

Marius Ghenea

Antreprenoriat



*Drumul de la idei către oportunități
și succes în afaceri*

Editat de SC Universul Juridic SRL
Copyright© 2011, SC Universul Juridic SRL

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin
Editurii Universul Juridic.
Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris
al SC Universul Juridic SRL.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GHENEA, MARIUS

**Antreprenoriat : drumul de la idei către oportunități
și succes în afaceri / Marius Ghenea. - București : Universul Juridic,
2011**

Bibliogr.

ISBN 978-973-127-516-1

330.35.01

Redacție: tel./fax: 021.314.93.13
tel.: 0732.320.666
e-mail: redactie@universuljuridic.ro

Distribuție: tel.: 021.314.93.15; 0726.990.184
tel./fax: 021.314.93.16
e-mail: distributie@universuljuridic.ro

www.universuljuridic.ro
Comenzi online cu reduceri de până la 15%

De ce o carte despre antreprenoriat

În ultimii ani, sute de antreprenori sau de oameni dornici să devină antreprenori mi-au pus diverse întrebări despre antreprenoriat, iar eu am încercat să le răspund cât de bine am putut: probleme care țin de pornirea unei afaceri, întrebări cu privire la cum se poate finanța un start-up, chestiuni legate de valoarea și meritul unei idei de afaceri sau a alteia și multe alte întrebări, toate cu un numitor comun, anume abordarea antreprenorială asupra afacerilor. Mulți antreprenori m-au contactat pur și simplu prin e-mail, căutându-mă pe Internet. Cu alții am discutat chiar în Arena Leilor, care a fost și rămâne o platformă importantă media de dezbateri antreprenorială în România, cu toate limitările pe care orice show TV le are.

Discuții extrem de interesante am avut și în afara Arenei, dar pe baza negocierilor și dezbaterilor din emisiune: oameni pe care nu îi cunoscusem până atunci mă abordau pur și simplu la magazin sau în aeroport întrebându-mă cum a evoluat unul sau altul dintre proiectele semnate în acest show TV, dar mai ales încercând să afle mai mult despre cum funcționează de fapt afacerile, ce este legendă și ce este realitate în activitatea antreprenorială.

Evident, întrebări cu privire la antreprenoriat am și eu de foarte mult timp, probabil de când am început să contemp lu primele mele

inițiative antreprenoriale, cu vreo 20 ani în urmă, când eram student. Dar cu siguranță, cel puțin în anii de început ai primei mele afaceri, nici nu a fost prea mult timp pentru a ridica analiza în plan teoretic și pentru a structura întrebări și răspunsuri despre antreprenoriat, dar în afară de lipsa de timp, cred că ritmul foarte rapid al desfășurării și dezvoltării businessului m-a ajutat în sensul că răspunsurile îmi veneau foarte repede și uneori destul de brutal, mai ales atunci când luam o decizie greșită: încercare și eroare sau, cum se mai spune, *trial-and-error*. Cei care au înțeles rapid erorile și le-au corectat au mers mai departe și, mulți dintre ei, au ajuns să aibă succes în afacerile lor.

Toți acești ani și toate aceste întrebări m-au ajutat să învăț eu însumi mult mai multe despre antreprenoriat și, în plus, m-au ajutat să scap de tot felul de prejudecăți și preconcepții cu privire la acest subiect, dar în același timp mi-au arătat cu prisosință cât de mult mai avem cu toții de învățat, mai ales acum, mai ales aici, în România. Astfel, încetul cu încetul, am ajuns la concluzia că scrierea unei cărți despre antreprenoriat ar fi pentru mine nu doar o oportunitate și o plăcere legată de împlinirea unei dorințe personale importante, ci chiar o datorie. Spun „datorie” pentru că eu cred că este datoria noastră, a primelor generații antreprenoriale noi din România, de după 1989, să trecem mai departe ștafeta către noi generații de antreprenori și lideri români din ce în ce mai valoroși, cu din ce în ce mai mult succes.

