



Unitatea 1:
Management și
antreprenoriat în ICC

Autor(i):

**Elena Kostadinova, Tzvetalina
Genova**

Tema 1.4.
Mentalitatea de
antreprenor și procesul
antreprenorial

Instituție (instituții):

**Universitatea de Management din
Varna, Bulgaria**



Cofinanțat prin
programul Erasmus+
al Uniunii Europene

Acest material face parte din formarea pentru programul de studii “Management și antreprenoriat în industriile culturale și creative” pentru studenții de la cursurile de licență și master în arte și științe umaniste (A&H) care are 10 teme în total. Acesta a fost elaborat în cadrul parteneriatului strategic Erasmus+ “*FENICE - Promovarea antreprenoriatului și inovării în industriile culturale și creative prin educație interdisciplinară*”.

Cuprinsul cursului de formare pe scurt:

Programul FENICE

Unitatea 1: Management și antreprenoriat în ICC

Tema 1.1. Înțelegerea ICC. Colaborări intersectoriale.

Tema 1.2. Creativitate și inovare. Responsabilitate și comportament etic.

Tema 1.3. Politici și instituții culturale. Proprietatea intelectuală.

Tema 1.4. Mentalitatea de antreprenor și procesul antreprenorial.

Unitatea 2: Practică antreprenorială – Modelarea unei întreprinderi de ICC

Tema 2.1. Proiectarea unei întreprinderi pentru ICC: pregătirea unui plan de afaceri și prezentarea afacerii

Tema 2.2. Produs sau serviciu din punct de vedere economic. Valoarea economică. Produs și serviciu în arte. Valoare culturală.

Tema 2.3. Piață, concurență, consum și branding în ICC.

Tema 2.4. Modele de afaceri, sisteme, parteneriate.

Tema 2.5. Managementul echipei și managementul schimbării în ICC.

Tema 2.6. Finanțarea. Oportunități și riscuri.

Puteți găsi mai multe informații pe pagina de pornire: <http://www.fenice-project.eu>

Declarația privind drepturile de autor:



Această lucrare este licențiată sub licența internațională Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0. Puteți:

- să dați mai departe — să copiați și să redistribuiți materialul în orice mediu sau format
- să adaptați — să remixați, să transformați și să construiți pe baza acestui material

în condițiile următoare:

- Atribuire (atribuire) — Trebuie să acordați creditul corespunzător, să furnizați un link către licență și să indicați dacă s-au făcut modificări. Puteți face acest lucru în orice mod rezonabil, dar nu în vreun mod care să sugereze că licențiatorul vă aprobă pe dumneavoastră sau utilizarea dumneavoastră.
- Noncomercial (noncomercial) — Nu puteți utiliza materialul în scopuri comerciale.
- ShareAlike (distribuire în condiții identice) — Dacă remixați, transformați sau construiți pe baza materialului, trebuie să distribuiți contribuțiile dumneavoastră sub aceeași licență ca și originalul.

1. Prezentarea generală a TEMEI

Antreprenoriatul are un rol foarte important în fiecare economie. Acesta creează inovări și locuri de muncă, stimulează dezvoltarea economică și sporește bunăstarea populației locale. Potențialul antreprenoriatului cultural și creativ a fost recunoscut la începutul anilor 2000 și, astfel, a fost intensificată apariția start-up-urilor culturale și creative și cercetarea conceptuală a fenomenelor. Cu toate acestea, din cauza complexității conceptului și a lipsei unei definiții unitare, există o confuzie considerabilă în ceea ce privește folosirea termenului.

Această temă prezintă conceptul de antreprenoriat și interpenetrarea acestuia în perspectiva ICC. Sunt prezentate conceptele de bază în domeniul antreprenoriatului, precum și rolul și importanța antreprenoriatului pentru dezvoltarea economică. Se acordă atenție interpretării antreprenoriatului ca o stare de spirit și principalului set de aptitudini, competențe și cunoștințe de care are nevoie un antreprenor. Sunt abordate, de asemenea, aspecte precum etapele-cheie în elaborarea ideii de afaceri, etapele procesului antreprenorial și resursele necesare pentru dezvoltarea cu succes a proiectelor antreprenoriale.

2. Rezumatul TEMEI

I. Conceptul de antreprenoriat

Antreprenoriatul a fost, în general, recunoscut pentru rolul său important în multe domenii din lumea contemporană de astăzi. Într-adevăr, activitatea antreprenorială este validată ca fiind unul dintre principalii factori de inovare și un pilon al progresului global care stimulează dezvoltarea economică și socială, creșterea și bunăstarea.

Activitatea antreprenorială datează din cele mai vechi timpuri, dar este încă o experiență în evoluție. Ea a fost absorbită în multe subdomenii ale activității umane și, astfel, a devenit parte a mai multor discipline diferite, contribuind semnificativ la fertilizarea practică și teoretică a acestora. Cu toate acestea, deși definirea antreprenoriatului a ocupat cercetătorii timp de mulți ani, nu există un consens cu privire la semnificația sa exactă. Mai mult chiar, există o confuzie considerabilă în ceea ce privește modul în care oamenii folosesc termenul de antreprenoriat. (Nadim Ahmad, 2008). Acest lucru se datorează în parte abordărilor diferențiate și perspectivelor științifice care au fost folosite de-a lungul anilor în încercarea de a oferi o definiție a fenomenului antreprenoriatului.

Termenul de *antreprenoriat* provine din verbul francez *entreprendre*, care înseamnă *a întreprinde, a urmări oportunități sau a satisface nevoi și dorințe prin inovare și crearea de întreprinderi*. Cuvântul a apărut pentru prima dată în dicționarul francez în 1723. Economistul francez Richard Cantillon este, în general, acreditat ca fiind primul care a folosit această expresie în contextul a ceea ce noi considerăm astăzi ca fiind antreprenoriat, în jurul anului 1730. (Ahmad & Seymour, Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting

Frameworks for Data Collection, 2008).. În sens larg, el a definit antreprenoriatul ca fiind o activitate independentă de orice fel, iar antreprenorii ca fiind persoane care își asumă riscuri, în sensul că au cumpărat bunuri la anumite prețuri, în prezent, pentru a le vinde la prețuri incerte în viitor. (Ahmad & Seymour, Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection, 2008). De-a lungul anilor au apărut multe alte definiții care se axează pe diferite dimensiuni ale fenomenului. Tabelul 1 prezintă unele dintre cele mai populare concepte care circulă în literatura de specialitate:

Esența definiției	Publicație
Antreprenorii cumpără la anumite prețuri în prezent și vând la prețuri incerte în viitor. Antreprenorul este un purtător de incertitudine.	(Cantillon, 1755/1931)
Antreprenorii încearcă să prevadă și să acționeze în funcție de schimbările de pe piațe. Antreprenorul suportă incertitudinea dinamicii pieței.	(Knight, 1921, 1942)
Antreprenorul este inovatorul care implementează schimbări pe piațe prin realizarea de combinații noi. Acestea pot lua mai multe forme: · introducerea unui bun nou sau a unei calități noi a acestuia, · introducerea unei metode noi de producție, deschiderea unei piețe noi, · cucerirea unei surse noi de aprovizionare cu materiale sau piese noi și · realizarea unei organizări noi a oricărei industrii.	(Schumpeter, 1934)
Antreprenoriatul este actul de inovare care constă în dotarea resurselor existente cu capacități noi de producere a bogăției.	(Drucker, 1985)
Actul esențial al antreprenoriatului este intrarea pe piață. Intrarea poate fi realizată prin intrarea pe piețe noi sau consacrate cu bunuri sau servicii noi sau existente. Intrarea pe piață este actul de lansare a unei întreprinderi noi, fie printr-o firmă nou înființată, fie printr-o firmă existentă, fie prin intermediul unei „întreprinderi interne”.	(Lumpkin & Dess, 1996)
Antreprenoriatul este mentalitatea și procesul de creare și dezvoltare a activității economice prin combinarea asumării de riscuri, a creativității și/sau a inovării cu un management solid, în cadrul unei organizații noi sau existente.	(Comisia Comunităților Europene, 2003)

Tabelul 1: Revizuirea definiției existente a antreprenoriatului, Sursa: (Ahmad & Seymore, Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection, 2008, p. 7), adaptat

O analiză aprofundată a definițiilor prezentate în Tabelul 1 sugerează că există (cel puțin) trei idei de bază care explică apariția activității antreprenoriale. Prima se axează asupra

individului, cu alte cuvinte, acțiunea antreprenorială este concepută ca o atitudine umană, cum ar fi dorința de a face față incertitudinii, acceptarea riscurilor, nevoia de realizare, care îi diferențiază pe antreprenori de restul societății. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008) A doua idee fundamentală pune accentul pe **factorii economici, de mediu** care motivează și permit activitatea antreprenorială, cum ar fi dimensiunea piețelor, dinamica schimbărilor tehnologice, structura pieței – normativă și demografică sau pur și simplu dinamica industrială. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008) Al treilea factor este legat de **funcționarea instituțiilor, de cultură și de valorile societății**. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008).

