

ONTREPRINZĂTORUL – PROMOTOR AL AFACERILOR

Svetlana GOROBIEVSCHI,
doctor on științe economice, conferențiar universitar,
Universitatea Liberă Internațională din Moldova

SUMMARY

In the present article the author presents the theoretical concept concerning the notion of entrepreneur by contrasting scientific opinions and then proposing the personal formulation. The modern entrepreneur's necessary characteristics, as well as his roles in society, are determined. The author comes to the conclusion, that the motivational complex of the entrepreneur is the most important factor for the entrepreneurship activity. The author proposes a testing and evaluation variant of the motivational complex of the entrepreneur, by commenting on its various motivational formulae.

1. Noțiunea de omteprinător și caracteristicile acestuia

Ludovic al XVI-lea obișnuia să afirme că o țară este bogată atunci cond oamenii ei sont bogăți. Firește, afirmația este la fel de adevărată și astăzi, fiind confirmată de realitățile din numeroase țări. On condițiile actuale, principalii artizani ai bogăției sont antreprenorii. Deci țările care se vor bogate, trebuie să acorde o atenție deosebită antreprenorilor.

Recunoașterea antreprenorilor datează oncă din sec. XVIII on Franța, cond economistul R. Cantillon¹ a asociat asumarea de riscuri on economie cu antreprenoriatul. On continuare, pe parcursul dezvoltării istorice, antreprenorul este, on primul rond, un inovator. El ontreprinde ceva nou, investește mijloace pentru prelucrarea unui nou produs sau serviciu, elaborează noi tehnologii de prelucrare a ceea ce deja

există. Totodată, el manifestă inițiativă și este pe deplin responsabil pentru posibilele insuccese. On Anglia, aproximativ on aceeași perioadă, Revoluția Industrială evolua, iar antreprenorii jucau un rol vizibil on transformarea resurselor.

Conform economistului din sec. XVIII J.B.Say², antreprenorul este persoana care caută mereu schimbarea, scoate resursele economice dintr-un domeniu cu o productivitate scăzută și le introduce ontr-un domeniu cu productivitate onaltă și cu un randament mai mare.

J.Schumpeter (1934), un geniu al economiei sec. XX, afirma on lucrarea sa „Teoria dinamicii economice” din 1911: ”On antreprenoriat există o onțelegere pe care o facem on legătură

cu un anumit tip de comportament care include:

- a) inițiative;
- b) organizarea și reorganizarea mecanismelor socioeconomice;
- c) acceptarea riscului și a eșecului³.

El a dezvoltat ideea că antreprenorul este forța motrice a dezvoltării economice, activitatea căruia este inovatoare prin definiție și servește ca sursă permanentă pentru restructurarea competitivă a economiei și creșterea sa economică.

Recunoscutul consultant și profesor P. Drucker⁴ consideră că antreprenorul folosește orice posibilitate cu profit maximal. Pentru realizarea acesteia, antreprenorul trebuie să manifeste inițiativă, risc, mijloace și aptitudini necesare pentru satisfacerea cererii de piață, adică trebuie să poată depista potențialul său client.

Antreprenoriatul, ca subiect de discuție și analiză, a fost introdus de economiști în sec. XVIII și a continuat să atragă interesul lor în sec. XIX.

Evoluția conceptului de antreprenzor a fost puternic influențată de principiile și tehnicile managementului, fiind în strânsă interdependență cu calitățile personale ale celui ce dorește să dețină o afacere.

În jurul oamenilor de afaceri pe parcursul sec. XX în societate au apărut diferite mituri, printre care savantul C. Sasu menționează:

- antreprenzorii sunt oameni de acțiune, și nu filozofi. Desigur, ei au spirit practic și caută mereu combinații noi. Însă ei sunt și „filozofi” atunci când elaborează planuri de afaceri;
- antreprenzorii sunt născuți, nu

făcuți. Există anumite caracteristici care sunt onnăscute. Astăzi însă antreprenoriatul se studiază în universități, școli de afaceri etc. care au menirea de a „face” antreprenzatori;

- unicul lucru de care este nevoie pentru a deveni antreprenzor sunt banii și norocul. Evident, de noroc este nevoie în orice omprejurare. Cert este că el nu garantează succesul. Și fără bani, sigur, nu se poate realiza nimic. Însă chiar cu bani suficienți se poate ajunge la faliment⁵.

Numeroase studii confirmă faptul că pentru a fi un antreprenor de succes sunt necesare anumite calități personale. Antreprenorii asigură interacțiunea dintre următoarele calități: controlul interior, capacitatea de planificare, asumarea riscurilor, inovația, folosirea feedback-ului, luarea deciziilor, independența.

În viziunea reprezentanților școlii behavioriste, care acordă cea mai mare atenție elementelor ce caracterizează antreprenorii, aceștia sunt inovatori, lideri, asumatori de riscuri, independenți, creatori, tenaci, energici, originali, optimiști, centrați pe rezultate, flexibili, materialiști. Jacques Fillon⁶ menționează că lor le mai este caracteristic un progres remarcabil în ceea ce privește abordarea conținutului muncii și caracteristicilor antreprenorului. În unul din ultimele sale studii el realizează o abordare integratoare deosebit de interesantă și utilă a activităților și caracteristicilor specifice antreprenorilor.