Iată de ce, separat de această carte de antreprenoriat, desfășor de mai mulți ani numeroase activități pro-bono pentru susținerea inițiativei și educației antreprenoriale din România. Ca profesor asociat de Antreprenoriat la programul de Executive MBA al Maastricht School of Management, susțin de câte ori am ocazia cursuri de Antreprenoriat tip Open-Class, la care pot participa gratuit orice persoane interesate de acest subiect (limitat doar de numărul locurilor disponibile în sala de curs), dar particip cu mare plăcere și la numeroase conferințe din țară, nu doar din București, așa că am

ajuns, în ultimii ani, în mai toate orașele mari din România cu astfel de conferințe pe teme de antreprenoriat (Cluj, Iași, Timișoara, Brașov, Tg. Mureș etc.). Particip în plus și la susținerea unor fundații și asociații pentru tineri (studenți, lideri sau antreprenori tineri) ca JCI România, AIESEC, Venture Connect, Leaders România și altele.

Un program extrem de ambițios de educație antreprenorială este cel susținut de Fundația Post-Privatizare, Schoolforstartups România, în care particip ca lector și coorganizator alături de Doug Richard, unul dintre „dragonii” din seriile originale de la BBC similare cu Arena Leilor (Dragons’ Den). Când ne-am întâlnit și Doug mi-a propus să lansăm și în România acest program internațional care funcționează de mai bine de 5 ani în Marea Britanie, mi s-a părut o ocazie excelentă de a face ceva în plus pentru comunitatea antreprenorială din România. Un „leu” și un „dragon” și-au dat astfel mâna pentru a lansa prima școală antreprenorială internațională importantă din România, care va avea doar în primul an peste 200 cursanți la București și Cluj.

În măsura în care aceste pagini vor fi utile, fie și într-o măsură modestă, unui antreprenor care are deja o afacere și încearcă să o dezvolte în continuare, indiferent de crize economice sau de modificări legislative, sau unui tânăr care dorește să devină antreprenor, sau unui manager dintr-o companie care decide să urmeze calea antreprenorială, sau chiar aceluiași manager dacă decide să rămână în acea companie, dar cu o atitudine antreprenorială mai puternică, deci să acționeze ca un „intrapreneur”, sau oricărui alt cititor, această carte își va atinge obiectivele.

Pe măsură ce ideea scrierii acestei cărți se cristaliza, unele proiecte personale interesante au aruncat o lumină nouă asupra motivelor pentru care o asemenea carte ar putea fi necesară. Am început în primăvara anului 2010 să predau un curs de Entrepreneurship pentru programul Executive MBA de la CEU Business School, astfel încât înțelegerea

sistematică a activităților antreprenoriale a devenit și mai importantă pentru mine. Acum am preluat și cursul de Innovation and New Business Ventures al programului EMBA de la Maastricht School of Management. M-am aprofundat în zeci de cărți legate de acest subiect, de la cursuri clasice ale unor universități americane până la cărți iconoclaste din acest domeniu, care dăruie multe mituri și legende urbane legate de antreprenariat. Cu toate acestea, nici pe plan global teoriile din acest domeniu nu sunt încă foarte clare, iar subiectul (alături de un alt subiect fierbinte al acestei perioade, anume leadership) este o piatră filozofală pentru mulți cercetători, tocmai pentru că pare atât de greu de pus într-o ecuație sau într-o structură clară. Și totuși, acesta este conceptul de business modern care transformă „plumbul în aur” generând bogăție, dezvoltare economică și prosperitate.

Vorbim aici despre societăți care au o dezvoltare antreprenorială consistentă în epoca modernă, cu istorii antreprenoriale de sute de ani și ale căror începuturi sunt în general identificate încă din perioada Revoluției Industriale, adică în secolul al XVIII-lea. Sute de ani în care antreprenariatul a fost nu doar „predat” informal, din generație în generație, de fiecare antreprenor către cei care i-au urmat (din familie sau din afara familiei), dar a fost chiar studiat sistematic în școli, așa cum la noi nu se întâmplă nici măcar acum, la 20 ani după Revoluție. Și spun asta chiar dacă în ultimii ani a fost introdusă o disciplină „Educația antreprenorială” în licee (ceea ce este discutabil ca și curriculum la o vârstă la care e foarte ușor să îi faci pe copii să respingă, mai curând decât să fie atrași de acest subiect, mai ales când profesorii care predau această disciplină nu au vreo legătură cu antreprenariatul, decât eventual întâmplător), iar în facultăți există, de asemenea, niște cursuri de antreprenariat (din nou, nu este deloc clar cine le predă, cine elaborează curriculum-ul și ce legătură cu practica antreprenorială există, în cazul acestor cursuri).

