

CONSIDERENTE ȘI MOTIVE PENTRU A FI UN ÎNTRERINZĂTOR

REASONS AND MOTIVATIONS OF BEING AN ENTREPRENEUR

Liviu CIUCAN-RUSU¹,

Jean-Claude MILLION²

¹Universitatea “Petru Maior” din Tîrgu–Mureș, Facultatea de Științe Economice, Juridice și Administrative, Catedra de Management, Str. Nicolae Iorga, nr.1, Tîrgu-Mureș, județul MUREȘ, 540088, România

²Université de Strasbourg, IUT Louis Pasteur, France

email: ¹{ liviu@liviuciucan.ro }

Abstract: Această lucrare explorează din punct de vedere teoretic considerentele și motivele pentru care alegem să devenim antreprenori. Sunt prezentate atât satisfacțiile care conturează stilul de viață al antreprenorului (realizare, libertate, putere) dar, în același timp, este descris și reversul medaliei. Mai mult, miturile și realitățile despre întreprinzători sunt prezentate față în față, urmând ca propunere de proiect viitor completarea dimensiunii teoretice cu aspecte relevante empiric ce circumscriu filosofiei de a fi a întreprinzătorului „suntem ceea ce facem”.

Cuvinte cheie: Antreprenariat, Management, Succes

Clasificare JEL: L26

Abstract: This paper theoretically explores the considerations and reasons for choosing to become entrepreneurs. Both the rewards (achievement, freedom, power) and difficulties outlining the lifestyle of the entrepreneur are presented. Furthermore, myths and realities about entrepreneurs are presented, followed by a proposal for future projects that will complement the theoretical dimension with relevant empirical issues, that best describe the philosophy to be of entrepreneurs "are what we do."

Keywords: Entrepreneurship, Management, Success

JEL Classification: L26,

1 INTRODUCERE

Lumea afacerilor este magică. Putem auzi asta peste tot, la TV, în prelegeri publice, în declarații politice, în discuții, în dezbateri publice, ș.a.m.d. Oamenii se referă, în general, la afaceri, în sensul de organizație – companii, firme, întreprinderi. Foarte puțin din sensul lor ajunge la suprafață. Sensul adevărat este acolo, este scânteia care pune în mișcare sfera economică și socială, este întreprinzătorul, creatorul unei întreprinderi. El, ea, ei sunt în centrul abordării noastre, care are ca scop să explice ceea ce îi face pe ei să acționeze, să miște lumea, să îi facă pe unii invidioși. Indiferent dacă aceștia au succes sau nu, ei sunt liderii schimbării, aventurierii care pun în mișcare comunități, țări, națiuni și lumea, iar ei merită interesul și aprecierile noastre.

2 ALEGEREA DE A DEVENI UN ÎNTREPRINZĂTOR

Așa cum am văzut în capitolele precedente, antreprenoriatul înseamnă crearea unei noi inițiative. Tot ce are legătură cu antreprenorii gravitează în jurul *ideii de nou*, [5] crearea unui lucru diferit față de ce era înainte în ceea ce privește procesul comercial pe piață. De asemenea, se referă la *risc*, astfel, inițiativa întreprinzătorului este o provocare personală, iar statistica a dovedit că există o rată a eșecului în dezvoltarea unei noi afaceri. (circa 20% în primul an, 30% în primii trei ani, 40-50% în primii cinci ani). [1]

Atunci când cineva devine întreprinzător *are un*

1 INTRODUCTION

Business is a magical word. We can hear it all around us, in TV shows, in public lectures, in political statements, in chats, in the community debates and so on. People usually refers to the meaning of the organization – companies, firms, enterprises. Very little content goes beyond the surface. The real thing is there, is the spark that ignites the economic and social sphere, is the entrepreneur, the creator of an undertaking. He, she, or them, they are the center of our approach intended to explain what makes them to act, to shake our world, to make some jealous. Whether they succeed or fail, they are the leaders of change, adventurers that make communities, countries, nations and world turn, and they deserve our interest and appreciations.

2 THE CHOICE OF BEING AN ENTREPRENEUR

As we have seen in the previous chapters, entrepreneurship is about the new venture creation. Everything about entrepreneurs gravitates around the *new entry idea*, [5] the creation of something different than before regarding the trading process on a market. It also refers to *risk*, therefore the entrepreneurial undertaking is personal challenge and statistics has proven that there is a rate of failures in the new business development. (about 20% in the first year, 30% in the first three years, 40-50% in the first 5 years). [1]

There is a *price to pay* when someone chooses to

preț de plătit. Atunci când se ia decizia, trebuie avute în vedere câteva aspecte[6]:

- *Solitudinea* – creatorul unei inițiative este, de obicei, o persoană unică, adesea neînțeleasă de oamenii din jur. Aceasta este singură atunci când trebuie să ia decizii în circumstanțe dificile în legătură cu afacerea sa și, uneori, cu bunăstarea familiei sale. Solitudinea riscă să crească în amploare atunci când întreprinzătorul este obișnuit să decită totul și să țină toate informațiile pentru el însuși. Astfel, acesta va rămâne înconjurat de simpli executanți cu care nu va împărți nici bucuria, nici teama.
- *Insecuritatea* – multe evenimente pot lovi fie compania, fie persoana. Pierderea unui contract, refuzul unui bancher, sosirea unui concurent puternic, problemele de sănătate sunt exemple care pot dăuna afacerii și duce la pierderea de timp și de efort din partea întreprinzătorului. Opinia publică poate reprezenta și ea un pericol. În unele culturi “dacă ai succes ești considerat joț, dacă pierzi, ești considerat un ratat”.
- *Lipsa încrederii* – trebuie să aștepti un timp înainte de a fi considerat de încredere. Opinia generală este că oamenii și organizațiile tratează cu respect doar persoanele puternice. Un întreprinzător tânăr care conduce o afacere tânără, trebuie să facă eforturi mari pentru a convinge clienții, partenerii, furnizorii, bancherii, autoritățile, în legătură cu abilitățile sale. Această atitudine rigidă poate afecta în mare măsură dinamica unei afaceri.
- *Sacrificiul* – atât familial, cât și financiar.

become an entrepreneur. Several dimension should be taken into account when making the decision[6]:

- *The solitude* - the creator of a venture is usually a single being, often not understood by the people around him. He is alone when he has to decide in difficult circumstances for his business and sometimes for the well being of his family. The solitude risks to increase in time as the entrepreneur gets use to decide everything and to keep all the information for himself. Thus he can find himself surrounded by simple executants who will not share neither the joy or the fear.
- *The insecurity* – many events can happen and hit the company or the person. The loss of a contract, the refuse of a banker, the arrival of a strong competitor, the health problems are examples of causes that can hurt a business and waste the time and effort of the entrepreneur. The public opinion can be a danger too. In some cultures “if you succeed, you are a considered a thief, if you fail you are a loser”.
- *The lack of trust* – there is a time to wait before being considered as trustable. There is a general opinion that people and organizations treat with respect only the strong persons. A young entrepreneur managing a young business has to do special efforts to convince customers, partners, suppliers, bankers, authorities about his abilities. This rigid attitude can affect a lot the dynamics of a business.
- *The sacrifice* – both familial and financial. Especially in the starting stage of a business, the

În special în faza de început a afacerii, proprietarul este ca o “fantomă” pentru familia sa. [3] El lucrează circa 12 ore pe zi, 7 zile pe săptămână și se concentrează întotdeauna pe problemele de afaceri. Familia are un rol de susținere foarte important, în lipsa ei, omul de afaceri este în dificultate. Adevărul este că o inițiativă nouă trebuie să fie finanțată până în momentul în care aduce valoare. Este nevoie de o sumă mai mare sau mai mică pentru a fi investită în activele noii companii și o parte pentru echilibrul cash-flow-ului. Foarte adesea, întreprinzătorul apelează la economiile personale sau ale familiei, sau poate face un credit sau un leasing. Este foarte importantă planificarea tuturor cheltuielilor și să nu confunde niciodată compania cu propriul buzunar.

O întrebare foarte importantă în discuția noastră este *de ce să devii întreprinzător?* Oamenii devin întreprinzători din multe motive. Unii sunt atrași de senzația de independență și libertatea față de restricțiile corporațiilor și companiilor. Capacitatea de “a face lucrul tău”, de a lua propriile decizii, și de a exercita un control mai mare asupra propriului mediu de lucru sunt o alternativă atrăgătoare pentru conformismul asociat cu viața într-o companie mare. Unii oameni se pot lovi de un zid, pot simți un blocaj în ceea ce privește promovarea, sau că nu progresează atât de rapid pe cum ar dori, iar aceste condiții devin factori motivaționali. Alți oameni cred că a înființa o companie le poate asigura oportunități pentru o creștere durabilă și mobilitate. Pentru alții, începerea propriei afaceri le asigură flexibilitatea pe care o caută în propriile lor vieți.

owner is a “ghost” for his family. [3] He works about 12 hours a day, 7 days a week and he is concentrated always on the business issues. The family has an extremely supporting role, without it a businessman being in trouble. The truth is that a new venture needs to be financed until its outputs bring value. There is a lower or higher amount to be invested in assets for the new company and another part for the balance of the cash-flow. Very often the entrepreneur appeals to the personal or family savings, or he can make a credit or a leasing. It is very important to plan all the expenses and never confound the company with his own pocket.