Antreprenzorul este cel care-și creează propria sa afacere, un „om obișnuit”, dar care posedă caracter și motivații personale și care se află

concomitent sub influența mediului și a educației primite. El este persoana care inițiază de una singură sau on asociere o afacere, asumându-și riscul de a investi capital și anumite responsabilități de a conduce firma. Rezultatul acestei activități poate fi pozitiv sau negativ.

On prezent, ontreprinzător este considerată persoana care inițiază sau preia o afacere, asumându-și uneori anumite riscuri pe care cei mai mulți oameni obișnuiți nu ar face-o, iar altele aplicand cunoștințele fundamentale ontr-un mod cu totul original pentru a-și asigura succesul afacerii.

Executarea unei sau altei activități, legate de alocarea mijloacelor financiare on scopul obținerii profitului, cu luarea on considerare a intereselor personale se caracterizează drept antreprenoriat. On acest mod, antreprenoriatul este activitatea nemijlocită, dar nu doar capacitatea acestuia. Ultima constituie esența noțiunii de antreprenor. Antreprenoriatul poate fi realizat on orice domeniu ce nu este interzis prin lege.

Conform Legii Republicii Moldova „Cu privire la antreprenoriat și ontreprinderi”, antreprenoriatul este activitatea de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora on mod independent, din proprie inițiativă, on numele lor, pe riscul propriu și sub răspunderea lor patrimonială, cu scopul de a-și asigura o sursă permanentă de venituri.

Prin termenii de „antreprenor” și „antreprenoriat” se subînțelege afacerea, ontreprinderea. Prin organizarea unei ontreprinderi individuale sau de familie, persoanele particulare se manifestă ca subiecți ai antreprenoria-

tului. Astfel de antreprenori se pot limita la cheltuielile de muncă individuală sau pot folosi munca angajaților. Prin intermediul societății de acționari, societăților cu responsabilități limitate, societăților on comandită etc. se realizează reuniunile partenerilor drept subiecți ai antreprenoriatului.

Este important de a diferenția noțiunea de antreprenor de cea de antreprenoriat.

Antreprenorul este persoana care propune ceva nou (produse, servicii), oși asumă riscul pentru inovațiile făcute, are inițiativă, alocă resurse on scopul obținerii unor venituri viitoare, precum și oși asumă responsabilitatea eventualului eșec.

Antreprenoriatul este activitatea care permite realizarea acestor abilități, este afacerea antreprenorului, pe care este on drept să o desfășoare și care este onregistrată legitim.

Onsăși economia de piață este, on esență, economie antreprenorială. Pentru a fi agentul ei eficient, trebuie să-ți determini clar propriul potențial, aptitudini de antreprenor și posibilitățile de realizare a lor on cadrul antreprenoriatului și activității de antreprenoriat.

Una dintre definițiile ontreprinzătorului este aceea de persoană care organizează, conduce și oși asumă riscurile unei afaceri sau ontreprinderi. Alți experți spun că ontreprinzătorul este o persoană care poate “să creeze din nimic” o activitate economică.

Antreprenoriatul contemporan este un concept multidisciplinar. Pentru a-l studia on mod corespunzător, este necesară cunoașterea diversității teoriilor cu privire la acesta. Un mod de a o

face o constituie abordarea “școlilor de gondere” cu privire la întreprinzător.

Literatura de specialitate a identificat șase școli de gondere privind întreprinzătorul, grupate în două viziuni:

- viziunea macroeconomică: școala de gondere de mediu; școala de gondere financiară; școala de gondere a mutațiilor;

- viziunea microeconomică: școala de gondere privind trăsăturile întreprinzătorului; școala de gondere a oportunităților de afaceri; școala de gondere privind formularea strategică.

Viziunea macroeconomică prezintă o paletă largă de factori de succes sau eșec aflați în afara controlului întreprinzătorului, care determină intrarea sau nu în afaceri.

Școala de gondere de mediu se ocupă cu factorii externi care afectează stilul de viață al întreprinzătorilor potențiali. Ea pune accentul pe instituțiile și valorile care formează un cadru de mediu sociopolitic ce influențează dezvoltarea întreprinderilor. De exemplu, atmosfera din familie, atitudinea rudelor, a prietenilor poate influența sau nu dorința de a deveni întreprinzător. Grupul social poate afecta și el dezvoltarea întreprinderilor.

Școala de gondere financiară (a capitalului) se bazează pe procesul de căutare a capitalului (inițial sau de creștere). Ghidările de planuri de afaceri reflectă această orientare. De fapt, deciziile financiare se iau în toate fazele derulării afacerii.

