

THE NEW TYPE OF ENTREPRENEUR AND ITS ACTIVE ROLE IN SOCIETY

Professor, PhD George NICULESCU
“Constantin Brâncuși” University of Târgu-Jiu
gniculesco@yahoo.com

ABSTRACT. THIS ARTICLE DESCRIBES A NEW TYPE OF ENTREPRENEUR WHO UNDERSTANDS THAT ONLY TOGETHER WE CAN SOLVE THLE GLOBAL PROBLEMS AND THAT, THROUGH ITS INNOVATION, RESOURCEFULNESS, AND CAPABILITIES, HE DRIVE THE ECONOMIC PROGRESS OF OUR SOCIETY. ONE BUSINESS INITIATIVE CAN CAUSE A CHAIN OF EVENTS THAT EVENTUALLY LEADS TO LARGE-SCALE CHANGE, FOR BETTER OR FOR WORSE: IN COMPANY, FAMILY, THE ECONOMY, THE WORLD AT LARGE. THE TWENTY-FIRST CENTURY’S ENTREPRENEURS WILL DIFFERENTIATE THEMSELVES IN HISTORY BY CREATING NEW BUSINESS MODELS THAT INCLUDE SOCIAL CAUSES IN THEIR MISSION AND IN THEIR PROFIT STRUCTURE. THE NEW ENTREPRENEUR UNDERSTANDS THAT WE ARE ALREADY TOGETHER. AS INDIVIDUALS, AS A NATION, AND AS A GLOBAL COMMUNITY, WE CAN SOLVE OUR CHALLENGES. ENTREPRENEURS ARE THE AGENTS OF CHANGE IN OUR WORLD. ENTREPRENEURSHIP IS THE ENGINE THAT DRIVES OUR SOCIETY AND CREATES REAL CHANGE. THE NEW ENTREPRENEURS LIVE IN THE HERE AND NOW WHILE SCALING THEIR BUSINESSES FOR FUTURE EXPANSION. THIS HOLISTIC APPROACH SEEKS SUSTAINABLE SOLUTIONS. AN ENTREPRENEUR’S IDENTITY ALWAYS REFLECTS IN HIS OR HER BUSINESS. ULTIMATELY, THIS IDENTITY WILL BECOME YOUR BUSINESS PHILOSOPHY, YOUR COMPANY CULTURE, AND YOUR BRAND. THE NEW ENTREPRENEUR WILL ALSO NEED TO FIND NEW WAYS TO CONNECT AND COLLABORATE WITH OTHERS IN ALL WORLD, SO WE CAN CAPITALIZE ON MORE SUSTAINABLE VALUES. IT NEED TO IMPLEMENT BUSINESS MODELS THAT GENERATE PROFIT BY SUPPORTING LIFE. THE NEW ENTREPRENEUR WILL NEED THE ABILITY TO COMMIT TO HIS OR HER CORE VALUES AND DREAMS, TO CREATE COMMUNITY AND A CORPORATE CULTURE, AND, ULTIMATELY, TO CONTRIBUTE SOMETHING THAT CAN CONTINUE TO GROW AND THAT BENEFITS THE MANY AND NOT JUST THE FEW. THE NEW ENTREPRENEUR APPROACHES SUCCESS WITH THE UNDERSTANDING THAT AN ENTREPRENEUR’S VALUES AND BUSINESS DECISIONS NOT ONLY REFLECT IN THE COMPANY’S PROFIT AND LONGEVITY; THEY ALSO HAVE AN IMPACT WITHIN THE COMPANY’S COMMUNITY, BE IT LOCAL OR GLOBAL. SO THE PROCESS BEGINS WITH SOME INTROSPECTIONS. HER IDENTITY DEVELOPS THE CORE INNER STRENGTHS OF CLARITY, COURAGE, AND CHARACTER, WHICH ARE NEEDED BEFORE IT CAN GROW THE IDEA, PRODUCT, OR SERVICE.

KEYWORDS: THE NEW ENTREPRENEUR, INNOVATION, THE AGENT OF CHANGE, DECISION, BUSINESS.

Introducere

Cuvântul antreprenor provine din limba franceză „entrepreneur“ și semnifică posesorul unei întreprinderi, conducătorul și promotorul unei afaceri. Întreprinzătorul este o persoană fizică sau juridică ce își asumă riscul de a organiza, desfășura și dezvolta o afacere, o activitate profitabilă.

