

THE VIRTUAL IDEAS ASPIRATOR VERSUS BUSINESS INCUBATORS

Doru-Moreno Reș, Assist. Prof., PhD, "Avram Iancu" University of Cluj-Napoca and Vasile Paul Bresfelean, Assist. Prof., PhD, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: In this article we propose the "Ideas aspirator", a virtual community to support those with business ideas but without a vision of materializing them to find people interested in developing and refining the ideas and putting them into practice. It is a community of stakeholders. The establishment of this community as well as the entrepreneurs' virtual groups are governed by a set of rules, generally accepted by all the participants. Some general characteristics of the Ideas aspirator are as follows: Web platform - connected with the social networks for advertising and feedback; Opened to any country / nationality / religion / gender; Language - English, but another language could be used when all applicants are in the same country and decide to start the business idea in that country; Areas of interest – a flexible and dynamic catalog, automatically updated from the specific fields of the virtual entrepreneurial company members; Target audience - higher education students or graduates; Reliability - The proposed idea to be within issuer's professional/entrepreneurial skills. The major difference between the Ideas aspirator and a business incubator is that within our community it prevails the idea that over time proved economically feasible, without any formal order requirements, such as: the existence of a company, a consistent documentation etc. The two concepts explained in this article can be connected in a functional manner amid them, meaning that the company raised in a business incubator may be the result of a collaboration corresponding to our proposed virtual community. In this case, the requirements demanded by the incubator company on the feasibility of the idea and on the ability to pay its own facilities and services are to be provided by the Ideas aspirator.

Keywords: Ideas aspirator, business incubator, virtual community, stakeholder, entrepreneurship.

Introducere

Marea masă a antreprenorilor, atât cei care-și văd materializarea ideii în mediul real (fizic) cât și virtual au doar o idee de afacere. Din cauza lipsei de pregătire în domeniul antreprenorial, a ignoranței în ceea ce privește oportunitățile pe care le oferă comunitățile virtuale, extrem de multe idei valoroase, posibil aducătoare de profit rămân în stadiul de intenție.

Problema fundamentală de care se lovesc marea majoritate a antreprenorilor, atât cei care își doresc deschiderea unei afaceri în mediul real (prin înființarea unei firme) cât și cei care au ales ca mediu de afirmare Internetul este aceea a validării soluției propuse (ideii de afacere).

În metodologia unanim acceptată pentru începerea unei afaceri se precizează că, pe baza ideii de afacere se elaborează un plan al afacerii dacă vorbim de o activitate nouă sau un studiu de fezabilitate dacă este vorba de extinderea/ diversificarea/ modernizarea unei activități existente.

Pentru întocmirea acestor documente trebuie ca întreprinzătorul (antreprenorul) să poată estima o sumă de valori reprezentând atât venituri cât și cheltuieli și de asemenea trebuie să prevadă influența unui număr mare de factori, interni sau externi.

Rezolvarea cea mai sigură și cu o marjă de eroare minimă este apelarea la consultanți. Serviciile de consultanță, însă, trebuie plătite și de asemenea, în cazul în care ideea de afacere este într-un domeniu cu totul nou, se pierde mult timp pentru explicitarea acesteia.

Astfel, noi am gândit o comunitate virtuală, unde cineva care are doar ideea de afacere și nu-i vede modalitatea de materializare/rezolvarea să-și găsească ușor persoane interesate de dezvoltarea/șlefuirea acesteia și punerea ei în practică, deci, o comunitate de stakeholderi. Acestei comunități virtuale i-am dat denumirea de “Aspirator de idei”.

Incubatorul de afaceri

În practica curentă există deja mecanisme specifice de sprijinire a dezvoltării unei afaceri în diferite domenii, cu costuri minime, și anume, incubatoarele de afaceri (Bruneel et al., 2012), (Vanderstraeten & Matthyssens, 2012), (Ozdemir & Şehitoglu, 2013). Una din primele definiții a fost dată în 1998 la Helsinki cadrul workshop-ului “Best Practices în Incubator Infrastructure and Innovation Support”, și conform acesteia (Moraru & Rusei, 2012), incubatorul de afaceri este ”un loc unde sunt concentrate pe un spațiu limitat firmele nou create”. Comisia Europeană (CE, 2002) (Profiroiu & Mina, 2008) a definit într-un mod mai specific conceptul de incubator de afaceri drept ”o organizație care accelerează și sistematizează procesul de creare a unor întreprinderi de succes prin furnizarea unui pachet cuprinzător și integrat de servicii de asistență, incluzând: spațiul de incubare, servicii de asistență în afaceri și oportunități de clustering și networking”.