Școala de gondere a mutațiilor se concentrează asupra mutațiilor realizate în societate. Există trei tipuri de mutații (schimbări) care o pot deter-

mina pe individ să intre în afaceri:

- mutațiile politice, determinate de schimbarea regimului, așa cum s-a întâmplat la noi în 1989 și care au permis dezvoltarea întreprinderilor;

- mutațiile culturale, cum sunt excluderile pe bază de rasă, sex din unele activități, ceea ce determină intrarea indivizilor excluși din aceste activități în afaceri;

- mutațiile economice, care se referă la variațiile economiei din cadrul ciclului economic. În perioadele de recesiune și depresiune se înregistrează pierderi ale locurilor de muncă, ceea ce determină înfișierea de afaceri proprii de către cei care și-au pierdut locurile de muncă în întreprinderile mari.

Viziunea microeconomică studiază factorii specifici întreprinderilor, care sunt sub controlul întreprinzătorului⁸.

Școala trăsăturilor întreprinderilor se ocupă cu studiul oamenilor de succes și identifică trăsăturile ce sporesc șansele de reușită în afaceri.

În cadrul acestei școli există trei concepții.

O primă concepție pune accentul pe calitățile personale ale întreprinzătorului. Pentru a fi sigur de reușită, întreprinzătorul trebuie să fie, în același timp, un cuceritor, un organizator și un “negociator”. Unul dintre adepții acestei concepții este W.Sombart, care consideră că întreprinzătorul trebuie să aibă următoarele calități:

- vivacitate de spirit, adică o judecată rapidă, o gondere perseverentă, distingerea elementelor esențiale și identificarea momentului favorabil;

- inteligență, respectiv să aibă o imaginație constructivă, idei și proiecte de activitate;

- perspicacitate, respectiv cunoașterea oamenilor, aprecierea corespunzătoare a colaboratorilor, suplețe și forță sugestivă.

Tipurile clasice de antreprenzatori, după W. Sombart, sunt: proprietarul funciar, birocratul, speculatorul, negociantul și manufacturierul.

O altă concepție consideră că antreprenzatorul este persoana care realizează combinații noi, acesta fiind adeptul schimbărilor economice pe care le face numai ca rezultat al inovării, antreprenzatorul identifică mai ontou nevoia și apoi combină manopera, materialele și capitalul necesare pentru a satisface această nevoie. El este considerat promotorul schimbărilor pe care le consideră ca ceva obișnuit, on mod normal, antreprenzătorii nu fac ei onșiși schimbările, ci le cercetează și exploatează ca pe o ocazie favorabilă.

H. Ford, de exemplu, nu a inventat nici automobilul, nici diviziunea muncii, on să a aplicat diviziunea muncii la producția de automobile ontr-un nou mod: linia de asamblare, folosind, astfel, informații gene-ral valabile pentru a face ceva nou. Această concepție oși are originea on lucrările lui J. Schumpeter care consideră că numai combinațiile noi ol definesc pe antreprenzător, fiind ompotriva combinațiilor tradiționale. Tipurile de antreprenzător, după J. Schumpeter, sunt: fabricantul comerciant, căpitanul de industrie, directorul și promotorul. Efectuond o sinteză a celor patru tipuri de antreprenzător, J. Schumpeter⁹ consideră că acesta trebuie să fie capabil să realizeze următoarele

combinații noi: introducerea unor metode noi de producție; cucerirea unui nou segment de piață; utilizarea unei noi surse de materii prime; realizarea unei organizări noi a antrepinderii.

O altă concepție pune accentul pe motivarea individuală a antreprenzătorului. Oncă din anii '60 ai secolului trecut, Mc.Clelland¹⁰ arată că există anumite persoane, on special cele ce devin antreprenzatori, care au mare nevoie de omplnire. Printre motivațiile antreprenzătorului sunt menționate: dorința de a-și asuma responsabilitatea, preferința pentru un risc moderat, banii.

După Mc.Clelland, un rol important on stimularea antreprenzătorului oi revine familiei. Și alți autori subliniază motivația antreprenzătorului. Stepanek subliniază, on special, obiectivele nemonetare - independența, stima și aprecierea colectivității. On sforșit, Hostow a studiat schimbările on familia antreprenzătorului de-a lungul generațiilor. El crede că prima generație dorește bogăția, a doua prestigiul, iar a treia - arta și frumosul.

Școala de gondire a oportunităților de afaceri se concentrează asupra oportunității inițierii și derulării afacerilor. Cheia succesului on afaceri după această școală o constituie dezvoltarea unei idei viabile de afaceri, la momentul oportun, pentru o nișă de piață adecvată. Elementele esențiale on acest proces sunt creativitatea și conștientizarea pieței.

Aspectele asupra cărora se insistă sunt: căutarea surselor de idei de afaceri; dezvoltarea conceptelor de afaceri; implementarea oportunităților.

O variantă a acestei școli o consti-

tuie principiul coridorului, care afirmă că, odată inițiată o afacere, apar noi oportunități de afaceri.

