

PRO ANTREPRENOR

NR. 6/2020



UNIVERSITATEA DIN PETROȘANI
STR. UNIVERSITĂȚII, NR. 20, PETROȘANI
HUNEDOARA
www.upet.ro/sas

ISSN 2457 - 3140

FII ANTREPRENOR, FII ACTIV ÎN S.A.S. UPET!

The collage features several business-related elements: a laptop keyboard, a handshake, a contract document, an invoice, and various charts and graphs. The background is a light wood texture, and the foreground is overlaid with a colorful geometric pattern of triangles in shades of purple, blue, and red.

Product	2015	2016	%Growth
Product A - Base	100,000	108,287	+8.29%
Product A - Add	91,938	99,912	+8.68%
Product B - Base	125,810	142,000	+12.87%
Product B - Add	278,101	319,000	+14.71%
Product C - Base	11,827	11,827	0%
Product C - Add	47,028	107,812	+231.34%

Company's Growth

Business Company

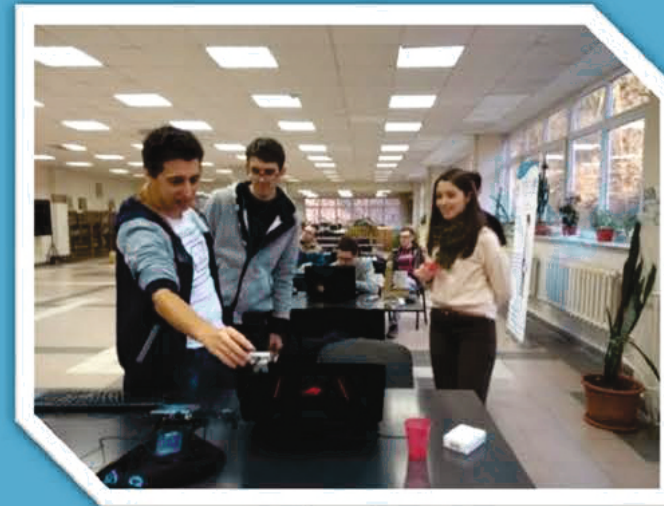
Invoice

Customer: Example, LTD

Quantity

Amount

ECHIPA EDITORIALĂ



Redactor-șef
Bogye Alexandru

**Editori și
coordonatori**
Conf. univ. dr. ec. Isac Claudia
Conf. univ. dr. ec. Niță Dorina

Colaborare
Malairos Alexandru
Ciuraru Cosmina
Turcu Diana
Cenușe Melinda

CUPRINS

Green Hotels	02
Responsabilitatea ecologică în industria auto din România	04
Salvarea mediului înconjurător prin ecoantreprenoriat	08
Antreprenoriatul verde. Oportunitate a economiei contemporane începe cât mai repede	11
EI SUNT LÂNGĂ NOI: Dacă ai întârziat, începe astăzi și rămâi perseverent	13
EI SUNT LÂNGĂ NOI: Antreprenorii nu au vârstă, au curaj și perseverență !	14
Proiecte cu și despre antreprenoriat la Universitatea din Petroșani	16
Proiectul Eu – Antreprenor creșterea participării studenților din categorii vulnerabile la programe de studii de licență prin inovare antreprenorială	18
Acordurile de parteneriat – Expresie a colaborării dintre universități și mediul de afaceri	21
Sas-Upet prezintă la Business Days Timișoara 2019	24



GREEN HOTELS
Conf.univ.dr. Dorina Niță



Sintagma de Green Hotel (Hotel Verde) este folosită uzual pentru a desemna hotelurile care promovează politici prietenoase cu mediul înconjurător (friendly environment). Dacă avem în vedere definiția de pe www.xotels.com, Green Hotel este "un hotel care are drept prioritate centrală asigurarea sustenabilității prin politicile, strategiile și practicile sale de afaceri. Principala caracteristică ce îl diferențiază față de celelalte tipuri de hoteluri se referă la preocuparea de a reduce, cât de mult posibil, emisiile de carbon, consumul de apă și energie electrică, de a diminua risipa și deșeurile rezultate în urma desfășurării activității economice specifice. Deasemenea, termenul este asociat și noilor locații hoteliere construite prin utilizarea de materiale care ajută la conservarea energiei sau lasă o amprentă cât mai mică asupra mediului înconjurător".

Un "Green Hotel" se dovedește a fi prietenos cu mediul înconjurător prin folosirea unor tehnologii și metode care permit:

- Reducerea consumului de apă – de băut, folosită la igiena personală sau la spălătul rufelor și a lenjeriei, din piscine, ș.a., încurajând și oaspeții să manifeste grijă față de mediul înconjurător (de exemplu prin amplasarea pe mese a unor anunțuri de genul "Apa de băut se servește doar la cerere"; postând în băile camerelor anunțuri prin care oaspeții sunt rugați să folosească prosoapele mai mult decât o singură dată etc.; utilizarea la wc-uri sau dușuri a unor sisteme de limitare a consumului de apă etc.);
- Reducerea consumului de energie electrică sau de combustibil - prin utilizarea, de exemplu, a ledurilor, senzorilor de mișcare, VAC-urilor, termostatelor cu control a temperaturii din cameră, cardurilor cu cititoare pentru camera de hotel care permit cuplarea utilităților la rețeaua electrică, cât timp cardul de acces se află în suportul economizorului (cititorului de reducere a consumurilor) etc.). Alte modalități prin care se poate considera că este redus consumul de energie sunt reprezentate de co-generare sau utilizarea energiei verzi (panouri solare, biomasă, eoliene, microhidrocentrale etc.);
- Diminuarea cantităților de deșuri solide - cea mai facilă cale fiind reprezentată de reciclare: a șervețelelor și prosoapelor de hârtie, sticlelor, ambalajelor etc.; reutilizarea unor materiale (folosirea resturilor de mâncare pentru a crea compost/îngrășământ ce poate fi utilizat ulterior la fertilizarea spațiilor verzi din jurul hotelului sau a propriilor grădini de legume) sau evitarea unor ambalări excesive;
- Procurarea alimentelor și a produse și servicii necesare din proximitate - oferind în acest mod oportunitatea susținerii dezvoltării afacerilor locale ale producătorilor, fermierilor și distribuitorilor;
- Evitarea risipei și consum responsabil – prin folosirea, de exemplu a dozatoarelor de șampon sau săpun care permit eliberarea unei anumite cantități prin apăsarea unui buton.

În prezent, există o multitudine de echipamente, instalații, tehnologii și măsuri ce pot fi folosite și prin care un hotel poate considera că este prietenos cu mediul înconjurător. Adoptarea unei "culturi de protejare a mediului" implică alegerea căii/căilor prin care se înregistrează beneficii de ambele părți: atât mediul înconjurător este protejat, cât și performanțele financiare ale hotelului sunt îmbunătățite.

Măsurile "active" menționate anterior pot fi dublate și de o serie de măsuri "pasive", cum ar fi adoptarea unui design astfel încât să se folosească lumina naturală pe o perioadă cât mai lungă a zilei sau să se asigure o circulație a aerului care să limiteze folosirea sistemelor de ventilație și de aer condiționat.

Într-un Green Hotel, oaspeții, personalul și conducerea hotelului sunt mai sănătoși pentru că aceștia nu iau contact cu fumul de țigară, cu odorizante, cu vapori toxici sau otrăvitori provenind de la produsele de curățenie. Percepția că lucrează într-un mediu în care sănătatea și securitatea lor este valorizată, este extrem de importantă pentru personalul angajat pentru că induce sentimentul că au o contribuție pozitivă pentru societate, întăresc prestigiul firmei și motivează personalul. Un personal motivat va furniza servicii de calitate mai ridicată pentru oaspeții hotelului.

