

9. МАЛКИНА-ПЫХ, И. *Возрастные кризисы – справочник практического психолога*. Москва: Эксмо, 2004.
10. *Рабочая книга школьного психолога*. Под ред. И.В. Дубровиной. Москва: Международная педагогическая академия, 1995.
11. РУДЕСТАМ, К. *Групповая психотерапия*. СПб.: Питер, 2001.
12. ФЕЛЬДШТЕЙН, Д. *Психология развития личности в онтогенезе*. Москва: Педагогика, 1989.
13. ФОПЕЛЬ, К. *Психологические группы*. Москва: Генезис, 2001.
14. Constituția Republicii Moldova.
<http://www.parlament.md/CadrulLegal/Constitution/tabid/151/language/ro-RO/Default.aspx> (vizitat 30.04.2020).

ANTREPRENORIATUL DE LA DEFINIȚIE LA PRIMELE PRACTICI ÎN SISTEMUL SOCIAL DIN ROMÂNIA

*Rățoi Raluca, prof. psihopedagog,
Centrul Școlar de Educație Incluzivă, Suceava,
doctorandă, UPS „Ion Creangă” din Chișinău,
Jelescu Petru, dr. hab., prof. univ.,
UPS „Ion Creangă” din Chișinău*

CZU: 159.9.072:334.72(498)

Abstract

In the literature, the understanding of how entrepreneurial behavior and thinking have developed has varied according to the historical period. By defining the terms entrepreneur and entrepreneurship, we can identify multiple characteristics of them. At the same time, a number of questions arise, such as: can anyone be an entrepreneur? can you learn? Is it about the innate particularities of each of us? and so on.

Key-words: entrepreneur, enterprising, entrepreneurial, psychological profile of the entrepreneur, business-angel.

Antreprenoriatul a început să fie recunoscut în timpul monarhului francez Ludovic al XIV-lea care obișnuia să afirme că „burghezii și meșteșugarii vor deveni artizanii bogăției” [10]. De-a lungul timpului au fost date mai multe definiții *antreprenorului*, printre care: „persoană cu abilitatea de a organiza resursele și de a crea ceva nou” (Schumpeter, 1934), „antreprenorul este activ și orientat spre profit” (McClelland, 1961), sau, în viziunea lui Steveson „un antreprenor are abilitatea de a identifica și dezvolta oportunitățile de afaceri” [5].

În literatura de specialitate, înțelegerea modului în care comportamentul și gândirea antreprenorială s-au dezvoltat a variat în funcție de perioada istorică. Astfel, *reprezentanți ai clasicismului*, precum Richard Cantillon sau Jean-Baptiste Say, definesc antreprenorii cu termenul de întreprinzători, „fiind responsabili pentru toate schimburile și fluxurile din economie”. Say vine cu o viziune nouă, fiind primul economist care îi atribuie antreprenorului și rolul de manager, considerând că „aplicarea cunoașterii în vederea creării de produse pentru consumul uman” reprezintă ocupația acestuia [ibidem]. Referitor la antreprenorul ca și manager, tot Say precizează că întreprinzătorii dețin în cadrul companiilor roluri-cheie de coordonatori, lideri sau manageri, însă desfășoară și alte activități specifice numai lor, ei fiind cei care furnizează capitalul [5].

Alfred Marshall, *reprezentant al neoclasicismului*, aduce în discuție o altă trăsătură a antreprenorului, și anume inovația și progresul: „Oamenii de afaceri, care au fost deschizători de

drumuri, au adus societății beneficii mult mai mari decât câștigurile lor proprii, deși au murit milionari” [ibidem].

În sensul modern al economiei de piață, un antreprenor este un agent economic care adoptă un comportament activ și inovator, care acceptă deliberat riscuri financiare pentru a dezvolta proiecte noi. În acest sens, un număr semnificativ de societăți acordă o mare atenție și recunoaștere antreprenorilor, în mare parte și datorită aportului pe care îl aduc aceștia la evoluția mediului antreprenorial și a influenței pe care o au asupra indicatorilor macroeconomici, antreprenorii fiind numiți și „persoane care lucrează pentru sine” [ibidem].

