

## **Examinarea cererii de servicii de cercetare, dezvoltare, inovare si transfer tehnologic in randul IMM din Regiunea Centru**

*(Analiza de chestionare aplicate in procesul de elaborare a Concept Note)*

### **Precizari metodologice**

In perioada August – Septembrie 2016, ADR Centru a desfasurat un proces de consultare a operatorilor economici IMM din Regiunea Centru, cu scopul de identifica si cuantifica cererea de servicii de cercetare, dezvoltare, inovare si transfer tehnologic din partea firmelor. Procesul de consultare este inclus in calendarul de actualizare a strategiei de specializare inteligenta (RIS 3) a Regiunii Centru si de realizare a Documentului cadru regional (Concept Note) care va instrumentaliza, la nivel regional, implementarea Axei 1 a Programului Operational Regional 2014 – 2020.

Consultarea a fost organizata utilizand platforma EU Survey, unde a fost incarcat un formular continand 34 de campuri structurate in 24 intrebari. Chestionarul a fost mixt, continand atat intrebari cu raspuns predefinit cat si campuri pentru raspunsuri deschise. Operatorii economici inclusi in panel au avut acces la formular prin distribuire pe email a unui link spre platforma online, dupa completarea formularului acesta fiind transmis spre destinatar – ADR Centru – prin simpla apasare a unui buton de *submit*.

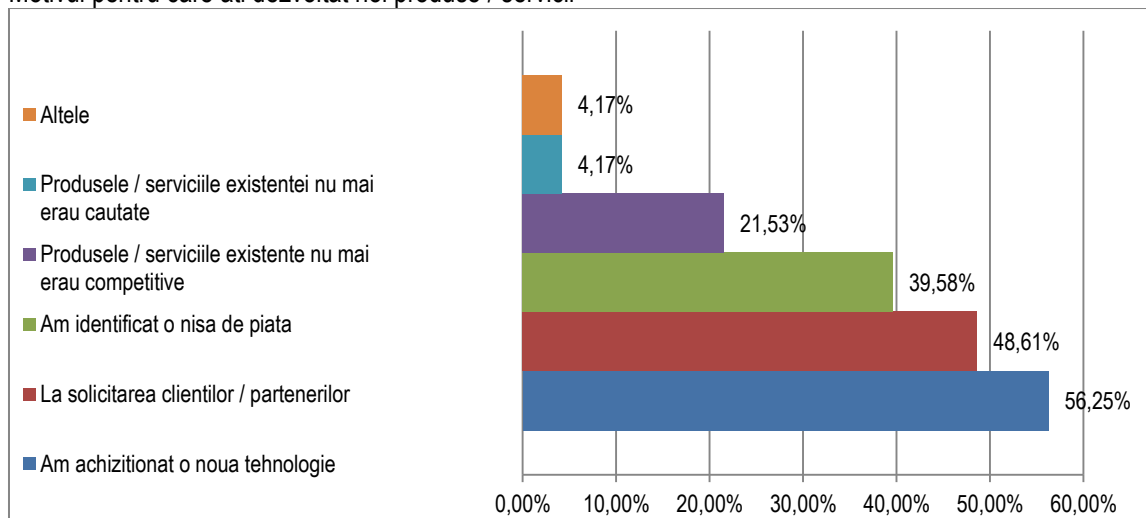
Panelul initial a fost constituit din operatorii economici – microintreprinderi si IMM – aflati in bazele de date ale ADR Centru ca beneficiari de finantari nerambursabile in cadrul schemelor de finantare gestionate, respectiv POR 2007 – 2013 si POS CCE 2007 – 2013, fiind identificati 681 de astfel de operatori economici. Rata de raspuns la chestionar a fost de 30,1%, respectiv 205 chestionare completate, aceasta rata fiind obtinuta dupa reveniri telefonice si abordari personalizate, inclusiv cu sprijinul membrilor birourilor regionale ale ADR Centru. *(Obs. Una din modalitatile de monitorizare a RIS III la nivel regional poate fi si aplicarea constanta de chestionare operatorilor economici pentru a examina, spre exemplu, gradul de satisfactie orientat spre serviciile de asistenta oferite de entitatile implicate in CDI si TT, nivelul de inovare si variatia lui in timp, gradul de adecvare a unor masuri de politici publice, insa disponibilitatea de implicare constatata cu ocazia acestei cercetari pune sub semnul intrebării utilitatea unei actiuni de monitorizare abordate similar. Cu toate acestea, aplicarea de chestionare este un instrument clasic de monitorizare la care nu ar trebui sa renuntam. Ca atare, pentru a-l functionaliza cat mai complet, este necesara regandirea lui, inclusiv prin introducerea unor compensatii, chiar simbolice, pentru cei care fac efortul de a se implica. Un exemplu poate fi cel prezentata de Luc Hulsman, cu ocazia conferinței „Cresterea inteligenta inseamna crestere rapida – Consolidarea capacitatii de specializare inteligenta a regiunilor din Romania”, Iasi, 30 septembrie 2016, conform caruia chestionarul de monitorizare a RIS III este aplicat in colaborare cu Universitatea din Groningen iar firmele participante in panel primesc rapoarte de benchmark personalizate, la care se adauga consiliere si suport).*

Centralizarea raspunsurilor a fost realizata prin prelucrarea intr-o matrice a fisierului Excell generat de platforma EU Survey astfel incat optiunile exprimate de respondenti sa poata fi cuantificate. Principalele constatari sunt prezentate mai jos, cu precizarea ca matricea de analiza permite detalieri suplimentare si identificarea de noi corelatii, in afara celor surprinse in acest document.

Analiza s-a concentrat pe stabilirea unui cadru de referinta, respectiv istoricul inovativ al respondentilor si gradul de utilizare a unor tipuri de servicii considerate relevante din perspectiva transferului tehnologic, care este tema de baza pentru Axa 1 POR, concomitent cu clasificarea surselor de informare utilizate pentru instrumentizarea progresului tehnologic. De asemenea, in cadrul chestionarului au fost urmarite perspectiva inovativa, respectiv intentia de a introduce noi produse pe piata, precum si sursele de cunoastere utilizate pentru dezvoltarea acestor noi produse. In partea a doua a chestionarului, membrii panelului au fost invitati sa clasifice tipurile de servicii de transfer tehnologic care ar prezenta cel mai mare grad de interes pentru ei, precum si barierele care ar sta in calea utilizarii acestor servicii.

## Istoricul inovativ al respondentilor

### Motivul pentru care ati dezvoltat noi produse / servicii

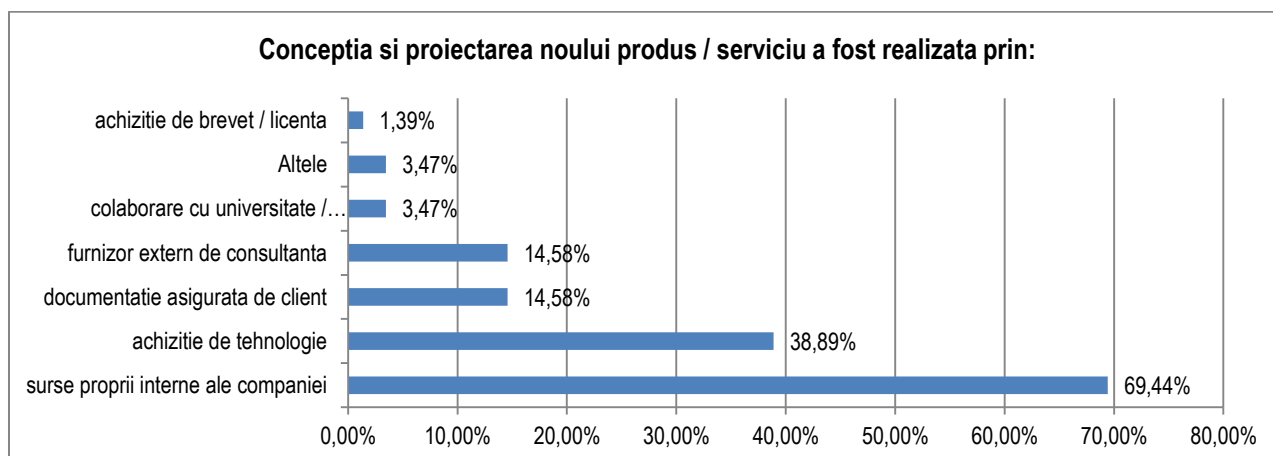


#### Altele:

- Dezvoltarea si furnizarea propriilor produse si servicii in vederea minimizarii dependentei de furnizori externi.
- am obtinut personal un atestat intr-un nou domeniu
- Din considerente strategice
- completarea gamei existente si putinta de a oferi solutii complete clientilor
- extindere activitate desfasurata prin oferirea de servicii de cazare

Aceasta linie de intrebari a fost cu raspuns multiplu si a fost activa doar pentru acei respondenti care au raspuns "DA" la intrebarea „Ati introdus produse / servicii noi pe piata in ultimii 5 ani?”. Ca atare, ponderarea s-a realizat doar pentru acestia iar suma raspunsurilor depaseste 100%. In medie, au fost bifate 1,76 raspunsuri, un singur respondent bifand toate raspunsurile posibile. 70 de respondenti au ales doar un raspuns si nici un respondent nu a ales raspunsul "Alte motive" ca raspuns unic.

