

Andreea Raluca CONSTANTIN

ANTREPRENORIAT

Andreea Raluca CONSTANTIN

ANTREPRENORIAL



Copyright © 2014, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin

Editurii Pro Universitaria

Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al
Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
CONSTANTIN, ANDREEA RALUCA

Antreprenoriat / Andreea Raluca Constantin. –
București : Pro Universitaria, 2014

Bibliogr.

ISBN 978-606-26-0032-7

351.712

CAPITOLUL I

ELEMENTE INTRODUCTIVE PRIVIND ANTREPRENORIATUL

1.1. ANTREPRENORIAT: CONCEPT, FORME, TIPOLOGII, FACTORI DE INFLUENȚĂ

➤ ANTREPRENORIAT – definiție, proces antreprenorial

Activitatea de antreprenorat este o activitate independentă, desfășurată pe propriul risc și orientată spre obținerea sistematică a profitului ca urmare a utilizării bunurilor, vinderii mărfurilor, executării lucrărilor sau prestării serviciilor de către persoanele înregistrate oficial în această calitate în modul stabilit de lege.

Antreprenoriatul este o sursă de inovare și schimbare, și ca atare stimulează creșterea productivității și a competitivității economice.

Antreprenoriatul este strâns legat de cunoștințe și flexibilitate, doi factori care au câștigat o nouă semnificație ca sursă a competitivității într-o economie mondială din ce în ce mai globalizată.

Antreprenoriatul, constituie în primul rând o activitate pusă în slujba obiectivelor organizației, având ca principal scop maximizarea profitului.

Antreprenoriatul se raportează la un anumit tip de organizație (de regulă un IMM cu dimensiuni mici sau mijlocii ca număr de angajați), care pune în evidență particularitățile semnificative legate de procesul de gestionare a resurselor. În acest context, antreprenoriatul este considerat ca una dintre cele mai importante funcții dintr-o societate, dacă nu cea mai importantă pe care se sprijină acea societate.

Odată cu schimbările tehnologice și cu intensificarea concurenței mondiale aduse de globalizare și de liberalizarea economică, ipoteza că încurajarea spiritului antreprenorial reprezintă încurajarea competitivității unei țări, așezare mai valabilă decât oricând. Problema modulului de stimulare a spiritului antreprenorial pare să fie o preocupare primordială a factorilor de decizie din țările OCDE.

Ca un element-cheie în asigurarea competitivității țărilor dezvoltate, spiritul antreprenorial este chiar mai important pentru țările în curs de dezvoltare care încearcă să atingă competitivitatea pe piețele internaționale.

Definițiile existente despre antreprenoriat fac adesea referire la rolul funcțional al antreprenorilor și includ coordonare, inovare, neutralizarea incertitudinii, furnizare de capital, luare a deciziilor, proprietate și alocare a resurselor.

Una din multiplele definiții propuse pentru antreprenoriat este următoarea: „*un proces prin care indivizi și grupuri mobilizează un ansamblu unic de resurse pe care le utilizează pentru a crea valoare și a exploata oportunitățile existente pe piață.*”

Definiția propusă are mai multe implicații:

- Antreprenoriatul este un proces, o serie de activități și nu o activitate extraordinară sau supranaturală destinată doar unor oameni predestinați. Activitățile antreprenoriale implică o serie de competențe și abilități care pot fi învățate și pot fi aplicate oricăror contexte organizaționale (poți să fii antreprenor inclusiv ca angajat). De asemenea, aceste activități trebuie analizate pentru a învăța din greșeli și pot fi îmbunătățite în permanență;

- Antreprenoriatul este o activitate care implică mai mulți actori și nu doar antreprenorul. Acesta nu acționează izolat, ci trebuie să identifice colaboratori, să-i motiveze și să-i coordoneze către realizarea propriei viziuni asupra afacerii pe care a inițiat-o;

- Antreprenorul trebuie să creeze valoare pentru el și pentru societate, deoarece în caz contrar își pierde motivația pentru activitatea desfășurată, își pierde clienții și implicit rațiunea de a acționa ca antreprenor;

- Activitatea antreprenorială implică inovare în cele mai variate forme: ca mod de mobilizare și utilizare a resurselor, ca mod de servire a clienților, de obținere a produselor, de identificare și satisfacere a nevoilor de pe piață;

- Activitatea antreprenorială vizează exploatarea diferitelor oportunități de către cei care sunt deschiși și pregătiți să le întâmpine, adică de către antreprenori.