Inițiative interesante am văzut totuși că au apărut în mediul universitar românesc, dar mai curând prin activități extracurriculare, organizate de studenții înșiși (și, așa cum spuneam, susțin cu mare

plăcere inițiativele asociațiilor studentești de acest gen din țară). Iar acolo unde există, în sfârșit, unele cursuri de antreprenoriat la anumite specializări (mai ales cele ingineresti și cele economice), aceste cursuri suferă din mai multe puncte de vedere și de obicei eșuează în a-și atinge menirea, aceea de a dezvolta spiritul și cultura antreprenorială a tinerilor. Ele suferă în primul rând pentru că nu sunt predate de antreprenori, ci de consultanți sau academici care nu au dezvoltat sau deținut niciodată în viața lor o afacere. Și suferă încă și mai mult pentru faptul că sunt în general mult prea teoretice, fără studii de caz relevante, fără activități practice concrete care să valorizeze cunoștințele teoretice dobândite.

Trebuie spus însă că nici varianta ca un astfel de curs să fie predat de un antreprenor tipic, cu experiență, nu este neapărat cea mai bună soluție, pentru că mulți antreprenori sunt excelenți în activitatea lor de bază, dar nu au neapărat instrumentele de comunicare, rigoarea pedagogică și cunoștințele teoretice necesare pentru a pune întregul univers antreprenorial într-o perspectivă pe care studenții să o înțeleagă și să o îmbrățișeze.

Educația antreprenorială, atât cât se poate face în școală, trebuie începută la vârste mult mai mici. Băiețelul meu studiază la o școală internațională și din primii ani de școală ei au fost învățați că pentru a realiza unele sume de bani necesare fie pentru mici plăceri personale, fie pentru mici acțiuni caritabile, copiii pot ei înșiși să devină antreprenori: ei lucrează în echipe pentru a face diverse jucării sau dulciuri pe care apoi le vând la târgurile școlii, într-un cadru organizat. Apoi folosesc acești bani pentru a cumpăra diverse lucruri pentru activitățile extracurriculare sau îi donează pentru centrul de câini de ajutor pentru nevăzători, cu care școala lucrează pe acțiuni caritabile. În școlile din străinătate, aceste tipuri de activități nu se opresc aici. Sunt multe alte elemente care contribuie la această educație în timp, în școală, astfel încât un tânăr care iese de pe băncile școlii are deja suficiente cunoștințe și informații pentru a putea lua

decizii corecte în ceea ce privește oportunitățile antreprenoriale pe care le are. Ce e drept, aceste lucruri se întâmplă mai ales în sistemul educațional britanic și american, care sunt nu întâmplător cele mai antreprenoriale țări din lume.

Un astfel de tânăr, într-un astfel de sistem educațional, are deja din primii ani de școală sau de liceu niște minime cunoștințe despre managementul bugetului personal, despre lucrul în echipă, despre posibilitățile de a realiza câștiguri prin activitatea proprie. La noi, aceste lucruri nu numai că nu se învață în școală, dar am impresia că școala românească face tot ce e posibil să îi țină pe copii în ignoranță cu privire la tot ce este legat de antreprenoriat, ca și când așa ceva ar fi „de rușine”. Iar problema nu este una conjuncturală, ci una de sistem și generațională: cum ne putem imagina că niște profesori care au trăit cea mai mare parte a vieții lor sub regimul comunist ar putea avea o înțelegere corectă sau măcar rezonabilă asupra antreprenoriatului? Pentru mulți dintre acești dascăli, antreprenoriatul sau businessul sunt foarte asemenea „bișniței” care se făcea, cu blugi, țigări și video-uri, în perioada lui Ceaușescu.

Iată deci încă un motiv foarte important pentru care o astfel de carte despre antreprenoriat este absolut necesară în România. Este o ocazie de a încuraja reluarea unei tradiții antreprenoriale rupte de cei 50 ani de comunism și dictatură, și apoi renăscute în ultimii 20 ani în mod aproape miraculos, dar și cu unele „malformații”, cauzate nu doar de problemele unei piețe emergente sau ale corupției din sistemul de stat, dar și de aceste percepții greșite asupra a ce înseamnă, cu adevărat, să fii antreprenor.