Ierarhia raspunsurilor, prezentata grafic mai sus, arata o atitudine reactiva din partea antreprenorilor. Majoritatea au indicat achizitionarea unei noi tehnologii ca motiv pentru dezvoltarea de noi produse / servicii, al doilea motiv, ca importanta fiind solicitarea clientilor / partenerilor. 39,58%, respectiv 57 dintre respondenti sustin ca introducerea de noi produse pe piata se datoreaza identificarii unei noi nise de piata insa doar 16 dintre ei au identificat acest motiv ca fiind singurul care i-a determinat, ceea ce, alaturi de faptul ca doar 6 respondenti au indicat ca raspuns unic „produsele / serviciile existente nu mai erau competitive” confirma atitudinea reactiva ce rezulta din ierarhizarea de mai sus.



Si aceasta linie de intrebari a fost cu raspuns multiplu si a fost activa doar pentru acei respondenti care au raspuns "DA" la intrebarea „Ati introdus produse / servicii noi pe piata in ultimii 5 ani?”. Ca atare, ponderarea s-a realizat doar pentru acestia iar suma raspunsurilor depaseste 100%. In medie, au fost bifate 1,46 raspunsuri, fara ca nici un respondent sa bifeze toate raspunsurile posibile. 91 de respondenti au bifat un singur raspuns din care 3 au bifat ca unic raspuns "altele".

Sub eticheta „Altele” se regasesc urmatoarele precizari ale respondentilor:

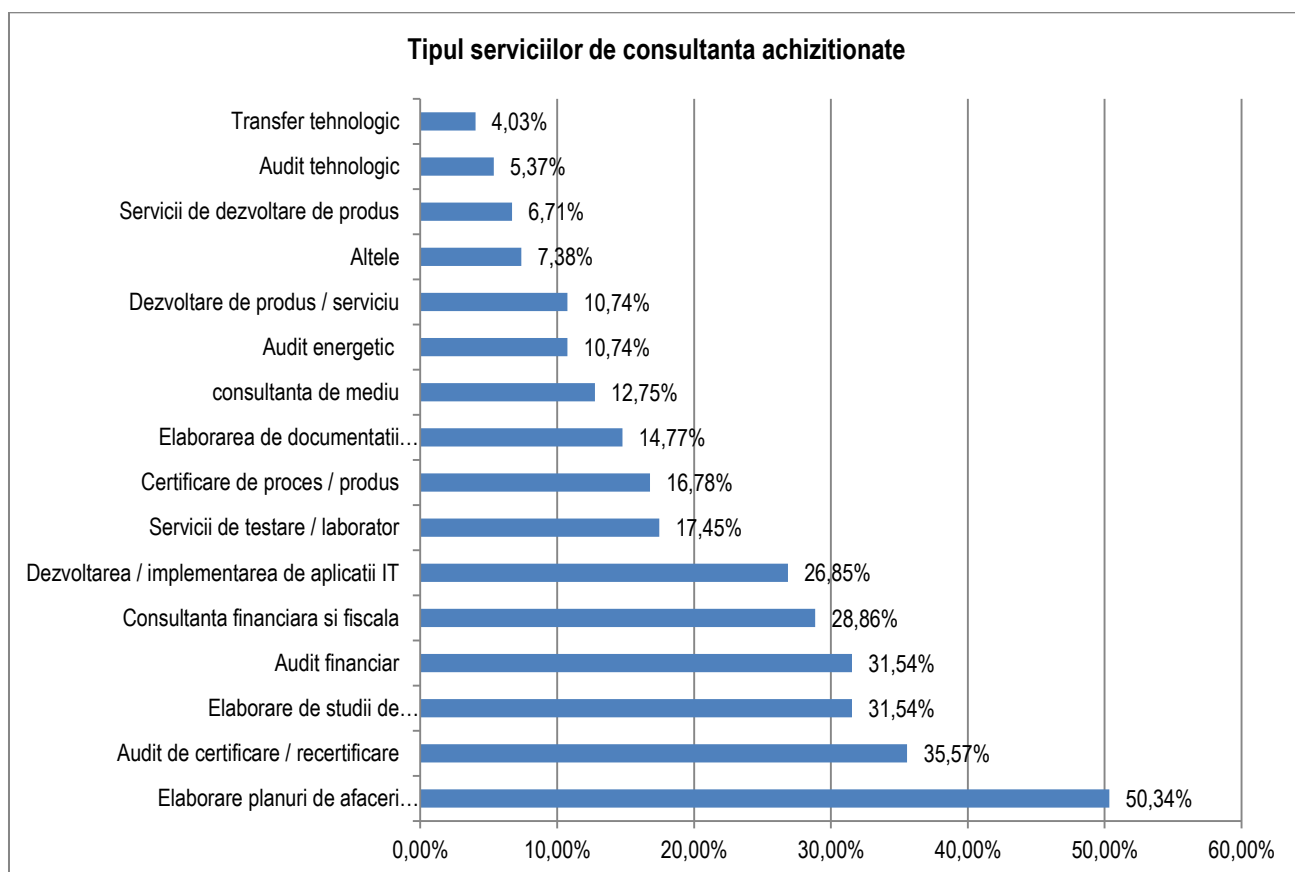
- Colaborare cu o alta companie
- prin finantare
- proiect finantare european POS CCE 401/01.08/2012; 841/311/09.07.2013,4m/400293/6/31.10.2013
- nu se aplica la noi - suntem eminentemente negustori + prestari de servicii asociate, mai ales service (*nu a fost luat in considerare ca raspuns*)
- ACCESARE FONDURI EUROPENE
- construire pensiune

Ierarhizarea raspunsurilor arata o orientare spre interior a companiilor, in conditiile in care aproape 70% dintre raspunsuri au indicat ca sursa de inovare resursele interne ale companiei. Valorificarea resurselor interne, inclusiv in ceea ce priveste inovarea, poate fi o atitudine sanatoasa economic insa concentrarea exclusiv sau cvasi-exclusiv pe aceste resurse limiteaza drastic cresterea bazata pe inovare, chiar daca este ajutata de imputuri externe de genul achizitiei de tehnologie, care, de altfel, devine tot resursa interna a companiei din momentul in care a fost achizitionata si operationalizata, sau a documentatiei asigurate de client.

La celalalt capat al procesului de inovare sunt evidentiata colaborarea cu universitate / institute de cercetare si achizitia de brevet / licenta, cu ponderi aproape nesemnificative, respectiv 3,47% si 1,39%. Aceste surse de inovare sunt, practic, neglijate, iar daca tinem cont de faptul ca nici un respondent nu a identificat aceste surse ca fiind surse unice de inovare, situatia este cu atat mai evidenta.

Rezumand cele de mai sus, din perspectiva inovativa, antreprenorul local este **reactiv si orientat spre interior**. El introduce produse noi pe piata (produse noi din perspectiva companiei si nu neaparat a pietei) mai degraba ca urmare a urmare a upgrade-ului tehnologic (ceea ce reprezinta un raport inversat de cauzalitate in conditiile in care achizitia de noi tehnologii ar trebui sa urmeze deciziei de inovare si nu sa o induca, decat accidental) sau ca urmare a solicitarii clientilor / partenerilor (din nou, solicitarea expresa a unui nou produs ar trebui sa fie formulata, ca regula, dupa ce acest produs a fost prezentat, macar sub forma de concept sau prototip). De asemenea, identificarea upgrade-ului tehnologic ca vector de inovare presupune, cel putin pentru o perioada, un anumit grad de subutilizare a tehnologiei achizitionate, ceea ce are impact asupra eficacitatii si productivitatii investitiei, inclusiv a resurselor alocate pentru investitie, rata de recuperare reala prelungindu-se. In combinatie cu ierarhia rezultata in urma examinarii raspunsurilor la intrebarea privind resursa de inovare utilizata in procesul de dezvoltare de noi produse, respectiv preferinta pentru resurse proprii si achizitie de tehnologie, portretul schitat mai sus se completeaza cu o noua trasatura, respectiv o apetenta scazuta pentru risc. Dezvoltarea de noi produse intr-o abordare proactiva, pornind de la un studiu de piata, spre exemplu, sau de la o necesitate identificata, pentru care inca nu exista o piata structurata, presupune, pe langa disponibilitatea resurselor de inovare, si o anumita deschidere spre asumarea de riscuri. Reactivitatea, pe de alta parte, este menita sa diminueze riscurile, ceea ce, ca efect pe termen mediu, va insemna o incetinire a inovarii si, implicit, o atitudine mai conservatoare in piata a antreprenorilor existenti. Mergand pe firul logic, rezultatul ar putea fi, cel putin pe termen scurt, o atitudine rezervata in utilizarea serviciilor de transfer tehnologic – rezerva care va fi hranita si de gradul de noutate a acestor servicii. Depasirea acestor rezerve va trebui sa fie inclusa pe agenda promotorilor de proiecte deoarece, in lipsa abordarii problemei, atat indicatorii de rezultat cat si sustenabilitatea proiectelor vor fi puse sub semnul intrebării.