An important question in our approach is *Why become an entrepreneur?* People become entrepreneurs for many reasons. Some people are attracted to the perceived independence and freedom from restrictions of corporations and companies. Being able “to do your own thing”, make your own decisions, and exert greater control over your own working environment are attractive alternative to the conformity associated with life in a big company. Some may hit a plateau, feel that they are blocked from further promotions, or are not progressing as rapidly as they would like, and these conditions become motivating factors. Other people believe that building a company can provide them with opportunities for sustained growth and mobility. For others, starting their own business provides them with the flexibility they seek in their lives. And, of course, for many entrepreneurship offers a vehicle for creating huge

Și, desigur, multora antreprenoriatul le oferă un vehicul pentru a crea beneficii financiare imense. Înainte de a intra în domeniul atribuțiilor și competențelor care privesc antreprenoriatul, dorim să reaccentuăm “starea de motivație”, simpla nevoie de succes, văzută de antreprenori ca o combinație a trei direcții: [7]

- Materială (bani);
- Personală (propriul șef, independent, realizator, aprecierea de sine);
- Socială (imagine publică, responsabilitate, influență).

Alte opinii prezintă motivații legate de *alegerea în viață* a unei persoane întreprinzătoare. [8] La mijloc există un centru, care se bazează pe un triunghi:

- *Realizarea* – întreprinzătorul are dorința de a merge mai departe, de a explora și de a-și depăși limitele, el dorește să câștige bătălii ale propriului său război în viață.
- *Libertatea* – omul de afaceri vrea să decidă ce este mai bine pentru viața sa și a companiei, dorește să își impună propriile obiective și să urmeze propriile reguli, nu poate accepta să fie judecat de alții.
- *Puterea* – partea cea mai riscantă din cauza aspectului dominanței, este o prelungire a independenței și definește dorința de a influența oamenii.

Există câteva abordări diferite [2] de identificare a tipurilor antreprenoriale care recunosc trei tipuri de profile:

1. *Întreprinzătorii aspiranți*. Aceștia visează

financial rewards.

Before entering in the field of features and competencies regarding the entrepreneurship, we want to reinforce “the motivation state”, the simple need for success, seen by entrepreneurs as a combination of three directions: [7]

- Material (money);
- Personal (own boss, independent, achiever, self-esteem);
- Social (public image, responsibility, influence).

Others opinions point on the *lifetime choice* motivations of an entrepreneurial person. [8] There is a fire within, relying on a triangle:

- *The achievement side* – the entrepreneur has the will to go further, to explore and overcome its limits, he wants to win battles of his war in life.
- *The freedom side* – the businessman wants to decide what is best for his life and company, he wants to set his own objectives and follow his rules, he cannot accept to be judged by others.
- *The power side* – the riskiest part because of the dominance approach, is an extend to the independence and it defines the desire to influence people.

There are several different approaches [2] to identifying entrepreneurial types that recognize three kinds of profiles:

1. *Aspiring entrepreneurs*. They dream of

să înceapă o afacere, speră să devină propriul lor șef, dar nu au făcut pasul de la locul lor actual de muncă la nesiguranța unui început.

2. *Întreprinzătorii ca stil de viață.* Aceștia au dezvoltat o afacere care se potrivește caracteristicilor lor individuale și stilului lor de viață. Intenția principală este de a obține un venit pentru ei și pentru familiile lor. Profilul lor reprezintă “micile afaceri”, societăți care sunt esențiale pentru bunăstarea comunității, cei mai mulți conducându-și afacerea de acasă.

3. *Întreprinzătorii de creștere.* Aceștia au atât dorința, cât și abilitatea de a crește afacerea pe cât de repede posibil, profitând de multe oportunități. Aceste companii sunt cele mai dinamice generatoare de locuri de muncă într-o economie.

3 MITURI ȘI REALITĂȚI DESPRE ÎNTREPRINZĂTORI

Chiar și în aceste vremuri de cunoaștere și sofisticare întreprinzătorii și inițiativele în afaceri fac obiectul multor presupuneri legate de stereotipuri care îmbogățesc folclorul legat de afaceri. Anumite mituri se bucură de atenție și popularitate. În timp ce aserțiunile generale se pot aplica unor tipuri de întreprinzători și situații specifice, marea varietate a fondatorilor tinde să sfideze generalizarea. Conform celor mai mulți cercetători[4], întreprinzătorii sfidează stereotipurile. Iată câteva exemple de mituri solide legate de creatorii de inițiative și afacerile lor.

starting a business, they hope for the chance of being their own boss, but they have not yet made the leap from their current employment to the uncertainty of a startup.