❑ *Cine ar trebui să citească această carte*

➤ antreprenori cu afaceri existente, pentru a găsi aici unele răspunsuri la întrebări pe care poate nu și le-au pus încă, dar care i-ar putea ajuta în activitatea de zi cu zi; indiferent dacă ești un antreprenor de succes sau unul care se luptă pentru supraviețuire, cu siguranță că informațiile din această carte îți pot fi de folos !

➤ persoane care doresc să devină antreprenori, mai ales pentru că cei care nu au încă o experiență antreprenorială, fie ei mai tineri sau de alte vârste și care sunt de obicei tentați să creadă mai curând în stereotipurile, miturile și legendele urbane care circulă pe seama antreprenoriatului, decât să își planifice atent intrarea în business; există riscul, dacă ești în această categorie, să faci acest salt în necunoscut fără a avea un minim bagaj de informații pentru ceea ce te așteaptă; câteva sute de pagini din această carte ar putea netezi înțelegerea asupra activității în care ești pe punctul să intri și te-ar putea ajuta să ai o abordare mult mai realistă, evitând astfel greșelile pe care le-au făcut mulți alții înaintea ta; așa cum se spune, învățăm din greșelile noastre, însă ideal ar fi să învățăm din greșelile altora (pentru că atunci înseamnă că noi nu le vom face niciodată) !

➤ angajați-cheie sau care aspiră la poziții-cheie în afaceri antreprenoriale, pentru care această carte poate fi un „îndreptar” sau un ghid care să îi ajute să își înțeleagă mai bine antreprenorii pentru care lucrează; cu bune și cu rele, aceștia sunt într-adevăr o specie aparte, iar dacă ești un angajat care lucrează într-o firmă privată, știu că de multe ori ești frustrat de faptul că nu înțelegi diferite decizii ale antreprenorului care o deține și conduce, uneori nu îi înțelegi motivația și viziunea, astfel încât e greu pentru tine să îți îndeplinești și să îți depășești obiectivele sau pur și simplu să fii apreciat la adevărata valoare de șeful tău, proprietarul companiei

➤ manageri din corporații care fie doresc să devină antreprenori, fie doresc să continue activitatea lor în corporațiile respective, dar

au realizat, în timp, că Board-ul lor (în cazul celor din top management) sau eşalonul superior de management (în cazul middle-management sau line-management) doresc ca activitatea lor să fie din ce în ce mai antreprenorială, ca abordare, deci îşi doresc ca angajaţii lor să acţioneze ca nişte antreprenori valoroşi şi motivaţi în interiorul acelor companii, adică să fie mai mult decât nişte angajaţi, să devină *intrapreneurs*

➤ studenţii la facultăţi unde antreprenoriatul este un subiect de studii sau cursanţii la studii postuniversitare, pentru care această carte ar putea fi o sursă foarte utilă de informaţie localizată despre antreprenoriat, faţă de bibliografiile tipice care se indică pentru un astfel de curs şi care sunt bazate pe cărţi publicate în SUA sau în Europa Occidentală; de fapt, cartea ar putea fi ea însăşi inclusă în această bibliografie, în curând...

➤ la final, dar nu în cele din urmă, cartea ar putea fi utilă şi pentru orice alţi cititori care sunt interesaţi de antreprenoriat din motive sociologice, din motive personale, sau din pură curiozitate...

Cu privire la publicul potrivit pentru această lucrare, într-o anumită fază de concepţie a acestei cărţi, intenţia mea era pur şi simplu să dau un suport de curs cât mai bine structurat pentru cursurile de Entrepreneurship şi New Business Ventures pe care le predau. Am înţeles curând că aceasta ar îngădi accesul altor categorii de cititori care, la fel ca şi studenţii mei, ar putea totuşi să găsească utilă o astfel de carte. Iată de ce am reînceput scrierea acestei cărţi cât mai „pe româneşte”, atât în ceea ce priveşte interpretarea literală, pentru că iniţial suportul de curs era, aşa cum se întâmpla la un program MBA, în limba engleză, cât şi în ceea ce priveşte interpretarea figurativă, în sensul că am încercat să pun multe concepte teoretice într-un limbaj obişnuit, astfel încât pentru un cititor al cărţii să nu fie necesare alte lecturi anterioare, aşa cum este cazul în ceea ce priveşte cursul MBA,

unde un student care începe cursul de Antreprenoriat ar trebui să aibă deja cunoștințe solide de management financiar sau de marketing.

