

# CUPRINS

Cuvânt înainte .....	11
<b>Capitolul 1 - FUNDAMENTELE SPIRITULUI ÎNTREPRINZĂTOR .....</b>	<b>13</b>
1.1. Rolul întreprinzătorului în afaceri.....	13
1.2. Spiritul întreprinzător.....	14
1.3. Definirea întreprinzătorului .....	15
1.4. Ce determină o persoană să devină întreprinzător? .....	17
1.4.1. Forțe care orientează spiritul întreprinzător .....	17
1.4.2. Variabile care determină transformarea unei persoane în întreprinzător .....	18
1.5. Avantajele unui spirit întreprinzător .....	21
1.6. Obstacolele potențiale pentru un întreprinzător .....	22
1.7. Diversitatea culturală a spiritului întreprinzător .....	23
1.8. Greșeli majore ale întreprinzătorilor .....	28
1.9. Bibliografie .....	32
<b>Capitolul 2 - CREATIVITATE, INOVARE ȘI SPIRIT     ÎNTREPRINZĂTOR .....</b>	<b>33</b>
2.1. Diferențele dintre creativitate, inovare și spirit întreprinzător.....	33
2.2. Creativitatea ca necesitate de supraviețuire .....	36
2.3. Bariere ale unei gândiri creative .....	38
2.4. Procesul creativ .....	41
2.5. Cum poate fi stimulată creativitate .....	43
2.6. Metodele de stimulare a creativității.....	46
2.6.1. Clasificarea metodelor de stimulare a creativității.....	47
2.6.2. Descrierea metodelor de stimulare a creativității.....	47
2.7. Bibliografie .....	56
<b>Capitolul 3 - CREAREA UNEI AFACERI ÎN CONDIȚIILE     „KNOWLEDGE MANAGEMENT” .....</b>	<b>57</b>
3.1. Scurt istoric al împărtășirii și exploatării cunoștințelor .....	57
3.2. Conceptul de cunoștințe .....	58
3.3. Semnificația conceptului „knowledge management” .....	62
3.4. Orientări în „knowledge management” .....	67
3.5. Crearea întreprinderii în contextul exploatării cunoștințelor .....	68
3.6. Strategia întreprinzătorului în condițiile împărtășirii cunoștințelor.....	71

3.7. Premise ale procesului de creare a unei afaceri în condițiile (knowledge management) .....	74
3.8. Cerințe, deprinderi și responsabilități impuse de împărtășirea cunoștințelor .....	77
3.9. Caracteristici ale întreprinderii în condițiile „knowledge management” .....	79
3.10. Bibliografie .....	82

#### **Capitolul 4 - AFACERILE ÎN ÎNTRINDERILE MICI SAU MIJLOCII .....**

<b>MIJLOCII .....</b>	<b>83</b>
4.1. Conceptul de afacere .....	83
4.1.1. Sensurile conceptului de „afacere” .....	83
4.1.2. Tipuri de afaceri .....	83
4.2. Conceptul de întreprindere mică sau mijlocie (IMM) .....	85
4.2.1. Locul și rolul întreprinderilor mici sau mijlocii în economie .....	86
4.2.2. Clasificări ale întreprinderilor mici sau mijlocii .....	87
4.3. Caracteristicile definitorii ale întreprinderilor private mici sau mijlocii .....	91
4.3.1. Caracteristici comune ale întreprinderilor mici sau mijlocii .....	91
4.3.2. Caracteristici specifice întreprinderilor românești mici sau mijlocii .....	93
4.4. Evoluția întreprinderilor mici sau mijlocii în economia românească .....	94
4.5. Contribuția întreprinderilor mici sau mijlocii la dezvoltarea economică a României și perspectivele acestora pe termen mediu .....	97
4.5.1. Aportul întreprinderilor mici sau mijlocii din România la dezvoltarea economică de ansamblu .....	97
4.5.2. Perspectivele întreprinderilor românești private mici sau mijlocii pe termen mediu .....	99
4.6. Forme juridice de constituire a întreprinderilor mici sau mijlocii .....	100
4.7. Franciza și tipurile acesteia .....	101
4.7.1. Conceptul de franciză .....	101
4.7.2. Dicționar de franciză .....	104
4.7.3. Tipuri de franciză .....	106
4.7.4. Franciza în România .....	107
4.8. Contribuția francizei la dezvoltarea afacerilor .....	109
4.8.1. Avantaje și dezavantaje ale francizei pentru francizor .....	109
4.8.2. Avantaje și dezavantaje ale francizei pentru francizat .....	111
4.8.3. Condiții pentru francizare .....	113
4.9. Comercializarea unei francize .....	114