Antreprenor devii sau te naști? Definind termenii de antreprenor și antreprenariat, am putut identifica câteva caracteristici ale unui antreprenor, precum: bun organizator, orientat spre profit, responsabil, pregătit în domeniu, inovativ etc. Intervin, totuși, o serie de întrebări: Poate oricine să fie antreprenor? Se poate învăța? Sau ține de particularitățile înnăscute ale fiecăruia dintre noi? Din punctul nostru de vedere, nu oricine poate fi antreprenor. Ceea ce se poate învăța sunt noțiuni în domeniul economiei, psihologiei sau orice informație utilă, însă nevoia de performanță, ambiția, predilecția spre asumarea riscului etc. sunt specifice doar unei categorii restrânse de oameni [7]. În general însă credem că, în o măsură mai mare sau mai mică, *competențele antreprenoriale* (ansamblul/sistemul de cunoștințe, deprinderi, abilități, atitudini, calități volitive ș.a.) pot fi formate și dezvoltate, ceea ce vom încerca să demonstrăm ulterior experimental-psihologic și statistico-matematic.

Desigur, succesul în afaceri nu are, oricât am încerca noi, o rețetă. El depinde de mulți factori, care ne sunt sau nu sub control, încât nu vom putea spune niciodată că dacă vom urma o anumite cale, la capăt vom întâlni succesul absolut. Cu toate acestea, s-au realizat nenumărate studii asupra trăsăturilor de personalitate ale antreprenorilor, fiind identificate multiple calități, printre care și [ibidem]:

Spiritul independent – calitate pe care trebuie să o aibă un antreprenor, să aibă o continuare pornire spre activități care îi conferă libertate și împlinire; un antreprenor nu se va simți niciodată împlinit într-un mediu în care nu-i sunt apreciate inițiativele, în care nu va fi lăsat să-și pună în practică ideile; un antreprenor caută în mod continuu să fie propriul stăpân, să își asume riscuri și responsabilități sporite.

Curajul – alături de spiritul de independență, este calitatea esențială de care orice antreprenor are nevoie; curajul de a-ți pune în practică ideile, de a-ți le urma obsesiv, de a crede până la capăt în ceea ce alții nu cred că va avea vreo finalitate sau urmă de succes, realizează, de cele mai multe ori, diferența; cu toții avem idei strălucite în diverse momente ale existenței noastre, foarte puțini însă au și curajul de a-și urma ideile; pentru foarte mulți ideile nu rămân decât la stadiul de gânduri, idei, și nu se transformă în realitate, pentru că nu avem curajul de a le pune în practică și de a le urma statornic cursul.

Pregătire solidă – această pregătire trebuie să fie complexă, să aibă în vedere atât buna cunoaștere a mediului în care îți desfășori activitatea, cât și cunoștințe bune în ceea ce privește managementul strategic, managementul resurselor umane, marketingul, managementul financiar-contabil etc.

Activism social – dincolo de implicarea în viața economică, un antreprenor va fi activ în domeniul social, va ști să dea înapoi celor care l-au sprijinit în reușita sa, va fi lângă cei mai puțin norocoși decât el prin diverse proiecte sociale, va sprijini tineri capabili, își va oferi experiența și va fi recunoscător mediului din care face parte [7].

În ultimii ani tot mai mulți autori au încercat să surprindă în lucrările lor cel mai bun portret sau profil pentru un antreprenor de succes. Marius Ghenea a subliniat importanța a 13 trăsături necesare unui antreprenor, dar, ce e mai important, posibilitatea să le dezvolte [4].