Cu toate acestea, ca orice carte de business scrisă în România, în limba română, există chiar în această parte introductivă și veți regăsi peste tot în carte mulți termeni pe care i-am lăsat în mod intenționat în limba engleză. Ei sunt fie termeni deja încetățeniți în limbajul de afaceri românesc, chiar dacă mulți dintre ei nu sunt încă preluați de DEX (deși e doar o chestiune de timp, dacă mă întrebați pe mine), fie termeni la care o traducere în română este dificilă și ar afecta fluența lecturii. În asemenea situații am încercat să îi traduc sau să îi explic chiar acolo unde i-am utilizat pentru prima oară în carte, ulterior presupunând că ei au fost deja asimilați de orice cititor.

CAPITOLUL 1

Ce trebuie să știi despre antreprenoriat

- Scurtă istorie a antreprenoriatului
- Definiții ale antreprenoriatului
- Funcțiile și atributele unui antreprenor: cei 4A (+1)
- Calitățile necesare unui antreprenor de succes
- Antreprenor social, netreprenor, intraprenor: tipuri de antreprenori

Ce trebuie să știi despre antreprenoriat

□ *Scurtă istorie a antreprenoriatului*

Activitatea antreprenorială în sine s-a manifestat încă de la începuturile existenței umane. Fără să facem un exercițiu de imaginație prea complicat, ne putem da seama că tot un antreprenor a fost primul om care a reușit să descopere modul de a face focul și apoi de a folosi focul pentru scopurile oamenilor. Cu siguranță și cel care a reușit să transforme și să utilizeze anumite pietre ca unelte sau arme de vânătoare a fost tot un antreprenor. Teoria modernă de business (vezi studiile lui Schumpeter despre ciclurile de business) susține, pe bună dreptate, că antreprenorii sunt cei care, prin inovație și prin activitatea lor de dezvoltare a afacerilor, transformă curgerea circulară statică a fluxurilor economice (și chiar sociale) într-una dinamică.

Dacă acest lucru este valabil acum, într-o eră în care o mare parte din activitatea umană este coordonată și reglementată de guverne și chiar de organizații mondiale, supraguvernamentale, cu atât mai mult era valabil cu sute de mii de ani în urmă, la începuturile dezvoltării umane, când asemenea structuri nu existau și singura șansă nu doar

pentru dezvoltarea speciei umane, dar chiar pentru supraviețuirea sa, era legată de viziunea, inteligența și determinarea unor membri ai acestor comunități umane, care găseau soluții la problemele mari cu care comunitatea lor se confrunta. Era vorba atunci, în general, de probleme de subzistență, cum ar fi cele legate de hrană, adăpost, siguranță. Mai târziu, trecând peste preistorie și ajungând în perioadele istorice ale omenirii, vedem în continuare susținute activități antreprenoriale, ce e drept ele au fost în general la un nivel mic și unele în zone profesionale specializate, pentru câteva mii de ani, până la Revoluția Industrială.

În toate aceste perioade istorice (fie că vorbim de perioada antică, fie că vorbim de Evul Mediu), antreprenoriatul a fost legat mai mult de activități pastorale sau agricole (fermierii sau păstorii erau, în realitate, tot niște antreprenori) sau de inginerie și arhitectură (să nu uităm că multe dintre castelele, cetățile, bisericile sau podurile care au fost construite în această perioadă, chiar dacă au fost comisionate de regi sau de înalți prelați, au fost totuși realizate de arhitecți și ingineri, care au coordonat proiecte uriașe, asemănătoare businessului de azi, încasând sume importante de bani de la ordonatorii acelor construcții). În acest sens, oameni simbol ca Leonardo da Vinci sau Michelangelo au fost și ei tot niște antreprenori. Trecând peste Renaștere și peste sfârșitul de Ev Mediu european, Revoluția Industrială din Anglia a fost în realitate evenimentul care a schimbat fundamental relația dintre muncă și capital, făcând posibilă apariția unui nou tip de antreprenoriat, acela la care ne referim noi azi, în sensul modern al cuvântului.

