



ProBM 2

# RAPORT NAȚIONAL INTERVIURI (ROMANIA)

Înțelegerea și dezvoltarea modelelor de afaceri în  
era globalizării

ProBM 2

20-03-2020



## 1. REZUMAT

„Înțelegerea și utilizarea modelelor de afaceri în era globalizării”, este un proiect Erasmus+ al cărui scop este de a ajuta educatorii adulți și furnizorii de formare profesională să-și crească capacitatea de a învăța modele de afaceri. În proiectul ProBM2, partenerii din Malta, Polonia, Italia, Grecia, Portugalia, Elveția și România vor dezvolta un program de instruire pentru predarea cunoștințelor și abilităților despre modele de afaceri.

În prima etapă a proiectului s-a realizat un sondaj despre modul în care este utilizat modelul de afaceri și cu ce impact și s-au analizat răspunsurile acestui sondaj.

În România, sondajele au fost trimise prin e-mail sau au fost realizate față în față cu opt antreprenori care activează în societăți cu capital privat (75%), societăți pe acțiuni (12,50%) și angajați independenți (12,50%). Dintre acestea (50%) sunt în companii mici, (25%) companii mari și (25%) în companii mijlocii. Domeniul de activitate este în marea majoritate Tehnologia informației, cu un respondent în sectorul construcțiilor și unul în vânzări de echipamente.

Pe baza răspunsurilor obținute în urma sondajelor, se poate afirma că antreprenorii români au cunoștințe de bază despre ce sunt modelele de afaceri (100% dintre intervieuați au răspuns că știu ce este un model de afaceri).

Doar 75% dintre antreprenori au auzit de Business Model Canvas. Doar jumătate dintre respondenți folosesc de fapt un model de afaceri în activitatea lor.

Fluxurile de venituri pe care le folosesc în companiile lor sunt:

- Model de abonament (37,50%),
- Vânzări directe (25%),
- Model suplimentar, model afiliat, model low-cost (fiecare cu 12,50%).

Analizând rezultatele referitoare la componentele modelului de afaceri s-a obținut că cel mai important element este resurse cheie (62,50%), urmat de propunerile de valoare (25%), iar cel mai puțin important sunt relațiile cu clienții și partenerii cheie (fiecare 12,50%). Respondenții cred că nu există un element mai important (62,50%) și diferite elemente ale modelului de afaceri sunt în principal dependente (50%) sau dependente în unele părți și independente în altele (37,50%). Opinia generală este că Adesea (75%) și Uneori (25%) o schimbare a unuia dintre elemente duce la o schimbare în celelalte elemente ale modelului de afaceri.

Despre caracteristicile formatorilor în modele de afaceri cel mai dorit ar fi să aibă experiență în formarea modelelor de afaceri, apoi în egală măsură să aibă experiență în zona de afaceri a respondentului sau să fie on-line.