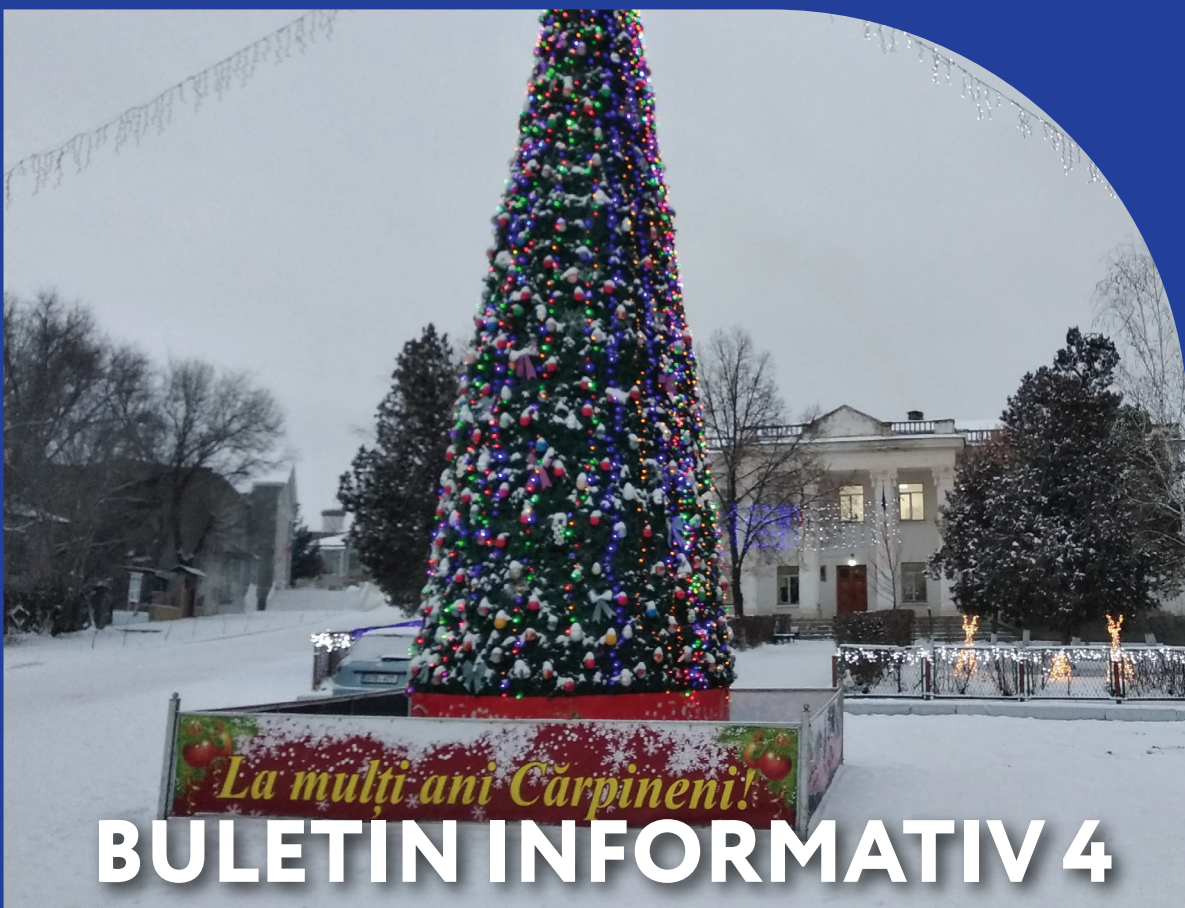




Finanțat de
Uniunea Europeană



La mulți ani Cărpineni!

BULETIN INFORMATIV 4

Parteneriat multi-dimensional
pentru dezvoltarea economică
durabilă incluzivă în comuna
Cărpineni



UE-Moldova:

Împreună mai puternici





Finanțat de
Uniunea Europeană

Parteneriat multi-dimensional pentru dezvoltarea economică durabilă incluzivă în comuna Cărpineni



UE-Moldova:

Împreună mai puternici





Cuprins

1. Informare despre parcursul implementării proiectului Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în Comuna Cărpineni	1
2. Cluster-ele economice – structuri de suport reciproc al actorilor economici.....	2
3. Despre antreprenoriat: Cercetarea pieței și analiza concurenței. Poziționarea pe piață.....	12
4. Programe de finanțare nerambursabilă pentru întreprinderi	14
5. Programe de finanțare nerambursabilă pentru organizații ale societății civile	14
6. Exemple de idei de afaceri din Republica Moldova.....	16





Informare despre parcursul implementării proiectului Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în Comuna Cărpineni

În cadrul proiectului Parteneriat Multi-Dimensional pentru Dezvoltare economică durabilă incluzivă în Comuna Cărpineni este în curs de finalizare reabilitarea clădirii Centrului de Consultanță în Afaceri din comuna Cărpineni.

În perioada următoare urmează câteva activități cu grupurile țintă ale proiectului:

- Un program de dezvoltare a abilităților antreprenoriale ale tinerilor. În cadrul acestui program 20 de tineri din comuna Cărpineni vor urma un curs de inițiere în competențe antreprenoriale.

Trei dintre aceștia își vor contura o idee de afaceri pentru care vor primi consultanță în scrierea planului de afaceri, în înregistrarea afacerii și suport în identificarea surselor de finanțare pentru planul de afaceri elaborat;

- Un program de instruire pentru abilitarea angajaților din comuna Cărpineni, prevăzut pentru 100 de persoane angajate din comună;

- Trei workshopuri pentru antreprenorii din comuna Cărpineni, prevăzute pentru 30 de antreprenori.

Concomitent cu activitățile menționate urmează elaborarea brandului local al comunei Cărpineni.





Cluster-ele economice – structuri de suport reciproc al actorilor economici

1. Care este structura unui cluster?

Cluster-ul este o asociere a mai multor companii și organizații formal independente, situate în aceeași zonă geografică/regiune, care au producții similare sau contribuie la fabricarea unor produse similare.

Scopul creării clustere-lor: cooperare pentru a deveni mai competitivi și pentru a avea mai mult succes.