Dacă ar fi să aleg un moment clar pentru apariția acestui nou tip de antreprenoriat, aceasta ar fi 1775, anul în care James Watt face un parteneriat cu Matthew Boulton pentru exploatarea patentului de motor cu aburi îmbunătățit. Acest an poate fi considerat data de naștere a antreprenoriatului modern, pentru că este important din multe puncte de vedere: pe lângă lansarea afacerii lui Watt cu Boulton

(care a avut un succes extraordinar în următorii 120 ani, devenind unul dintre principalii producători britanici de motoare cu aburi), 1775 coincide și cu începutul revoluției americane (vezi celebra cursă a lui Paul Revere de la Charleston la Lexington, care va fi mai apoi preluată în tot felul de studii de business, de exemplu în cartea *The Tipping Point* a lui Malcolm Gladwell). Ca un amănunt nu lipsit de importanță, tot 1775 este anul în care se înființează prima companie americană de tip joint-stock.

Iată cum, într-un fel sau în altul, pe ambele maluri ale Atlanticului putem spune că 1775 este într-adevăr anul care deschide calea unei dezvoltări antreprenoriale fără precedent în istoria omenirii. Ce se întâmplă în același an în alte părți ale Europei sau ale lumii? În Rusia, Emilian Pugaciov, conducătorul cazacilor, era executat din ordinul țarului. În Germania avea loc ultima execuție a unei persoane condamnate pentru vrăjitorie, iar la Varșovia, evreii erau alungați din oraș și din împrejurimi. Pare clar că multe țări aveau cu totul alte probleme, în acea perioadă. Iată probabil și motivul pentru care Marea Britanie a fost principala putere economică a lumii în tot secolul care a urmat, apoi a predat ștafeta Statelor Unite.

În toate aceste perioade istorice, omenirea s-a bazat și se bazează în continuare pe antreprenori de excepție care în anumite cazuri sunt în același timp și inventatori. James Watt, George Stephenson, Alexander Graham Bell, Thomas Edison, Henry Ford, Bill Gates sau Larry Page sunt asemenea antreprenori care au realizat afaceri (nu neapărat invenții) care au schimbat radical lumea, nu doar din punct de vedere economic. Puțini oameni știu, spre exemplu, că Thomas Alva Edison a fost nu doar inventatorul becului, fonografului și autorul multor altor invenții, ci și fondatorul unei mici companii antreprenoriale care avea să se numească ulterior General Electric.

Iată o constatare oarecum surprinzătoare: GE, cea mai clasică structură corporatistă din America (și, mult timp, cea mai mare

companie din lume, conform capitalizării bursiere), a fost de fapt, la origini, o inițiativă a unui antreprenor, o afacere antreprenorială. Dar în realitate, cu puține excepții (mai ales în cazul companiilor care au rezultat prin deregularizarea sau liberalizarea unor foste monopoluri ale statelor), marea majoritate a corporațiilor de azi au fost, cândva, mici inițiative antreprenoriale de succes.

Inițial, rolul antreprenorilor a fost acela descris chiar de Richard Cantillon în „*Essai sur la nature du commerce en général*”, scris prin 1730 sau mai devreme, de „intermediar între forța de muncă și capital”. Deja de la începutul secolului al XVIII-lea, această funcție antreprenorială devenise evidentă, mai ales odată cu inventarea motorului cu aburi pentru pomparea apei, dezvoltat de către Thomas Newcomen, probabil în jurul anului 1710 (o copie a motorului original se găsește la Muzeul Științei din Londra). Această intermediere a devenit cu atât mai necesară (și mai lucrativă) în a doua parte a secolului al XVIII-lea, când noile motoare cu aburi, ca și invențiile legate de industria textilă și de industria de prelucrare a metalelor, au făcut foarte necesară utilizarea forței de muncă pe scară mare, industrială, pentru a pune la lucru echipamentele inventate de acești antreprenori valoroși.

