



Impactul antreprenoriatului social asupra comunității rurale

The impact of social entrepreneurship on the rural community

Elena Violeta Toader

Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului, Academia de Studii Economice din București, București, România; toadervioleta8@stud.ase.ro

Rezumat: Antreprenoriatul social în esență sa este un proces prin care indivizii „construiesc sau transforma instituțiile” pentru a găsi soluții la probleme sociale, implicând un angajament pe termen lung cât și eșecuri continue. Dezvoltarea economică este prioritatea principală pentru orice țară, antreprenoriatul reprezentând o abilitate importantă, un rezultat al unui amestec de multe calități și trăsături, incluzând imaginația, disponibilitatea de a-și asuma riscuri, capacitatea de reunire, capitalul, forța de muncă, pământul, precum și factorii intangibili cât și capacitatea de a mobiliza științific și progresele tehnologice.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, antreprenor, management, societate, afacere

Abstract: Social entrepreneurship at its core is a process by which individuals "build or transform institutions" to find solutions to social problems, involving both long-term commitment and ongoing failure. Economic development is the top priority for any country, with entrepreneurship being an important skill, a result of a mixture of many qualities and traits, including imagination, willingness to take risks, the ability to bring together, capital, labor, land, as well as and the intangible factors as well as the ability to mobilize scientific and technological advances.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, management, society, business

Clasificare JEL: A1, Q1, L1

Clasificare REL: I4D, I3G, I2B

Introducere

De-a lungul istoriei, gândirea antreprenorială a evoluat cu întorsături imprevizibile și evoluții profunde (comerț internațional, curbe ale cererii, concurență ca mecanism de descoperire, cost de oportunitate), oferind noi conceptualizări ale acțiunilor care au avut o natură antreprenorială. Pe lângă faptul ca prezintă o forma de exprimare diferită de epoca modernă, succesul antreprenoriatului în epoca antică și medievală depindea de îmbunătățirea riscurilor și constrângerilor instituționale (Rusu et al, 2012).

Antreprenoriatul devine din ce în ce mai important în economie, în lumea de astăzi, mentalitatea antreprenorială dobândind o structură importantă în cadrul relațiilor sociale. Interesul a devenit tot mai mare pentru acest fenomen, datorită ritmului fără precedent al progreselor tehnologice și dezvoltării economice rapide. această creștere oferind stimulente

pentru un consum mai larg de bunuri, provocând participanții de pe piață să producă produse și servicii extrem de competitive și avantajoase pentru consumatori (Litau, 2019). Antreprenoriatul a fost adesea considerat ca având o funcție economică importantă, în special în stimularea inovației și în utilizarea și alocarea resurselor și oportunităților prezentate de schimbările din mediul extern (Ignat, 2019). După cum a susținut Schumpeter (1942), antreprenoriatul duce la implementarea de noi combinații, de mijloace de producție prin: introducerea de noi produse și metode de producție; deschiderea de noi piețe; obținerea de noi surse și intrări; sau prin schimbarea structurii unei organizații sau a unei industrii (Ahmed, McQuaid, 2005).

Prin intermediul acestei lucrări, au fost avute în vedere următoarele scopuri:

- Evidențierea conceptului de antreprenoriat;
- Analiza impactului antreprenoriatului social asupra spațiului rural.

Lucrarea este structurată pornind cu o introducere, urmată de primul capitol al abordărilor conceptuale privind noțiunea generală de antreprenoriat, în continuare prezentându-se rolul și implicarea antreprenoriatului asupra spațiului și activităților rurale.

La final, sunt expuse o serie de concluzii cu rol semnificativ asupra temei tratate.

I. Conceptul general de antreprenoriat

Antreprenoriatul este privit ca o competență cheie pentru creativitate și inovație, acesta fiind recunoscut ca o importanță fundamentală pentru economia fiecărei țări, procesul antreprenorial implicând toate funcțiile, activitățile, și acțiunile asociate cu percepția oportunităților și crearea de organizații de urmat, generând un interes academic considerabil (Amiri, Marimaei, 2012).