Pornind de la definiția propusă, **procesul antreprenorial** poate fi împărțit în 6 etape:

1. Identificarea oportunității

Cele 7 surse de oportunități identificate de Peter Drucker sunt:

- evenimentele neașteptate din activitatea noastră (succesul neașteptat al unei activități sau idei, respectiv eșecul neașteptat al unei activități);

- discrepanțele care există între situația curentă și ceea ce se dorește;

- posibilitatea de a obține un bun sau serviciu într-un mod mai rapid, mai eficient sau la o calitate superioară;

- schimbări ale structurii unui sector sau a pieței în ansamblu sub acțiunea unor factori diverși (de ex. legislația);

- schimbări demografice (îmbătrânirea populației);
- schimbări ale stilului de viață și ale percepțiilor la nivelul grupului țintă;
- apariția de noi cunoștințe și tehnologii.

2. Dezvoltarea conceptului de afacere

În economie, **afacerea** reprezintă știința socială de a conduce oamenii, astfel încât aceștia să organizeze și să mențină o productivitate colectivă în scopul îndeplinirii scopurilor particulare creative și productive ce generează, de obicei, profit. Etimologia cuvântului afacere se referă la stadiul de “a fi ocupat” în context individual, dar și în sensul comunității sau al societății. Practic, a fi ocupat înseamnă a efectua o muncă profitabilă și comercial viabilă. Termenul “afacere” are cel puțin trei utilizări, depinzând de scop:

a. În sens restrâns afacerea poate fi o entitate recunoscută legal într-o societate economică, unde indivizii se organizează pe baza unei expertize și a abilităților de a aduce inovare socială și tehnologică.

b. În economiile predominant capitaliste, afacerile sunt formate numai cu scopul de a obține profit și să mărească bogăția personală a proprietarilor lor.

c. Proprietarii și operatorii unei afaceri au ca obiectiv principal obținerea unui rezultat financiar în schimbul muncii lor – care este concretizat în consumul de timp și energie – și pentru abilitatea lor de a accepta riscul – investind efort și bani fără a se aștepta la un succes sigur.

Excepție de la această regulă fac acele afaceri care sunt derulate în cooperative sau instituții guvernamentale.

Astăzi, prin afacere se înțelege cel mai adesea efortul organizat al unor indivizi de a produce și vinde pentru profit bunurile și serviciile care satisfac cererile societății. În tradiția liberei inițiative indivizii sunt liberi să decidă ce să producă, cum să producă și la ce preț să vândă.

Afacerile sunt de două feluri:

- **B2C (business to consumer)**, dacă produsele și serviciile oferite se adresează consumatorilor

- **B2B (business to business)**, dacă produsele și serviciile oferite se adresează altor afaceri, acestea încorporându-le în propriile produse și servicii.

O afacere are două *scopuri* sau obiective fundamentale:

- Supraviețuirea - să reziste pe piață un timp indefinit, înfruntând concurența, sindicatele, autoritățile, luptând cu propriile ineficiențe, evaluând riscurile și asigurându-se împotriva lor.

- Câștigul sau profitul – să maximizeze avantajele proprietarilor afacerii (întreprinzători, acționari sau patroni).

O afacere adevărată reprezintă transformarea muncii, imaginației, riscului și capitalului întreprinzătorului în profit durabil, cu care societatea sau clientela va răsplăti satisfacerea nevoilor sau plăcerilor ei.

Profitul este surplusul obținut de o societate comercială atunci când venitul total pe care aceasta îl obține din toate activitățile sale, depășește cheltuielile necesare realizării acestor activități. El poate fi:

- *Profitul brut* (profitul impozabil) efectiv realizat al unei societăți comerciale este calculat prin scăderea tuturor cheltuielilor (efectuate în limitele permise) din venitul total obținut de societate.