Școala de gândire privind formularea strategică subliniază rolul planificării în succesul afacerii. Factorii care se iau în considerare la elaborarea strategiei sunt: organizarea, managementul, mediul, procesul de producție, scopul sistemului de planificare. Elementele de care trebuie să se țină seama la elaborarea strategiei sunt: piețele unice, oamenii unici, produsele unice, resursele unice.

Există unele mituri și idei eronate privitoare la calitățile pe care trebuie să le aibă un antreprenor. Una dintre aceste idei eronate este că cei care înființază o întreprindere proprie sunt indivizi cărora le place să-și asume riscuri. Este corect că afacerile implică riscuri, dar adevărații antreprenori nu sunt jucători care mizează numai pe noroc.

De fapt, lucrurile stau invers: antreprenorii care reușesc în afaceri fac tot ce le stă în putință pentru a reduce riscurile pe care le implică înființarea unei firme noi, studiind, planificând și organizând informațiile, oamenii și materialele de care au nevoie pentru a reuși. Ei controlează riscul stabilindu-și țeluri rezonabile și realizabile – după care se străduiesc să le atingă.

În pofida părerii generale, pentru a înființa o firmă mică și pentru ca aceasta să funcționeze cu succes nu este întotdeauna nevoie de studii sau de experiență prealabilă de management. Este, în primul rând, nevoie de cunoștințe de bază și, eventual, de o oarecare experiență în afaceri. Dar la

fel de importanță ca anii de studii este dorința de a învăța și de a-ți perfecționa cunoștințele necesare pentru a reuși în afaceri.

Una dintre cele mai greșite idei despre antreprenori este că aceștia nu urmăresc altceva decât să facă bani. Desigur, antreprenzătorilor le plac banii și îi respectă, dar pentru mulți antreprenzători care au succes banii nu sunt decât produsul secundar al unui țel mai important.

Există câteva trăsături care îi caracterizează pe antreprenzătorii de mare succes:

- foarte multă energie;
- capacitatea de a stabili priorități și de a lua decizii;
- capacitatea de a lucra eficient cu o mare diversitate de persoane, precum sunt clienții, angajații, furnizorii, investitorii potențiali și creditorii;
- capacitatea de a comunica în mod clar și eficient;
- capacitatea de lucru cu cifrele;
- cunoașterea clienților și a produselor sau serviciilor ce se cer vândute;
- capacitatea de a stabili un echilibru între țelurile personale și cele care țin strict de afaceri;
- cunoașterea propriilor puncte forte și puncte slabe.

În urma sintezei efectuate a diferitelor opinii științifice, au fost conturate 8 motive pentru a deveni antreprenor, și anume:

1. Vei face mai mulți bani. Prima și cea mai importantă diferență între a lucra ca angajat și a avea propria ta firmă se referă la bani. Ca angajat vei avea un salariu fix care va crește doar în situații de excepție (promovare, greve ș.a.). Propria ta afacere îți oferă

posibilitatea de a obține din ce în ce mai mulți bani pe măsură ce te vei dezvolta.

2. Vei fi propriul tău șef. Se cunoaște foarte bine ce înseamnă un șef incapabil și stresant. Dacă faci parte dintr-o generație care este pregătită să-și asume propriile idei și acțiuni, vei aprecia cu siguranță libertatea și flexibilitatea pe care ți-o va acorda propria ta afacere.

3. Oți vei stabili singur programul de lucru. Ca angajat ți se impune un orar strict și nu de puține ori ești obligat să faci ore suplimentare care nu sunt plătite la adevărata valoare a efortului depus. A fi antreprenor înseamnă și a-ți gestiona timpul de muncă după propriile nevoi și așteptări de la afacerea ta.

4. Vei lua singur deciziile. Libertatea ta este atacată în momentul în care altcineva gândește, vorbește și acționează în numele tău, interzicându-ți să-ți exprimi ideile valoroase; confortul oferit de statutul de “condus”, care te scutește de responsabilitate, nu poate concura cu satisfacția pe care o ai când realizezi ceva prin propriile tale eforturi.

5. Vei lucra cu oameni pe care tu însuși i-ai angajat. Ca angajat ești de multe ori forțat să muncești alături de oameni cu care nu ai nimic în comun sau care nu se ridică la nivelul tău, deși aveți aceeași funcție. Lucrând cu oameni pe care ți i-ai ales după propriile tale criterii, oți va fi mai ușor să-ți organizezi afacerea și vei avea o idee mai clară despre calitățile și deficiențele acestora. Mai mult, ai posibilitatea să apelezi la ajutorul apropiaților tăi, ceea ce-ți va onlesni munca.

6. Vei progresa datorită provocării concurenței. Dacă te simți bine atunci când onveți ceva și te autodepășești,

știi bine că lucrând ca angajat ai niște sarcini monotone și nu ești încurajat să progresezi. În schimb, pentru a-ți dezvolta afacerea și pentru a-ți depăși concurenții, vei onvăța în fiecare zi ceva nou.