Aceleași sentimente de grijă față de sănătate și siguranță se întâlnesc și în cazul oaspeților constituind câteodată un factor luat în considerare la alegerea locației de concediu și apoi pentru loializarea clientelei. S-a dovedit că evidențierea titlaturii de green hotel constituie un pol de atracție atât pentru cei ce doresc să lucreze în mediul hotelier pentru că au garanția unui loc de muncă unde există preocupare pentru sănătatea lor, dar și pentru turiștii care cunosc deja această sintagmă; în același timp, atrage atenția celor care o aud pentru prima oară și există posibilitatea ca înțelegând-o să o aprecieze și să încerce "să o ducă acasă" preocupându-se de conservarea energiei sau a apei și deci reducând facturile, dar și încercând să trăiască într-un mediu mai curat.

Chiar dacă nu toată lumea împărtășește acest entuziasm, chiar și influențarea unui procent mic din staff, stakeholders sau milioanele de turiști ce beneficiază de servicii hoteliere constituie un câștig pentru mediul înconjurător.

Bibliografie:

- [1] Bohdanowicz P 2005 European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening the Business. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46: 188-204
- [2] Zhang L, Wu J and Zhang X 2017 The Value of Going Green in the Hotel Industry: Evidence from Beijing *Real Estate Economics*. DOI: 10.1111/1540-6229.12225
- [3] *** Considering waste as a resource to re-think procurement requirements in the Maldives, https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/considering_waste_as_a_resource_to_rethink_proc_requirement_in_the_maldives.pdf
- [4] *** Environmental management for hotels. The Industry Guide for Sustainable Operation, Chapter 1. Policy and management, <https://www.greenhotelier.org/wp-content/uploads/2012/05/EMH-1-Policy-Management-for-web-1-1.pdf>
- [5] *** Environmental management systems – Requirements with guidance for use <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:en>
- [6] *** Hotel Industry Embraces Green Revolution, <https://www.entrepreneur.com/article/201838>
- [7] *** Go Green Hotels – Green Ideas for Hotels, <http://www.globalstewards.org/green-hotel.htm>
- [8] Association of Southeast Asian Nation (ASEAN), <https://nezeh.com/asean-green-hotels/>
- [9] Green Hotels Association, www.greenhotels.com
- [10] Green Hotelier, www.greenhotelier.org
- [11] www.xotels.com
- [12] www.oneplanetnetwork.org



RESPONSABILITATEA ECOLOGICĂ ÎN INDUSTRIA AUTO DIN ROMÂNIA

Conf.univ.dr.ec. DURA Codruța

Responsabilitatea socială corporativă (RSC) este un concept care s-a impus în managementul modern al afacerilor după cel de-al doilea Război Mondial, pe fondul accelerării proceselor de creștere economică și al amplificării rolului jucat de marile corporații pe scena afacerilor derulate la nivel global. Demersurile de implementare a unor programe de responsabilitate socială s-au materializat prin asumarea voluntară, de către marile corporații, dincolo de obligațiile legale sau de restricțiile economice în care trebuiau să se încadreze, a unor obiective și preocupări din zonele socială, de mediu, etică, filantropică etc., într-o manieră transparentă și consecventă, care vizează dezvoltarea de ansamblu a comunităților.

Acesta este contextul în care mediul de afaceri de la nivel global și-a sporit în ultimii ani nivelul de conștientizare în ceea ce privește impactul pe care îl exercită tehnologiile moderne de producție asupra calității mediului ambiant. Astfel, instalațiile industriale din Europa generează un volum impresionant de emisii de poluanți atmosferici și gaze cu efect de seră, la care se adaugă cantități imense de reziduuri și deșeuri deversate în atmosferă, în apele mărilor și oceanelor sau pe sol ori în subsol. Toate aceste efecte negative ale activității economice pun în pericol existența florei și faunei, afectează echilibrul ecologic al Planetei, și în consecință, periclitează supraviețuirea speciei umane. De la înțelegerea profundă a cauzelor și implicațiilor dezastrelor ecologice și până la a definirea responsabilității sociale corporatiste în strânsă corelare cu obiectivele ecologice nu a mai fost decât un pas. În noua concepție, corporațiile trebuie să își asume un roluri active de actori sociali responsabili care să integreze în strategiile de business preocupări și inițiative de protecție a mediului ambiant cum ar fi:

- Implicarea activă în procesele de elaborare și implementare a strategiilor de mediu la nivel local, regional și național;
- Cuantificarea impactului exercitat asupra mediului înconjurător de procedeele și tehnologiile de fabricație încorporate în procesul de producție și identificarea unor soluții alternative de protecție a factorilor ambiențiali;
- Dezvoltarea de produse "verzi", sustenabile și de prestații prietenoase cu mediul ambiant;
- Încorporarea activităților referitoare la protecția mediului în programele de investiții ale companiei, în activitatea operațională și în strategiile de marketing;
- Dezvoltarea capitalului uman ca resursă strategică de creștere a sustenabilității, prin organizarea de cursuri de formare profesională ecologică pentru manageri, angajați și acționari;

- Creșterea gradului de transparentizare a activităților legate de protecția mediului ambiant și informarea corectă publicului larg asupra impactului negativ exercitat de activitățile industriale asupra mediului, dar și asupra cazurilor de "bună practică" în ceea ce privește identificarea unor soluții inovative de diminuare a acestui impact.

În țara noastră, emergența conceptului de responsabilitate socială corporativă este datată în anii 1990, o dată cu apariția primelor ONG-uri, în special a unora cu scop umanitar, fondate cu sprijinul instituțiilor internaționale, publice sau private. Acest fenomen a fost urmat în anii 2000 de o serie de măsuri reformatoare care au afectat modelul de business tradițional și au fost întreprinse ca parte a pregătirii țării noastre pentru integrarea în Uniunea Europeană. Măsurile menționate au vizat angrenarea companiilor de diferite dimensiuni din sectoare economice diversificate, în implementarea programelor de responsabilitate socială corporativă, ce au vizat, printre altele, înlocuirea tehnologiilor de producție învechite, datorită presiunilor legate de mediul înconjurător și de legislație și datorită intensificării preocupărilor pentru promovarea dezvoltării durabile a societății. O dată cu integrarea țării noastre în Uniunea Europeană, companiile românești au început să conștientizeze efectele pozitive ale aplicării responsabilității sociale și să dezvolte programe integrate în domeniu.

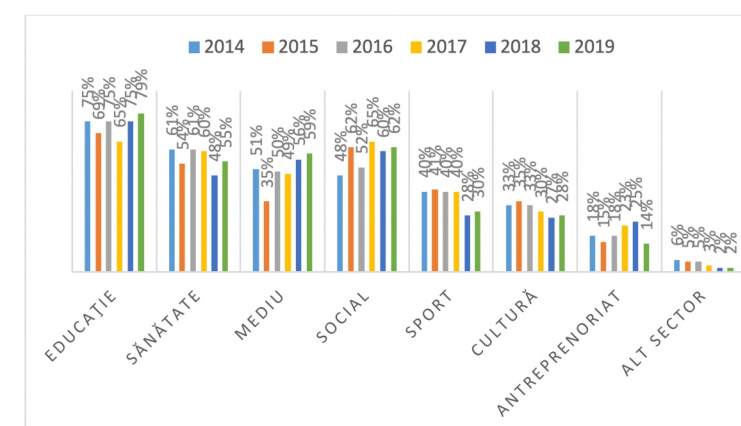


Figura nr. 1. Domeniile de implicare socială a companiilor din România

Sursa: <https://www.csrmedia.ro/studii-csr/>

În figura 1 se prezintă domeniile de implicare socială a corporațiilor românești în perioada 2014-2019. Așa cum se poate observa, sectoarele către care au fost drenate cele mai mari sume pentru implementarea programelor de responsabilitate socială sunt: educația; sănătatea; protecția mediului ambiant; implicarea în problemele sociale etc. În acest clasament multianual, investițiile în programele de mediu ocupă locul al treilea între preocupările oamenilor de afaceri locali, cu dinamici crescătoare, de la 35% din intervenții în 2015 la 59% din intervenții în 2019.

Actualmente industria auto din România este reprezentată de doi mari producători de automobile - Dacia și Ford - cu o contribuție de 14% din PIB-ul României în anul 2019, respectiv de 26% din exportul României. România deține o pondere de 63,5% din producția de vehicule din Europa de Sud Est, conform unor analize realizate de publicația de specialitate Ziarul Financiar. Peste 185.000 de români lucrează în această industrie, atât pe platformele de la Mioveni și Craiova, dar și în zecile de firme producătoare de subansamble auto răspândite prin țară.

