



Global
Entrepreneurship
Monitor



UBBFSEGA
Universitatea Babeş-Bolyai | Facultatea de Ştiinţe Economice şi Gestionarea Afacerilor
Cuvine
FSEGA
145 ANI
1863-2008

Raport de țară 2022/2023 privind

Antreprenoriatul din România

Autori: SZABÓ Tünde Petra
DÉZSI-BENYOVSZKI Annamária
BENEDEK Botond
GYÖRFY Lehel-Zoltán

Online: <https://econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat/>

Design: Mihai GUȚĂ

Cuprins

Lista tabelelor	4
Lista figurilor	5
Antreprenoriatul în România: o perspectivă privind raportul GEM 2022-2023	6
Sinteza raportului.....	8
1 Termeni și abrevieri utilizate în cadrul GEM.....	10
2 Prezentarea generală a proiectului GEM	12
2.1 De ce este important antreprenoriatul?.....	12
2.2 Importanța proiectului GEM în domeniul antreprenoriatului.....	12
2.2 Cum sunt colectate datele GEM?	13
2.3 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2022.....	16
3 Aspectele sociale și culturale ale antreprenoriatului din România	18
4 Antreprenoriatul din România în context internațional.....	21
4.1 Relația dintre activitatea antreprenorială și nivelul de dezvoltare economică.....	21
4.2 Activitatea antreprenorială în Europa Centrală și de Est	25
4.3 Cum a afectat pandemia antreprenoriatul în România?	26
5 Care sunt motivele pentru pornirea sau închiderea unei afaceri?	31
5.1 De ce își înființează antreprenorii propria afacere?	31
5.2 Motivele pentru închiderea unei afaceri	32
6. Care este profilul antreprenorului din România?	34
7 Cât de responsabili sunt antreprenorii din punct de vedere social și al mediului?	38
8 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România?	40
9 Cum percep experții naționali mediul antreprenorial din România?	43
Referințe bibliografice.....	51

Lista tabelelor

Tabelul 1.	Țările participante la cercetarea GEM în anul 2022, clasificate în funcție de PIB pe cap de locuitor	16
Tabelul 2.	Atitudinile și percepțiile individuale referitoare la antreprenariat în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă activă), 2022	19
Tabelul 3.	Ratele activității antreprenoriale în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă), 2022.....	26
Tabelul 4.	Impactul pandemiei asupra deciziilor antreprenorilor în stadiu incipient din Europa Centrală și de Est (% din TEA), 2022.....	27
Tabelul 5.	Impactul pandemiei asupra deciziilor proprietarilor de firme consacrate în Europa Centrală și de Est (% din EBO), 2022.....	28
Tabelul 6.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2022	38
Tabelul 7.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-manageri ai firmelor consacrate), 2022	39
Tabelul 8.	Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2022.....	41
Tabelul 9.	Condițiile-cadru ale antreprenoratului (EFC) conform GEM.....	43
Tabelul 10.	Condițiile-cadru antreprenoriale în țările cu venituri medii: scorurile medii cele mai mari și cele mai mici, scorul și clasamentul României (0 – nesatisfăcător, 10 – satisfăcător)	46

Lista figurilor

Figura 1.	Cadrul conceptual GEM	15
Figura 2.	Procesul antreprenorial și indicatorii GEM	15
Figura 3.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient raportată la PIB-ul pe cap de locuitor, 2022.....	22
Figura 4.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările participante la GEM, 2022.....	23
Figura 5.	Ponderea proprietarilor-manageri ai firmelor consacrate în funcție de PIB-ul pe cap de locuitor, 2022	23
Figura 6.	Diferența dintre rata proprietar-managerilor de firme consacrate și rata antreprenorilor în stadiu incipient, 2022.....	24
Figura 7.	Ratele activității antreprenoriale în stadiu incipient și indicele de dezvoltare umană (HDI) al ONU, 2022.....	25
Figura 8.	Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că inițierea unei afaceri este mai dificilă (puțin mai dificilă sau mult mai dificilă) decât în urmă cu un an, 2022	29
Figura 9.	Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că pandemia a generat noi oportunități pe care doresc să le valorifice, comparativ cu procentul antreprenorilor consacrați care urmăresc astfel de oportunități (% antreprenori în stadiu incipient /% din antreprenori consacrați), 2022.....	30
Figura 10.	Motivele pentru începerea unei afaceri în România, 2022	32
Figura 11.	Motivele pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să încheie afacerea lor în anul 2022.....	33
Figura 12.	Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă (%), 2022	35
Figura 13.	Distribuția antreprenorilor din România pe sexe, 2022	36
Figura 14.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație, 2022	36
Figura 15.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei, 2022	37
Figura 16.	Distribuția întreprinderilor din România pe de sectoare de activitate, 2022	40
Figura 17.	Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologiei utilizate, 2022	41
Figura 18.	Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor/serviciilor oferite, 2022.....	42
Figura 19.	Numărul condițiilor-cadru antreprenoriale (EFC) evaluate ca fiind suficiente sau mai bune (>=5), 2022	45
Figura 20.	Indicele național al mediului antreprenorial (NECI), 2022	48
Figura 21.	Cele mai bune cinci economii pentru a înființa o afacere conform NECI, 2022	49
Figura 22.	Evaluarea condițiilor-cadru antreprenoriale din România de către experți, 2022.....	50

Antreprenoriatul în România: o perspectivă privind raportul GEM 2022-2023

Raportul Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022-2023 oferă o analiză detaliată și cuprinzătoare a mediului antreprenorial din întreaga lume, concentrându-se pe provocările și oportunitățile unice cu care se confruntă fiecare țară în dezvoltarea unui mediu antreprenorial competitiv. Pornind de la informațiile privind România incluse în acest raport și realizând o analiză de țară detaliată, cu caracter științific, echipa de cercetători ai UBB-FSEGA a realizat prezentul raport.

În România, antreprenoriatul a devenit din ce în ce mai important în stimularea creșterii economice, a inovării și a creării de locuri de muncă. Acest raport evidențiază starea actuală a antreprenoriatului din România, identificând punctele forte, provocările comparându-le cu cele din alte națiuni din Europa de Est. Mai mult, raportul identifică principalele domenii de oportunitate care ar putea cataliza succesul antreprenorial în România.

Situația generală a antreprenoriatului în România

Mediul antreprenorial din România reliefează o perspectivă mixtă. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) în România se situează la 8,25%, ușor sub media de 12,94% a țărilor participante la GEM. Această valoare sugerează un nivel moderat de implicare în activități de afaceri noi, în comparație cu țările similare din lume. Rata proprietarilor de companii stabilite (EBO) este mai mare, de 8,6%, indicând o comunitate antreprenorială stabilă, dar prudentă, în care mai puțini antreprenori lansează noi companii. Dar cei care o fac tind să-și mențină afacerea dincolo de stadiile inițiale. Condițiile economice, atitudinile culturale față de risc și un mediu economic în general prudent sunt factori importanți care modelează contextul antreprenorial din România.