2. *Lifestyle entrepreneurs.* They have developed a business that fits their individual circumstances and their style of life. The basic intention is to earn an income for themselves and for their families. The profile refers to “small business”, enterprises that are essential for the community’s well being, most of them running their business from home.

3. *Growth entrepreneurs.* They have both the desire and ability to grow the business as fast and as large possible, taking the chance from many opportunities. These companies are the most dynamic job generators in an economy.

3 MYTHS AND REALITIES ABOUT ENTREPRENEURS

Even in this time of knowledge and sophistication, the entrepreneurs and the business ventures are the object of many assumptions about stereotypes, enriching the folklore related to business. Certain myths enjoy recurring attention and popularity. While generalities may apply to certain types of entrepreneurs and particular situations, the great variety of founders tend to defy generalization. According to the most part of the researchers [4], entrepreneurs defy stereotyping. The following are examples of long-standing myths about the new venture creators and their business.

1. *Te naști, nu devii întreprinzător.*

În timp ce întreprinzătorii se nasc cu o oarecare inteligență nativă, un fler creativ și energie, talentul lor arată ca argila nemestecată, sau ca pânzele nepictate. Devii întreprinzător atunci când acumulezi abilități în acest sens, cunoștințe, experiență și legături pe termen lung, și include o mare doză de dezvoltare personală. Capacitatea creativ-vizionară, iar apoi fructificarea unei oportunități descinde direct din cel puțin 10 sau mai mulți ani de experiență care să conducă la recunoașterea generală. Totuși, experții sunt de acord, în general, că majoritatea întreprinzătorilor nu s-au născut așa; ei au învățat să devină întreprinzători. Proliferarea recentă a cursurilor liceale și universitare asupra acestui subiect susține acest argument. Antreprenoriatul este în prezent predat cu succes. [9]

2. *Oricine poate începe o afacere.*

Întreprinzătorii care recunosc diferența dintre o idee și o oportunitate și care gândesc suficient de amplu, încep afaceri care au șanse mai mari de succes. Norocul, în măsura în care acesta există, necesită o bună pregătire. Iar cea mai ușoară parte este începutul. Ce este mai greu, este să supraviețuiești, să durabilizezi și să construiești o afacere astfel încât fondatorii acesteia să poată obține un beneficiu. Probabil că 10 din 20 afaceri noi care supraviețuiesc primilor cinci ani sau mai mult au ca rezultat un câștig de capital pentru fondatori.

3. *Întreprinzătorii sunt jucători.*

Întreprinzătorii de succes își asumă riscuri

1. *Entrepreneurs are born, not made.*

While entrepreneurs are born with certain native intelligence, a flair for creating, and energy, these talents by themselves are like unmolded clay or unpainted canvas. The making of an entrepreneur occurs by accumulating the relevant skills, know-how, experiences, and contacts over a period of years and includes large doses of self-development. The creative capacity to envision and then pursue an opportunity is a direct descendent of at least 10 or more years of experience that lead to pattern recognition. However, experts generally agree that most entrepreneurs were not born; they learned to become entrepreneurs. The recent proliferation of college and university courses on the subject supports this point. Entrepreneurship is currently being successfully taught. [9]

2. *Anyone can start a business.*

Entrepreneurs who recognize the difference between an idea and an opportunity and who think big enough, start businesses that have a better chance of succeeding. Luck, to the extent it is involved, requires good preparation. And the easiest part is starting up. What is hardest is surviving, sustaining, and building a venture so its founders can realize a harvest. Perhaps only one in 10 to 20 new businesses that survive five years or more results in a capital gain for the founders.

3. *Entrepreneurs are gamblers.*

Successful entrepreneurs take very careful, calculated risks. They try to influence the odds, often by getting others to share risk with them and by avoiding or minimizing risks if they have the

calculate, cu mare grijă. Aceștia încearcă să influențeze norocul, aducând și pe alții să-și asume riscurile cu ei, evitând sau minimizând riscurile dacă există posibilitatea. Adesea, aceștia feliază riscul în bucăși mai mici, digerabile; doar atunci își alocă timpul sau resursele pentru a stabili dacă această felie va funcționa. Ei nu caută în mod deliberat să își asume riscuri suplimentare sau inutile, însă nici nu se eschivează de un risc de neevitat.

4. *Întreprinzătorii vor totul pentru ei.*

Deținerea și controlul întregului pune un acoperiș creșterii. Întreprinzătorii singuri își câștigă, de obicei, existența. Este extrem de dificil să creezi o afacere cu potențial ridicat lucrând doar cu propriile mâini. Întreprinzătorii cu potențial ridicat construiesc o echipă, o organizație și o companie. În plus, 100% din nimic înseamnă nimic, așa că, în loc să ia o felie mare din tort, ei lucrează în așa fel încât să aibă un tort mai mare.