## Accesul la servicii de consultanta



Din cei 205 respondenti, 149, respectiv 72,68%, au indicat faptul ca au achizitionat servicii de consultanta in ultimii cinci ani. Majoritatea acestora au indicat, intre serviciile achizitionate, cele privind intocmirea de planuri de afaceri (50,34%), urmate de audituri de certificare / recertificare (35,57%) si elaborare de studii de fezabilitate si proiecte tehnice (31,54%), la egalitate cu auditul financiar (31,54%). Cele mai putin vizitate categorii de servicii sunt transferul tehnologic (4,03%), auditul tehnologic (5,37%) si serviciile de dezvoltare de produs (6,71%).

In categoria alte servicii, respondentii au indicat urmatoarele:

- derulare proiecte de finantare din fonduri europene
- consultanta privind proiecte de finantare
- Consultanta la proiect
- servicii pentru intocmire documentatie accesare fonduri europene
- consultanta pentru proiect POSCCE, OSIM
- Cursuri de perfectionare profesionala
- Elaborare documentatii ptr. accesare fonduri Europene
- DEZVOLTAREA FIRMEI PENTRU CRESTEREA COMPETITIVITATII
- consultanta accesare fonduri europene - POSCCE 2007-2013

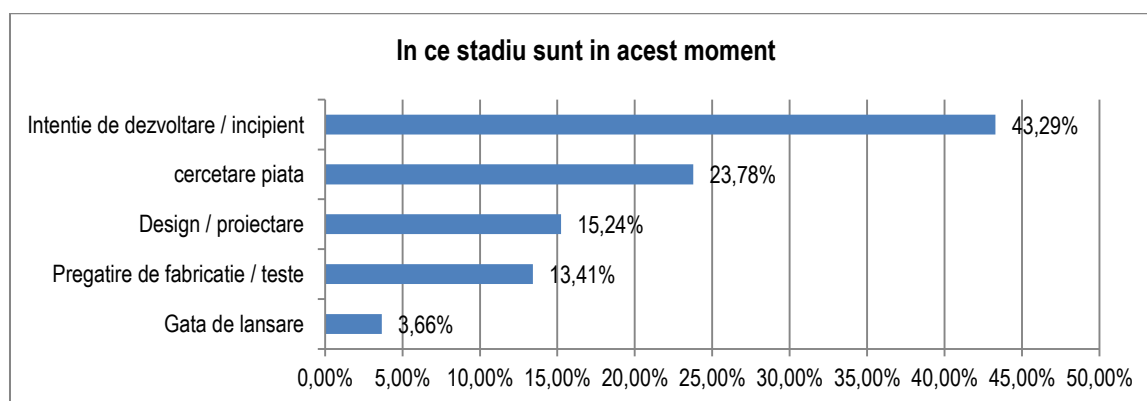
Din clasamentul de mai sus rezulta urmatoarele:

- la o prima vedere, firmele sunt deosebit de interesate de o abordare strategica a afacerilor, accesand in mod constant servicii de elaborare planuri de afaceri. Daca insa luam in considerare faptul ca panelul de firme carora le-a fost adresat chestionarul contine operatori economici care s-au dezvoltat utilizand fonduri publice (FEDR) pentru investitii, unde accesul a fost conditionat de intocmirea unor planuri de afaceri, ne dam seama ca aceasta imagine este incorecta. Practic, utilizarea intensa a instrumentelor de dezvoltare planuri de afaceri si studii de marketing, elaborarea de studii de fezabilitate si proiecte

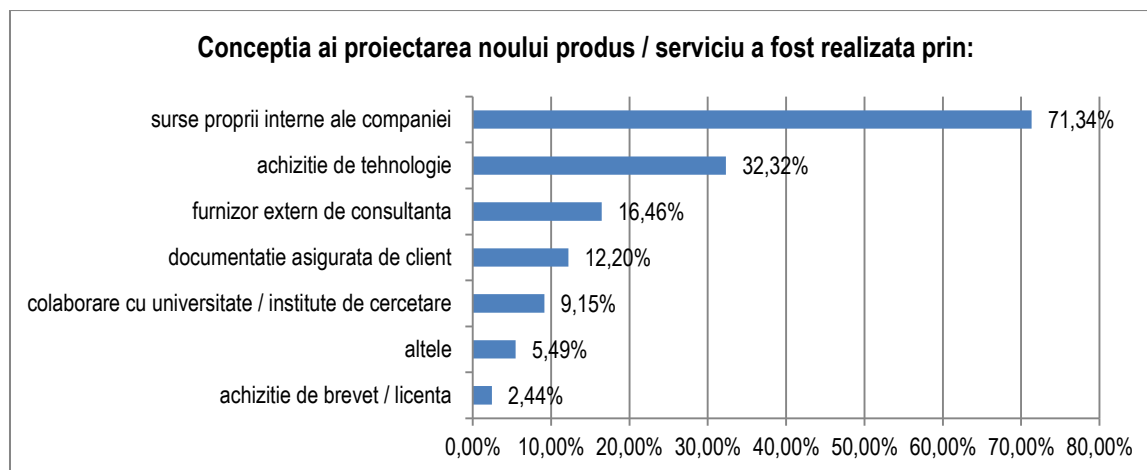
tehnice, precum și auditul financiar este puternic influențată de subvenționarea din resurse publice a investițiilor private de capital, în lipsa acestora fiind de presupus că atractivitatea acestui gen de servicii pentru operatorii economici ar fi mult diminuată. De altfel, chiar și precizările făcute la item-ul „Alte servicii” indică, în majoritate covârșitoare, servicii de consultanță pentru acces la finanțare publică drept cele mai utilizate.

- Este interesantă plasarea pe locul secund în preferința de utilizare a serviciilor de audit de certificare / recertificare (35,57%), respectiv adoptarea sau reconfirmarea voluntară a standardelor de calitate tip ISO. Dacă luăm în considerare și serviciile de certificare produs / proces, care au acumulat 16,78%, ar rezulta faptul că operatorii economici locali sunt interesați de standardele de calitate în activitatea lor. Cu toate acestea, o influență majoră ar putea să provină din două direcții care au capacitatea clară de a influența utilizarea aparentă a acestor instrumente de dezvoltare. În primul rând, multe din grilele de punctaj utilizate în evaluarea tehnică și financiară a cererilor de finanțare includ între criteriile de performanță certificarea tip ISO. În al doilea rând, de cele mai multe ori, accesul ca furnizor pe piața de achiziții publice de bunuri, servicii și lucrări este condiționat de certificarea voluntară a standardelor tip ISO. Aceste două realități ne determină să privim cu rezerve ponderea ocupată de acest tip de servicii în preferințele operatorilor economici. Putem presupune, în mod rezonabil, că, cel puțin parțial, certificările de acest tip sunt și rezultatul dorinței de a depăși ceea ce este perceput ca o barieră de acces, alături de interesul de a asigura potențialii clienți de trasabilitatea proceselor, constantă în calitate, interesul privind securitatea datelor sau persoanelor sau preocupările de implicare socială.
- În opoziție cu cele de mai sus, gradul de utilizare a serviciilor de transfer tehnologic (4,03%), audit tehnologic (5,37%) și serviciile de dezvoltare de produs (6,71%) pot constitui o bază de dezvoltare a acestui tip de servicii. În condițiile în care nu există condiționări legale de utilizare și nici bariere de acces condiționate de acest tip de servicii, putem considera că aceste procente reflectă interesul real momentan al operatorilor economici, interes care poate fi hrănit astfel încât dezvoltarea utilizării serviciilor să crească. Interesant este faptul că, în timp ce 6 respondenți spun că au beneficiat de transfer tehnologic, 7 sunt cei care susțin că au dezvoltat produse prin achiziție de brevete, licențe sau în colaborare cu universitate / institute de cercetare. Unul dintre cei doi respondenți care au indicat achiziția de brevet / licență, au indicat, de asemenea, că a beneficiat de servicii de transfer tehnologic, la fel ca și unul dintre cei 5 care au dezvoltat produse noi în colaborarea cu universități / institute de cercetare.
- O altă zonă mai puțin influențată de factori exogeni, din perspectiva operatorilor economici, este zona serviciilor de dezvoltare – implementare de produse IT. Mai mult de un sfert dintre respondenți au utilizat aceste servicii în ultimii 5 ani, ceea ce arată un interes crescut pentru eficientizarea activității firmei și accesarea resurselor interne de creștere și dezvoltare.
- În aceeași zonă de interes putem considera că se regăsesc serviciile de dezvoltare de produs (utilizate de 6,71% dintre respondenți), dezvoltarea de produs / serviciu (10,74% dintre respondenți) și elaborarea de documentații tehnice aferente produselor (14,77% dintre respondenți). Dacă ținem cont de faptul că, 14,58% dintre respondenți au indicat furnizorii externi de consultanță ca sursă pentru concepția și dezvoltarea de noi produse, la egalitate cu documentația asigurată de client, se profilează un nucleu de operatori care pot fi atrași către serviciile de transfer tehnologic.