Pe lângă acest rol central de intermediere sau mai bine zis de **agregare** a resurselor, pe care antreprenorii îl păstrează și în ziua de azi (ei sunt cei care creează locuri de muncă, și în același timp atrag surse de capital pentru a utiliza eficient acele locuri de muncă pe care le creează), mai sunt și alte trei funcții antreprenoriale fundamentale care au apărut sau au fost mai bine identificate odată cu Revoluția Industrială: **arbitrajul**, **avansul** față de concurență (care poate fi tradus destul de bine prin „inovare”, percepută nu în sensul unei mari invenții, pentru că, să ne înțelegem, nu toți antreprenorii de succes trebuie să fie mari inventatori, ci doar ca un mod mai bun de a face lucruri pe care și alții le-au făcut în trecut) și nu în ultimul rând, **asumarea** riscurilor și a incertitudinilor de business. Despre

„cei patru A” vom vorbi mai târziu în această carte, dar până atunci, voi spune doar că toate aceste funcții sunt în continuare și în secolul al XXI-lea, la mai bine de două secole distanță de acel moment inițial, la fel de importante și la fel de actuale în ceea ce privește ACȚIUNEA oricărui ANTREPRENOR.

Odată cu punerea bazelor economice ale antreprenoriatului, dar mai ales începând cu așa-numita a doua Revoluție Industrială, care începe în prima parte a secolului al XIX-lea și culminează la finalul aceluiași secol cu invenții ca becul electric, telefonul, mașina sau avionul, problematica antreprenoriatului crește mult în complexitate. În primul rând, în această a doua etapă, randamentul investițiilor scade semnificativ, tocmai pentru că activitatea antreprenorială devine o activitate comună, pe care din ce în ce mai mulți oameni o demarează, astfel încât și competiția pe orice piață devine mult mai intensă, iar în acest context apare și teoria prețului de echilibru.

Cu intrarea în secolul al XX-lea, ajungem într-o etapă superioară a evoluției activităților antreprenoriale. La începutul aceluiași veac, teoria prevalentă era legată de antreprenoriat văzut ca o cale pentru „distrugere creativă”. Conceptul, dezvoltat de austriacul Joseph Schumpeter, era că inovația antreprenorială, care duce la progres economic și social, generează inadvertent și distrugerii importante (dar necesare !), mai ales în ceea ce privește vechile tehnologii, dar și tot ce ține de acestea: investiții, capitalizări în echipamente, patente, chiar și forța de muncă implicată în acele activități tehnologice depășite. Este exemplul clasic al motorului cu aburi care a fost adus la obsolescența completă în secolul al XX-lea de apariția utilizării pe scară largă a energiei electrice și a petrolului.

Dar utilizarea noilor tehnologii a fost catalizată, contrar concepțiilor tradiționale, tot de antreprenori (Ford sau Edison stau mărturie în acest caz), și nu de corporații sau de guverne. Dacă guvernele au fost poate mai implicate în prima etapă de dezvoltare antreprenorială

(spre exemplu în dezvoltarea rețelelor de cale ferată, atât în Europa, cât și în SUA), tot ce este legat de dezvoltarea automobilului, avionului sau telefonului ține mult mai mult de activitatea antreprenorială, decât de cea guvernamentală sau de reglementare.

După al Doilea Război Mondial, începe să devină din ce în ce mai evident faptul că știința joacă un rol vital în progresul economic. Dar, în același timp, se demonstrează că această cunoaștere umană este limitată și în același timp dispersată geografic și demografic pe criterii aleatorii. Astfel, apare necesitatea accelerării relaționării între diverși oameni din diferite părți ale lumii: putem spune în acest mod că Internetul este o rezultată directă a necesității de contact și relaționare pentru punerea împreună a cunoașterii globale, în scopul dezvoltării de noi idei și concepte antreprenoriale.

Antreprenoriatul începe în acest context să aibă o valoare socială semnificativă. După ce, timp de secole, valoarea unei afaceri a fost calculată prin elemente de calcul financiar, valorile sociale încep și ele să fie recunoscute ca parte integrantă și importantă a activității antreprenoriale în general. În prezent, pe lângă salariul pe care un angajat îl obține, este din ce în ce mai important și în ce companie lucrează. Acest lucru îi conferă o valoare socială certă. Același calcul îl putem face și pentru antreprenorii înșiși: nu doar cifrele de pe linia de jos a rapoartelor financiare determină acum valoarea totală a unui antreprenor care deține acea afacere, ci și oamenii care lucrează acolo, relațiile sociale stabilite cu clienții, partenerii, presa, specialiștii din domeniu etc.

