

Antreprenoriat. Din pasiune pentru provocare

Scris de , 05.18.2009, 08:49:07

Are Romania nevoie de antreprenori romani? La prima vedere ar exista cel putin trei motive pentru care raspunsul ar fi nu...

Primul dintre motive ar fi ca nu exista un cadru propice, creat de catre stat, care sa faca atractiv mediul de afaceri. Ma refer aici la lipsa unei strategii coerente pe termen lung prin care sa fie stimulata si sprijinita initiativa privata. Romania este tara cu cel mai mare numar de taxe si impozite, iar creativitatea este mare doar atunci cand trebuie inventate noi dari catre stat. Vezi pentru exemplificare impozitul forfetar.

Un al **doilea** motiv ar fi ca bancile nu manifesta inca un interes real in a sprijini antreprenorii.

In al **treilea** rand ma gandesc la sistemul educational. Facultatile cu profil economic nu sunt inca, dupa 20 de ani, adaptate la cerintele de pe piata muncii. Neavand practic in Romania nicio universitate cotate in primele 400-500 de universitati din lume, asta spune ca e dificil pentru o institutie de invatamant superior sa scoata absolventi competitivi pe piata fortei de munca, fara insa sa mai vorbim despre cultivarea spiritului antreprenorial.

Si totusi antreprenoriatul a inceput in Romania ca sport national, au fost ani in care aproape fiecare dintre noi, indiferent daca derula sau nu o activitate, detinea un SRL, doar asa, just in case.

Care este momentul propice pentru inceperea unui business?

Am tot asistat la pareri dintre cele mai diverse, fie care imbratisau ideea demararii unei afaceri dupa o perioada de 5-10 ani, in care ai acumulat experienta in domeniul in care urmeaza sa iti pornesti propriul business, fie mult mai repede, uneori chiar fara experienta. **Cred cu tarie ca un business trebuie inceput cat de repede e posibil, dupa sau chiar in timpul facultatii.** Un business inceput de tanar te responsabilizeaza, te invata sa fii autodidact, sa gandesti in termeni de profit, iti formeaza o anumita imagine de ansamblu asupra activitatii tale, nu doar a unui singur departament ? asa cum experimentezi din postura de angajat. In alta ordine de idei, este destul de dificil, dupa parerea mea, sa risti intr-un business dupa ce te-ai obisnuit cu un anumit venit sau cu un anumit stil de viata sau, mai mult, ai responsabilitati suplimentare generate de intemeierea unei familii.

De multe ori motivul pentru care foarte multi oameni nu risca intr-un business este **teama de esec**. E ca si cum ai vrea sa inveti sa mergi pe bicicleta si sa nu cazi. Diferenta este ca, daca esti copil si cazi incercand sa inveti sa mergi pe bicicleta, si nu iti pasa daca cineva se amuza, atunci cand treci de varsta adolescentei e destul de greu de gestionat un esec in fata familiei, prietenilor. **Cineva spunea ca secretul succesului consta in abilitatea de a trece de la o greseala la alta fara sa iti pierzi entuziasmul.**

Cred ca un antreprenor pentru a avea succes cu un business trebuie sa posede 3 calitati: curaj, viziune si actiune. Intr-adevar, gandesti si faci un business cu scopul de a castiga bani, dar acestia nu sunt totul. E vorba de pasiune, de provocarea de a crea de la 0 un proiect pe care il imaginezi. Desigur e nevoie de mult mai multe calitati pe care un antreprenor trebuie sa le aiba sau sa le dobandeasca si ma refer mai ales la perseverenta in perioada in care businessul trebuie sa treaca testul timpului. Erau statistici care spuneau ca 90% dintre cei care incep un business renunta chiar inainte ca acel business sa aiba success.

Un start-up reprezinta totodata pentru un antreprenor si renuntarea la starea de confort, inseamna de multe ori weekenduri petrecute muncind, energie fizica consumata, efort mental sustinut pentru elaborarea de strategii, gasirea de solutii, nu in ultimul rand riscarea unui capital banesc.

Viziunea este elementul cheie care de multe ori te salveaza sa nu faci greseli strategice de dezvoltare a businessului, te ajuta sa anticipezi, de multe ori chiar sa fii tu un trendsetter, si sa stabilesti directia in piata pe care activezi.

Daca vorbim despre **publicitatea indoor din Romania** pot afirma ca anii de inceput 2004-2006 au fost dificili. Practic, nu te confruntai doar cu demararea unui business nou ci si cu un real start-up pentru publicitatea indoor, publicitatea in lift. Au fost ani de incercari, de ajustari, de pionierat, de informat si convins clientii, de acceptare pana la urma a acestei metode de promovare. Mai mult decat atat sunt foarte multe tari in Europa unde indoor advertisingul nu este prezent sau nu in forma in care se face el astazi in Romania, iar acesta pot spune ca a fost un alt motiv pentru care campaniile companiilor multinationale nu se desfasurau in mediul

indoor (multe companii multinationale avand firmele-mama in Europa). Atat Statele Unite si Asia (intelegand aici China, Japonia) au adoptat de 25 de ani publicitatea indoor in primul caz, iar daca vorbim de Asia cel putin de 10 ani.

Este foarte important ca atunci cand incepi un business sa iti stabilesti niste asteptari reale si totodata perioada pana cand ti-ai propus sa atingi anumite obiective. Cred ca foarte multe start-up-uri esueaza nu neaparat din cauza executiei proaste sau intentiei gresite ci indeosebi datorita lipsei unei viziuni clare despre cine vrei tu sa fii in 3 ani, in 5 ani, despre ce vrei sa devina compania ta, apoi despre estimarea eronata a timpului pana cand apar primele rezultate sau rezultate satisfacatoare.

Eduard Petrescu, managing partner al Invent Media