Clusterul economic este un grup de persoane juridice: companii, administrație locală, societăți de cercetare și de instruire etc, asociate pentru creșterea bunăstării și a competitivității dintr-o anumită regiune. Clusterele nu sunt un fenomen nou, dar avantajele acestei forme de asociere sunt tot mai evidente în ultimii ani, deoarece în cazul economiei globale avantajele concurențiale de durată au o legătură tot mai strânsă cu aspecte ce se manifestă pe plan local – cunoștințe, relații, legături, iar acestea, deseori, nu sunt disponibile pentru companiile din regiuni dispersate pe glob. Conform observărilor specialiștilor fluxurile investițiilor directe din ultimii ani se concentrează acolo unde se găsește "forță de muncă calificată, capital, experiență, tradiții în afaceri, furnizori specializați, instituții de capital și institute de cercetare competitive, precum și o infrastructură adecvată". Toate acestea pot fi găsite în cadrul clusterelor, ele întrunind persoane juridice din diferite domenii, dar care

sunt orientate spre dezvoltarea unui sau mai multor domenii la nivel local/regional.

(Sursa: Rețeaua transfrontalieră pentru Agricultură Inovatoare (2018), Asociația Obștească „Cutezătorul”, Buletin informativ nr.1, pag. 10-11)

Două caracteristici fundamentale ale unui cluster sunt:

- **interconexiunile dintre actori și externalitățile pozitive rezultate** (forță de muncă calificată disponibilă pe plan local, costuri reduse de transport, economii externe de scală, transfer de know-how etc.), elemente care le determină integrarea actorilor în cadrul clusterului. Conexiunile sunt atât verticale (lanțul cumpărătorilor și vânzătorilor), cât și orizontale (produsele și serviciile complementare);
- **proximitatea geografică a grupului de întreprinderi** din cadrul clusterului.

Caracteristica cea mai importantă a clusterelor este organizarea flexibilă, fiecare întreprindere în cadrul unui cluster îndeplinește anumite activități în funcție de cerințele pieței.

Tipurile de clustere:

- Naționale – sunt concentrate pe rezolvarea unor probleme naționale (ex. infrastructura, mediu, etc);
- Regionale – sunt concentrate pe creșterea competitivității internaționale a firmelor, punând la dispoziție infrastructura hard și soft



corespunzătoare sectoarelor industriale cheie și sunt construite ținând cont de punctele forte ale regiunii;

- Comerciale - reprezintă grupuri de firme decise să lucreze împreună pe probleme specifice.

Condiții primare pentru un cluster de succes:

- Încrederea între membri;
- Cooperare dinamică și deschisă;
- Participare voluntară;
- Existența unei "mase critice"- o serie de activități și companii complementare, interconectate printr-un interes comun, bazat pe competențele existente;
- Asigurarea unei identități comune, respectiv a unei strategii comune de dezvoltare bazate pe competente comune și complementare;

Structura unui Cluster:



Figura nr.1 Trifoiul clusterului cu patru foi

Sursa:

<https://legitimid.eu/metodologia-de-creare-a-unui-cluster/?lang=ro>

Care este importanța unui cluster?

Cifrele sunt cele care relevă adevărata importanță a clusterelor economice.

- 38% din locurile de muncă din Europa sunt create de cluster (așa-numitele "centre sectoriale regionale");

- Există circa 1.350 cluster monitorizabile statistic în Europa din care 150 sunt considerate de clasa mondială din punct de vedere al numărului de angajați, dimensiune, concentrare și specializare;

- Conform European Cluster Excellence Scoreboard (<https://clustercollaboration.eu/tags/scoreboard>), pentru un anumit număr de industrii și sectoare selectate, 33,3% din companiile membre în cluster au prezentat o creștere cu 10% a numărului de angajați în 2016-2019 comparativ cu 18,2% din companiile active în afara clusterelor.

- Companiile membre în cluster puternice sunt mult mai inovative decât alte companii!

- Clusterelor puternice creează un nivel ridicat de antreprenoriat

- Clusterelor sunt "magneți" ai forței de muncă înalt calificată;

- Clusterelor conduc la niveluri salariale mai mari precum și la creștere bazată pe valoare adăugată.

Exemple de cluster în lume

Politica de dezvoltare a clusterelor este diferită de la o țară la alta, depinzând de condițiile politice, economice și sociale specifice fiecărei țări. În prezent, în lume există o mare diversitate de cluster. Ele se pot diferenția în funcție de specializarea într-o anumită etapă a lanțului valorii, localizarea geografică, în funcție de



satisfacerea anumitor nevoi ale clienților sau deservirea anumitor segmente de piață. Ele pot fi rețele ale IMM-urilor, pot fi organizate în jurul unor întreprinderi mari sau chiar în jurul unor universități.

Studii specializate arată că în lume sunt peste 3500 de inițiative de cluster, de asemenea, inițiativele de formare a clusterelor sunt mai frecvente în economiile dezvoltate și în cele de tranziție. Inițiativele de formare a clusterelor sunt concentrate asupra domeniilor de tehnologie intensivă. Cele mai multe inițiative de formare a clusterelor sunt identificate în domeniul IT, medical, al tehnologiei de producție, al echipamentelor de comunicații, în cel biofarmaceutic și auto.

Companiile reprezintă părțile cu cea mai mare influență în cazul inițiativelor de formare a clusterelor.

Creșterea competitivității prin inițiative de cluster devine un element de bază al strategiilor de dezvoltare ale marii majorități a țărilor. O analiză a peste 500 de inițiative de cluster implementate în ultimii 10 ani în 20 de țări arată că competitivitatea ridicată a acestor țări se bazează pe pozițiile puternice ale clusterelor individuale - locomotivele competitivității.

Așadar, **participând la inițiative de cluster, antreprenorii vor ridica profitabilitatea afacerii sale și vor contribui la creșterea competitivității țării, fiind, ca membru al unui cluster, într-un rol de locomotivă a competitivității.**

În Statele Unite, mai mult de jumătate dintre întreprinderi operează în cadrul

clusterelor, iar ponderea PIB-ului produs în acestea a depășit 60%.

Procesul de formare a clusterelor se desfășoară activ și în Asia de Sud-Est și China, în special în Singapore (în domeniul petrochimiei), în Japonia (industria auto) și în alte țări. În China există astăzi peste 60 de zone-cluster speciale, în care există aproximativ 30 de mii de firme cu 3,5 milioane de angajați și cu un nivel de vânzări de aproximativ 200 de miliarde de dolari pe an.

Exemple de cluster în UE:

Există peste 2.000 de grupuri în UE care angajează 38% din forța de muncă. Industriile daneze, finlandeze, norvegiene și suedeze sunt acoperite în totalitate de clustering. De exemplu, Finlanda, a cărei politică economică se bazează pe clustering, a ocupat poziții de frunte în clasamentele mondiale de competitivitate de-a lungul anilor 2000. Datorită clusterelor de productivitate ridicată, această țară, având doar 0,5% din resursele forestiere ale lumii, asigură 10% din exporturile mondiale de produse din lemn și 25% din hârtie. Pe piața de telecomunicații, asigură 30% din exporturile mondiale de echipamente de comunicații mobile și 40% din telefoane mobile.

