Producătorul și spiritul antreprenorial. Inițiativă și risc

Introducere

Brutarul care coace pâinea în fiecare dimineață este un producător. Dar omul care, într-o zi, a închiriat spațiul, a cumpărat cuptorul, l-a angajat pe brutar și a pus pe ușă numele brutăriei a făcut ceva în plus: a pornit o afacere și și-a asumat riscul ca ea să nu meargă. Despre el este lecția de azi: cine este, ce îl împinge să înceapă și cum se apără de pierderi.

În această lecție vei descoperi

– prin ce se deosebește antreprenorul de un producător oarecare;
– ce înseamnă spiritul antreprenorial și inițiativa;
– ce este riscul și cum se gestionează;
– cum se cântărește o afacere cu analiza SWOT.

Doi studenți și un premiu

Andrei și Maria sunt studenți la Universitatea Națională de Arte. În vacanța de vară, ei au câștigat concursul de pictură organizat de primăria din orașul lor: au creat o pictură murală chiar pe unul dintre pereții instituției. Premiul a fost o excursie la Paris și o sumă de bani, pe care au hotărât să o folosească pentru a închiria un spațiu. L-au transformat într-o galerie de artă cu vânzare, iar tot acolo predau cursuri de desen pentru elevi. În primele trei luni de la deschidere, au reușit să câștige o sumă de trei ori mai mare decât premiul obținut la concurs.

1. Ce calități le-au permis celor doi tineri să câștige concursul? Dar să deschidă galeria și să înceapă cursurile pentru elevi?

2. Putem spune că Maria și Andrei au împreună o afacere? Argumentează.

3. Ce ar fi putut pierde, dacă galeria nu mergea?

Întrebarea orei: ce îl face pe un producător antreprenor și cum își gestionează riscul?

Răspunsul îl construim în cele cinci secțiuni de mai jos.

1. Producător și antreprenor

Activitatea economică dintr-o țară presupune producția și vânzarea de bunuri și servicii, realizate de către producători și antreprenori.

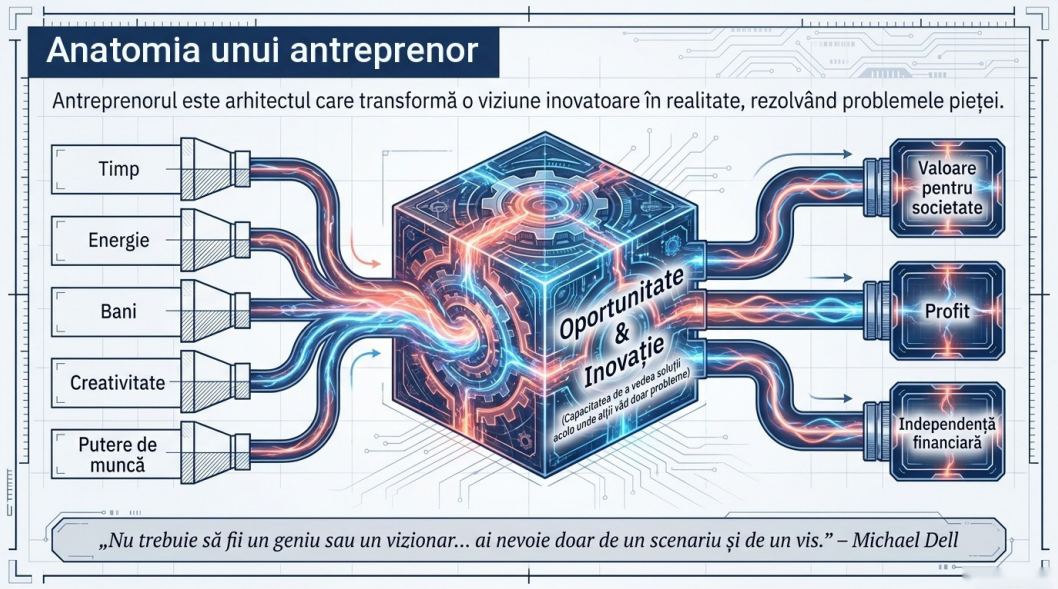
Definiții

Producătorul este o persoană sau o companie care creează bunuri sau oferă servicii.

Întreprinzătorul (antreprenorul) este persoana care inițiază o afacere, investind pentru aceasta bani, timp, creativitate, putere de muncă, energie, cu scopul de a obține un profit cât mai mare.

De exemplu, un fermier care produce lapte sau fructe este un producător de bunuri, iar un medic care oferă consultații este un producător de servicii. Antreprenor este, de pildă, persoana care observă că într-un cartier nou construit nu există niciun after school și își face o afacere din înființarea unuia.