Punctele forte ale antreprenoriatului românesc

România prezintă mai multe puncte forte în cadrul ecosistemului său antreprenorial. Percepția unor oportunități bune pentru noi companii este ridicată, 63,75% dintre români considerând că există condiții favorabile pentru demararea unei afaceri în următoarele șase luni. În plus, 62,68% dintre români declară că posedă abilitățile și cunoștințele necesare pentru lansarea unei afaceri. Această autoevaluare pozitivă reflectă atât inițiativele educaționale ale României, cât și nivelul relativ ridicat al cunoștințelor fundamentale și practice legate de afaceri. Rata scăzută de întrerupere a activității antreprenoriale (1,05%) evidențiază și mai mult reziliența antreprenorilor români, această rată fiind printre cele mai scăzute din Europa de Est.

Principalele amenințări la adresa antreprenoriatului în România

În ciuda acestor puncte forte, există bariere semnificative care limitează dezvoltarea antreprenoriatului în România. Un obstacol major este teama de eșec, care afectează 58,05% din populația adultă, o cifră relativ ridicată în comparație cu alte țări din Europa de Est. România se situează pe locul al cincilea la nivel mondial în ceea ce privește acest indicator, ceea ce sugerează că factorii culturali și economici creează un mediu în care costurile eșecului sunt percepute ca fiind prohibitiv de ridicate.

De asemenea, accesul României la finanțarea start-up-urilor este limitat, situându-se pe ultimul loc în ceea ce privește disponibilitatea investitorilor de tip angel (2,04%), ceea ce poziționează constrângerile financiare drept o barieră comună pentru noile companii. Provocările de ordin normativ și birocratic împiedică, de asemenea, progresul antreprenorial, după cum reiese din clasamentul prezenta. În cazul României, sprijinul guvernamental și infrastructura pentru companiile nou-înființate sunt la un nivel relativ scăzut.

Perspectiva în raport cu țările din Europa de Est

În comparație cu țările similare din Europa de Est, România dispune de un potențial antreprenorial competitiv, dar rămâne în urmă în mai multe domenii-cheie. De exemplu, rata TEA a României este similară cu media regională, indicând un nivel sănătos de interes antreprenorial. Cu toate acestea, țări precum Croația conduc cu rate mai ridicate de antreprenori potențiali (26,44%), în timp ce rata de 13,45% din România reflectă o implicare mai modestă în formarea de întreprinderi potențiale. În plus, rata fricii de eșec din România este mai ridicată decât în țările din regiune, ceea ce indică o diferență regională în ceea ce privește toleranța la risc. În cele din urmă, ecosistemul antreprenorial din România este mai puțin sprijinit de programe guvernamentale solide și de infrastructură digitală, în comparație cu Polonia, care beneficiază de un grad mai ridicat de adoptare a tehnologiilor digitale și politici guvernamentale favorabile dezvoltării antreprenoriatului.

Cea mai mare oportunitate pentru antreprenoriatul din România


Cea mai mare oportunitate pentru antreprenorii români constă în transformarea digitală, un proces accelerat în urma pandemiei COVID-19. Trecerea la modele de afaceri digitale oferă un potențial semnificativ pentru inovare și extinderea pieței. Pandemia a stimulat adoptarea tehnologiilor digitale, 19,88% dintre antreprenorii aflați la început de drum din România raportând utilizarea tehnologiilor digitale ca parte a strategiilor lor de afaceri. Această tendință evidențiază o oportunitate pentru România de a valorifica transformarea digitală pentru a spori productivitatea și a extinde aria de acoperire globală. Îmbunătățirea accesului la resursele digitale și promovarea unui mediu favorabil inovării bazate pe tehnologie ar putea avea un impact semnificativ asupra viitorului antreprenorial al României.

În concluzie, raportul GEM România 2022-2023 oferă o perspectivă pertinentă asupra mediului antreprenorial național, dezvăluind o națiune cu un potențial promițător, dar care se confruntă cu provocări distincte. Deși România beneficiază de un nivel ridicat de încredere în sine antreprenorială și de o percepție pozitivă a oportunităților, se confruntă cu bariere semnificative, în special legate de teama de eșec și de accesul la finanțare. Prin valorificarea transformării digitale și prin consolidarea sprijinului pentru noile companii, România are posibilitatea de a-și îmbunătăți ecosistemul antreprenorial și de a se poziționa mai favorabil față de celelalte state din Europa de Est. Eforturile continue de abordare a acestor provocări și de valorificare a punctelor forte ale României vor fi esențiale pentru stimularea creșterii antreprenoriale durabile.






Conf.univ.dr. Răzvan V. Mustață
Decan UBB-FSEGA

Sinteza raportului


Ratele activității antreprenoriale din România (% din populația adultă)

	2022/2023	2021/2022
 Antreprenori potențiali	13,45%	14,93%
Antreprenori în stadiu incipient (TEA)	8,25%	9,68%
Antreprenori consacrați (EBO)	8,60%	4,1%

Percepții privind antreprenoriatul din România

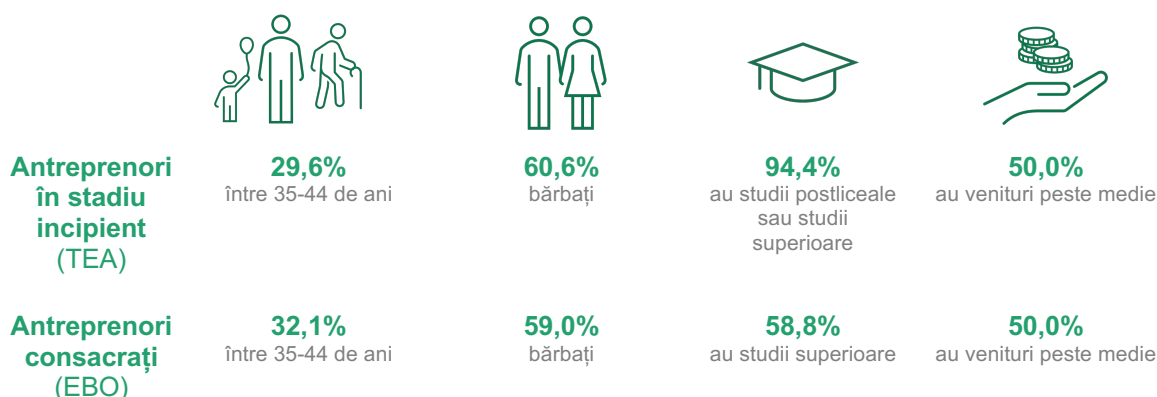
				
46,20% (37,66% în 2021/2022)	63,75% (49,13% în 2021/2022)	62,68% (50,02% în 2021/2022)	58,05% (55,64% în 2021/2022)	42,50% (27,04% în 2021/2022)
din populația adultă cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	din populația adultă consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	din populația adultă consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	din populația adultă consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	din populația adultă consideră că înființarea unei afaceri este ușoară