Am realizat o documentare succintă cu privire la politicile de responsabilitate socială aplicate de cei doi mari producători care domină industria auto din România.

Cele 4 axe pe care se construiește vizunea RSC la Groupe Renault România sunt definite astfel:

1. Mobilitate pentru toți - esențială pentru dezvoltarea economică și crearea de legături sociale. Aceasta implică, de asemenea, sprijinirea schimbărilor de comportament și a resorturilor care generează modelele de consum. Strategia Renault este aceea de a încerca să înțeleagă aceste tendințe, pentru a proiecta produse mai bine adaptate la noi utilizări, printr-un proces continuu de experimentare.



2. Siguranța rutieră - în acest domeniu, Grupul susține promovarea unui comportament pozitiv: acțiuni centrate pe nevoia de conștientizare a siguranței rutiere (teoretice și practice), dar și învățarea unor gesturi de conducere economică și ecologică. Formările interne pentru siguranța rutieră și condusul ecologic sunt oferite personalului pentru care aceste activități constituie o prioritate.

3. Politica de mediu la Groupe Renault - Constructorul auto are implementat sistemul de management de mediu certificat de ISO14001. Prioritățile politicii de mediu în cadrul acestui producător auto autohton au fost formulate astfel: schimbarea climei și eficiența energetică; resursele și economie circulară competitivă; sănătatea ecosistemelor; serviciile și sistemele de mobilitate inovatoare; managementul mediului, transparența și responsabilitatea comunicațiilor și a dialogului cu părțile interesate.

4. Pentru că o companie este în primul rând formată din angajați a căror motivație și aptitudini sunt surse esențiale de competitivitate, Groupe Renault asigură dezvoltarea capitalului uman. Managementul superior consideră că este important ca această corporație să ofere, peste tot în lume, un mediu de lucru motivant, oportunități de formare în concordanță cu nevoile de afaceri, dar și cu aspirațiile angajaților, având la bază reguli de recunoaștere echitabile, pentru a stimula performanța individuală și colectivă. În cadrul comunităților, Groupe Renault sprijină acțiuni în favoarea educației și a diversității în rândul copiilor și tinerilor, cu accent pe învățământul superior și cel profesional.

În opinia managementului corporației Ford, responsabilitatea socială organizațională înseamnă că entitatea economică își propune să îi ajute pe cei din jurul său, că este conștientă de problemele de mediu și că acceptă diversitatea socială. Ca organizație globală, managementul Ford înțelege și acceptă responsabilitatea socială și angajamentul asumat față de oamenii de pe întreg mapamondul. Ford a elaborat un program special, menit să promoveze toleranța și egalitatea de șanse, precum și să sprijine activ programele de protecție socială și de mediu.

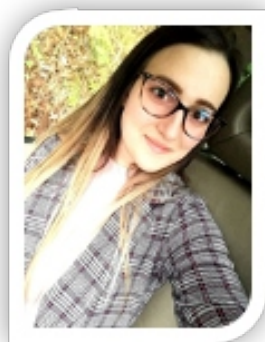
De asemenea, potrivit site-ului www.ford.ro, compania se află pentru al optulea an consecutiv în topul celor mai etice companii din lume. Evaluarea "Cea mai etică companie din lume" se bazează pe o structură dezvoltată de Institutul Ethisphere, cu scopul de a stabili performanța unei organizații într-o manieră obiectivă, consistentă și standardizată.

Distincția este oferită pe baza evaluării din cinci categorii: etică și conformitate; cetățenie corporativă și responsabilitate; cultura eticii, guvernării și leadership-ului; inovație; reputație; importanța implicării Ford în domeniul eticii pentru consumatori. Ford este prima firmă producătoare de mașini care a obținut certificarea ISO 14001, un standard riguros legat de protejarea mediului, pentru toate fabricile Ford din lume. Primul model de mașină cu motor hibrid, fabricat integral în România, a văzut lumina zilei în octombrie 2019 la uzina Ford din Craiova. Este primul pas românesc major, în ton cu dezvoltările tehnologice mondiale. La începutul acestui an, Ford a anunțat că fiecare nou autoturism pe care îl va lansa va include o opțiune electrificată. Compania americană se așteaptă ca motoarele electrice să reprezinte mai mult de jumătate din vânzările totale în următorii doi ani, așa că nu ar fi exclus ca anul viitor să fie anunțat un nou vehicul hibrid sau full electric la fabrica din Craiova.

Prin urmare, orientarea producătorilor de autovehicule din România spre o politică de responsabilitate socială activă în cadrul căreia preocuparea pentru protejarea mediului ambiant este o axă majoră, este evidentă și are asigurate premisele continuității în anii care vor urma. Integrarea locală și atragerea de noi furnizori reprezintă o opțiune strategică majoră pentru continuarea dezvoltării în sectorul auto.

Bibliografie:

1. Dura, C.; Isac, C.; Ghicajanu, M., Responsabilitatea socială corporativă. Fundamente teoretice și studii de caz, Editura Universitas, 2018
2. Voiculescu, N.; Neagu, M., I., Responsabilitatea socială a întreprinderilor. De la concept la normativizare, Editura Universitară, București, 2016
3. ***, CSRmedia&Valoria, Dinamica și perspectivele domeniului CSR în România, Edițiile VI, VII, 2017, 2018 2019
4. <http://www.responsabilitatesociala.ro>
5. <https://www.zf.ro/>
6. <https://pressone.ro/>
7. <https://www.grouperenault.ro/>
8. <https://www.ford.ro/>
9. <https://www.digi24.ro/>
10. <http://www.debizz.ro/>



SALVAREA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR PRIN ECOANTREPRENORAT

Ciuraru Cosmina - Izabela

Actualii antreprenori și, de ce nu, viitorii antreprenori devin tot mai preocupați de salvarea mediului înconjurător. De ce? Simplu! Pentru că MEDIUL ÎNCONJURĂTOR înseamnă VIAȚĂ. Avem nevoie de aer curat, avem nevoie de fauna, este esențial, de fapt, pentru sănătatea noastră, a tuturor. Astăzi, preocuparea spre a asigura calitatea unei vieți devine tot mai "vânată" și mai populară.



Sloganul unui program numit "ReUse Hub" care susține intrarea în sfera antreprenoriatului verde spune așa: "Acolo unde se termină viața unui produs, începe business-ul tău". Pare a fi un îndemn spre a profita de beneficiile reciclării sau, altfel spus, de ceea ce ne poate oferi un produs care și-a încheiat ciclul de viață, care în final poate aduce o idee de afacere bine consolidată.

Așadar, implicarea guvernelor în ceea ce privește protejarea mediului devine tot mai amplă. Afacerile prezente pe piața UE sunt din ce în ce mai controlate în ceea ce privește poluarea, pentru a reduce impactul asupra Pământului. Guvernele încep să susțină tot mai mulți antreprenori care sunt sau care devin preocupați de mediu.

Cum intervenim noi în rezolvarea acestor probleme ale mediului? Variante sunt destule, doar trebuie să ne dorim să schimbăm ceva, să schimbăm viața și concepția noastră, să devenim responsabili pentru noi și pentru generațiile următoare. Putem profita de această problemă mondială, putem utiliza sau achiziționa autoturisme electrice sau biciclete, putem folosi energie regenerabilă obținută din ceea ce natura ne oferă (energie solară, eoliană), putem deveni mai conștienți în ceea ce privește reciclare selectivă (pet-uri, hârtii colorate, hârtii de ziar). Toate acestea sunt doar câteva exemple care ar schimba lumea. Toate cele prezentate mai devreme, pot reprezenta pentru fiecare dintre noi un start în ceea ce înseamnă EcoAntreprenoriat.

Există o ramură largă ce ne pune la dispoziție exemple de afaceri verzi, precum: salon ecologic de înfrumusețare (care utilizează produse organice sau vegane), reparații și recondiționări de biciclete, valorificarea mobilierului vechi, curățătorie ecologică de haine și multe altele asemenea.