Nu orice producător este antreprenor. Un producător se poate limita la munca lui, de pildă ca angajat. Antreprenorul vine cu o idee, își asumă inițiativa și riscurile ca să o transforme în realitate și își pune în joc banii, timpul și energia.



Ce investește antreprenorul și ce obține

Scopul antreprenorului este profitul: ce rămâne din banii încasați după ce s-au plătit toate cheltuielile — materiile prime, chiria, salariile, taxele. Dacă cheltuielile sunt mai mari decât încasările, afacerea are pierdere.

Nu toți suntem sau putem deveni întreprinzători. Pentru a fi întreprinzător sunt necesare anumite aptitudini, dar și cunoștințe și deprinderi, care se formează prin studiu și prin exercițiu.

2. Spiritul antreprenorial

Definiție

Spiritul antreprenorial reprezintă capacitatea de a vedea oportunități acolo unde alții văd probleme, dublată de acțiunea perseverentă pentru rezolvarea lor, ceea ce duce la realizarea de profit.

Calitățile unui întreprinzător de succes sunt: spiritul de inițiativă, adică puterea de a porni o activitate economică asumându-și conștient riscurile; capacitatea de a relaționa, de a negocia și de a dialoga cu ceilalți; capacitatea de planificare, organizare și conducere; capacitatea de a lua rapid decizii corecte, pe baza informațiilor de care dispune; asumarea sarcinilor și a responsabilităților; determinarea, adică puterea de a munci cu perseverență pentru obiectivul propus.

Unele dintre aceste aptitudini sunt înnăscute, altele se formează prin studiu perseverent și prin exersare. Manifestarea spiritului antreprenorial este, cel mai des, consecința învățării și apoi a experienței.

Amancio Ortega, fondatorul unui lanț de magazine de haine cunoscut în toată lumea, provine dintr-o modestă familie de muncitori spanioli. La 13 ani s-a angajat comis-voiajor la un producător de cămăși de lux. Acolo a observat că drumul hainelor de la designer la fabrică și apoi la client le face mai scumpe. În 1975 a deschis primul magazin, arătând că livrarea hainelor direct de la producător către clienți este o soluție mai ieftină. Este exact ce spune definiția: a văzut o oportunitate acolo unde alții vedeau doar o problemă.

Economistul Joseph Schumpeter considera că activitatea antreprenorială este un proces de „distrugere creatoare”: elimină vechile moduri de producție și creează altele noi. De exemplu, apariția automobilului a dus la dispariția trăsurilor și a producției de bunuri necesare transportului cu trăsura, dar, în același timp, a dezvoltat producția de bunuri necesare construcției de automobile.

3. Inițiativa

Definiție

Inițiativa este dorința și capacitatea de a face primul pas, de a încerca ceva nou.

Fără inițiativă, o idee bună rămâne doar o idee. A avea inițiativă înseamnă a fi nemulțumit de ceva din jurul nostru, a dori să îmbunătățim lucrurile și a ne implica în acțiune; ea presupune luarea unei decizii și asumarea riscurilor care vin cu ea.

Libera inițiativă are la bază proprietatea privată. Ea se manifestă ca libertate economică a proprietarului de a-și menține, dezvolta sau restrânge activitatea și de a decide, în limitele legii, ce face, unde, cât de mult, unde își vinde produsele și cu cine lucrează.

Ca să pornească o afacere, antreprenorul trece prin câțiva pași: identifică o oportunitate, adică o nemulțumire a unui număr de oameni; se întreabă cinstit dacă poate face ceva în acest sens; își face un plan de afaceri; îi dă afacerii un nume și o imagine; o înregistrează la Registrul Comerțului; cumpără echipamente, angajează oameni și găsește banii necesari; începe să producă și să vândă. Dacă are succes, își mărește activitatea; dacă nu, o restrânge și, eventual, își închide firma.

Banii pentru o afacere pot veni din economiile personale, de la prieteni și familie, de la bănci, prin împrumut, de la firmele care investesc în schimbul unei părți din afacere sau din fonduri europene nerambursabile.

Ce spune legea

Constituția României garantează accesul liber al oricui la o activitate economică și libera inițiativă, cu condiția ca ele să se exercite în condițiile legii (art. 45). De aceea, orice afacere se înregistrează și respectă regulile fixate prin lege.

4. Riscul

Orice afacere pendulează între risc și reușită. Inundațiile, de exemplu, pot distruge gospodării, iar întreprinderile pot avea pierderi atât de mari încât unele firme ajung la faliment.