Impactul pandemiei COVID-19 asupra mediului antreprenorial din România

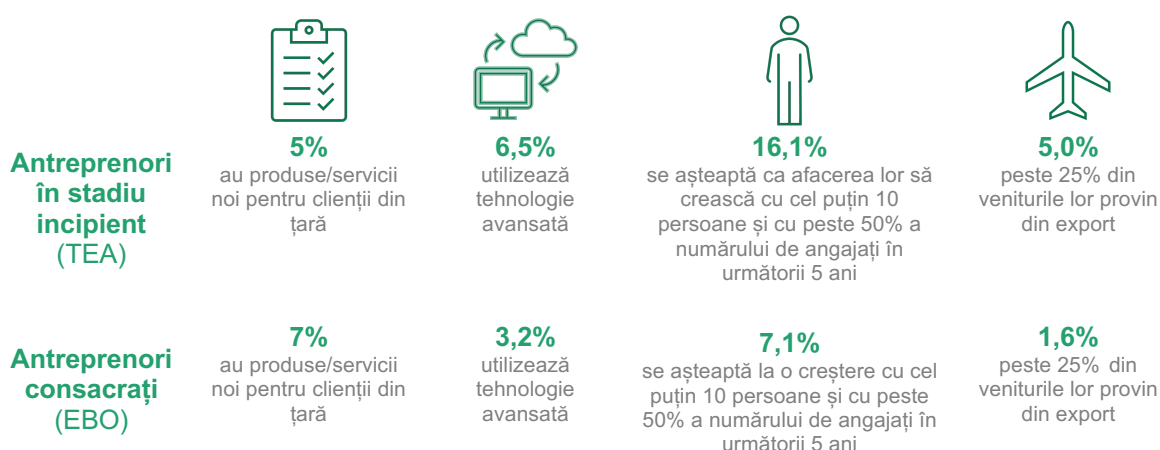
	Pandemia a generat noi oportunități pentru antreprenori	TEA 62,97%	EBO 37,96%
		(46,95% în 2021/2022)	(41,99% în 2021/2022)
	Digitalizare ca răspuns la pandemie	TEA 19,88%	EBO 9,78%
		(21,07% în 2021/2022)	(6,1% în 2021/2022)

Aproape o treime dintre antreprenorii care și-au închis afacerea au menționat că aceasta **nu era profitabilă**.

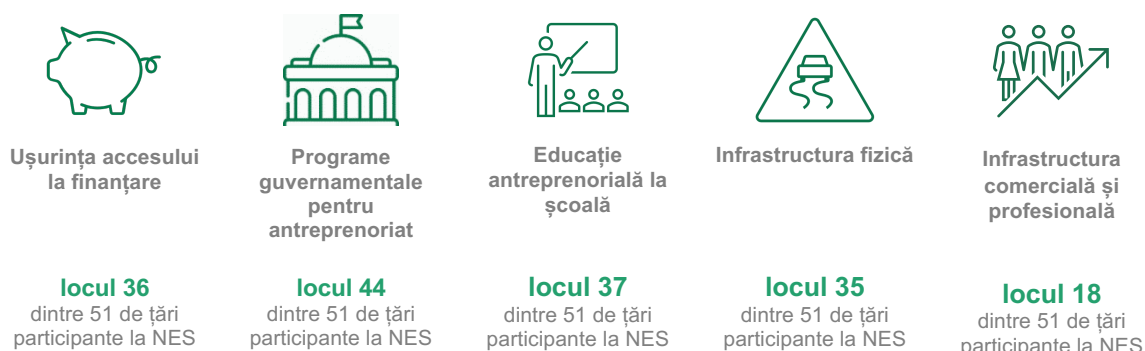
Profilul antreprenorilor din România



Caracteristicile firmelor



Opinia experților



1 Termeni și abrevieri utilizate în cadrul GEM

SONDAJUL POPULAȚIEI ADULTE (ADULT POPULATION SURVEY, APS)

Sondajul populației adulte (Adult Population Survey, APS) constă în interviuri cu cel puțin 2.000 de adulți din fiecare țară participantă la proiectul Monitorizarea globală a antreprenoriatului (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Scopul acestui sondaj este de a colecta date detaliate despre activitățile, atitudinile și aspirațiile antreprenoriale ale adulților din diverse economii.

SONDAJUL NAȚIONAL ÎN RÂNDUL EXPERTILOR

(NATIONAL EXPERT SURVEY, NES)

Sondajul național în rândul experților (National Expert Survey, NES) este realizat cu ajutorul experților selectați din țările participante la GEM, având scopul de a aduna opinii privind mediul antreprenorial din fiecare țară. NES furnizează informații esențiale despre caracteristicile socio-economice ale fiecărei națiuni care influențează semnificativ activitatea antreprenorială, denumite condiții-cadru antreprenoriale (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC).

RATA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE ÎN STADIU INCIPIENT

(TOTAL EARLY-STAGE
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY RATE,
TEA)

Procentul populației cu vârsta între 18 și 64 de ani care înființează sau administrează o afacere nouă, raportat la întreaga populație adultă.

RATA PROPRIETARILOR DE AFACERI CONSACRAȚI

(ESTABLISHED BUSINESS OWNERS,
EBO)

Procentul populației cu vârsta între 18 și 64 de ani din populația adultă care este proprietar-manager al unei întreprinderi consacrate, deține și gestionează o întreprindere activă care plătește salarii sau alte plăți proprietarilor pe o perioadă de peste 42 de luni, raportat la întreaga populație adultă.

CONDIȚII-CADRU ANTREPRENORIALE

(ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK
CONDITIONS, EFC)

Condițiile identificate de GEM care influențează favorabil sau împiedică crearea de noi întreprinderi într-o economie sunt incluse în cadrul sondajului național în rândul experților. Aceste condiții sunt:

A1. *Finanțarea antreprenoriatului* - Există suficiente fonduri pentru întreprinderile nou-înființate?

A2. *Ușurința accesului la finanțarea întreprinderilor* - Sunt aceste fonduri accesibile cu ușurință?

B1. *Politici guvernamentale: Sprijin și relevanță* - Guvernul promovează și sprijină start-up-urile?

B2. *Politici guvernamentale: Impozite și birocrație* - Întreprinderile sunt împovărate de impozite și birocrație?

C. *Programe guvernamentale pentru antreprenori* - Există programe de sprijin pentru antreprenori, iar acestea sunt de calitate?

D1. *Educația antreprenorială în școală* - Școlile introduc concepte de antreprenoriat?

D2. *Educația antreprenorială postliceală* - Facultățile oferă cursuri de inițiere în antreprenoriat?

E. *Transferul de cercetare și dezvoltare* - Cercetarea poate fi transformată în noi afaceri?

F. *Infrastructura comercială și profesională* - Există infrastructură suficientă și accesibilă pentru antreprenori?

G1. *Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței* - Piețele sunt libere, deschise și în creștere?

G2. *Ușurința intrării pe piață: povara și reglementarea* - Reglementările favorizează sau limitează intrarea pe piață?