Antreprenorii sunt indivizi inovativi, orientați proactiv și care își asumă riscuri calculate. Ei creează sau dezvoltă activități economice, prin identificarea de noi oportunități, în vederea generării de valoare, funcție de contextul temporal și spațial în care acționează.

Unii specialiști în domeniul antreprenoriatului definesc această activitate ca “abilitatea de a crea și construi ceva, practic din nimic. Antreprenorul este persoana care are viziune; asemenea arhitectului care vede gramada de pietre ca pe o viitoare catedrală sau citadelă. A "vedea" în depărtare este ceva, însă a ajunge acolo este cu *totul* altceva (Constantin Brâncuși, *citatie, citatepedia.ro*). El are capacitatea de a sesiza oportunitățile, acolo unde alții văd haos, contradicție și confuzie.

Schumpeter a arătat că inovarea antreprenorială a fost esențială pentru schimbarea economică și dezvoltare. Prima teorie a lui Schumpeter despre rolul de antreprenor a fost prezentată în 1911, când a scris cartea despre *Evoluția economiilor*, în timp ce el a fost profesor de economie la Universitatea din Cernăuți.

Schumpeter a luat act de procesul continuu de schimbare în economiile și piețele reale. El a postulat că într-o economie dinamică, trebuie să existe o forță care poate explica schimbarea și dezvoltarea. Schumpeter a susținut că această forță este încorporată în antreprenor. El a definit spiritul antreprenorial ca "realizarea de noi combinații".

Antreprenorii sunt agenții de schimbare în lumea noastră. Prin inovare lor, ingeniozitatea, și capabilități, ei conduc progresul economic al societății noastre. Antreprenoriatul este motorul care conduce societatea și creează schimbarea reală.

O inițiativă de afaceri poate provoca un lanț de evenimente care, în cele din urmă, duce la schimbarea pe scară largă, în bine sau în rău: în firmă, familie, economie, în lume, în general. Antreprenorii secolul XXI se vor diferenția în istorie prin crearea de noi modele de afaceri care includ cauze sociale în misiunea lor și în structura lor de profit. Noul antreprenor înțelege că suntem deja în împreună. Ca indivizi, ca o națiune și ca o comunitate globală putem rezolva problemele noastre.

Noul antreprenor ar trebui să fie considerat o nouă profesie, un titlu loc de muncă în toate societățile moderne, care depind de inovare pentru creșterea lor viitoare.

Antreprenoriatul și gândirea antreprenorială este modul în care putem depăși lumea veche și să prosperăm în era digitală de astăzi - un moment în care societatea este avidă după sensuri mai profunde, conexiuni durabile și valori reale.

Noul tip de antreprenor și noua mentalitate antreprenorială

Soluția întreprinzătorului este mai mult decât un plan de afaceri măiastru, este un plan pentru o viață de succes. " Mentalitatea este cheia succesului antreprenorial.

Mel Abraham (2015, p.1303) sparge mentalitatea de întreprinzător în trei elemente cheie: identitate, impact și influență. Soluția de întreprinzător descrie cum, atunci când sunt puse împreună, aceste trei elemente schimbă complet eficacitatea unui antreprenor. Fără ele, conectarea la o comunitate și valorificarea profitului devine aproape imposibile.

La nivel microeconomic, antreprenoriatul este procesul de creare a valorii care pune în legătură atitudinea și abilitățile antreprenorilor cu două tipuri de evenimente: sesizarea și/sau crearea oportunităților în mediul extern firmei, respectiv exploatarea oportunităților identificate și evaluate din perspectiva resurselor alocate și a riscurilor asociate (fig. nr.1).

Cu toate că activitatea de antreprenoriat oferă multe beneficii, în același timp presupune și unele riscuri.

