

IMPORTANȚA CULTURII ANTREPRENORIALE ÎN SOCIETATEA CONTEMPORANĂ

Natalia BRANAȘCO, dr., conf. univ.,
 Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului,
 Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

Abstract: *The entrepreneurship activity has a key-role in the economical development and it is figured as the generator of the economical prosperity. The importance of the entrepreneurship in the modern society is established by its innovational solutions, the elaboration of new models and always search for the success. A major factor of the entrepreneurial development is entrepreneurial culture, which is defined as a totality of principles, methods, techniques and ways of developing the entrepreneurship activity, in accordance with the social and juridical laws, ethical and moral rules of the society. The entrepreneurial culture is based on the some factors' influence, like the family, personal experience, religion, entrepreneurial culture in the social medium, the investors' and other partners' culture.*

Keywords: *entrepreneurship activity, entrepreneurial culture, entrepreneurial development, innovation, economical prosperity.*

Activitatea de antreprenariat are un rol fundamental în dezvoltarea economică și este reprezentată ca generator al prosperității economice. Importanța antreprenariatului în societatea contemporană este recunoscută prin faptul că identifică soluții inovaționale, elaborează noi modele și mereu se află în căutarea succesului.

În contextul globalizării economiei mondiale și progresului tehnico-științific, antreprenariatul se consideră factorul ce poate găsi soluții problemelor economice, ecologice și sociale. În același timp, antreprenariatul însoțit de inovare, este considerat elementul-cheie al competitivității economice, astfel întreprinderile trebuie să facă față acestei provocări. Acest fenomen economic se bucură, în ultimul timp, de o atenție crescândă, luând în vizor și subiectul activității de antreprenariat, adică antreprenorul sau întreprinzătorul. În acest context, când, în orice domeniu de activitate se solicită persoane creative, Comisia Europeană oferă suport informațional și financiar, în vederea dezvoltării și susținerii inovațiilor în rândul tinerilor – viitori antreprenori. Astfel, un exemplu îl reprezintă proiectul nr. 585620-EPP-1-2017-1-EL-EPPKA2 „Promovarea cooperării între universitate-întreprindere și a antreprenariatului studenților prin intermediul Cafenelelor SMART¹⁵” (SMART), din cadrul programului Erasmus+.

Relațiile economice sunt un element din viața fiecărei persoane, iar de acțiunile și deciziile oamenilor implicați în afaceri depinde, în mare măsură, nu numai viața economică a unui individ, ci și a întregii societăți. Această circumstanță dictează necesitatea formării culturii economice, în general, și a culturii antreprenoriale, în special. Cercetările s-au axat pe determinarea caracteristicilor specifice unui întreprinzător, precum ambiția, necesitatea în performanță, capacitatea de asumare a riscului, experiență de muncă, etc. Se evidențiază faptul că există diferențe între diverse regiuni și culturi din punct de vedere a concentrării antreprenariatului, iar un factor important ce generează aceste diferențe este cultura antreprenorială, ce reprezintă o atitudine pozitivă și de susținere a acestei activități [4].

Pentru a aborda definiția noțiunii de „cultură antreprenorială”, este necesar inițial de a identifica trăsăturile și caracteristicile esențiale ale elementelor care alcătuiesc acest fenomen. Cercetările

¹⁵ Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație [comunicare] reflectă doar punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare a informațiilor conținute în acesta.

în domeniu au demonstrat că cultura, ca măsură de asimilare a valorilor civilizației, nu poate exista în afara societății; afectează toate domeniile activității umane; este o structură dinamică în conformitate cu legile sale; reprezintă totalitatea valorilor formate în procesul evoluției istorice a societății; este un element de legătură între popoare, generații; nu este numai activitatea, dar, de asemenea, modul de organizare și dezvoltare a vieții umane. Astfel, cultura este un sistem foarte complex, care pătrunde în toate domeniile vieții oamenilor, este principala condiție de includere a oamenilor în comunitate [11, p. 13].

În literatura de specialitate, cultura antreprenorială este prezentată ca un factor important în atingerea succesului antreprenorial [9]. Conceptul de cultură antreprenorială este definit ca o totalitate de principii, metode, tehnici și stiluri de desfășurare a activității de antreprenariat, în conformitate cu normele social-juridice, regulile etice și morale existente în societate. Astfel, elementul-cheie al culturii antreprenoriale este respectarea normelor etice interne și externe organizaționale de comportament – modele de comportament așteptat.