#### Perspectiva inovativă (Introducerea de noi produse pe piața în perioada următoare)



Procentul respondentilor care intentioneaza sa introduca noi produse pe piata in urmatoorii 5 ani este mare, respectiv 80%, ceea ce inseamna 164 de operatori economici din total de 205 care au raspuns la chestionar, cu 10 puncte procentuale mai mult decat cei care au introdus produse pe piata in ultimii 5 ani (70,24%, respectiv 144 din 205). Daca insa observam faptul ca in 43,29% din cazuri stadiul dezvoltarii noilor produse este „intentie de dezvoltare / incipient”, tendinta de crestere nu mai este atat de evidenta, mai ales in conditiile in care este de asteptat ca doar o parte din aceste intentii sa se materializeze (50% este o presupunere rezonabila). De altfel, este de asteptat ca cel putin o parte dintre cei care au introdus deja produse pe piata sa isi tempereze avantul inovativ pentru a-si consolida portofoliul nou largit si a gestiona optim etapele initiale din ciclul de viata al produsului. Relevant este totusi faptul ca o parte semnificativa dintre respondenti au produse / servicii in stadii avansate, respectiv design / proiectare (15,24%) si pregatire de fabricatie / teste (13,41%) iar in cazul a 3.66% din respondenti noul produs / serviciu este gata de lansare.



Altele:

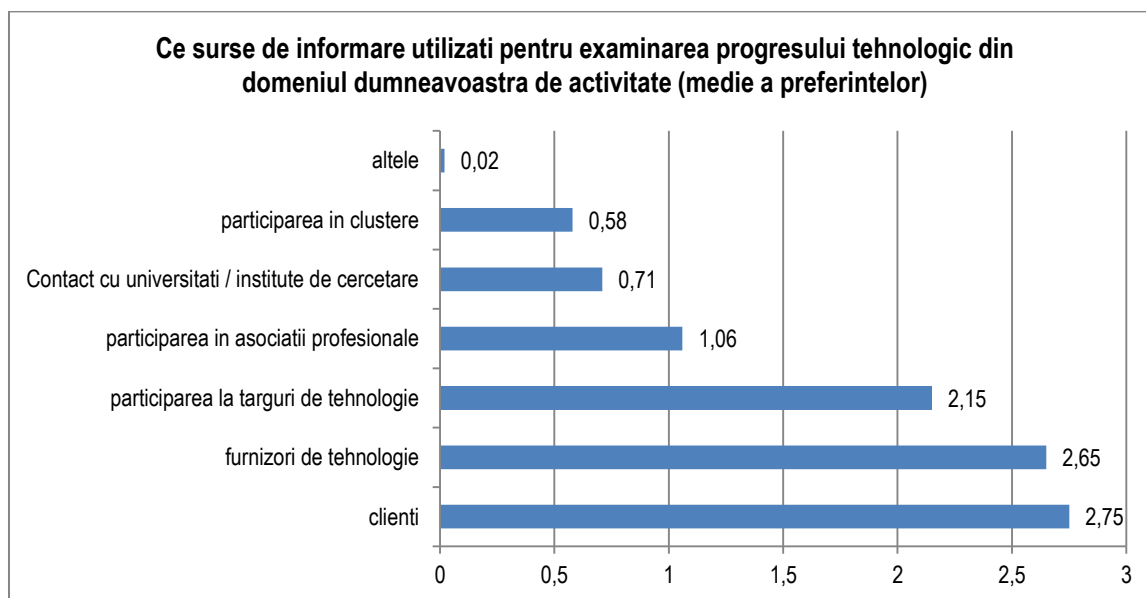
- Finanțări externe (investitori; accesare POC - 1 proiect (în evaluare) depus în cadrul apelului POC/PI2.2/OS2.2/ Acțiune 2.2.1; agent economic vizat de un proiect (în evaluare) depus în cadrul Bridge Grant (Transfer de cunoastere la agentul economic)). Astfel sunt prevăzute: dezvoltarea produsului existent precum și dezvoltarea de noi produse/servicii pe baza tehnologiei existente
- Televiziuni particulare din Romania.
- Posibil si un proiect din fonduri Europene
- Fonduri UE
- cooptarea unui alt medic specialist

Sursele proprii raman principalul motor de inovare in companiile care au raspuns la chestionar, dominand net cu 71,34% optiunile acestora (similar cu sursa de inovare principala identificata la dezvoltarea produselor deja introduse pe piata unde ponderea a fost de 69,44%). De aceasta data, desi se mentine pe locul al doilea in optiuni, achizitia de tehnologie a inregistrat o scadere de 6,57 pp (de la 38.89% la 32,32%) insa ramane un factor de inovare semnificativ. De altfel, clasamentul acestor surse de inovare utilizate pentru dezvoltarea de noi produse este identic cu cel anterior, variatii inregistrandu-se doar la procente. De asemenea, se poate observa o tendinta de crestere semnificativa la colaborarea cu universitati / institute de cercetare (de la 3,47% la 9,15%) ceea ce reprezinta aproape o triplare a valorii acestui indicator. Este dificil de estimat in acest moment daca acest semn de deschidere se va consolida sau este doar o crestere conjuncturala. De asemenea, este dificil de extrapolat acest procent spre intreaga masa de IMM din regiune inasa reprezinta, cu siguranta, un aspect de urmarit, mai ales in conditiile in care in crestere este si tendinta de achizitie a unor brevete / licente (2.44% fata de 1.39%).

Sursa de inovare	Produse noi deja introduse pe piata	Produse noi ce vor fi introduse pe piata	Variatie
surse proprii interne ale companiei	69.44%	71,34%	+1,9 pp
achizitie de tehnologie	38.99%	32,32%	-6,67 pp

furnizor extern de consultanta	14,58%	16,46%	+1,88 pp
documentatie asigurata de client	14,58%	12,20%	-2,38 pp
colaborare cu universitate / institute de cercetare	3,47%	9,15%	+5,68 pp
achizitie de brevet / licenta	1,39%	2,44%	+1,05 pp
altele	3,47%	5,49%	+2,02 pp

### Surse de informare utile in transferul tehnologic



Pentru fiecare sursa de informare identificata, respondentii au fost rugati sa indice un scor de la 0 la 4, unde 0 reprezinta „deloc utilizata” iar 4 „foarte utilizata”. Ierarhizarea surselor de informare pentru examinarea progresului tehnologic este prezentata in graficul de mai sus. Aceasta tema a fost operationalizata in cadrul chestionarului datorita importantei pe care o prezinta pentru design-ul activitatilor de transfer tehnologic. Au fost identificate 6 surse principale de informatii si a fost pus la dispozitia respondentilor un camp de intrebare deschisa, unde au avut ocazia de a indica si alte surse care ar fi putut sa fi fost ignorate la construirea chestionarului. Incidenta redusa a raspunsurilor deschise, sub eticheta „altele”, respectiv 0,02% (4 raspunsuri) arata faptul ca operationalizarea initiala a itemilor a fost facuta cu acuratete. La campul „Altele”, respondentii au indicat *Analize, studii și cercetări de specialitate (4), participare in consorții internationale pentru proiecte finantate de Comisia Europeana, documentatii de specialitate, Internet.*

Din raspunsurile transmise se observa locul privilegiat acordat clientilor si furnizorilor de tehnologie ca surse de informatii in ceea ce priveste progresul tehnologic, in cadru informal, prin contacte directa, sau in cadru formal, prin participarea la targuri de tehnologie. Pe de alta parte, raspunsurile indica necesitatea unui efort mai mare din partea cluster-elor si al universitatilor si institutelor de cercetare de a se pozitiona ca vectori de transfer al progresului tehnologic. Raspunsurile se inscriu in trend-urile observate pana acum in acest chestionar si reprezinta o alta fata a concentrarii cvasi-exclusive spre resurse interne. In termenii capitalului social postulat de Pierre Bourdieu, clientii si furnizorii fac parte din capitalul relational al entitatii, constituindu-se ca resurse interne. De asemenea, clasamentul surselor de informare mai confirma si disponibilitatea redusa spre cooperare, chiar in cadrul unor entitati cu un istoric mai asezat decat al cluster-elor, spre exemplu, cum sunt asociatiile profesionale. Daca in pozitionarea precara a cluster-elor in preferintele de informare a operatorilor economici se poate invoca prezenta lor de prea putin timp pe piata, nu acelasi este cazul asociatiilor profesionale si, cu toate acestea, preferinta pentru ele este in continuare scazuta. Aceasta imagine se constituie intr-o replica, in micro, a unei provocari pe care o avem la nivel de ethos, respectiv structurarea unei pietei a ideilor si a cunoasterii. Tranzactiile, inclusiv cele de cunoastere, care sa determine inovatia, nu se pot realiza decat intre egali si pe baza de incredere. Atat timp cat masa critica lipseste, tranzactiile lipsesc sau sunt marginale. Pe de alta parte, integrarea in retele, alaturi de entitati asemanatoare, reprezinta un catalizator pentru achizitia de cunoastere, asa cum rezulta si harta conceptuala prezentata mai jos, preluata de la Brian Gaines.