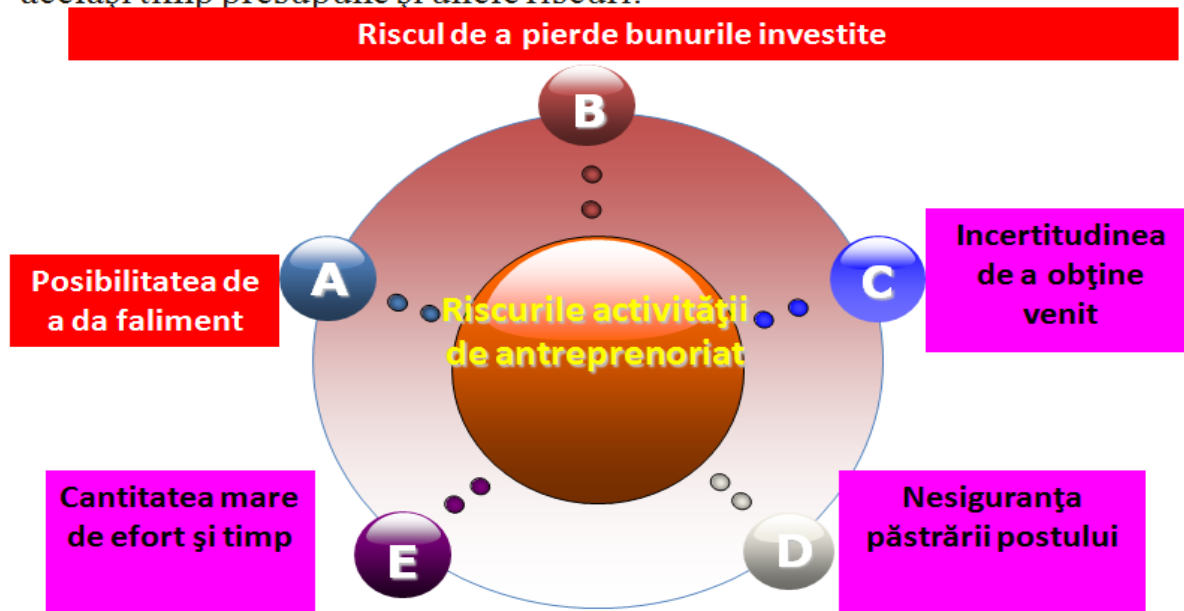


Fig. nr.1 Riscurile activității de antreprenoriat

Cu alte cuvinte, antreprenoriatul reflectă direcțiile strategice puse în aplicare de o firmă în vederea înregistrării în mod continuu a unei performanțe ridicate. Pot fi delimitate două componente ale antreprenoriatului: prima ține de atitudinea antreprenorului și dorința sa de a valorifica noi oportunități de piață pentru a crea valoare, iar a doua este legată de comportamentul antreprenorului și al firmei, în funcție de modul de înțelegere a dezechilibrelor create de oportunități și de resursele necesare pentru exploatarea lor (McDougall, Oviatt, 2000, p.291). Având în vedere componenta atitudinală, antreprenoriatul se referă la antreprenorul privit ca individ inovator sau ca intermediar în relațiile dintre agenții economici care dețin controlul asupra resurselor. Din perspectivă comportamentală, antreprenoriatul evidențiază efortul individual al antreprenorului în implementarea viziunii firmei, respectiv activitățile de natură strategică și învățare continuă.

La nivel macroeconomic, antreprenoriatul implică existența unor condiții generale ale cadrului național și ale mediului de afaceri care asigura creșterea eficienței, iar inovarea este considerată un factor de creștere economică (Bosma și al., 2009, p. 9).

În contextul globalizării și al schimbărilor tehnologice rapide, firmele antreprenoriale mici și mijlocii apar ca motor al activității inovatoare.

Modelul conceptual al procesului antreprenorial din România

Antreprenorii români continuă să perceapă o imagine negativă a antreprenoriatului și a eșecului în afaceri în România (fig.nr.2). Susținerea antreprenorilor și a celor care iau în calcul opțiunea de a deveni antreprenori este una dintre măsurile care pot crea o fundație puternică pentru creștere economică. Dezvoltarea mediului antreprenorial românesc poate genera noi afaceri, creștere economică și creare de locuri de muncă.

Tocmai pentru a genera schimbarea și dezvoltarea antreprenoriatului în România este extrem de importantă monitorizarea performanței măsurilor de creare a unui mediu antreprenorial puternic și de a înțelege ce își doresc întreprinzătorii locali. Există cinci factori fundamentali în antreprenoriat care trebuie potențați în noua concepție: cultură antreprenorială, acces la finanțare, reglementare și impozitare, sprijin coordonat, educație și formare.

În acest articol se tratează și modelul conceptual al procesului antreprenorial din România și efectele antreprenoriatului asupra inovării.

