

INTRODUCERE

În societatea modernă s-a constatat un interes din ce în ce mai crescut pentru susținerea inițiativelor specifice antreprenoriatului, astfel încât, în Uniunea Europeană dar și în multe state din afara ei, a devenit necesară o formulare a politicilor de dezvoltare economică centrată inclusiv pe îmbunătățirea mediului antreprenorial. Acest demers a presupus – și presupune în continuare atât soluții de amortizare a posibilelor dificultăți și obstacole cu care se pot confrunta antreprenorii dar și acțiuni direcționate spre sprijinul direct al acestora. Astfel, susținerea antreprenoriatului a devenit o prioritate a guvernelor – ca soluție pentru ieșirea din criză și pentru stoparea creșterii ratei șomajului. În ultimii ani, guvernele europene alocă constant resurse pentru redresarea întreprinderilor sub diferite forme de ajutor: garanții pentru credite, subvenții de taxe, credite pentru cercetare-dezvoltare menite să forțeze inovarea sau pentru încurajarea startup-urilor.

Se poate constata faptul că, la nivel european, promovarea inițiativei antreprenoriale dar și a responsabilității sociale au devenit două componente definitorii pentru modelul economic de succes, direcție ce a dinamizat sectorul privat prin eficientizarea și simplificarea cadrului de reglementare.

Importanța antreprenoriatului din punct de vedere socio-economic rezidă în special în analiza acestuia ca sursă de generare a locurilor de muncă. Astfel, s-a constatat că la nivel european, anual, 4.1 milioane de locuri de muncă noi provin din firme nou înființate. S-a constatat de asemenea că în lipsa inițiativelor antreprenoriale, rata medie a ocupării ar fi negativă. În contextul actual este cu atât mai mult nevoie de

susținere a start-up-urilor cu cât acesta este caracterizat de instabilitate la nivelul mediilor economice, instabilitate care amenință supraviețuirea firmelor nou înființate. O formă de sprijin suplimentară ar consta inclusiv în asistarea noilor antreprenori nu doar în înființarea de noi firme dar și în demersuri subtile care țin de afirmarea pe piață și menținerea la un nivel optim al funcționării afacerii.

Dezvoltarea antreprenorialului este dependentă în mod complex de contextul economico-social al țării/regiunii; aspecte demografice și ale ocupării forței de muncă, caracteristicile mediului de afaceri, înzestrarea cu resurse și existența unei infrastructuri adecvate sunt definatorii în stimularea apetenței către dezvoltarea de noi afaceri. Este motivul pentru care prima parte a lucrării abordează câteva dintre caracteristicile economice-sociale ale populației și firmelor din România, la nivel național și al euroregiunilor.

Există o serie de definiții și operaționalizări ale antreprenoriatului însă, pe scurt, acesta poate fi cel mai simplu caracterizat de capacitatea unei persoane de a-și pune în practică ideile. Aceasta implică inovare, creativitate și asumarea unor riscuri, precum și capacitatea de a planifica și de a gestiona proiecte pentru realizarea unor obiective. Având în vedere însăși substanța antreprenoriatului – aceea ca o persoană să fie întreprinzător, de a înființa și conduce în nume propriu o întreprindere, de a își asuma riscul de a găsi profitabilitate sau eficacitate prin exploatarea unor oportunități, lucrarea de față include abordarea unor aspecte subtile care țin de profilul psihologic și comportamente proactive ale persoanei.

Pornim de la concepția conform căreia cunoașterea și analiza profilului antreprenorului sunt direcții ce pot susține înțelegerea nevoilor de dezvoltare a unor calități specifice dar

și de potențare a celor deja existente. Literatura de specialitate cuprinde la momentul actual numeroase referiri legate de faptul că antreprenoriatul de succes are la bază unele caracteristici personale care diferențiază individul cu astfel de inițiative față de simplul angajat. Este și de așteptat având în vedere complexitatea activității antreprenoriale, care comparativ cu alte situații profesionale, presupune nu doar adaptarea la poziția ocupată și asumată de persoana în cauză ci și o funcționare performantă raportat la mai multe nivele. Astfel, după cum am menționat, antreprenoriatul presupune antrenarea unor resurse personale specifice – de la creativitate – a genera ideii care să aducă inovație într-un domeniu profesional, la viziune – care asigură ca astfel de idei să fie viabile și utile, până la caracteristici interpersonale precum capacitatea de a forma o rețea socială de colaborare și bune abilități de coordonare de echipe și angajați.

Pornim așadar prezentul demers de analiză în ceea ce privește antreprenoriatul de la nevoia de a identifica potențialul pentru astfel de inițiative în contextul unei societăți aflate în dezvoltare, marcată de numeroase provocări în ceea ce privește creșterea angajabilității și aprofundăm posibilitatea de a identifica în mediul rural românesc direcții utile în ceea ce privește potențialului antreprenorial asociat. Sperăm ca un astfel de demers să constituie baza pentru generarea ulterioară de soluții integrate și adaptate realității persoanelor din zona rurală, soluții care vor veni în sprijinul acelor care iau în calcul posibilitatea de a-și asuma îmbunătățirea propriei vieți și a celor din proximitate prin aplicarea de idei viabile care pot sta la baza creării de locuri de muncă, generării de venituri independente și de ce nu, la inovație în raport cu domeniul specifice.