Pe de altă parte, non-academicii și non-expertii asociază, de obicei, antreprenoriatul cu procesele următoare:

- (a) Crearea unei entități comerciale sau reînnoirea activității unei entități comerciale existente;
- (b) Realizarea unei idei inovatoare, inclusiv producerea unui nou produs, serviciu sau o reorganizare conceptuală a unui proces sau model de producție.
- (c) Folosire mai bună (cu valoare mai mare) a resurselor;
- (d) Urmărirea oportunităților;
- (e) Asumarea riscurilor și a oportunităților.

Este clar că, datorită profilului cu multiple fațete al fenomenului, dezbaterile privind definirea sa unitară vor continua cel puțin în următorii ani. Cu toate acestea, există deja câteva definiții ale antreprenoriatului care au reușit să cuprindă cele mai multe dintre particularitățile sale. Ahmad și Seymore, de exemplu, s-au străduit să ofere o definiție a antreprenoriatului care să vină în sprijinul factorilor de decizie politică. Acestea au fost adoptate ulterior de organizații consacrate (OCDE¹) și de diverși experți în domeniu. Acestea sunt definiții la care aderăm și noi pentru obiectivele acestei lucrări.

Antreprenorii sunt acele persoane (proprietari de afaceri) care caută să genereze valoare, prin crearea sau extinderea activității economice, prin identificarea și exploatarea de produse, procese sau piețe noi.

Activitatea antreprenorială este acțiunea umană întreprinzătoare care urmărește generarea de valoare, prin crearea sau extinderea activității economice, prin identificarea și exploatarea de produse, procese sau piețe noi.

Antreprenoriatul reprezintă fenomenele asociate cu activitatea antreprenorială.

- ***Elemente de antreprenoriat***

Antreprenoriatul este modelat de multe elemente, dar cele mai importante dintre ele includ:

¹ Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) este o organizație internațională care lucrează pentru a construi politici mai bune pentru o viață mai bună. Împreună cu guvernele, factorii de decizie politică și cetățenii oferă un forum unic și un centru de cunoștințe pentru date și analize, schimb de experiență, diseminarea celor mai bune practici și consultanță privind politicile publice și stabilirea de standarde internaționale. <https://www.oecd.org/>

<p>1. Inovarea</p>	<p>Antreprenoriatul este o sursă esențială de inovare și de diferențiere a produselor în orice economie. Este, de fapt, unul dintre cele mai importante mijloace și, în același timp, un efect al succesului antreprenorial. Inovarea este folosită pentru exploatarea oportunităților disponibile pe piață și pentru depășirea oricăror amenințări.</p> <p>Această inovare poate fi un produs, serviciu, tehnologie, tehnică de producție, strategie de marketing etc. noi. Inovarea poate implica chiar și realizarea unui lucru mai bun și într-un mod mai eficient sau mai economic. Oricum ar fi, inovarea este un factor cheie în conceptul de antreprenorat și aduce cu ea alte schimbări – pentru clienți, concurenți și chiar pentru piață.</p>
<p>2. Asumarea riscurilor</p>	<p>Antreprenoriatul este asociat cu riscul. În primul rând, rezultatele și efectele inovării, care se regăsesc în activitatea antreprenorială, sunt greu de prezis pe deplin. Există întotdeauna riscul ca ceva să nu se întâmple conform planului și ca rezultatele să nu fie cele dorite. Apoi vine riscul deținut de factorii din mediul extern, care nu pot fi controlați deloc.</p> <p>Faptul de a nu-și asuma riscuri poate duce la stagnarea unei afaceri, iar stimulentele excesive pot cauza pierderi. Așadar, un antreprenor bun știe cum să își asume și să gestioneze riscurile afacerii sale. Dar capacitatea antreprenorului de a-și asuma riscuri îl ajută să exploateze oportunitățile pe care i le oferă piața.</p>
<p>3. Viziune</p>	<p>Viziunea sau previziunea este una din principalele forțe motrice din spatele oricărui antreprenor. Este energia care duce afacerea mai departe prin folosirea previziunii antreprenorului. Este ceea ce oferă afacerii o schiță pentru viitor – sarcina de îndeplinit, riscul de asumat, cultura de stabilit, etc.</p> <p>Mulți antreprenori mari sunt numiți <i>vizionari</i> pentru marea viziune pe care o au și care i-a ajutat să stabilească obiective pe termen scurt și lung pentru afacerea lor, dar și să planifice modalitățile de atingere a acestor obiective.</p>

<p>4. Organizarea</p>	<p>În cazul general, antreprenoriatul este o activitate individuală. Antreprenorul își asumă toate riscurile și se bucură de toate recompensele. Și sigur că are ajutorul angajaților și al managementului de nivel mediu, însă el trebuie să fie cel care deține controlul final. Acest lucru necesită multă organizare și abilități organizatorice impecabile.</p> <p>Un antreprenor trebuie să fie capabil să își gestioneze și să își organizeze finanțele, angajații, resursele, etc. Așadar, abilitățile sale organizatorice sunt unul din cele mai importante elemente ale antreprenoriatului.</p>
------------------------------	---

Tabelul 2: Elementele principale ale antreprenoriatului

- **Antreprenoriatul în ICC**

Întreprinderile ICC, în special cele mici și mijlocii, au caracteristici specifice care le pot separa de antreprenoriatul „obișnuit”. Acestea operează frecvent în condiții de piață specifice, produc bunuri care sunt „culturale” prin natura lor, lucrează cu persoane care sunt adesea mai mult orientate spre conținut decât spre comerț și creează, de obicei, întreprinderi foarte mici (micro-IMM) care pot exista pe baza unor rețele permanente (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Conceptul de antreprenorat cultural a fost introdus pentru prima dată de Paul DiMaggio în 1982. Pe atunci, nu se acorda prea multă atenție figurii de capitalist cultural – „o persoană care investește profiturile obținute prin gestionarea unei întreprinderi industriale pentru înființarea și întreținerea unei instituții culturale” – prezentată în lucrarea sa. Cu toate acestea, atât curiozitatea academică, cât și cea de pe piață în ceea ce privește antreprenoriatul cultural au crescut rapid după ce potențialul industriilor culturale și creative ca sectoare importante din punct de vedere economic a fost recunoscut de factorii de decizie politică la începutul anilor 2000.

În mod logic, definirea antreprenoriatului cultural sau creativ este îngreunată, în primul rând, de viziunea clară asupra activității antreprenoriale ca atare și apoi de varietatea de particularități pe care le cuprinde fiecare dintre industriile culturale și creative. Cu toate acestea, cercetarea este în plină dezvoltare, oferind o înțelegere diferită a fenomenului.

Diferența dintre antreprenoriatul cultural și cel din orice alt sector constă „în caracteristicile contextuale și sectoriale, în natura muncii artistice și în valorile culturale specifice, folosite de antreprenorii culturali. Cea mai distinctivă caracteristică a antreprenorilor culturali pare a fi implicarea personală în procesul creativ.” (Dobrevă & Ivanov, 2020).