O altă modalitate de cooperare eficientă sunt clusterele constituite pe principiul asocierilor la nivel național sau regional pe sectoare ale economiei. Un exemplu elocvent în acest sens pentru domeniul agricol sunt clusterele din domeniul vinificației din Franța, cele din domeniul agroturismului din Polonia (constituite în 11





asocieri regionale), cel al horticulturii din Olanda.

Anume în Olanda funcționează unul dintre modelele cele mai apropiate de definiția de cluster în sens tradițional, așa cum este definită de cercetători (Michael E. Porter). Conform definiției sale "un cluster este un grup apropiat din punct de vedere geografic de companii interconectate și instituții asociate într-un anumit domeniu, legat de comunități și complementarități". Cultivarea și comercializarea florilor sunt foarte importante pentru economia olandeză. În țară s-a creat o adevărată industrie în domeniul horticulturii. Desigur, modelul olandez un exemplu de macro-cluster, deoarece reprezintă un amalgam de tradiție și inovare, care necesită timp pentru a se forma și structura astfel. Dar cu atât mai mult acest model este un exemplu de urmat. Olanda, ca țară, are 16 milioane de locuitori, un teritoriu de 41.500 km pătrați. Aceasta țară mică este unul dintre cei mai importanți exportatori de produse agricole din lume. Numai exporturile de flori reprezintă peste jumătate din volumul comerțului global din această sferă, și aceasta ținând cont de faptul că horticultura reprezintă 42% din volumul total de producție agricolă a țării. Valoarea exporturilor anuale de flori ajunge până la 6 miliarde de dolari. Domeniul horticulturii în Olanda a depășit demult sfera strict agricolă sau comercială. La dezvoltarea acestei industrii lucrează intens peste 60 de institute de cercetare cu peste 6000 de cercetători științifici. Aceste institute sunt susținute de marile companii și se ocupă de tehnologii aplicate, studii teoretice și practice privind reproducerea plantelor, tehnicile de cultivare, dezvoltarea resurselor și altele asemenea. Toate rezultatele cercetărilor pot fi aplicate

și verificate în practică imediat. Sunt interconectate cercetarea științifică, plantarea propriu zisă, comercianții de flori, furnizorii de tehnologii (pentru sere, sistemele de irigare, de încălzire, de prelucrare etc), infrastructura (porturile și aeroporturile). Toate sunt interconectate pentru a genera acel uriaș volum de producție și vânzări, care este în avantajul economiei întregii țări. Sistemul de circulație a florilor din Olanda include 7 mari piețe de licitații, aproape 800 de firme de comerț cu ridicata și 14.000 de magazine cu amănuntul. 80% din exporturile de flori olandeze sunt finalizate pe piața licitațiilor, care este principalul canal de vânzări de flori olandeze.

Avantajele cooperării duc la crearea de clustere în întreaga lume. Clusterelor se dovedesc a fi un instrument eficient. Dar cooperarea nu presupune un sistem închis, orientat spre interior. Clusterelor sunt structuri deschise, care contribuie la dezvoltare și la o deschidere.

Astfel, odată cu creșterea numărului de structuri de cooperare de tip cluster, a apărut și necesitatea de cooperare între aceste structuri. Există mai multe tipuri de facilitare și eficientizare a colaborării dintre acestea. Unul dintre instrumentele de facilitare a parteneriatului între clustere este **Platforma Europeană de Cooperare între Clustere**.

Această platformă întrunește 840 de organizații de tip cluster din întreaga lume. Domeniile în care activează organizațiile sunt cele mai diverse, de la aeronautică la cultură, de la IT la gestionarea deșeurilor.



Numărul clusterelor înregistrate pe această platformă în domeniul agriculturii este de 49. Localizarea acestor cluster este la fel de diversă: Slovenia, Franța, Albania, Ungaria, Polonia, România, Ucraina, Portugalia, Turcia, Slovacia, Marea Britanie, Italia, Serbia, Spania, Germania, Belgia, Olanda, Mexic, Croația, Macedonia, Muntenegru. Unele au ca scop dezvoltarea agriculturii, altele - dezvoltarea logisticii în domeniul producției agricole, sunt cluster care promovează educația în domeniul agriculturii, iar altele - implementarea tehnologiilor informaționale, cercetarea microbiologică și securitatea alimentară.

Dar platformele de cooperare internaționale sunt un instrument relativ nou, apărut în ultimele câteva zeci de ani.

(Sursa: Rețeaua transfrontalieră pentru Agricultură Inovatoare (2018), Asociația Obștească „Cutezătorul”, Buletin informativ nr.3, pag. 8)

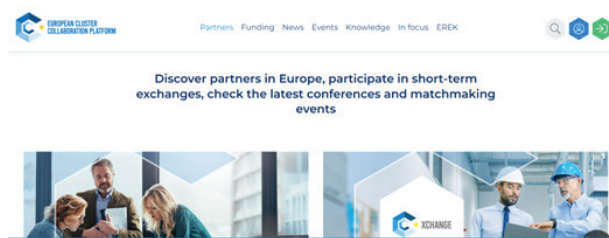


Figura nr.2 Platforma Europeana de colaborare cluster

Sursa:

<https://clustercollaboration.eu/find-partners/in-europe>

Exemple de cluster în România:

La 1 aprilie 2020, în evidența Ministerului Economiei, Direcția de Politici Industriale și Competitivitate, direcție care coordonează politica de cluster ca o componentă a politicii industriale a României, existau 76 de inițiative de cluster. Dintre acestea, un număr de 47 de cluster sunt membre ale Asociației Clusterelor din România - CLUSTERO, comunitate de bună practică și organism reprezentativ la nivel național, european și internațional al clusterelor din România.

Mare parte din organizațiile de suport cluster, structuri ce asigură managementul clusterelor constituite în România, au fost supuse de către ESCA (European Secretariat for Cluster Analysis) unui proces extrem de riguros de certificare. În urma certificării au fost declarate drept structuri de cluster recunoscute la nivel european:

- 3 cluster în categoria Gold Label (cea mai bună performanță pentru Europa de Est);
- 17 cluster în categoria Silver Label;
- 58 cluster în categoria Bronze Label.