Obstacolele pe care le întâmpină antreprenorii în activitatea lor sunt multiple:

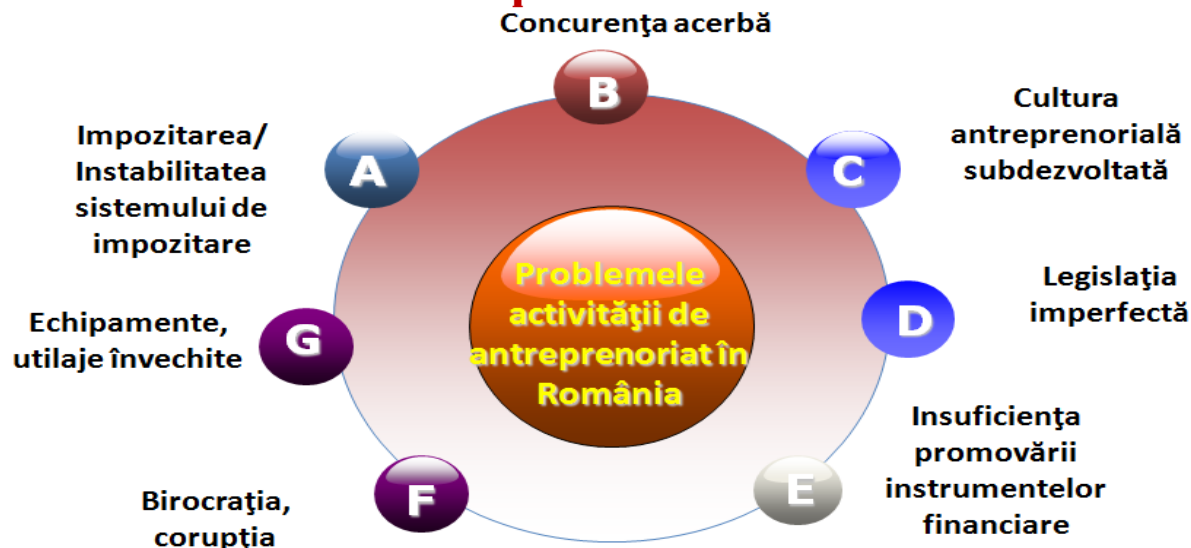


Fig. nr. 2 Problemele antreprenoriatului în România

Modelul conceptual propus privind procesul antreprenorial din România are ca punct de pornire Modelul Global Entrepreneurship Monitor (GEM) din anul 2008, la care s-au adus câteva elemente de noutate (Nițu R.A., Feder E.S. 2012, pp. 67-78).

Modelul GEM de referință pune în evidență diferitele stadii ale dezvoltării economice pe care le poate parcurge o țară și susține faptul că activitatea firmelor mari se modifică în funcție de condițiile generale ale cadrului național. Activitatea antreprenorială se desfășoară în funcție de condițiile cadrului antreprenorial.

Pornind de la o parte din principiile de elaborare specifice modelului GEM de referință, modelul conceptual al procesului antreprenorial propus pentru România a avut în vedere numai comportamentul antreprenorial al indivizilor aflați în momentul pornirii și administrării unei afaceri. Modelul propus nu este unul de decalaj, ceea ce a impus ca operaționalizarea

comportamentului antreprenorial să nu se facă prin luarea în considerare a aspirațiile antreprenoriale. De asemenea, din lipsa unor date statistice relevante pentru România, în model s-a făcut abstracție de comportamentul antreprenorial manifestat în cadrul firmelor mari și consacrate pe plan intern și internațional (intrapreneurship), care țin de strategiile de externalizare pe care aceste firme le pun în practică (fig. nr.3).