Comisia Europeană (2013) promovează antreprenorii culturali ca fiind cei care creează sau introduc pe piață un produs sau un serviciu cultural sau creativ și care folosesc principiile antreprenoriale pentru a organiza și gestiona această activitate creativă într-o manieră

comercială. Cu toate acestea, realizarea unui echilibru între creativitate și antreprenoriat nu este simplă, iar antreprenorii diferă în funcție de motivația lor și de sectoarele în care activează. (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Termenul de antreprenoriat cultural și creativ va încerca să aducă împreună cele două lumi ale antreprenorilor și ale artiștilor: recunoașterea spiritului antreprenorial latent al unui artist și a spiritului creativ latent al unui antreprenor. (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Cercetătorii descriu antreprenorii culturali ca fiind persoane care încalcă regulile și depășesc granițele (Spilling, 1991), depășesc obstacolele (Amolo & Beharry-Ramraj, 2015), estompează granițele dintre muncă și viața personală (Bridgstock, 2013; Werthes et al., 2018), dând dovadă de pasiune și angajament față de conținutul artistic, fiind persuasivi, prudenți și manifestând curaj, speranță și credință în ceea ce fac (Klamer, 2011), asumându-și riscuri (Wardani et al., 2017), manifestând o toleranță ridicată la ambiguitate, perseverență, încredere în sine, autonomie și creativitate (Bhansing et al., 2018; Werthes et al., 2018). (Dobрева & Ivanov, 2020)

Tensiunea dintre creatorul unei opere culturale și antreprenor, tipică pentru multe întreprinderi culturale și creative, se manifestă adesea prin dorința de a acorda prioritate valorii culturale a creației, cu o motivație redusă pentru generarea de valoare economică (orientată spre creație), în timp ce antreprenorul va acorda prioritate exploatarea economică în detrimentul valorii culturale a acesteia (orientată spre creștere). (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Prin urmare, este de înțeles de ce practicienii pun accentul pe valoarea culturală a antreprenoriatului în încercarea lor de a descrie care anume este cea culturală. Printre varietatea de definiții care pot fi găsite, aderăm la următoarele:

Antreprenoriatul în domeniul artelor și culturii este o activitate atât economică, cât și socioculturală, bazată pe inovare, pe exploatarea oportunităților și pe asumarea de riscuri. Este o activitate vizionară, strategică, inovatoare și socială. (Varbanova, 2013)

Antreprenorii culturali sunt agenți ai schimbării culturale și vizionari plini de resurse care organizează capitalul cultural, financiar, social și uman, pentru a genera venituri dintr-o activitate culturală. Soluțiile lor inovatoare au ca rezultat întreprinderi culturale durabile din punct de vedere economic, care îmbunătățesc mijloacele de trai și creează valoare culturală și bogăție, atât pentru producătorii creativi, cât și pentru consumatorii de servicii și produse culturale. (Temblay, n.red.) (Anheier & Isar, 2008)

- ***Rolul și importanța antreprenoriatului pentru dezvoltarea economică***

Antreprenoriatul, indiferent de tipul său, are un rol foarte important pentru fiecare comunitate, țară și regiune. Acesta creează numeroase efecte directe și indirecte pentru economia locală și, astfel, devine unul din principalii factori de creștere și bunăstare.

Importanța spiritului antreprenorial ar putea fi subliniată în următoarele aspecte:

1. *Crearea de organizații*

Antreprenoriatul are ca rezultat crearea de organizații atunci când antreprenorii adună și coordonează resursele fizice, umane și financiare și le direcționează spre atingerea obiectivelor prin competențele manageriale. (Selvan & Vivek, 2020)

2. *Îmbunătățirea calității vieții*

Prin crearea de organizații productive, antreprenoriatul contribuie la punerea la dispoziția societății a unei mari varietăți de bunuri și servicii, ceea ce conduce la standarde de trai mai înalte ale oamenilor. (Selvan & Vivek, 2020)

3. *Dezvoltarea capacităților (manageriale)*

Antreprenoriatul pune accentul pe identificarea și dezvoltarea unei varietăți de competențe importante ale antreprenorilor, dar și ale echipei acestora. Un antreprenor studiază o problemă, identifică alternativele acesteia, compară alternativele din punct de vedere al implicațiilor costurilor și beneficiilor și, în final, alege cea mai bună alternativă. (Selvan & Vivek, 2020) Toate acestea sprijină ascuțirea gândirii analitice și a abilitatea de luare a deciziilor a antreprenorului.

De cele mai multe ori, antreprenoriatul începe să funcționeze prin intermediul unei echipe mici, dar flexibile, în care membrii sunt însărcinați să întreprindă operațiuni diferite (chiar foarte atipice pentru poziția respectivă) în timp și resurse limitate. Prin urmare, antreprenoriatul stimulează indirect membrii echipei să dezvolte competențe și capacități organizaționale și profesionale noi.

4. *Mijloace de dezvoltare economică*

Antreprenoriatul implică crearea și folosirea de idei inovatoare, maximizarea resurselor oferite, dezvoltarea de competențe noi. Acesta aduce inovări și oportunități noi, atrăgând în același timp investiții și finanțe. Toate acestea sunt factori esențiali care stimulează dezvoltarea economică a fiecărei țări.

Prin urmare, antreprenoriatul are un rol important pentru dezvoltarea economică.



Figura 1: Rolurile antreprenoriatului

Creșterea economică

Antreprenoriatul promovează formarea de capital. Pentru a-și înființa întreprinderile, antreprenorii folosesc propriul capital, împrumută resursele familiei și ale rudelor și atrag investiții de la bănci și alte organizații. Acest tip de activități adaugă valoare la economiile inactive, conduc la crearea de bogăție și sprijină dezvoltarea industrială și economică a țării.

Antreprenoriatul crește produsul național brut și venitul pe cap de locuitor. Pentru a asigura viabilitatea întreprinderilor, antreprenorii inovează și astfel – propun produse și servicii noi, dezvoltă piețe noi și modelează atitudini noi ale clienților. În acest fel, ei contribuie la creșterea produsului intern brut (PIB) și a veniturii pe cap de locuitor, care sunt, într-adevăr, indicator-cheie pentru creșterea economică a unei țări sau regiuni.

Antreprenoriatul promovează exportul și importul. Antreprenorii produc bunuri și servicii care, în multe cazuri, sunt direcționate către alte țări sau regiuni sau exportate. Pe de altă parte, pentru nevoile procesului de producție, aceștia ar putea avea nevoie de bunuri sau materii prime care trebuie importate. În mod indirect, activitățile de import și export adaugă valoare pentru economie, deoarece, în primul rând, sugerează diversificarea activităților de afaceri și a entităților care oferă resurse și apoi – reduc dependența de anumiți operatori care produc bunuri.

Inovări

Antreprenoriatul este strâns legat de inovări. Ideea unui produs sau serviciu complet nou, chiar și o inovare tehnologică, este cea care îl „stârnesc” pe antreprenor să pornească o întreprindere. Inovările se nasc uneori în cadrul funcționării organizației și pot lua forma unui nou model de afaceri sau unui nou proces de afaceri. Oricare ar fi forma exactă, inovările au un rol foarte important sau dezvoltarea afacerii. De asemenea, acestea contribuie considerabil

la dezvoltarea socială a regiunii, deoarece sugerează soluții la problemele sau provocările existente și îmbunătățesc calitatea serviciilor/produselor existente sau oferă altele noi.

Noi oportunități de investiții și de afaceri

Antreprenoriatul de succes atrage noi investiții și atenție. Direcția firească a oricărei întreprinderi de succes este să se dezvolte și, pe măsură ce crește, creează din ce în ce mai multe oportunități. Foarte adesea, produsul antreprenorial sugerează oportunități pentru crearea de servicii sau produse noi – care fie completează produsul sau serviciul antreprenorial, fie îl înlocuiesc.

Bunăstarea și calitatea vieții

Antreprenoriatul promovează o dezvoltare regională echilibrată. Antreprenorii contribuie la eliminarea disparităților regionale prin înființarea de industrii în zonele mai puțin dezvoltate și înapoiate. (Selvan & Vivek, 2020) Creșterea industriilor și a afacerilor în aceste zone conduce la un număr mare de beneficii publice, cum ar fi transportul rutier, sănătatea, educația, divertismentul etc. (ibid) Înființarea mai multor industrii conduce la o mai mare dezvoltare a regiunilor mai puțin dezvoltate și, prin urmare, promovează o dezvoltare regională echilibrată. (ibid)

Antreprenoriatul oferă produse și servicii noi care rezolvă o problemă existentă a indivizilor sau a societății și, astfel, îmbunătățește, în general, bunăstarea în comunitate. Această unitate nouă va genera cerere pentru diferite tipuri de unități necesare și vor exista multe alte unități care vor avea nevoie de producția acestei unități. Acest lucru duce la dezvoltarea generală a unei zone datorită creșterii cererii și înființării a tot mai multe unități. În acest fel, antreprenorii își multiplică activitățile antreprenoriale, creând astfel un mediu de entuziasm și dând un impuls pentru dezvoltarea globală a zonei. (Selvan & Vivek, 2020)

Antreprenoriatul contribuie la bunăstarea populației, deoarece oferă locuri de muncă și venituri.