Din punct de vedere al distribuției geografice și al concentrărilor tematice, clusterelor din România sunt reunite sub forma unor consorții regionale și tematice, astfel:

- Consorțiul Clusterelor din Transilvania de Nord (Regiunea Nord Vest);
- Consorțiul Clusterelor din Transilvania (Regiunea Centru);
- Consorțiul Clusterelor din Regiunea de Nord Est;



- Wallachia Hub (Regiunea Sud Muntenia);
- Consorțiul Clusterelor din Regiunea București – Ilfov;
- „Noatex”, consorțiul tematic al clusterelor din industria textilă;
- Consorțiul tematic al clusterelor din industria lemnului și a mobilei;

În ceea ce privește clusterelor membre CLUSTERO, acestea însumau la finalul anului 2019: 2.000 întreprinderi, 189.000 angajați și cumulau 43.6 miliarde lei cifră de afaceri, 4.4 miliarde EUR exporturi, raportând cheltuieli de cercetare - dezvoltare de 672 milioane RON, remarcându-se creșteri ce variază între 40% în cazul exporturilor și 162% în cazul cheltuielilor de cercetare-dezvoltare față de anul 2013.

În Regiunea de Nord-Est a României, care este cel mai apropiat vecin european al Republicii Moldova există 7 cluster în diferite domenii:

- Imago-Mol;
- ASTRICO Nord-Est;
- APT Bucovina;
- IT New Media – ICONIC;
- Ind-Agro-Pol;
- EURONEST IT&C HUB;
- bioROne;
- Breasla Constructorilor Ieșeni.

Experiența înființării clusterelor este una relativ nouă în România, dar deja prezintă rezultate benefice pentru întreprinderile ce fac parte din aceste rețele.

Practica economică a validat modelul cunoscut în literatura de specialitate drept „triple helix” ce reunește în cadrul unui cluster reprezentanți ai:

- întreprinderilor – care reprezintă latura economică a clusterului;

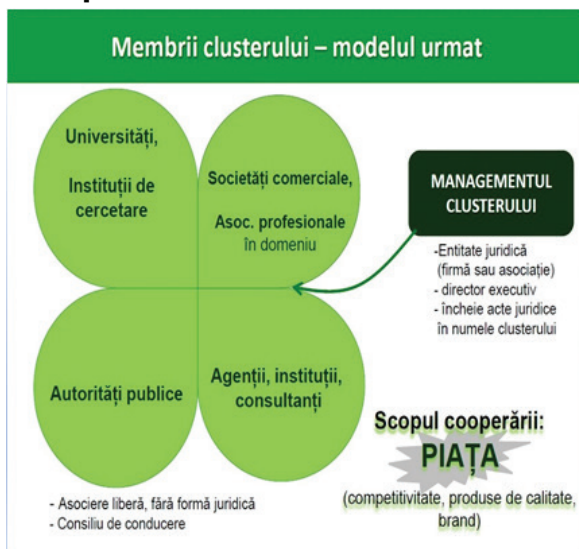
- universităților și institutelor de cercetare – care reprezintă furnizorii de soluții inovative ce pot fi aplicate conform nevoilor reale ale întreprinderilor din cluster;

- autorităților publice locale, regionale etc.

În România, experiența a arătat însă, că cei 3 parteneri naturali ai modelului „Triple helix” nu cooperează suficient, mai mult decât atât există situații când aceștia nu se cunosc și nu ajung să discute unul cu celălalt. De aici a apărut nevoia adaptării modelului și transformarea acestuia într-un model „Four clover” – „Trifoi cu patru foi”, cel de-al patrulea actor fiind reprezentat de organizații catalizator - firme de consultanță specializate în domeniul transferului tehnologic și al inovării, centre de transfer tehnologic etc.

(Sursa: Rețeaua transfrontalieră pentru Agricultură Inovatoare (2018), Asociația Obștească „Cutezătorul”, Buletin informativ nr.5, pag. 8-9)

Grafice cu membrii clusterelor date ca exemplu:





- Membrii clusterului trebuie să reprezinte toate segmentele domeniului de activitate vizat;
- Se recomandă un proces de selecție cu unanimitate în voturi;
- Responsabilitățile membrilor trebuie să fie foarte clare, pentru a evita eventuale conflicte;
- Membrii trebuie să acționeze ca o echipă și să evite acțiunile individuale;
- Cât mai multe firme din cadrul clusterului, dintre cele care au competențe și produse / servicii asemănătoare, trebuie să fie motivate de un nivel ridicat al câștigului financiar;
- Membrii trebuie să coopereze;

Figura nr.4 Membrii Clusterului

Sursa: Modele de bune practici a clusterelor din Estul Europei –Romania, Vajda Lajos, Covasna, 2011

Pentru a obține statutul de cluster, o reuniune / rețea / asociere de entități juridice trebuie să întrunească mai multe condiții.

- grupul trebuie să semneze un acord de parteneriat care va identifica clusterul din punctul de vedere al membrilor, acoperirii geografice, specializării sectoriale, a obiectivelor strategice și operaționale. De asemenea, acordul de parteneriat identifică entitatea de management a clusterului.
- structura unui cluster trebuie să includă minimum 10 întreprinderi mici și mijlocii, minimum o entitate specializată în cercetare, dezvoltare și inovare (CDI), minimum o autoritate publică și (opțional) organizații catalizator, care au rol de a asigura servicii de sprijin (tehnice și economice) și consultanță strategică, managementul procesului de constituire și

funcționare a clusterului.

- o condiție obligatorie pentru înregistrarea unui cluster este existența unei entități de management al clusterului (EMC). Entitatea de management trebuie, la fel să întrunească anumite condiții.

Un aspect extrem de important al clusterelor este existența unei strategii proprii de dezvoltare, prin care se stabilesc prioritățile și se trasează acțiunile ce vor fi implementate pentru atingerea scopurilor cluster-ului. Iarăși, o condiție eliminatorie pentru înregistrarea unui cluster în cadrul Asociației clusterelor din România este existența unor relații de cooperare între membrii clusterului.

Suportul acordat de către programele de dezvoltare și de către organizațiile /organisme de stat și private este realizat atât la nivel național, cât și la nivel regional.

Tot mai multe întreprinderi din România acced la structurile de cluster deja înființate. Avantajele participării, atât a întreprinderilor, cât și a organizațiilor, în clusterelor economice sunt aceleași ca și în alte țări, totuși merită a fi enumerate, pentru a evidenția atât similaritățile, cât și particularitățile acestora.