Incubatoarele sunt dedicate firmelor care se lansează pentru prima dată în afaceri și urmăresc ameliorarea speranței de viață a acestora, și stimularea durabilă a dezvoltării socio-economice locale și naționale, un rol important în sprijinirea incubatoarelor revenind autorităților publice (Profiroiu & Mina, 2008). Incubatoarele de idei reprezintă prestatori de servicii în domeniul antreprenorial, fapt pe care îl putem observa și din caracteristicile reprezentative ale acestora prezentate succint în Tabelul 1.

Tabel 1. Caracteristici reprezentative ale incubatoarelor de afaceri
(conform Ordin Nr. 197 din 18 octombrie 2005 ¹)

Caracteristici	Descriere		
Generale	○ Firmă de prestări servicii pentru dezvoltarea propriei afaceri ○ În general, în subordinea unor structuri guvernamentale sau corporații ○ Necesită existența firmei „incubate”		
	<table border="1"> <tr> <td>Servicii comune</td><td> - Asigurarea serviciilor administrative și de secretariat - Asigurarea serviciilor de informare și documentare - Prevenirea problemelor de mediu - Cooperarea între investitori în cadrul incubatorului </td></tr> </table>	Servicii comune	- Asigurarea serviciilor administrative și de secretariat - Asigurarea serviciilor de informare și documentare - Prevenirea problemelor de mediu - Cooperarea între investitori în cadrul incubatorului
Servicii comune	- Asigurarea serviciilor administrative și de secretariat - Asigurarea serviciilor de informare și documentare - Prevenirea problemelor de mediu - Cooperarea între investitori în cadrul incubatorului		

¹ ORDIN Nr. 197 din 18 octombrie 2005 privind modificarea procedurii de implementare a Programului național multianual de înființare și dezvoltare de incubatoare de afaceri - 08.11.2005, http://www.aippimm.ro/articol/programe/program_incubatoare2005/anexa3_incubatoare2005 (accesat 3.05.2014)

Mod de funcționare	Facilități comune	- Spațiul incubatorului, spațiile pentru întâlniri, expoziții, instruire, puse la dispoziția IMM, în condiții de calitate și preturi convenabile - Utilități pentru spațiile de lucru (energie termică, electrică, apă, gaz) - Servicii de telecomunicații (telefon, fax, e-mail, Internet) - Servicii de pază
	Servicii comune oferite contra cost	- Consultanță și asistență în elaborarea planurilor de afaceri și de marketing și a studiilor de fezabilitate - Consultanță și instruire în managementul afacerilor investițiilor comune realizate de către firmele incubate - Asistență pentru IMM-uri în dezvoltarea de noi produse și servicii - Asistență pentru dezvoltarea de parteneriate naționale și internaționale - Servicii de training, traduceri și publicitate - Promovarea imaginii firmelor ce operează în cadrul incubatorului
Firme eligibile (conform legislației naționale și UE)	- o IMM-uri nou înființate care pe baza unui proiect fezabil dovedesc potențial de dezvoltare prin crearea a minimum trei locuri de muncă în următorii doi ani - o IMM-uri cu istoric de funcționare de maximum doi ani la data intrării în incubator trebuie să prezinte un proiect fezabil de dezvoltare prin care să permită crearea a minimum trei locuri de muncă în următorii doi ani	
Condiții pentru clienții admiși în incubator	- o Potențial de dezvoltare a afacerii - o Îndeplinirea obiectivelor specifice de dezvoltare - o Prezentarea unui plan de dezvoltare viabil - o Acceptarea serviciilor de consultanță de tip mentorat oferite - o Capacitate proprie de a plăti facilitățile și serviciile oferite	

România are un istoric relativ nou cu privire la incubatoarele de afaceri primele incubatoare de afaceri fiind create după 1990 cu asistență PHARE. În 2013, fondurile pentru incubatoare alocate de Departamentul pentru IMM, mediu de afaceri și turism, au fost de 6,74 milioane lei, iar în 2014 bugetul este de 6 milioane de lei, banii fiind împărțiți pentru înființarea de incubatoare noi și administrarea celor existente (Duța, 2014). În funcție de sursele de finanțare, în țara noastră distingem principalele tipuri de incubatoare de afaceri (Roșoga, 2009): incubatoare de afaceri finanțate din surse proprii, și respectiv incubatoare de afaceri înființate din fonduri publice (naționale și europene), dintre care distingem incubatoarele tehnologice și de afaceri inovatoare și respectiv, incubatoarele de afaceri.