Oportunități de angajare

Antreprenoriatul creează o varietate de oportunități de angajare: Odată cu înființarea a tot mai multor unități de către antreprenori, atât la scară mică, cât și la scară mare, se creează numeroase oportunități de angajare pentru alte persoane. Aceste întreprinderi se dezvoltă în timp asigurând tot mai multe locuri de muncă.

Creștere personală

Antreprenoriatul este un proces care se dezvoltă în funcție de mediul cu care interacționează. Prin urmare, antreprenorii trebuie să își dezvolte în permanență competențele – organizaționale, tehnologice, manageriale - pentru a susține eficiența și viabilitatea întreprinderii lor. Această cerință se extinde la echipa antreprenorului, la concurenții acestuia și la alte părți interesate care doresc să fie la curent cu cele mai recente inovări de pe piață.

II. Caracteristicile de bază ale antreprenoriatului

- **Procesul antreprenorial**

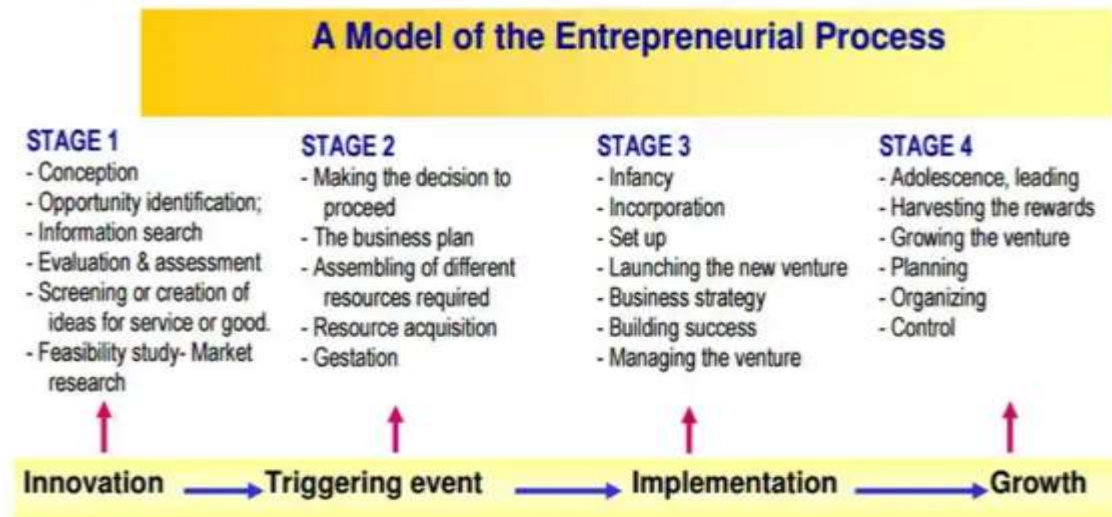
Antreprenoriatul este un proces dinamic de acțiuni ale unei persoane (antreprenor) care este mereu în căutare de ceva nou și care exploatează idei inovatoare și ciudate în oportunități profitabile, acceptând riscul și incertitudinea legate de întreprindere. Este un proces de

demarare a unei afaceri, a unei companii de tip start-up sau a unei alte organizații, iar cursul acțiunii implică diferite etape sau stadii care se desfășoară, în general, după un anumit tipar.

Acest „proces antreprenorial” a fost interpretat din perspective diferite, în funcție de stadiul sau specificul antreprenoriatului. Aceste etape se referă la generarea ideii sau concepției antreprenoriale pentru afacere, evenimentul care declanșează operațiunile, implementarea și creșterea.

Un model bun de proces antreprenorial este sugerat de Universitatea din Pretoria și este ilustrat în figura de mai jos.

Figure 2: Modelul antreprenorial, Sursa: (Barazza, n.d.) adaptare după Universitatea din Pretoria



Etapa 1:

Primul pas este reprezentat de *conceperea ideii* și de *identificarea oportunității*. Se spune adesea că antreprenorii văd situațiile diferit și, astfel, sunt capabili să identifice posibilități și soluții acolo unde o persoană obișnuită vede doar obstacole și provocări. Antreprenorii sunt capabili să ofere soluții noi la nevoile și problemele existente, dar și să prevadă apariția unei nevoi. Cu toate acestea, la un moment dat sau în cadrul unei anumite situații, antreprenorul vine cu o idee pentru un serviciu, un produs sau un proces nou.

Apoi începe să se întrebe de ce nu există un produs sau un serviciu disponibil, de ce anumite lucruri nu sunt îmbunătățite pentru a acoperi o nevoie, cum să genereze venituri pentru a acoperi cheltuielile, etc. Pot apărea mii de întrebări, provocate de o serie de situații cotidiene și, astfel, îi ajută să identifice oportunitățile de a satisface nevoile pieței.

În anii anteriori, nu existau atât de multe bunuri și servicii și, prin urmare, era oarecum mai ușor să poziționezi o afacere. Acum, este nevoie de o cercetare și o analiză mai aprofundate – o căutare de informații va confirma dacă nu există alte servicii sau produse asemănătoare sau va defini nevoia specială, etc. Urmează o evaluare critică a ideii, cel mai adesea realizată de familie și prieteni, care trebuie să verifice ideea și să ofere un feedback în calitate de clienți potențiali. O verificare bună a pieței va oferi o bază bună pentru conceptualizarea caracteristicilor produsului/serviciului, deoarece acesta va fi ușor de absorbit pe piață. În cele din urmă, trebuie efectuată o analiză de piață sau un studiu de fezabilitate pentru a verifica posibilitatea de succes. Este adevărat că, în acest punct al procesului antreprenorial, există multe persoane, deoarece generarea de idei ar putea fi mult mai ușoară. (Barazza, n.red.) Cu

toate acestea, pasul către o decizie este cel în care mulți se pot opri și pot chiar abandona ideea de a începe o afacere.

Etapa 2:

Un punct critic al procesului antreprenorial este etapa de *luare a deciziilor și de planificare a afacerii*. Entuziasmat de ideea sa, viitorul antreprenor începe să cerceteze și să planifice ce resurse sunt necesare pentru a o pune în aplicare. Aici se pregătește adesea un plan de afaceri, dar, deși planificarea afacerii are un rol foarte important pentru orice afacere, cel elaborat în această etapă, cu puținele informații disponibile, va marca doar un ghid care poate fi folosit ca referință.

Proiectul este realizat atunci când antreprenorul decide să caute și să obțină resurse. În primul rând este vorba de colectarea de resurse financiare (investiții), dar și de dezvoltarea structurilor, a sistemelor informatice, a puterii financiare, a capacităților operaționale și a capitalului uman.

Etapa 3:

În această etapă, antreprenorul trebuie să îndeplinească anumite cerințe legislative legate de înregistrarea unei firme, a unei sucursale sau a unui spin-off. Este o etapă importantă, dar și un punct de eliberare de stres pentru a vedea că firma funcționează, în sfârșit.

Cu toate acestea, calea de urmat nu este mult mai ușoară. Trebuie elaborate strategii foarte directe și concentrate, dar și urmate – acestea sunt strategiile de piață – cum va intra noua entitate pe piață și ce va propune pentru a construi succesul.