Cultura antreprenorială se formează sub influența unor anumiți factori, precum familie, experiență personală antreprenorială, credință, cultura antreprenorială în ecosistemul social, cultura investitorilor și al altor parteneri, etc. Se consideră că elementele caracteristice ale culturii antreprenoriale ale întreprinzătorilor de succes sunt următoarele:

1. Convingerea sa în viabilitatea și profitabilitatea ideii de afaceri, în produsul care va fi lansat și care va induce schimbări în mediul ambiant;
2. Independența, hărnicia, încrederea în forțele proprii, individualism sănătos;
3. Cunoștințele și abilitățile privind organizarea muncii echipelor, formate pentru a atinge obiectivele. Comportamentul unui lider presupune capacitatea de a-și asuma responsabilitatea pentru alții și primirea deciziilor în mod independent, ca urmare a analizei situației;
4. Vizează necesitățile oamenilor, adică abilitatea de a observa și de a lucra cu răbdare cu problemele oamenilor, rezolvarea problemelor specifice de zi cu zi și a sarcinilor;
5. Inovarea, adică abilitatea de a căuta schimbări și de a reacționa la acestea prin crearea unui nou produs;
6. Țintirea rezultatului, adică abilitatea de a vizualiza procesul antreprenorial de la început până la sfârșit, ceea ce presupune construirea în mod concentrat și consecvent a ordinii sarcinilor de îndeplinit;
7. Înțelegerea necesității riscului și rezistența la stres, deoarece un întreprinzător în situație de risc nu trebuie să recurgă la căutarea haotică a soluțiilor, ci să se bazeze pe acțiuni logice bine gândite;
8. Vizează educația continuă ca instrument al propriei dezvoltări și creșterea a afacerii. Abilitatea și dorința de a învăța pe alții este elementul cheie al culturii unui conducător, dar acest lucru este imposibil de atins fără propria dispunere pentru îmbunătățirea abilităților, atât manageriale, cât și profesionale;
9. Așteptarea libertății economice în desfășurarea activității sale de afaceri. Conform definiției lui von Hayek, libertatea economică este libertatea oricărei activități care include dreptul de alegere și asumare a riscului și responsabilității cu privire la alegerea efectuată [6];
10. Respectarea legalității desfășurării activității de antreprenariat de către toți subiecții ei, acest lucru fiind important nu numai pentru întreprinzători, dar și pentru toți cetățenii țării;
11. Îndeplinirea strictă a obligațiilor și responsabilităților, fapt ce implică respectarea normelor legale și relațiilor contractuale [8].

În procesul de dezvoltare a întreprinderilor tinere, fondatorii sunt factorii decisivi care formează cultura antreprenorială. Influența lor asupra întregului personal contribuie la loialitatea angajaților față de organizație, la autoidentificarea lor cu ea, la percepția obiectivelor organizației ca fiind a lor proprii, astfel încât crearea culturii antreprenoriale să conducă la realizarea obiectivelor organizaționale. În faza de „creștere timpurie” a întreprinderii fondatorii pot fi etichetați ca „centrul de cristalizare” al culturii antreprenoriale [6]. Întreprinzătorii în continuare au un impact important asupra dezvoltării culturii antreprenoriale, invitând manageri, investitori, care, de asemenea, pe exemplul personal arată modele de comportament de afaceri și elaborează noi norme.

Diversitatea culturală trebuie luată în considerare de managementul superior al întreprinderii, deoarece este o parte integrantă a mediului extern al organizației, o parte din mediul ei interior și din propria ei cultură antreprenorială. Formarea inițială a culturii antreprenoriale are loc, în mare parte, în baza mentalității predominante pe teritoriul lor, ce este influențată de confesiunea religioasă dominantă. Astfel, o cercetare efectuată în anul 2010, a determinat influența diferitor religii și confesiuni în dezvoltarea economică a țărilor lumii [7]. Deci, relația dintre venituri per persoană și media din țară scade în rândul următor religii mondiale: protestanți (7,95), creștinii în general (5,1), catolici (1,49), ortodocși (0,81), musulmani (0,23), budiști (0,15), hinduși (0,086), atești (0,084).