H. *Infrastructura fizică* - Este infrastructură fizică suficientă și accesibilă?

I. *Norme sociale și culturale* - Cultura antreprenorială este susținută și promovată în societate?

INDICELE NAȚIONAL AL MEDIULUI ANTREPRENORIAL

(NATIONAL ENTREPRENEURIAL
CONTEXT INDEX, NECI)

Sintetizează într-o singură valoare media celor 13 condiții-cadru antreprenoriale naționale, selectate de cercetătorii GEM ca fiind cei mai importanți factori determinanți ai mediului antreprenorial. Aceasta este calculată ca medie aritmetică simplă a celor 13 variabile care

caracterizează condițiile-cadru, măsurate printr-o serie de întrebări evaluate pe o scală Likert cu 11 puncte, iar ulterior sintetizată prin analiza factorială utilizând metoda componentelor principale.

ECHIPA NAȚIONALĂ

GEM este un consorțiu format din echipe naționale, fiecare coordonată de o universitate sau o instituție cu un interes major în antreprenariat. Fiecare echipă națională, ca reprezentant oficial al proiectului, are responsabilitatea de a colecta anual datele GEM în țara sa, de a elabora raportul național și de a gestiona solicitările de informații legate de GEM.

CLASIFICAREA ȚĂRILOR ÎN FUNCȚIE DE VENIT

- *Grupul A*: economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mare de 40.000 de dolari
- *Grupul B*: economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor între 20.000 și 40.000 de dolari
- *Grupul C*: economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mic de 20.000 de dolari.

Sursă: Elaborat pe baza GEM (2023), pg. 8

2 Prezentarea generală a proiectului GEM

2.1 De ce este important antreprenoriatul?

Antreprenoriatul este un motor esențial al dezvoltării economice și al bunăstării societății, promovând inovația necesară pentru valorificarea noilor oportunități, stimularea productivității și de crearea de locuri de muncă. De asemenea, reprezintă o soluție pentru unele dintre cele mai mari provocări ale societății, cum ar fi obiectivele de dezvoltare durabilă ale Organizației Națiunilor Unite¹, șocul economic generat de pandemia de COVID-19 sau de războiul dintre Rusia și Ucraina (GEM, 2023, pg. 13). Factorii de decizie politică care doresc să crească nivelul de dezvoltare al unei țări trebuie să adopte strategii care să încurajeze antreprenoriatul (Ács et al., 2016).

De-a lungul decadelor, antreprenoriatul a fost considerat un factor-cheie în crearea de locuri de muncă, stimularea inovării și susținerea creșterii economice durabile (Ács și Audretsch, 2005; Meyer și Meyer, 2017; Meyer și de Jongh, 2018). Creșterea economică, dezvoltarea și antreprenoriatul sunt strâns legate între ele (Meyer și de Jongh, 2018). Antreprenoriatul joacă un rol esențial în asigurarea unei dezvoltări economice sustenabile și în expansiune (Heger et al., 2011; Demirdag și Eraydin, 2021), fiind un factor major ce influențează economiile țărilor și regiunilor. De asemenea, antreprenoriatul contribuie la reducerea diferențelor socio-economice regionale, prin crearea de noi locuri de muncă, inovație și progres tehnologic (Demirdag și Eraydin, 2021).

2.2 Importanța proiectului GEM în domeniul antreprenoriatului

Proiectul de cercetare Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a fost lansat în anul 1999 de cercetători de la Babson College (SUA) și London Business School (Marea Britanie), având ca scop furnizarea unor **date comparabile la nivel global privind activitatea antreprenorială**. Obiectivul principal al GEM este de a colecta date empirice pentru a măsura nivelul activității antreprenoriale în diferite țări, de a analiza evoluția acesteia în timp și de a înțelege factorii care explică diferențele în rata activității antreprenoriale dintre țări.

Cercetătorii GEM analizează, de asemenea, **relația dintre activitatea antreprenorială și creșterea economică**, având scopul de a identifica politicile publice care sprijină antreprenoriatul (Álvarez et al., 2014). Guvernele și alte părți interesate necesită **date precise și de încredere** pentru a adopta decizii care să stimuleze antreprenoriatul și să susțină dezvoltarea unor ecosisteme antreprenoriale sănătoase la nivel global. În cei 24 de ani de activitate, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a jucat un rol esențial în susținerea acestor eforturi.

GEM este un consorțiu format din echipe naționale, majoritatea asociate cu instituții de învățământ superior de prestigiu. **Este singura cercetare globală care colectează date privind antreprenoriatul direct de la antreprenori.** Datele GEM sunt unice și aduc **beneficii** semnificative pentru diferite **părți interesate**:

¹ United Nations Sustainable Development Goals, SDGs.

- *mediul academic* poate utiliza abordările inovative ale GEM pentru a studia antreprenoriatul la nivel național
- *factorii de decizie politică* pot folosi datele GEM pentru a lua decizii mai bine fundamentate în sprijinul ecosistemelor antreprenoriale
- *antreprenorii* pot obține informații valoroase pentru a înțelege mai bine unde să investească
- *sponsorii* pot colabora cu GEM pentru a-și promova interesele organizaționale strategice și pentru a-și îmbunătăți vizibilitatea
- *organizațiile internaționale* pot folosi informațiile oferite de GEM în rapoartele lor, combinând indicatorii GEM cu propriile seturi de date pentru a îmbunătăți analiza și utilizând datele GEM ca punct de referință în evaluările lor (GEM, 2023, pg. 13).

Consortiul GEM a devenit **cea mai importantă sursă globală de date referitoare la antreprenori și ecosisteme antreprenoriale**, publicând anual rapoarte globale, rapoarte naționale și rapoarte tematice speciale. La primul studiu GEM au participat 10 țări, iar de atunci, peste 120 de țări din întreaga lume au contribuit la cercetare. GEM a obținut rezultate remarcabile și extrem de credibile. În cifre, GEM reprezintă:

- **24 de ani de date**, care permit o analiză longitudinală detaliată la niveluri multiple, atât în cadrul, cât și între regiunile geografice
- **peste 170.000 de interviuri anual**, realizate cu experți și cu populația adultă, inclusiv antreprenori de toate vârstele
- **date din 120 de țări** de pe cinci continente
- **colaborarea cu peste 500 de profesioniști** din domeniul cercetării antreprenoriale
- implicarea a **peste 300 de instituții academice și de cercetare**
- sprijin din partea a **peste 200 de instituții de finanțare** (GEM, 2023, pg. 13).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) oferă un set de date bazat pe **sondajul populației adulte (APS)**, care se realizează prin interviuri **cu peste 170.000 de persoane din 49 de țări în anul 2022**. Datele provenite din aceste serii cronologice furnizează un context valoros pentru analiza și evaluarea rezultatelor anului 2022 și permit, de asemenea, identificarea schimbărilor din mediul antreprenorial de-a lungul timpului. Pe lângă acest sondaj, GEM include și **sondajul național în rândul experților (NES)**, care acoperă **51 de economii**, incluzând toate cele 49 de economii participante la APS, precum și Italia și Argentina. NES este realizat de experți naționali din fiecare țară, având scopul de a evalua principalele componente și caracteristici ale mediului antreprenorial (GEM, 2023, pg. 15).