Harta conceptuala a proceselor de achizitie a cunoasterii

Recrutarea si angajarea persoanelor cu experienta	Instruirea echipei	<b>Participarea La comunitati de practici</b>	Imbunatatirea proceselor prin experienta	<b>Imbunatatirea proceselor prin analiza</b>
Sfaturi de la publicul implicat	Consultarea literaturii de specialitate	Achizitionarea de noi procese	Dezvoltarea de noi procese	<b>Imbunatatirea proceselor prin introducerea de noi tehnologii</b>
<b>Formarea de parteneriate cu alte organizatii</b>	Absorbirea altor organizatii	<b>Dezvoltarea unor legaturi contractuale cu alte organizatii</b>		

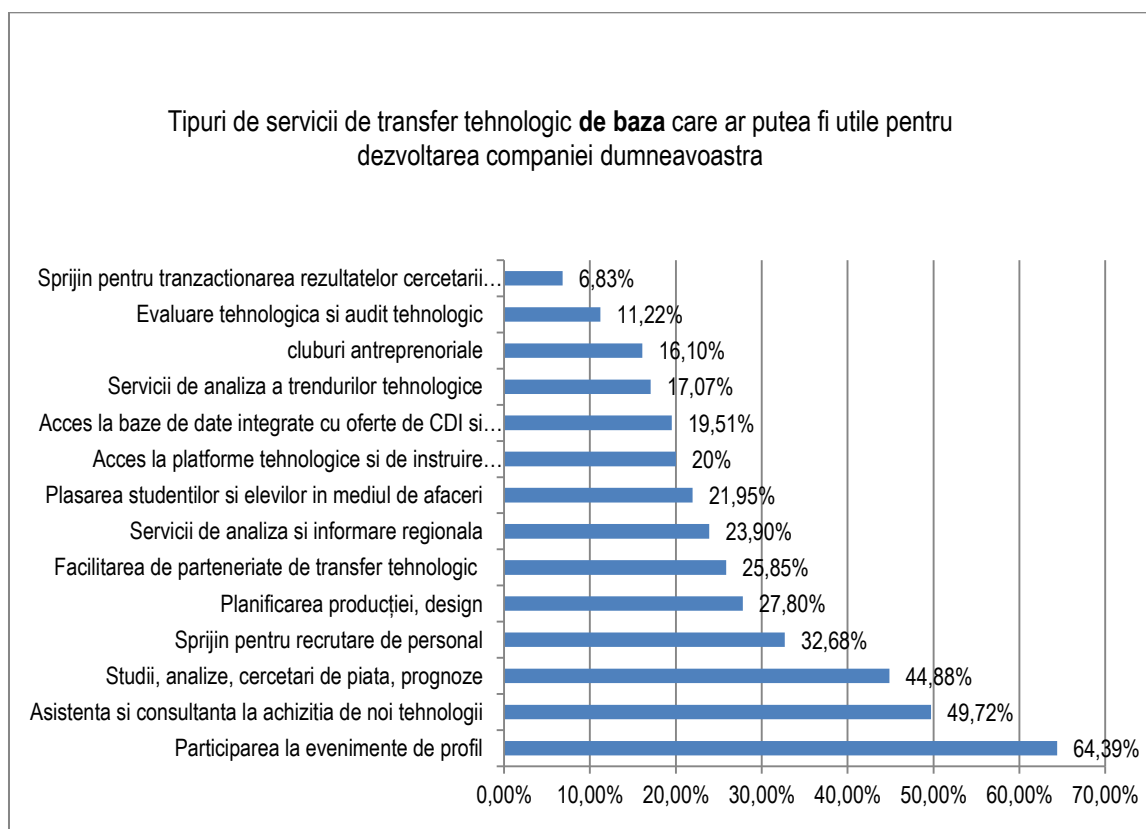
Retelele de cunoastere au capacitatea sporita de a exploata mai eficient resursele de cunoastere existente, decat in cazul in care aceste resurse ar fi exploatare separat de catre fiecare detinator. In urma unor studii ale transferurilor de know-how intr-o mare companie multinationala, Hansen a descoperit ca legaturile puternice ale filialelor cu sediul central impiedica cercetarea, inasa favorizeaza transferul de cunoastere, pe cand legaturile mai putin puternice promoveaza cercetarea, dar defavorizeaza transferul de cunoastere. Distanta cognitiva reprezinta o reala provocare, fiind atat o problema, cat si o oportunitate. Oportunitatea consta in faptul ca invatam unii de la altii numai atunci cand avem viziuni diferite asupra realitatii inasa partenerii ar putea experimenta dificultati de intelegere mutuala si, de aceea, va fi nevoie de investirea de resurse in dezvoltarea unei zone de intelegere. Pentru realizarea unui transfer real de cunoastere, este necesar sa existe o distanta cognitiva optima, care sa permita intelegerea mutuala intre parteneri. Practic, avem nevoie de un limbaj comun pentru a impartasi experiente diferite. Dar transferul de cunoastere intre parteneri si mentinerea unei distante cognitive optime sunt influentate si de tipul si intensitatea legaturilor care exista intre acestia. Ori, transferul de cunoastere in lipsa inovarii genereaza similaritate cognitiva, ceea ce conduce la diminuarea procesului. In acest context, ceea ce poate intretine procesul de transfer este fie dinamica permanenta a retelei prin cuprinderea de noi membri, fie accentuarea procesului de inovare, care sa creeze valoarea adaugata in ceea ce priveste cunoasterea, valoare adaugata care sa fie ulterior impartasita. Gupta si Govindarajan au descoperit ca participarea la cunoastere a membrilor unei retele de tip corporatie multinationala este asociata cu valoarea stocului de cunostinte ale membrilor retelei, cu capacitatea de absorbtie a membrilor retelei, cu densitatea canalelor de comunicare si motivatia membrilor retelei de a impartasi cunoasterea cu ceilalti. Putem spune ca aceasta este calea pe care cluster-urile, si numai ele, vor trebui sa paseasca pentru a se repositiona in tranzactiile de cunoastere.

### Proces versus Produs

La intrebarea **“Ce tip de inovare considerati ca este mai important pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra”**, raspunsurile au fost destul de echilibrate, respectiv 46,83% au indicat inovarea de produs iar 51,22% au indicat inovarea de process, restul de 3 respondenti nefinand nici un raspuns la aceasta intrebare. Acest echilibru este oarecum firesc, in conditiile in care capacitatea de inovare la nivel de produs variaza intre sectoarele industriale, iar inovarea de proces constituie inca o piatra de incercare pentru economia nationala, avand in vedere gradul inca redus de utilizare a resurselor, fata de media europeana. Pe de alta parte, inovarea de proces reprezinta o abordare mai conservatoare a dezvoltarii business-ului, resursele de inovare fiind investite cu scopul de a obtine o optimizare a unor procese existente, optimizare care sa genereze plus valoare indirecta pentru operator, prin economia de scara si, eventual, cresterea de productie. In acest caz riscurile sunt mult diminuate si, in prima etapa, pot fi utilizate resurse interne, ceea ce concorda cu modelul de abordare a inovarii care transpare din pozitile exprimate si analizate mai sus.



## Tipuri de servicii de transfer tehnologic



In examinarea tipurile de servicii de transfer tehnologic am segregat aceste servicii in servicii de baza si servicii cu valoare adaugata si am invitat participantii la cercetare sa indice maxim 5 tipuri din fiecare, pentru a putea realiza o ierarhizare. Pentru serviciile de transfer tehnologic de baza, preferintele respondentilor sunt evidentiate in graficul de mai sus.

Din grafic rezulta ca **cele mai interesante 5** tipuri de servicii de transfer tehnologic de baza sunt:

- Participarea la evenimente de profil
- Asistenta si consultanta la achizitia de noi tehnologii
- Studii, analize, cercetari de piata, prognoze
- Sprijin pentru recrutarea de personal
- Planificarea productiei design

Concomitent, **cele mai putin interesante 5** tipuri de servicii de transfer tehnologic sunt:

- Sprijin pentru tranzactionarea rezultatelor cercetarii
- Evaluare tehnologica si audit tehnologic
- Cluburi antreprenoriale
- Servicii de analiza a trendurilor tehnologice
- Acces la baze de date integrate cu oferte de CDI si TT si facilitati de cercetare si testare

