**MITURI DESPRE ANTREPRENORI**

**Mitul 1:** Antreprenorii se nasc, nu se formează.

**Realitatea:** Deşi antreprenorii se nasc cu o anumită inteligenţă nativă, cu fler de a crea şi energie, aceste talente în sine sunt doar ca un lut neprelucrat sau ca o pînză nepictată. Formarea unui antreprenor are loc prin acumularea aptitudinilor relevante, a know-how-ului, a experienţei şi a contactelor pe parcursul unei anumite perioade de timp şi include doze semnificative de auto-dezvoltare. Capacitatea creativă de a anticipa şi ulterior de a valorifica o oportunitate este rezultatul direct a cel puţin zece ani sau mai mult de experienţă, care au condus la recunoaşterea unui asemenea model.

**Mitul** **2**: Oricine poate lansa o afacere.

**Realitatea:** Antreprenorii care recunosc diferenţa dintre o idee şi o oportunitate şi care gîndesc suficient de larg lansează afaceri cu şanse mai mari de succes. Norocul, în măsura în care este implicat, necesită o bună pregătire. Începutul unei afaceri este partea cea mai uşoară. Mai greu este de a supravieţui, de a susţine şi a construi o afacere, care le-ar aduce fondatorilor săi o “recoltă”. Probabil, doar una din 10 sau 20 noi afaceri care supravieţuiesc cinci sau mai mulţi ani, rezultă în profit pentru fondatori în termeni de capital.

**Mitul 3:** Antreprenorii sunt aventurieri.

**Realitatea:** Antreprenorii de succes îşi asumă cu multă prudenţă riscuri calculate. Ei încearcă a influenţa asupra şanselor de care dispun, deseori convingîndu-i pe alţii să împartă cu ei riscurile şi evitînd sau minimizînd riscurile, dacă dispun de o asemenea opţiune.

De asemenea, ei deseori împart riscurile în părţi mai mici, mai uşor digerabile; doar atunci ei alocă timp şi resurse pentru a determina dacă partea respectivă va funcţiona. Ei nu caută în mod deliberat riscuri şi nu-şi asumă riscuri inutile, dar nici nu se eschivează de la riscurile inevitabile.

**Mitul 4:** Antreprenorii doresc totul doar pentru ei.

**Realitatea:** Posedarea şi dirijarea întregii afaceri de către o singură persoană creează un tavan pentru creştere. Antreprenorii singuri de obicei cîştigă doar pentru existenţă. Pentru cei care lucrează singuri este extrem de dificil de a dezvolta o afacere cu un înalt potenţial. Antreprenorii cu un înalt potenţial formează o echipă, o organizaţie şi o întreprindere. 100 procente de nimic este egal cu nimic, astfel, ei nu încearcă a-şi atribui bucata mai mare din plăcintă, ci lucrează pentru a face *plăcinta* mai mare.

**Mitul 5:** Antreprenorii sunt proprii lor şefi şi sunt completamente independenţi.

**Realitatea:** Antreprenorii sunt departe de a fi independenţi şi trebuie să servească mai multor stăpîni şi mai multor clienţi. Printre aceşti actori interesaţi sunt partenerii, investitori, clienţii, furnizorii, creditorii, angajaţii, familiile şi toţi cei implicaţi în obligaţiunile sociale şi comunitare. În acelaşi timp, antreprenorii pot face o alegere liberă dacă, cînd şi la ce să răspundă. Este extrem de dificil şi rar de a crea de unul singur o afacere evaluată de la un milion la două milioane de dolari în vînzări.

**Mitul 6:** Antreprenorii lucrează mai mult şi mai greu, decît managerii întreprinderilor mari.

**Realitatea:** Nu este absolut evident că toţi antreprenorii lucrează mai mult, decît omologii lor corporativi. Unii-da, alţii-nu. Unii chiar confirmă că lucrează mai puţin.

**Mitul** **7**: Antreprenorii sunt supuşi unui grad înalt de stres şi plătesc un preţ mare.

**Realitatea:** Nu există vreo îndoială în această privinţă: A fi antreprenor este un lucru stresant şi exigent. Totodată, nu este evident că este mai stresant, decît numeroase alte roluri profesionale, cu un înalt nivel de exigenţă, în timp ce însăşi antreprenorii consideră că lucrul lor aduce satisfacţie. Ei au înalt simţ al realizării, sunt mai sănătoşi şi sunt mai puţin dispuşi la pensionare, decît cei care lucrează pentru cineva. De trei ori mai mulţi antreprenori, decît manageri au afirmat că nu planifică să iasă vreodată la pensie.

**Mitul** **8**: Începutul unei afaceri este riscant şi deseori se soldează cu eşec.

**Realitatea:** Antreprenorii talentaţi şi experimentaţi – deoarece ei valorifica oportunităţi atractive şi sunt capabili de a atrage oamenii potriviţi şi resursele financiare necesare, precum şi de altă natură pentru a pune în funcţiune afacerea – se află deseori în fruntea întreprinderilor performante. Mai mult decît atît, eşuează afacerile, dar nu antreprenorii. Eşecul este deseori focul care căleşte oţelul experienţei de instruire a unui antreprenor şi a simţul practic.