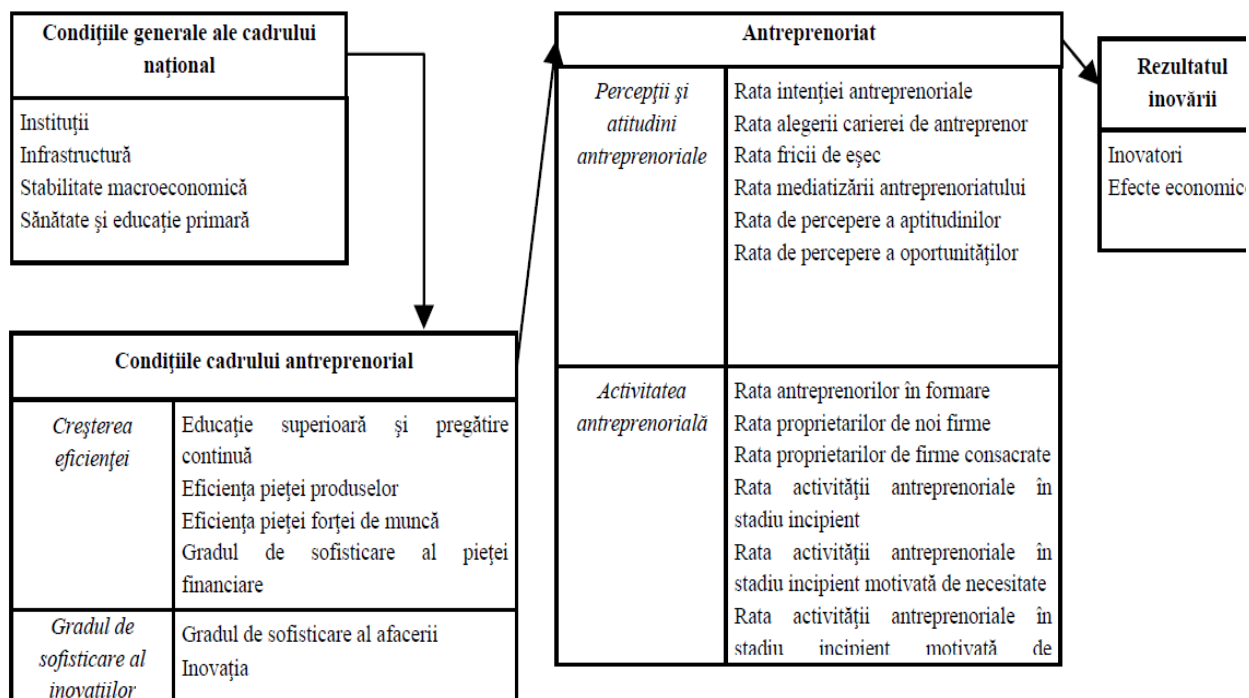


Fig. nr.3 Modelul de cercetare al procesului antreprenorial din România

Sursa: Nițu R.A., Feder E.S. *Consecințele comportamentului antreprenorial asupra inovării în firmele mici și mijlocii*, *Economie teoretică și aplicată Volumul XIX/2012, No. 7(572)*, pp. 67-78, 2012.

Antreprenorul academic și spiritul antreprenorial academic

În teoria științifică, termenii antreprenor academic și spiritul antreprenorial academic sunt definite și dezvoltate în continuare în moduri foarte diferite. Din punct de vedere tradițional Antreprenoriatul academic înseamnă o "universitate spin-off " sau un transfer instituțional de cercetare, dezvoltare sau tehnologie cu scopul de a starta inovații sau asocieri (Shane, 2004). Potrivit lui Beckman și Cherwitz (2009, p 36), spiritul antreprenorial academic poate fi definit ca o "întreprindere intelectuală", în care universitățile cooperează cu comunitățile locale pentru a crea valori sau idei noi. Cu accentul special pe producția de cunoaștere, un antreprenoriat academic este aproape de definiția unei "firmă academice" (Campbell DFJ, Guttel WH. 2005, p 175), care vede un antreprenor academic că funcționează simultan ca actor intelectual (academic) și ca actor antreprenorial (firmă). Ca o sumarizare, antreprenorul academic definește un profil ocupațional pentru un actor, fiind activ științific și, în același timp, combină activitățile științifice integrate în rețeaua academică cu gândirea antreprenorială, creând venituri și profit. Într-o societate modernă, antreprenorul academic este legătura dintre mediul academic (orientate spre

cunoaștere) și lumea comercială a societăților (orientate spre inovare). Activele inevitabile pentru antreprenorul academic sunt creativitatea sa, bogăția de idei, nevoia de explorare și o rețea în cadrul disciplinelor științifice (materializată prin know-how, brevete etc.). Valoarea adăugată de către un antreprenor academic este creată de utilizarea de cunoștințe academice (brevete, idei, tehnologii, grupuri de reflecție, etc.) pentru clienții aparținând unor sectoare diferite (de afaceri și industrie etc.). Succesul unui antreprenor academic vine împreună cu căutarea de soluții inovatoare într-o lume din ce în ce mai digitalizată, cu schimbări societale majore, în condițiile creșterii globalizării. Un antreprenor academic este un simbol pentru modernizarea universităților și transformarea societăților științifice și adaptate la piața în secolul XXI.