5. *Întreprinzătorii sînt propriii lor șefi și complet independenți.*

Întreprinzătorii nu sunt nici pe departe independenți și trebuie să servească pentru mulți stăpâni și acționari, inclusiv asociați, investitori, clienți, furnizori, creditori, angajați, familii și pentru cei implicați în obligațiile sociale și ale comunității. Întreprinzătorii, totuși, pot lua decizii liber, în legătură cu oportunitatea, momentul și obiectul răspunderii lor. Mai mult, este extrem de dificil și de rar să contruiești o afacere de peste 1 milion în vânzări, cu un singur om.

6. *Întreprinzătorii muncesc mai mult și mai*

choice. Often they slice up the risk into smaller, quite digestible pieces; only then do they commit the time or resources to determine if that piece will work. They do not deliberately seek to take more risk or to take unnecessary risk, nor do they shy away from unavoidable risk.

4. *Entrepreneurs want the whole show to themselves.*

Owning and running the whole show effectively puts a ceiling on growth. Solo entrepreneurs usually make a living. It is extremely difficult to grow a higher potential venture by working single-handedly. Higher potential entrepreneurs build a team, an organization, and a company. Besides, 100 percent of nothing is nothing, so rather than taking a large piece of the pie, they work to make the pie bigger.

5. *Entrepreneurs are their own bosses and completely independent.*

Entrepreneurs are far from independent and have to serve many masters and constituencies, including partners, investors, customers, suppliers, creditors, employees, families, and those involved in social and community obligations. Entrepreneurs, however, can make free choices of whether, when, and what they care to respond to. Moreover, it is extremely difficult, and rare, to build a business beyond 1 million in sales single-handedly.

6. *Entrepreneurs work harder and longer than managers in big companies.*

All successful entrepreneurs work long hours, which cuts into their personal life. However, long

intens decât managerii companiilor mari.

Toți întreprinzătorii de succes muncesc multe ore, ceea ce le afectează viața personală. Totuși, orele lungi de muncă nu sunt specifice doar pentru întreprinzători. Mulți manageri de corporații și directori executivi lucrează mult peste media de 40 de ore pe săptămână. Diferența primară dintre întreprinzător și echivalentul său într-o corporație este controlul programului. În lumea corporațiilor nu ai neapărat controlul asupra propriului program. Dacă un manager superior programează o ședință de sâmbătă, nu ai de ales, trebuie să mergi. Întreprinzătorii nu își pun problema dacă lucrează șaiszeci sau șaptezeci de ore pe săptămână, însă fac totul pentru a-și păstra timpul lor privat. Ei programează ședințele importante în timpul săptămânii, astfel încât să poată avea weekendurile pentru viața lor personală, care, pentru ei, este foarte importantă.

7. *Întreprinzătorii experimentează un volum mare de stress și plătesc un preț scump.*

Fără îndoială, a fi întreprinzător este stresant și solicitant. Dar este clar că nu este mai stresant decât multe alte profesii foarte solicitante, iar întreprinzătorii consideră că meseria lor este foarte satisfăcătoare. Ei au un simț crescut al satisfacției, sunt mai sănătoși și este mult mai puțin probabil să se pensioneze decât cei care lucrează pentru alții. De trei ori mai mulți întreprinzători decât manageri de corporații spun că nu au de gând să se pensioneze niciodată.

8. *Începerea unei afaceri este riscantă și adesea eșuează.*

working hours are not unique to entrepreneurs. Many corporate managers and executives work well beyond the average forty-hour work week. The primary difference between the entrepreneur and his or her corporate counterpart is schedule control. In the corporate world, you may not have control over your schedule. If some higher-level manager calls a Saturday meeting, you've got no choice but to be there. Entrepreneurs don't mind working sixty- to seventy-hour weeks, but they will do everything they can to preserve their private time. They schedule important meetings, during the week so that they can have weekends off for their personal life, which is very important to them.

7. *Entrepreneurs experience a great deal of stress and pay a high price.*

No doubt that being an entrepreneur is stressful and demanding. But there is no that it is any more stressful than numerous highly demanding professional roles, and entrepreneurs find their job very satisfying. They have a high sense of accomplishment, are healthier and much less likely to retire than those who work for others. Three times as many entrepreneurs as corporate managers say they plan never to retire.

8. *Starting a business is risky and often ends in failure.*

Talented and experienced entrepreneurs often head successful ventures. They pursue attractive opportunities and are able to attract the right people and necessary financing and other resources to make the venture work.

Întreprinzătorii talentați și experimentați conduc adesea afaceri de succes. Ei urmăresc oportunități atractive și sunt capabili să atragă oamenii potriviți și finanțarea necesară și alte resurse pentru a face afacerea să funcționeze.