**Mitul 9:** Banii sunt cel mai important ingredient pentru începerea unei afaceri.

**Realitatea:** Dacă sunt disponibile celelalte componente şi talente, banii vor veni din urmă, dar aceasta nu înseamnă că dacă un antreprenor dispune de suficienţi bani, succesul îi este garantat. Banii sunt unul dintre ingredientele cele mai puţin importante pentru succesul unei noi afaceri. Banii sunt pentru antreprenori ceea ce vopseaua şi pensula sunt pentru un pictor – un instrument inert, care, dacă se află în mîini bune, poate crea minuni. Banii sunt mai curînd o modalitate de a face unele totaluri, decît un scop în sine. Antreprenorii sunt însufleţiţi de emoţiile goanei şi, chiar după ce a făcut cîteva milioane de dolari sau chiar mai mult, un antreprenor va lucra permanent asupra unei noi viziuni de creare a unei alte întreprinderi.

**Mitul 10**: Antreprenorii trebuie să fie tineri şi energici.

**Realitatea:** Deşi asemenea calităţi pot ajuta, vîrsta nu este un obstacol. Vîrsta medie a antreprenorilor care încep o afacere cu un înalt potenţial este în jur de 35 ani, însă sunt numeroase exemple de antreprenori, care încep afaceri la 60 de ani. Ceea ce este deosebit de important, este de a poseda know-how relevant, experienţă şi contacte, care facilitează în mare măsură identificarea şi dezvoltarea unei oportunităţi.

**Mitul 11:** Antreprenorii sunt motivaţi doar de obţinerea atotputernicului dolar.

**Realitatea:** Antreprenorii care sunt în căutarea afacerilor cu un înalt potenţial sunt mai mult preocupaţi de construcţia întreprinderilor şi obţinerea profiturilor în termeni de capital, decît de recompense imediate în termeni de salarii şi alte alocaţii. Simţul realizării şi împlinirii personale, sentimentul deţinerii controlului asupra propriilor destine şi îndeplinirea viziunilor şi a visurilor sunt de asemenea factori puternici de motivare. Banii sunt priviţi ca un instrument şi o metodă de a face totaluri.

**Mitul 12:** Antreprenorii sunt în căutarea puterii şi a controlului asupra celorlalţi.

**Realitatea:** Antreprenorii de succes sunt în căutarea responsabilităţii, realizărilor şi rezultatelor, nu a propriei puterii. Ei sunt însufleţiţi de simţul împlinirii şi de învingerea concurenţilor, mai puţin de necesitatea personală de putere exprimată prin dominarea şi controlarea altora. În virtutea realizărilor lor, ei pot fi puternici şi influenţi, însă acestea sunt mai degrabă produse derivate ale procesului antreprenorial, decît forţa motrice a acestui proces.

**Mitul 13:** Dacă antreprenorul este talentat, succesul va veni peste un an sau doi.

**Realitatea:** O maximă veche a capitaliştilor spune: Lămîile se coc peste doi ani şi jumătate, iar mărgăritarele – peste şapte sau opt ani. Doar în cazuri rare, o afacere nou-creată devine solidă în mai puţin de trei sau patru ani.

**Mitul 14:** Orice antreprenor care are idei bune poate realiza o investiţie de capital.

**Realitatea:** Din 100 afaceri ale antreprenorilor cu idei bune care sunt în căutarea investiţiilor de capital doar de la una la trei primesc finanţare.

**Mitul 15:** Dacă un antreprenor dispune de suficient capital pentru începerea unei afaceri, el/ea nu poate rata.

**Realitatea:** Deseori, se adevereşte contrariul; or, prea mulţi bani la începuturi creează euforie şi sindromul copilului răsfăţat. Lipsa disciplinei şi cheltuielile impulsive care vin în paralel deseori generează probleme serioase şi duc la eşec.

**STUDIU DE CAZ: ALTE CINCI MITURI**

Antreprenorii pot fi oamenii cei mai neînţeleşi din lumea afacerilor. Inventatorul nebun adăpostit într-un subsol întunecos, care se trudeşte pînă în orele dimineţii pentru a ieşi de acolo cu un produs de un milion de dolari poate exista doar pe ecranul azuriu, nu şi în realitate. De cele mai multe ori, antreprenorii sunt persoane creative, care lucrează mult, fac sacrificii colosale şi oferă îmbunătăţiri ale produselor şi serviciilor existente. Deseori, ei nu acţionează cum este scris în cărţi, însă eforturile depuse în afaceri începătoare permit depăşirea multor obstacole cu care se confruntă.

Acesta este tabloul proprietarilor de afaceri antreprenoriale pictat în cadrul unui studiu efectuat de membrii Institutului American al Antreprenorilor (IAE) din Statele Unite ale Americii. Concluzia care poate fi extrasă din studiul respectiv constă în faptul că există numeroase alte mituri despre antreprenori.

