile creative***

Antreprenorii consideră că cea mai bună reclamă este calitatea serviciului și produsului livrat, iar cel mai bun om de vânzări este clientul mulțumit. Acesta va putea recomanda compania unui alt potențial client.

Profilul și cerințele clienților din industriile creative

Unicitate

Inovație

Creativitate

Promptitudine

Competență

Raport bun calitate-preț

Clienții afacerilor creative sunt diferiți, însă au câteva așteptări și trăsături comune. Indiferent dacă sunt persoane fizice sau persoane juridice, aceștia sunt exigenți, urmăresc inovația și caută calitatea la un preț corect.

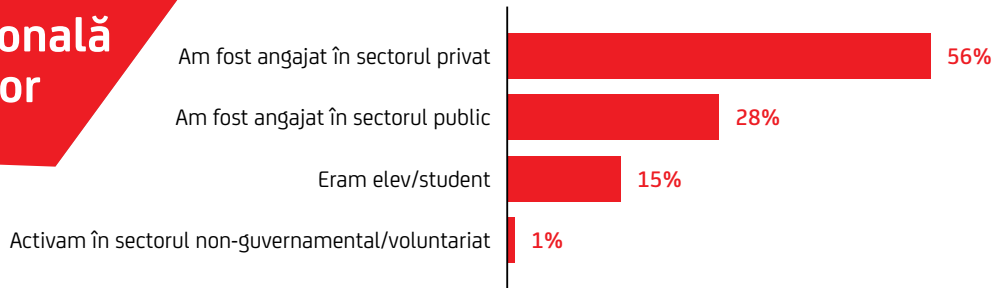
*„Am progresat și am avut de învățat
din toate.” (M, Brașov)*

Experiența de antreprenoriat

5

Cea mai mare parte a antreprenorilor creativi au fost angajați în mediul privat înainte de a se aventura în antreprenariat. Experiența și rețeaua profesională le-au fost de folos în construirea afacerii. De asemenea, studiile urmate i-au ajutat în antreprenariat.

Experiența profesională a antreprenorilor



Activitatea de antreprenoriat

83%

dintre antreprenori consideră că experiența profesională anterioară le-a fost de ajutor în activitatea de antreprenoriat curentă.

73%

declară că studiile absolvite și rețeaua profesională construită i-au ajutat în activitatea antreprenorială.

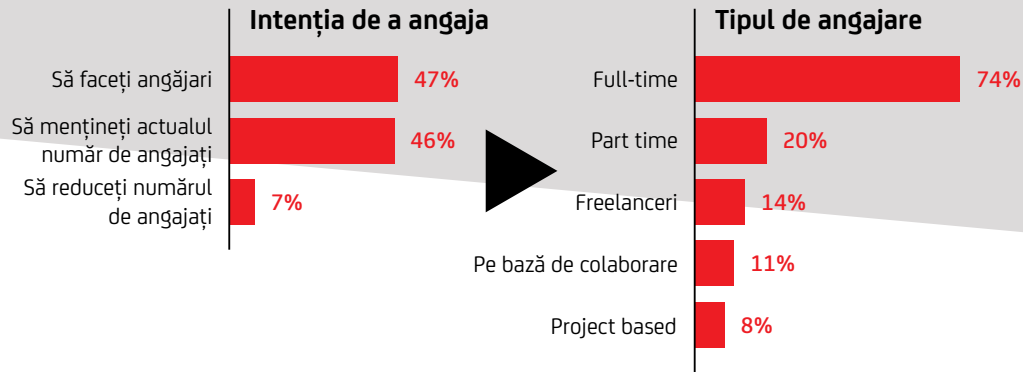
„Suntem un cerc restrâns de oameni și încercăm să ne adaptăm vremurilor în care trăim, dar eu cred că România este un loc foarte bun pentru dezvoltare, nu e mediul perfect, dar sunt multe oportunități aici.” (M, Timișoara)

6

Resurse umane

Antreprenorii creativi doresc să mențină numărul de angajați, iar cei care vor să își extindă echipa urmăresc să angajeze colegi cu program full-time. Ei își doresc să găsească colegi bine pregătiți profesional și uman. Aceștia caută colegi pe care se pot baza în realizarea sarcinilor alocate. De asemenea, interacțiunea interumană nu trebuie neglijată, întreaga echipă ar trebui să rezoneze.