Dezvoltarea economică este prioritatea principală pentru orice țară, antreprenoriatul reprezentând o abilitate importantă, un rezultat al unui amestec de multe calități și trăsături, incluzând imaginația, disponibilitatea de a-și asuma riscuri, capacitatea de reunire, capitalul, forța de muncă, pământul, precum și factorii intangibili cât și capacitatea de a mobiliza științific și progresele tehnologice (Palanivelu, Manikandan, 2015).

Conform autorilor (Palanivelu și Manikandan, 2015), procesul de antreprenoriat este structurat după cum urmează:

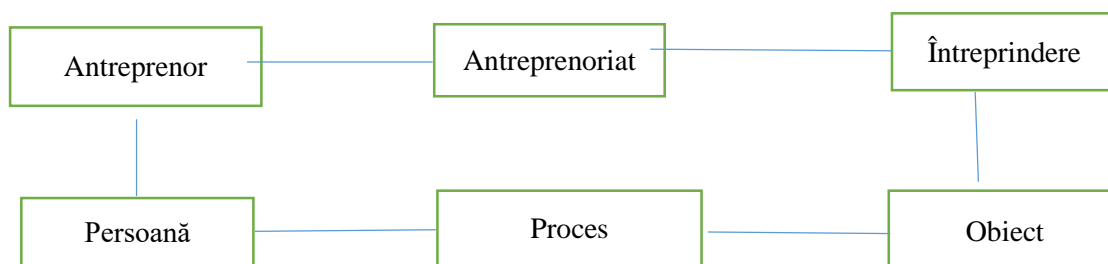


Figura 1–Evidențierea procesului de antreprenoriat

Sursa: Palanivelu și Manikandan, 2015

Conform autorilor (Cosma, Galceava, 2014) Principalelor constatări privind antreprenoriatul pot fi atribuite trei curente importante de cercetare:

- Impacturile și rezultatele antreprenoriatului, unde procesul de antreprenorat a fost analizat ca un motor al progresului economic;
- Cauzele antreprenoriatului, unde antreprenorii înșiși au reprezentat subiectul cercetării, fiind observate mai mult din punct de vedere social și din punct de vedere psihologic;
- Antreprenoriatul ca proces de management, unde se concentrează principal cercetarea, fiind reprezentată de organizații și modul în care acestea sunt capabile să inoveze și să se modifice în mod continuu pentru a rămâne competitive pe piață.

Strategia antreprenorială este caracterizată ca o strategie care implică o schimbare pe scară largă și mai mult sau mai puțin simultană a modelului de decizii luate de o organizație. Conceptul se distinge de altele care folosesc „antreprenoriatul” pentru a caracteriza un model pe termen lung de comportament strategic. Strategia antreprenorială va fi pusă în aplicare cu o frecvență mai mare sau mai mică de către toate firmele, indiferent dacă comportamentul lor pe termen lung este conservator sau inovator. Se presupune că o astfel de strategie va fi observată în cicluri la nivelul unității de afaceri unice, ca răspuns la stimulii atât de mediu, cât și organizaționali și că va reflecta alegerea dintr-un repertoriu limitat de mișcări strategice de bază (Murray, 1984).

2. Modele de antreprenorat social în România

Antreprenoriatul social este domeniul în care antreprenorii își adaptează activitățile pentru a fi direct legate de scopul final, de a crea valoare socială. Făcând acest lucru, ei acționează adesea cu puțină intenție sau fără intenție de a obține profit personal. Un antreprenor social „combină pasiunea unei misiuni sociale cu o imagine de disciplină, inovație și determinare asemănătoare afacerilor, acest concept referindu-se la dăruirea indivizilor, care au caracter de lider, colaborând activ cu comunitățile lor, pentru a realiza bunăstarea colectivă (Muryanti, 2020).