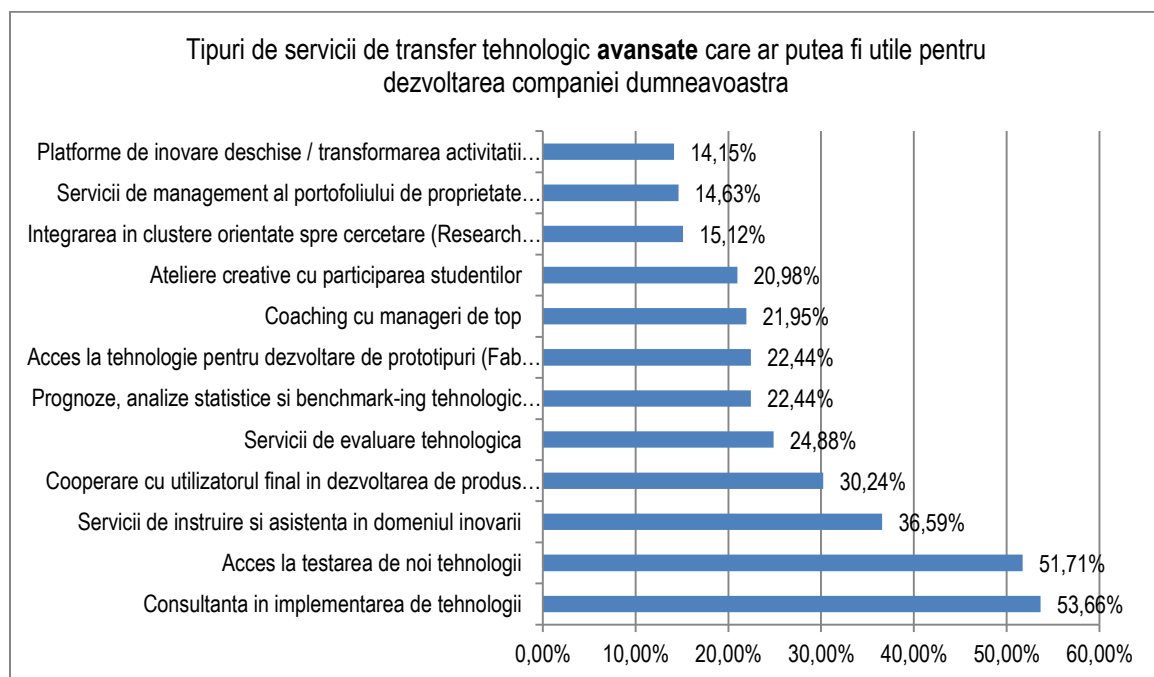
De un **interes mediu** se bucura urmatoarele tipuri de servicii:

- Facilitarea de parteneriate de transfer tehnologic
- Servicii de analiza si informare regionala
- Plasarea studentilor si elevilor in mediul de afaceri
- Acces la platforme tehnologice si de instruire sectoriale

Trebuie remarcat faptul ca ceea ce s-ar putea numi „**nucleul tare**” al procesului de transfer tehnologic, respectiv intermedierea tranzactionarii CDI, evaluare si audit tehnologic, examinarea trendurilor si baze de date, pare a fi

cel mai puțin interesant pentru antreprenori. Din punct de vedere strict utilitarist, susținerea din resurse publice a unui asemenea tip de servicii poate fi contraintuitivă. Antreprenorii, conform răspunsurilor date prin completarea chestionarului, ar accesa prea puțin aceste servicii pentru a putea forma o masă critică de clienți care să susțină ipoteza eficienței și eficacității utilizării fondurilor publice. De asemenea, susținabilitatea unei entități de transfer tehnologic care se bazează, ipotetic, pe aceste servicii, este serios amenințată deoarece, după epuizarea finanțării publice, ar intra în cvasi-incapacitate de ași susține din surse private reziliența în piață. Astfel, dacă aplicăm stricto sensu preferințele antreprenorilor la design-ul unei entități de gen, rezultatul va fi o entitate conservatoare de la care se așteaptă gestionarea unui proces inovativ. O asemenea contradicție internă are o capacitate sporită de a genera suficiente tensiuni încât să determine eșecul, pe termen mediu și lung, al procesului pe care ar trebui să îl gestioneze, devenind dintr-o organizație-punte, un prestator clasic de servicii de consultanță.

Perspectiva utilitaristă este, însă, incompletă. Preferințele exprimate de antreprenori nu trebuie ignorate însă trebuie completate cu obiectivele conținute în instrumentele de politici publice care stau la baza angajării de credite bugetare în proces. Paradigma intervenției publice în economie este tocmai aceea de a susține acele activități – construcții, servicii – care, datorită unei perspective scăzute, negative sau îndepărtate de profitabilitate, nu sunt interesante pentru un investitor. În acest caz, utilitatea economică este pusă la egalitate sau chiar subordonată utilității sociale. Revenind la entitățile de transfer tehnologic, **efortul de investiție ar trebui dublat de un efort de informare și educare, ca parte integrantă a procesului de edificare**, mai ales că antreprenorii au plasat pe locul 3 în topul preferințelor serviciilor de transfer tehnologic avansate serviciile de instruire și asistență în domeniul inovării, după cum se poate observa din graficul de mai jos.



Primele 5 servicii de transfer tehnologic avansate sunt:

- Consultanță în implementarea de tehnologii
- Acces la testarea de noi tehnologii
- Servicii de instruire și asistență în domeniul inovării
- Cooperare cu utilizatorul final în dezvoltarea de produs (Living Labs)
- Servicii de evaluare tehnologică

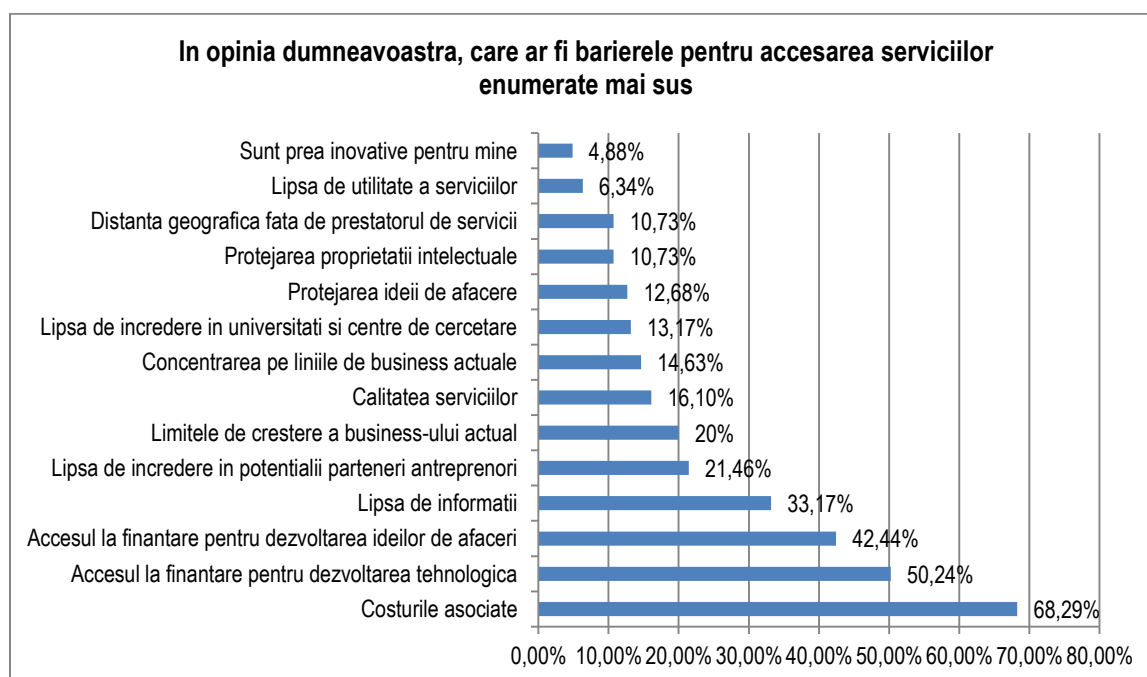
Cele mai puțin interesante servicii avansate de transfer tehnologic sunt:

- Platforme de inovare deschise / transformarea activității în platforma Open Source
- Servicii de management al portofoliului de proprietate industrială
- Integrarea în clustere orientate spre cercetare (Research Intensive Clusters -RICs)

- Ateliere creative cu participarea studentilor
- Coaching cu manageri de top

De aceasta data nucleul tare al serviciilor de transfer tehnologic este mai prezent in preferintele antreprenorilor insa trebuie sa tinem cont de faptul ca marea majoritate a serviciilor incadrate in aceasta sectiune fac parte din nucleul tare iar preferintele exprimate au fost limitate la lista de servicii avansate. Tocmai de aceea, perspectiva succesului, cel putin imediat, al unei entitati de transfer tehnologic care s-ar baza pe aceste servicii trebuie tratata cu rezerva. Este de remarcat, de asemenea, ca serviciile preferate sunt orientate, inca, spre interior, insa se poate observa o oarecare deschidere spre surse externe de inovare, respectiv utilizatorii finali integrati in concepte gen living labs.