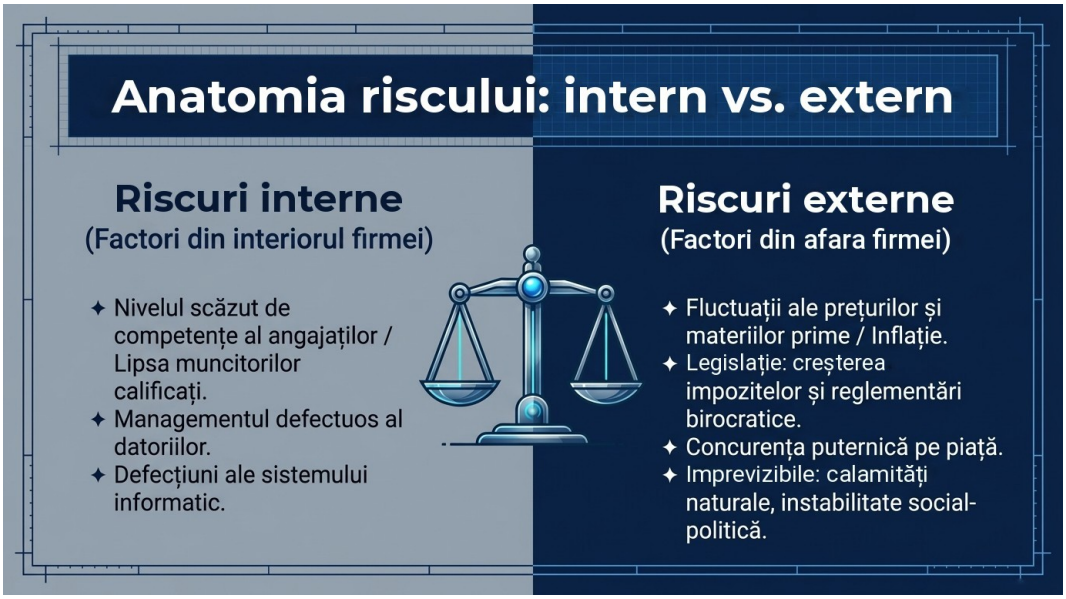
Definiții

Riscul reprezintă situații sau evenimente care amenință reușita sau dezvoltarea unei afaceri.

Incertitudinea este o stare de nesiguranță cu privire la viitor.

Riscul și incertitudinea nu înseamnă același lucru. Incertitudinea înseamnă că nu poți fi niciodată sigur de ce se va întâmpla. Riscul este evenimentul care poate produce o pagubă, o pierdere, și care te împiedică să obții rezultatul dorit.

Riscurile sunt de două feluri. **Riscurile interne** provin din interiorul afacerii: datoriile, lipsa muncitorilor calificați, defecțiunile utilajelor. **Riscurile externe** sunt factorii din afara afacerii: taxele mari, creșterea prețurilor, încetinirea creșterii economice, concurența puternică. Unele riscuri sunt previzibile, pentru că se pot anticipa; altele sunt imprevizibile, cum sunt calamitățile naturale.



Riscuri interne și riscuri externe

Riscurile asumate de întreprinzător sunt adesea foarte concrete: renunțarea la un loc de muncă stabil, investirea banilor personali, datoriile care trebuie restituite, o concurență puternică, greutatea de a găsi oameni competenți și de a convinge clienții. Firmele care nu pot face față riscurilor ajung la faliment.

Definiție

Falimentul este situația firmelor care nu mai au nicio posibilitate reală de continuare a activității.

Riscul nu poate fi eliminat complet, dar poate fi gestionat. Metodele sunt trei:

- **eliminarea cauzei riscului** — de exemplu, traversăm strada prin locurile special amenajate;
- **diminuarea efectelor riscului** — de exemplu, instalăm un sistem de alarmă la incendiu;
- **transferarea riscului** către cei specializați în gestionarea lui — de exemplu, încheiem un contract de asigurare pentru bunurile noastre.

Față de risc, întreprinzătorii se poartă diferit. Tipul **impulsiv** este spontan, necontrolat și ajunge uneori la decizii extreme. Tipul **prudent exagerat** știe multe, dar îi lipsește curajul și preferă să lase lucrurile cum sunt. Tipul **realist** se bazează pe cunoașterea obiectivă a situației și pe control și autocontrol. Specialiștii consideră că tipul realist este de preferat celorlalte două.



Trei feluri de a te purta cu riscul

Frații Pavăl, care au construit lanțul de magazine Dedeman, au început cu un spațiu de 16 metri pătrați și cu mărunțișuri aduse de la București cu o Dacie. S-au extins cu credite peste credite. „Au fost și momente în care m-am gândit că putem pierde tot", spune Dragoș Pavăl. „Dar ne-am născut într-o familie săracă. Ce putea să ni se întâmple? Să ne întoarcem de unde am plecat."