Între avantajele de a fi membru în cadrul unui cluster, pot fi menționate următoarele:

- structura asociativă comună oferă la prețuri mai avantajoase membrilor săi facilități pentru testarea, certificarea și promovarea de noi produse și tehnologii;



- accesul la informare și formare este vizibil îmbunătățit;
- aglomerarea industrială de companii similare atrage, dezvoltă și beneficiază de un capital de forță de muncă cu un set comun de calificări;
- organizațiile catalizator aduc cu sine, dar și beneficiază de transfer de know-how;
- accesul la surse de finanțare, inclusiv prin elaborarea unor proiecte investiționale comune este îmbunătățit;
- clusterul, văzut ca asociere de companii pe tot lanțul valoric, facilitează creșterea competitivității pe piețele actuale, specializarea și deschiderea de noi piețe;

- în „aglomerările de afaceri”, ideile, cunoștințele, sunt răspândite mult mai ușor de la o companie la alta;
- implicarea mediului academic și de cercetare-dezvoltare aduce cu sine accesul la inovare pentru domeniul de afaceri al clusterului.

(Sursa: Rețeaua transfrontalieră pentru Agricultură Inovatoare (2018), Asociația Obștească „Cutezătorul”, Buletin informativ nr.5, page 9)

Grafice cu avantajele membrilor clusterului (exemplu)



Figura nr.4 Membrii Clusterului

Sursa: Evoluția concepției despre clusterelor economice și avantajele clusterizării, Mariana PRODAN, ASEM, p.112



Exemple de clustere în România:

Parcul științific și tehnologic de Software de la Galați este o inițiativă comună a Guvernului României și a autorităților locale. Parcul științific și tehnologic de software de la Galați își propune să contribuie la dezvoltarea sectorului industrial al tehnologiilor de vârf și la facilitarea transferului de tehnologie. În prezent un număr de 34 de firme își desfășoară activitatea în interiorul parcului, unde lucrează un număr de aproximativ 300 de persoane.

Consortiul este format din Consiliul Județului Galați, Consiliul Local Galați, Universitatea "Dunărea de Jos" Galați și S.C. Navrom – Centru de Afaceri S.A. Galați.

Administratorul parcului oferă producătorilor de software asistență în derularea proiectelor cu finanțare nerambursabilă, suportul necesar contactării partenerilor externi și încheierii de contracte cu aceștia, informații utile derulării importurilor și exporturilor de tehnologie avansată, sesiuni de training cu tematică adecvată administrării afacerilor.

De asemenea, sunt oferite spații de birouri, inclusiv sală de conferințe, într-o clădire dotată cu cablare structurată pentru transmisie voce-date, router, fire server firewall, fire server Internet, centrală telefonică digitală performantă, servicii de promovare prin intermediul site-ului web, prin buletinul periodic de prezentare a activității în parc, materiale de promovare tipărite și difuzate la sediul propriu și cu ocazia târgurilor și simpozioanelor de specialitate, articole în mass-media,

publicații de specialitate, servicii de secretariat, servicii de pază și de curățenie.

Concluzii

Analiza practicii mondiale în domeniul formării și implementării strategiilor de cluster ne permite să formulăm o serie de concluzii:

1. Specificul clusterului este obținerea de către organizațiile incluse în acesta a unui efect sinergic, exprimat într-o creștere a competitivității întregului sistem în comparație cu entitățile economice individuale.
2. Cooperarea reprezintă factorul esențial în activitatea eficientă a unui cluster. O cooperare eficientă poate exista doar în cazul în care actorii clusterului au încredere unul în celălalt.
3. O trăsătură distinctivă a clusterului este orientarea sa inovatoare. Cele mai de succes clustere se formează acolo unde se realizează sau se așteaptă o „descoperire” în domeniul ingineriei și tehnologiei de producție, urmată de intrarea în noi „nișe de piață”.
4. Formarea unui cluster reprezintă un proces complex, în care sunt implicați un număr mare de participanți, însă procesul de gestionare a activității este format dintr-un grup de inițiativă. Acest grup trebuie să vină cu inițiative proprii întru implementarea inovațiilor, în caz contrar lipsa acestora poate duce la încetinirea dezvoltării clusterului.



5. Apartenența unui actor în cadrul unui cluster nu implică în sine vreun caracter forțat, ci, mai degrabă, reprezintă o relație benevolă. Clusterul nu se implică în activitatea și conducerea întreprinderilor, la fel și în rapoartele financiare sau în relațiile contractuale pe care le are întreprinderea cu diferiți agenți economici. Mai mult ca atât, actorii clusterului nu sunt legați de drepturile de proprietate sau de posibilitatea controlului direct, ci dimpotrivă își păstrează independentă financiară și juridică. De asemenea, toți actorii pot face parte din mai multe cluster.

6. Alegerea partenerilor trebuie să fie realizată cu precauție. Există două reguli în alegerea partenerilor: una se bazează pe criteriul geografic, iar a doua – pe oportunitatea participării partenerului în lanțul valoric (capacitatea acestuia de a livra plus-valoare). Negocierile cu partenerii potențiali presupun prezentarea în fața lor a argumentelor privind beneficiile, riscurile, obligațiunile și cerințele care urmează să apară după aderarea în cluster.

7. Este foarte importantă alegerea formei juridice a clusterului, în dependență de care se formulează strategia de dezvoltare. Din punct de vedere al statutului juridic, membrii principali ai clusterului pot decide dacă doresc sau nu să înregistreze clusterul ca persoană juridică. Majoritatea clusterelor din țările străine sunt fie asociații, fie societăți cu răspundere limitată. Entitatea de cluster este recomandată de a fi creată, având un statut de organizație non-profit.

8. O direcție importantă a politicii clusterelor este stimularea de relații internaționale cu cluster

Bibliografie.

1. Marshall, A. (1925), Principles of Economics (8th Ed.) Macmillan, London;
2. Porter, M. (1998), Clusters and the new economics of competition, Harvard Business Review; Boston; Nov/Dec;
3. Ghid de bună practică pentru cluster
4. Evoluția concepției despre cluster
5. Proiectul "Rețeaua transfrontalieră pentru Agricultură Inovatoare" (2018), Asociația Obștească „Cutezătorul”, Buletin informativ nr.1, pp. 10-11; Buletin informativ nr.3, pp. 11-12; Buletin informativ nr.5, pp. 8-9;
6. <https://clustercollaboration.eu/faq-page>
7. <https://mesageruldecovasna.ro/exemple-de-cluster-model-de-bune-practici/>



Cercetarea pieței și analiza concurenței. Poziționarea pe piață.