1. *Viziune*: Prima și poate cea mai importantă calitate a unui antreprenor este aceea de a fi vizionar. Asta nu presupune să fii magician, ci să fii focalizat pe planul de afaceri și să intuiești următorii pași.
2. *Inteligență și creativitate*: un antreprenor de mare succes este cel care are un nivel ridicat al inteligenței și poate jongla cu cunoștințele dobândite, adaptându-se creativ la situații neprevăzute.
3. *Cunoașterea domeniului de activitate*: alegerea unui domeniu familiar în care ești pregătit profesional, fie că ai fost angajat, colaborator sau voluntar, îți poate garanta un minim succes
4. *Perseverență și determinare*: de regulă, la început de drum, când obstacolele sunt mai mari, greselile sunt mai frecvente (din cauza lipsei de experiență), iar tentația de a renunța este uneori uriașă (mai ales ca nici miza nu pare foarte importantă).
5. *Charismă și persuasiune*: Un antreprenor carismatic este acela care te captivează atunci când îți vorbește despre afacerea lui, pentru că pune pasiune, pentru că știe despre ce vorbește, pentru că are viziune. Un antreprenor cu astfel de trăsături te cucerește și convinge mai ușor pe cei din jur, angajați sau colaboratori.
6. *Responsabilitate*: antreprenorii sunt oameni care trebuie să dea dovadă de foarte multă responsabilitate. Spre deosebire de cei care nu sunt antreprenori, aceștia sunt răspunzători nu doar față de propria lor persoană și de familia lor, ci și față de toți cei implicați, direct sau indirect, în afacerea pe care un antreprenor o dezvoltă.
7. *Decision-maker*: poate cel mai important lucru pe care îl face un antreprenor zi de zi este să ia rapid deciziile cele mai potrivite. Sunt oameni care așteaptă aceste decizii, atât cei de la vânzări, cât și cei de la achiziții, de la financiar, de la producție. Uneori, întârzierea unei decizii poate însemna pierderea unei oportunități sau chiar pierderi financiare reale.
8. *Problem-solver*. Una dintre definițiile antreprenorului este „acea persoană care se uită la o problemă și o vede ca pe o oportunitate, iar apoi acționează asupra sa”. Niciodată, un bun antreprenor nu vine să prezinte probleme, ci soluții.
9. *Gut-feeling* (intuiție): Flerul i-a ajutat pe mulți antreprenori să construiască multe proiecte de business de succes.
10. *Gândire pozitivă*. Într-o afacere de succes gândirea pozitivă este o regulă de bază.
11. *Pasiune pentru propria afacere*. Orice lucru făcut cu pasiune se simte și devine valoros.
12. *Etica personală*. Un antreprenor valoros nu încalcă niciodată principiile etice în afaceri sau în viața personală.
13. *Încredere în oameni*. Orice construiești în viață trebuie să se bazeze pe încrederea pe care o dai ca individ și pe încrederea pe care o primești. Orice parteneriat bazat pe încredere este din start unul câștigat, care poate contribui la succesul unei afaceri alături de alte caracteristici.

Pentru a scoate în evidență principalele trăsături psihice ale unui antreprenor de succes, am realizat o anchetă, întocmită de către P. Jelescu. Conținutul ei este următorul.

Mult stimate antreprenor!

Vă rugăm mult să ne ajutați în educația tinerii generații. Pentru aceasta:

1. Enumerați 10 calități (caracteristici psihologice) de bază ale unui antreprenor de succes, în viziunea Dumneavoastră:
 2. Aranjați în coloniță aceste 10 calități (caracteristici psihologice) de bază ale unui antreprenor de succes de la cea mai importantă până la cea mai puțin importantă, în viziunea Dumneavoastră: 2.1; 2.2; 2.3;.....
- 2.10.

P. S. Dacă doriți, puteți *semna* și *indica*: Numele și Prenumele Dvs., funcția pe care o dețineți, locul de muncă, stagiul.

Vă mulțumim frumos pentru ajutor și amabilitate!

În urma interviului unui număr de 10 antreprenori din județul Suceava, cu vârste cuprinse între 30 – 45 ani, în perioada aprilie – mai 2019, am stabilit următoarele caracteristici psihologice pe care trebuie să le aibă un întreprinzător de succes:

1. Viziune (frecvența = 9)
2. Charismă/persuasiune/responsabilitate (frecvența = 7)
3. Curaj (frecvența = 6)
4. Perseverență și determinare (frecvența = 6)
5. Gândire pozitivă (frecvența = 6)
6. Inteligență și creativitate (frecvența = 5)
7. Cunoaștere/bine informat (frecvența = 5)
8. Încredere (frecvența = 4)
9. Comunicativ (frecvența = 3)
10. Răbdare/calm/rațional (frecvența = 2).