De asemenea, putem lua în calcul posibilitatea ca prezenta

analiză să reprezinte o sursă de încurajare pentru persoanele din mediul rural interesate de opțiunea de a se implica în mod independent și pro-activ în creșterea calității propriei vieți prin demararea de proiecte personale. Pe măsură ce numărul modelelor de succes în antreprenoriatul rural va crește, ne vom putea aștepta chiar la o schimbare la nivelul tradiției – cunoscut fiind faptul că în prezent principala activitate și sursă a veniturilor în acest mediu este reprezentată de agricultura de subsistență. Din acest punct de vedere putem privi dezvoltarea antreprenoriatului rural și ca o oportunitate de dezvoltare personală. Activarea resurselor necesare pentru demararea inițiativelor proprii poate fi asociată cu nevoia de a se adapta la situații noi, care treptat generează activarea de resurse personale și antrenarea unor calități personale care anterior nu s-au putut manifesta sau chiar nu au fost cunoscute de persoana care le deține. La acest nivel, intervine rolul introducerii evaluării psihologice ca instrument pentru o abordare validată și adaptată nevoilor persoanei. Identificarea profilului de personalitate (în cazul de față prin intermediul studiului intereselor vocaționale) constituie o bază semnificativă în raport cu integrarea unor măsuri de sprijin a antreprenorilor în conformitate cu nevoile acestora de dezvoltare, atât din punct de vedere personal cât și profesional.

CARACTERIZARE STATISTICĂ A MEDIULUI ECONOMIC

Relația dintre creșterea bunăstării economice și antreprenoriat este biunivocă – antreprenoriatul, ca și inovarea, este un puternic vector de prosperitate în societate. Economiiile care stimulează activitatea antreprenorială orientată către exigențele pieței, înregistrează succese veritabile în planul performanțelor și prosperității economice. Calitatea activității antreprenoriale este în strânsă relație cu competitivitatea economică și cu atractivitatea mediului de afaceri. Aceasta este condiționată de factori demografici și sociali dar și cu inovarea și cu avansul tehnologic. Prin faptul că se manifestă prin crearea locurilor de muncă, inițiativele private de succes și stabilitatea start-up-urilor conduc la crearea punctuală de prosperitate, în mod cumulat, la nivel unei zone, la bunăstare economică și la reducerea inechităților sociale. Mai mult, atenția acordată încurajării și susținerii la nivel local a antreprenoriatului este justificată prin faptul că dinamismul antreprenoriatului este văzut ca un factor care contribuie la soluționarea problemelor economice, sociale și de mediu, și, pe termen lung la consolidarea zonelor rurale.

Studiul *Antreprenoriatul global și strategiile creștere ale companiilor de succes recent înființate* (Global Entrepreneurship and Successful Growth Strategies of Early-Stage Companies), întocmit în 2011 de World Economic Forum în parteneriat cu Universitatea Stanford și Endeavor Global¹ menționa că 1% dintre companiile studiate

¹ <http://www.endeavor.org/research/wefreport2011/>

(aproximativ 380.000 de firme) din 10 țări au contribuit cu 44% din totalul veniturilor și au creat 40% din joburi, în timp ce un procent de 5% deține 72% din afacerile generate și 67% din locurile de muncă generate. Raportul recomandă ca factorii de decizie care doresc să creeze bogăție și locuri de muncă prin antreprenariat să dezvolte o mai bună înțelegere a factorilor economici, sociali și politici care au contribuit la reușita companiilor locale. Cu atât mai mult cu cât după evitarea unui colaps global al sistemului financiar generat de criza din 2008, guvernele sunt acum concentrate pe construirea fundamentelor pentru creșterea economică viitoare. În această viziune, antreprenorii sunt recunoscuți ca principală forță de schimbare și ca factori importanți de progres economic și social.

Raportul subliniază, de asemenea, câteva strategii de creștere disponibile companiilor în stadiu incipient din întreaga lume sunt de adoptare, precum și factorii de oportunitate / gradul de risc asociat în fiecare caz: crearea și plasarea pe un nou flux de creștere de afaceri, crearea unui produs nou într-o gamă nouă categorie sau a unui nou produs într-o categorie existentă, reprojectarea lanțului de valori de afaceri, de cercetare-inovarea sau descoperirea de cunoștințe etc.

Indicatori ai PIB

PIB este considerat ca fiind una dintre măsurile esențiale folosite pentru a evalua bunăstarea economică și creșterea economică. Mai mult, indicatorul PIB este utilizat pentru alocarea cheltuielilor în cadrul politicii de coeziune a UE – în exercițiul financiar 2007-2013, alocarea fondurilor de coeziune a fost făcută în majoritate către regiunile NUTS 2, al căror PIB pe cap de locuitor este mai mic de 75 % din media la nivelul UE28. Produsul intern brut este un factor important în luarea

deciziilor la nivel macroeconomic. Prezența acestuia în analiză alături de demografie de business oferă o imagine de ansamblu a ceea ce se întâmplă în domeniul inițiativei private și performanței economice și care ar putea conduce la luarea deciziilor privind politicile pentru IMM, precum și realizarea de investiții.

Între nivelul antreprenorial al unei țări și nivelul ei de dezvoltare economică există o corelație directă. Rapoartele întocmite de Monitorul Global pentru Antreprenoriat (Global Entrepreneurship Monitor – GEM) confirmă, prin datele și evaluările prezentate la nivel de țară sau globale, faptul că dezvoltarea economică depinde de activitatea antreprenorială generală a oricărei regiuni.

Impactul antreprenoriatului la nivel național poate fi analizat urmărind binomul – densitatea IMM-urilor și produsul intern brut/capita (PIB/locuitor) pentru țările membre ale Uniunii Europene. Cele mai mari rate de înființare de noi firme sunt înregistrate în Malta (17,25 firme nou înființate la 1.000 de persoane apte de muncă cu vârsta cuprinsă între 15-64 ani), Estonia (16,05) și Cipru (13,7) – figura 2. Există economii puternice ale Uniunii Europene unde densitatea IMM-urilor nu este foarte ridicată. Este cazul Germaniei cu 1,29 IMM /1.000 locuitori – figura 1.