Cercetarea pieței și analiza concurenței

Cercetarea de piață este un pas important atunci când decizi să lansezi o afacere. Înainte să investești banii, trebuie să înțelegi produsele și serviciile oferite, dacă există o piață pentru ele, și dacă ideile tale sunt viabile. Un studiu mai amplu al pieței te poate ajuta să determini capitalul inițial necesar pentru demararea afacerii.

Cercetarea de piață este, de asemenea, utilă atunci când planifici strategia de marketing și vânzări. Planificarea strategiilor în baza datelor pe care le-ai colectat despre clienți, concurenți, piață și industrie îți va oferi un avantaj competitiv, vei putea să optimizezi bugetul de marketing și să obții cele mai bune randamente pentru banii investiți.

Ce răspunsuri vei primi efectuând o cercetare de piață pentru afacerea ta:

- Care este publicul meu țintă și oportunitățile de piață?
- Dimensiunea auditoriului țintă de consumatori este reprezentativă pentru a-ți oferi o perspectivă asupra potențialului de creștere? În cazul în care auditoriul este prea mic, atunci ideea ta de afaceri nu poate fi analizată ca una viabilă, dar dacă este prea mare, deși vei avea loc de creștere, în piață pot exista deja o mulțime de concurenți.
- Cât de mulți clienți sunt dispuși să plătească pentru produsele și serviciile tale?

- Este suficient de mare marja de profit pentru a dezvolta o afacere profitabilă?

Scopul strategiei de marketing este de a promova beneficiile produsului tău și de a atrage noi clienți. Cunoașterea preferințelor consumatorului țintă constituie un avantaj pentru că prin strategie poți ținti aceste nevoi specifice.

Înțelegerea nevoilor / necesităților / preferințelor consumatorului tău țintă te va ajuta să dezvolti noi produse și să îți extinzi portofoliul de afaceri. Produsele noi vor avea o șansă mai mare de succes, deoarece le-ai dezvoltat pentru a satisface nevoile specifice ale pieței.

Afacerile mici rezistă cu greu concurând cu întreprinderile mari sau cu un număr mare de întreprinderi mici și mijlocii în contextul unei piețe mici, precum este Moldova. Găsirea unei nișe specifice de piață poate ajuta afacerea ta să demareze cu succes.

Dacă vei oferi un produs sau serviciu complet nou sau direcționat către necesități mai specifice, vei avea un avantaj față de ceilalți concurenți care oferă soluții generalizate. De aceea, compară diferite segmente și ai grijă să depășești concurența în termeni de preț, calitate, durabilitate, accesibilitate și alte criterii importante pentru consumatorul tău.



Poziționarea pe piață

Înțelegerea poziției afacerii tale pe piață este un aspect important în administrarea acesteia. Cunoașterea amenințărilor și oportunităților îți permite să-ți protejezi afacerea și să îți orientezi strategia de dezvoltare în direcția optimă.

Pentru a determina poziția pe piață a afacerii este necesar să desfășori analiza afacerii utilizând instrumentele SWOT, PORTER5, și PESTEL.

Sursa:

<https://www.ghidulafacerii.ebrd.md/posts/Cunoașterea-%C8%99i-%C3%AEn%C8%9Belegerea-pie%C8%9Bei>

SWOT	PORTER5	PESTEL
Reprezintă o metodă de planificare structurată pentru a evalua Punctele Forte, Punctele Slabe, Amenințările și Oportunitățile afacerii.	Este o metodă de analiză microeconomică/sectorială, considerând factorii decisivi la intrarea sau/și menținerea poziției pe un sector economic/industrie	Este analiza macroeconomică care include următorii factori: P - politic E - economic S - social T - tehnologic E - ecologic L - legal
Strenghts – Punctele forte - factorii cheie care constituie avantajele competitive (calitatea produsului, prețul, rapiditatea livrării, deservirea consumatorilor) Weaknesses – Punctele slabe – factori cheie care constituie un dezavantaj față de competitori (costuri ridicate de producere, timp îndelungat de procesare a comenzilor/livrării, capacitate mică de producere) Opportunities – Oportunitățile – domenii care constituie avantaje de expansiune, dezvoltare și depășire a concurenței (nișe noi/neacoperite de clienți, capacitatea redusă a concurenților de a acoperi cererea pe piață) Threats – Amenințările – factori care prezintă amenințări pentru poziția afacerii tale pe piață (bariere reduse la intrare, produse similare pe piață la un preț mai mic)	Instrumentul include analiza detaliată a: - Barierelor la intrare - Concurenței și avantajelor competitive - Puterii de cumpărare a consumatorilor - Puterii de negociere cu furnizorii - Produselor/serviciilor de substituție.	Aceasta implică scanarea ariilor generale care influențează economia și factorii specifici care au impact asupra sectoarelor țintă și care pot fi utilizați pentru prevederea evoluției unor indicatori specifici ai industriei.
Te ajută să analizezi mediul microeconomic care include factorii interni și externi ce influențează sau pot influența afacerea ta.	Te ajută să analizezi mediul microeconomic, concurenții și partenerii.	Te ajută să analizezi mediul macroeconomic și să înțelegi aspectele importante în dimensiuni macroeconomice.



Finanțat de
Uniunea Europeană

Programe de finanțare nerambursabilă pentru întreprinderi (alți donatori, decât Uniunea Europeană)

Organizația Internațională pentru Migrație (OIM) din Moldova anunță lansarea unui concurs de granturi pentru afaceri mici.

Valoarea finanțării nerambursabile: **până la 7000\$;**

Scopul concursului: **crearea mai multor locuri de muncă pentru comunitatea locală și pentru refugiații din Moldova.**

Antreprenorii care inițiază o afacere sau care vor să-ți extindă afacerea sunt invitați să contacteze organizația, dacă întrunesc următoarele condiții:

Au o viziune clară de extindere sau lansare a unei afaceri.

Activează în municipiul Chișinău, Bălți, Ungheni, Cahul sau UTA Găgăuzia.

Sunt dispuși să creeze noi locuri de muncă, inclusiv pentru refugiați.