## Bariere



Asa cum era de asteptat, antreprenorii sunt pragmatici in identificarea barierele de acces la serviciile de transfer tehnologic, preocuparile lor fiind legate de costuri si resurse financiare. Astfel, primele trei locuri in ierarhia barierele sunt ocupate, in ordine, de „costurile asociate”, „accesul la finantare pentru dezvoltare tehnologica” si „accesul la finantare pentru dezvoltarea ideilor de afaceri”. Rezulta de aici ca adresarea acestor bariere ar trebui sa devina o preocupare pivotala pentru o entitate de transfer tehnologic, in conditiile in care indepartarea lor are vocatia de a schimba sensul de dezvoltare si reorientarea spre o mai mare accesare a serviciilor oferite. Costurile ar trebui abordate atat tarifar cat si netarifar, incluzand total costuri de acces. De asemenea, preocuparea pentru accesul la finantare este legitima din partea antreprenorilor insa sfera preocuparilor trebuie largita pentru a include toate tipurile de finantari de dezvoltare ce pot fi utilizate, inclusiv finantari mai putin conservatoare, si a slabi rolul privilegiat pe care il ocupa acum in constiinta antreprenoriala finantarile publice nerambursabile. Astfel, poate nu ar fi lipsit de interes ca entitatile de transfer tehnologic prezente sau viitoare sa gandeasca pachete de servicii complete pentru antreprenori, care sa includa si solutii de finantare pentru dezvoltarea noilor produse sau afaceri.

O alta bariera relevanta este lipsa de informatii, ceea ce este convergent cu provocarile identificate in sectiunea anterioara, de unde a rezultat ca efortul de investitie in entitatile de transfer tehnologic ar trebui dublat de un efort de informare si educare, care ar putea fi favorizat de faptul ca antreprenorii au plasat pe locul 3 in topul preferintelor serviciilor de transfer tehnologic avansate serviciile de instruire si asistenta in domeniul inovarii.

La pragmatismul evidentiat mai sus este necesar sa se raspunda cu pragmatism. Preocuparile privind costurile trebuie privite sub aspectul preturilor, preocuparile privind calitatea serviciilor, accesul la finantare, lipsa de

utilitate și lipsa de încredere pot fi abordate din perspectiva modului de construire a produsului de transfer tehnologic, preocuparea privind distanța geografică și concentrarea pe liniile de business actuale pot fi depășite printr-o strategie de plasare a produsului iar lipsa de informații poate fi abordată printr-o strategie de promovare. Se întrevide astfel necesitatea unei abordări integrate de marketing, după modelul celor 4P (produs, pret, plasament, publicitate), ceea ce nu poate fi lipsit de interes într-o strategie de dezvoltare a acestor entități având în centru nevoile antreprenorilor, atât cele prezente cât și cele viitoare, și ținând cont de necesitatea de a asigura sustenabilitatea și reziliența în piața a entităților.

## Anexa 1

### Evaluarea nevoii de servicii de cercetare dezvoltare si inovare si transfer tehnologic

Scopul chestionarului este de a identifica cererea de servicii de cercetare – dezvoltare – inovare si transfer tehnologic existentă în Regiunea Centru precum și a potențialului de creștere și specializare regională bazat de activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare și transfer tehnologic.

Chestionarul vizează, în special, obținerea de informații cu privire la rezultatele din activitatea de CDI și/sau TT în domeniile de excelență din strategia de specializare inteligentă (și nu numai) precum și impactul acestora în economie sau societate, astfel încât să permită o identificare a specializării regionale care derivă din punerea în relație a mediului de afaceri regional cu activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare și transfer tehnologic.

Completarea chestionarului se poate realiza în maxim 10 minute.

Cercetarea se adresează companiilor din Regiunea Centru, indiferent de domeniul de activitate, cu accent pe operatorii economici titulari ai proiectelor finanțate în cadrul POR 2007 – 2013 precum și din cadrul operațiunilor preluate din Axele I și III POSCCE 2007 – 2013

#### Disclaimer

Toate informațiile furnizate de dumneavoastră vor fi tratate confidențial și vor fi utilizate exclusiv în scopul elaborării Documentului cadru pentru strategia de cercetare și inovare regională pentru specializare inteligentă. Datele vor fi prelucrate și prezentate agregat în cadrul Strategiei de Specializare Inteligentă a Regiunii Centru.

### CHESTIONAR

#### Profil de companie

Sediu social	
Domeniu de activitate (inclusiv CAEN)	
Identificarea sectorului industrial beneficiar al producției (ex: automotive, alimentar, aeronautic etc.)	
Anul înființării	
Nr. angajați actual	

#### Tipul activității

Prelucrare primară	Piese si subansamble sau operatiuni limitate	Ansamble si sisteme pregatite pentru integrare	Produce finite	Servicii

#### Dezvoltarea portofoliului de produse / servicii

Ati introdus produse / servicii noi pe piata in ultimii 5 ani?	Da / Nu
Daca da, cate?	Numar
Cat din cifra de afaceri este generata de aceste noi produse / servicii	Procent
Motivul pentru care ati dezvoltat noi produse / servicii	Produsele / serviciile existente nu mai erau competitive
	Produsele / serviciile existente nu mai erau cautate
	La solicitarea clientilor / partenerilor
	Am identificat o nisa de piata
	Am achizitionat o noua tehnologie
Conceptia si proiectarea noului produs / serviciu a fost realizata prin	Alte motive
	Surse proprii interne ale companiei
	Documentatie asigurata de client
	Furnizor extern de consultanta
	Achizitie de brevet / licenta
	Achizitie de tehnologie
Colaborare cu universitate / institute de cercetare	
	Altele

Utilizarea serviciilor de consultanta

Ati achizitionat servicii de consultanta in ultimii 5 ani?	Da / Nu	
Daca DA, va rugam sa bifati tipul serviciilor achizitionate	<input type="checkbox"/>	Elaborare planuri de afaceri si studii de marketing
	<input type="checkbox"/>	Elaborare de studii de fezabilitate si proiecte tehnice
	<input type="checkbox"/>	Elaborarea de documentatii tehnice aferente produselor
	<input type="checkbox"/>	Audit financiar
	<input type="checkbox"/>	Audit de certificare / recertificare
	<input type="checkbox"/>	Audit energetic
	<input type="checkbox"/>	Audit tehnologic
	<input type="checkbox"/>	Certificare de proces / produs
	<input type="checkbox"/>	Servicii de testare / laborator
	<input type="checkbox"/>	Servicii de dezvoltare de produs
	<input type="checkbox"/>	Dezvoltarea / implementarea de aplicatii IT
	<input type="checkbox"/>	Transfer tehnologic
	<input type="checkbox"/>	Dezvoltare de produs / serviciu
	<input type="checkbox"/>	Consultanta de mediu
<input type="checkbox"/>	Consultanta financiara si fiscala	
<input type="checkbox"/>	altele	

**Evaluarea nevoilor de servicii de cercetare, dezvoltare, inovare si transfer tehnologic**

Planuri de introducere noi produse

Estimati ca veti introduce noi produse / servicii pe piata in urmatorii 5 ani?	Da / Nu	
Daca DA, in ce stadiu sunt in acest moment?	<input type="checkbox"/>	Gata de lansare
	<input type="checkbox"/>	Pregatire de fabricatie / teste
	<input type="checkbox"/>	Design / proiectare /
	<input type="checkbox"/>	Cercetare piata
	<input type="checkbox"/>	Intentie de dezvoltare / incipient
Conceptia si proiectarea noului produs / serviciu va fi realizata prin	<input type="checkbox"/>	Surse proprii interne ale companiei
	<input type="checkbox"/>	Documentatie asigurata de client
	<input type="checkbox"/>	Furnizor extern de consultanta
	<input type="checkbox"/>	Achizitie de brevet / licenta
	<input type="checkbox"/>	Achizitie de tehnologie
	<input type="checkbox"/>	Colaborare cu universitate / institut de cercetare
<input type="checkbox"/>	Altele	

Surse de informare pentru dezvoltarea tehnologica a companiei

Ce surse de informare utilizati pentru examinarea progresului tehnologic din domeniul dumneavoastra de activitate  <i>(pentru fiecare sursa de informare identificata va rugam sa acordati un scor de la 0 la 4, unde 0 reprezinta deloc utilizata iar 4 foarte utilizata)</i>	<input type="checkbox"/>	Furnizori de tehnologie
	<input type="checkbox"/>	Cienti
	<input type="checkbox"/>	Contact cu universitati / institute de cercetare
	<input type="checkbox"/>	Participarea in clustere
	<input type="checkbox"/>	Participarea la targuri de tehnologie
	<input type="checkbox"/>	Participarea in asociatii profesionale
	<input type="checkbox"/>	Altele

Proces / Produs

Ce tip de inovare considerati ca este mai important pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra

Inovarea de proces	Inovarea de produs
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tipuri de **servicii de transfer tehnologic de baza** care ar putea fi utile pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra – va rugam sa bifati maxim 5 din tipurile de servicii identificate mai jos

Cluburi antreprenoriale	
Plasarea studentilor si elevilor in mediul de afaceri	
Acces la baze de date integrate cu oferte de CDI si TT si facilitati de cercetare si testare	
Studii, analize, cercetari de piata, prognoze	
Participarea la evenimente de profil	
Sprrijin pentru recrutare de personal	
Asistenta si consultanta la achizitia de noi tehnologii	
Evaluare tehnologica si audit tehnologic	
Planificarea producției, design	
Sprrijin pentru tranzactionarea rezultatelor cercetarii / inovarii	
Servicii de analiza a trendurilor tehnologice	
Servicii de analiza si informare regionala	
Acces la platforme tehnologice si de instruire sectoriale	
Facilitarea de parteneriate de transfer tehnologic	

