



Interogări privind piețele emergente în finanțe și afaceri

Inovații și oportunități pentru dezvoltarea rurală antreprenorială

Elena Rdulescu*, Liviu Mariana , Sorina Moicaa

a Universitatea Petru Maior din Tirgu-Mures, Nicolae Iorga 1, 540088 Romania

Abstract

Scopul acestei cercetări este de a identifica în ce mod ne poate conduce dezvoltarea oportunității antreprenoriale și ce strategii să implementăm pentru a atinge obiectivul. Pe baza cunoașterii contextului și a situației pe termen lung a pieței muncii din România și analizând tendința, în special cea care se referă la noua dezvoltare rurală a Regiunii Centru, cercetarea investighează și potențialele valori antreprenoriale. Prin identificarea specificului culturii antreprenoriale rurale putem înțelege situația actuală din mediul antreprenorial al satelor românești și putem elabora strategii de dezvoltare a acestora. Cercetările arată că există un mare interes de a începe o afacere în rândul tinerilor, chiar dacă este dificil de promovat cultura antreprenorială, și de a crea mediul necesar pentru înflorirea noilor afaceri rurale.

© 2014 Autorii. Publicat de Elsevier BV Acesta este un articol cu acces deschis sub licența CC BY-NC-ND © 2013 Publicat de Elsevier Ltd. Selecția și/sau evaluarea inter pares sub responsabilitatea (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Interogări privind piețele emergente în organizația locală de finanțe și afaceri

Cuvinte cheie: Antreprenariat, dezvoltare rurală, inovare, valori

1. Introducere

Dezvoltarea antreprenoriatului înseamnă mult mai mult decât construirea unui sistem de sprijin pentru antreprenori. Ea presupune crearea de comunități antreprenoriale, o schimbare culturală a zonei rurale și a oamenilor, astfel încât aceștia să adopte potențialul antreprenorial.

În condițiile economice ale mediului rural, antreprenoriatul și managementul întreprinderii implică un set de trăsături distinctive care își au originea în stadiul de dezvoltare a satului românesc. Din cauza procesului prelungit de tranziție de la o economie de subzistență caracteristică societăților premoderne la economia de piață, satele din zona noastră se caracterizează prin unele obiceiuri din perioada anterioară, cea a economiei de subzistență, care se suprapun și interacționează cu cea modernă. și chiar comportamente și motivații post-moderne.

* Autorul corespunzător. Tel.: +040-740-894-289.

Adresa de e-mail: elena.radulescu@ing.upm.ro

Uniunea Europeană acordă din ce în ce mai multă atenție dezvoltării zonelor rurale, oferind mai mult decât un simplu sprijin agricol. Odată cu popularitatea tot mai mare a ideii că crearea și dezvoltarea afacerilor pot constitui cea mai bună strategie pentru dezvoltarea rurală, noi rapoarte din diferite surse internaționale pun acum sub semnul întrebării potențialele beneficii pe care sprijinul antreprenorial le poate aduce dezvoltării economice a zonelor rurale.

2. Metodologie, constatări și rezultate

2.1. Metodologie

Metoda de cercetare aleasă de autori a fost una deductivă, bazată pe dezvoltarea de teorii, ipoteze și instrumente de cercetare care să fie testate în vederea validării teoriei. Studiul de față se încadrează în categoria cercetării cantitative întrucât observația sistematică are scopul de a descoperi unele legi de coexistență a fenomenelor studiate.

Obiectivele prezentei lucrări sunt identificarea direcțiilor și modalităților de dezvoltare a oportunităților antreprenoriale pornind de la analiza tendințelor și caracteristicilor manifestate pe termen mediu și lung pe piața muncii din România, în special cele privind noile domenii de dezvoltare în mediul rural. .

Studiul empiric a fost conceput în funcție de rezultatele obținute din analiza documentelor privind antreprenoriatul în relația acestuia cu domeniile social și economic, domeniul educațional formativ și dinamica pieței muncii. Obiectivele sunt următoarele: • determinarea perspectivelor antreprenoriatului rural, pornind de la performanțele ocupaționale și motivațiile din spatele inițierii afacerii; • să identifice oportunitățile antreprenoriale viabile în mediul rural pentru a

încuraja

aceste inițiative; •

să traseze profilul antreprenorului rural – valori, atitudini și calități.

