

Mentalitatea și teama de eșec, principalele obstacole pentru cei care vor să pornească o afacere în România



Mentalitatea și teama de eșec ocupa primul loc în topul celor mai importante obstacole pentru cei care vor să înceapă și să dezvolte o afacere în România, conform Barometrului Startup-urilor din România realizat de EY România, Impact Hub Bucharest și Startarium.

Educația precară, imprecizibilitatea fiscală și situația politică actuală se clasează pe a doua poziție, fiind resimțite și menționate de 12% dintre antreprenorii chestionați în cadrul studiului.

Comparativ cu ediția anterioară, se observă o îmbunătățire a percepției cu privire la educație și la accesul la finanțare, ceea ce nu înseamnă însă că aceste aspecte au fost rezolvate sau îmbunătățite la nivel național. Cu atât mai mult cu cât România se situează pe ultimul loc printre țările UE în ultima evaluare PISA privind ponderea absolvenților de studii superioare.

Cea de a treia ediție a Barometrului Start-up-urilor din România analizează răspunsurile a 284 de antreprenori privind accesul la finanțare, zona de reglementare și impozitare, educație și formare, cultura antreprenorială și sprijin coordonat. Din totalul numărului de respondenți, 82% conduc afaceri cu o vechime mai mică de trei ani și 92% au declarat că sunt fondatori/ acționari în cadrul companiei. Cele mai multe startup-uri sunt localizate în mediul urban și activează în IT&C, comerț cu amănuntul, servicii pentru afaceri, media și publicitate, industria alimentară, educație și altele.

65% au vârsta cuprinsă între 22-35 de ani, 28% între 35-50 de ani, 4% au sub 21 de ani iar 3% peste 50 de ani. Chestionarul a fost aplicat în perioada 15 ianuarie – 17 februarie 2019.

În 2019, 74% dintre respondenți consideră că antreprenoriatul nu este susținut de societatea românească și că principalul obstacol este teama de eșec, față de 60% în ediția din 2017.

În dezvoltarea afacerii lor, principalele piedici cu care se confruntă majoritatea antreprenorilor de startup sunt lipsa de capital pentru investiții (45%), bugetul de promovare limitat (38%), dar și nevoia de noi clienți la care nu știu cum să răspundă (34%).

Alte rezultate ale studiului:

Media venitului mediu lunar personal a scăzut la 917 euro

Fața de edițiile anterioare ale barometrului, se observa o scădere a veniturilor personale ale antreprenorilor de startup. Dacă în 2017, media lunară a veniturilor generate de startup depășea ușor 1.000 euro, în 2019 a scăzut până la 917 euro. Procentul celor ale caror venituri lunare sunt sub 500 EUR este în creștere față de 2017 cu 15 puncte procentuale.

Peste 9 ore/zi dedicate afacerii

Un antreprenor aflat la început de drum dedica, în medie, 9,2 ore afacerii lui în fiecare zi, ceea ce înseamnă că lucrează cu 15% mai mult decât un angajat cu normă întreagă din România.

Fondurile proprii rămân principala sursă de finanțare pentru 79% dintre liderii de start-up. Rezultatele studiului arată însă și o creștere semnificativă a ponderii finanțării de la stat, a fondurilor primite de la familie și prieteni, dar și a celor venite din partea business angels, comparativ cu ediția din 2017.

71% dintre antreprenori consideră că fondurile oferite de statul român în cadrul programelor specifice pentru IMM-uri reprezintă forma de finanțare cu cel mai mare impact în susținerea inițiativelor de afaceri. Acest lucru este demonstrat de cele două ediții ale programului Start-up Nation, care au avut mii de tineri aplicanți. Fondurile europene reprezintă o a doua sursă importantă de finanțare, afirmă 58% dintre respondenți. Importanța creditelor bancare a crescut, comparativ cu ediția din 2017, ocupând locul al treilea, urmate de investitorii de tip business angels - a patra sursă de finanțare ca impact pe termen lung, cu 27% dintre opțiunile exprimate.

Mediul fiscal și de reglementare din România s-a deteriorat în ultimul an pentru antreprenori, consideră 52% dintre respondenți. Principalele trei măsuri care ar putea îmbunătăți acest mediu, în opinia antreprenorilor, vizează scăderea impozitării muncii, combaterea birocrăției și menținerea stabilității mediului fiscal și de reglementare.

50% dintre antreprenorii la început de drum își propun să-și lanseze afacerile pe care le conduc pe noi piețe geografice. Cea mai menționată zonă de extindere este cea regională, Europa, cu 51% dintre răspunsuri, urmată de piața americană (17%). Iar cea mai mare parte a resurselor financiare sunt destinate promovării.

Elon Musk - antreprenor, CEO Tesla Motors, este cel mai inspirațional antreprenor străin. Pe locul al doilea se clasează Jeff Bezos - antreprenor american, fondator și CEO Amazon; urmat de Steve Jobs (Apple) și Bill Gates (Microsoft). Dintre antreprenorii români, Cristian Onețiu, co-fondator Life Care, este cel mai menționat, în aceeași măsură cu Marius Ghenea - antreprenor în serie și business-angel. Se remarcă o schimbare majoră în opțiunile antreprenorilor față de acum doi ani, numărul celor care declară că nu au un model a crescut de la 6% la 24%, iar al celor care au ca model un antreprenor român a atins un procent de 21% în 2019, față de 14% în 2017.

Mentoratul și discuțiile cu alți antreprenori reprezintă principala sursă de învățare menționată de antreprenorii de start-up (41%). Iar pentru 52% cele mai utilizate surse de interacțiune și inspirație sunt comunitățile online.

”Cea de-a treia ediție a Barometrului Startup-urilor ne oferă dovada solidă că încă ne confruntăm cu obstacole ce țin de mentalitate și că ecosistemul progresează mai greu pentru că antreprenorii la început de drum se tem de eșec. Eforturile noastre de a oferi antreprenorilor toate resursele de care au nevoie pentru a crește sunt dublate, așadar, de nevoia de a construi o cultură a acceptării eșecului ca pe o lecție și a fricii ca pe un stimul. Dacă vom vedea expunerea unor idei noi și prototiparea lor ca pe o dovadă de curaj, încercarea repetată ca perseverență și asumarea riscurilor ca pe o metodă de a avansa, cred că vom face o schimbare pozitivă de impact și nu doar în mediul antreprenorial” a declarat Oana Craioveanu, CEO și Co-fondator Impact Hub Bucharest.

„România are o șansă fantastică de a-și dezvolta un avantaj competitiv esențial, acela de cultură a inovației, cu

precadere în tehnologie. Iar aşteptările sunt mari de la noua generație, dar și de la guvernanți, sa sprijine acest trend extrem de pozitiv”, arata Cristian Cârstoiu, Partener, Departamentul de Asistența în Afaceri, EY România.