

IMPORTANȚA START-UP-URILOR ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI CIRCULARE

Victoria POSTOLACHE, dr., conf. univ.,
Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului,
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

Abstract: *Over the past decades, the entire progressive world has been striving to put into practice the concept of sustainable development, which provides for the formation of a balance of environmental, economic and social aspects. The efficiency and effectiveness of the modern economy depend to a large extent on the ability to bring innovative products to market quickly, which is also achieved through startups.*

Keywords: *start-up, circular economy, innovative products, market economy.*

Nevoia de modernizare a economiei naționale și tranziția spre o cale inovatoare de dezvoltare a fost de mult necesară în țara noastră. Înțelegerea acestui proces, exprimată în deciziile relevante ale conducerii țării, au devenit clar vizibile de îndată ce spațiul post-sovietic și-a dat seama de necesitatea și importanța transformării economiei bazate pe resurse într-o economie de piață modernă, bazată pe știință.

Dintre toate mecanismele de dezvoltare a economiei bazate pe inovare, un loc aparte din punct de vedere al dinamicii sporite, a costurilor minime, ușurinței de organizare și dezvoltare și, ca urmare, cea mai mare acoperire din partea populației implicate a țării, este ocupat de start-up-uri.

În literatura științifică, prima definiție a unui start-up a apărut în 2014: *un start-up este o organizație nou creată care dezvoltă noi produse și servicii într-un mediu de incertitudine extremă* [2]. Această definiție se concentrează pe noile produse și condiții necesare pentru a modela un start-up și a defini dezvoltarea și creșterea acestuia.

Steve Blank și Bob Dorf în lucrarea lor „StartUP. Manualul fondatorului” prezintă abordări diferite: *un start-up este o organizație temporară creată pentru a găsi răspunsuri la întrebarea: ce face un model de afaceri reproductibil și scalabil sau un start-up este o structură temporară care caută modele de afaceri scalabile, reproductibile, rentabile* [1]. În această definiție, sarcina principală este scalabilitatea unui start-up, dar factorul *timp* nu este luat în considerare: sarcina nu este doar să ajungi la scalabilitate, ci să o faci rapid și inovator.

Termenul „start-up” a apărut în 1939, atunci, în California s-au adunat toate întreprinderile principale, ale căror activități vizau domeniul tehnologiilor înalte. Studenții de la Universitatea Stanford, David Packard și William Hewlett, au creat un proiect pe care l-au descris drept un start-up. Start-up-ul, acum este o companie mare cu experiență de zeci de ani și se numește Hewlett-Packard.

Toate marile start-up-uri inovatoare viabile și-au găsit locul, în mare parte, prin dezvoltarea în parcuri tehnologice. *Prototipurile parcurilor tehnologice moderne și al altor tipuri de zone de inovare tehnologică au devenit parcurile industriale, care s-au transformat treptat în parcuri de cercetare în Statele Unite în anii 1950 și 1960 și în parcuri științifice din Marea Britanie în anii 1970 și incubatoare de afaceri în anii 1980* [4].

Conceptul de economie circulară a fost prezentat oficial într-un raport comun de către Fundația Ellen MacArthur și compania de consultanță internațională McKinsey & Company la Forumul Economic Mondial [3]. Prin această concepție se urmărește trecerea de la o economie liniară cu principiul de bază „extrage resurse - produce bunuri - aruncă deșeurile” la o economie circulară care funcționează pe principiul „extrage resurse - produce bunuri - refolosește/reciclează deșeurile”. Acest concept presupune consolidarea inovațiilor tehnice și tehnologice propuse anterior și, de asemenea, spre deosebire de alte domenii de dezvoltare ale economiei „verzi”, are un set de instrumente de inovații organizaționale și manageriale mai diverse și este implementat în toate sectoarele cheie ale economiei.