Pentru aplicare este necesar de completat formularul <https://cutt.ly/FVSOHxe>

Apelul de exprimare a interesului va fi deschis pentru perioada (06 – 31 Ianuarie 2023)

Datele de contact: +37360379657 (de luni până vineri, 09:00-17:00), email: iommoldovalivelihood@iom.int

Sursa:

<https://www.civic.md/anunturi/granturi/67976-anunt-concurs-de-granturi-pentru-afacerile-mici-organizatia-internationala-pentru-migratie-oim.html>

Programul de reforme instituționale și structurale din Moldova

Nathan Inc., în calitate de contractor principal al proiectului Moldova Institutional and Structural Reforms Activity (MISRA), finanțat de Agenția SUA pentru Dezvoltare Internațională, caută documente conceptuale de la entități pentru a propune inițiative care să contribuie la îmbunătățirea climatului de afaceri prin reforme în transport, logistică, comerț, servicii vamale sau fiscale sau comerț. Propunerile pot include idei și abordări noi care ar îmbunătăți serviciile publice, , transparența și responsabilitatea, digitalizarea, îmbunătățirea coordonării

sectorului public-privat, accesul la informații, accesul la finanțare, comunicații, cercetare sau inovații din sectorul privat care, de asemenea, stimulează reforme. Sunt încurajate ideile care: includ coordonarea sectorului privat cu părțile interesate guvernamentale; ar avea un impact pozitiv asupra afacerilor în Moldova; și/sau care ar consolida incluziunea.

Descriere succintă:

Programul de reforme instituționale și structurale din Moldova (MISRA) este un proiect de cinci ani, finanțat de Agenția SUA pentru Dezvoltare Internațională





**Finanțat de
Uniunea Europeană**

(USAID), care are ca scop îmbunătățirea mediului de afaceri, investiții și comerț, în cooperare cu Guvernul Republicii Moldova. MISRA acordă granturi unor entități neguvernamentale calificate din Moldova, SUA sau internaționale pentru a sprijini obiectivele programului. Granturile sunt menite să stimuleze parteneriate durabile și scalabile cu actori relevanți din sectorul public/privat, organizații ale societății civile, instituții academice/think tank-uri etc. pentru a sprijini dezvoltarea și redresarea economică a Moldovei.

MISRA se concentrează pe patru componente:

1. Consolidarea instituțiilor publice de guvernare economică pentru reziliență și responsabilitate.
2. Urmărirea reformelor structurale pentru a îmbunătăți comerțul și mediul favorabil investițiilor.
3. Accelerarea reformelor sectorului financiar și incluziunea.
4. Îmbunătățirea comunicațiilor strategice, în special în jurul componentelor 1-3.

Sursa:

<https://civic.md/anunturi/granturi/67936-usaid-moldova-institutional-and-structural-reforms-activity-misra-annual-program-statement-aps-improving-business-climate-and-public-services-in-moldova.html>

Perioada de aplicare a notelor conceptuale: 4 ianuarie - 30 iunie 2023

Durata de implementare: până la 24 de luni (doi ani) de la data atribuirii.

Valoarea grantului: **până la 150 000 \$**

Cine poate aplica: OSC și ONG-uri (non-profit și for-profit); Asociații din industrie/sector, comerț sau alte asociații din sectorul privat; institute de politici și grupuri de reflecție; Rețele sau Alianțe; Unități de coordonare subnaționale; Organizații legate de conflicte/etnice/de gen; Instituții parastatale; Comitete sau grupuri de lucru cu o anumită temă sau misiuni pe probleme; și Instituții financiare.

Buget alocat: **1 000 000 \$**

Informații referitor la program și procedura de aplicare:
https://drive.google.com/drive/folders/1mwiv056rXJtMMXCn_uR4W6kZro2MMlLc

Date de contact:

misra.grants@nathaninc.com

Mențiune: Aprobarea notei conceptuale nu înseamnă finanțarea proiectului.



Exemple de idei de afaceri din Republica Moldova

Crama Mircești – turism și vinificație

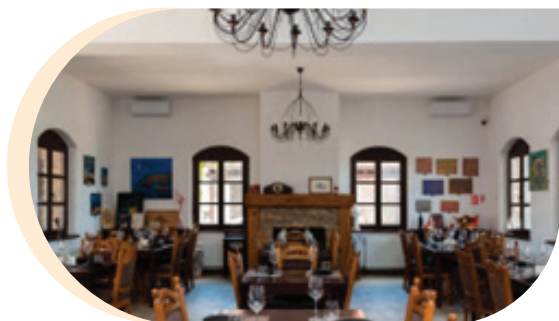
„Să faci ceva la țară este un eroism. Am început pe teren drept: fără apă, canalizare, lumină, gaz, drum, nimic. Am pornit totul din pasiune (...) Bunicii mei întotdeauna au cultivat struguri și aveau pe masă un pahar de vin”, afirmă domnul Foșnea.

Crama Mircești SRL a fost înființată în 2011 de către Arcadie Foșnea și asociatul său. Acum 11 ani pe terenul procurat de la Mircești se plantau primii butuci de viță-de-vie. Tot în acel an a cumpărat și conacul din localitate. A renovat clădirea, a adăugat facilități de cazare, iar, în paralel, a dezvoltat afacerea vitivinicolă. Antreprenorul a făcut studii în afara țării, în Germania, apoi a decis să revină acasă și să investească în ceea ce știe să facă cel mai bine - viticultură și vinificație. Conform cifrelor prezentate de portalul b2bhint, societatea a prezentat în 2021 un profit de peste 174 mii euro.

Plantațiile de viță de vie ale cramei Mircești se află într-o zonă cu soluri nisipoase, potrivite pentru soiurile nobile, iar condițiile climaterice ale podgoriei din Mircești sunt similare cu cele din sudul Germaniei sau nordul Italiei. La Crama Mircești cresc 12 soiuri de struguri. Anual, compania îmbuteliază aproximativ 50 de mii de sticle de vin. O treime din acestea sunt exportate și se regăsesc pe rafturile magazinelor din Canada, Japonia, China și Portugalia.

Cu suportul financiar al Uniunii Europene, prin programul „EU4Moldova: Regiuni-cheie”, vinăria și-a extins capacitatea de cazare cu 8 camere. Acum, crama Mircești dispune de 13 camere de hotel dotate cu mobilier, tehnică sanitară, climatizoare – totul pentru confortul oaspeților care vin să se odihnească de agitația urbană

„Vizitatorii noștri sunt pasionații de vin și de cultura consumului responsabil. Avem diaspora, străini care călătoresc și vor liniște. Atmosfera de la cramă este extraordinară”, spune cu tărie proprietarul cramei.





Programul „EU4Moldova: Regiuni -cheie” (2019-2024) finanțat de Uniunea Europeană, susține dezvoltarea social-economică inteligentă, incluzivă și durabilă în regiunile Cahul și Ungheni, pentru a asigura cetățenilor o calitate mai bună a vieții. Valoarea totală a granturilor destinate mediului de afaceri este de aproximativ 1,7 mln. de euro pentru 75 de granturi în regiunile Cahul și Ungheni.