Tipuri de **servicii de transfer tehnologic avansate** care ar putea fi utile pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra – va rugam sa bifati maxim 5 din tipurile de servicii identificate mai jos

Ateliere creative cu participarea studentilor	
Coaching cu manageri de top	
Platforme de inovare deschise / transformarea activitatii in platforma Open Source	
Cooperare cu utilizatorul final in dezvoltarea de produs (Living Labs)	
Acces la tehnologie pentru dezvoltare de prototipuri (Fab Labs)	
Servicii de instruire si asistenta in domeniul inovarii	
Servicii de management al portofoliului de proprietate industriala	
Integrarea in clustere orientate spre cercetare (Research Intensive Clusters -RICs)	
Consultanta in implementarea de tehnologii	
Servicii de evaluare tehnologica	
Prognoze, analize statistice si benchmark-ing tehnologic si de inovare	
Acces la testarea de noi tehnologii	

Bariere in accesarea serviciilor

In opinia dumneavoastra, care ar fi barierele pentru accesarea serviciilor enumerate mai sus - va rugam sa bifati maxim 5 asemenea bariere identificate	Costurile asociate	
	Protejarea proprietatii intelectuale	
	Accesul la finantare pentru dezvoltarea ideilor de afaceri	
	Lipsa de incredere in potentialii parteneri antreprenori	
	Concentrarea pe liniile de business actuale	
	Limitele de crestere a business-ului actual	
	Accesul la finantare pentru dezvoltarea tehnologica	
	Lipsa de utilitate a serviciilor	
	Distanta geografica fata de prestatorul de servicii	
	Protejarea ideii de afacere	
	Sunt prea inovative pentru mine	
	Lipsa de informatii	
	Lipsa de incredere in universitati si centre de cercetare	
Calitatea serviciilor		

Date de identificare

Numele companiei	
Numele si pozitia persoanei care a completat chestionarul	
Date de contact – telefon, e-mail	

## Anexa 2 Tabloul de bord

		valoare absoluta	procent
	Numar de respondenti	205	30,10%
	Numar de firme care au introdus produse noi pe piata in ultimii 5 ani	144	70,24%
	Numar de produse noi introduse pe piata	3394	n/a
	Numar mediu de produse noi introduse pe piata	23,57	n/a
	Impactul mediu al acestor produse in cifra de afaceri	n/a	34,18%
10. Motivul pentru care ati dezvoltat noi produse / servicii	Produsele / serviciile existente nu mai erau competitive	31	21,53%
	Produsele / serviciile existente nu mai erau cautate	6	4,17%
	La solicitarea clientilor / partenerilor	70	48,61%
	Am identificat o nisa de piata	57	39,58%
	Am achizitionat o noua tehnologie	81	56,25%
	Alte motive (detalii):	6	4,17%
11. Conceptia si proiectarea noului produs / serviciu a fost realizata prin:	surse proprii interne ale companiei	100	69,44%
	documentatie asigurata de client	21	14,58%
	furnizor extern de consultanta	21	14,58%
	achizitie de brevet / licenta	2	1,39%
	achizitie de tehnologie	56	38,89%
	colaborare cu universitate / institute de cercetare	5	3,47%
	altele	5	3,47%
	12. Ati achizitionat servicii de consultanta in ultimii 5 ani?	149	72,68%
13. Daca DA va rugam sa bifati tipul serviciilor achizitionate	Elaborare planuri de afaceri si studii de marketing	75	50,34%
	Elaborare de studii de fezabilitate si proiecte tehnice	47	31,54%
	Elaborarea de documentatii tehnice aferente produselor	22	14,77%
	Audit financiar	47	31,54%
	Audit de certificare / recertificare	53	35,57%
	Audit energetic	16	10,74%
	Audit tehnologic	8	5,37%
	Certificare de proces / produs	25	16,78%
	Servicii de testare / laborator	26	17,45%
	Servicii de dezvoltare de produs	10	6,71%
	Dezvoltarea / implementarea de aplicatii IT	40	26,85%
	Transfer tehnologic	6	4,03%
	Dezvoltare de produs / serviciu	16	10,74%
	consultanta de mediu	19	12,75%
	Consultanta financiara si fiscala	43	28,86%
	altele	11	7,38%
	14. Estimati ca veti introduce noi produse / servicii pe piata in urmatoorii 5 ani?	164	80,00%
15. daca DA, in	Gata de lansare	6	3,66%



ce stadiu sunt in acest moment	Pregatire de fabricatie / teste	22	13,41%
	Design / proiectare	25	15,24%
	cercetare piata	39	23,78%
	Intentie de dezvoltare / incipient	71	43,29%

16. Conceptia si proiectarea noului produs / serviciu a fost realizata prin:	surse proprii interne ale companiei	117	71,34%
	documentatie asigurata de client	20	12,20%
	furnizor extern de consultanta	27	16,46%
	achizitie de brevet / licenta	4	2,44%
	achizitie de tehnologie	53	32,32%
	colaborare cu universitate / institute de cercetare	15	9,15%
	altele	9	5,49%

		Punctaj total	Medie punctaj
17. Ce surse de informare utilizati pentru examinarea progresului tehnologic din domeniul dumneavoastra de activitate	furnizori de tehnologie	538	2,65
	clienti	560	2,75
	Contact cu universitati / institute de cercetare	145	0,71
	participarea in clustere	118	0,58
	participarea la targuri de tehnologie	438	2,15
	participarea in asociatii profesionale	217	1,06
	altele	4	0,02

18. Ce tip de inovare considerati ca este mai important pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra	inovare de produs	96	46,83%
	inovare de proces	105	51,22%

19. Tipuri de servicii de transfer tehnologic de baza care ar putea fi utile pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra – va rugam sa bifati maxim 5 din tipurile de servicii	cluburi antreprenoriale	33	16,10%
	Plasarea studentilor si elevilor in mediul de afaceri	45	21,95%
	Acces la baze de date integrate cu oferte de CDI si TT si facilitati de cercetare si testare	40	19,51%
	Studii, analize, cercetari de piata, prognoze	92	44,88%
	Participarea la evenimente de profil	132	64,39%
	Srijin pentru recrutare de personal	67	32,68%
	Asistenta si consultanta la achizitia de noi tehnologii	101	49,27%
	Evaluare tehnologica si audit tehnologic	23	11,22%
	Planificarea productiei, design	57	27,80%
	Srijin pentru tranzactionarea rezultatelor cercetarii / inovarii	14	6,83%
	Servicii de analiza a trendurilor tehnologice	35	17,07%

identificate mai jos:	Servicii de analiza si informare regionala	49	23,90%
	Acces la platforme tehnologice si de instruire sectoriale	41	20,00%
	Facilitarea de parteneriate de transfer tehnologic	53	25,85%

20. Tipuri de servicii de transfer tehnologic avansate care ar putea fi utile pentru dezvoltarea companiei dumneavoastra – va rugam sa bifati maxim 5 din tipurile de servicii identificate mai jos	Ateliere creative cu participarea studentilor	43	20,98%
	Coaching cu manageri de top	45	21,95%
	Platforme de inovare deschise / transformarea activitatii in platforma Open Source	29	14,15%
	Cooperare cu utilizatorul final in dezvoltarea de produs (Living Labs)	62	30,24%
	Acces la tehnologie pentru dezvoltare de prototipuri (Fab Labs)	46	22,44%
	Servicii de instruire si asistenta in domeniul inovarii	75	36,59%
	Servicii de management al portofoliului de proprietate industriala	30	14,63%
	Integrarea in clustere orientate spre cercetare (Research Intensive Clusters - RICs)	31	15,12%
	Consultanta in implementarea de tehnologii	110	53,66%
	Servicii de evaluare tehnologica	51	24,88%
	Prognoze, analize statistice si benchmark-ing tehnologic si de inovare	46	22,44%
	Acces la testarea de noi tehnologii	106	51,71%

21. Bariere in accesarea serviciilor In opinia dumneavoastra, care ar fi barierele pentru accesarea serviciilor enumerate mai sus - va rugam sa bifati maxim 5 asemenea bariere identificate	Costurile asociate	140	68,29%
	Protejarea proprietatii intelectuale	22	10,73%
	Accesul la finantare pentru dezvoltarea ideilor de afaceri	87	42,44%
	Lipsa de incredere in potentialii parteneri antreprenori	44	21,46%
	Concentrarea pe liniile de business actuale	30	14,63%
	Limitele de crestere a business-ului actual	41	20,00%
	Accesul la finantare pentru dezvoltarea tehnologica	103	50,24%
	Lipsa de utilitate a serviciilor	13	6,34%
	Distanta geografica fata de prestatorul de servicii	22	10,73%
	Protejarea ideii de afacere	26	12,68%
	Sunt prea inovative pentru mine	10	4,88%
	Lipsa de informatii	68	33,17%
	Lipsa de incredere in universitati si centre de cercetare	27	13,17%
	Calitatea serviciilor	33	16,10%