4.9.1. Vânzarea unei francize.....	114
4.9.2. Cumpărarea unei francize .....	115
4.10. Valoarea unei afaceri .....	117
4.11. Bibliografie .....	117
<b>Capitolul 5 - MANAGEMENTUL STRATEGIC ÎN ÎNTRERINDERILE MICI SAU MIJLOCII .....</b>	<b>119</b>
5.1. Apariția și intensificarea cerinței de practicare a managementului strategic în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii.....	119
5.2. Tipuri de strategii practicate în cadrul IMM-urilor.....	127
5.3. Avantajele și dezavantajele managementului strategic.....	146
5.3.1. Avantajele managementului strategic .....	146
5.3.2. Dezavantaj al managementului strategic .....	149
5.4. Bibliografie .....	151
<b>Capitolul 6 - ROLUL PATRONULUI-MANAGER ÎN PRACTICAREA MANAGEMENTULUI STRATEGIC .....</b>	<b>153</b>
6.1. Implicarea patronului-manager în practicarea managementului strategic .....	153
6.2. Organizarea IMM pentru practicarea managementului strategic.....	161
6.3. Adaptarea sistemului informațional la exigențele „veghei” strategice .....	172
6.4. Planificarea strategică și analiza SWOT .....	183
6.5. Bibliografie .....	197
<b>Capitolul 7 - ROLUL DE LIDER AL ÎNTRERINZĂTORULUI .....</b>	<b>199</b>
7.1. Necesitatea calităților de lider pentru un întreprinzător.....	199
7.1.1. Caracterizarea întreprinzătorilor .....	199
7.1.2. Liderii și leadership-ul .....	201
7.1.3. Întreprinzătorul lider .....	203
7.2. Ce activități impun manifestarea întreprinzătorului ca lider?.....	203
7.2.1. Rolul întreprinzătorului în angajarea personalului .....	204
7.2.2. Crearea și dezvoltarea unei culturi organizaționale și a unei structuri organizatorice .....	207
7.2.3. Motivarea personalului pentru un înalt nivel de performanță.....	210
7.2.4. Elaborarea unui plan de preluare de către succesori.....	213
7.3. Bibliografie .....	214
<b>Capitolul 8 - COMERȚUL ELECTRONIC – OPORTUNITATE DE AFACERI PENTRU ÎNTRERINZĂTOR .....</b>	<b>215</b>
8.1. Necesitatea comerțului electronic pentru întreprinzător .....	215

8.2. Modalități de a face comerț electronic.....	218
8.3. Demararea vânzării prin internet .....	219
8.4. Tipuri de comerț electronic.....	221
8.5. Avantajele comerțului electronic .....	223
8.6. Stabilirea clientelei țintă .....	228
8.7. Determinarea cerințelor clienților .....	232
8.8. Atractivitatea Web site-ului – condiție pentru succesul unui comerț electronic .....	232
8.9. Cauzele unui eventual eșec în folosirea comerțului electronic.....	234
8.10. Strategii de succes în comerțul electronic.....	236
8.11. Bibliografie .....	237

**Capitolul 9 - STRUCTURA GENERALĂ A PLANULUI DE  
AFACERI.....**

9.1. Necesitatea elaborării unui plan de afaceri .....	239
9.2. Componentele planului de afaceri .....	241
9.3. Criterii de evaluare a planului de afaceri de către investitori .....	247
9.4. Prezentarea planului de afaceri .....	249
9.5. Structura unui plan de afaceri .....	250
9.6. Bibliografie .....	252