7. Te vei bucura de aprecierea celorlalți. Cel care se lansează într-o afacere nu urmărește exclusiv avantajul material; oși propune, de asemenea, să iasă din anonimatul în care se află în mod obișnuit angajații unei firme sau ai unei instituții. Dacă vrei să te faci cunoscut și apreciat pentru munca și calitățile tale, va trebui să fii diferit de ceilalți, să ai inițiativă.

8. Vei crea noi locuri de muncă. Și tu, și prietenii tăi știți că locurile de muncă sunt puține, prost plătite și nu de puține ori se ontomplă că valoarea unui candidat să nu fie principalul criteriu de selecție. Propria ta afacere este, în primul rând, o soluție pentru tine, pentru că te va scuti de nesfârșitele căutări și interviuri fără rezultat, onșă cea mai mare satisfacție o vei obține atunci când le vei oferi tu altora o sursă de venit, poate chiar apropiaților tăi.

În timp s-a oncerat să se definească un profil al ontreprinzătorului. Acest profil cunoaște modificări de la an la an (crește numărul femeilor, scade vârsta etc.). De regulă, ontreprinzătorii dispun de experiență profesională, dar în prezent majoritatea ignoră cunoașterea managerială. Ontreprinzătorii cred în competență și capacitățile lor, manifestă abilitate în a-i convinge pe alții, onșă tolerează prea mult incertitudinea și situațiile mai puțin clare.

Rolul ontreprinzătorului în societate

S-a observat că principalul obstacol

on dezvoltarea profilului de antreprenor este educația primită, mediul familial din care provine persoana. Un individ care a crescut într-un mediu care i-a oferit securitate, succes garantat, lobby, ordine, va avea puține șanse de reușită on a-și conduce cu succes afacerea proprie. Dimpotrivă, persoanele care cunosc nevoia, on copilărie au dus lipsă de bunuri, crescuți on familii cu mulți copii, au cunoscut refuzul – toate acestea le-a trezit dorința de a se afirma on societate pentru a merita mai mult. De aceea, deseori, de multe ori pornesc activitatea de antreprenor anume aceste persoane.

On majoritatea cazurilor, principalele obstacole on inițierea activității antreprenoriale sunt:

- lipsa de cunoștințe manageriale;
- lipsa capitalului;
- teama de risc;
- izolarea de societate.

Toate aceste obstacole pot fi depășite printr-o activitate de perfecționare de sine stătătoare și prin apelarea la sursele respective de consultanță.

Pentru a oncerca să definim rolul antreprenzătorului on societate, este necesar să ne amintim de rolul antreprenzătorilor micului business on economie.

Reieșind din aceste concepte, autorul este de acord cu opiniile majoritare pe marginea clasificării antreprenzătorilor.

Antreprenzătorii sunt cei ce caută soluții productive pentru nevoi sau probleme existente sau estimate. Ei nu se ocupă doar cu onființarea unor firme. Printre cei care s-au bucurat de cele mai mari succese se numără antreprenzătorii care, ca să zicem așa,

au decupat statui noi din piloni vechi. Ei pot crea, de exemplu, corporații profitabile care satisfac cerințele pieței din firme care au deținut monopolul într-un anumit domeniu timp de o jumătate de secol. Acest caz oși găsește un exemplu dramatic on statele devenite de curond independente, unde companiile de telefonie, trusturile de transport și unitățile gigantice de producție sunt obligate să găsească o multitudine de posibilități mici, dar profitabile, de activitate on cadrul economiei de piață.

Unii antreprenzători au un talent administrativ onnăscut pe care ol folosesc pentru a continua afacerile oncepute sau refăcute de ei. Ei oși pot petrece viața ocupându-se de activitatea antreprenzătorii care evoluează pe parcurs. Alții, după ce au organizat o antreprenzătorie, se grăbesc să preia răspunderi noi. Ei nu pot transforma viziunea inițială on administrație de rutină, responsabilă și preocupată de evoluția costului.

Diversitatea aptitudinilor și ținurilor arată că activitatea de antreprenzător este doar o fază. Asemenea unui caleidoscop, elementele se modifică ponă cond o antreprenzătorie nouă intră on faza on care are nevoie de un management mai amplu și mai consistent.

Economistul britanic J.M.Keynes¹¹ vorbește despre „spiritul animalic” al oamenilor de afaceri. Acestui devotament, antreprenzătorul adaugă calități pe care administratorul nu le are decot rar. Antreprenzătorul știe că premisele existente se deteriorează dacă nu sunt regondate și ombunătățite. El adaugă speranță procesului, aceasta depășind presupunerea că o activitate desfășurată competent aduce beneficii

corespunzătoare. El acceptă un risc mai mare în schimbul unei recompense mai mari. Și el este dispus să exploreze teritorii noi.

Pornind de la cele expuse, autorul intenționează să formuleze coteva funcții ale antreprenoriatului în societate.

Antreprenoriatul este indispensabil de economia de piață, deoarece economiile cu o activitate substanțială de antreprenoriat generează în permanență produse și servicii noi și îmbunătățite, un nivel semnificativ al antreprenoriatului poate conduce la mai multe beneficii sociale.

