

Startarium: Lipsa banilor, a cunoștințelor necesare și a încrederii în forțele proprii, obstacole pentru tinerii cu idei de afaceri



Trei din patru tineri antreprenori considera ca motivul principal pentru care nu reușesc sa-și puna ideile de afaceri în practica este lipsa fondurilor necesare investiției inițiale, arata un sondaj efectuat de platforma Startarium în rândul celor înscrși în Startarium Crowdfunding Makeathon, cel mai amplu proiect dedicat finanțării prin crowdfunding din România, care se desfășoara până pe 15 decembrie. Percepția lor în acest sens vine în contextul în care jumătate dintre respondenți afirma ca suma de care ar avea nevoie pentru a-și transforma ideea într-o afacere este de cel mult 20.000 euro. Alți 21% estimeaza investiția între 20.000 și 50.000 de euro, iar restul spun ca ar depași acest nivel.

Trei din cinci antreprenori înscrși în proiectul Startarium Crowdfunding Makeathon care au raspuns la sondaj spun ca au ideea de business pentru care cauta acum finanțare printr-o campanie de crowdfunding de cel puțin un an. Pe lângă lipsa fondurilor pentru demararea investiției, lansarea afacerii a fost împiedicata și de lipsa lor de cunoștințe care sa-i ajute sa-și puna ideile în practica (28%), de încrederea scazuta în forțele proprii (25%), dar și de lipsa de susținere (23%), de timp (21%) sau a unui partener de afaceri cu care sa împarta responsabilitățile și grijile (7%).

Totodata, cei mai mulți respondenți considera ca sunt într-un stadiu prea incipient al afacerii pentru a cauta finanțare de la banca, neavând încă un istoric de activitate. Iar fara un cadru legal stimulat, care sa sprijine finanțarea startup-urilor de catre stat/banci/investitori, și fara prea mulți investitori dispuși sa investeasca doar într-un plan de afaceri, percepția lor este ca trebuie sa porneasca la drum în business cu resurse financiare proprii.

Crowdfundingul aduce finanțare, dar și validarea ideii de business

Crowdfundingul reprezinta o soluție de finanțare potrivita inclusiv pentru tinerii al caror business este doar în stadiul de proiect. Și cu toate ca este o metoda deja foarte populara la nivel mondial prin care antreprenorii își pot finanța ideile, doi din cinci respondenți recunosc ca nu s-au gândit la aceasta metoda atunci când au cautat soluții de finanțare sau nici macar nu au știut ca au o astfel de opțiune. Alți 32% spun ca inițiativa lansarii unei campanii de crowdfunding pe cont propriu a fost împiedicata de cunoștințe reduse despre ce presupune crowdfundingul și cum ar putea contribui la demararea afacerii lor. Iar 28% au considerat ca ar avea nevoie de sprijin de specialitate pentru a cauta finanțare prin crowdfunding.

Cei mai mulți sunt conștienți însa acum ca o campanie de crowdfunding îi poate ajuta sa obțină o validare a ideii lor de business, sa genereze vizibilitate pentru produsul sau serviciul pe care îl lanseaza și chiar sa calibreze oferta și prețurile la reacția pieței. Iar prin înscrierea în Startarium Crowdfunding Makeathon, ei pot beneficia de resursele de care au nevoie pentru lansare, inițiativa aducând, practic, la îndemâna lor, toate resursele, expertii în diferite domenii și bugetul de care au nevoie pentru a porni propria campanie de finanțare prin crowdfunding

pentru afacerea lor.

Trei din zece respondenți și-au propus să ajungă la vânzări anuale de 100.000 de euro în cel mult un an, alți patru din zece cred că ar putea atinge acest prag în doi-trei ani, iar restul estimează mai mult de trei ani. Pentru a-și crește afacerea, trei sferturi spun că ar avea nevoie de până la 5 angajați în primul an de business și 11% se așteaptă să recruteze până la 10 salariați, în timp ce mai puțin de 10% cred că se pot descurca pe cont propriu, fără niciun angajat. De altfel, lipsa de resurse umane dedicate și competente este principalul factor de risc pe care-l anticipează șase din zece respondenți pentru noul business, urmată de birocrația chinuitoare (40%), lipsa stimulentele fiscale pentru startup-uri (36%), nivelul ridicat al taxelor (26%), instabilitatea legislativă (23%).

Șase din zece respondenți au între 19 și 35 de ani, doi din zece au între 36 și 45 de ani, iar restul sunt peste această categorie de vârstă. Opt din zece au studii superioare (facultate, master, doctorat), iar cei mai mulți - aproximativ șase din zece - sunt antreprenori sau freelanceri, iar o treime lucrează într-o companie privată. Cei mai mulți sunt din București, iar ceilalți sunt din județe precum Brașov, Cluj, Constanța, Ilfov, Iași, Mureș, Sibiu, Teleorman, Timiș și Vâlcea.

Startarium Crowdfunding Makeathon ajută antreprenorii să își pună ideile în practică

Până acum, 261 de aplicanți s-au înscris în proiectul Startarium Crowdfunding Makeathon, ce se desfășoară între 19 august și 15 decembrie, dintre care aproximativ un sfert au participat la sondaj. Antreprenorii au început deja lucrul ghidat în pregătirea campaniei proprii de crowdfunding. Dintre cei înscriși în acest program, 28% au precizat că afacerea lor e în stadiul de idee, 32% sunt în stadiul de produs minim viabil sau prototip, 15% au menționat că produsul este gata, dar nu au definit încă modelul de business, iar 13% au un business operațional, dar vor să-i aducă ceva nou. Principalele orașe în care aceștia vor să-și implementeze ideea sunt București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Constanța.

Pe 21 octombrie vor fi anunțate cele 10 inițiative antreprenoriale care își vor finaliza campania de crowdfunding în cadrul Startarium Crowdfunding Makeathon. Cei zece antreprenori vor fi ajutați de peste 50 de mentori, consultanți de business, experți în digital marketing, designeri și graficieni, producători video, copywriters și specialiști media, cea mai mare echipă construită vreodată pentru a sprijini antreprenorii să-și dezvolte un plan de afaceri corect și să îl pună în aplicare prin campanii de crowdfunding.

Pregătirile se vor încheia cu un weekend de forță, pe 2 și 3 noiembrie, când vor fi puse la punct ultimele detalii pentru lansarea oficială a campaniilor, care va avea loc pe 5 noiembrie la PitchDay, cea mai mare competiție pentru startup-uri din România. Campaniile se vor desfășura până pe 15 decembrie, timp în care Startarium va investi 20.000 de euro pentru promovarea acestora, așa încât să aibă toate șansele să-și atingă obiectivele de testare și finanțare.