**Capitolul 10 - STUDIUL COMERCIAL CA ETAPĂ A ELABORĂRII  
PLANULUI DE AFACERI.....**

10.1. Studiul cererii și ofertei.....	253
10.2. Relația produs-piață .....	259
10.3. Elaborarea unui program de marketing.....	263
10.3.1. Tactici folosite în aplicarea strategiilor de marketing.....	266
10.3.2. Strategii pentru atragerea și menținerea unor clienți loiali .....	268
10.4. Internaționalizarea afacerii ca opțiune în strategia de marketing .....	269
10.4.1. Necesitatea internaționalizării micilor afaceri .....	269
10.4.2. Dificultăți în internaționalizarea afacerii .....	271
10.5. Modalități de pătrundere pe piața mondială.....	272
10.6. Selectarea modalităților de publicitate.....	275
10.6.1. Concepte de bază folosite în publicitate .....	276
10.6.2. Tipuri de canale pentru publicitate .....	276
10.7. Bibliografie .....	280

**Capitolul 11 - STUDIUL FINANCIAR CA ETAPĂ A ELABORĂRII  
PLANULUI DE AFACERI.....**

11.1. Determinarea rentabilității afacerii .....	281
11.2. Finanțarea unei afaceri .....	285

11.3. Elaborarea unui „cash-flow” .....	287
11.3.1. Definirea și componentele „cash-flow-ului” .....	287
11.3.2. Tipuri de cash-flow .....	291
11.3.3. Stadiile generice ale cash-flow-ului.....	292
11.3.4. Elaborarea unui cash-flow .....	293
11.4. Cash-flow-ul și sursele de finanțare.....	294
11.5. Cash-flow-ul în viziunea managementului financiar.....	296
11.6. Bibliografie .....	297
<b>Capitolul 12 - GHID DE ÎNREGISTRARE A UNEI AFACERI.....</b>	<b>299</b>
12.1. Alegerea formei juridice a IMM.....	299
12.1.1. Elemente care influențează alegerea formei juridice .....	299
12.1.2. Forme juridice posibile .....	302
12.2. Întocmirea formalităților.....	304
12.2.1. Informare privind formalitățile inițiale de îndeplinit .....	304
12.2.2. Formalitățile necesare .....	305
12.2.3. Documentele necesare înființării unei firme „Persoană fizică autorizată” .....	307
12.2.4. Documentele necesare înființării unei SRL .....	308
12.2.5. Cerințe specifice înființării unei societăți comerciale.....	310
12.3. Punerea în operă a mijloacelor tehnico-materiale.....	310
12.4. Organizarea internă a întreprinderii .....	312
12.5. Demararea activității .....	315
12.6. Bibliografie .....	316
<b>Capitolul 13 - PARTICULARITĂȚI ALE EXERCITĂRII     FUNCTIILOR MANAGEMENTULUI ÎN CADRUL     ÎNTRINDERILOR MICI SAU MIJLOCII.....</b>	<b>317</b>
13.1. Particularități ale exercitării funcției de previziune .....	317
13.2. Particularități ale exercitării funcției de organizare .....	325
13.3. Particularități ale exercitării funcției de coordonare.....	335
13.4. Particularități ale exercitării funcției de antrenare .....	348
13.5. Particularități ale exercitării funcției de control-evaluare.....	355
13.6. Cine exercită, de fapt, funcțiile managementului în organizația privată mică sau mijlocie? .....	360
13.7. Bibliografie .....	361
<b>Capitolul 14 - PARTICULARITĂȚI ALE FUNCȚIUNILOR UNEI     ÎNTRINDERI MICI SAU MIJLOCII.....</b>	<b>363</b>
14.1. Necesitatea exercitării tuturor funcțiilor în cadrul întreprinderilor mici sau mijlocii .....	363

14.2. Particularități ale funcțiunii de cercetare-dezvoltare .....	364
14.3. Particularități ale funcțiunii comerciale .....	369
14.4. Particularități ale funcțiunii de producție.....	376
14.5. Particularități ale funcțiunii financiar-contabile .....	379
14.6. Particularități ale funcțiunii de resurse umane.....	381
14.7. Bibliografie .....	390

**Capitolul 15 - ETAPELE DE VIAȚĂ ALE UNEI ÎNTREPRINDERI**

<b>MICI SAU MIJLOCII .....</b>	<b>391</b>
15.1. Delimitări conceptuale (etapă, ciclul de viață).....	391
15.2. Criteriile de periodizare a etapelor din viața unei întreprinderi mici sau mijlocii .....	392
15.3. Etapele ciclului de viață a unei întreprinderi private mici sau mijlocii.....	396
15.4. Bibliografie .....	410