Atunci când se formează un model socio-economic de dezvoltare a țării, orientat spre protecția mediului, este important să se țină cont de principiile economiei circulare formulate în raportul Fundației Ellen MacArthur:

1) asigurarea consecvenței – luarea în considerare a fiecărui proces de producție ca element al sistemului socio-ecologic și economic și a dependențelor identificate și asumate ale proceselor de producție, economice și naturale;

2) concentrarea asupra plenitudinii și complexității utilizării resurselor – utilizarea maximă posibilă a resurselor naturale: volumul total și componentele materiilor prime și al resurselor energetice;

3) separarea componentelor produsului în termen scurt (biologic, prelucrat în biosferă și, prin urmare, permis pentru utilizare în cadrul unui singur ciclu de viață al produsului) și pe termen lung (tehnic, neprelucrat în biosferă și, prin urmare, supus utilizării în mai multe cicluri de viață ale produsului);

4) interzicerea utilizării substanțelor chimice toxice pentru oameni, floră și faună în scopul asigurării circulației în siguranță a materialelor de origine biologică;

5) asigurarea caracterului ciclic al fluxurilor materiale – orientarea inițială a producției către refacerea și reutilizarea componentelor tehnice în cadrul mai multor cicluri închise prin forme progresive de organizare a producției (specializare; cooperare; combinare; dezvoltarea unor tipuri de produse calitativ noi: cu o structură și descompunere modulară, ușor de utilizat și de întreținut; orientare către componentele produsului cu posibilitate de reutilizare), acoperind întreprinderi cu unul sau mai multe tipuri de activitate economică;

6) concentrarea pe utilizarea produselor de energie regenerabilă în cadrul ciclurilor de viață pentru a asigura durabilitatea ecologică și economică [3].

Astfel, principiile enunțate vin să faciliteze intrarea start-up-urilor în economie.

În condițiile actuale, când există criză majoră de resurse energetice, economia circulară devine un imperativ al dezvoltării economiei, implicit și a start-up-urilor care ar accelera trecerea la economia verde. Pentru aceasta, este nevoie de a studia etapele ciclului de viață al start-up-ului în funcție de cele prezentate în figura 1.

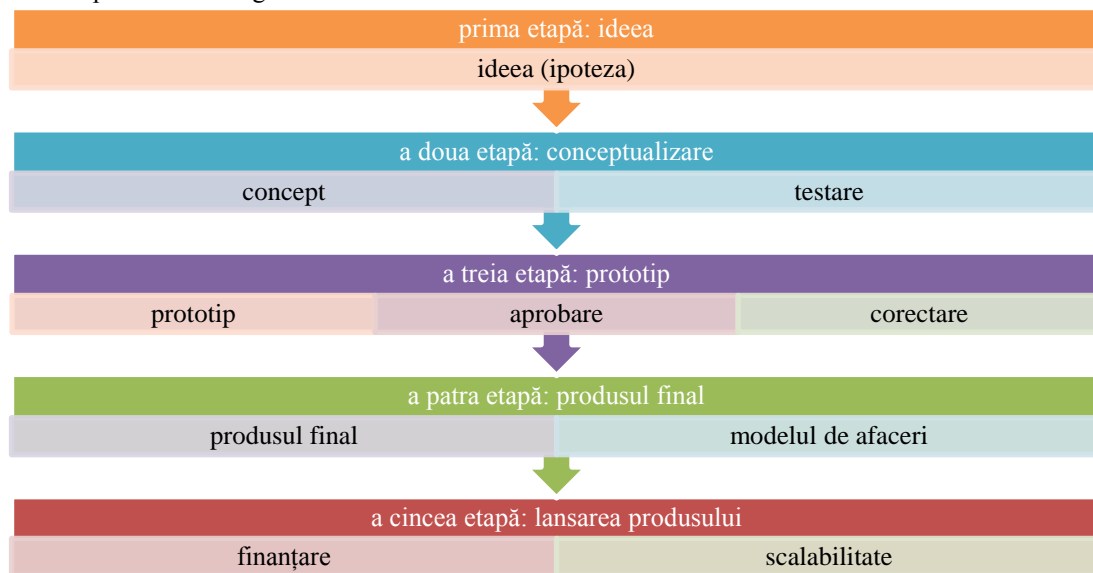


Figura 1. Conceptul ciclului de viață al start-up-ului în economia circulară

Sursa: elaborată de autor

După cum observăm, fiecare etapă din ciclul de viață al start-up-ului include diferiți pași care descriu evenimentele necesare pentru atingerea scopului propus. În continuare vom descrie acești pași în corelare cu principiile economiei circulare enunțate mai sus.