Intenția de a face angajări în următorul an



Metodologie și eșantion

7

Metodologie

Abordare

Mixtă: calitativ și cantitativ

Cantitativ

200 de chestionare; date colectate telefonic astfel: 60 de chestionare în București și câte 35 de chestionare în Timișoara, Brașov, Cluj-Napoca și Iași

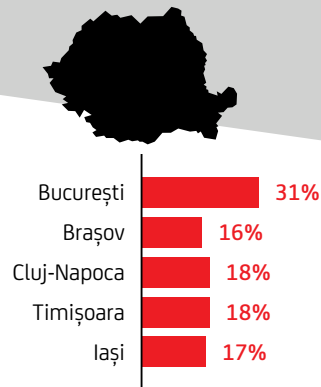
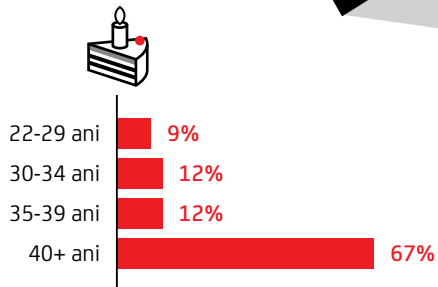
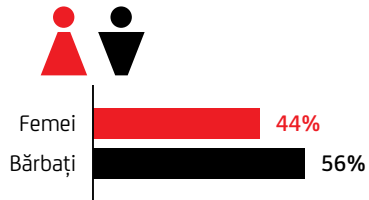
Calitativ

6 interviuri cu antreprenori din București, Timișoara, Cluj-Napoca și Brașov

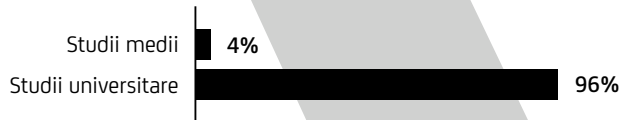
Perioada colectării datelor

5 - 22 octombrie 2018

Date socio-demografice antreprenori

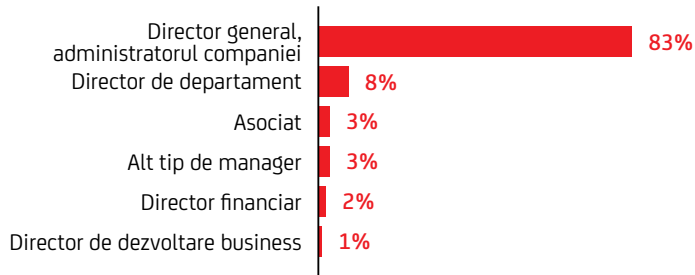


Date socio-demografice antreprenori



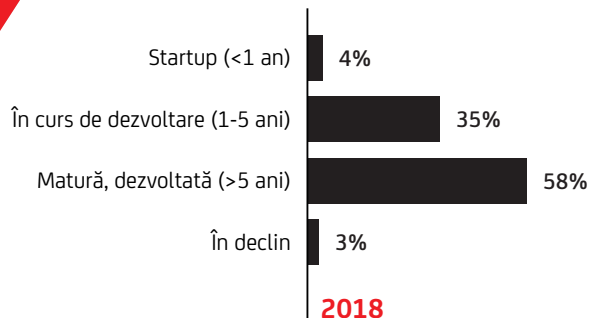
Domenii de finalizare a studiilor:

*Arhitectură, Arte, Automatică și Calculatoare,
Construcții, Economie, Management, Științe
Politice, Marketing*



*Companiile din industriile creative participante
la studiu au un număr mediu de 5 angajați
full-time și 1 angajat part-time.*

Etapa de dezvoltare a afacerii și numărul angajați



Domeniul de activitate

