



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Iulie 2013

CENTRUL DE ASISTENȚĂ ANTREPRENORIALĂ
Universitatea POLITEHNICA din București

Proiect POSDRU/92/3.1/S/62353
“DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR
ANTREPRENORIALE – o alternativă
eficientă de adaptare la piața muncii
în societatea informațională”

Newsletter nr. 11

Antreprenoriatul în România
– oportunități și bariere

CUPRINS

*Cum arată viitorul antreprenoriatului
în România?*

*Cum îți poți face angajații să se simtă
apreciați*



CENTRUL DE
CONSILIERE ȘI
ORIENTARE ÎN
CARIERĂ



Dezvoltarea Competențelor
Antreprenoriale

Cum arată viitorul antreprenoriatului în România?

Tinerii din România sunt cei mai deschiși la antreprenoriat din întreaga Europă. Și veștile bune nu se opresc aici. Comisia Europeană a lansat de curând un plan pentru relansarea spiritului antreprenorial prin facilitarea accesului la finanțare.

Așa cum scrie și Revista Biz (www.revistabiz.ro), anul 2013 nu a început tocmai bine pentru o bună parte dintre antreprenori. Numai în prima lună a anului mai bine de 2.600 de firme și-au suspendat activitatea, în creștere cu 40,92%, față de aceeași perioadă a anului 2012, când un număr de peste 1.900 companii mici și mijlocii au pus lacătul pe ușă.

Totuși, tinerii români sunt cei mai deschiși din Europa la gândul de a deveni propriii lor șefi. Un studiu realizat de firma de cercetare GfK pentru compania de vânzări directe Amway arată că 79% dintre tinerii români cu vârste sub 30 de ani au o atitudine pozitivă față de muncă pe cont propriu. Mai mult, trei din patru români consideră că în următorii zece ani antreprenoriatul va fi mai important sau cel puțin la fel de important ca în prezent, în timp ce trei din zece români se văd deschizându-și propria afacere.

“Atitudinea oamenilor referitoare la desfășurarea unei activități independente este considerată de noi ca fiind motorul creșterii economice la nivel global, o sursă vie de idei și de progres”, spune Ioana Enache, director general la Amway România. “Piața modernă a locurilor de muncă caută oameni care știu să lucreze independent și se pot adapta la noi provocări”, spune Enache, care adaugă că antreprenoriatul este modelul de muncă al viitorului.

În medie, la nivel european, atitudinea față de antreprenoriat este una pozitivă în proporție de 69% și românii se află în media europeană în ceea ce privește lucrul pe cont propriu, cu un procent de 66%. Dacă la nivel european 38% dintre respondenții la studiu au precizat că se consideră capabili să pună bazele propriei afaceri, nici românii nu sunt departe și 34% dintre ei se văd în rolul de angajator.

Una dintre cele mai interesante concluzii ale studiului realizat la nivel european arată că atitudinea pozitivă față de antreprenoriat iese în evidență cu precădere la cei cu vârste sub 30 de ani (79%), la cei cu o diploma universitară (74%), la cei cu studii medii (63%), la părinți (71%) și la cei fără copii (62%). Similar altor state din Europa, 68% dintre bărbații români au o rată de acceptare mai ridicată când vine vorba despre activitățile independente, în timp ce 63% dintre femei și-ar deschide propriul business.

Un alt studiu, realizat de Adina Vlad a vizat problematica provocărilor adresate antreprenorilor români și a fost publicat tot în paginile Revistei Biz. Acesta a cuprins 20 de interviuri cu antreprenori. “Am selectat cazuri de businessuri stabile, aflate în echilibru, inițiate în 2000 – 2012, într-o piață mult mai reglementată decât cea la începutul anilor '90.

Ea spune ca antreprenorii au afișat “foarte multă cumpătare și multă disciplină. Criza duce la o triere a valorilor. Numai cei talentați vor rezista acestei lupte”.

Antreprenorii nu folosesc cuvântul criză, ci termeni pozitivi, gen maturizare, oportunitate, normalitate, curățenie, dezvoltare profesională.

Studiul Adinei Vlad releva 4 tipologii de antreprenoriat de criza: vizionarist, profesionist, versatil și intuitiv.

Vizionaristul - Anticipază, planifică, gândește pe termen lung.

Profesionistul - face din vocația lui un business, evoluează și se diferențiază profesional.

Versatilul - Adaptează sau schimbă businessul în funcție de cerințele contextului. Cel care sare din piatră în piatră dacă nu mai merge bine treaba într-un loc.