Despre antreprenoriat în România se poate vorbi începând cu perioada imediat următoare revoluției din 1989. S-a început prin practicarea comerțului, chiar înainte de căderea comunismului, iar cei care făceau acest lucru erau denumiți „bișnițari”, deoarece nu era familiar termenul de „business” [2, p. 377]. Apoi au apărut patronii, numele acestora fiind asociat mai mult cu cei care s-au îmbogățit prin maniere mai puțin cunoscute și, eventual, mai puțin ortodoxe [3, p. 284]. Diferența dintre economia de tranziție și economia de piață, dintre patron și antreprenor este dată de transparență [9].

CEBR România (Centre for Entrepreneurship & Business Research) a realizat un studiu în anul 2006 pe un eșantion de 1449 persoane pentru identificarea și prezentarea factorilor demografici și socioculturali, precum și motivațiile persoanelor implicate în activități antreprenoriale. Rezultatele acestui studiu indica faptul că femeile sunt implicate în activitățile antreprenoriale anterioare demarării afacerii în proporție de 9,58%, în timp ce bărbații dețin o pondere oarecum mai mare în crearea de afaceri în perioada recentă (16,75%). De asemenea, s-a constatat că vârsta medie a celor implicați în activități antreprenoriale este cuprinsă între 33 și 35 ani. Totuși, se observă că persoanele cu vârste cuprinse între 36 și 50 ani sunt implicate într-o măsură mai mare în activitățile antreprenoriale anterioare demarării afacerii (9,40%). În cazul celor deveniți recent întreprinzători, proporția cea mai mare o regăsim la persoanele cu vârste

cuprinse între 26 și 40 de ani (18,14%). Mai mult, rezultatele obținute indică importanța prezenței în cadrul familiei întreprinzătorului a uneia sau a mai multor persoane întreprinzătoare pentru a spori activitățile antreprenoriale. O pondere de 38,6% din persoanele implicate în activitățile anterioare demarării afacerii raportează prezența unui întreprinzător în familia lor, exemplul cel mai adesea dat fiind tatăl (22,81%) [9]. În ceea ce privește motivațiile pentru implicarea în activitățile antreprenoriale, rezultatele obținute indică faptul că persoanele din eșantionul alcătuit sunt motivate de cele mai diverse aspecte de viață pentru a deveni întreprinzători. Oamenii percep antreprenoriatul mai mult ca pe o ocazie de a profita de oportunitățile de afaceri, de a-și îmbunătăți calitatea vieții. Mai interesant, rezultatele indică faptul că respondenții consideră și aspectele sociale ca fiind factori importanți care le motivează decizia de a se implica în activități antreprenoriale.

Inovația este instrumentul specific al sistemului antreprenorial. Este, așa cum afirmă Peter F. Druker: „...,actul care înzestrează mijloacele cu o nouă capacitate de a crea bogăție.

Într-adevăr inovația creează un mijloc. Un mijloc nu există până când omul nu găsește o întrebuințare pentru ceva din natură... Până atunci, fiecare plantă este o buruiiană și fiecare mineral este doar o altă piatră” [1, p. 27]. De la inventarea roții, a cumpărării cu plata în rate (începutul sec. al XX-lea, SUA) și până la inventarea celor mai moderne modalități de comerț oamenii au învățat să practice inovația. Antreprenorii de succes, oricare ar fi motivația lor individuală, încearcă să creeze valoare, să aducă o contribuție proprie, să schimbe ceva [ibidem].

Au fost identificate șapte surse de ocazii de inovații sau indicatori ai schimbării, și anume [ibidem]: *neprevăzutul*, *incongruența* (discrepanța dintre ceea ce este și ceea ce ar trebui să fie mediul economic), *inovația bazată pe necesitatea procesului*, *schimbările din structura industriei sau din structura pieței*, *schimbările demografice*, *în receptivitate*, *dispoziție și înțelegere*, *cunoștințele noi*. Acești factori interacționează și conduc spre nevoia de a inventa metode noi, produse sau servicii noi, spre a reorienta activitatea economică.

Inovația bazată pe idei geniale este promovată în tot mai multe companii, cercetarea având rolul bine definit de a descoperi idei noi [ibidem]. Totuși, aceste idei sunt cele mai riscante și cu cea mai mică șansă de reușită.