Etapa 4:

După ce a trecut prin primele luni de funcționare, compania va vedea dacă vânzările scad, se mențin sau cresc. Antreprenorul va încerca, eventual, să mențină creșterea veniturilor, ceea ce, în afară de valoarea financiară, îi va aduce satisfacție personală pentru munca bine făcută. Gestionarea unei afaceri nu este ușoară – este un proces cu suișuri și coborâșuri. Cu toate acestea, experiența pe care antreprenorul o dobândește în timp îl va introduce ușor în implementarea eficientă a planificării, organizării și controlului tuturor resurselor. Întrucât schimbarea a devenit inevitabilă în mediul de afaceri contemporan, antreprenorii sunt nevoiți să revizuiască și să schimbe/adapteze procesele de afaceri pentru a răspunde problemelor actuale și emergente ale companiei, dar și dinamicii mediului.

Poate că s-ar putea spune că procesul antreprenorial se încheie aici, dar acest lucru nu este chiar adevărat. Mai degrabă, procesul continuă, dar persoana centrală nu mai este un antreprenor și devine un om de afaceri sau o femeie de afaceri cu drepturi depline. Un alt fapt este că mulți antreprenori nu au doar o singură idee, ci încep procesul antreprenorial de mai multe ori.

- ***Ecosistemul antreprenorial***

Ca orice alt proces, antreprenoriatul nu evoluează în „vid”, ci în contexte foarte dinamice. Prin urmare, interacționează cu un număr mare de actori – clienți, furnizori, investitori – și cu factori din mediul intern și extern care influențează activitatea antreprenorială. La rândul său, antreprenoriatul are un impact asupra acestor factori, determinându-i să se combine diferit, să se schimbe constant și să diversifice oportunitățile de afaceri din regiune. De fapt, aceasta

este ceea ce literatura științifică numește „ecosistemul antreprenorial”: ... „un set de actori antreprenoriali interconectați (atât potențiali, cât și existenți), organizații antreprenoriale (de exemplu, firme, organizații de capital de risc, investitori providențiali, bănci), instituții (universități, agenții din sectorul public, organisme financiare) și procese antreprenoriale (de exemplu, rata de înființare de întreprinderi, numărul de întreprinderi cu o creștere ridicată, nivelurile de „antreprenoriat de succes”, numărul de antreprenori în serie, gradul de mentalitate de vânzare în cadrul întreprinderilor și nivelurile de ambiție antreprenorială), care, formal și informal, se unesc pentru a conecta, mediatiza și guverna performanța în mediul antreprenorial local”. (Mason & Brown, 2014)

Conceptul unui astfel de ecosistem a fost inventat inițial de James Moor într-un articol influent publicat în anii 1990. Ulterior, au fost dezvoltate mai multe modele de ecosisteme antreprenoriale. În ultimii ani, o abordare deosebit de influentă a fost dezvoltată de Daniel Isenberg și de Babson College, care a început să articuleze ceea ce el numește o „strategie a ecosistemului antreprenorial pentru dezvoltarea economică”. (Mason & Brown, 2014) El identifică șase domenii în cadrul sistemului antreprenorial: o cultură favorabilă, politici și conducere favorabile, disponibilitatea unei finanțări adecvate, capital uman de calitate, piețe de produse favorabile întreprinderilor și o serie de tipuri de sprijin instituțional (ibid.). Aceste domenii generice cuprind sute de elemente care interacționează în moduri extrem de complexe, ceea ce îngreunează identificarea oricăror căi cauzale generice. Prin urmare, subliniază importanța contextului: fiecare ecosistem apare în cadrul unui set unic de condiții și circumstanțe. (ibid).

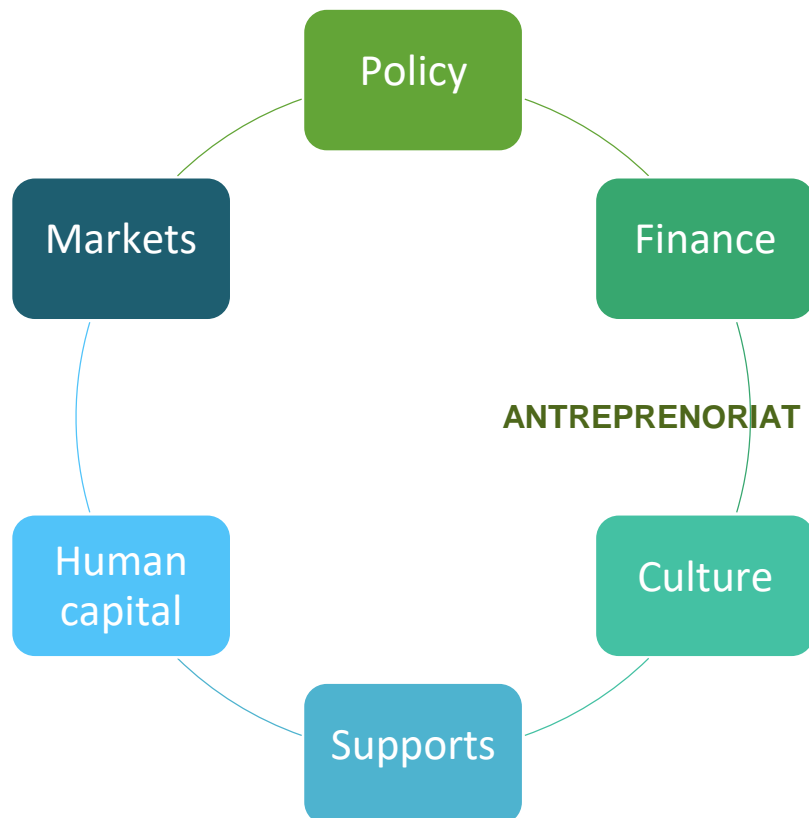


Figura 3: Modelul lui Isenberg al unui ecosistem antreprenorial

Aceste domenii cuprind următoarele elemente:

POLITIC A	<p>Leadershipul și politica oferă strategie și legitimitate antreprenorilor și ecosistemului antreprenorial prin promovare și sprijin, prin rezolvarea problemelor și printr-o legislație și stimulente favorabile întreprinderilor.</p>	<p>LEADERSHIP</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sprijin fără echivoc - Legitimitatea socială - Ușă deschisă pentru susținere - Strategia de antreprenariat - Urgență, criză și provocare <p>GUVERNUL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instituții, de exemplu, investiții, sprijin - Sprijin financiar, de exemplu, pentru cercetare și dezvoltare, fonduri de pornire rapidă - Stimulente cadru de reglementare, de exemplu, avantaje fiscale
FINANȚE	<p>Finanțarea asigură combustibilul pentru start-up-urile aflate în faza inițială și orientate spre creștere, precum și pentru dezvoltarea ecosistemului antreprenorial, prin accesul la microcredite, la investitori providențiali și la capital de risc. Este nevoie de sprijin pentru pregătirea majorării de capital și pentru oportunitățile de prezentare.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Microcredite - Investitori providențiali, prieteni și familie - Capital de risc în faza zero

CULTURĂ	<p>Convingerile culturale influențează acceptarea și promovarea antreprenorilor și a ecosistemului antreprenorial. Poveștile de succes și modelele de urmat trebuie promovate de liderii influenți prin intermediul mass-media și al canalelor de socializare.</p>	<p>POVEȘTI DE SUCCES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Succesori vizibili - Generarea de bogăție pentru fondatori - Reputație internațională <p>NORME SOCIETALE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toleranța față de risc, greșeli, eșecuri - Inovare, creativitate, experimentare - Statutul social al întreprinzătorului - Crearea de bogăție - Ambiție, dorință, foame
SUPPORTURI	<p>Sistemele de sprijin trebuie să includă o gamă largă de infrastructuri de sprijin (energie, telecomunicații, transporturi) și rețele de antreprenariat, precum și platforme și evenimente de networking. Antrenorii și mentorii cu experiență și serviciile de sprijin profesional contribuie la asigurarea succesului.</p>	<p>INFRASTRUCTURĂ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Telecomunicații - Transport și logistică - Energie - Zone, centre de incubare, clustere <p>PROFESIONIȘTI DE SPRIJIN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Juridic - Contabilitate - Bancheri de investiții - Experți tehnici, consilieri <p>INSTITUȚII NEGUVERNAMENTALE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promovarea spiritului antreprenorial în organizațiile nonprofit - Concursuri de planuri de afaceri - Conferințe - Antreprenor - asociații prietenoase