Intuitivul - Business deschis în criză, pe o idee nouă, originală, fără strategie precisă de dezvoltare.

Antreprenorii au găsit soluții să facă ceva, nu s-au oprit. Au continuat să investească în idei, în inovații. Cu toții au investit în propria dezvoltare, au muncit cot la cot cu angajații, au creat alianțe profesionale. Ceva foarte important: antreprenorii au învățat toleranța la eșec, pentru că din greșeli înveți multe.

Cât de compatibili sunt antreprenorii români cu specificul culturii în care trăiesc? În România se pare că valorile antreprenoriatului se opun culturii. Ei pot reuși practic oriunde în lume.

Iată și părerile unor antreprenori români care au reușit:

Aneta Bogdan - Brandient

Lăsați antreprenorii români să ajute economia românească să se dezvolte, să crească. Este îndemnul Anetei Bogdan, Fondator Brandient, la cea de-a XI-a ediție a Zilelor Biz.

Aneta Bogdan definește un antreprenor prin valoarea pe care poate să o creeze, nu prin cifra de afaceri. Reputatul om de branding a spus că antreprenorii sunt cei care creează locuri de muncă, cei care visează, prin inovație, iar aceștia sunt vitali pentru România în acest moment. “Dacă ne uităm la perspectiva statului, în speță a guvernului, vedem o lista nesfârșită de piedici, de bariere în a face antreprenoriat. Cea mai importantă barieră este corupția. Când statul este foarte corupt și resursele țării sunt limitate, și dacă accesul la acele resurse este limitat de un mecanism corupt care nu motivează valoarea, cum am putea pe cei tineri să îi convingem să facă antreprenoriat aici? Corupția este un mindset în care acceptăm ca nu vom avea standarde și oricum vom avea succes, că nu creăm nimic de valoare și vom avea oricum succes”, a spus Aneta Bogdan.

O altă bariera pe care statul și guvernele din țară o pun în fața antreprenoriatului este confuzia, neclaritatea și ilogica sistemului legal și lipsa lui de predictibilitate.

Specialistul în branding a propus și câteva sfaturi pentru guvernanți: legislație motivantă pentru business-ul antreprenorial, o reducere a fiscalității și predictibilitatea regimului fiscal.

Un alt sfat pentru antreprenorii romani a fost crearea unui brand corporatist și organizațional, pentru că fără un brand de organizație, antreprenorul nu va atrage oameni valoroși. “Construiți-vă brandul de la început pentru că vă veți clarifica pașii care îi faceți după aceea. Construiți-vă brandul personal, care va ajuta la antreprenoriat”, a mai spus Aneta Bogdan.

Iată și părerea lui Cristian Dărmănescu – fondator Alfredo Foods, care la 38 de ani, conduce, împreună cu partenerul său, un business de 50 de milioane de euro. Are o afacere de nișă -distribuția de pește congelat și fructe exotice, iar deviza sa este: „Nici o masă fără pește!”.

Drumul de 20 de ani de la idee la afacerea reală nu a fost ușor, a spus Cristian Dărmănescu în cadrul Zilelor Biz, la Ziua de Antreprenoriat, dar compania a ajuns la o cifră de afaceri de 50 de milioane de euro în 2012, în top 5 după volumul vânzărilor pe fiecare divizie, la o cota de piață de 10-50% pe fiecare categorie de produse și la investiții totale de peste 5 milioane euro.

După Cristian Dărmănescu, antreprenorii au și un rol social. “Atitudinea de a-ți asuma lucruri este absolut necesară în societatea românească”, spune el.

Cum îți poți face angajații să se simtă apreciați

Antreprenorul este un rol în sine, pleacă de la manager și ajunge la lider, poate fi angajat în propria firmă sau model pentru alți angajați. Pentru ca o afacere să meargă fără probleme de ordin intern antreprenorul, managerul trebuie să îi facă pe angajați să se simtă apreciați.

Cum poți face asta zilnic fără a plictisi creând un mediu propice pentru creșterea calitatății serviciilor și produselor firmei tale poți afla prin descrierea următoarelor metode:

Conform Forbes.com există patru lucruri simple pe care ai putea să le faci în acest sens:

1. Arată-le apreciere în conversațiile zilnice!

În orice mediu de lucru se cunoaște principiul potrivit căruia „oricine poate fi înlocuit”. Evitați să le dați de înțeles angajaților că veți folosi un stil dictatorial de management, uneori, sentimentul de apreciere este soluția salvatoare. Aprecierea poate avea dublu sens, fie vine de la angajați către antreprenor, fie invers, însă face minuni atunci când angajații sunt conștienți de faptul că aportul lor în cadrul companiei este unic și aduce beneficii întregului angrenaj.