2.2. Ipoteze

Pornind de la obiectivele studiului privind inițiativele și oportunitățile antreprenoriale în mediul rural s-au formulat următoarele ipoteze specifice: O1. Determinarea perspectivelor antreprenoriatului rural pornind de la performanțele ocupaționale și motivațiile care conduc la demararea unei afaceri; I1: Potențialii antreprenori din mediul rural nu au motivație pentru a începe o afacere; O2. Identificarea oportunităților antreprenoriale viabile în mediul rural în vederea încurajării acestor inițiative;

I2: Structura sectorului de afaceri din mediul rural are o diversitate de domenii de investiții;

O3. Desenarea profilului antreprenorului rural – valori, atitudini și calități

I3: Comunitatea, prestigiul și autoritatea sunt factorii care împiedică succesul antreprenorilor rurali; Pornind de la ipotezele

menționate mai sus, cercetarea cantitativă exploratorie a fost realizată prin intermediul unui chestionar care a fost distribuit unui eșantion de potențiali antreprenori rurali.

Pretestarea și adaptarea instrumentului de cercetare au avut ca scop identificarea cauzelor potențiale ale erorilor de întrebare și determinarea celor mai bune modalități de implementare a chestionarului astfel încât să se îndeplinească obiectivele. În urma acestui pretest, chestionarul a fost modificat în ceea ce privește formularea întrebărilor și ordinea întrebărilor.

Chestionarul a fost pretestat pe o selecție aleatorie de 50 de subiecți, cu vârste cuprinse între 18 și 60 de ani, preponderent rezidenți în mediul rural al județului Mureș, angajați sau șomeri la data cercetării, care și-au exprimat intenția de a începe o afacere în viitorul apropiat.

Întocmirea chestionarului a presupus câteva seturi de întrebări cu răspunsuri închise, multiple și deschise, în relație directă cu obiectivul operațional al studiului. De asemenea, am luat în considerare natura subiecților incluși în cercetare și rezultatele cercetării calitative preliminare care au ghidat tema investigată.

Pentru a valida rezultatele cercetării și pentru a avea o bază comparabilă de analiză între diferitele regiuni de dezvoltare am inclus o serie de scale de întrebări și răspunsuri similare cercetării efectuate în cadrul proiectului Stimulare rurală prin implicare durabilă, implementat de Agrostar în regiunea de Sud.

În studiul de față am folosit metoda on-line, care a fost considerată a fi cea mai eficientă în cazul pretestului. De asemenea, gestionarea chestionarului electronic a fost realizată în mod centralizat, printr-o aplicație și o bază de date instalate pe un server la Universitatea "Petru Maior".

(<http://193.226.19.159:10080/Chestionar/ProtectedPageChestionar.php>).

Chestionarul urmează să fie îmbunătățit și distribuit unui număr de 350 de subiecți rezidenți în mediul rural, care participă la sesiuni de formare pentru a îndeplini obiectivele prezentului proiect de cercetare.

2.3. Rezultate și discuții

Pentru a măsura opțiunile și dorința de a începe o afacere am folosit un sistem în 2 pași. Prima întrebare se referea la ocupația actuală. 66% dintre respondenți sunt în prezent angajați, 43% sunt angajați cu un nivel maxim de studii medii. Dintre persoanele ocupate, 57% sunt bărbați cu vârsta cuprinsă între 18-40 și 61% au un salariu mediu net sub 1500 lei.

Am cerut motivare spontană cu privire la această opțiune. În ceea ce privește atitudinea față de munca pe care o desfășoară la momentul cercetării, potențialii antreprenori consideră că, deși este atractivă și apreciată de ceilalți cetățeni, nu reușește să le asigure veniturile mult așteptate.

Al doilea pas a presupus măsurarea intenției concrete de a începe o afacere. Întrebarea a fost întrebarea dacă respondenții s-au gândit să înceapă o afacere sau să devină lucrători pe cont propriu. 41% dintre respondenți și-au dorit să fie antreprenori, 31% vor să lucreze pe cont propriu și doar 28% vor să fie angajați.

Persoanele singure care, în ciuda vârstei fragede, au venituri peste medie manifestă o înclinație mai puternică către antreprenariat. În mod similar, independența acordată de munca pe cont propriu pare atractivă pentru tinerii care nu și-au întemeiat încă o familie, au studii medii și își câștigă existența ca antreprenori privați, liber profesioniști sau angajați.

Motivele care îi determină pe potențialii antreprenori să înceapă o afacere sunt la fel de diverse ca și activitățile în care aleg să se implice. Graficul de mai jos prezintă principalele motivații antreprenoriale rezultate în urma cercetării pe care le-am efectuat. Rezultatul arată că cel mai consistent grup de subiecți văd antreprenariatul ca o sursă de venit mai mare (40%) și sunt atrași de ideea de a fi independenți (36%). Un alt tip de motivație constă în dorința de a oferi securitate și un viitor bun familiei (27% dintre subiecții investigați). O altă categorie de antreprenori o constituie ceea ce am putea numi „antreprenori autentici”, a căror motivație constă în dorința de a împrumuta și de a pune în practică modele de afaceri în domeniile în care au experiență (15% din total), sau cei care nu sunt mulțumiți cu realizările lor anterioare (15). Acest rezultat al studiului neagă prima ipoteză, și anume ideea că potențialii antreprenori din mediul rural nu au motivație pentru a începe o afacere; în consecință, ipoteza I1

este respinsă și ipoteza alternativă este acceptată.