În încheiere, țin să menționez că "Schimbarea începe cu noi" astfel că nu trebuie să așteptăm să se întâmple ceva, ci trebuie să luăm decizii singuri pentru a schimba ceva. Nu trebuie să avem așteptări de la cei din jurul nostru. Trebuie să acționăm ACUM mai mult ca niciodată. Să alegem viața, să ne pese de noi și de cei din jurul nostru. Toate aceste prin reciclare, prin utilizarea energiei verzi și altele asemenea care îmbunătățesc viața.



MAȘINA ELECTRICĂ. AUTOTURISMUL VIITORULUI!

Turcu Diana-Lăcrămioara

Poluarea a ajuns la un nivel foarte înalt, iar mediul înconjurător suferă foarte mult din cauza intervenției oamenilor, de aceea este necesar să ne gândim la niște soluții, pe care mai apoi să le punem în practică. Una din soluțiile pentru protejarea mediului este și mașina electrică, care a devenit o invenție foarte utilă și elegantă, și contribuie într-un mod plăcut la protejarea mediului.

Din punct de vedere al celor pasionați de mașini, automobilele electrice au devenit foarte populare și acest lucru tot crește, deoarece oamenii din zilele noastre sunt tot mai interesați să cumpere mașini electrice care au un consum mic de combustibil. Datorită acestor alegeri ale oamenilor, producătorii de automobile au privirile ațintite asupra mașinilor electrice. În zilele noastre, automobilele electrice se găsesc destul de ușor pe piață, acestea având diferite forme și dimensiuni.

În zilele noastre o mașină este o necesitate, dar cu toate acestea foarte multe persoane nu au posibilitatea de achiziție a unei mașini, având în vedere și prețurile petrolului care sunt într-o creștere continuă.

Un alt lucru ar fii să renunțăm la autoturismele care consumă benzină sau motorină, în schimbul unor motoare electrice deoarece, renunțând la aceste mașini, vom putea renunța și la folosirea uleiului.



Astfel spus, costurile de întreținere al unei mașini vor fi mai reduse, deoarece mașinile cu un motor electric nu au nevoie de ungere și lubrifiere. Foarte multe țări din întreaga lume implementează diferite programe de informare și diferite legi, iar prin acestea doresc să interzică pe viitor mașinile diesel sau cele pe benzină.

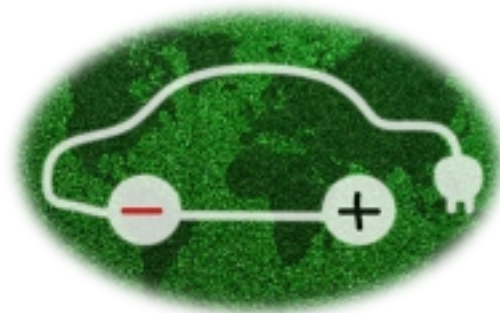
Una dintre țări este Marea Britanie, care a intrat în acest proiect și care a luat în vedere interzicerea și vânzarea autovehiculelor diesel sau cele pe benzină până în 2040. Până atunci, această țară va impune restricții destul de dure din 2020 vehiculelor diesel, deoarece acestea sunt cele mai poluante.

O altă țară pe care o amintim este Franța, iar președintele acestei țări a anunțat chiar din primele sale zile de mandat că va opri vânzările de mașini diesel și cele pe benzină până în 2040, și toate acestea se întâmplă cu scopul de a promova mașinile electrice.

Care sunt beneficiile?

Sectorul transporturilor include 14% din emisiile globale de gaze cu efect de seră. Astfel, mașinile electrice ar ajuta cu mult la efectul acestor emisii și la curățarea aerului.

În Uniunea Europeană, noile înmatriculări făcute pentru mașinile electrice au fost doar 0,6%, dar până în 2040 sperăm că 54% din noile mașini vândute să fie cele electrice.

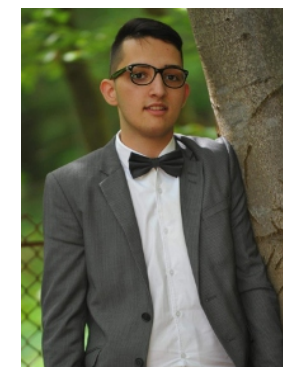


Care sunt dezavantajele?

Aceste mașini electrice trebuie să fie conectate pentru o perioadă foarte îndelungată de timp la o sursă de curent pentru încărcarea completă a bateriilor.

Amintim și faptul că facturile la curent vor crește și toate acestea din motivul că prețul energiei electrice nu este de neglijat deloc în zilele noastre.

În concluzie, dacă doriți să achiziționați un automobil electric, este necesar să cercetați și să vă informați înainte. Consider că pe viitor, mașinile electrice pot salva mediul nostru înconjurător prețios.



ANTREPRENORIATUL VERDE. OPORTUNITATE A ECONOMIEI CONTEMPORANE

Alexandru Malairos

Suntem de acord că toți trebuie să contribuim la supraviețuirea noastră de mâine, dar asta depinde de modul în care nouă, tuturor ne pasă de mediul în care trăim. Fie că vorbim de achiziționarea unor produse alimentare necesare consumului zilnic sau de schimbarea unor piese de mobilier din locuință, fie că ne gândim la colectarea și depozitarea deșeurilor rezultate în urma activităților pe care le întreprindem, modul în care gestionăm toate aceste acțiuni implică grija noastră față de mediu. Bineînțeles, implicarea celor care ne oferă aceste servicii sau produse este vitală deoarece antreprenorii care dețin societăți economice au cel mai important rol în ocrotirea mediului.

În zilele noastre, observăm tot mai multe emisiuni, știri și chiar evenimente referitoare la protejarea mediului înconjurător. Una dintre acestea este emisiunea „Eco Antreprenor” în cadrul căreia sunt prezentați antreprenorii din România, care consideră că a porni o afacere sustenabilă ce urmărește grija față de mediu nu mai este de mult timp o modă, ci un model de afacere de succes. Cu siguranță, o mare parte din populație își pune întrebarea cum poate contribui la protejarea mediului, în condițiile în care, în majoritatea orașelor nu există firme sau companii care să aibă în obiectul de activitate și activități referitoare la conservarea mediului.

Antreprenoriatul verde este un termen introdus de Gustav Berne, în cartea sa intitulată „The green entrepreneur: Business opportunities that can save the earth and make you money”. Acest termen se poate referi la faza de începere a unei afaceri și la modul în care fondatorul întreprinderii lansează atât angajatorilor dar mai ales consumatorilor, clienților, un plan de integrare pe piață a unor activități care să contribuie la salvarea mediului. În timp, ar putea apărea chiar și un element de competitivitate din partea celorlalte firme. Exemple de urmat pot fi multe, dar întrebarea este „Câți dintre antreprenorii care acționează deja pe piață și obțin profit considerabil în urma activităților pe care le desfășoară, ar fi dispuși să își creeze o strategie prin care să protejeze nu doar mediul, ci chiar pe noi toți?”

Locuind într-o zonă de munte, care oferă peisaje extraordinare turiștilor, iar localnicilor un aer nepoluat, observăm tot mai multă preocupare a oamenilor față de defrișările ilegale, necontrolate, care pot duce la dezechilibre majore în mediul înconjurător. Fiecare dintre noi își dorește un confort personal sporit, dar câți ne-am gândit vreodată să restaurăm mobilierul vechi și să nu îl înlocuim cu unul nou? Această chestiune poate părea lipsită de importanță, dar prin aceste mici acțiuni contribuim la evitarea defrișărilor despre care se vorbește tot mai des în ultima perioadă. Momentan, nu am auzit ca o anumită fabrică sau atelier de mobilă să se ocupe de recondiționarea mobilierului vechi în zona Văii-Jiului, dar, cu siguranță, ar putea fi o idee de afaceri pe care antreprenorii din zona noastră să o abordeze în viitor.