Cu toate acestea, analiza normelor diverselor confesiuni arată că, în calitate de prim model propriu al culturii antreprenoriale, religiile propun aceleași valori de bază:

- a) hărnicia și munca omului ca bază a vieții și a dezvoltării lui;
- b) raționalism sănătos, sprijinul pe propriile forțe și egoismul rezonabil atunci când se lucrează la obținerea rezultatului;
- c) armonie și echitate în distribuirea bunurilor materiale, interacțiunea dintre rezultatul personal al antreprenorului și interesul dezvoltării societății, ce previne apariția sărăciei.

Prin urmare, în general, răspândirea confesiunilor are un efect pozitiv în dezvoltarea antreprenoriatului în societate. Alegerea religiei este un factor important care oferă o atitudine psihologică, reziliență emoțională și energie în realizarea noii inițiative antreprenoriale. Capacitatea de a crede în realizarea propriului plan, în faptul că produsul nou creat va fi capabil de a schimba lumea înconjurătoare, este cea mai importantă componentă a culturii emoționale interne a întreprinzătorilor.

În același timp, evidențiem faptul că în economia antreprenorială investițiile în capitalul uman sunt un factor esențial al inovației și competitivității economice. Specialiștii în domeniu au demonstrat că economia bazată pe antreprenoriat prosperă când este susținută de resurse umane cu o calificare înaltă. Importanța capitalului uman în dezvoltarea economică sporește odată cu avansarea către societatea cunoașterii, iar orientarea statelor lumii către economia inovațională ridică problema asigurării cu resurse de muncă a acestui tip de dezvoltare. Ca urmare, în toate țările lumii se fac eforturi conjugate în vederea sporirii nivelului de educație a locuitorilor lor. Cunoștințele mereu au fost fundamentul și generatorul dezvoltării social-economice, dar în economia contemporană ele asigură avantaje competitive numai celor, care pot să le utilizeze rapid și eficient. Procesele inovaționale stimulează interesul științei economice către capacitățile individuale ale oamenilor, înglobate sub forma capitalului uman. În același timp, rolul omului ca sursă a capitalului uman crește, mai ales, în țările postindustriale, unde inteligența națiunii devine factorul determinant al progresului. Deja la sfârșitul secolului XX, cercetătorii au evidențiat faptul că anume capitalul uman, și nu resursele materiale și financiare devin factorul determinant al competitivității economiei naționale. Caracteristici importante ale capitalului uman avansat în economia contemporană sunt nu numai un nivel înalt de profesionalism, dar și motivarea spre succes, capacitatea de a reacționa rapid la schimbările conjuncturii economice, capacitatea de a produce noi cunoștințe competitive, de a genera idei, abilitatea de a găsi și utiliza eficient informația, de a utiliza rațional capacitățile unice, competențele exclusive personale [1].

Cu siguranță, fiecare stat deține profesioniști bine instruiți, cu gândire creativă și capabili să aducă aporturi proprii semnificative la modernizarea economiei naționale, însă numărul acestora nu este suficient de mare. Acest fapt este confirmat de deficitul pe piața muncii de personal înalt-calificat, mai exact a necorespunderii cererii și ofertei pe acest segment, fapt confirmat de declarațiile agențiilor de recrutare și guvernării din diverse țări referitoare la greutățile angajatorilor legate de selecția personalului, în special a personalului înalt-calificat și supercalificat. Astfel, în ciuda precauției continue a mai multor companii, pe fondul incertitudinii economice actuale, o parte substanțială a angajatorilor din întreaga lume identifică o lipsă de talente calificate, ceea ce se transformă în continuare într-o piedică în atingerea performanței în afaceri. În fiecare an se efectuează „Studiul anual al Deficitul de Talente (Talent Shortage Survey)”, care analizează gradul în care angajatorii au dificultăți în a găsi talente potrivite, care locuri de muncă sunt mai greu de acoperit și de ce, care strategii aplică angajatorii pentru a depăși lipsa de talente. Conform raportului realizat, se înregistrează deficite pentru personal cu calificare medie și înaltă, în special ingineri, traderi, personal de conducere, profesori, medici, dar și asistenți, reprezentanți de vânzări ș.a. Cercetarea cauzelor înregistrării defici-

telor de personal, de asemenea, arată că problema principală este legată, în primul rând, de lipsa calificărilor [5]. Din aceste considerente, tot mai multe țări au recunoscut importanța competitivității talentelor, concentrându-se pe reforma educațională și atragerea de personal calificat de peste hotare.