CAPITAL UMAN	Pentru a asigura succesul antreprenorial este necesar capitalul uman sub forma unor manageri și tehnicieni experimentați. Instituțiile de formare profesională și sprijinul externalizat trebuie să răspundă nevoilor crescânde de competențe de pe piață.	MUNCĂ <ul style="list-style-type: none"> - Calificați și necalificați - Antreprenori sociali - Familia din generația următoare INSTITUȚII DE ÎNVĂȚĂMÂNT <ul style="list-style-type: none"> - Diplome generale (profesionale și academice) - Formare specifică în domeniul antreprenoriatului
PIEȚE	Piețele și accesul pe piață oferă oportunități pentru demonstrarea conceptului, vânzări și distribuție. Printre clienți se numără atât piețe interne, cât și externe, companii mari și mici și contracte guvernamentale.	CLIEȚI TIMPURI <ul style="list-style-type: none"> - Adoptatori timpurii pentru un concept bun - Expertiză în domeniul productivității - Clienți de referință - Primele recenzii - Canale de distribuție REȚELE <ul style="list-style-type: none"> - Rețele de antreprenori - Rețele de diaspora - Corporații multinaționale

Tabelul 3: Elemente ale ecosistemului antreprenorial

Ecosistemele antreprenoriale nu apar oriunde. Ele se dezvoltă în locații care dispun de atuuri specifice locului și, astfel, sunt stabilite ca locuri de dorit pentru a trăi. Ca atare, acestea oferă, de obicei, o varietate de atracții culturale sau atribute fizice care oferă oportunități pentru activități în aer liber. În mod firesc, acest lucru deschide multe oportunități de afaceri, deoarece există o nevoie mare de produse sau servicii diferite pentru traiul populației locale. Infrastructura și guvernarea locului sunt, de asemenea, bine amenajate. În cele din urmă, capitalul uman este axat, oferind acces ușor la persoane calificate. Toate acestea, reprezentând un amestec de condiții favorabile pentru activitatea antreprenorială, pun în mișcare ecosistemul antreprenorial. Și cum activitatea economică tinde să se grupeze, atunci ecosistemul antreprenorial favorizează apariția intensivă a noilor întreprinderi și servicii.

Cu toate acestea, interacțiunea antreprenoriatului cu elementele ecosistemului în care se dezvoltă nu este nici statică, nici unidirecțională. Antreprenoriatul stimulează, de asemenea, dezvoltarea ecosistemului ca atare.

În centrul unui ecosistem antreprenorial se află, de obicei, cel puțin una și, de obicei, mai multe "întreprinderi mari stabilite", cu funcții de management semnificative (de exemplu, sediul central sau birouri de divizie/subsidiare), precum și activități de cercetare și dezvoltare și de producție. (Mason & Brown, 2014) Se presupune că aceste întreprinderi se bazează pe cele mai noi tehnologii. Acestea au un rol foarte important în dezvoltarea ecosistemului. În primul rând, ele sunt „magneți de talente”, recrutând un număr mare de lucrători calificați, mulți dintre ei proaspăt absolvenți, din afara zonei (Feldman et al, 2005) (ibid.). În al doilea rând, acestea oferă instruire în domeniul afacerilor pentru angajații lor și le permit acestora să avanseze în ierarhia corporativă. Prin acest proces, personalul care a fost inițial recrutat pentru cunoștințele sale tehnologice dobândește competențe de management pentru a deveni manageri de tehnologie (ibid.). Aceasta reprezintă o resursă valoroasă pentru întreprinderile mici. În al treilea rând, acestea reprezintă o sursă de întreprinderi noi, deoarece o parte din personal va pleca pentru a-și înființa propriile întreprinderi (ibidem).

În consecință, factorii de decizie politică încep acum să recunoască meritele unei forme de sprijin mai mult bazate pe sisteme pentru antreprenoriatul în creștere. Factorii de decizie caută soluții eficiente pentru a îmbunătăți mediul care înconjoară firmele și încurajează spiritul antreprenorial. Cu toate acestea, întrucât fiecare ecosistem este un organism unic, dar dinamic și complex, factorii de decizie politică întâmpină numeroase dificultăți în găsirea și aplicarea unor abordări eficiente. Cu toate acestea, există măsuri care sprijină diferite aspecte ale antreprenoriatului.

- **Forme de antreprenoriat**

Spiritul antreprenorial poate lua multe forme și poate apărea în diverse contexte. Principiile sale de bază sunt aceleași: planificarea, inițierea și exploatarea unei afaceri (cu sau fără scop lucrativ). În mod tradițional, proiectele și practicile antreprenoriale rezultă într-una dintre aceste categorii:

Categoria	Caracteristici principale
Antreprenoriat în întreprinderi mici	<p>Acest tip de antreprenoriat se referă la orice fel de mică afacere creată de una sau cel mult două persoane cu scopul de a transforma ideea lor în realitate. Întreprinderile mici sunt în mod tradițional concentrate în exploatarea unui singur sediu, iar planurile inițiale nu prevăd nicio extindere. Categoria nu exclude neapărat o echipă mare și venituri mari. Dacă această afacere se dovedește a fi de succes, atunci se poate muta între celelalte categorii.</p> <p>În acest tip de afacere, nu obțineți profit decât dacă și compania dumneavoastră obține profit, ceea ce înseamnă că trebuie să fiți foarte determinat, responsabil și dedicat viziunii dumneavoastră.</p>

<p>Antreprenoriat de pornire scalabil</p>	<p>Start-up-urile scalabile se concentrează pe modul de a crea un model de afaceri care să fie atât repetabil, cât și scalabil (mai multe vânzări cu mai multe resurse). Adesea, acest tip de întreprinderi folosesc tehnologia sau creează tehnologie în cadrul afacerii. Ele încep cu o idee simplă care este adusă la viață de tenacitatea antreprenorilor cu sprijinul investitorilor. Afacerea se încadrează într-un spațiu cu o dimensiune mare a pieței și există potențialul ca acestea să crească rapid și exponențial.</p> <p>Cheia pentru a începe acest tip de model de afaceri este cunoașterea planurilor pe termen lung pentru profitabilitate și a modalităților prin care compania dumneavoastră va crește, atât în interesul investitorilor, cât și al dumneavoastră.</p>
<p>Antreprenoriat în marile companii</p>	<p>Antreprenoriatul marilor companii nu are legătură cu înființarea unei noi afaceri, ci cu crearea de produse sau filiale noi în cadrul unei companii existente, sau cu achiziționarea unor întreprinderi mai mici. Mai exact, aceste divizii se concentrează pe atingerea de noi piețe, pe extinderea bazei de clienți și pe creșterea afacerii. Ele asigură flexibilitatea pentru a inova și a oferi consumatorilor produse noi care sunt variante în jurul liniei lor de produse de bază.</p> <p>O componentă importantă a acestei categorii de antreprenoriat este cultura companiei, asigurându-se că, pe măsură ce compania se extinde, toți angajații participă la această creștere.</p>
<p>Antreprenoriat social</p>	<p>Antreprenoriatul social este o activitate orientată spre misiune. Principalul său obiectiv este de a crea produse și servicii care aduc beneficii lumii și, în același timp, aduc bani. Antreprenoriatul social se referă la companiile non-profit, cu scop lucrativ sau hibride care se angajează să schimbe situația socială sau de mediu. Printre exemple se numără programele educaționale, instituțiile de microfinanțare și companiile care oferă servicii bancare în țările subdezvoltate.</p>

Tabelul 4: Principalele categorii de antreprenoriat

Diversitatea industriilor culturale și creative se reflectă în gama de întreprinderi. Aceasta include toate tipurile de întreprinderi, de la corporații multinaționale la sectoare caracterizate de o proporție mare de IMM-uri (de exemplu, arhitectura, moda, artizanatul) și altele care includ o gamă mai largă de întreprinderi mari și mici (în special software, editare și mass-

media). Cu toate acestea, majoritatea industriilor culturale și creative este formată din întreprinderi foarte mici. Aproximativ 80% din întreprinderile din ICC sunt IMM-uri, multe dintre acestea fiind întreprinderi individuale sau micro-IMM care angajează doar câteva persoane. (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Cu toate acestea, la fel cum lumea continuă să se schimbe, la fel se schimbă și întreprinderile. Zilnic apar inovări, care oferă oportunități noi de asumare a riscurilor și de creștere și, astfel, propun câteva categorii noi de antreprenariat care sunt din ce în ce mai frecvente.