**Ion COCHINĂ**

**Eugen BURDUȘ**  
**Lucia CRĂCIUN**

**Amedeo ISTOCESCU**

# ÎNTRERINZĂTORUL



## CUVÂNT ÎNAINTE

*Potrivit Dicționarului explicativ al limbii române, „întreprinzătorul” este persoana care are spirit de acțiune, care are inițiativă, spre deosebire de „antreprenor”, persoana care ia și conduce o antrepriză, adică o lucrare industrială, de construcții etc. Așadar, toate persoanele care întreprind ceva, exploatând anumite oportunități din mediul extern, asumându-și anumite riscuri, deci creează afaceri sunt întreprinzători, nu antreprenori, cum adesea se folosește în mod eronat acest termen, poate dintr-o traducere incorectă din engleză a termenului „entrepreneur”.*

*Interesul pentru domeniul afacerilor a crescut permanent peste tot în lume, dar și la noi mai ales în ultima perioadă, ca urmare a tendinței multor persoane de a-și obține libertatea de acțiune, de a nu mai depinde de deciziile altor persoane care conduc organizațiile în care lucrează, dacă sunt deja salariați, sau ar putea să lucreze în perspectiva unei viitoare angajări în muncă. Prin această lucrare ne adresăm cu prioritate acestor persoane, dar și celor care se pregătesc în domeniul managementului, sau ocupă chiar funcții de manageri și conduc deja anumite afaceri, fie în întreprinderi private mici sau mijlocii, fie în marile companii și doresc să-și dezvolte activitatea prin crearea de noi afaceri în cadrul respectivelor întreprinderi.*

*În cadrul lucrării încercăm să dăm răspuns mai multor întrebări, între care:*

- *Cine poate deveni întreprinzător?*
- *Care sunt variabilele care determină o persoană să devină întreprinzător?*
- *Care este legătura între creativitate, inovare și spirit întreprinzător?*
- *Ce este o afacere și cum poate fi ea demarată?*
- *De ce întreprinzătorul trebuie să fie și manager și lider cu o gândire strategică?*
- *Care este structura și cum se elaborează un plan de afaceri prin care să convingi potențialii finanțatori și/sau investitori?*
- *Ce particularități prezintă managementul întreprinderilor mici și/sau mijlocii?*
- *Care sunt formalitățile înființării unei IMM?*



*Suntem convinși că problematica spiritului întreprinzător, a procesului de creare și dezvoltare a unei noi întreprinderi, a unui comportament de succes a întreprinzătorului este mult mai largă și este dificil de acoperit printr-o singură lucrare, de aceea considerăm că preocupările trebuie să continue în acest domeniu și suntem deschiși la orice opinii în acest sens.*

Prof. univ. dr. Eugen BURDUȘ  
Coordonatorul lucrării

## Capitolul 1

# FUNDAMENTELE SPIRITULUI ÎNTRERINZĂTOR

**L**a fel ca în întreaga lume, și în țara noastră, numărul celor care „visează” să-și creeze și să-și conducă propria afacere este în continuă creștere. Poate la noi ritmul de creștere al potențialilor întreprinzători să fie chiar mai mare, având în vedere structura economiei naționale, ceea ce face mult mai importantă cunoașterea fundamentelor spiritului întreprinzător.

### 1.1. ROLUL ÎNTRERINZĂTORULUI ÎN AFACERI

Spiritul întreprinzător este cea mai importantă latură a dezvoltării economice din ultima perioadă a istoriei afacerilor. În toată lumea, acești eroi ai noilor economii au schimbat mediul afacerilor, iar întreprinderile lor joacă un rol tot mai important în economia mondială. Într-un ritm aproape incredibil, afacerile micilor întreprinzători au condus la apariția de noi produse și servicii, au depășit vechile frontiere ale vechilor tehnologii, au creat noi locuri de muncă, au deschis noi piețe. Niciodată nu a fost mai mare interesul pentru cunoașterea spiritului întreprinzător ca acum la începutul secolului XXI.

#### Întreprinderi mari sau mici?

În urmă cu mai mulți ani, condițiile competitive favorizau marile companii, care dispuneau de o ierarhizare considerabilă și un management profesional, care puteau face față unor activități de amploare pentru pătrunderea și consolidarea poziției pe anumite piețe. Astăzi, când schimbările sunt tot mai accelerate atât în mediul intern, cât și în mediul extern, micile întreprinderi, prin agilitatea lor, fac față tot mai bine sistemului competițional.