2.2 Cum sunt colectate datele GEM?

Datele GEM sunt colectate prin două anchete principale: **sondajul populației adulte** (Adult Population Survey, APS) și **sondajul național în rândul experților** (National Expert Survey, NES).

Sondajul populației adulte (APS) este realizat în fiecare țară participantă pe baza unui eșantion aleatoriu structurat, care include **cel puțin 2.000 de adulți** cu vârste între 18 și 64 de ani, iar în economiile mai mari și complexe numărul participanților este adesea mai mare. APS oferă informații

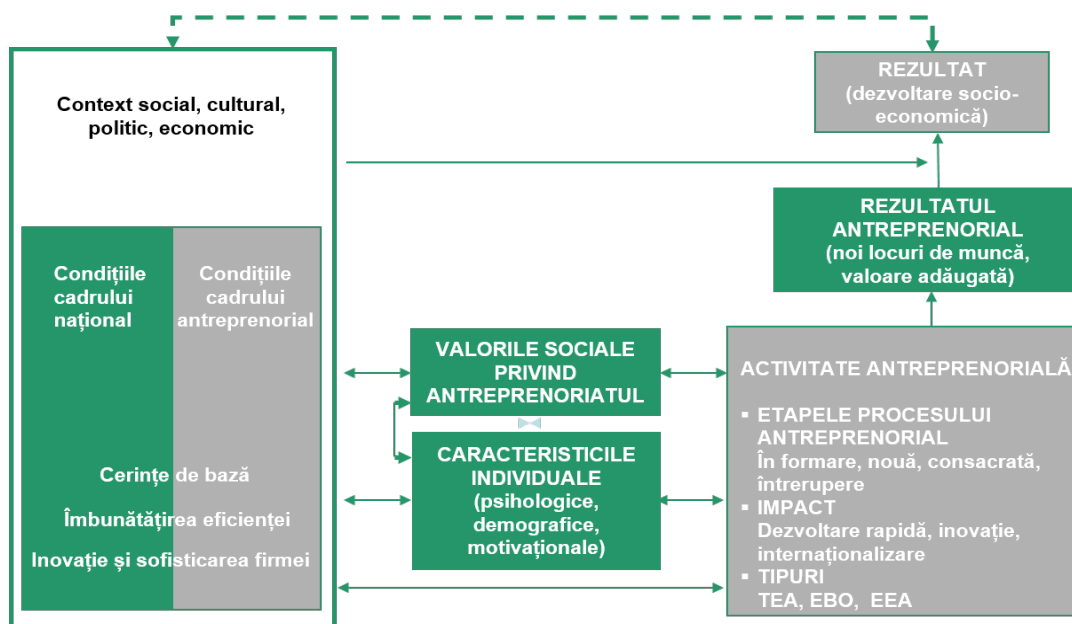
detaliat despre caracteristicile antreprenorilor, activitățile lor, motivațiile și ambițiile acestora, facilitând analiza implicării active a antreprenorilor în crearea sau gestionarea de noi întreprinderi, în diferite etape de dezvoltare. Datele sunt colectate în fiecare țară participantă folosind aceleași întrebări, formulate în limba țării respective. Coerența întrebărilor și modul în care sunt verificate rezultatele și estimate variabilele-cheie permit realizarea de **comparații atât în spațiu (între economii), cât și în timp** (GEM, 2023, pg. 29).

A doua anchetă GEM este **sondajul național în rândul experților (NES)**. În fiecare an, echipele naționale invită **cel puțin 36 de experți naționali** să completeze un chestionar online, în care aceștia evaluează diverse afirmații referitoare la condițiile-cadru ale antreprenoriatului din țara lor. Printre aspectele evaluate se numără accesul la finanțare pentru întreprinderi, infrastructura fizică, politicile guvernamentale și sprijinul social acordat antreprenoriatului. Aceste evaluări sunt folosite pentru a **estima calitatea mediului antreprenorial din fiecare economie și pentru a calcula indicele mediului antreprenorial național** (National Entrepreneurship Context Index, NECI), care clasifică economiile în funcție de sprijinul acordat antreprenoriatului. Acest indice este util pentru antreprenori, deoarece răspunde la întrebarea-cheie: *care sunt cele mai bune locuri pentru a înființa o afacere?* De asemenea, este valoros pentru factorii de decizie politică, deoarece nu doar că oferă informații despre eficiența mediului de afaceri național în sprijinirea antreprenoriatului, dar permite și comparații între economii similare (GEM, 2023, p. 32).

GEM definește antreprenoriatul ca fiind activitatea de înființare și gestionare a unei noi întreprinderi. Această activitate este esențială deoarece simpla planificare a înființării unei afaceri nu corespunde criteriilor antreprenoriale. Întreprinderile noi contribuie la crearea de locuri de muncă, venituri și valoare adăugată - factori fundamentali ai creșterii economice - prin dezvoltarea de produse inovative sau utilizarea de procese și tehnologii noi. Întreprinderile noi pot accelera schimbările structurale din economie. Deși nu toate afacerile noi vor reuși, iar multe vor eșua, resursele pierdute reprezintă lecții valoroase, oferind antreprenorilor și altor părți interesate cunoștințele și experiența necesare succesului în afaceri viitoare. Activitatea de înființare a unei afaceri este rezultatul unui proces decizional personal, care reflectă atitudini și caracteristici individuale, cum ar fi cunoștințele, experiența, valorile și motivația antreprenorului, dar și accesul la resurse. De asemenea, această activitate se desfășoară într-un context social care poate sprijini sau descuraja antreprenoriatul și poate facilita sau limita accesul la resurse (GEM, 2023, pg. 27-28).

Decizia de a înființa o nouă afacere este strâns legată de mediul antreprenorial local, regional și național, care influențează această alegere în mod direct (prin accesul la resurse), **cât și indirect** (prin impactul său asupra valorilor și priorităților sociale). Interacțiunea dintre caracteristicile personale ale antreprenorului și mediul antreprenorial joacă un rol important în determinarea sectorului de activitate ales, gradului de inovare și ambițiilor antreprenoriale. Această interacțiune influențează, la rândul său, rezultatele potențiale ale noilor întreprinderi în termeni de locuri de muncă, valoare adăugată și, implicit, dezvoltarea socio-economică (Szabó et al., 2023, pg. 16). Aceste relații sunt ilustrate în cadrul conceptual GEM, prezentat în Figura 1.