Categorია	Caracteristici principale
Antreprenariat imitativ	<p>Imitația este cea mai bună formă de lingușire, iar un antreprenor imitativ (denumit și antreprenor adoptiv) este cel care copiază ceea ce au făcut anterior antreprenorii inovatori de succes, cel mai adesea cu riscuri financiare mai mici și resurse limitate.</p> <p>Dacă folosiți un stil antreprenorial imitativ, în esență copiați o idee, dar găsiți modalități de a o îmbunătăți. Luând act de greșelile altora și găsind modalități creative de a îmbunătăți o afacere, puteți deveni un antreprenor profitabil.</p>
Antreprenariat inovator	<p>Antreprenorii inovatori, după cum sugerează și numele, încearcă în mod constant să vină cu următorul lucru important. Dacă aveți idei revoluționare despre cum să începeți o afacere sau despre servicii și produse specifice care pot deveni afaceri, s-ar putea să fiți un antreprenor inovator.</p> <p>În calitate de inovator, știți că trebuie să fiți mereu la curent cu condițiile actuale de pe piață pentru a găsi modalități originale și creative de a le perturba. Inovarea nu se referă doar la ideile de produse, ci și la modalitățile de desfășurare a activității. Antreprenoriatul inovator înseamnă să se schimbe status quo-ul și să se depășească limitele.</p>

<p>Antreprenoriat pentru cumpărători</p>	<p>În loc să se gândească cum să strângă bani pentru o afacere, un antreprenor cumpărător achiziționează fie o companie în curs de dezvoltare, fie o companie deja creată și stabilă și o ajută să prospere.</p> <p>Spre deosebire de investitori, un antreprenor cumpărător este implicat atât financiar, cât și personal în afacere, rămânând activ și ajutând direct la creșterea investiției. Nu este neobișnuit ca antreprenorii-cumpărători să predea conducerea către altcineva la un moment dat, dar aceștia păstrează întotdeauna un rol activ în întreprinderile pe care le achiziționează.</p>
<p>Antreprenoriatul cercetătorului</p>	<p>Antreprenorii cercetători se bazează pe fapte, pe date și pe convingerea că vor avea mai multe șanse de reușită cu o pregătire și cunoștințe adecvate. Antreprenoriatul cercetător asociază o idee de afaceri excelentă cu cercetarea academică și cu o înțelegere a modului în care se pot exploata la maxim resursele limitate.</p>
<p>Antreprenoriatul Hustler</p>	<p>Nu lăsați numele să vă inducă în eroare, un hustler în afaceri se referă la o persoană cu inițiativă proprie, extrem de motivată care este hotărâtă să reușească. Acest tip de stil de antreprenoriat crește direct de la antreprenor, care trebuie să fie încrezător, neînfricat și să aibă o etică riguroasă a muncii.</p>

Tabelul 5: Noi categorii de antreprenoriat în funcție de gradul de inovare și de tipul de comportament al antreprenorului, **Sursa: (WIX blog, n.d.)**

Aceste categorii de întreprinderi sunt importante, deoarece tipul exact de întreprindere determină oportunitățile, finanțările și programele disponibile. De asemenea, are un impact asupra deciziilor și direcționează calea de funcționare a afacerii.

III. Mentalitate antreprenorială

Antreprenorul este persoana responsabilă pentru crearea de noi valori (sub forma unui nou produs/serviciu sau a unei noi organizații). Așadar, antreprenorul este un creator, o persoană care deține ideea de afaceri, înființează organizația, suportă riscul de eșec al afacerii sau beneficiază de pe urma succesului activității. Într-un fel, antreprenorii sunt unii dintre cei mai puternici creatori de schimbare.

Figura de antreprenor este complexă. Foarte adesea, literatura de specialitate indică persistența spiritului antreprenorial, a gândirii antreprenoriale sau a culturii antreprenoriale.

Cu toate acestea, indiferent de termen, toate acestea indică faptul că antreprenorii au ceva în comun. Ceva care îi face ...` diferiți de ceilalți oameni în ceea ce privește atitudinea, perspectivele și unele calități de bază. (Melek & Kaygusuz, 2014).`

Gândirea antreprenorială este în mare măsură o mentalitate pozitivă și rezistentă. Antreprenorii de succes au ambiția de a dori în mod activ să facă o diferență, apoi au încrederea, pasiunea și motivația de a merge până la capăt.²

Adesea, antreprenorii sunt văzuți ca fiind mai curajoși și mai îndrăzneți, mai toleranți și mult mai eficienți în a face față stresului. Aceste persoane percep lumea în mod diferit, fiind capabile să vadă posibilități și soluții acolo unde o persoană obișnuită nu le vede. Baron (2000) afirmă că antreprenorii de succes sunt persoane care cred cu tărie în propriile judecăți și au percepții sociale ridicate și capacitatea de a interacționa cu succes. El mai spune că sunt persoane care se pot acomoda rapid la noi circumstanțe. (Melek & Kaygusuz, 2014) Antreprenorii de succes au ambiția de a dori în mod activ să facă o diferență, apoi au încrederea, pasiunea și motivația necesare pentru a o duce la bun sfârșit. Aceste persoane au, de asemenea, calități precum managementul riscului, creativitate, perfecționism și toleranță față de incertitudine.

Autorii încă mai discută dacă antreprenorii vin din natură sau sunt creați prin educație și cunoștințe. Fără îndoială, există o serie de trăsături personale pe care antreprenorii de succes le au în comun:

1. Încredere în sine	22. Fiabilitate
2. Constanța	23. Previziune
3. Să fii activ și energic	24. Onestitate
4. Iscusit	25. Caracterul comun
5. Asumarea riscurilor	26. A fi preocupat de profit
6. Dinamism & Leadership	27. Capacitatea de a învăța din greșeli
7. Optimism	28. Dorința de putere
8. Ambiție	29. Personalitate bună
9. Versatilitate	30. Egocentrism
10. Creativitate	31. Curaj

² Ludwin, A., Nature, nurture or knowledge: what does it take to make an entrepreneur (Natură, educație sau cunoaștere: de ce este nevoie pentru a deveni un antreprenor)?

11. Capacitatea de manipulare	32. Imaginația
12. Capacitatea de a comunica cu oamenii	33. Înțelegere/ Empatie
13. Inițiativa	34. Toleranța față de incertitudine
14. Flexibilitate	35. Agresivitate
15. Inteligență	36. Satisfacție
16. Concentrarea pe obiective clare	37. Avantaj
17. Să fii competitiv	38. Să fii promițător
18. Independența	39. Capacitatea de a se baza pe angajați
19. Sensibil la situațiile critice	40. Sensibilitate
20. Eficiență	41. Integritate
21. Să fii decisiv	42. Maturitate

Tabelul 6: Calități antreprenoriale frecvente, Sursa: Kuratko & Hodgetts (1998) (Melek & Kaygusuz, 2014)

Parcurgând din nou tabelul, putem observa că se așteaptă ca antreprenorii să aibă valori acceptate social, printre care se numără onestitatea, încrederea, fiabilitatea, maturitatea, integritatea, simpatia și emoțiile aprobate social, cum ar fi sensibilitatea, satisfacția, optimismul. Pe lângă acestea, se așteaptă ca aceștia să aibă și abilități de comunicare interpersonală, cum ar fi să aibă relații bune, care includ comunicarea și influențarea altor persoane. În acest fel, ei sunt capabili să conducă și să se bazeze pe angajați.

Cu toate acestea, competențele de bază, cele care îi fac pe antreprenori să fie ceea ce sunt, includ:

- Capacitatea de asumare a riscurilor: Capacitatea întreprinzătorului de a-și asuma riscuri este motorul pentru a descoperi ceva unic, de exemplu, pentru a genera ideea antreprenorială. Antreprenorii care folosesc o abordare diferențiată față de riscuri obțin, de obicei, succesul. Antreprenorii buni sunt întotdeauna gata să investească timp și bani, dar de obicei își cunosc limitele. Prin urmare, antreprenorii nu își asumă riscuri inutile. El își poate controla emoțiile și acceptă riscul doar dacă profitul este egal sau mai mare decât acesta (Tan & Pazarcık, 1984). Potrivit lui Low și MacMillan (1988), antreprenorii au tendința de a-și asuma riscuri la fel de mult ca toată lumea; cu toate acestea, ei sunt foarte buni manageri de risc. (Melek & Kaygusuz, 2014) Astfel, ei au o rezervă pentru fiecare risc pe care și-l asumă, pe baza unei evaluări preliminare și a unei conștientizări în ceea ce privește posibilele consecințe.

