

Unitatea 6: Antreprenoriat

Subunitatea 6.1: Tipuri de entități antreprenoriale

Obiective de învățare

- Înțelegerea diferitelor forme de entități antreprenoriale.
- Să se facă diferența între diferitele tipuri de structuri de afaceri.
- Înțelegerea conceptului de responsabilitate corporativă în contextul economiei circulare.

Definiție

"**Antreprenoriat** este atunci când acționezi asupra oportunităților și ideilor și le transformi în valoare pentru alții. Valoarea creată poate fi financiară, culturală sau socială." (definiția ENTRECOMP 2016 elaborată de Fundația Daneză pentru Antreprenoriat și Întreprinderi Tinere, 2012). Potrivit Curții Europene de Justiție, o întreprindere este orice entitate, indiferent de forma sa juridică, angajată în activități economice. Factorul determinant principal este activitatea economică, mai degrabă decât structura juridică. Această definiție largă include diverse configurații, cum ar fi persoanele fizice care desfășoară activități independente, întreprinderile familiale, parteneriatele și grupurile care participă activ la activități economice.

Persoane fizice care desfășoară activități independente: Dacă faceți ceva pentru a câștiga bani pe cont propriu, cum ar fi freelancing sau prestarea de servicii, faceți parte din lumea antreprenorială.

Exemplu: Un grafician care lucrează independent, fiind plătit pentru fiecare proiect.

Afacere de familie: Chiar dacă este condusă de membri ai familiei, atâta timp cât afacerea generează bani în mod activ, aceasta intră în categoria întreprinderilor.

Exemplu: O brutărie locală deținută și administrată de o familie, care vinde produse comunității.

Parteneriate: Atunci când două sau mai multe persoane își unesc forțele pentru a conduce o afacere și a face bani împreună, este vorba de un parteneriat și, conform definiției, de o întreprindere.

Exemplu: O firmă de avocatură în care avocații lucrează împreună și împart profiturile.

Asociații și grupuri: Nu este vorba doar de persoane fizice; chiar și grupurile sau asociațiile care se angajează în mod regulat în activități economice sunt considerate întreprinderi.

Exemplu: O organizație comunitară care vinde produse realizate manual pentru a finanța proiecte comunitare.

Nu toate activitățile antreprenoriale sunt la fel. Steve Blank, antreprenor, formator, autor și speaker, cu sediul în Pescadero, California, descrie clar patru tipuri diferite:

1. Antreprenoriatul pentru afacerile mici

Întreprinderile mici sunt magazinele alimentare, saloane de coafură, consultanții, agențiile de turism, magazinele de comerț pe internet, tâmplarii, instalatorii, electricienii etc. Acestea sunt reprezentate de orice persoană care-și conduce propria afacere. De obicei au angajați locali sau din familie. Majoritatea abia dacă sunt profitabile. Deoarece nu pot să atragă capital de risc, aceștia își finanțează afacerile prin intermediul prietenilor/familiei sau al împrumuturilor pentru întreprinderi mici.

2. Antreprenoriatul scalabil al startup-urilor

Spre deosebire de întreprinderile mici, antreprenorii din Silicon Valley și investitorii lor de capital de risc se ocupă de startup-uri scalabile. Acești antreprenori înființează o companie știind încă din prima zi că viziunea lor ar putea schimba lumea. Ei atrag investiții de la investitori financiari la fel de îndrăzneți - capitaliștii de risc. Îi angajează pe cei mai buni și mai străluciți. Treaba lor este să caute un model de afaceri repetabil și scalabil. Atunci când îl găsesc, se preocupă să atragă și mai mult capital de risc pentru a alimenta expansiunea rapidă.

Startup-urile scalabile din clusterelor de inovare (Silicon Valley, Shanghai, New York, Bangalore, Israel etc.) reprezintă un procent mic de antreprenori și de startup-uri, dar, datorită randamentelor foarte mari, atrag aproape tot capitalul de risc (și presa.)