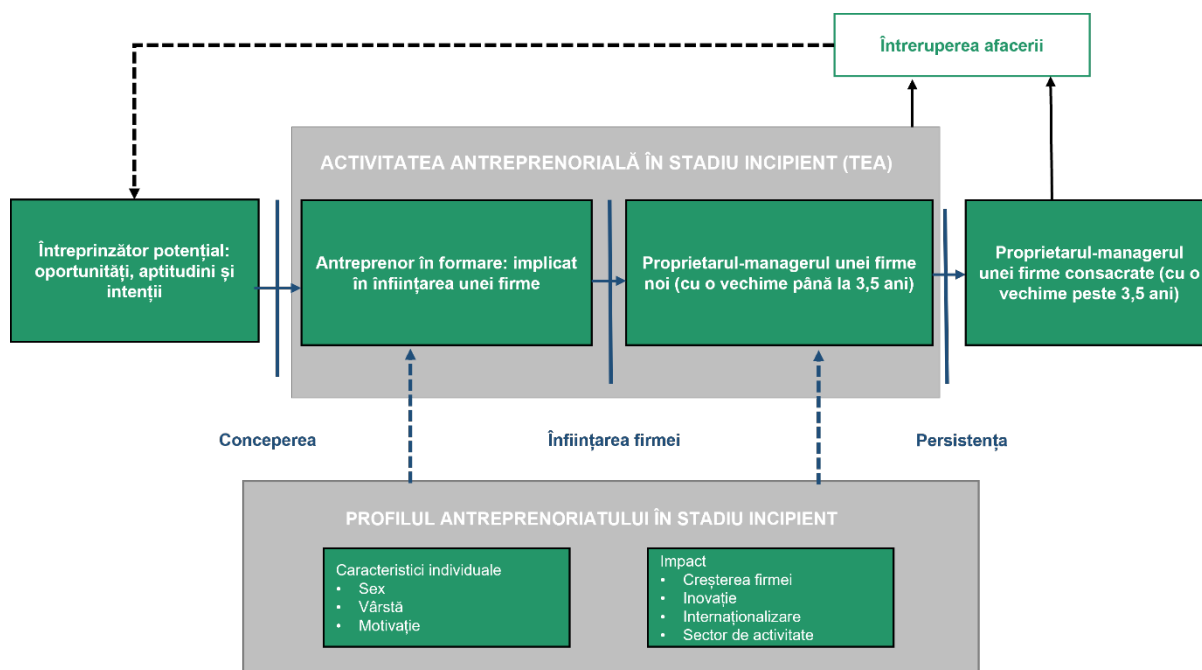
Figura 1. Cadrul conceptual GEM



Sursă: GEM (2023), pg. 28

Figura 2 ilustrează **etapele procesului antreprenorial**, care începe cu generarea unei idei și identificarea oportunităților de afaceri (*conceperea*), urmate de înființarea întreprinderii prin alocarea resurselor necesare pentru a valorifica aceste oportunități percepute (*înființarea firmei*). Procesul continuă cu dezvoltarea inițiativei într-o afacere consolidată (*persistența*), iar, în anumite cazuri, poate duce și la închiderea afacerii.

Figura 2. Procesul antreprenorial și indicatorii GEM



Sursă: GEM (2023), pg. 30

2.3 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2022

În cadrul cercetării GEM din 2022, 49 de țări au participat la sondajul APS, iar 51 de țări au fost implicate în sondajul NES (incluzând cele 49 de țări din APS, plus Italia și Argentina). Până în anul 2021, țările participante la cercetarea GEM erau clasificate în funcție de venit și regiune, utilizând categoriile de venit stabilite anual de Banca Mondială, pe baza venitului pe cap de locuitor. Începând cu 2021, GEM adoptat propria clasificare a veniturilor, pentru a obține o distribuție mai echilibrată a țărilor participante. Pragurile de venit sunt stabilite arbitrar, pentru a crea grupuri de economii relativ egale. În acest raport, se folosește clasificarea GEM.

Tabelul 1 prezintă Țările participante la cercetarea GEM în anul 2022, clasificate în funcție de produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor, astfel:

- *Grupul A:* țări cu venituri mari, având un PIB pe cap de locuitor de peste 40.000 de dolari
- *Grupul B:* țări cu venituri medii, având un PIB pe cap de locuitor între 20.000 și 40.000 de dolari
- *Grupul C:* țări cu venituri mici, având un PIB pe cap de locuitor mai mic de 20.000 de dolari (GEM, 2023, pg. 32).

Tabelul 1. Țările participante la cercetarea GEM în anul 2022, clasificate în funcție de PIB pe cap de locuitor

Grupul A: Venituri mari (> 40.000 USD)	Grupul B: Venituri medii (≥ 20.000 USD și ≤ 40.000 USD)	Grupul C: Venituri mici (< 20.000 USD)
Arabia Saudită	Argentina*	Africa de Sud
Austria	Chile	Brazilia
Canada	Croația	China
Cipru	Grecia	Columbia
Elveția	Letonia	Egipt
Emiratele Arabe Unite	Mexic	Guatemala
Franța	Oman	India
Germania	Panama	Indonezia
Israel	Polonia	Iran
Italia*	Puerto Rico	Maroc
Japonia	Republica Slovacă	Togo
Lituania	România	Tunisia
Luxemburg	Serbia	Venezuela
Norvegia	Taiwan	
Olanda	Ungaria	
Qatar	Uruguay	
Regatul Unit		
Republica Coreea		
Slovenia		
Spania		
Statele Unite ale Americii		
Suedia		

Notă: *Țara a participat doar la sondajul național în rândul experților (NES).

Sursă: GEM (2023), pg. 33

Toate țările din Tabelul 1 au participat atât la sondajul populației adulte (Adult Population Survey, APS), cât și la sondajul național în rândul experților (National Expert Survey, NES), cu excepția Italiei și Argentinei, care au participat doar la NES. Grupul țărilor cu venituri mari include 14 țări europene, două țări nord-americane, trei țări din Golful Persic, Japonia, Republica Coreea și Israel. Majoritatea economiilor din grupul B se află în America Latină sau Europa de Est, Taiwan și Oman, în timp ce majoritatea țărilor cu venituri mici sunt situate în America Latină, Orientul Mijlociu, Asia de Est și Africa. Niciuna dintre țările din grupul C nu este europeană, deși economiile europene reprezintă aproape jumătate din economiile participante la cercetarea GEM în anul 2022 (GEM, 2023, pg. 33). **România face parte din grupul țărilor cu venituri medii (grupul B).**

3 Aspectele sociale și culturale ale antreprenoriatului din România

Pentru a obține succesul, **antreprenorii nu au nevoie** doar de abilități și cunoștințe, ci și **de încredere în propriile capacități** de a-și atinge obiectivele și de a-și controla mediul înconjurător (McGee et al., 2009). Autoeficacitatea percepută joacă un rol crucial în formarea mentalității antreprenoriale (Mauer et al., 2017) și este strâns legată de intențiile antreprenoriale ale indivizilor (Wilson et al., 2007), care este un antecedent cheie al comportamentului (Ajzen, 2001). Cu cât avem mai multă încredere în propriile abilități, cu atât vom depune un efort mai mare pentru a ne atinge obiectivele (Bullough et al., 2014). Prin urmare, autoeficacitatea devine un element vital în antreprenoriat, unde deciziile sunt luate într-un mediu caracterizat prin dinamism, complexitate și incertitudine, ce implică un grad semnificativ de risc, stres și efort (Boudreaux et al., 2019).