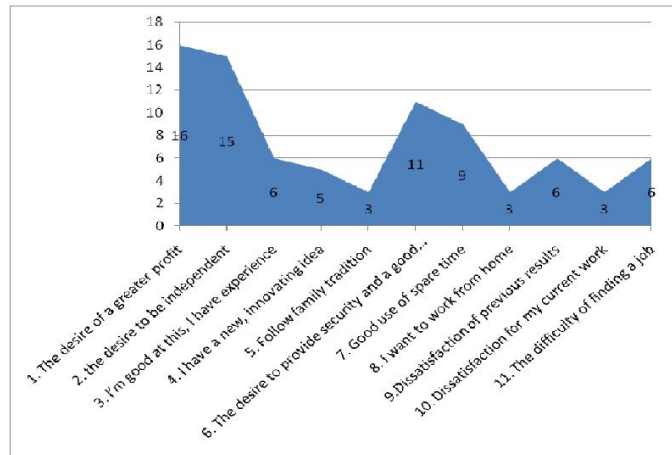


Fig. 1 Motivația inițiativei de afaceri

Intenția de a deveni antreprenor a fost măsurată prin întrebarea „Te-ai gândit să începi propria afacere sau să intri într-o inițiativă de afaceri existentă?” 55% din totalul răspunsurilor au răspuns afirmativ, 17% au răspuns că nu s-au gândit la asta până acum, dar au avut această intenție pentru viitor. Am întâlnit persoane care au încercat și nu au reușit să înceapă o afacere (8%) și 20% din totalul respondenților nu s-au gândit să înceapă propria afacere.

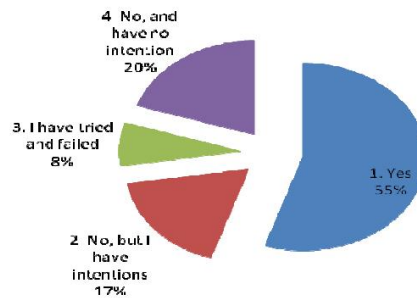


Fig. 2 Intențiile de a deveni antreprenori

Domeniile de activitate către care s-au îndreptat inițiativele de afaceri sunt următoarele:

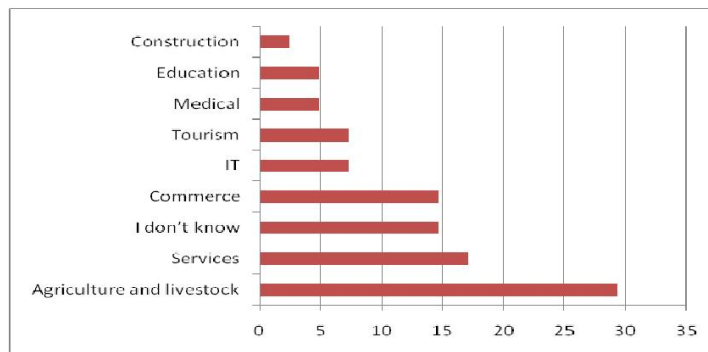


Fig. 3 Domenii de activitate pentru inițiative de afaceri

Preferințele investiționale ale populației rurale sunt direcționate către agricultură și creșterea animalelor (30% dintre subiecți au manifestat preferința pentru acest domeniu), urmate de servicii (17%) și comerț (15%). Turismul și IT-ul sunt, de asemenea, bine reprezentate în rândul potențialilor antreprenori, fiind preferate în mare parte de bărbații sub 40 de ani, cu studii medii sau superioare.

De la bun început trebuie remarcat faptul că, în comparație cu structura actuală a sectorului de afaceri rural, există o tendință de diversificare cel puțin declarativă a domeniilor de investiții către sectorul serviciilor (care este slab reprezentată în structura actuală a domeniilor de activitate).), sănătate, educație și comerț. Aceasta certifică ipoteza I2 menționată mai sus.

Rezultatele cercetării arată că locuitorii din mediul rural percep următoarele obstacole care împiedică succesul în afaceri: birocrăția (51%), lipsa infrastructurii (resimțită de 47% din numărul total de subiecți), urmată în egală măsură de lipsa fondurilor și lipsa informației. (41%), mentalitatea rurală și piața restrânsă. Este interesant de observat că majoritatea obstacolelor percepute de subiecți sunt de natură externă, în sensul că oamenii nu pot avea în general un control direct asupra lor.