Orientarea către întreprinderile mici a fost apreciată sugestiv de către **Howard Stevenson**, profesor care predă „*Entrepreneurship*” la Harvard, care afirma „*De ce este atât de ușor, pentru micile companii, să concureze corporațiile gigantice? Pentru că, în timp ce corporațiile gigantice studiază consecințele, întreprinzătorii au schimbat lumea*”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Howard Stevenson – *We Create Entrepreneurs*, Success, September, 1995, p. 51

Un studiu comparativ al activităților întreprinzătoriale desfășurate în lume<sup>1</sup>, arată preocuparea populației diferitelor țări pentru acest domeniu, așa cum rezultă din figura 1.1.

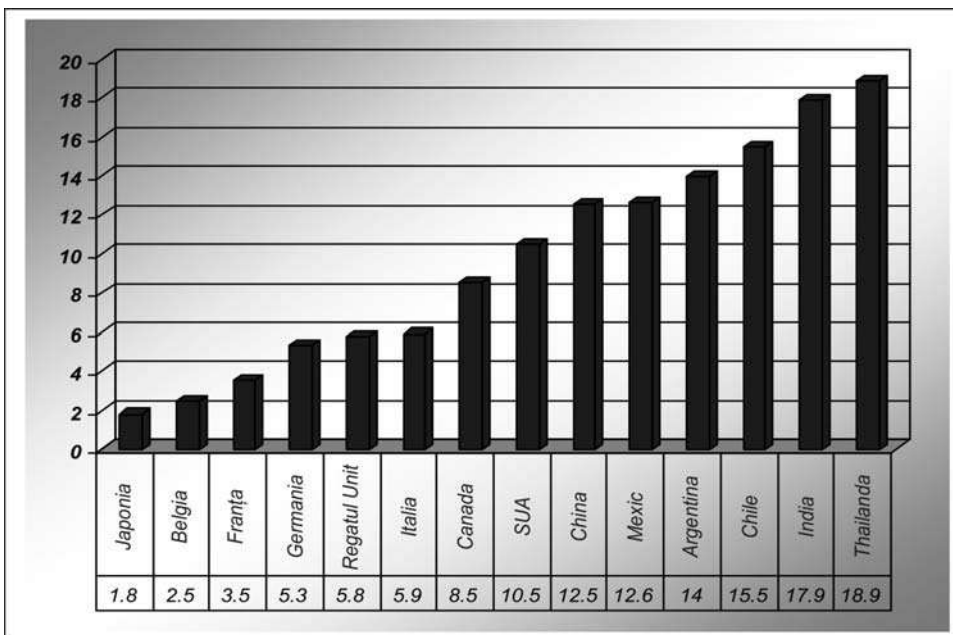


Fig. 1.1. – Procentul persoanelor adulte angajate în activități întreprinzătoriale

Dacă media procentuală dintre persoanele adulte care desfășoară activități întreprinzătoriale este de 12, orientarea cea mai puternică spre astfel de activități se regăsește în Thailanda cu 18,9%, iar cea mai mică în Japonia cu 1,8%. Aceste procente se explică prin diferențele din punct de vedere al dezvoltării economice dintre cele două țări.

## 1.2. SPIRITUL ÎNTRERINZĂTOR

Întreprinzătorii, în principal, dar nu numai ei, ci și managerii și liderii se pot caracteriza prin spirit întreprinzător, de aceea este foarte important pentru a caracteriza întreprinzătorii, să înțelegem semnificația acestui concept.

### Definirea spiritului întreprinzător

Ceea ce în literatura anglo-saxonă este cunoscut sub denumirea de „*entrepreneurship*”, ar corespunde într-o traducere echivalentă cu spirit întreprinzător, fenomen studiat și la noi ca și în alte țări, datorită importanței acestuia pentru dezvoltarea de ansamblu a unei economii naționale.

<sup>1</sup> 2002 Global Entrepreneurship Monitor.

**Spiritul întreprinzător** poate fi considerat ca „o stare în care se află cel care creează noi afaceri în condițiile riscului obținerii profitului așteptat”.