Un model de bună practică este cel al unui antreprenor bucureștean care a ajuns la o cifră de afaceri de 2 mil. lei cu o activitate de recondiționare a mobilierului vechi, o continuare a afacerii sale din studenție. Acesta a recondiționat până în prezent peste 2500 de piese de mobilier vintage și dorește să-și extindă activitatea și în celelalte state din UE.

În altă ordine de idei, achiziționăm cu toții produse alimentare necesare consumului zilnic, deși de cele mai multe ori ajungem să nu le folosim în totalitate deoarece exced nevoile noastre de consum, astfel că acestea ajung în cele din urmă la gunoi. Dacă fiecare dintre noi am gândi un plan de cumpărături la nivel individual sau de familie și dacă fiecare am dona alimentele pe care nu le folosim, cu siguranță, cu toții am contribui la reducerea risipei alimentare. Tot mai multe lanțuri de magazine au gândit diverse planuri de minimizare a risipei alimentare, colaborând cu asociații și fundații cărora le donează alimente aflate în termen de valabilitate sau a căror valabilitate este mai scurtă, pentru susținerea unor proiecte sociale care vizează sprijinirea persoanelor aflate în dificultate.

Prin urmare, agenții economici își pot dovedi spiritul de inițiativă, dar și creativitatea prin identificarea unor soluții de îmbinare a activităților economice cu cele de protejare a mediului înconjurător.



EI SUNT LÂNGĂ NOI: Începe cât mai repede. Dacă ai întârziat, începe astăzi și rămâi perseverent

Lazăr Liana

Bună, eu sunt Liana Maria. În urmă cu 22 de ani am absolvit Facultatea de Mine din Petroșani, specializarea Topografie. În acea perioadă, dezvoltarea zonelor miniere era o prioritate la nivel național și topografia reprezenta o carieră de viitor. La fel ca în multe alte cazuri, destinul a fost diferit față de ceea ce preconizasem, astfel că după absolvirea facultății, am demarat o activitate pe cont propriu în domeniul comerțului cu materiale de construcții.

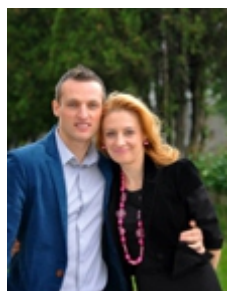
În anul 1999 am deschis primul magazin „Căminul” din Petroșani împreună cu soțul și partenerul meu de viață. Încă din liceu cochetam cu postura de afacerist și de aceea m-am implicat cu pasiune și entuziasm în dezvoltarea afacerii mele. De atunci, zi de zi, cu răbdare, voință, disciplină, planuri de afaceri, am reușit să progresăm, dezvoltând afacerea și reinvestind profitul. Astfel, după 4 ani ne-am extins cu un depozit de materiale de construcții în orașul meu natal.

Cu ajutorul credinței și speranței, am avut curajul de a merge mai departe, indiferent de dificultățile inerente apărute de-a lungul anilor. Am devenit mai înțeleaptă și mai profesionistă datorită provocărilor pe care am reușit să le depășesc. În anul 2007, am inaugurat al treilea magazin „Căminul” în Petroșani. În prezent, avem un efectiv de 20 de angajați cu care ne dorim să creștem în continuare afacerea pe care am inițiat-o.

Cu experiența economică dobândită de-a lungul anilor în comerț, am decis în anul 2016 să urmez Facultate de Științe din Petroșani, specializarea Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor, deoarece mi-am dorit realmente să obțin licență în domeniul în care am dezvoltat afacerea noastră de familie. Absolvirea acestui program de studii a fost o alegere extrem de inspirată, deoarece mi-a permis achiziția unui vast bagaj de competențe teoretice și practice, deopotrivă utile și eficiente, cu aplicabilitate largă atât în sfera antreprenoriatului propriu-zis, cât și în cea a comerțului cu amănuntul, adică în acele arii de activitate în care afacerea noastră a fost creată și a prosperat de-a lungul anilor.

Deviza mea este: Păstrează lucrurile cât mai simple. Rezultatele excepționale nu au nevoie de măsuri extraordinare!





EI SUNT LÂNGĂ NOI: Antreprenorii nu au vârstă, au curaj și perseverență !

Lascăr Ovidiu

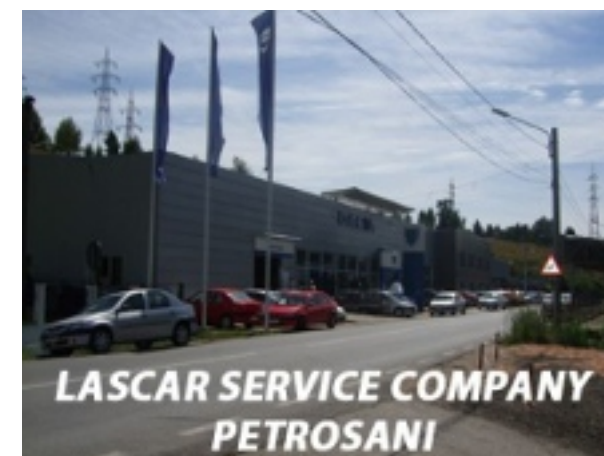
Buna ziua, numele meu este Ovidiu Lascăr și am absolvit Facultatea de Științe, Universitatea din Petroșani, programul de studii Management.

Sunt managerul Lascăr Service Company, o afacere de familie care constituie deja un brand cunoscut în zona Văii Jiului. Ideea de business pe care se sprijină afacerea noastră, înființată în anul 2005, îmbină pasiunea pentru autovehicule cu dorința de a oferi clienților servicii de calitate pe un segment de piață în care intensitatea competiției este în continuă creștere. Fiind unul dintre dealerii autorizați ai SC Automobile Dacia SA România, compania noastră acoperă astăzi un spectru larg de activități specifice domeniului auto: comercializarea gamei complete de vehicule noi DACIA la prețuri de producător, service în garanție, post-garanție și revizii tehnice, atelier de tinichigerie-vopistorie pentru orice tip de autovehicul, inspecții tehnice periodice, comercializarea gamei complete de piese de schimb de origine DACIA, servicii de asistență rutieră, închirieri auto.

Decizia mea de a urma studiile de licență la programul de studii Management din cadrul Facultății de Științe a reprezentat un demers firesc în condițiile în care familia mea conducea deja această afacere la momentul respectiv, iar eu eram un tânăr energic, dinamic, dornic de a dobândi acele competențe antreprenoriale și de leadership care să îmi faciliteze o implicare mai profundă, la un nivel cât mai performant, în activitatea de business inițiată de către părinții mei. Apreciez că anii de studenție și bagajul de cunoștințe pe care l-am acumulat în această perioadă cu sprijinul cadrelor didactice care desfășoară activități de învățământ la Facultatea de Științe mi-au îndreptat pașii spre găsirea modalităților optime pentru a transpune în practică pasiunea mea pentru dezvoltarea sectorului de afaceri într-o zonă atât de încercată cum este Valea Jiului. Aici am învățat, de exemplu, că resursa umană reprezintă factorul-cheie de succes pe care trebuie să se sprijine construcția unei afaceri de mici dimensiuni; de aceea am promovat în permanență selecția personalului pe criterii de competență și experiență; lucrul în echipă; motivarea pe baza performanțelor și consolidarea unui mediu de lucru favorabil dezvoltării carierei angajaților.

În cei 15 ani de existență ai afacerii au existat, desigur și momente dificile. Cel mai recent dintre acestea a avut loc în luna iunie a anului 2019, când pe fondul unor temperaturi extrem de ridicate, un incendiu a cuprins partea de ateliere și câteva birouri din incinta companiei. Cu toate acestea, mentalitatea de învingător pe care mi-au insuflat-o părinții mei, sprijinul familiei și determinarea angajaților au fost factorii care mi-au alimentat decizia de a reconstrui din "cenușă" facilitățile de producție care ne-au permis reluarea activităților.