În ultimii ani, incubatoarele tehnologice și de afaceri inovatoare au fost înființate conform hotărârilor de guvern, și finanțate prin diverse programe naționale (de exemplu prin ANCS în

cadru Programului național ”Dezvoltarea infrastructurii de inovare și transfer tehnologic – INFRATECH”). Un sprijin important pentru finanțarea incubatoarelor de afaceri l-a constituit ”Programul național multianual pe perioada 2002-2012 de înființare și dezvoltare de incubatoare de afaceri”, coordonat atunci de Ministerul Întreprinderilor Mici și Mijlocii, Comerțului și Mediului de Afaceri. De asemenea, Fondul European pentru Dezvoltare Regională gestionat de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului a finanțat Programul Operațional Regional 2007-2013, pe Axa prioritară 4 ”Sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri regional și local” (Negru, 2011).

În prezent se desfășoară ”Programul național multianual de înființare și dezvoltare de incubatoare tehnologice și de afaceri ”² condus de Ministerul Economiei prin Direcția Implementare Programe pentru IMM. Implementarea acestui program este sub coordonarea Oficiilor Teritoriale pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie și constă în ”înființarea de noi incubatoare de afaceri, dezvoltarea celor existente și crearea unei rețele de incubatoare de afaceri în România”.

În prezent, Departamentul pentru IMM, mediu de afaceri și turism (Duța, 2014) finanțează zece incubatoare (sub media UE) care susțin 230 de firme, cu peste 500 de locuri de muncă. Acestea sunt localizate în diferite orașe ale țării (Brașov, Sf. Gheorghe, Câmpia Turzii, Satu Mare, Mangalia, Bacău, Dorohoi, Timișoara, Alba-Iulia, Iași Târgu Mureș) iar în 2014, vor deveni funcționale alte trei, la Constanța, Craiova și Giurgiu, care vor susține 100 de firme (Duța, 2014). Un model pentru România îl constituie modul de abordare și metodologia pentru incubatoarele de afaceri ale unei alte țări din fostul bloc comunist, Polonia, care finanțează circa 50 de incubatoare, susținând un mediu de afaceri foarte dinamic (Duța, 2014).

Aspiratorul de idei – o comunitate virtuală inovatoare

În cazul unui antreprenoriat virtual, candidatul ideal este o persoană care dorește să-și dezvolte o afacere în domeniul IT sau servicii, dar servicii susținute de o platformă Web. Astfel, putem considera că, la crearea unei afaceri în domeniul IT, o importanță deosebită o are colaborarea cu specialiști în domenii complementare, deoarece IT nu se reduce strict la partea de programare.

Pentru a accepta și accesa ideea unei activități aducătoare de profit (firmă virtuală), antreprenorul trebuie să îndeplinească o serie de condiții: (Tripon, 2010)

- *Să lucreze pentru sine, să fie propriul său patron (stăpân).* De obicei, oamenii care încep să lucreze pentru ei sunt și cei care se pot motiva singuri și cărora le place să lucreze cu computerul. Acestor oameni le va face plăcere să lucreze și 15 ore într-o singură zi doar pentru că pot face acest lucru. Ei sunt însă oameni bine organizați care se pricep să își împartă timpul, să își planifice întreaga zi, reușind să fie eficienți chiar dacă lucrează de acasă. În general, sunt oameni creativi cărora le face plăcere să lucreze singuri și să asculte muzică în același timp.

² Departamentul pentru IMM, mediu de afaceri și turism, <http://www.aippimm.ro/downloadFile/5966/3982> (accesat 04.05.2014)

- *Să lucreze în mediul virtual.* În primul rând, lucrezi departe de ceilalți. Chiar dacă iei uneori legătura cu ei prin telefon, e-mail sau Skype, în mediul tău de lucru nu mai este nimeni altcineva. În cele mai multe cazuri, programul este flexibil și iei singur deciziile.