Tabelul 1. Conținutul etapelor ciclului de viață al start-up-ului

Pași	Esență
Primul pas: Formularea ideii	Scop: determinarea segmentului de piață în care va funcționa start-up-ul, cu formarea ulterioară a viziunii generale de proiect asupra existenței start-up-ului. În această etapă, există doar o idee sau o ipoteză despre ceea ce le lipsește consumatorilor și pieței. Echipa creativă formată din oameni cu idei similare trebuie să determine aria de activitate, problemele pe care sunt capabile să le rezolve și, ca urmare, scopurile și obiectivele care urmează a fi atinse. În această etapă este decisiv rolul start-up-urilor, care trebuie să aducă rapid ipoteza la o idee, să se convingă de ea și să se asigure că această idee poate atrage atât cumpărătorii, cât și investitorii. La această etapă, start-up-urile pot utiliza o gamă largă de instrumente și metode de marketing, variind de la metode de lucru cu o idee și terminând cu metode de lucru cu potențiali cumpărători și investitori pentru a identifica caracteristicile specifice ale unui viitor produs care ar putea fi de interes pentru ei. Considerăm esențial să evidențiem această etapă, deoarece este imposibil să mergem mai departe fără o idee bine dezvoltată.
Pasul 2. Conceptul de produs	În această etapă, ideea capătă caracteristici funcționale specifice produsului, proprietăți ale consumatorului (beneficii pe care le va primi cumpărătorul). Conceptul de produs poate avea ca rezultat desenele, graficele, descrierile detaliate etc. Un concept de produs poate fi testat printre cumpărători și investitori pentru a clarifica detaliile care sunt atractive pentru aceștia. Încă o dată, observăm că în modelul propus, separarea acestor două etape este fundamentală. Ele diferă semnificativ unele de altele. Nu poți începe să dezvolti un concept fără o idee.
Pasul 3. Testarea conceptului de produs	În această etapă, se efectuează testarea conceptului de produs atunci când nu există încă un prototip. De obicei, consumatorilor li se oferă o descriere a produsului și se organizează un sondaj, o discuție (focus group) sau pur și simplu se realizează un interviu.

Pasul 4. Prototip	Scop: crearea unui prototip de produs și dezvoltarea unui proiect de strategie de marketing. Pe baza ideii și a proiectului, care sunt rezultatele primei etape, se elaborează un model de probă al produsului, în cadrul căruia se perfecționează proiectul acestuia și se detaliază părțile componente. În această etapă, trebuie să se dezvolte un plan de marketing brut. Acest plan ar trebui să funcționeze, dar asta nu înseamnă că nu va fi posibil de a-l corecta: ajustarea ar urma să țină cont de strategia de dezvoltare aleasă, problema definită anterior, scopurile și obiectivele fixate. Este de remarcat faptul că sub conceptul de produs poate acționa nu doar un bun tangibil fizic, ci și conținutul interactiv al unui site sau al unui serviciu oferit consumatorului.
Pasul 5. Aprobare	Scop: aprobarea inițială a produsului pe piață. În această etapă, produsul este mai întâi lansat „în lumină”, către consumator (publicul țintă predeterminat), care trebuie să fie însoțit de implementarea primei părți a planului de marketing. Aprobarea poate avea loc de mai multe ori, în funcție de satisfacția clientului și a producătorului.
Pasul 6. Corecție	Scop: ajustarea produsului pe baza rezultatelor lansărilor de probă pe piață. În funcție de rezultatele aprobării, se face o ajustare și apoi din nou aprobare. Acest lucru se întâmplă până când produsul finit este acceptat. Prezența acestei etape este cea mai importantă caracteristică a ciclului de viață al unui start-up, întrucât un start-up ar trebui să-și asume de la bun început posibilitatea de a corecta o idee după testarea acesteia pe un eșantion primar de consumatori. Diferența dintre idee și implementare este adaptarea la un produs scalabil funcțional. A patra etapă este „mijlocul de aur” a ciclului de viață, nu doar din motive numerice, ci și pentru că în primele patru etape, compania trebuie să fie oricând pregătită să facă o revizuirea și să schimbe complet ideea inovatoare că stă la baza start-up-ului.
Pasul 7. Produs finit	Scop: dezvoltarea unui produs complet finit, studiul tuturor aspectelor dezvoltării afacerii, inclusiv ajustarea finală a strategiei de marketing. În această etapă, putem vorbi despre dezvoltarea afacerii. Este necesar să analizăm din nou scopul funcțional al produsului și publicul țintă al acestuia.
Pasul 8. Model de afaceri	Scop: crearea unui model de afaceri, adică o astfel de schemă logică, o descriere a afacerii, care are scopul de a ajuta la identificarea și implementarea factorilor cheie pentru succesul unui start-up pe piață. Pe baza rezultatelor analizei efectuate în etapa a cincea, este necesar să se creeze un model de afaceri, care să includă atât planificarea operațională, cât și planificarea strategică.
Pasul 9. Finanțare	Scop: sprijin financiar pentru dezvoltarea proiectului. În acest stadiu, produsul intră pe piață odată cu implementarea celei de-a doua părți a planului de marketing, căutarea unor investitori majori și vânzări masive ale produsului.
Pasul 10. Scalabilitate	Scop: scalarea proiectului, intrarea pe noi piețe. În această etapă, este posibilă implementarea unui plan strategic de dezvoltare a afacerii, cu implementarea celei de-a treia părți a planului de marketing, captarea de noi piețe, resegmentarea piețelor, adică dezvoltarea ulterioară într-o afacere mare.