Aprecierea poate fi transmisă abordând conversații zilnice împreună cu angajații tăi. Și pentru ca tonul face muzica, atunci când delegi o nouă sarcină, poți s-o faci adoptând o altă manieră de a cere îndeplinirea sarcinii de lucru. În loc să folosești “Ai aici informații în plus pentru a finaliza raportul pe care ți l-am cerut încă de ieri într-o formă aproape finală, trimite-mi ce ai lucrat pentru a finisa, clientul nostru este destul de pretențios”, gândește-te la cum poți să ceri această sarcină îndeplinită într-o manieră motivatoare punând în evidență motivul pentru care apreciezi munca persoanei respective “Ai făcut o treabă excelentă privind raportul de luna trecută, trimite-mi te rog raportul pe luna aceasta pentru a-l insera în portofoliu. Avem un nou client care pe care sper să îl câștigăm ca fiind fidel și având în vedere că munca ta este foarte minuțioasă, cred că ești persoana potrivită pentru a-l prelua ulterior.”

Odată ce firma ta își creează regulile sale în concordanță cu angajații vei observa cum ia formă spiritul de echipă, iar atitudinea ta deschisă va motiva fiecare membru al echipei tale dându-le sentimentul că sunt de neînlocuit.

2. Arată-le că și alții au nevoie de ei!

Pentru că am vorbit mai sus de recunoștere și rolul ei în motivarea echipei, trebuie să scoatem în evidență faptul că aceasta nu este suficientă atunci când lucrezi cu un grup de oameni pe care îi coordonezi și care lucrează pentru tine. Recompensa intră în scenă atunci când angajații tăi fac o treabă excelentă, ea fiind recunoscută atât de către tine cât și de către ceilalți colegi printr-un feedback obiectiv.

Acest lucru se poate evidenția atunci când un client îți transmite faptul că foarte mulțumit de colaborarea cu unul dintre angajații tăi, sau când cineva dintr-un alt departament îți spune că un angajat din echipa ta l-a ajutat, spre exemplu, să găsească anumite date de care avea nevoie, este bine să îi împărtășești persoanei respective cele auzite. Indiferent dacă o faci într-un cadru privat (între patru ochi sau pe mail) sau public (în timpul unei ședințe), acest fapt îl va face pe angajatul tău să înțeleagă care este impactul lui asupra clienților și a colegilor, reamintindu-și cât de importantă este munca lui.

3. Provoacă-ți angajații!

Fiecare activitate are și părți motivatoare, dar și responsabilități mai puțin interesante. Ca antreprenor este foarte important să echilibrezi și să compensezi această latură cu sarcini provocatoare. Cunoașterea fiecărei activități din firmă este esențială pentru a realiza dacă activitățile angajaților tăi sunt repetitive. Uneori instigând imaginația angajaților în task-uri provocatoare reușești să le acorzi o încredere sporită talentele lor individuale.

O cale este recunoscută prin dezvoltarea de noi proiecte de inițiativă care implică viziunea firmei tale, dar și o pliere clară pe aptitudinile specifice fiecărui angajat și acordarea unor sarcini potrivite acestora.

4. Crește echipa de la unul la mai mulți recunoscând valoarea ei!

Atunci când ești liderul în fișa postului tău revine coordonare, gestionarea situațiilor de tot felul, motivarea și creșterea moralului în echipă, așa că atunci când îi întâmpini este bine să faci ceva pentru întreaga echipă, ca de exemplu - să le oferi un prânz împreună, să aduci gogoși. Când vine vorba de recompensă individuală, aici situația stă altfel. Obiectivitatea ta se va observa în date, statistici foarte clare care se văd în rezultatele foarte bune din ultima săptămână spre exemplu, iar recompensa poate fi aceea prin care angajatul va putea pleca cu câteva ore mai devreme de la serviciu vineri seara.

Nu îi neglija pe ceilalți și caută mereu să găsești oportunități de a-i recompensa pe fiecare în parte, recunoscându-le meritele individuale, astfel încât aceștia vor înțelege cât de importanți sunt pentru companie și pentru tine.

Oana Călărașu
Asistent Centrul de Asistență Antreprenorială





Centrul de Asistență Antreprenorială

Centru.consiliere@upb.ro
Telefon: 021 402 83 02
www.antreprenor.upb.ro

Investește în oameni!

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

"Dezvoltarea competențelor antreprenoriale - o alternativă eficientă de adaptare la piața muncii în societatea informațională"

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României