Pe baza celor expuse mai sus, noi am gândit o structură pe care o considerăm viabilă și pe care dorim să o dezvoltăm în continuare. Astfel, propunem o comunitate virtuală, unde cineva care are doar ideea de afacere și nu-i vede modalitatea de materializare/rezolvarea să-și găsească ușor persoane interesate de dezvoltarea/șlefuirea acesteia și punerea ei în practică, deci, o comunitate de stakeholderi (conform definiției dată de dicționarul online www.dex-online.info, stakeholderii sunt un “organism sau categorie de persoane cu interese majore în desfășurarea și rezultatele activităților firmei”). Acestei comunități virtuale (Figura 1) i-am dat denumirea de “Aspirator de idei” care poate fi conectată incubatorului de afaceri într-un mod funcțional, în sensul că, firma incubată poate fi rezultatul unei colaborări gen Aspirator de idei.

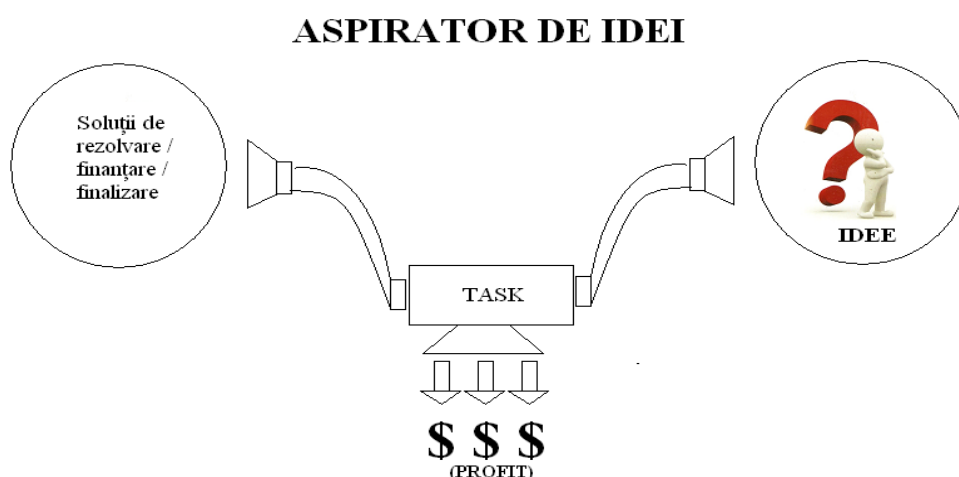


Figura 1. Aspiratorul de idei – schemă conceptuală

Caracteristicile și modul de funcționare al Aspiratorului de idei

Validarea ideii de afacere pe care o au antreprenorii reprezintă o problemă extrem de importantă de care se lovesc antreprenorii, atât cei care își doresc deschiderea unei afaceri în mediul real (prin înființarea unei firme) cât și cei care au ales Internetul ca mediu virtual. Marea masă a acestora au doar o idee de afacere. Din păcate ideile valoroase, posibil aducătoare de profit cel mai probabil rămân în stadiul de intenție, din pricina lipsei de pregătire în domeniul antreprenorial sau a ignoranței în ceea ce privește oportunitățile pe care le oferă comunitățile virtuale. Astfel, se relevă mai accentuat necesitatea desfășurării activității în mediul virtual (Internet), motiv pentru care am și considerat platforma Aspiratorul de idei ca având cele mai mari șanse de realizare în acest mediu. În continuare prezentăm caracteristicile Aspiratorului de idei, cu aspecte principale legate de: mediu, deschidere, limba utilizată, domenii de interes, adresabilitate și veridicitate (detaliată în Tabelul 2)

Tabel 2. Caracteristici reprezentative ale Aspiratorului de idei

Caracteristici	Descriere	Avantaje
Mediu	Platformă Web conectată cu platformele de socializare pentru reclamă și feed-back	- Viteză de reacție - Posibilitatea conectării persoanelor interesate - Mijloc de comunicare on line în timp real, indiferent de zona geografică
Deschidere	Orice țară / naționalitate / religie / sex	Asigurarea accesului și amplificarea interesului potențialilor colaboratori
Limba utilizată	- Engleza - Altă limbă, dacă toți aplicații sunt din aceeași țară	- Limba engleză este în prezent “limba oficială” a activității de business. - Limba dezvoltatorilor de aplicații IT și a antreprenorilor moderni - Dispariția barierelor de comunicare
Domenii de interes	Catalog flexibil și dinamic, actualizat automat cu domeniile din care provin ideile la care au aplicat membrii firmei virtuale de antreprenariat	- La începutul vieții acestei organizații, ideile la care vor adera participanții vor beneficia doar de know-how-ul furnizat de fiecare membru în parte. - Experiența acestei organizații crește o dată cu dezbateră fiecărei idei propuse. - Aprofundare a problematicii dintr-un anumit domeniu. - Ideile viitoare vor beneficia de know-how-ul acumulat.
Adresabilitate	Persoane cu studii superioare finalizate sau în curs de finalizare (studenți)	- Asigurarea unei calități înalte - Comunitate internațională formată din oameni instruiți - Premisele unei analize pertinente a ideii precum și posibilitatea generării unor soluții fezabile.
Veridicitate	Ideea propusă să fie din zona de competențe profesionale / antreprenoriale a emitentului	- Această cerință este strâns legată de cea de adresabilitate. - Doar o persoană implicată direct atât profesional cât și la nivel de hobby poate susține o idee de afacere. - Se elimină imensitatea de idei fără substanță, generate de acel păgubos “dat cu părerea”