Javgurvin S.R.L. – tradiții moldave

Compania Javgurvin Grup S.R.L a fost înființată pe data de 27 decembrie 2017 de către Tudor Scutaru, un antreprenor din Republica Moldova.

Istoria acestei companii este foarte îndelungată, a fost construită în anul 1957, în satul Javgur. Vinăria este parte a unui amfiteatru natural de o frumusețe rară, ce se întinde de la Prut până la Nistru.

În anul 2018 compania a reușit să atingă o cifră de afaceri de 13.712.300 MDL. În anul 2020 vânzările companiei au scăzut cu mai bine de jumătate ajungând la 5.650.500 MDL, acest lucru este datorat probabil de perioada dificilă prin care am trecut. Profitul net al companiei în anul 2020 a fost de aproximativ 267.700,00 MDL.

Sursa:

<https://eu4business.md/success-stories/the-moldovan-wine-business-revitalizes-the-economic-potential-of-the-region/>,
<https://b2bhint.com>.

Compania culege și îngrijește manual recoltele de viță de vie, oferind iubitorilor de vinuri o băutură cu un gust desăvârșit. În gama acestora regăsim Chardonnay, Sauvignon Blanc, Muscat, Pinot Gris, Merlot, Pinot Noir, Cabernet etc. În anul 2020, întreprinderea avea 6 subdiviziuni.

”Obiectivul nostru este să facem vinuri speciale și de calitate, care reflectă terroirul și legătura omului cu natura, folosind tehnologiile moderne, dar și tradițiile generațiilor precedente. Aici vinificația este muncă, artă, iscusință, stil de viață și tradiții transmise din generație în generație. Pasiunea familiei Scutaru pentru vinificație face filosofie în fiecare pahar.”

(sursă: <https://wineofmoldova.com/ro/vinaria-javgur/>)



Surse:

<https://b2bhint.com/company/md/srl-javgurvin-grup--1017605005913/officers>,
<https://wineofmoldova.com/ro/vinaria-javgur/>

POMARINHOME SRL – cu dragoste pentru copii și bebeluși

Societatea POMARINHOME SRL și-a început istoria în 2012. Marina Pohilenco, fondatorul și administratorul societății, a inițiat un proiect social unde munceau persoane cu probleme de sănătate pentru a-și completa veniturile. Angajații realizau elemente ornamentale pentru articole de tricotaj.

Administratorul a pus un accent deosebit pe dezvoltarea personală, a sa și a echipei pe care o conducea. Astfel, din această pasiune, s-a născut ideea brandului POMARIN KIDS, care produce articole de lenjerie pentru copii și care acoperă.

Au fost perioade de reușite și căderi, în care fiecare acțiune putea genera atât venituri, cât și probleme de soluționat.

Marina a participat la un concurs organizat de Asociația Națională a Tinerilor Manageri (ANTIM) și a câștigat un premiu de 60.000 de lei, bani cu care

a procurat 3 mașini de cusut, o masă de călcat și un fier de călcat. Prea puțin, de aceea a continuat cu credite bancare. Uneori își dorea să lase totul baltă, dar responsabilitatea pentru angajați o motiva să nu cedeze.

Afacerea a fost dezvoltată cu ajutorul programului de mentorat antreprenorial organizat prin proiectul european Business Academy for Women (BAW). Informațiile obținute de la mentorii profesioniști BAW au ajutat-o pe antreprenoare să-și formeze un sistem de administrare a resurselor financiare.

Etapela grele au fost și mai sunt repetitive - salariile date la timp, impozitele plătite la timp, atitudinea profesionistă față de clienți, dar societatea continuă să se axeze pe calitate, ca pe un reper-cheie a activității.



Astăzi, brandul PoMarin Kids înseamnă plăpumi și lenjerie de pat pentru copii, cearșafuri, perne decorative, păturii, plicuri pentru externarea de la maternitate, accesorii pentru pătuțuri. Materiale sunt 100% naturale, ecologice și autohtone, dețin certificate de calitate. Produsele sunt în culori calde, pastelate, luminoase, frumoase ochiului.

Cu timpul serviciile și producția a fost diversificată: sunt realizate hăinuțe pentru copii, dar și mobilier; a fost deschis un showroom, a fost cumpărat utilaj performant și mobilier modern. Doritorii pot comanda piese brodate cu text personalizat (nume, data nașterii copilului). Promovarea se face, de obicei, online.

Cu timpul serviciile și producția a fost diversificată: sunt realizate hăinuțe pentru copii, dar și mobilier; a fost deschis un showroom, a fost cumpărat utilaj performant și mobilier modern. Doritorii pot comanda piese brodate cu text personalizat (nume, data nașterii copilului). Promovarea se face, de obicei, online.

Sursa:

<https://www.odimm.md/ro/component/content/article/176-istorii-de-succes/4383-marina-pohilenco-o-pasiune-poate-acoperi-un-deficit-financiar>,
https://www.facebook.com/pomarinkids/photos/?ref=page_internal,





Finanțat de
Uniunea Europeană

PROIECTUL "**PARTENERIAT
MULTI-DIMENSIONAL PENTRU
DEZVOLTARE ECONOMICĂ DURABILĂ
INCLUZIVĂ ÎN COMUNA CĂRPINENI**",
FINANȚAT DE UNIUNEA EUROPEANĂ PRIN
INTERMEDIUL PROGRAMULUI
"**PRIMĂRII PENTRU CREȘTERE
ECONOMICĂ**".

[https://www.eeas.europa.eu
/delegations/moldova_en](https://www.eeas.europa.eu/delegations/moldova_en)

Acest material a fost produs cu suportul financiar al Uniunii
Europene. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă
a Asociației "Cutezătorul".

Conținutul materialului aparține autorilor și nu reflectă în mod
neapărat viziunea Uniunii Europene.



UE-Moldova:

Împreună mai puternici

**PROIECTUL "PARTENERIAT
MULTI-DIMENSIONAL PENTRU
DEZVOLTARE ECONOMICĂ DURABILĂ
INCLUZIVĂ ÎN COMUNA CĂRPINENI",
FINANȚAT DE UNIUNEA EUROPEANĂ PRIN
INTERMEDIUL PROGRAMULUI
"PRIMĂRII PENTRU CREȘTERE
ECONOMICĂ".**

[https://www.eeas.europa.eu
/delegations/moldova_en](https://www.eeas.europa.eu/delegations/moldova_en)

Acest material a fost produs cu suportul financiar al Uniunii Europene. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă a Asociației "Cutezătorul".

Conținutul materialului aparține autorilor și nu reflectă în mod neapărat viziunea Uniunii Europene.