Antreprenoriatul este esențial pentru funcționarea economiilor de piață. Oamenii care inițiază afaceri și fac ca afacerile să crească sunt agenți esențiali ai schimbării, care accelerează generarea, aplicarea și răspunderea ideilor inovatoare. În acest mod, ei asigură utilizarea eficientă a resurselor, precum și largesc hotarele activității economice. Indivizii întreprinzători caută și identifică oportunități potențial profitabile și își asumă riscuri pentru a pune la încercare convingerile lor. Fiecare societate, care tinde spre creșterea economică, având nevoie de această categorie de oameni ar trebui, așadar, să încurajeze activitățile lor.

Antreprenoriatul este benefic pentru dezvoltarea economică la nivel macroeconomic, precum și pentru dezvoltarea personală și realizările la nivel microeconomic. Educația în domeniul antreprenoriatului nu afectează doar nivelul imediat al inițierii afacerilor, ci poate să contribuie și la atitudinile intelectuale și sociale pe termen lung pentru a iniția afaceri, autoangajare și

antreprenoriat.

La sfârșitul anilor '80 și începutul anilor '90 ai secolului trecut în Europa Centrală și de Est s-au produs schimbări sociale, politice și economice radicale, prin care a trecut și Republica Moldova. Trecerea de la economia centralizată la cea de piață a condus la apariția noilor concepte (ca întreprinderea și concurența) care fuseseră respinse și interzise de vechea ideologie.

Toate aceste schimbări au condus la necesitatea de a lărgi înțelegerea noilor concepte economice și de a schimba atitudinile față de economia de piață și business, față de agenții lor activi, întreprinzătorii.

Cel mai important pas pentru dezvoltarea sectorului (întreprinderilor mici și mijlocii) este totuși oferirea noțiunilor adecvate despre procedura de a deveni întreprinzător și modul în care pot fi dezvoltate noile afaceri.

Educația pentru antreprenoriat este indispensabilă pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, deoarece ea:

- onlătură ignoranța și schimbă atitudinea față de dezvoltarea businessului;
- acordă credit, deci acces la sursele de finanțare;
- completează experiența profesională pentru a o valorifica în mod optim;
- transformă cunoștințele universitare în produse comerciale concrete.

În multe societăți, în special în cele în care trecerea la economia de piață a condus la inegalități sociale majore, întreprinzătorii sunt considerați oameni care caută să coștige ușor și / sau folosească mijloace necinstite pentru a profita de oamenii „cinstiți”.

Studiile au arătat că în țările în care schimbările economice au avut loc mai recent (din Europa Centrală și de Est), oamenii devin antreprenzatori, în principal, deoarece și-au pierdut locul vechi de muncă. Într-adevăr, scopul unei educații răspândite în domeniul antreprenoriatului nu este de a face din fiecare cetățean antreprenzător, ci de a pune în mână fiecăruia un instrument, cu care ei vor putea transforma experiența lor profesională în afaceri profitabile atunci când apare necesitatea și ocazia.

Antreprenoriatul este rezultatul unor acțiuni multidimensionale de caracter general.

Astfel, cadrul economic favorabil este fundamentul oricărei politici în domeniul antreprenoriatului. Într-adevăr, fără structură orientată spre economia de piață nu prea are sens de a lucra în direcția dezvoltării antreprenoriatului.

Programele de stat bine puse la punct și cu un obiect potrivit ar trebui să completeze condițiile cadrului economic. De exemplu, ele pot:

- încuraja comportamentul cooperant;
- majora fluxul de informații pentru finanțarea antreprenoriatului;
- oferi o soluție flexibilă la caracteristicile locale care afectează antreprenoriatul.

Și atitudinile contează, întrucât este general acceptat că antreprenoriatul va fi mai răspândit dacă el va fi prețuit și respectat, și dacă eșecul în afaceri este văzut ca un învâlmont util și nu ca un stigmat. Unele programe din domeniu s-au bucurat de un anumit succes. De exemplu, Strategia privind

Nivelul Inițierii Afacerilor desfășurată de Scottish Enterprise a atras o largă varietate de mijloace de presă pentru a încuraja potențialii antreprenzatori de a iniția o afacere.

Antreprenoriatul este afectat foarte mult și de condițiile economice, sociale și instituționale locale și regionale. Natura activității antreprenoriale poate varia de la regiune la regiune a unei țări datorită divergențelor demografice, de bogăție, educaționale, domeniilor de ocupație, de infrastructură și altor factori. În urma unui studiu amplu, întreprins în România pe eșantioane mari de agenți economici, s-a constatat că spiritul de inițiativă în afaceri aparține cu precădere categoriilor socioprofesionale cu pregătire medie (87%), și mai puțin (13%) intelectualilor (care se implică cu mari rezerve în afaceri).

Antreprenzătorii constituie unul dintre principalii piloni ai economiei de piață.