Nu aș putea să-mi închei această radiografie succintă a afacerii, fără să îmi exprim imensa gratitudine față de familia mea, pentru sprijinul permanent și necondiționat oferit în momentele frumoase dar și în cele dificile care mi-au marcat activitatea de antreprenor până în prezent. Dacă ar fi să ofer un sfat tinerilor care devin absolvenți ai Universității din Petroșani în această perioadă caracterizată de transformări profunde la nivel global, acesta ar fi legat de investigarea oportunităților de a iniția o afacere în zona natală și de a contribui, în acest fel, la efortul conjugat pe care îl depunem cu toții la dezvoltarea regiunii. Dragi tineri antreprenori, voi sunteți prezentul și viitorul Văii Jiului!

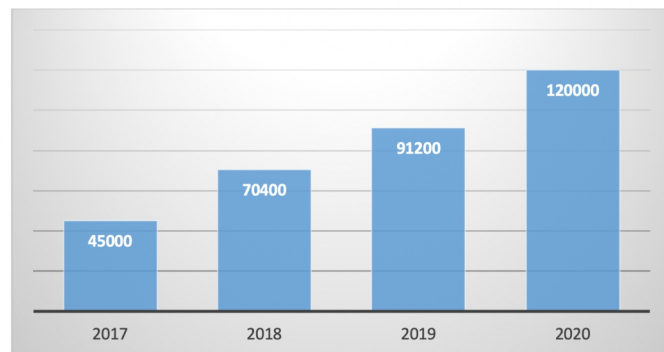


PROIECTE CU ȘI DESPRE ANTREPRENORIAT LA UNIVERSITATEA DIN PETROȘANI

Conf.univ.dr.ec. ISAC Claudia
Coordonator activități SAS UPET

Dezvoltarea mediului de afaceri reprezintă un instrument esențial pentru dezvoltarea Valea Jiului fapt pentru care în cadrul Universității din Petroșani există o preocupare consecventă de a crește competențele antreprenoriale ale studenților de la cele trei facultăți.

Aceste preocupări s-au materializat în ultimii trei ani prin mai multe proiecte specifice domeniului. Astfel, au fost câștigate prin competiție CNFIS trei proiecte finanțate de către Ministerul Educației prin fonduri de dezvoltare instituțională: Antreprenori de succes cu SAS-Upet” FDI-2017-0407 director de proiect conf.univ.dr.ec. Isac Claudia; ”START- Upet: Studenți Antreprenori pentru România de Mâine, pregătiți la Universitatea din Petroșani”, FDI-2018-0302 director de proiect conf.univ.dr.ec. Dura Codruța; ”Fii antreprenor, Fii activ în S.A.S. – UPET”, FDI-2019-0729 director de proiect conf.univ.dr.ec. Niță Dorina; ”Alege inițiativa ! Alege implicarea ! Alătură-te SAS-UPET” FDI-2020-0103 director de proiect conf.univ.dr.ec. Niță Dorina. Și sumele aferente acestor proiecte au fost crescătoare, astfel că și volumul de activități și dotarea Societății Antreprenoriale Studentești au fost pe măsura acestora.



Evoluția sumelor aferente proiectelor de tip FDI derulate prin SAS-Upet

Acestea au fost și sunt derulate în cadrul Societății Antreprenoriale Studentești SAS-UPET și au avut ca obiective: stimularea potențialului creativ în materie de antreprenariat prin organizarea de ateliere de lucru, internship-uri, evenimente cu antreprenori din diferite domenii; implementarea unor instrumente adecvate de dezvoltare a abilităților antreprenoriale, prin activitățile specifice SAS și organizarea de cursuri specifice antreprenariatului; creșterea încrederii în abilitățile antreprenoriale prin realizarea de competiții pentru studenți și absolvenți.

Preocupările cadrelor didactice pentru creșterea competențelor antreprenoriale ale studenților este constantă astfel că, începând cu 27 mai 2019, în parteneriat cu Universitatea din București, se derulează proiectul POCU/379/6/21/125144, ” EU – ANTREPRENOR – creșterea participării studenților din categorii vulnerabile la programe de studii de licență prin inovare antreprenorială, manager de proiect director proiect conf.univ.dr.ec. Isac Claudia. Proiectul se derulează pe o perioadă de 24 luni, între 27 mai 2019 și 26 mai 2021 și are o valoare totală de 7.729.873,55 lei. Obiectivul general al proiectului vizează, în corelație cu nevoile pieței muncii din sectoarele economice/ domeniile identificate prin SNC și SNCDI, creșterea accesului și echității în învățământul terțiar universitar, precum și a atractivității, diversificării și inovării ofertelor educaționale în ceea ce privește inițierea și finalizarea de demersuri academice și antreprenoriale suplimentare adresate studenților din anii terminali ai ciclului de licență din învățământul terțiar universitar, în strânsă legătură cu îmbunătățirea competențelor transversale ale personalului didactic în relație cu proiectarea modulară de cursuri antreprenoriale, organizarea și furnizarea în medii online a cursurilor/aplicațiilor și promovarea de medii noi de învățare.

Având în vedere că în proiect vor participa studenți din anii terminali de licență, personal didactic, elevi de liceu și agenți economici care vor fi implicați în activități specifice proiectului, ca de exemplu cursuri complementare, ateliere antreprenoriale, stagii de pregătire practică, caravane de promovare a ofertei educaționale, proiectul se vrea a avea efecte pozitive asupra mediului de învățare din universitate cât și un efect direct și stimulator pentru mediul de afaceri.

PROIECTUL EU – ANTREPRENOR CREȘTEREA PARTICIPĂRII STUDENȚILOR DIN CATEGORII VULNERABILE LA PROGRAME DE STUDII DE LICENȚĂ PRIN INOVARE ANTREPRENORIALĂ

Conf. univ.dr. ec. Ciurea Maria
Expert evaluare inovare și parteneriate

Integralitatea acestui proiect este asigurată prin operaționalizarea Centrului Universitar de Inovare Socială și Antreprenariat Studentesc EU - ANTREPRENOR în cadrul căruia, pe baza proiectării unui model inovativ de parteneriat cu agenții economici se vor organiza schimburi de experiență între cadrele didactice și angajatori, precum și ateliere de lucru periodice între potențialii angajatori și studenți din cadrul programului terțiar universitar. Toate activitățile care se derulează prin acest centru sunt cuprinse în cadrul Activității 4.8. Evaluarea eficacității și eficienței parteneriatelor dezvoltate în cadrul Centrului EU - ANTREPRENOR, identificarea și diseminarea celor mai bune practici antreprenoriale studențești, cu cele 8 subactivități.

Activitățile acestui proiect vizează:

- îmbunătățirea participării în învățământul universitar terțiar prin încurajarea atragerii studenților din grupurile subreprezentate (romi, mediul rural, studenți netradiționali);
- derularea de programe flexibile, relevante și de înaltă calitate prin dezvoltarea unei evaluări permanente a programelor pentru competențe transversale ale personalului didactic și îmbunătățirea programei TIC pentru completarea ofertei existente;
- creșterea angajamentului strategic prin dezvoltarea unor parteneriate locale și regionale pentru încurajarea dialogului dintre învățământ și sectoarele economice de activitate, inclusiv prin implicarea agenților economici în acțiunile derulate în cadrul Centrului Universitar de Inovare Socială și Antreprenariat Studentesc EU - ANTREPRENOR;
- sprijinirea schimburilor de personal și includerea competențelor îmbunătățite în cursuri complementare antreprenoriale.

Îmbunătățirea TIC și stimularea inovației sociale va avea un rol semnificativ în asigurarea calității și a diversificării experiențelor de învățare. Proiectul propune inovarea socială pentru construirea unui învățământ terțiar relevant, eficient și eficace pe termen scurt, mediu și lung prin consolidarea de parteneriate locale cu mediul de afaceri – promovare și diseminare de bune practici, schimb de experiență cadre didactice – angajatori și ateliere de lucru periodice între potențialii angajatori și cursanții din cadrul programului terțiar universitar.