- Inovare și creativitate: Creativitatea produce ideea inovatoare – factorul de creare/înnoire a afacerii. Este aproape o necesitate pentru ei să introducă idei originale, noi și surprinzătoare sau să acționeze într-un mod original sau surprinzător; cu toate acestea, toate aceste idei și acțiuni trebuie să contribuie la viața sa sau a celorlalți într-un mod pozitiv (Peterson & Seligman, 2004). (Melek & Kaygusuz, 2014) Creativitatea este, de asemenea, un factor de succes în afaceri, deoarece antreprenorii trebuie să se adapteze la provocările de zi cu zi și să găsească soluții ieșite din comun care să conducă la creșterea afacerii.
- Încrederea în sine: Acest individ crede că poate depăși toate dificultățile pe care le întâlnește prin încrederea în sine. Încrederea în sine se reflectă în curaj, entuziasm și în abilitățile de a conduce, prezenta și negocia. Încrederea în sine accelerează dezvoltarea sentimentelor pozitive prin creșterea păcii interioare. Persoanele care au încredere în sine au pasiunea de a învăța și sunt deschise la cercetare și critică. (Melek & Kaygusuz, 2014). Se știe că creativitatea, încrederea în sine și optimismul declanșează antreprenorii în mod interactiv. (ibid). Antreprenorii de succes nu numai că se bazează pe încrederea lor, dar sunt afectați de aceasta pe parcursul întregului lor parcurs de afaceri.
- Inițiativa și luarea deciziilor: Una dintre cele mai valoroase calități ale antreprenorilor este capacitatea lor de a lua decizii și de a întreprinde inițiative. Ar putea exista idei grozave, dar numai decizia de a merge mai departe este cea care va face diferența.
- Constanța: Disciplina antreprenorială se referă la abilitatea de a continua să muncească în ciuda obstacolelor și de a progresa ca persoană și ca întreprindere. Aceasta îi ajută pe antreprenori să planifice eficient în avans, să își gestioneze mai bine timpul și resursele și îi ajută să își îmbunătățească forța interioară.

În concluzie, caracteristicile asociate cu antreprenorii nu trebuie să însemne că aceștia sunt persoane egoiste și egocentrice care se gândesc doar la ele însele. Unul dintre cei mai importanți factori care îi motivează pe antreprenori este faptul că aceștia iau în considerare nu numai beneficiile personale, ci și pe cele sociale. Antreprenorul individual își imaginează avantaje pentru el însuși în timp ce lucrează în domeniul producției, dar în același timp ia în considerare avantajele și dezavantajele acestei situații pentru societate. (Melek & Kaygusuz, 2014)

Se știe că motivația are un rol important în formarea culturii antreprenoriale. Motivația include un ciclu trinitar care este fie un stimulent care îl duce pe antreprenor la o anumită țintă, fie este comportamentul care se face pentru a atinge ținta și, în cele din urmă, este procesul de atingere a țintei (Cabar, 2006). Este extrem de dificil să se dezvolte un model de motivare pentru fiecare persoană sau antreprenor, deși se admite că există unele instrumente de stimulare în scop motivațional. Putem include instrumente financiare, psihologice și sociale ca stimulente. Există, de asemenea, instrumente de stimulare organizaționale și administrative care trebuie adăugate pe listă (Cabar, 2006). (Melek & Kaygusuz, 2014)

S-a menționat deja că activitatea antreprenorială în ICC este diferită de celelalte. Antreprenorii din domeniul cultural sunt conduși de motive complexe. Motivația, dorința și experiența lor sunt factori determinanți pentru începerea unei cariere antreprenoriale sau autogestionate (Amolo & Beharry-Ramraj, 2015). Motivația majorității antreprenorilor culturali este câștigarea unui trai decent (Phillips, 2010; Coulson, 2012), construirea unei reputații sociale și realizarea

carierii (Chen, Chang & Lo, 2015) decât exclusiv succesul financiar. Aceștia preferă să se angajeze în activități, care se aliniază cu aspirațiile și identitățile lor profesionale (Scott, 2012). Antreprenorii culturali cu o pregătire artistică sunt declanșați de motivații intrinseci ca împlinirea și creșterea artistică, crearea de frumos, provocarea de a crea ceva nou (Bridgstock, 2013) și pasiunea pentru muncă (Bhansing et al., 2018; Gregory & Rogerson, 2018). Unii antreprenori culturali decid să înceapă o afacere din cauza frustrării din sectorul lor și au identificat golul de piață ca fiind o oportunitate de inovare (Gregory & Rogerson, 2018). Antreprenorii culturali și creativi sunt pasionați de munca lor și dornici să se realizeze (Wright, Marsh & McArdle, 2019), ceea ce poate duce la autoexploatare neprofitabilă (Oakley, 2014; Werthes et al., 2018). Aceștia încearcă în permanență să găsească un echilibru între dezvoltarea artistică, financiară și autodepășire (Dobrevă & Ivanov, 2020)..

IV. Lecturi recomandate:

- Alvaro, C., Domingo, R., and Roig, S. (2000) *'Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction'*
- Loots, E., Neiva, M., Carvalho, L. Lavanga, M. *'The entrepreneurial ecosystem of cultural and creative industries in Porto: A sub-ecosystem approach'*, Growth and Change, vol. 5, issue 2
- Mishra, C. S. and Zachary, R. K. (2015) *'The Theory of Entrepreneurship'*, Entrepreneurship Research Journal, Vol. 5
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented entrepreneurship.
- Sanches, J. C., Ahmed, I., Ramzan, M., Singer, A. E. et al., *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*
- Varbanova, L. (2013). Strategic Management in the Arts.

3. Referințe

- Ahmad, N., & Seymore, R. G. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. Retrieved March 2022, from <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/243164686763.pdf?expires=1663656016&id=id&accname=guest&checksum=4CD62553BD135E6740085DC75EDE8621>
- Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. Retrieved from OECD: <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/39651330.pdf>
- Anheier, H. K., & Isar, Y. R. (2008). *Cultures and Globalization: The cultural Economy*. Sage publications .
- Barazza, C. (n.d.). *Carlos Barazza*. Retrieved from <https://barrazacarlos.com/entrepreneurial-process-stages/>
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2008). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspectives*. Retrieved from <https://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf>
- Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M. (2013). *The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries*. Retrieved from <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/dcac4767-0daf-4fd5-8d8a-4bb502823723>
- Dobрева, N., & Ivanov, S. (2020). Cultural entrepreneurship: a review of the literature. *Tourism & Management Studies*, 16(4), 2020, 23-34. Retrieved from <https://doi.org/10.18089/tms.2020.1604>
- Hur, J. (n.d.). <https://bebusinessed.com/>. Retrieved from <https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/>
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented entrepreneurship.
- Melek, K., & Kaygusuz, C. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. In J. C. Sanches, I. Ahmed, M. Ramzan, A. E. Singer, & e. all., *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/230634533>
- Nadim Ahmad, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for data collection (DRAFT)*. Retrieved March 2022, from <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/39651330.pdf>
- Selvan, S. S., & Vivek, N. (2020). Importance and Role of Entrepreneurship in Economic Development. *Novel International Journal of Multidisciplinary Arts and Humanities*. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/351224386_Importance_and_Role_of_Entrepreneurship_in_Economic_Development

Temblay, G. (n.d.). *Cultural Entrepreneurs*. Retrieved from <https://culturalentrepreneurs.wordpress.com/>

Varbanova, L. (2013). *Strategic Management in the Arts*. London/ New York. Retrieved from <http://www.routledge.com/books/details/9780203117170/>

WIX *blog*. (n.d.). Retrieved from <https://www.wix.com/blog/2021/07/types-of-entrepreneurship/#viewer-31pqj>