În planificarea modului de funcționare al Aspiratorului virtual, ne-am gândit la o serie de direcții importante, legate de :

- Constituirea firmei virtuale,
- Membrii echipei,
- Alegerea managerului de proiect,
- Susținerea financiară a proiectului,
- Modul de repartizare al profitului,
- Drepturi de autor,
- Studiul de caz.

Astfel, pentru fiecare idee la care au aderat mai mult de 2 membri **se constituie o firmă virtuală** de antreprenoriat de tipul “Aspirator de idei”. Am ales numărul de două persoane pentru demararea unei asocieri într-o firmă virtual deoarece acesta este și numărul de la care o astfel de grupare liber consimțită, se poate numi organizație. Conform teoriei managementului, o organizație care are ca scop obținerea de profit poartă denumirea de firmă. De asemenea, dacă ideea nu întrunește nici un aderent din comunitate înseamnă că are extreme de puține șanse de realizare și prin urmare, nu merită efortul de a se concentra asupra ei. Pe de altă parte, dacă se găsește măcar o persoană care să împărtășească sustenabilitatea ideii, există mari șanse ca pe parcurs să se alăture și alte persoane.

Autorul ideii poate accepta sau nu (drept de veto) implicarea în echipă a fiecărui membru autopropus din firma virtuală de antreprenoriat. Considerându-se ca cel mai mare capital al firmei virtuale din “Aspiratorul de idei” – ideea, în mod logic, autorul ei are putere deplină în **alcătuirea echipei** cu care lucrează.

Managerul de proiect este ales prin vot, toți membrii care au aderat la idee și care, deci, pun bazele unei firme virtuale, având dreptul la un singur vot. Orice management al proiectelor începe constituirea echipei și alegerea conducătorului/coordonatorului acesteia. Nu considerăm necesar, ca, în mod automat, acesta să fie autorul ideii. Posibil să fie, în interiorul echipei, persoane calificate (atât prin instruire cât și prin experiență) pentru această funcție.

Toți membrii echipei sunt implicați în **susținerea financiară a proiectului** în care sunt implicați. Administrarea fondurilor va fi exercitată de către unul din membrii echipei (fiind exclus emitentul ideii, pentru a nu fi tentat să-și vândă ideea și altora). Persoana desemnată prin vot se va alege, de preferat, dintre membrii cu cunoștințe în domeniu. Am gândit acest mod de asigurare/administrare a surselor de finanțare pentru a cointeresa toți componenții echipei în finalizarea ideii de business la care au aderat. Suportul operațional/legal legat de această activitate va fi stabilit de comun acord, astfel încât să nu se eludeze legile și să nu ofere posibilități de “spălare de bani” prin “sponsorizări” fictive.

Inițiatorul ideii de business va beneficia de 10% din **profitul** rezultat în urma implementării/vinderii afacerii concretizate, drept recompensă că este inițiatorul afacerii. Restul de 90% din profit se va repartiza în funcție de proporția cu care componenții firmei, atrag sursele de finanțare. La această repartizare participă și inițiatorul ideii, deoarece și el este obligat să asigure surse de finanțare. Ca în orice firmă care produce profit și are mai mulți

acționari trebuie stabilit un mod de calcul al repartizării acestuia. În mod uzual se face după aportul de capital.

Eventuala înregistrare a soluției finale atrage după sine declararea întregii echipe ca având **drepturi de autor**. Deși, la prima vedere, pare o nedreptățire a inițiatorului ideii de business, considerăm că, datorită faptului că se înregistrează ca marcă sau brevet doar idei considerate funcționale sau dovedite/implementate în practică, ideea inițială a fost șlefuită pe parcurs, astfel încât dreptul de proprietate asupra produsului final este difuz.