9. *Banii sunt cel mai important ingredient de început.*

Banii sunt un ingredient obligatoriu al unei noi afaceri, dar nici pe departe cel mai important, fiind, mai degrabă, factorul cel mai puțin important al succesului. Banii reprezintă pentru întreprinzător ceea ce reprezintă pensula și vopseaua pentru artist, un instrument inert, care, în mâinile potrivite, poate face minuni. Banii sunt și un mod de a ține scorul, mai degrabă decât un scop în sine. Timpul și, din nou, mult după ce un întreprinzător a făcut câteva milioane de euro sau mai mult, va lucra fără încetare asupra viziunii sale de a-și mări afacerea sau de a dezvolta una nouă.

10. *Întreprinzătorii trebuie să fie tineri și energici*

Deși aceste calități pot ajuta, vârsta nu este o barieră. Există numeroși întreprinzători care și-au început afacerea la 50 sau 60 de ani. Ceea ce este esențial, este să deții cunoștințele necesare, experiența și contactele care să faciliteze recunoașterea și urmărirea oportunității.

11. *Întreprinzătorii sunt motivați doar de căutarea de bani.*

Orice întreprinzător de succes vă va spune că începerea unei afaceri nu este o alternativă de îmbogățire rapidă. Întreprinzătorii sunt motivați mai mult de construirea unor întreprinderi solide și

9. *Money is the most important startup ingredient.*

Money is an compulsory ingredient of a new venture, but not at all the most important, rather the less important factor to success. Money is to the entrepreneur what the paint and brush are for the artist – an inert tool, which in the right hands can create marvels. Money is also a way of keeping score, rather than just an end in itself. Time and again, even after an entrepreneur has made a few millions euro or more, he will work incessantly on his vision to expand the business or to develop a new one.

10. *Entrepreneurs should be young and energetic.*

While these qualities may help, age is not a barrier. There are numerous entrepreneurs that started their business in their 50s or 60s. What is critical is possessing the relevant know-how, experiences and contacts that facilitate recognizing and pursuing an opportunity.

11. *Entrepreneurs are motivated only by the quest for money.*

Any successful entrepreneur will tell you that starting a business is not a get-rich-quick alternative. Entrepreneurs are more driven by building solid enterprises and realizing long term capital gains. New businesses usually take from one to three years to turn a profit. In the meantime, you will do well to break even. During the business start-up stage, entrepreneurs do not buy anything they do not need, such as fancy cars. Most drive junk cars and use their surplus money to pay off

de realizarea unor câștiguri de capital pe termen lung. Noile afaceri necesită, de obicei, între unu și trei ani pentru a obține profit. Între timp, te poți ocupa de rentabilizare. În faza de început a afacerii, întreprinzătorii nu cumpără nimic din ceea ce nu le trebuie, precum mașinile scumpe. Majoritatea conduc mașini ieftine și folosesc surplusul de bani pentru a plăti datorii sau pentru a-i reinvesti în afacere. Ei se concentrează pe crearea unei companii cu o bază financiară puternică pentru expansiunea viitoare.

12. *Întreprinzătorii caută puterea și controlul asupra celorlalți.*

Întreprinzătorii de succes caută responsabilitatea, realizările și rezultatele, mai degrabă decât puterea de dragul puterii. Ei prosperă într-un sens al îndeplinirii și al depășirii concurenței, mai degrabă decât în nevoia personală de putere exprimată prin dominarea și controlul celorlalți. În virtutea rezultatelor sale, ei pot fi puternici și influenți.

13. *Talentul este cheia succesului în scurt timp.*
O veche maximă printre capitaliștii de modă veche spune că: "lămâia se coace în doi ani, iar perlele în șapte". Rar se întâmplă ca o afacere nouă să se stabilească solid în mai puțin de trei sau patru ani. Succesul timpuriu trebuie gestionat cu atenție, pentru a se transforma într-o creștere durabilă, pentru a nu se irosi.

14. *Orice întreprinzător cu o idee bună poate mări capitalul afacerii.*

Mai puțin de 3% din capitalul de pornire vine de la fondator. Trebuie să subliniem că banii sunt o marfă scumpă. Deși există bănci și alte surse de

debt or reinvest it in the business. Their focus is on creating a company with a strong financial base for future expansion.

12. *Entrepreneurs seek power and control over others.*

Successful entrepreneurs are driven by the quest for responsibility, achievement and results, rather than for power for its own sake. They thrive in a sense of accomplishment and of outperforming the competition, rather than a personal need for power expressed by dominating and controlling others. By virtue of their accomplishment they may be powerful and influential.

13. *Talent is the key to succeed in a short time.*

An old maxim among old venture capitalists says: "the lemon ripen in two years, but the pearls take seven". Rarely is a new business established solidly in less than three or four years. An early success must be attentively managed, to transform it into a sustainable growth, not to waist it.