Identificarea oportunităților este esențială în comportamentul antreprenorial și reprezintă un element fundamental în multe teorii ale antreprenoriatului (de exemplu, Baron, 2006; Foss și Klein, 2010; Tang et al., 2012). Capacitatea de a identifica oportunitățile antreprenoriale constituie o condiție prealabilă importantă pentru inițierea unei afaceri (Baron, 2007).

Mediul social în care indivizii trăiesc și activează are un impact semnificativ asupra intențiilor lor antreprenoriale (Kautonen et al., 2011; Costa și Pita, 2020). Rețelele antreprenoriale pot fi considerate un tip de capital social, ce facilitează integrarea în ecosistemul de afaceri, accelerează ciclurile de afaceri și contribuie la dobândirea de cunoștințe și informații relevante (Linardi și Costa, 2022).

Literatura de specialitate privind antreprenoriatul evidențiază rolul esențial al aversiunii la risc (Knight, 1921; Schumpeter, 1934). Decizia unui individ de a se implica sau nu în antreprenoriat nu depinde doar de autoeficacitatea și capacitatea de a identifica noi oportunități, ci și de disponibilitatea de a face față incertitudinii (Foss și Klein, 2012). Antreprenorii se diferențiază esențial de cei care nu sunt implicați în activități antreprenoriale prin atitudinea lor față de risc (Douglas și Shepherd, 2002). **Teama de eșec reprezintă o barieră semnificativă în calea antreprenoriatului** (Caliendo et al., 2009). Când eșecul este perceput negativ, indivizii vor încerca să îl evite activ (Shepherd, 2003), ceea ce poate duce la descurajarea implicării în activități cu un risc ridicat de eșec, cum este antreprenoriatul (Caliendo et al., 2009).

Tabelul 2 ilustrează atitudinile și percepțiile individuale referitoare la antreprenoriat în rândul populației adulte din țările Europei Centrale și de Est care au participat la cercetarea GEM în 2022, precum și poziționarea României în cadrul celor 49 de țări incluse în studiu în sondajul APS.

Tabelul 2. Atitudinile și percepțiile individuale referitoare la antreprenoriat în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă activă), 2022

	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Poziția României*
Cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani (Complet de acord/ Oarecum de acord)	66,48	46,69	59,32	47,93	46,20	37
Oportunități bune pentru a demara o afacere în zona în care locuiește în următoarele șase luni (Complet de acord/ Oarecum de acord)	60,02	72,26	29,37	27,23	63,75	14
Are cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere (Complet de acord/ Oarecum de acord)	73,61	47,79	42,85	36,83	62,68	24
Teama de eșec reprezintă un obstacol în pornirea unei afaceri (Complet de acord/ Oarecum de acord)	52,22	57,48	52,74	43,54	58,05	5
Rata fricii de eșec în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale (Complet de acord/ Oarecum de acord)	48,58	53,14	42,90	34,01	55,69	4
Este ușoară demararea unei afaceri (Complet de acord/ Oarecum de acord)	34,03	79,41	20,42	47,39	42,50	31

Notă: *Poziția României în clasamentul celor 49 de țări participante la sondajul populației adulte din 2022.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

În România, 46,20% din persoanele cu vârsta între 18 și 64 de ani cunosc pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani. Această rată este mai mică decât în Croația, Polonia, Slovacia și Ungaria, iar România ocupă locul 37 din cele 49 de țări participante la cercetarea GEM din 2022.

Situația României este mai favorabilă în ceea ce privește identificarea oportunităților de afaceri, România ocupând locul 14. Astfel, **63,75% din populația adultă consideră că există condiții favorabile pentru a începe o afacere în zona în care trăiește în următoarele șase luni.** Deși această rată este mai mică decât cea din Polonia (72,26%), este superioară celor din Ungaria (27,23%) și Slovacia (29,37%), iar nivelul său este similar cu cel din Croația (60,02%).

România se află pe locul 24 în ceea ce privește încrederea în propriile cunoștințe și abilități antreprenoriale. Astfel, **62,68% dintre adulții din România consideră că dispun de cunoștințele și abilitățile necesare pentru a începe o afacere.** Printre țările din Europa Centrală și de Est, Croația înregistrează cea mai mare rată, de 72,26%.

Unul dintre principalele obstacole în calea demarării unei afaceri în România este teama de eșec. **58,05% din populația adultă din România consideră că teama de eșec reprezintă un obstacol în pornirea unei afaceri,** o proporție mai mare decât în Polonia, Slovacia, Ungaria și Croația. România ocupă locul cinci în clasamentul global al țărilor participante la cercetarea GEM în 2022 în ceea ce privește teama de eșec. Situația devine și mai gravă având în vedere că 55,69% dintre cei care consideră că există oportunități bune de afaceri în zona în care trăiesc în următoarele șase luni consideră totodată că teama de eșec reprezintă o barieră în pornirea unei afaceri. România se află pe locul patru în ceea ce privește această rată.

42,50% din populația adultă din România consideră că este ușor să pornească o afacere, o rată mai mică decât în Polonia (79,41%) și Ungaria (47,39%), dar mai mare decât în Croația (34,03%) și Slovacia (20,42%). România ocupă locul 31 în clasamentul țărilor participante la cercetarea GEM (49 de țări) în ceea ce privește acest indicator.

Rata îngerilor de afaceri în România este de 2,04% din populația adultă, ceea ce plasează țara pe locul 47 în clasamentul global al țărilor participante la cercetare.

4 Antreprenoriatul din România în context internațional

Există mai multe **modalități de a evalua nivelul antreprenoriatului**, cum ar fi numărul de întreprinderi nou-înființate sau proporția persoanelor care se identifică drept lucrători pe cont propriu. Aceste date oferă informații utile despre activitatea antreprenorială, însă interpretarea lor este influențată de reglementările și contextul economic al fiecărei țări. De exemplu, procedurile administrative și costurile de înregistrare pot varia substanțial, ceea ce afectează ușurința de a deschide o afacere. În plus, multe persoane care lucrează pe cont propriu – precum taximetriștii sau muzicienii – nu se consideră antreprenori în sensul tradițional al termenului, ci mai degrabă își asigură existența prin această activitate. Această nuanță evidențiază importanța diferențelor culturale și legale în definirea antreprenoriatului în diverse țări (GEM, 2023, p. 50).

GEM definește antreprenoriatul ca acțiunea individuală de a iniția sau conduce o afacere nouă, oferind astfel o perspectivă diferită asupra acestui fenomen. Sondajul populației adulte surprinde atât activitățile informale, nereglementate – care nu sunt reflectate în statisticile oficiale –, cât și activitățile antreprenoriale desfășurate în cadru formal. (GEM, 2023, pg. 50). Această metodologie asigură colectarea unor **date comparabile între țări și de-a lungul timpului**, oferind o imagine mai amplă și cuprinzătoare a dinamicii antreprenoriatului.