Recompensarea ideii acceptate pentru studiu și concretizată într-o activitate de business și prin promovare pe site-ul firmei virtuale, sub formă de “**studiu de caz**”. Pe lângă recompensarea prin implementarea ideii și eventual, bănește, prin profit considerăm, ca un factor puternic motivant și prezentarea acesteia sub formă de studiu de caz. Astfel vor fi popularizați componenții echipei, modul lor de interacționare, formulele de colaborare, cadrul formal și legislative în care și-au desfășurat activitatea și evident, rezultatul final. Acest lucru va spori încrederea potențialilor doritori de a intra în această comunitate prin certitudinea aderării la o organizație cu rezultate viabile.

În mod evident, într-o situație reală de colaborare de tip Aspirator de idei se pot adăuga și alte principii și reglementări. Autorii acestui articol își propun constituirea unui nucleu, funcțional, pentru demararea unei asemenea comuniuni.

Concluzii

Diferența majoră dintre aspiratorul de idei și incubatorul de afaceri este aceea că în cazul primei forme primează ideea dovedită, pe parcurs, fezabilă din punct de vedere economic fără alte cerințe de ordin formal, gen: existența firmei, existența unei documentații consistente, etc.

Cele două concepte explicitate în acest articol se pot conecta, într-un mod funcțional între ele, în sensul că, firma incubată într-un incubator de afaceri poate fi rezultatul unei colaborări gen Aspirator de idei. În acest caz, cerințele cerute de firma incubatoare referitoare la fezabilitatea ideii și capacitatea proprie de a plăti facilitățile și serviciile oferite fiind asigurate de către Aspiratorul de idei.

Considerăm că deschiderea oferită de Internet pentru e-Learning, e-Commerce, rețele de socializare poate fi fructificată prin această platformă care le poate combina într-un mod unitar. Studiile de caz prezentate pe platforma Aspiratorului de idei pot fi studiate de către cei interesați de management și business în general, putând constitui acea “sclipire de geniu” care face deosebirea dintre ideile valoroase și cele fără viitor.

Bibliografie

1. Bruneel J., Ratinho T., Clarysse B., Groen A., The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations, Technovation, Volume 32, Issue 2, February 2012, pp. 110-121.

2. Duța, I., România are 10 incubatoare de afaceri pentru IMM-uri, încă sub media UE, BizLawyer, 28 Martie 2014. <http://www.bizlawyer.ro/stiri/interviuri-opinii/romania-are-10-incubatoare-de-afaceri-pentru-imm-uri-inca-sub-media-ue> (accesat 7.05.2014)
3. European Commission Enterprise Directorate-General, Centre of Strategy and Evaluation Services, Final Report - Benchmarking of Business Incubation, February 2002. <http://www.cses.co.uk/upl/File/Benchmarking-Business-Incubators-appendices.pdf> (accesat 7.05.2014)
4. Moraru C., Rusei A., Incubatoarele de afaceri – mediu favorabil pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii, Economie teoretică și aplicată, Volumul XIX, 2012, No. 5(570), pp. 143-150.
5. Negraru C., Ce finanțări poți obține dacă vrei un incubator de afaceri, Wall-Street, 4 Aprilie 2011. <http://www.wall-street.ro/articol/Start-Up/101705/Ce-finantari-poti-obtine-daca-vrei-un-incubator-de-afaceri.html> (accesat 20.04.2014)
6. Ozdemir O.C., Şehitoglu Z., Assessing the Impacts of Technology Business Incubators: A framework for Technology Development Centers in Turkey, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 75, 3 April 2013, pp. 282-291.
7. Profiroiu A., Mina L., Rolul autorităților publice în crearea de structuri stimulatoare ale transferului de tehnologie, Conferința internațională “Effective public management for citizens and business environment”, ASE București, 10 aprilie 2008.
8. Roșoga A., Cum poți începe afacerea într-un incubator de afaceri, Ziarul Financiar, ediția 14 octombrie 2009.
9. Tripon A., Antreprenoriat virtual la domiciliu, Revista Antreprenoriat Transilvan, Repere Publicația 5/2010.
10. Vanderstraeten J., Matthyssens P., Service-based differentiation strategies for business incubators: Exploring external and internal alignment, Technovation, Volume 32, Issue 12, December 2012, pp. 656-670