14. *Any entrepreneur with a good idea can raise venture capital.*

Less than 3% of startup seeking venture capital are funded. We have to emphasize that money is an expensive merchandise. Although there are banks and other capital sources, the decision to invest is a difficult challenge. The investor must be convinced by the opportunity.

15. *A well paced partner is the key to success.*

We can hear this phrase very often and we have to admit that they are partially right. Sometimes, when it comes to do business with governments, we can think about corruption too. But a company

capital, decizia de a investi este o provocare dificilă. Investitorul trebuie convins de oportunitate.

15. Un partener bine plasat este cheia succesului.

Putem auzi această frază adesea și trebuie să admitem că este parțial adevărată. Uneori, când se întâmplă să faci afaceri cu guverne, ne putem gândi la corupție. Dar o companie nu se poate baza pe un singur "sponsor" dacă dorește să crească.

16. Majoritatea întreprinzătorilor încep afacerea în domenii atractive.

Din nefericire, adevărul este opusul. Majoritatea întreprinzătorilor se îndreaptă spre afacerile cele mai proaste pentru început. Corelarea dintre numărul de întreprinzători care încep o afacere într-un domeniu și numărul de companii care eșuează într-un domeniu este de 0,77. Aceasta înseamnă că majoritatea întreprinzătorilor merg spre industrii în care este cel mai probabil să eșueze.

17. Întreprinzătorii trebuie să fie maeștrii ai high-tech-ului.

Cu toții cunoaștem câte ceva despre întreprinzătorii maeștri ai "high-tech-ului", precum Bill Gates, de la Microsoft, care au reușit. Atenția media supraestimează succesul acestor puțini întreprinzători high-. Doar un mic procent din afacerile personale de azi sunt considerate high-tech, iar ceea ce era considerat high-tech în urmă cu câțiva ani nu mai este considerat high-tech după standardele de astăzi. Este necesar să ai rate mari de profit, nu high-tech, ca să fii întreprinzător. Trebuie văzute problemele recente care au afectat

cannot rely only on one "sponsor" if it wants to grow.

16. Most entrepreneurs start businesses in attractive industries.

Sadly, the opposite is true. Most entrepreneurs head right for the worst industries for start-ups. The correlation between the number of entrepreneurs starting businesses in an industry and the number of companies failing in the industry is 0.77. That means that most entrepreneurs are picking industries in which they are most likely to fail.

17. Entrepreneurs must be high-tech wizards.

We are all aware of a few "high-tech" entrepreneur wizards, such as Microsoft's Bill Gates, who have made it. Media attention overplays the success of these few high-tech entrepreneurs. Only a small percentage of today's personal businesses are considered high tech, and what was considered high tech just a few years ago is not considered high tech by today's standards. It takes high profit margins, not high tech, to make it as an entrepreneur. One has only to look at the recent problems that have plagued the computer industry to understand this basic principle. High-tech personal computers did very well when they made high profit margins. The industry went into a nose dive when profits fell.

18. Entrepreneurs are loners and introverts.

Initially, entrepreneurs might work alone on a business idea by tinkering in the solitude of their garage or den. However, the astute entrepreneur knows that he or she must draw on the experience

industria computerelor pentru a înțelege acest principiu de bază. Computerele personale high-tech s-au descurcat foarte bine când aveau rate mari de profit. Industria a început să se prăbușească atunci când profiturile au început să cadă.

18. *Întreprinzătorii sunt singuratici și introvertiți.*

Inițial, întreprinzătorii trebuie să muncească singuri asupra unei idei de afaceri gândindu-se în singurătatea garajului sau a cuibului lor. Totuși, antreprenorul inteligent știe că trebuie să se plieze pe experiența și ideile altora pentru a reuși. Întreprinzătorii vor căuta activ sfatul altora și își vor face multe legături pentru a le valida ideile de afaceri. Întreprinzătorul singuratic care nu vorbește cu nimeni nu va putea începe niciodată o afacere de succes.

19. *Întreprinzătorii sar peste statutul de angajat.*

Un studiu recent asupra întreprinzătorilor de succes arată că majoritatea au lucrat într-o corporație mare un număr de ani înainte de a-și începe propria afacere. În fiecare situație, aceștia au folosit structura corporatistă pentru a învăța tot ce au putut în legătură cu afacerea pe care intenționau să o înființeze, înainte de a începe. Întreprinzătorii nu au sărit peste statutul de angajat.

20. *Întreprinzătorii sunt necinstiți.*

Unii cred că, pentru a deveni întreprinzător, trebuie să înșeli și să calci peste oricine stă în calea ta. Dimpotrivă, acest mod de operare nu funcționează pentru întreprinzător. Întreprinzătorul cu adevărat necinstiți nu va fi capabil să găsească ajutorul

and ideas of others in order to succeed. Entrepreneurs will actively seek the advice of others and will make many business contacts to validate their business ideas. The entrepreneur who is a loner and will not talk to anybody will never start a successful business.