Conceptul de business-angel [ibidem] este asemănător cu cel al finanțării de tip venture-capital. În ambele cazuri, investitorii aduc bani în afacere împreună cu antreprenorul (sau cu grupul de antreprenori). Afacerile alese au premisele de a avea succes, dar le lipsește finanțarea inițială. Un business-angel poate asigura această finanțare și are și un profil asemănător cu antreprenorul, și el fiind, în esență, tot un antreprenor (sau un antreprenor în serie).

În mod normal, investițiile de business-angel sunt limitate ca și valoare a finanțării, astfel încât, proiectele de acest gen trebuie să fie afaceri care nu au nevoie de foarte mult capital. Această caracteristică exclude din start afacerile care presupun investiții mari, cum ar fi cele din sfera producției. Cele mai potrivite pentru investiții de tip business-angel sunt probabil firmele din domeniul comerțului și serviciilor, unde se pot realiza afaceri de succes pornind cu sume mici, de ordinul a până la 200.000 de euro investiție de capital.

Un business-angel investește într-o afacere într-un alt mod decât un fond de investiții, el se implică mult mai direct în strategia afacerii în care a investit, ceea ce este un mare avantaj pentru antreprenor, care de multe ori nu are suficientă experiență din acest punct de vedere, fiind la început de drum. Din acest punct de vedere, un business-angel așteaptă, evident, ca implicarea

lui în afacere să fie apreciată de antreprenor, și nu să fie privită ca o intruziune, așa cum se mai întâmplă [8].

Marius Ghenea a devenit ceea ce denumim „business angel”, finanțând două idei până în momentul de față. Una dintre ele este un concept de publicitate în oglindă, în premieră pentru piața autohtonă de profil. Investiția s-a ridicat la suma de 100.000 de euro, Marius Ghenea deținând o participație de 60% [3].

Există și un site, <http://businessangelsromania.ro/>, care este principalul serviciu din România ce pune în contact investitori care caută investiții cu antreprenori în căutare de capital. Se dorește facilitarea comunicării între antreprenorii motivați și investitorii cu experiență, precum și o mai bună informare a ceea ce înseamnă acest concept [6].

BIBLIOGRAFIE

1. DRUNKER, P. F. *Inovația și sistemul antreprenorial*. București: Enciclopedică, 1993.
2. *Forbes România*, octombrie 2009.
3. *Forbes România*, decembrie 2009.
4. GHENEA, M. *Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*. București: Universul Juridic, 2011.
5. VĂDUVA, S. *Antreprenariatul. Practici aplicative în România și în alte țări în tranziție*. București: Economică, 2004.
6. Totul despre business angels. <https://businessangelsromania.ro/blog/test-articole/> (vizitat 20.03.2020).
7. Antreprenor 2020. www.euoproject.org.ro. (vizitat 11.02.2020).
8. Bani de la ”ingeri” pentru afacerile care fac primii pasi <http://www.startups.ro/analize/bani-de-la-ingeri-pentru-afacerile-care-fac-primii-pasi> (vizitat 28.03.2020).
9. UPSO business. Tineri antreprenori. <http://www.tineriantreprenori.ro/de-la-patron-la-antreprenor/> (vizitat 15.05.2019).
10. Antreprenariat. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Antreprenariat> (vizitat 15.05.2019).

INTELIGENȚA EMOȚIONALĂ ȘI SOCIALĂ

*Popescu Maria, dr., lector, UPS „Ion Creangă” din Chișinău
Cojocar Irina, doctorandă, UPS „Ion Creangă” din Chișinău*

CZU: 159.942

CZU: 316.6

Abstract

Emotions play an important role in social interaction, in establishing a scenario, they have a role structure for a certain type of interaction with others. The emotional context is the one that gives meaning to the everyday language in which someone can say something with anger or affection. In behavior and communication, emotions play a crucial role, and emotional and social intelligence provide the ability to recognize their own feelings as well as those of others so as to relate as well as possible, it is characterized by interpersonal and social skills. The correct expression and interpretation of one's own or other people's emotional states is a central aspect of interpersonal communication.

In this article we will analyze emotional and social intelligence. The latter is not a simple derivative of general intelligence, but rather the exact opposite.

Key-words: emotional intelligence, social intelligence, emotion, interpersonal communication, emotional awareness, interpersonal relationship.