Modelele de inovare și relevanța acestora pentru antreprenoriatul academic

Apariția antreprenoriatului academic merge împreună cu schimbările din științele și cercetările în ultimele decenii.

Concatenarea științelor și cercetării cu diferite sectoare ale economiei și societății, precum și trecerea de la o universitate tradițională la o universitate antreprenorială promovează întreprinzători academici.

D'Este și colaboratorii descrie un antreprenor academic în felul următor: un om de știință din universitate care se angajează în comercializarea rezultatul de cercetare, în mare măsură prin brevetarea și/sau înființarea unei afaceri. (D'Este și al. 2005, p. 34.).

Zhang, sa constatat că, în cele mai multe cazuri, antreprenoriatul academic tip start-up sau de spin-off-uri a fost fondat de profesori, urmat de oamenii de știință/de cercetare, directori academici și directori (Zhang 2007, p. 33). Această tendință la formarea de întreprinzători academici este legată de schimbările în modelele de inovare. De-a lungul timpului au fost construite noi modele de inovare, ceea ce a creat mai multe șanse pentru absolvenții de facultate de a acționa în calitate de antreprenori. La început, accentul a fost pus pe modelul liniar tradițional de inovare "Modul 1" (Gibbons și al.,1994), în care producția de cunoaștere la universitățile a fost realizată cu sprijinul "disciplinare" und "colegii ierarhic stabilit" predefinite (Carayannis și Campbell 2010, p. 48). Comparativ cu modelul "Mode 1," evoluția viitoare față de modelul de inovare "Mode 2" și toate modelele ulterioare neliniare de inovare au creat noi oportunități pentru producția de cunoștințe. Modelul de inovare "Mode 2" reprezintă un model, în care instituțiile nu aparțin universităților, dar care au un nou rol pentru crearea și producția de cunoaștere. Teme de cercetare merg dincolo de disciplinele științifice. Caracteristicile specifice ale modelului de inovare "Mode 2" în comparație cu modelul "Mode 1" sunt următoarele: (1) cunoașterea este "produs în contextul aplicării"; (2) "eterogenitate și diversitate organizațională"; (3) "responsabilitate socială și reflexivitate"; (4) "controlul calității" (Gibbons et al. 1994, 3-4).

Ca o sumarizare pertinentă unui antreprenor academic cu privire la dezvoltarea modelelor de inovare poate fi definită după cum urmează: antreprenorul academic devine din ce în ce mai mult un actor central care facilitează producerea de cunoaștere și inovare. Transformarea modelelor de inovare necesită un schimb de cooperare și specificitate între mediul academic și lumea întreprinderilor private. În acest context, antreprenorul academic creează soluții noi și avansate pentru diferitele domenii de cunoaștere, bazate pe cunoștințele acumulate și know-how. Antreprenorii academici sunt priviți ca actori importanți în procesul de transfer tehnologic de la universitate la industrie.

Care este motivația de a deveni un antreprenor academic? Identificarea și exploatarea oportunităților profitabile sunt un factor decisiv, dacă este fondat un antreprenoriat academic.

Există patru factori importanți care influențează oportunitatea de antreprenoriat (D'Este et al. (2005), pp. 22-23.): (1) "Colaborarea cu utilizatorii și crearea de rețele" ale cercetătorilor," (2) "experiență prealabilă antreprenorială", care înseamnă "experiență anterioară în activități antreprenoriale ca suport pentru viitorul antreprenoriatului academic," (3) "Combinarea mai multor organisme din aria cunoașterii , (4) "Exceleța în știință" este mai dificilă pentru un tânăr absolvent de universitate; este mult mai ușor să se stabilească un antreprenoriat academic start-up decât pentru "Exceleța în știință".

În prezent, cei mai mulți întreprinzători academici pot fi găsite în următoarele discipline: Inginerie, Științe Medicale, Bioștiințe, Afaceri și Chimie.