Pentru a explica această stare de spirit este necesar să se răspundă la cel puțin două întrebări:

- *Cine sunt întreprinzătorii și ce îi determină să muncească atât de greu, fără garanția că vor avea succes?*
- *Care sunt variabilele care-i determină să riște atât de mult și să facă atâtea sacrificii pentru a-și îndeplini un ideal?*

Deși este foarte dificil de a identifica această categorie de persoane care sunt predispuse la o astfel de stare de a crea noi afaceri, asumându-și riscuri cu scopul obținerii unui profit, în continuare vom preciza câteva dintre caracteristicile lor.

### 1.3. DEFINIREA ÎNTRERINZĂTORULUI

Alături de manager și de lider, întreprinzătorul este unul dintre personajele care influențează puternic afacerile din toată lumea inclusiv din fiecare țară. Așa se explică nevoia de a înțelege profilul unui astfel de personaj, caracteristicile lui și modul de acțiune în situațiile cu care se confruntă.

#### **Descrierea profilului întreprinzătorului**

În general, un întreprinzător este o persoană care creează noi afaceri, asumându-și riscuri în realizarea obiectivelor pe care și le propune de a obține profit și creștere, prin identificarea unor importante oportunități. Întreprinzătorul gestionează importante resurse, pe care le atrage din diferite surse, pe baza unei importante puteri de convingere a celor care le dețin.

Foarte mulți specialiști au căutat să înțeleagă și să descrie personalitatea întreprinzătorului, pentru că, deși mulți oameni au idei foarte bune pentru a porni o afacere, numai unii transformă aceste idei în afaceri concrete, devenind întreprinzători.

**Întreprinzătorul** este „o persoană cu spirit de inițiativă, care își asumă riscuri pentru a exploata anumite oportunități, se bazează mai mult pe forțele proprii, își elaborează strategia în funcție, aproape în exclusivitate, de interesele personale”.

### Caracteristicile întreprinzătorilor

Întreprinzătorii dispun de capacitatea de a prevedea apariția unor oportunități, pot preîntâmpina unele schimbări care apar în mediu, pe care caută să le exploateze în interes personal. Ei sunt creatori de noi afaceri, în care folosesc resursele lor sau resurse atrase de la terți.

Cercetările<sup>1</sup> au scos în evidență mai multe caracteristici ale întreprinzătorilor, între care:

- **încrederea în abilitățile personale**, datorată optimismului de care dau dovadă atunci când vizează succesul, ceea ce de multe ori însă poate să conducă și la eșec;
- **dorința pentru rezultate imediate**, ceea ce-i determină ca în permanență să urmărească rezultatele, care le va confirma dacă au procedat bine sau rău;
- **preferința pentru un risc moderat**, ceea ce înseamnă că ei nu înfruntă riscul în orice condiții, ci un risc calculat, dar care totuși în ochii altora poate părea ca un obiectiv imposibil de realizat;
- **dorința de a a-și asuma responsabilități**, preferând să-și controleze propriile resurse pentru atingerea propriilor obiective;
- **nivel înalt de energie**, peste medie, ceea ce-i permite să facă față efortului incredibil necesar demarării unei afaceri, creării unei întreprinderi;
- **viziune**, care să-i permită scrutarea viitorului în descoperirea în permanență de oportunități, fără a medita la succesele sau eșecurile care au trecut;
- **abilități de organizator**, care le permite întreprinzătorilor să așeze împreună oameni care să realizeze anumite sarcini, să-i combine astfel încât să-și pună în aplicare viziunea;

<sup>1</sup> Thomas W.Zimmerer, Norman M.Scarborough – *Essentials of entrepreneurship and small business management*, Fourth Edition, Pearson Prentice Hall, 2005.

- **dorința de realizare, mai presus de bani**, ceea ce face ca motivarea întreprinzătorului să fie mult mai complexă, aceasta exprimând, în primul rând, îndemnul de a merge mai departe, de a realiza ceva ce pentru alții este imposibil, banii reprezentând doar o confirmare a reușitei;
- **nivel înalt de angajare**, ceea ce-i face să muncească din greu pentru succesul companiei pe care o creează, înlăturând bariere care pentru alții par insurmontabile;
- **toleranța față de ambiguitate**, o calitate absolut necesară întreprinzătorilor, care adesea trebuie să ia decizii pe baza unor informații incerte, sau chiar contradictorii;
- **flexibilitatea**, care constă în abilitatea întreprinzătorilor de a se adapta la cererea mereu în schimbare a clienților, reprezintă o caracteristică de seamă a întreprinzătorilor.