19. *Entrepreneurs are job hoppers.*

A recent study of successful entrepreneurs showed that most of them worked for a large corporation for a number of years before they started their own business. In every instance, they used the corporate structure to learn everything they could about the business they intended to establish, before they started. Entrepreneurs are not job hoppers.

20. *Entrepreneurs are deceptive people.*

Some believe that to make it as an entrepreneur, you have to be deceptive and step on anybody who gets in your way. On the contrary, this mode of operation doesn't work for the entrepreneur. The truly deceptive entrepreneur will not be able to seek help from others or retain suppliers or customers. He or she will ultimately fail.

celorlalți sau să păstreze furnizori sau clienți. În cele din urmă, acesta va eșua.

4 CONCLUZII

Multe lucrări și cărți științifice care privesc fenomenul antreprenorial a fost emis de cercetările efectuate în domeniile economiei și al afacerilor. Vom încerca să efectuăm atât cercetări teoretice, cât și empirice, vom încerca să explicăm motivația eforturilor antreprenoriale, bazate pe principiul filosofic „suntem ceea ce facem” . [6] Considerăm că fundamentul antreprenoriului se bazează pe aspecte culturale. Avem ca scop să subliniem rolul educației ca parte a evoluției culturale, la nivel personal, organizațional și social. Când vorbim despre nivelul personal, este foarte important să separăm două dimensiuni. Pe de o parte, fondul cultural al unei persoane care devine întreprinzător și, pe de altă parte, aspecte care se referă la faptul că majoritatea oamenilor lucrează pentru și cu întreprinzătorul, așa că aceștia trebuie să-i acorde respectul cuvenit. Venind dintr-o țară recent devenită membru UE, încă în tranziție la economia de piață, credem că moștenirea culturală socialistă sau comunistă, combinată cu mozaicul capitalismului în curs de dezvoltare, vor afecta pe termen lung cultura pro-antreprenorială. La nivel social, există o gamă largă de reprezentare a conceptului antreprenorial, orientat în special către partea empirică, care asigură exemple contrastante.

4 CONCLUSIONS

Many scientific papers and books regarding the entrepreneurial phenomenon issued from researches conducted in the economics and business areas. We will try to carry on both theoretical and empirical researches, we will try to explain the rational of the entrepreneurial endeavor, based on the philosophical principle “we are what we do”. [6] We consider that the fundamental of the entrepreneurship relies in cultural aspects. We intend to emphasize the role of education, as a part of the cultural evolution, at personal, organizational and social level. When talking about the personal level, it is very important to separate two dimensions: on one hand the cultural background of a person that becomes an entrepreneur and on the other hand the aspects that refer to the fact that most of the people must work for and with the entrepreneur, so they have to pay respect to that person. Coming from a new member of EU country, still in transition to the market economy, we think that the cultural socialist or communist heritage combined with the mosaic of the emerging capitalism will affect for long time the pro-entrepreneurial culture. At a social level there is a wide range of representation of the entrepreneurial concept, mostly oriented on the empiric side, providing contrasting examples.

BIBLIOGRAFIE:

- [1] Ciucan Rusu, L. *Entrepreneurial Features and Competencies – Training Opportunities*. EEE Project - 1st Meeting, 2008, Tirgu-Mures, Romania.
- [2] Good, W.S. *Building a dream: a comprehensive guide to start a business of your own*. McGraw-Hill Ryerson, 1993, 280 p, ISBN 0-07-552848-7.
- [3] Gorre, P. *Le guide du createur d'entreprise*. Editions du Puits Fleuris Paris, 1999, 307 p, ISBN 2-86739-132-6.
- [4] Kaplan, J.M. *Patterns of Entrepreneurship*, John Wiley and Sons Hoboken, 450 p, ISBN 0-471-20382-3.
- [5] Papin, R. *Strategie pour la Creation d'Entreprise*. Dunod Paris, 2007, 719 p, ISBN 978-2-10-050772-6.
- [6] Silva, A.R. *Experiment Success*, Radical Craiova, 2006, 104 p, ISBN 973-8386-27-2.
- [7] Solymossy, E. *Entrepreneurial dimensions: the relationship of individual, venture and environmental factors to success*. Ph D Thesis, Department of Marketing and Policy, Weatherhead School of Management, Case Western Reserve University, 1998.
- [8] Timmons, J.A. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. Irwin, 1994, 496 p, ISBN 0-256-11548-6.
- [9] ***, UN – EMPRETEC Program Manual 2006.