Practicarea antreprenoriatului în spațiul rural românesc reprezintă un aspect social, fizic și cultural, care se află în complementaritatea spațiului urban. Antreprenoriatul este un proces care se bazează pe identificarea și gestionarea unei oportunități în mediul de afaceri, pentru a-l valorifica (Chiru, 2020). Mediul rural include terenuri agricole, habitate, păduri, culturi tradiționale, peisaje naturale, comunități și diferite tipuri de teritorii (Petre și Ion, 2019). Acest spațiu reprezintă încorporarea majorității resurselor economiei naționale, de exemplu, resurse din agricultură, piscicultură, silvicultură, turism sau materii prime pentru industrie (prelucrare proprie după Chiru, 2020).

În România, un exemplu al dezvoltării antreprenoriatului social este Satul Viscri. Situat în comuna Bunești, județul Brașov, satul Viscri a devenit foarte cunoscut în întreaga lume,

după ce Prințul Charles a cumpărat o casă în acest loc, frumusețea locului impresionând întreaga lume, anual satul fiind vizitat de milioane de turiști.

Încă de la început, antreprenoriatul social a avut un impact puternic asupra satului, acesta dezvoltându-l prin construirea unui model de dezvoltare economică, păstrându-se totodată tradițiile și obiceiurile cu strictețe.



Figura 1-Satul Viscri



Figura 2-Prezentarea satului

Un alt exemplu al implementării antreprenoriatului social în România este înființarea muzeului-atelier Moara de Hârtie din Comana, județul Giurgiu. Inițial a fost conceput ca un muzeu care păstra tradițiile românești, ulterior a devenit atelier-muzeu unde sunt îmbinate experiența, educația și tradițiile pentru conceperea mai multor activități printre care atelier de hârtie, de țesut la război, atelier de cusături, activitățile muzeului ducând la dezvoltarea locului și zonei.



Figura 3-Moara de hârtie



Figura 4-Activități din incinta muzeului-atelier

Un alt exemplu care evidențiază antreprenoriatul social este înființarea unei rețele de meșteșugari și întreprinderi MBQ [Mesteshukar ButiQ], care a evidențiat valoarea meșteșugurilor tradiționale române.

Astfel, tineri ambițioși și-au pus în comun valorile, și au creat comunitatea în care sunt realizate atât bijuterii cât și produse de home décor, aici lucrând meșteșugari români pricepuți care nu au putut să își valorifice calitățile.



Figura 5-Obiecte realizate în MBQ [Mesteshukar ButiQ]



Figura 6-Obiecte tradiționale

Antreprenoriatul social demonstrează că prin ingeniozitate și inovație și prin dăruire și orientare spre performanță, nu trebuie să fii un manager de succes pentru a putea, pentru a genera valoare adăugată. În schimb, este nevoie de o strategie clară, bine definită și trebuie să fie în concordanță cu obiectivele și resursele disponibile (Crișan et al, 2015). În ciuda influenței majore pe care întreprinderile le pot avea asupra societății, atât din punct de vedere social, cât și economic, în România, acest fenomen continuă să se confrunte cu multe obstacole și probleme.

Creativitatea și inovația sunt fundamentale antreprenoriului; antreprenorii știu cum și unde să asigure resursele de care vor avea nevoie și în mod frecvent realizează acest lucru cu eficiență, apariția eventualelor riscuri, trebuind înțelese și gestionate într-un timp cât mai rapid (Thompson, Doherty, 2006).

3. Antreprenoriat social în spațiul rural – priorități și nevoi

Antreprenoriatul social în esența sa este un proces prin care indivizii „construiesc sau transformă instituțiile” pentru a găsi soluții la probleme sociale, implicând un angajament pe termen lung cât și eșecuri continue (Bornstein, Davis, 2010).

Antreprenorii sociali dezvoltă intenții de a forma întreprinderi sociale datorită anumitor atitudini, norme subiective și control comportamental perceput. Astfel antreprenorii, au în vedere (El Elbrashi, 2013):

- experimentarea ideilor;
- înființarea de organizații sociale inovatoare;
- rezultate sociale și impact clar;
- efectuarea de activități pentru atingerea rezultatelor și impactului social;
- lucrul la creșterea organizațiilor sociale;
- folosirea indicatorilor specifici pentru măsurarea succesului organizației prin realizare.