În contextul celor afirmate, este necesar de evidențiat importanța educației antreprenoriale, dar care nu trebuie identificată doar cu studiile economice, deoarece scopul educației antreprenoriale este promovarea creativității, inovării și activităților practice de afaceri [2, p. 62]. Educația antreprenorială contribuie la reducerea șomajului, promovarea incluziunii sociale, stimularea inovării, creșterea încrederii în sine, satisfacție morală etc. [3, p. 89].

Astfel, se pot evidenția anumite elemente ale culturii antreprenoriale, care pot fi însușite în cadrul instruirii academice:

- cunoștințe contextuale (economice, juridice, etice, ecologice, comunicaționale etc.);
- convingeri, valori, norme, reguli, relații, modele de comportament, care reprezintă baza socializării economice;
- activități, comportament și comunicare, în procesul cărora are loc adaptarea la mediul social-economic;
- emoții și sentimente, care apar în cadrul relațiilor, comunicării și activității [10].

În vederea formării la studenți a gândirii economice și abilităților de afaceri, este necesară dezvoltarea simultană a unor aspecte importante, care joacă un rol cheie pentru formarea și dezvoltarea cu succes a ecosistemului antreprenorial: mediul instituțional, contextul regional, mediul universitar, familia și individul.

Mediul instituțional trebuie să includă trei aspecte principale:

- a) aspectul de reglementare – reguli, proceduri formale, politica universității în domeniul activităților antreprenoriale a studenților. Pentru dezvoltarea acestui aspect este necesară implementarea unor inițiative, precum concursurile planurilor de afaceri, în cadrul cărora studenții ar putea obține feed-back constructiv de la antreprenori experimentați, organizarea incubatoarelor de afaceri la universități, etc.;
- b) aspectul normativ – valori împărtășite și atitudinea față de antreprenariat la universitate. Acest aspect poate fi dezvoltat prin implementarea programelor de mentorat de către întreprinzătorii invitați sub formă de întâlniri, seminare, „Clubul practicienilor”, care va contribui la formarea unei imagini pozitive a antreprenorului în ochii studenților;
- c) aspectul cognitiv – obținerea de abilități și cunoștințe în inițierea propriei afaceri. Acest aspect, de asemenea, poate fi dezvoltat prin elaborarea cursurilor educaționale, organizarea seminarelor, meselor rotunde, jocurile de afaceri etc.

Contextul economic regional are un rol important în procesul de trecere de la intențiile antreprenoriale la fapte concrete. Din aceste considerente trebuie să se acorde atenție majoră programelor de sprijin antreprenorial, mai ales este necesar de pus accentul pe:

- asigurarea accesului la resursele de muncă și financiare la nivelul regiunii;
- dezvoltarea infrastructurii antreprenoriale la nivel de regiune;
- implementarea programelor de dezvoltare a antreprenoriatului și activitatea autorităților în ceea ce privește punerea lor în aplicare;
- stimularea cererii pentru serviciile și produsele întreprinderilor mici și mijlocii;
- reducerea barierelor administrative.

Mediul universitar este foarte important prin faptul că universitățile participă la formarea culturii antreprenoriale, implicându-se în următoarele aspecte:

- a) modificarea programelor de studii prin implementarea cursurilor de antreprenariat, iar studenților trebuie să li se asigure accesul la o astfel de resursă antreprenorială, cum ar fi capitalul uman, adică acumularea unui set de cunoștințe și abilități necesare în procesul de creare și dezvoltare a afacerilor, precum și convingerea în propriile puteri și posibilități;
- b) extinderea inițiativelor universitare privind antreprenariatul, prin creșterea numărului de inițiative antreprenoriale și activități opționale de antreprenariat. Acestea pot fi prelegeri ținute de invitați, discursurile antreprenorilor, cluburi de antreprenariat, întâlniri cu absolvenții-antreprenori, organizarea seminarelor dedicate problemelor de finanțare și de creditare.

În acest context, universitățile, membre ale consorțiului proiectului nr. 585620-EPP-1-2017-1-EL-EPPKA2 „Promovarea cooperării între universitate-întreprindere și a antreprenoriatului studenților prin intermediul Cafenelelor SMART” (SMART), din cadrul programului Erasmus+, oferă studenților programe de formare antreprenorială, spații fizice și virtuale pentru colaborare și comunicare eficientă a subiecților implicați în procesul de generare și implementare a ideilor antreprenoriale. Astfel, cafenelele SMART reprezintă o modalitate de dezvoltare a start-up-urilor în rândul studenților și susținerea transformării lor într-o afacere.