- *Profitul net* se calculează prin scăderea din profitul brut a cotelor de impozit pe profit. Impozitul pe profit este un impozit personal, iar în cadrul reformei fiscale din România impozitul pe profit ocupă un rol important atât prin prisma contribuției sale la formarea veniturilor bugetare, cât și prin influențarea activităților generatoare de profit.

Conceptul afacerii trebuie să răspundă unei nevoi existente și să îndeplinească următoarele criterii:

- să fie unic (să se diferențieze de celelalte similare);
- să fie cuprinzător (să vizeze pe lângă produs/serviciu și variabile precum preț, promovare, distribuție);
- să fie fezabil (să poată fi dezvoltat la timp);
- să fie sustenabil (după implementare, conceptul trebuie să reziste suficient timp pe piață pentru a genera profitul vizat).

3. Determinarea resurselor necesare

Principalele categorii de resurse sunt:

- antreprenorul (sănătate, timp, motivare);
- colaboratori;
- canale de distribuție;
- materii prime;
- resurse financiare;
- locații;
- licențe și brevete;
- utilaje și echipamente;
- capital social (relații).

4 Obținerea resurselor necesare

O regulă fundamentală pentru o afacere aflată la început este să nu se investească în active fixe, pentru a rămâne cât mai flexibilă să răspundă riscurilor care la început sunt la nivel maxim. Antreprenorul trebuie să se concentreze asupra asigurării finanțării activității curente și pe termen lung. Ca regulă

generală, antreprenorii apelează mai ales la trei categorii de finanțatori ai noilor lor idei de afaceri: familie, prieteni și “nebuni”.

5. Implementarea și managementul afacerii

Cu cât antreprenorul va ști să utilizeze mai eficient resursele de care dispune pentru a obține rezultate care diferențiază firma sa, cu atât va fi mai protejat de atacurile concurenței.

6. Culegerea rezultatelor

Implică utilizarea rezultatelor obținute pentru a dezvolta afacerea, a diversifica și a ataca noi piețe sau pentru a o vinde la un preț bun. Această etapă implică utilizarea resurselor utilizate pentru inițierea unui nou ciclu antreprenorial.

➤ COMPORTAMENTUL ANTREPRENORIAL

Se manifestă prin:

- a. antreprenoriatul incipient;
- b. alegerea profesionala.

a. Antreprenoriatul incipient

Antreprenoriatul incipient presupune încercarea de a înființa o corporație de către un antreprenor, acțiune care este influențată de o serie de factori sau condiții agregate precum:

- cererea și oferta antreprenorială;
- rolul tehnologiei;
- rolul dezvoltării economice;
- rolul factorilor demografici;
- rolul instituțiilor de sprijin;
- factorul cultural.

Este important de văzut cum acești factori (forțe macroeconomice) își exercită influența asupra antreprenoriatului incipient prin intermediul alegerii individuale a ocupației. Cu cât este mai mare cererea de antreprenorat (pentru demararea unei noi afaceri), cu atât va fi mai mare procentul din populație care va alege ca ocupație conducerea unei afaceri independente. Latura ofertei se referă la numărul de indivizi care au atât abilitățile necesare, cât și preferințele de a porni o afacere.

b. Alegerea profesională.

Această componentă implică un amplu proces al evaluării și comparării riscurilor și beneficiilor (financiare și nefinanciare) specifice anumitor tipuri de muncă prestată, având ca elemente de comparație calitatea de proprietar și cea de salariat. Uneori șomajul și munca casnică pot fi considerate ca alegeri profesionale.

Studiile în domeniu au identificat un *profil risc – beneficiu* al indivizilor, ținând seama de alternativele de muncă independentă (plătită sau neplătită). Acest profil risc – beneficiu, propriu

fiecărui individ, determină alegerile profesionale personale. Aceste alegeri profesionale personale cuprind atât intenția potențialilor întreprinzători de a-și deschide noi firme, cât și intenția proprietarilor de firme deja existente de a rămâne în afaceri sau de a ieși.