Ajungând la acest rol nou pe care antreprenoriatul îl are în societatea modernă, pare din ce în ce mai clar că acele stereotipuri care clasifică antreprenorii doar în funcție de valoarea lor netă de capital sunt total greșite. Nu în ultimul rând, mai ales în ultimele decenii (sfârșitul secolului al XX-lea și începutul secolului al XXI-lea),

a apărut de fapt o nouă specie de antreprenor, „antreprenorul social”, care poate avea sau nu o afacere, dar al cărui rol primordial este de a încerca să răspândească binele social cât mai eficient și cât mai departe. Iar aici vorbim de ONG-uri, dar și de activități lucrative care încearcă totuși să participe la crearea unui bine comunitar sau destinat pentru un anumit public. Și vorbim, din ce în ce mai mult, despre antreprenori geniali care au realizat afaceri (și averi) uriașe, iar acum încearcă să intre în rolul de *social-entrepreneurs* și să întoarcă o parte din profiturile pe care le-au primit de la societate către aceeași societate, către comunitate. Aici oameni ca Bill Gates (cu fundația Bill și Melinda Gates) se detașează clar și numele lor vor rămâne, cu siguranță, în amintirea omenirii nu atât pentru ceea ce au realizat în afacerile lor, ci pentru ce au realizat „după afaceri”...

Intrând în această perioadă recentă, tot felul de noțiuni legate de antreprenoriat au început să fie reanalizate, rediscutate. Simpla noțiune de „oportunitate” a fost pusă în discuție: este acesta un concept ce poate fi construit „în laborator” sau este ceva ce are nevoie, pentru a apărea, de anumite elemente care sunt în afara controlului nostru? Cum influențează rețelele sociale succesul antreprenorial? Este pornirea antreprenorială una de natură socială sau economică? Cred că multe dintre aceste întrebări nu au încă niște răspunsuri clare, dar ceea ce putem deja spune este că, în ceea ce privește antreprenoriatul, *căutările, dar și șansa conduc spre oportunități antreprenoriale.*

□ Definiții ale antreprenoriatului

Dacă am vorbit puțin despre istoria antreprenoriatului, ar fi potrivit acum să vedem și ce înseamnă, de fapt, cuvântul „antreprenoriat”. Dacă ne uităm în DEX, avem deja o primă surpriză, pentru că acolo ideea de antreprenoriat este limitată la noțiunea de „antrepriză” (respectiv „întreprindere care execută lucrări industriale, comerciale, de construcții etc.), pentru că „antreprenoriat” nu există

în DEX, iar la „antreprenorial” apare ca explicație „referitor la antreprenor”, în timp ce la „antreprenor”, definiția este „deținător al unei antreprize”! Iată cât de puțin este de fapt cunoscut acest concept în România, dacă nu îl găsim (cu o definiție corectă) nici măcar în dicționar!

În realitate, nu există o singură definiție unanim acceptată pentru antreprenariat (și antreprenori, persoanele care desfășoară activitatea antreprenorială), așa că voi recurge la cele câteva definiții care au fost date de-a lungul timpului. Le-am strâns în limba engleză și am oferit o variantă de traducere pentru fiecare definiție, în caz că pentru unii cititori varianta originală este totuși mai clară:

➡ *„An entrepreneur is an intermediary between capital and labor.”*

„Antreprenorul este intermediarul dintre capital și forța de muncă”. Această definiție inițială, furnizată de irlandezo-francezul Richard Cantillon, apare în *„Essay sur la nature du commerce en Général”*, practic primul tratat de economie modernă și care, interesant, precede cu câteva zeci de ani Revoluția Industrială (a fost scris, probabil, în jurul anului 1730, dar publicat doar după moartea sa, câteva zeci de ani mai târziu). Într-o măsură semnificativă, și azi rolul antreprenorilor rămâne acela de a face intermedierea eficientă dintre capital și forța de muncă, chiar dacă viziunea aceasta, a „intermediarului”, e totuși una simplistă, privită cu înțelegerea de azi a teoriei antreprenoriale. Iar ca denumire, uitându-ne tot în urmă, ea pare să nu fie cea mai potrivită, cea mai „aspirațională”, termenul francez original de „entrepreneur” însemnând „cineva care realizează o întreprindere, de exemplu un contractor”.

➡ *„An entrepreneur is a person who is willing and able to convert a new idea or invention into a successful business.”*

„Un antreprenor este o persoană care dorește și poate să convertească o idee nouă sau o invenție într-o afacere de succes”,