Cine vrea să câștige mai mult trebuie să își asume un risc mai mare. Cine dorește să evite riscul trebuie să se mulțumească cu un câștig mai mic. Chiar și atunci când eșuăm, învățăm lucruri pe care le putem folosi, noi sau alții, în viitor.

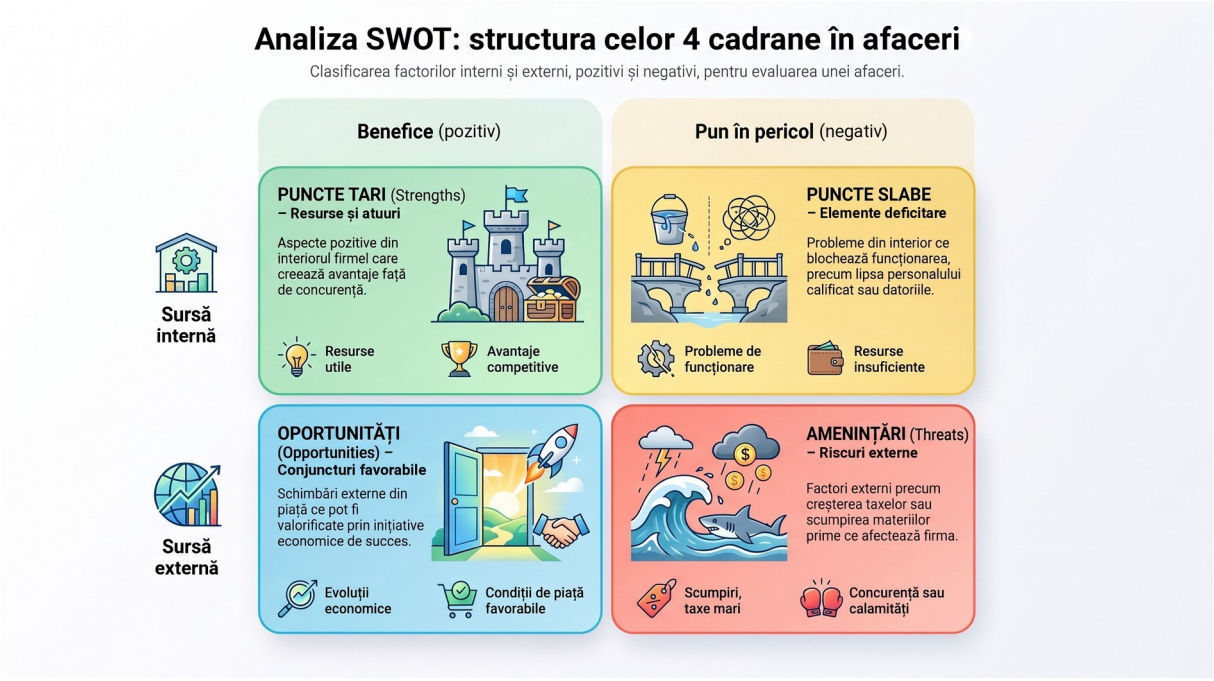
5. Analiza SWOT

Definiție

Analiza SWOT este o metodă folosită în mediul de afaceri, pentru a ajuta la proiectarea unei viziuni de ansamblu asupra firmei.

Numele vine de la inițialele a patru cuvinte englezești. Două privesc firma însăși: **punctele tari** (Strengths) sunt aspectele ei pozitive — atuurile, resursele utile, avantajele față de concurență; **punctele slabe** (Weaknesses) sunt elementele care funcționează deficitar — problemele care blochează buna funcționare, lipsa forței de muncă calificate, imaginea slabă. Celelalte două privesc mediul din jur: **oportunitățile** (Opportunities) sunt conjuncturile externe favorabile, care pot fi valorificate prin inițiative de succes; **amenințările** (Threats) sunt factorii din afară care pot avea consecințe negative asupra activității.

	ajută afacerea	pune afacerea în pericol
din interiorul firmei	**S** – puncte tari	**W** – puncte slabe
din afara firmei	**O** – oportunități	**T** – amenințări (riscuri)



Analiza SWOT

Simpla identificare a amenințărilor nu aduce niciun beneficiu firmei: riscurile trebuie analizate, ca să se găsească modalități de a le evita sau de a le diminua. Important este să creștem zona care poate fi controlată și să micșorăm cât mai mult zona care nu poate fi controlată.