➤ CEREREA ȘI OFERTA ANTREPRENORIALĂ

Cererea antreprenorială reflectă oportunitățile de a porni o afacere viabilă, bazându-se pe anumite oportunități create de influența unor factori macroeconomici apăruti pe piață (exemplu: tehnologii inovatoare, un grad ridicat de diversificare a cererii consumatorilor).

În cadrul *ofertei antreprenoriale* trebuie avute în vedere aptitudinile indivizilor și aptitudinile acestora față de antreprenariat, acestea fiind considerate ca elemente cheie. Astfel, alegerea unei persoane de a profita de o anumită oportunitate sau nu depinde de posibilitățile persoanei respective privind:

- nivelul resurselor de care dispune sau le poate obține;
- ansamblul de abilități și de trăsături ale caracterului dobândite;
- anumite preferințe.

Aproape toate forțele macroeconomice influențează în mod special aptitudinile și preferințele personale, aceste forțe având un puternic impact asupra ofertei și asupra cererii.

➤ Rolul tehnologiei

Noile tehnologii specifice secolului XXI din domeniul comunicării și informației au un potențial mai ridicat în a genera noi bunuri și servicii, creând oportunități pentru lansarea noilor firme în afaceri. Au permis totodată reducerea costurilor tranzacțiilor, coborând pragurile minime de eficiență în multe domenii de activitate.

Dar și amplificarea oportunităților antreprenoriale determină un ansamblu de schimbări în domeniul tehnologiilor.

➤ Rolul dezvoltării economice

Cele trei categorii de factori care pun în evidență dezvoltarea economică a unei societăți influențează oferta antreprenorială prin intermediul gradului de disponibilitate a resurselor pentru noile firme. Astfel:

a. *Dezvoltarea economică*, prin nivelul ei, constituie factorul cel mai important care influențează oportunitățile din mediul de afaceri. Totodată, trecerea unor firme de la producție la servicii creează noi oportunități deoarece, în sfera serviciilor barierele existente pe piață sunt mai mici (cu un impact mai mic) decât în sfera producției.

b. *Venitul pe cap de locuitor* reprezintă un factor important care-și pune amprenta și influențează modificările din structura activităților, amplificând într-un anumit mod oportunitățile antreprenoriale. Astfel, creșterea veniturilor determină creșterea cererii de servicii, determinând în acest sens diversificarea cererii consumatorilor.

c. *Diversificarea puternică a cererii*. O astfel de diversificare va permite firmelor noi să înăpăiept companiilor puternice, tradiționale care domină piața. Noile firme urmăresc să cucerească noi segmente pe o piață concurențială în anumite domenii de activitate, astfel că furnizorii de produse noi și specializate sunt favorizați prin această diversificare.

➤ **ROLUL FACTORILOR DEMOGRAFICI (maturitate, durata de viață)**

La nivel macroeconomic studiile arată că numărul noilor afaceri este influențat de scăderea populației (natalitate), de gradul de aglomerare și urbanizare a zonei analizate și de existența numărului de întreprinderi mici în cadrul organizațional.

Totodată, educația, nivelul acesteia și gradul de specializare poate constitui un factor pozitiv pentru acei întreprinzători care se lansează în noi afaceri, având o pregătire mai bună în domeniu.

➤ **ROLUL INSTITUȚIILOR DE SPRIJIN**

În categoria acestor instituții sunt incluse: familia, sistemul educațional, sistemul economic, sistemul politic și sistemul juridic. Analizând latura cererii se constată o serie de instituții financiare sau de altă natură, precum și anumite politici guvernamentale care vizează abolirea reglementărilor privitoare la intrarea pe piață a noilor firme și la privatizarea companiilor prestatoare de servicii.

Astfel, la nivelul Uniunii Europene se urmărește facilitarea elementelor care favorizează lărgirea sectorului privat, elaborându-se în acest sens reglementări fiscale și de protecție socială mai favorabile noilor întreprinzători (antreprenori).

Analizând oferta se constată că instituțiile de sprijin, menționate anterior, stimulează posibilitățile și preferințele întreprinzătorilor.