Modelul de parteneriat universitar creat contribuie la reducerea abandonului universitar și la creșterea angajabilității, respectiv sprijină absolvenții să se integreze rapid în echipe specializate sau polyvalente care să răspundă cerințelor antreprenoriale performante, bazate pe conectivitate la nivel internațional și european. Un aspect important în realizarea unei abordări sustenabile la nivelul grupului țintă, se va realiza prin planificarea, organizarea și derularea unor Caravane Antreprenoriale ale Centrului EU - ANTREPRENOR, în vederea informării elevilor și realizării de vizite la Universitate pentru creșterea numărului de studenți la programele de licență ale universității, activitate ce implică participarea directă a studenților din grupul țintă cu sprijinul agenților economici incluși în rețelele parteneriale ale Centrului EU - ANTREPRENOR.

Pentru implementarea activității A4, grupul țintă este format din:

- 450 studenți din anii terminali de licență (300 - Universitatea din Petroșani, 150 Universitatea din București), dintre care 305 de studenți proveniți din mediul rural, a celor netradiționali și a celor aparținând minorității rome;
- 50 cadre didactice care participă la schimburile de experiență;
- 200 elevi sprijiniți să participe la cele 10 vizite la nivelul celor două Universități.

Modelul de parteneriat dintre Universitate și parteneri - angajatori poate fi utilizat pe scară largă și poate fi integrat cu succes în politicile interne ale instituțiilor implicate, dar și alte universități de la nivel național.

Rezultatele proiectului vor conduce la adoptarea de către Universitate a unor măsuri aplicate de încurajare a parteneriatelor active și operaționale cu agenții economici, respectiv de asigurare a unui transfer eficient a cunoștințelor acumulate prin diseminarea unor inițiative antreprenoriale la nivel internațional și european, a unui cadru modern și flexibil de învățare. Derularea activităților asociate proiectului, în succesiunea lor funcțională, va conduce la atingerea obiectivelor vizate fără implicarea ulterioară a unor resurse de finanțare suplimentare sau manifestarea unor dependențe semnificative.

Sustenabilitatea instituțională este dată de crearea și permanetizarea unui parteneriat între Universitate - agenți economici din categoria angajatorilor/antreprenorilor de la nivel local, național și regional, definindu-se astfel un parteneriat inovator, puternic, funcțional în procesul de integrare a studenților pe piața muncii. Prin urmare, sustenabilitatea financiară se va realiza prin:

- fructificarea altor oportunități de finanțare existente prin POCU în parteneriat și cu alte instituții/organizații;
- alocarea unui procent de până la 5% din veniturile anuale pentru activități de consiliere și orientare profesională a studenților și organizarea de ateliere de lucru, schimb de experiență și bune practici, servicii de îndrumare și sprijin, inițiative bazate pe strângere de fonduri, precum și servicii de coaching adresate studenților. De asemenea, inițierea și dezvoltarea centrului de inovare universitară și antreprenariat studentesc EU- ANTREPRENOR, având la bază relații de parteneriat cu parteneri din mediul economic, implicați în dezvoltarea locală și regională va reduce dependența financiară pe viitor prin realizarea unor acțiuni finanțate cu sprijinul acestora.

Pentru un număr mare de studenți participarea la activitățile specifice deschide calea către noi proiecte viitoare cu finanțare nerambursabilă ale universității. Proiectul asigură transferarea rezultatelor la diferite niveluri (sectorial, regional, local), pe filiera îmbunătățirii capitalului uman al resurselor umane implicate în domeniul politicilor europene de susținere a antreprenoriatului prin activitățile de actualizare a cunoștințelor din acest domeniu, de diseminare a bunelor practici, de menținere a schimburilor de experiență cadre didactice – parteneri/agenți economici, ateliere de lucru antreprenoriale pe parcursul implementării activităților inovative, de prezentare a procesului evaluativ - integrator al proiectului și de diseminare a mecanismelor aplicate în cadrul altor universități din țară, inclusiv prin publicațiile ce vor fi diseminate către acestea.

Organizațiile partenere de la nivelul Centrului EU - ANTREPRENOR se vor dezvolta organizațional în ceea ce privește atragerea unor resurse umane cu un grad de pregătire adaptat nevoilor pieței. Planurile de afaceri realizate vor fi prezentate ca studii de caz în Centrul EU Antreprenor și vor servi la optimizarea procesului de identificare a traseelor profesionale ale studenților în vederea creșterii angajabilității acestora, precum și la folosirea infrastructurii și experiențele dezvoltate anterior în acest sens (baze de date, rețele de colaboratori, întâlniri agenți economici - universitate, ateliere de lucru etc.). Totodată, acestea vor conduce la stimularea interesului și motivarea agenților economici în atragerea de studenți familiarizați cu activitățile specifice locului de muncă, interesați de reducerea timpilor neproductivi, legați de selecția ocupațională și depășirea rapidă a problemelor legate de adaptare în mediile de lucru. Planurile de afaceri realizate vor fi disponibile transferării către cele ale universității în ceea ce privește coordonarea inovării sociale bazate pe valorificarea unor parteneriate la nivel local, național și regional.

Centrul EU - ANTREPRENOR va funcționa și după încetarea finanțării proiectului și va ajuta Universitatea să atingă noi standarde de performanță și competitivitate prin promovarea planurilor de afaceri realizate și prin continuarea funcționării parteneriatelor cu agenții economici locali, naționali sau regionali.



ACORDURILE DE PARTENERIAT - EXPRESIE A COLABORĂRII DINTRE UNIVERSITĂȚI ȘI MEDIUL DE AFACERI

Lector univ.dr. CENUȘE MELINDA

Universitățile trebuie să devină sisteme deschise capabile să ajungă la un nivel ridicat de integrare cu mediul economic, administrativ, politic și nonprofit și să răspundă eficient provocărilor societății bazate pe cunoaștere. În acest sens, universitățile ar trebui să dezvolte parteneriate structurate cu întreprinderile cu scopul de „a deveni actori importanți în economie, capabili să răspundă mai bine și mai repede necesităților pieței și să dezvolte parteneriate care utilizează cunoștințele științifice și tehnologice.”

Provocarea pentru învățământul superior este să furnizeze contexte de învățare care să stimuleze autonomia, creativitatea și o abordare antreprenorială a utilizării cunoștințelor.

În întreaga Europă există exemple de cooperare de succes între cele două părți, iar programele UE au căutat să construiască parteneriate între cele două domenii, concentrându-se în mod normal asupra parteneriatelor din domenii specifice, precum cercetarea sau mobilitatea studenților.

Analiza noastră cu privire la parteneriatele, inițiate și dezvoltate la nivelul țării noastre între Universități și mediul de afaceri, evidențiază următoarele elemente comune:

- Acordurile de parteneriate urmăresc derularea în comun de proiecte educaționale care au ca principal obiectiv pregătirea și perfecționarea studenților separat conform nivelului de studii: licență, masterat, doctorat.
- Acordurile de parteneriate vizează suport din partea agenților economici în vederea realizării și dotării unor laboratoare didactice în cadrul universității,
- Acordurile de parteneriate vizează, în același timp, și desfășurarea de stagii de pregătire, programe de cercetare-dezvoltare speciale și workshop-uri pentru perfecționarea cadrelor didactice,
- Acordurile de parteneriate prevăd măsuri concrete de menținere a unei colaborări permanente, precum realizarea de întâlniri periodice între cadrele didactice universitare, respectiv cei care au rolul de coordonatori ai activităților de colaborare și specialiștii agenților economici, aceasta în condițiile în care un criteriu important de selecție a agenților economici constă în selectarea agenților economici care reușesc să mențină o colaborare permanentă, nu doar accidentală. Din această analiză a parteneriatelor încheiate, se observă că acest criteriu de selecție este unul important, câtă vreme capacitatea agentului economic și a universității de a păstra o colaborare permanentă este o obligație pe care părțile și-o asumă prin semnarea Acordului de parteneriat.
- Mai mult decât atât, Acordurile de parteneriate prevăd realizarea unei verificări anuale în care părțile contractante evaluează conținutul și obiectivele colaborării,

- Acordurile de parteneriate vizează organizarea în comun de workshop-uri de instruire, crearea de colective de cercetare, realizarea de proiecte de cercetare colaborativă, organizarea în comun de concursuri studențești,
- Acordurile de parteneriate vizează organizarea de stagii de practică, internship pentru studenți,
- Acordurile de parteneriate vizează informarea periodică a studenților de către agentul economic a ofertelor de muncă din companie,
- Acordurile de parteneriate vizează luare de măsuri pentru asigurarea transferului tehnologic și crearea premiselor pentru inovare tehnologică,
- Acordurile de parteneriate vizează colaborarea în vederea integrării în consorții academice și depunerea de proiecte cu finanțare europeană și /sau granturi de cercetare naționale și internaționale,
- Acordurile de parteneriate vizează posibilitatea pentru agenții economici de a veni cu sugestii și propuneri elaborarea și actualizarea programelor analitice, desfășurarea stagiilor de practică, realizarea de proiecte de absolvire în dublă conducere, pe teme stabilite și monitorizate în comun de ambele părți, participarea reprezentanților agenților economici în comisiile de licență și disertație cu rol consultativ.