3. Antreprenoriatul marilor companii

Comaniile mari au cicluri de viață limitate. Cele mai multe dintre ele se dezvoltă prin inovație susținută, oferind noi produse care sunt variante în jurul produselor lor de bază. Schimbările gusturilor clienților, noile tehnologii, legislația, noii concurenți etc. pot crea presiuni pentru o inovare mai disruptivă - ceea ce obligă marile companii să creeze produse complet noi, vândute unor clienți noi pe piețe noi. Companiile existente fac acest lucru fie prin achiziționarea de companii inovatoare, fie prin încercarea de a construi un produs perturbator în interiorul lor. În mod ironic, dimensiunea și cultura companiilor mari fac ca inovarea disruptivă să fie extrem de dificil de realizat.

4. Antreprenoriatul social

Antreprenorii sociali sunt inovatori care se concentrează pe crearea de produse și servicii care rezolvă nevoi și probleme sociale. Dar, spre deosebire de startup-urile scalabile, scopul lor este de a face lumea mai bună, nu de a cuceri cote de piață sau de a crea bunăstare pentru fondatori. Aceștia pot fi nonprofit, cu scop lucrativ sau hibrizi.

Comisia Europeană a dedicat o pagină Antreprenoriatului și întreprinderilor mici și mijlocii https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes_en și definește: "Întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) reprezintă coloana vertebrală a economiei europene. Ele reprezintă 99% din toate întreprinderile din UE. Ele angajează aproximativ 100 de milioane de persoane, reprezintă mai mult de jumătate din PIB-ul Europei și joacă un rol esențial în adăugarea de valoare în fiecare sector al economiei. IMM-urile aduc soluții inovatoare la provocări precum schimbările climatice, utilizarea eficientă a resurselor și coeziunea socială și contribuie la răspândirea acestei inovații în toate regiunile Europei. Prin urmare, acestea sunt esențiale pentru tranziția dublă a UE către o economie sustenabilă și digitală. Ele sunt esențiale pentru competitivitatea și prosperitatea Europei, pentru ecosistemele industriale, pentru suveranitatea economică și tehnologică și pentru rezistența la șocurile externe." Definiția IMM-urilor este importantă pentru accesul la finanțare și la programele de sprijin ale UE destinate în mod specific acestor întreprinderi. (disponibil aici: https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition_en)

Deși diferențele sunt adesea o chestiune de definiție, ceea ce e important pentru dumneavoastră este să identificați ce fel de antreprenor doriți să fiți și care vă sunt obiectivele și scopurile finale.

Dacă obiectivul dvs. final este de a crea o schimbare și de a deveni un antreprenor al economiei circulare, utilizarea instrumentelor și metodelor din domeniul antreprenoriatului în afaceri este crucială pentru a asigura sustenabilitatea proiectului dumneavoastră.

"A fi antreprenor înseamnă că va trebui să fiți un student etern și să continuați să învățați din mai multe surse, inclusiv de la oameni, grupuri și prin propriile încercări și nereușite.

Dacă porniți într-o călătorie ca antreprenor, citiți, cercetați, ascultați, urmăriți, întâlniți, discutați și, cel mai important, faceți tot ce puteți pentru a continua să dobândiți cunoștințe." (Alan Manly OAM este CEO al Universal Business School Sydney și autorul cărții The Unlikely Entrepreneur).

Perspectiva în țările participante la proiect

Antreprenoriatul este un fenomen cu multiple fațete, iar manifestarea sa este influențată în mod unic de contextele juridice și culturale ale fiecărei țări. Examinarea exemplelor din Spania, Italia, România, Austria și Grecia clarifică aspecte asupra modului în care acești factori modelează inițiativele antreprenoriale, în special în cadrul economiei circulare.

Peisajul antreprenorial din Spania

Spania are un ecosistem antreprenorial vibrant, cu o tradiție puternică a întreprinderilor de familie. Structuri juridice precum "Sociedad Limitada" (SL) și un accent din ce în ce mai mare pe practicile sustenabile contribuie la creșterea numărului de antreprenori din domeniul economiei circulare. Antreprenorii spanioli se pot inspira din angajamentul țării față de energia regenerabilă și de politicile conștiente de mediu.