Rezumat

1. Producătorul creează bunuri sau oferă servicii. Întreprinzătorul (antreprenorul) inițiază o afacere, în care investește bani, timp, creativitate și muncă, ca să obțină profit. Nu orice producător este antreprenor.
2. Spiritul antreprenorial înseamnă a vedea oportunități acolo unde alții văd probleme și a acționa cu perseverență ca să le rezolvi.
3. Inițiativa înseamnă a face primul pas. Libera inițiativă este garantată de Constituție și se exercită în condițiile legii.
4. Orice afacere presupune riscuri, interne sau externe. Riscul nu se poate elimina complet, dar se gestionează: eliminăm cauza, diminuăm efectele sau îl transferăm printr-o asigurare.
5. Analiza SWOT cântărește o afacere: punctele tari și punctele slabe vin din interiorul firmei, oportunitățile și amenințările vin din afara ei.

Studiul de caz: afacerea Benvenuti

Cu o vastă experiență în domeniul vânzării de încălțăminte și marochinărie, antreprenorul D. P. a prezentat evoluția companiei Benvenuti, care operează o rețea națională de 46 de magazine sub același nume, precum și 9 magazine Enzo Bertini, în diverse orașe din țară. El a subliniat că, odată cu creșterea salariilor, consumatorii sunt mai dispuși să cumpere produse de calitate, cum ar fi încălțămintea, și că, deși oamenii cumpără altfel decât în Vest, piața locală mai are loc de creștere: „În urmă cu 10–20 de ani, oamenii considerau o pereche de încălțăminte un produs destul de scump și nu neapărat necesar. În momentul de față, oamenii au, din punct de vedere mental, disponibilitate mai mare pentru a cumpăra o pereche de încălțăminte. Știu că cei din Vest cumpără în medie 7–8 perechi de încălțăminte pe an, iar noi nu cred că depășim 3–4 perechi. Deci mai este loc de creștere.”

Ce facem. Clasa se împarte în patru grupe. Fiecare grupă primește un cadran al analizei SWOT și găsește pentru el cel puțin două elemente, din text sau deduse din el: punctele tari, punctele slabe, oportunitățile sau amenințările afacerii Benvenuti.

La final fiecare grupă își prezintă cadranul, iar clasa verifică întrebarea-cheie: elementul vine din interiorul firmei sau din afara ei? Apoi răspundeți împreună: are afacerea șanse să crească?

Verifică-te

1. Radu are o mică patiserie, iar clienții lui sunt locuitorii din zonă. În apropiere se deschide un hipermarket, iar Radu se teme că va pierde o parte dintre clienți. Este un risc intern sau extern? Radu poate alege: a) să mute patiseria în alt loc; b) să reducă prețurile; c) să negocieze cu proprietarii hipermarketului să cumpere produsele lui de patiserie. Ce l-ai sfătui și de ce?

2. Adevărat sau fals? a) Orice producător este antreprenor. b) Riscul și incertitudinea înseamnă același lucru. c) Prin asigurare, riscul este transferat altcuiva. d) Oportunitățile vin din interiorul firmei.

3. „Cine nu riscă nu câștigă.” Pornind de la acest proverb, argumentează în câteva rânduri ce înseamnă el pentru un antreprenor.

Din lege

Libertatea de a porni o afacere este garantată de Constituție (art. 45), dar se exercită în condițiile legii. Tot Constituția spune că economia României este economie de piață, bazată pe libera inițiativă și pe concurență (art. 135), așa cum ai aflat în lecția despre producerea bunurilor și serviciilor.

Știai că

Afacerile care reușesc sunt mai puține decât cele care eșuează. Dintre companiile nou-înființate în Uniunea Europeană, doar jumătate supraviețuiesc mai mult de cinci ani.

În primele șase luni ale anului 2024, în România s-au înregistrat la Registrul Comerțului 68 223 de firme noi, dintre care 50 149 de societăți cu răspundere limitată (SRL) și 15 310 persoane fizice autorizate (PFA). În aceeași perioadă, 22 459 de companii au fost închise.

UiPath, una dintre cele mai valoroase companii fondate în București, a fost înființată în 2005 de doi români. Daniel Dines, unul dintre ei, lucrase ca programator la Microsoft, în SUA, cu un salariu de peste 60 000 de dolari pe an, și a renunțat la el ca să pornească afacerea pe cont propriu.

Jack Ma, fondatorul companiei Alibaba, a fost respins de treizeci de ori când și-a căutat o slujbă și a aplicat de zece ori, fără succes, la o universitate americană. Alibaba este a treia firmă pe care a înființat-o.