În ceea ce privește diferențele regăsite în acordurile de parteneriate, inițiate și dezvoltate la nivelul țării noastre între Universități și mediul de afaceri, se pot face următoarele precizări:

- Există acorduri de parteneriate prin care grupul țintă de studenți este foarte larg, cuprinzând toate ciclurile de învățământ – licență, masterat, doctorat – cu activități specifice fiecărui nivel, dar există și acorduri de parteneriat care se adresează exclusiv unui singur nivel de învățământ, de exemplu pentru nivel de doctorat, unde evident grupul țintă este reprezentat în mod exclusiv de către doctoranzi.
- În ceea ce privește perioada, unele Acorduri de parteneriat sunt încheiate pe o perioadă de timp determinată (3 sau 4 ani), în vreme ce alte acorduri sunt încheiate pe durată nedeterminată, fiind prevăzut în Acord că acesta se poate termina oricând prin trimiterea unei notificări scrise celeilalte părți cu o lună înainte.

Analizând o serie de Acorduri de parteneriat încheiate de către Universități cu agenții economici, putem concluziona următoarele:

- Multe din Acordurile de parteneriate încheiate de către Universități cu agenții economici sunt în rândul Universităților cu profil tehnic. Acestea au încheiat parteneriate cu agenții economici în special în vederea înființării, ca urmare a finanțării din partea agentului economic, a unor laboratoare în care sunt studenții sunt pregătiți pentru a fi capabili să utilizeze utilaje și instrumente tehnice utilizate de companiile respective. Cunoașterea modului în care funcționează unele utilaje și aparaturi tehnice pe care le utilizează diferite companii, le oferă studenților care au fost pregătiți în aceste laboratoare să aibă acces mai ușor la posturile scoase la concurs de către aceste companii, deoarece pot demonstra că au avut deja acces la informații legate de modul de operare și funcționare al acestor utilaje.



- De asemenea, tot din studierea acestor Acorduri de parteneriate încheiate de către Universități cu agenții economici în vederea finanțării din partea agentului economic, a unor laboratoare se poate observa că inițiativa a adus nu doar rezultate pe termen scurt, ci și pe termen lung, de regulă în majoritatea colaborărilor agenții economici manifestându-și disponibilitatea de a contribui anual la costurile întreținerii acestor laboratoare – dezvoltându-se, astfel o colaborare permanentă.
- Multe din aceste acorduri au fost inițial încheiate în vederea colaborării în domeniul cercetării, creând laboratoare de cercetare pentru doctoranzi. Iar, ulterior, ca urmare a întăririi relațiilor de colaborare, multe universități au creat programe de masterat izvorâte în mod special din această colaborare și vizând domeniul respectiv. Aceasta ne demonstrează, pe de o parte, viabilitatea relațiilor de colaborare dintre mediul academic și agenții economici, iar pe de altă parte receptivitatea mediului academic la sugestiile venite din partea mediului de afaceri, a industriei cu privire la crearea unor programe de studiu noi care corespund ultimelor cerințe de pe piața muncii, având o curriculumă modernă, care ține cont de sugestiile venite din partea agenților economici.

Concluzia principală care se desprinde din studierea modelelor de parteneriate dintre mediul academic și agenții economici este aceea că mediul academic trebuie să fie conștient de complexitatea misiunii procesului educațional, care pe lângă transmiterea teoretică a cunoștințelor necesare viitorilor specialiști, trebuie să se angajeze în realizarea de parteneriate cu agenții economici și, până la urmă cu orice actor activ al vieții sociale, pentru a aduce în fața studenților contactul și experiența din mediul de afaceri, pentru a crea beneficii tangibile ale acestei interacțiuni în scopul dobândirii de deprinderi practice de către studenți. Cu cât studenții sunt mai pregătiți, atât la nivel teoretic, cât și practic, cu atât șansele lor de angajare cresc – iar creșterea angajabilității studenților trebuie să fie de departe cel mai important obiectiv pe care Universitățile să îl urmărească.

Bibliografie:

1. Nicolae Dănilă, Parteneriatul Universitate - Mediul de afaceri: O privire spre viitor, Conferința AFCO 2013 Brașov, 24 mai 2013
2. Laura Dindire, Mihaela Asandei, Cristina Gănescu, Intensificarea cooperării și comunicării dintre universități și mediul antreprenorial, condiție a unei bune funcționări a triunghiului cunoașterii: educație, cercetare, inovare, Economie teoretică și aplicată, Volumul XVIII (2011), No. 9(562), pp. 69-82
3. Aurel Gontean, Mihai Muțiu, Ildikó Pataki, Studiu privind modelul de parteneriat și rețeaua consolidată, 2007, pag. 13 - 18, on-line https://www.upt.ro/img/files/inf_publice/1_Studiu_model_parteneriat.pdf
4. Ana Vasilache, Parteneriate eficiente, on-line http://fpdl.org/wp-content/uploads/2015/09/RO-PARTENERIATE-EFICIENTE_V4_9-OCTOMBRIE-20071.pdf
5. Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor - Un nou parteneriat pentru modernizarea universităților: forumul UE pentru dialogul universități-întreprinderi (SEC(2009) 423 SEC(2009) 424 SEC(2009) 425) /* COM/2009/0158 final */ , www.eur-lex.europa.eu

SAS-UPET PREZENTĂ LA BUSINESS DAYS TIMIȘOARA 2019

Alexandru Malairos

Mă bucur că am avut ocazia de a participa la evenimentul Business Days, desfășurat la Timișoara, în data de 23 octombrie 2019. În cadrul acestui eveniment, am putut să îmi îmbogățesc cunoștințele din domeniul Antreprenoriatului, cunoscând întreprinzători de succes, care au împărtășit celor prezenți din experiența lor profesională. Printre principalele teme de dezbatere din cadrul evenimentului s-au numărat: „Impactul tehnologiei și a inovației asupra afacerilor”, „Trenduri care impactează mediul economic”, dar și „Pornirea și dezvoltarea afacerii”.

Speakerii evenimentului (antreprenori de succes, top manageri în companii performante, profesioniști cu vastă experiență), prin prelegerile susținute, au încercat să îi determine pe toți cei prezenți, să evolueze profesional, să creadă în forțele proprii și să persevereze în domeniul în care activează. Sesiunile de dezvoltare personală, dar mai ales profesională, conferințele despre modul în care pornești și în care îți dezvolti propria afacere, precum și expunerile celor care au dovedit cunoștințe vaste în domeniul antreprenoriatului, au fost în măsură să îți ofere informații despre cum să pornești propria afacere.

Consider că Business Days este un eveniment la care merită să participi deoarece, ca student ai posibilitatea de a interacționa cu oameni de afaceri care îți împărtășesc experiența lor de antreprenoriat și calea prin care au ajuns unde sunt astăzi. Evenimentul se adresează tuturor antreprenorilor care doresc să afle cum pot obține succesul în afaceri, dar și acelor care se află la început de drum, care vor să dezvolte o afacere profitabilă.

Mulțumesc Societății Antreprenoriale Studențești din cadrul Universității din Petroșani pentru interesanta experiență pe care mi-a oferit-o, participând la Business Days.