Familia joacă un rol important în formarea și implementarea inițiativelor antreprenoriale ale tinerilor, de aceea această componentă trebuie, de asemenea, luată în considerare, deoarece chiar un nivel înalt al climatului antreprenorial în universitate poate fi neutralizat prin atitudinea sceptică față de antreprenoriat în familie. Universitățile pot organiza diverse activități, unde pot participa și părinții studenților, astfel contribuind la perceperea familiei ca sprijin moral, social și financiar la inițierea afacerii. Individul, în cazul fiecărui tânăr antreprenor, este important să înțeleagă esența diferitor stiluri cognitive de luare a deciziilor. Înțelegerea stilului său cognitiv, capacitatea de a utiliza diverse metode de luare a deciziilor, precum și cunoașterea factorilor contextuali, pot contribui la creșterea succesului activității de antreprenoriat.

În concluzie, menționăm că cultura antreprenorială are o importanță majoră în dezvoltarea economică a țării, dar, în același timp, ea este influențată de diverse instituții economice și sociale, care, la rândul lor, nu sunt perfecte. Astfel, comunitatea antreprenorială trebuie să depună eforturi considerabile în vederea fortificării și dezvoltării sale, inclusiv prin creșterea nivelului de cultură antreprenorială și reprezentarea ei ca o componentă indispensabilă a culturii societății contemporane.

Bibliografie:

1. BRANAȘCO, N., FILIP, N. Particularitățile capitalului uman în economia cunoașterii. În: *Materialele Conferinței Științifico-Practică Națională „Inovația: factor al dezvoltării social-economice”*. 20 decembrie 2018, Universitatea de Stat „B. P. Hașdeu” din Cahul, p. 21-25. ISBN 978-9975-88-056-5.
2. JELESCU, P., ELPUJAN, O. Antreprenoriatul – un imperativ în formarea profesională a specialiștilor. În: *Materialele Conferinței științifice internaționale „Învățământul superior: valențe și oportunități educaționale, de cercetare și transfer inovațional”*, 28, 29 septembrie 2016, Universitatea de Stat din Moldova. Chișinău: CEP USM, p. 59-62.
3. MARINESCU, M., BOTEA, M. Abordarea educației antreprenoriale în rândul studenților. În: *STUDIA UNIVERSITATIS MOLDAVIAE*, 2017, nr. 5(105) Seria „Științe ale educației” p. 89-93. ISSN 1857-2103 ISSN online 2345-1025.
4. ROIBU, P. A. *Antreprenorul – Factor important în creșterea și dezvoltarea economică*. În cadrul proiectului „Sprijin pentru doctoranzi în domeniul științelor economice”, POSDRU/187/1.5/S/155656. București: Ed. ASE. ISBN 978-606-505-3400-97.
5. *Talent Shortage Survey 2012*. [online] [citat 28.04.2014]. Disponibil: <http://www.manpowergroup.us/campaigns/talent-shortage-2012/>
6. VOLKMAN, C.K., TOOKARSKY, K.O., GRUENHAGEN, M. *Entrepreneurship in a European Perspective (Concepts for the Creation and Growth of New Ventures)*. 1st Edition, Gabler Verlag, 2010. 499 p.
7. АГАПОВА, В.В., АНДРЕЕВА, О.Б. Влияние неформальных норм на экономическое поведение людей. Вестник КГТУ, №2, 2010. [online] [citat 16.02.2015]. Disponibil: http://www.kstu.edu.ru/science/vest_2010_2.php?id=2
8. ГАПОНОВА, О.С., ЗАКАБЛУКОВСКИЙ, Е.В., КОРШУНОВ, И.А. Элементы корпоративной культуры как мотивационный аспект формирования команды инновационного проекта (на примере корпорации Intel в России). Инновации, № 6 (164), Санкт-Петербург, 2012 г. с. 113-121.
9. МАННАПОВ, А. Система управления инновационной деятельностью в организации. Проблемы теории и практики управления. Рубрика: Инновации и инвестиции, № 6, Москва, 2013. Стр. 98-104.
10. ОРЛОВ, В.Б. Суцність и содержание характеристики понятия «предпринимательская культура». Science of Europe. 2016. № 8-2 (8). С. 90-98.
11. ОРЛОВ, В. Б., МИЗЕРОВА, О. Г., ОРЛОВА, Е. В. *Предпринимательская культура: суцність и содержание*. Вестник Югорского Государственного Университета 2009 г. Выпуск 4 (15). С. 13-25 p.