În viziunea autorului, impactul determinant al antreprenzătorilor asupra stării și evoluției oricărei economii rezultă din următoarele realități:

- sunt inițiatorii creării O.M.M. (întreprinderilor mici și mijlocii), cea mai dinamică și mai numeroasă componentă a sistemului economic contemporan;
- sunt cei care, de regulă, transformă o parte din O.M.M. în firme mari și puternice, denumite sugestiv de către specialiștii nord-americani „gazele” economiei;
- exercită direct și indirect un rol major în remodelarea mediului economic, imprimându-i un caracter antreprenorial din ce în ce mai important, în condițiile accelerării schimbărilor

economice;

- constituie componenta principală a clasei de mijloc, ce asigură stabilitatea economică și socială a oricărei țări;

- au o contribuție determinantă la crearea economiei de piață, prin înființarea O.M.M. și privatizarea firmelor de stat.

3. Evaluarea complexului motivațional la antreprenzor

După cum s-a menționat, formarea antreprenzorului are loc sub influența a două grupuri de factori: externi și interni. Cele două categorii de factori, interacționând între ei, provoacă așa-numitul comportament motivat al antreprenzorului.

Din punct de vedere etimologic, motivația înseamnă deplasare. Motivația reprezintă suma forțelor, energiilor interne și externe care inițiază comportamentul spre un scop; acesta, odată atins, va determina satisfacerea unei necesități. Între motivație și performanță există o relație de condiționare reciprocă.

Două seturi de factori determină motivația antreprenzorului și afacerea proprie:

- factorii interni sau individuali – percepția misiunii sale și societate; atitudinile personale față de tot ce-l înconjoară; structura nevoilor, intereselor; sistemul de valori educat cu timpul;

- factorii externi sau organizaționali – mediul antreprenorial; politica statului; cadrul legislativ și direcția susținerii și protecției sectorului O.M.M.; posibilitatea de a fi stăpân pe soarta proprie, posibilitatea de a conduce echipa selectată de el; imaginea formată și jurul antreprinderii;

poziționarea vânzărilor pe piață; recunoașterea publică; posibilitatea de a face cunoștință cu persoane noi; satisfacție de la comunicarea cu persoane interesante etc.

Lucrările de specialitate abordează teoriile motivaționale și vederea evidențierii avantajelor și dezavantajelor pe care le-ar crea eventualele lor folosiri și definirea strategiilor organizaționale. Există teorii care examinează factorii organizaționali și teorii care au la bază factorii individuali. Altele, mai recente, combină cele două tipuri de factori și explicarea comportamentului uman. Cu toate acestea, definirea strategiei ideale pentru motivarea personalului unei firme nu este o problemă simplă, rezolvarea prin aplicarea unei rețete sau a unui model.

În opinia autorului, metoda lui Cătălin Zamfir, sociolog de performanță, actualmente director al Centrului de Studiere a Calității Vieții din București, este interesantă, utilă și destul de simplă pentru evaluarea complexului motivațional al antreprenzorului.

În conceptul său teoretic, C. Zamfir pornește de la lucruri bine cunoscute, și anume, că factorii motivaționali se grupează ca intrinseci și extrinseci.

În grupul I al factorilor intrinseci se includ factorii ce provoacă satisfacția internă a muncii, nu care reiese din conținutul muncii. Autorul a nominalizat acest grup de factori ca un grup al Satisfacției Interne a Muncii (S.I.M.). Adaptând acest concept la antreprenzor, am putea menționa că la acest capitol se referă următorii factori: satisfacția de la extinderea afacerii, de la creșterea vânzărilor, de la promovarea imaginii firmei etc.

Grupul factorilor extrinseci se dezmembrează în două direcții. Prima direcție include factorii Satisfacției Extern Pozitive (S.E.P.). C.Zamfir grupează următorii factori: satisfacția din veniturile obținute; satisfacția de la posibilitatea de creștere a carierei; recunoașterea capacităților de lider; gradul de afiliere în grup; statutul social și stima, respectul etc.

A doua direcție include factorii care provoacă Satisfacția Extern Negativă (S.E.N.) a muncii. Aici autorul menționează următorii factori: satisfacția de la puterea de influență asupra angajaților; satisfacția de la aceea că angajații se află în supunerea deplină a conducătorului, care are la dispoziție sa mai multe instrumente de interacțiune (lauda, avertizarea, eliberarea din funcție etc.).

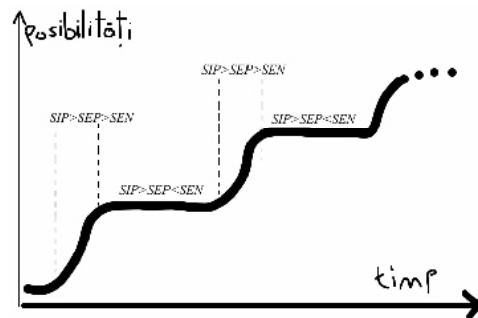
Referitor la antreprenzor, am putea spune că acest grup satisfacțional include următorii factori: că este stăpân al afacerii și procedează așa cum consideră de cuviință, satisfacția de la metodele și stilul selectat în lucrul cu echipa, de la puterea decizională¹².