Startup-uri inovatoare în Italia

Italia, cunoscută pentru bogatul său patrimoniu cultural, găzduiește, de asemenea, o mulțime de start-up-uri. Structuri juridice precum "Società per Azioni" (SpA) oferă flexibilitate antreprenorilor. În Italia, antreprenorii din domeniul economiei circulare se pot concentra pe sectoare precum moda sau designul, valorificând renumita măiestrie a țării și punând accentul pe practici sustenabile și ecologice.

Întreprinderi emergente în România

Peisajul antreprenorial din România evoluează, cu o creștere a numărului de startup-uri și un accent tot mai mare pe inovare. Structuri juridice precum "Societate cu Răspundere Limitată" (SRL) oferă opțiuni antreprenorilor. Schimbarea culturală în direcția îmbrățișării tehnologiei și a conștientizării protecției mediului influențează antreprenorii din economia circulară din România, care pot explora inițiative în domeniul reciclării sau al tehnologiilor verzi.

Accent pe sustenabilitate în Austria

Austria are o puternică tradiție în ceea ce privește conștientizarea problemelor de mediu și un sistem de afaceri care sprijină inițiativele sustenabile. Structuri juridice precum "Gesellschaft mit beschränkter Haftung" (GmbH) oferă o bază solidă. Antreprenorii din economia circulară din Austria își pot alinia afacerile cu angajamentul țării față de energia regenerabilă și planificarea urbană ecologică, creând întreprinderi care contribuie atât la sustenabilitatea economică, cât și la cea de mediu.

Reziliența antreprenorială în Grecia

Grecia, cu provocările sale economice unice, a demonstrat un spirit antreprenorial rezistent. Structuri juridice precum "Etaireia Periorismenis Efthinis" (EPE) răspund diverselor nevoi de afaceri. Antreprenorii greci din domeniul economiei circulare se pot concentra pe valorificarea sustenabilă a resurselor naturale ale țării, explorând inițiative în domeniul agro-alimentar sau al ecoturismului, aliniindu-se la accentul cultural pus pe produsele locale și organice.

Analizarea acestor exemple diverse demonstrează că antreprenoriatul este profund legat de structura juridică și culturală a fiecărei țări. Antreprenorii care abordează calea economiei circulare în Spania, Italia, România, Austria sau Grecia trebuie să ia în considerare acești factori contextuali pentru a crea afaceri care să rezoneze cu valorile locale și să contribuie în mod semnificativ la dezvoltarea sustenabilă.

Încheiere: A fi responsabil în afaceri

În lumea în care vă începeți propria afacere și o faceți să funcționeze într-un mod care să fie bun pentru foarte mulți clienți, este foarte important să fiți responsabil. Înseamnă să vă gândiți la mai mult decât la a face bani - înseamnă să faceți lucrurile într-un mod care ajută mediul și comunitatea.

Fie că vă ocupați de propria afacere sau că veți conduce o afacere de familie, or că formați echipă cu alte persoane sau faceți parte dintr-un grup, este important să fiți responsabil. Este ca și cum ați avea un ghid care vă ajută să faceți alegeri bune care nu dăunează planetei sau oamenilor din jurul dvs.

Pe măsură ce porniți în aventura dvs. de afaceri, în special în economia circulară, nu uitați că responsabilitatea este esențială. Nu este vorba doar de a obține profit, ci și de a face acest lucru într-un mod care să fie bun pentru planetă și pentru oamenii care trăiesc aici. Așadar, fie că porniți o mică afacere, fie că urmăriți un succes la scară mare, or că lucrați într-o companie mare sau vă concentrați pe obținerea unui impact pozitiv în societate, a fi responsabil vă ajută să faceți lucruri bune.

În Europa, unde întreprinderile mici și mijlocii sunt foarte importante, a fi responsabil este și mai important. Aceste întreprinderi reprezintă coloana vertebrală a economiei și, atunci când acționează în mod responsabil, pot face o mare diferență în rezolvarea problemelor și în îmbunătățirea vieții.