Sursa: adaptat de autor după [3, p. 199]

Fiecare țară are nu numai trăsături naționale ale tranziției la conceptul de economie circulară, ci și diferite domenii prioritare pentru implementarea acesteia, datorate în primul rând nivelului de dezvoltare economică. Țările dezvoltate, schimbând structura existentă de producție și consum, își asumă un rol principal în implementarea sistemelor circulare și, în viitor, vor sprijini tranziția către o economie circulară în țările în curs de dezvoltare prin finanțare și transfer de tehnologie. Acestea din urmă, la rândul său, atunci când rezolvă problemele de dezvoltare, ar trebui să țină cont de principiile unei economii circulare.

Unul dintre factorii care împiedică implementarea proiectelor de afaceri circulare este prezența anumitor bariere care restricționează accesul la finanțarea bancară. În acest sens, devine necesară dezvoltarea unei baze metodologice unificate pentru evaluarea eficacității, rambursării și riscurilor implementării unor astfel de proiecte, ținând cont de valoarea colaterală a resurselor materiale și a deșeurilor utilizate în economia circulară, sporirea duratei de viață a activelor, precum și realizarea unor lucrări importante de informare și educație.

Un studiu al experienței de implementare a unei economii circulare prin exemple practice în cadrul a cinci modele de afaceri (livrare circulară, recuperare de resurse, platforme pentru schimb și partajare, extinderea ciclului de viață al produsului, produs ca serviciu) arată că:

- atât companiile, cât și consumatorii beneficiază de introducerea unei economii circulare;
- pe lângă beneficiile financiare pe termen scurt, companiile au avantaje strategice pe termen lung, care includ optimizarea fluxurilor de materiale, intrarea pe noi piețe; extinderea serviciului pentru clienți sau a serviciilor post-vânzare și generarea de venituri suplimentare prin furnizarea de servicii în buclă închisă.

Extinderea dimensiunii economiei circulare este imposibilă fără o restructurare complexă sistemică, de la reglementarea legislativă, introducerea de tehnologii, finanțare și forme de desfășurare a afacerilor până la formarea pregătirii societății în ansamblu de a-și schimba obiceiurile față de utilizarea pe scară largă a produselor circulare și crearea de noi platforme și scheme de interacțiune între producătorii și consumatorii de bunuri circulare.

Actualmente, start-up-urile sunt cei mai eficienți și flexibili participanți ai pieței și permit creșterea vitezei de dezvoltare a economiei mondiale, introducerea de noi idei și modernizarea bazei de dezvoltare existente.

Bibliografie:

1. BLANK, Steve, DORF, Bob. *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch Publishing Division. 2012. 1090 p. **ISBN: 978-0-9849993-7-8**
2. RIES, Eric. *Lean Startup Method and How to Adapt It to Your Small Business*. Currency; Illustrated edition. 2011, 336 p. **ISBN 978-0-3078878-9-4**
3. Towards the circular economy. Accelerating the scale-up across global supply chains. Ellen MacArthur Foundation [online] [citat 05.10. 2021]. **Disponibil:** <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Towards-the-circular-economy-volume-3.pdf>
4. КОСТЮНИНА Г.М. *Технопарки в зарубежной и российской практике*. В: Вестник МГИМО Университета. 2012. № 3. с. 91-99.