În conceptul teoretic menționat se demonstrează că pentru orice circumstanțe, indiferent de domeniul de activitate și funcția deținută, cele mai performante rezultate le aduce antreprenzorii angajatului la care dependența dintre grupurile factorilor de satisfacție este în descrescere: S.I.M. > S.E.P. > S.E.N.

Concluziile lui C.Zamfir:

- indiferent în care domeniu activează persoana respectivă, cele mai performante rezultate le obține atunci când formula motivațională este: S.I.M.>S.E.P. >S.E.N., cauza fiind una

- când omul este motivat intrinsec în calitate de cine nu ar munci el, va fi mai



productiv decât oricare altă persoană, care are o motivație extrinsecă;

- complexul motivațional la angajat se schimbă pe parcursul vieții, fiind foarte flexibil la nevoile acestuia, are diferite durate (motivația intrinsecă S.I.M. are longevitatea mai mare decât cea extrinsecă, apoi o mai mică durată are motivația extern pozitivă – S.E.P., cea mai mică durată îi aparține satisfacției extern negative de muncă – S.E.N.), de aceea managerul antreprenzorii trebuie să țină cont de aceasta, asigurându-i străduința și satisfacția maximă a angajatului;

- diferite roluri în activitatea antreprenzorii necesită diferite forme de motivație, de exemplu, un lucru simplu necalificat poate fi executat tot atât de bine, indiferent de forma de motivație a angajatului (a face curățenie, a scrie un demers, a face o simplă reparație, a scrie un raport etc.); în schimb, pentru executarea unei activități compuse care necesită cunoștințe profunde sau experiență mare sunt necesare și inspirație, sacrificiu, astfel, acesta poate fi executat calitativ numai dacă persoana posedă forma intrinsecă de motivație.

Metoda dată ne-a părut interesantă

din considerentele că este neobișnuită (diferă mult de alte metode de evaluare a complexului motivațional cunoscute în teoria managerială), ne permite să obținem diferite formule relevante, diferențiate de la om la om.

Adaptarea acestor formule pentru diferite persoane sunt comentate de autor în felul următor.

Un angajat cu formula satisfacției

$S.I.M. > S.E.P. < S.E.N.$ poate fi o persoană care își începe cariera profesională și care lucrează doar de dragul lucrului care îi aduce multă satisfacție la etapa începătoare de activitate profesională, fiind mai puțin dependent de remunerarea obținută.

Caz clasic. Deoarece formula optimă a satisfacției de muncă a fost propusă pentru economia centralizată (anii '90 ai secolului trecut), actualmente

există un alt scenariu, în care persoana dată va primi un astfel de calificativ.

În „realitate”, calificativul $S.I.M. > S.E.P. > S.E.N.$, înseamnă că circumstanțele locului de muncă îi permit angajatului să nu-și facă griji (salariul primit la timp, avansarea în grad, instrumente de muncă sofisticate etc.). Cu alte cuvinte, condițiile creează condiții optime de muncă pentru angajați, atotdeauna încotro angajații se pot dedica în integritate muncii. În această situație, salariul/respectul/carierea etc. sunt proporționale calității produsului și efortului muncii depuse de angajat. Deci este logic ca persoana să se gândească doar la lucru, știind că restul „vine de la sine”.

Dacă angajatul își schimbă locul de muncă și se află într-un mediu mai „ostil”, atunci rezultatul motivației noii activități se schimbă în felul următor: $S.I.M. < S.E.P. < S.E.N.$

Caz combinatoriu. În cazul în care un angajat motivat $S.I.M. > S.E.P. > S.E.N.$ va avea un rezultat $S.I.M. > S.E.P. < S.E.N.$, atunci acesta este conștient de faptul că la momentul de față lucrează la limita abilităților sale. Dacă calitatea produsului final este înaltă, autorul produsului are șanse mari de a fi promovat. Dacă promovarea în rang implică și responsabilități mai serioase, deci se consumă mai mult timp, rămâne mai puțin timp pentru dedicația față de muncă, ceea ce poate diminua calitatea produsului final. Cu alte cuvinte, angajatul știe că în perioada actuală orice schimbări pot conduce la instabilitate și preferă să se mențină în starea curentă, până când evoluează și ajunge la etapa când poate „crește”.

Graficul 1. Evaluarea în timp a complexului motivațional la întreprinzător

În grafic este ilustrată ideea că în unele perioade angajatul poate avea motivația $S.I.M. > S.E.P. > S.E.N.$ (B), iar în altele – $S.I.M. > S.E.P. < S.E.N.$ (D).

Pornind de la cele expuse, autorul lucrării formulează următoarele concluzii:

- ar fi necesar de urmărit dinamica rezultatelor unui grup de angajați sau întreprinzători. Dacă aceștia sunt responsabili și conștienți de importanța rolurilor lor la întreprindere, atunci vom observa patern-uri – angajații vor trece dintr-o