Așadar, atunci când pășiți în lumea afacerilor, în special în economia circulară, nu uitați că a fi responsabil nu este doar o mică parte a succesului, ci reprezintă fundația solidă pe care se construiesc afaceri care durează și transformă lumea într-un loc mai bun.

Activitate practică: Ce vă inspiră?

Obiectiv: înțelegerea spiritului antreprenorial.

Materiale:

- acces la internet pentru a viziona lista de redare video furnizată
- un carnețel sau un instrument digital de luat notițe pentru a scrie orice idei sau reflecții pe măsură ce urmăriți interviurile.

Timp: 30-60 de minute.

Metodologie:

1. Urmăriți interviuri video și răspundeți la întrebările "Ce vă inspiră?", "Care este atitudinea unui antreprenor?", playlist video:

<https://www.youtube.com/watch?v=orQPEddqQJQ&list=PLxASVkwZPBrAoj211wlo2NSJeKkHAeA8h>

2. În timp ce urmăriți, acordați o atenție deosebită la ceea ce spun tinerii antreprenori, concentrându-vă pe extragerea de informații legate de motivațiile, creativitatea și perspectivele privind economia circulară.

3. Luați notițe cu privire la punctele cheie, citatele sau ideile care ați rezonat dvs.

4. După ce ați urmărit diferite interviuri, acordați-vă puțin timp pentru a reflecta asupra temelor comune sau a ideilor recurente din diferitele răspunsuri.

5. În final, răspundeți la întrebările "Ce vă inspiră?", "Care este atitudinea unui antreprenor?", pe baza reflecțiilor și a informațiilor obținute în urma interviurilor.

Reflecțați:

Ce tip de proiect antreprenorial vă place cel mai mult: o afacere mică, un start-up scalabil, antreprenoriatul unei companii mari sau antreprenoriatul social?

Cum influențează factorii culturali și juridici din țara dvs. tipul de activități antreprenoriale care prosperă?

Antreprenoriatul în economia circulară: Cum pot fi integrate principiile economiei circulare în diferite tipuri de inițiative antreprenoriale (afaceri mici, start-up-uri scalabile, companii mari, antreprenoriat social)? Care sunt provocările și oportunitățile unice pentru antreprenori în promovarea sustenabilității în cadrul economiei circulare?

Structuri juridice și alegeri antreprenoriale: Cum influențează structurile juridice din țara dvs. formarea și funcționarea diferitelor entități antreprenoriale? Ce structuri juridice ar putea fi mai favorabile inițiativelor privind economia circulară, având în vedere obiectivele de sustenabilitate pe termen lung?

Rolul practicilor comerciale responsabile: Cum pot contribui practicile de afaceri responsabile la succesul și longevitatea întreprinderilor antreprenoriale? În ce fel pot întreprinzătorii din economia circulară să echilibreze obținerea de profit cu responsabilitatea socială și de mediu?

Perspective regionale asupra antreprenoriatului: Analizați exemple specifice de antreprenori sau întreprinderi de succes din regiunea dvs. care se aliniază la principiile economiei circulare. Ce se poate învăța din experiențele lor? Cum modelează factorii economici și culturali regionali peisajul antreprenorial?

Perspectiva europeană: Reflectați asupra importanței întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) în economia europeană. Cum poate contribui antreprenoriatul responsabil la competitivitatea și sustenabilitatea Europei? Analizați definiția IMM-urilor dată de Comisia Europeană și implicațiile acesteia pentru accesul la finanțare și la programele de sprijin.

Echilibrul între profit și scop: Analizați provocările și beneficiile echilibrării profitului cu impactul social și de mediu. Cum pot întreprinzătorii să asigure o abordare sustenabilă și etică a afacerilor?

Învățarea și adaptarea continuă: Subliniați importanța de a fi un "etern student" în antreprenoriat, așa cum a menționat Alan Manly. Cum pot antreprenorii aspiranți să continue să dobândească cunoștințe și să se adapteze la circumstanțe în schimbare?

Sugestii de materiale didactice

How to Cultivate an Entrepreneurial Mindset | Linda Chiou:

https://www.youtube.com/watch?v=niOV_jSVCKs