Cu toate acestea, 14% dintre subiecți consideră că lipsa curajului personal sau a mentalității de afaceri îi împiedică pe oamenii din mediul rural să inițieze anumite activități antreprenoriale.

În încercarea de a explora în detaliu abilitățile psihologice intrinseci legate de antreprenoriat așa cum sunt percepute de populația rurală, am căutat răspunsuri la problema a ceea ce oamenii au succes în viață și în special în întreprinderile de afaceri. Profilul persoanei de succes este definit în primul rând de accesul la resurse financiare și de dorința de a reuși. Alături de aceste două calități care sunt percepute ca fundamentale de către populația rurală, o persoană trebuie să fie și voință puternică și încrezătoare, inteligentă și vizionară în raport cu afacerea pe care dorește să o inițieze. În fine, un alt ingredient al succesului este dat de sprijinul familiei și de relațiile cu persoanele influente din comunitate. În general, populația rurală consideră că pentru a avea succes, o persoană trebuie să aibă bani, să fie competentă și să știe exact ce vrea să facă în activitatea sa, să fie perseverentă și să aibă sprijinul atât al oamenilor influenți, cât și al propriei familii. Astfel, ipoteza I3 este acceptată.

Valoarea indicelui fiecărei variabile care compun stilul antreprenorial (pe un interval de la 1 la 5, unde 1 înseamnă deschiderea totală către antreprenoriat și 5 respingerea totală a acestuia) rezultat din cercetarea cantitativă a potențialilor antreprenori rurali este prezentată mai jos. Valorile admise de subiecți sunt într-o anumită măsură diferite de profilul valoric al antreprenorului ideal.



Fig. 4 Valori antreprenoriale

3. Concluzie

Cercetarea de față a condus la o serie de rezultate care au evidențiat, printre alte aspecte, factorii motivaționali legați de inițiativa antreprenorială. Astfel, cele mai importante argumente în favoarea inițierii de noi afaceri sunt legate de asigurarea unui nivel de trai decent. În ceea ce privește

creșterea atracției mediilor de afaceri pentru noi inițiative de afaceri, respondenții au indicat, în această ordine: agricultură, servicii, comerț și turism.

Cele trei dimensiuni discutate mai sus, și anume motivația, oportunitatea și obstacolele inițiativelor antreprenoriale sunt factori care construiesc profilul antreprenorial așa cum este structurat în reprezentarea subiecților. Valorile recunoscute de subiecții cercetării sunt într-o anumită măsură diferite de profilul valoric al antreprenorului ideal. Valorile fundamentale ale tipului antreprenorial, cum ar fi acceptarea și controlul incertitudinii, asumarea riscurilor sau acceptarea eșecului sunt împărțite mai degrabă cu precauție de posibili antreprenori rurali.

Pornind de la obiectivele definite ale studiului privind inițiativele și oportunitățile în mediul rural ipotezele propuse au fost fie acceptate, fie respinse, după cum urmează:

I1: Potențialii antreprenori din mediul rural nu au motivație pentru a începe o afacere – respinsă, ipoteza alternativă este acceptată.

I2: Structura sectorului de afaceri din mediul rural are o diversitate de domenii de investiții – respinsă, ipoteza alternativă este acceptată.

I3: Comunitatea, prestigiul și autoritatea sunt factorii care împiedică succesul antreprenorilor rurali – acceptat.

Datele cercetării demonstrează că există un deficit al culturii antreprenoriale rurale și recomandă an intensificarea eforturilor în ceea ce privește educația antreprenorială a populației rurale.

4. Referințe

- Avasilcai, S. i altii, *Antreprenoriat.Cercetari aplicative*, Ed. Toderco, Cluj-Napoca 2009
Marian L., *Antreprenoriat – teorie si practic*, Ed. Kosice, 2009
Moica, S. 2012. *Modelul de inovare regional*, Editura Universitatii Petru Maior, Targu Mures.
Moica S., Marian L., Farca R., „Managing Innovation Systems in Post Communist Countries. Studiu de caz în Regiunea Mureș, România”, *Proceedings of the 1st Management Conference: Twenty years after – How Management Theory Works*, 16-18th sept. 2010, pp. 456, Cluj-Napoca, Romania, ISBN: 978-973-7695- 99-4.
Tripon A sa., *Valorificarea produselor i serviciilor rurale*, Univ. "Petru Maior", 2008
http://www.fonduri-ue.ro/Rapoarte_Strategice/Draft_Raport_Strategi_National_2012.pdf
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database - EUROSTAT
[www. basepoate.ro/profilul-antreprenorului](http://www.basepoate.ro/profilul-antreprenorului)