**Mit:** Oportunităţile antreprenoriale sunt limitate de către necesitatea de a inova, de necesitatea de sume mari de capital pentru începutul afacerilor şi de presiuni concurenţiale intense.

**Concluzie:** Antreprenorii ştiu că cheia succesului constă în satisfacerea mai eficientă a necesităţilor clienţilor. Studiu a revelat că antreprenorii au calificat “satisfacerea mai eficientă a necesităţilor clienţilor” drept cea mai mare oportunitate de creştere a întreprinderilor în viitorul apropiat. Această calificare a obţinut un scor mai înalt în calitate de cheie a succesului, decît productivitatea şi eficienţa sporită, exportul, expansiunea economică generală şi producerea de import/offshore. Am văzut deja că antreprenorii conştientizează că ameliorările cantitative ale produselor şi serviciilor existente sunt mai importante pentru succes, decît inovaţiile majore. O altă concluzie care combate acest mit este că sumele mari de capital nu sporesc succesul afacerii la nici o etapă – nu contează de cît capital dispuneţi, ci contează cît de înţelept îl utilizaţi.

**Mit:** În ceea ce priveşte managementul afacerilor lor, antreprenorii nu sunt capabili de a planifica schimbări organizaţionale şi necesită de regulă management “profesional”.

**Concluzie:** Antreprenorii pun accentul pe aşa principii fundamentale ale afacerilor, cum ar fi satisfacerea clienţilor, calitate şi profitabilitate. Cînd respondenţilor li s-a propus de a clasa în ordinea importanţei nouă criterii, aceşti trei factori i-au depăşit cu mult pe alţi factori, aşa ca satisfacerea angajaţilor, creşterea vînzărilor, imaginea companiei, inovaţie, stimularea angajaţilor şi implicarea comunităţii. Antreprenorii angajează manageri “profesionali” în dependenţă de creşterea afacerii şi necesităţile organizaţionale. Viziunile lor în ceea ce priveşte “cînd” variază, însă majoritatea proprietarilor de afaceri ştiu că ei nu le pot face pe toate. Aceasta nu-i întotdeauna o decizie uşoară, dar antreprenorii de succes nu permit ego-lui lor să stea în calea creşterii afacerii lor.

**Mit:** Antreprenorii nu pot sau refuză să efectueze cercetări de piaţă şi mizează doar pe propria intuiţie.

**Concluzie:** Antreprenorii într-adevăr evită cercetările formale de piaţă; doar mai puţin de 9% din respondenţi au utilizat acest instrument de marketing. Totodată, ei contează mult pe metode mai ieftine, neformale, cum ar fi studierea publicităţii concurenţilor, examinarea materialelor concurenţilor şi surselor afacerii. Chiar dacă antreprenorii pot fi intuitivi, ei vor fi în căutarea celei mai bune informaţii la cele mai joase posibile costuri.

**Mit:** Antreprenorii sunt ne-realişti, optimişti şi supra-încrezuţi în şansele lor de succes. Ei cred că abilităţile le vor permite înfruntarea oricăror obstacole, inclusiv condiţiile economice precare.

**Concluzie:** Experienţa şi rezultatele studiului ne sugerează că antreprenorii sunt realişti. Ei înţeleg în ce măsură afacerile lor pot fi afectate de economia naţională şi regională, unii chiar amînă lansarea afacerilor din aceste considerente. Alte studii confirmă că antreprenorii sunt încrezuţi în propriile abilităţi, dar nu sunt tot atît de siguri de abilităţile altora de a gestiona economia.

**Mit:** Antreprenorii necesită inovaţii pentru a fi cu adevărat performanţi. Deseori, succesul derivă din producerea articolelor de capriciu sau la modă. Asemenea afaceri ajung rapid la saturaţie, iar apoi mor. Atunci, antreprenorul lansează o afacere nouă, în baza următorului capriciu.

**Concluzie:** Participanţii la studiu au atribuit calităţii produsului o importanţă de peste două ori mai mare (90%) pentru afacerea lor, decît inovaţiei (41%). Satisfacerea clientului a fost factorul cel mai înalt apreciat (91%)— nu vînzările de o singură dată. Conform acestor antreprenori, vînzarea personală (52%) depăşeşte reclama (18%) şi publicitatea (17%), fiind cea mai eficientă formă de informare a clienţilor. Chiar dacă unii antreprenorii profită de capricii şi modă, ei constituie un procentaj foarte mic în afacerile de succes.

În concluzie, antreprenorii sunt în primul rînd şi în cea mai mare măsură oameni de afaceri. Ei creează afaceri în baza unor solide principii de afaceri, învăţînd din propriile greşeli şi din greşelile altora, preferînd ameliorările cantitative în raport cu noile invenţii. În acelaşi timp, adevăratele inovaţii provin mai frecvent din cadrul întreprinderilor antreprenoriale, decît din companiile mari.