Concluzii

Prin transformarea modelelor de inovare, va exista un schimb mai strâns și mai orientat între mediul academic și lumea întreprinderilor private. Profesia de antreprenor universitar va deveni normalitate în practica științifică. Desigur, nu va fi o cerere în creștere pentru antreprenorii academici în științele umaniste și cele sociale. Acesta este motivul pentru, că pe baza cunoștințelor lor de specialitate și know-how antreprenorii academice vor fi mai în măsură să facă față provocărilor sociale și politice determinate. Nu vor fi întotdeauna șanse bune pentru întreprinderi creative și antreprenoriale academice de tip start-up-uri în artele plastice și științele culturale. Însă, întreprinzătorii universitari ar trebui sprijiniți mai intens în toate disciplinele academice. În Europa, acest model de întreprindere ar trebui să fie dezvoltat în continuare în universități pentru a oferi noi oportunități de carieră pentru tinerii absolvenți de universitate, mai ales doctoranzilor. Specializați în know-how-un antreprenorial academic și având expertiza în domeniul utilizării cunoștințelor academice pentru lumea comercială, antreprenorii academici au un potențial uriaș în prezent, precum și în viitor.

Bibliografie

1. Abraham, H. M., *Soluția Întreprinzătorului, Calea milionarilor moderni spre câștigarea de profit, susținători și libertate*, Morgan James Publishing, New York, 2015
2. Ács, Z.J., Audretsch, D.B. (2003). *Innovation and Technology Change*, in Ács, Z.J., Audretsch, D.B., eds., *Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston: Springer Publishers, pp. 55-79
3. Beckman G.D., Cherwitz R.A., *Intellectual entrepreneurship: an authentic foundation for higher education reform*, Plan High Educ. 2009
4. Bosma, N., Levie, J., Bygrave, D., Justo, R., Lepoutre, J., Terjesen, S. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 - Executive Report*, Global Entrepreneurship Research Association.
5. Campbell DFJ, Guttel WH. *Knowledge Production of Firms: Research Networks and the "Scientification" of Business R&D*, International Journal of Technology Management, 2005
6. Carree, M., Thurik, R., *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*, *Handbook of Entrepreneurship Research, International Handbook Series on Entrepreneurship*, Vol. 1, Part 7, 2005, pp. 437-471

7. Carayannis EG, Campbell DFJ. *Triple helix, quadruple helix and quintuple helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other? A proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology*. Int J Soc Ecol Sust Dev. 2010
8. Carayannis Elias *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship*, New York 2013
9. D'Este P, Mahdi S, Neely A. *Academic entrepreneurship: what are the factors shaping the capacity of academic researchers to identify and exploit entrepreneurial opportunities?* DRUID working paper no. 10-05, 2005
10. Gibbons M, Limoges C, Nowotny H, Schwartzman S, Scott P, Trow M. *The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies*, London: Sage; 1994.
11. Györfy, L.Z., Petre, S., Mătiș, D., Nagy, A., Benyovski, A., Petru, T.P., *Report regarding the Entrepreneurial Activity in Romania 2008*, Abel, 2008
12. Herbig, P., Golden, E.J., Dunphy, A., *The Relationship of Structure to Entrepreneurial and Innovative Success*, Marketing Intelligence & Planning, Vol. 12, No. 9, 1994
13. Johnson, D., *What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for large organizations*, Industrial and Commercial Training, Vol. 33, No. 4, 2001
14. McDougall PP, Oviatt B.M., *International entrepreneurship literature in the 1990s and directions for future research*. In: Sexton DL, Smilor RW, editors. *Entrepreneurship*, Chicago 2000.
15. Nițu R.A., Feder E.S. *Consecințele comportamentului antreprenorial asupra inovării în firmele mici și mijlocii*, *Economie teoretică și aplicată*, Volumul XIX/2012, No. 7(572), pp. 67-78, 2012.
16. Shane S. *Academic entrepreneurship: university spin offs and wealth creation. New horizons in academic entrepreneurship*, Northampton: Edward Elgar, 2004.
17. Schumpeter J.A. *The theory of economic development*, London: Oxford University Press; 1911/1980.
19. Zhao, F., *Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11, No. 1, 2005,
19. XXX - Comisia Europeană, *Innovation Union Scoreboard*, [http://www.proinno-europe.eu/innometrics/ page/innovation-union-scoreboard-2011](http://www.proinno-europe.eu/innometrics/page/innovation-union-scoreboard-2011), 2010, 2009, 2008, 2007
20. [www. citatepedia.ro](http://www.citatepedia.ro)