## 1.4. CE DETERMINĂ O PERSOANĂ SĂ DEVINĂ ÎNTREPRINZĂTOR?

Este interesant de știut, ce forțe orientează spiritul întreprinzător în cadrul unei economii? Care sunt variabilele care influențează transformarea unei persoane în întreprinzător?

### 1.4.1. Forțe care orientează spiritul întreprinzător

Amplificarea spiritului întreprinzător și implicit creșterea numărului de persoane care își creează propria afacere, propria întreprindere au ca factori motivatori, în principal următorii: *stilul de viață independent, considerarea întreprinzătorilor ca eroi, factori demografici, creșterea ponderii serviciilor, crearea de noi tehnologii, pregătirea în domeniul spiritului întreprinzător, dezvoltarea Internetului, globalizarea.*

#### Stilul de viață

Stilul de viață independent, care să-i permită individului de a-și alege unde să trăiască și ce să facă pentru a-și asigura securitatea financiară, să petreacă mai mult timp cu familia și prietenii.

#### Întreprinzătorii văzuți ca eroi

Considerarea întreprinzătorilor, de către majoritatea populației ca adevărați eroi, prin acordarea acestora a unui statut aparte, mai ales din cauza realizărilor, inclusiv pe plan material, ceea ce-i face adeseori ca modele de urmat.

#### Factori demografici

Factorii demografici, reprezentați de ponderea destul de mare a populației cu vârste cuprinse între 25 și 40 de ani, din rândul cărora cea mai mare pondere identifică oportu-

- nități de afaceri, contribuie și ei la dezvoltarea spiritului întreprinzător.
- Creșterea ponderii serviciilor** Creșterea ponderii serviciilor în totalul produsului intern brut, coroborat cu costul relativ scăzut al acestora, atrage numeroase persoane către dezvoltarea unor afaceri din care să obțină câștiguri însemnate.
- Crearea de noi tehnologii** Crearea de noi tehnologii, mai ales din domeniul calculatoarelor face posibilă concurența marilor companii de către micile întreprinderi dezvoltate de către întreprinzători, mai ales prin costurile mai reduse ale acestora din urmă.
- Pregătire în domeniu** Pregătirea în domeniul spiritului întreprinzător, prin includerea în tot mai multe universități a unor cursuri de spirit întreprinzător și managementul întreprinderilor mici și mijlocii, determină numeroși absolvenți să considere că pot să-și dezvolte o carieră în domeniul afacerilor.
- Dezvoltarea Internetului** Dezvoltarea Internetului, ca o vastă rețea de calculatoare pe glob, pune la dispoziția milioane de utilizatori, informații din cele mai diverse domenii, ceea ce contribuie la creșterea șanselor de a găsi idei noi pentru noi afaceri.
- Globalizarea** Globalizarea, ca tendință generală, contribuie la creșterea numărului de oportunități de a dezvolta afaceri, nu numai în cadrul granițelor unei țări, ci și în afara acesteia, crescând semnificativ și șansele de a obține profituri suplimentare.

Iată câțiva factori care contribuie la dezvoltarea spiritului întreprinzător, la creșterea ponderii populației care consideră că într-un astfel de domeniu se poate realiza profesional și material. Pe lângă acești factori generali, în fiecare țară în parte pot acționa și factori specifici. În cazul României, spre exemplu, poate fi menționată disproporția dintre întreprinderile mari și cele mici, dar și dorința populației de a ieși din sectorul de stat, în care a lucrat o mare parte din timp.

#### **1.4.2. Variabile care determină transformarea unei persoane în întreprinzător**

În țările occidentale dezvoltate a apărut o întreagă literatură de specialitate consacrată spiritului întreprinzător, cunoscut, în publicațiile anglo-saxone sub termenul de „*entrepreneurship*”. Un astfel de spirit întreprinzător poate să transforme o persoană în întreprinzător, care în general dezvoltă o afacere, creează o nouă întreprindere. Dar, ce-l determină pe un individ să devină întreprinzător?