Antreprenoriatul social, ca practică și domeniu de investigație academică, oferă o oportunitate unică de a contesta, pune sub semnul întrebării și regândi concepte și ipoteze din diferite domenii ale managementului și cercetării în afaceri.

Lucrările privind antreprenoriatul social constituie un domeniu de studiu care intersectează o serie de domenii, inclusiv studii antreprenoriale, inovare socială și management nonprofit. Savanții încep să contribuie la dezvoltarea acestei noi discipline prin eforturi care încearcă să urmărească apariția antreprenoriatului social precum și prin comparare cu alte activități organizaționale, cum ar fi antreprenoriatul convențional. Cu toate acestea, ca domeniu în curs de dezvoltare, savanții în antreprenoriatul social se află în mijlocul unui număr de dezbateri care implică claritatea definițională și conceptuală, limitele domeniului, și o luptă pentru a ajunge la un set de întrebări de cercetare relevante și semnificative (Dacin et al, 2011).

Concluzii

- Antreprenoriatul este privit ca o competență cheie pentru creativitate și inovație, acesta fiind recunoscut ca o importanță fundamentală pentru economia fiecărei țări, procesul antreprenorial implicând toate funcțiile, activitățile, și acțiunile asociate cu percepția oportunităților și crearea de organizații de urmat, generând un interes academic considerabil.
- Practicarea antreprenoriatului în spațiul rural românesc reprezintă un aspect social, fizic și cultural, care se află în complementaritatea spațiului urban. Antreprenoriatul este un proces care se bazează pe identificarea și gestionarea unei oportunități în mediul de afaceri, pentru a-l valorifica.
- Câteva exemple care evidențiază modele de înființare a unor activități/afaceri care au implicat antreprenoriatul social sunt reprezentate de: MBQ [Mesteshukar ButiQ], Moara de Hârtie.

Referințe bibliografice

References

1. Ahmed, A., & McQuaid, R. W. (2005). Entrepreneurship, management, and sustainable development. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 1(1), 6-30.
2. Amiri, N. S., & Marimaei, M. R. (2012). Concept of entrepreneurship and entrepreneurs traits and characteristics. *Scholarly Journal of Business Administration*, 2(7), 150-155.
3. Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*[®]. Oxford University Press.
4. Chiru, G. (2021). The Development of Entrepreneurship in the Romanian Rural Area. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 17(6), 307-316.
5. Crisan, C. M., Dabija, D. C., & Dinu, V. (2015). Social entrepreneurship in Romania: Significance and models. *Montenegrin Journal of Economics*, 11(2), 65.
6. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization science*, 22(5), 1203-1213.

7. Dorin, C., & Alexandru, G. S. (2014). Dynamics of the entrepreneurship concept. Literature review. *The annals of the University of Oradea*, 23(1), 443-451.
8. El Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209.
9. Ignat, R. (2012). Premises and challenges of entrepreneurship in Romanian rural areas. *Economia. Seria Management*, 15(2), 1-13.
10. Ignat, R. (2019). Romanian entrepreneurship and resilience from the modern business structures perspective: a conceptual approach. *Calitatea*, 20(S2), 316-321.
11. Litau, E. Y. (2019). Concept of entrepreneurship anti-ideology. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1308.
12. Murray, J. A. (1984). A concept of entrepreneurial strategy. *Strategic Management Journal*, 5(1), 1-13.
13. Muryanti, M. (2020). Towards social entrepreneurship in the village through village-owned enterprises. *Society*, 8(1), 163-174.
14. Palanivelu, V. R., & Manikandan, D. (2015). Concept of Entrepreneurship. *Cognitive Discourse. International Multidisciplinary Journal NAS Publication*, 3(3), 8-13.
15. Petre, I. L., & Ion, R. A. (2019). The impacts of the investments in agriculture on economic growth in rural communities in Romania. *Economics of Agriculture*, 66(4), 955-963.
16. Rusu, S., Isac, F., Cureteanu, R., & Csorba, L. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. *African Journal of Business Management*, 6(10), 3570.
17. Thompson, J., & Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International journal of social economics*, 33(5/6), 361-375.