O variabilă centrală în proiectul GEM este **rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, TEA)**, care reflectă proporția populației adulte, cu vârsta între 18 și 64 de ani, implicată în inițierea sau administrarea unei afaceri noi. Conform metodologiei GEM, o întreprindere nouă este definită ca o afacere care a plătit salarii sau indemnizații timp de mai puțin de 42 de luni, inclusiv proprietarilor. **Dacă aceste plăți depășesc 42 de luni, afacerea este considerată consacrată** (GEM, 2023, p. 50).

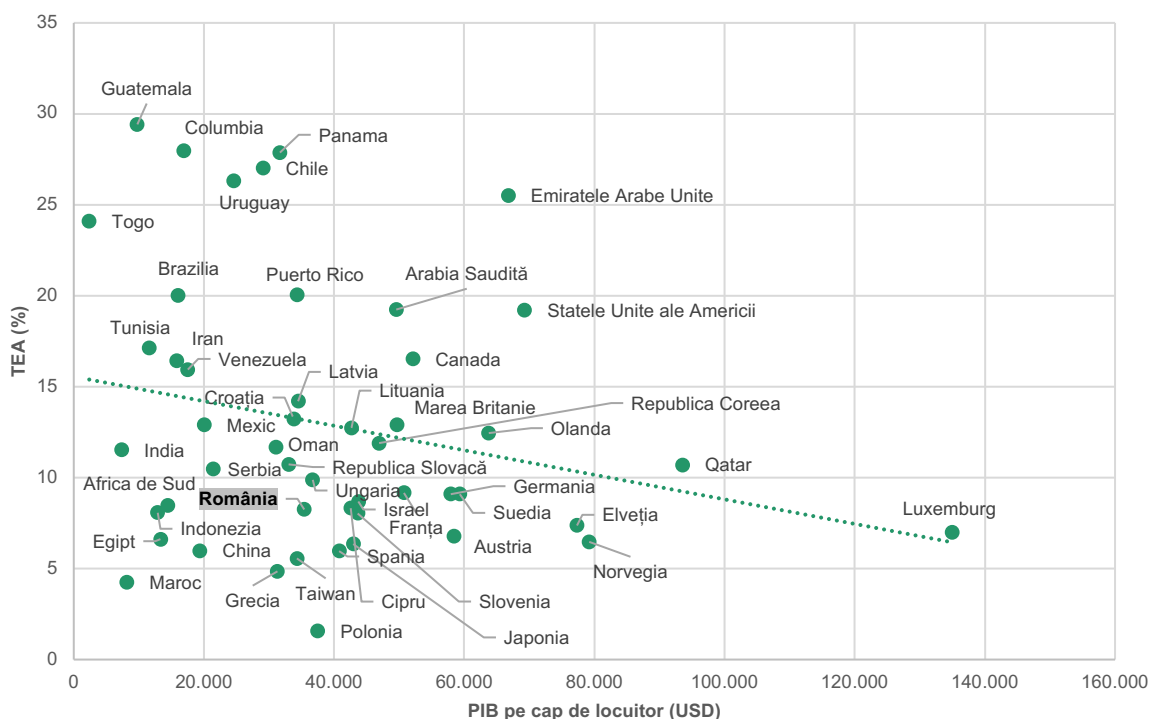
4.1 Relația dintre activitatea antreprenorială și nivelul de dezvoltare economică

Antreprenoriatul este recunoscut ca un motor esențial al creșterii economice, însă acesta depinde în mare măsură de condițiile economice ale regiunilor în care se dezvoltă (Luz et al., 2024). **Printre factorii principali care influențează antreprenoriatul se numără produsul intern brut (PIB), politicile guvernamentale, educația și rata șomajului** (Álvarez et al., 2011; Chowdhury et al., 2019).

Economiile cu venituri mari beneficiază de resurse mai ample, inclusiv capital social, educațional și financiar, ceea ce le permite accesul la o gamă variată de oportunități de afaceri profitabile. În plus, aceste economii oferă mai multe opțiuni de angajare, reducând presiunea pentru inițierea unei afaceri din necesitate. În schimb, **economiile cu venituri mici** au acces limitat la resurse și oportunități, iar locurile de muncă sunt adesea mai puține, ceea ce poate împinge indivizii să își asigure traiul prin activități antreprenoriale. Astfel, există o relație complexă între nivelul de venit al unei economii, percepția asupra oportunităților și motivația de a începe o afacere (GEM, 2023, pg. 52).

Relația complexă dintre nivelul de dezvoltare al unei țări și activitatea antreprenorială este ilustrată în Figura 3, unde rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) este reprezentată în funcție de produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor pentru fiecare țară participantă la GEM. Se observă că **țările cu un PIB pe cap de locuitor mai ridicat tind să aibă rate mai scăzute ale TEA**. Totuși, există și excepții: anumite economii cu venituri mici, precum Marocul și Egiptul, prezintă rate reduse ale activității antreprenoriale în stadiu incipient, în timp ce țări cu venituri mari, cum sunt Statele Unite, Arabia Saudită și Canada, au niveluri relativ ridicate ale TEA.

Figura 3. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient raportată la PIB-ul pe cap de locuitor, 2022

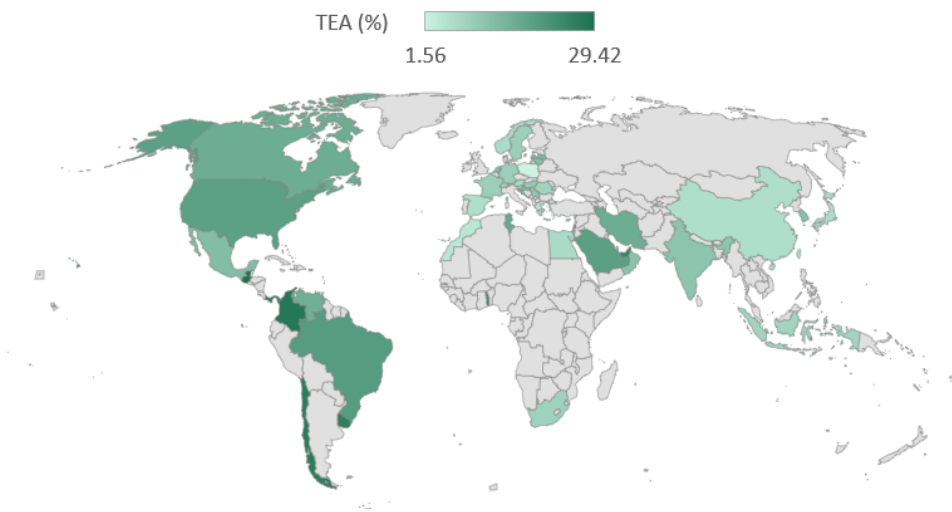


Notă: PIB-ul pe cap de locuitor este măsurat în USD la paritatea puterii de cumpărare (PPS).

Sursă: GEM (2023), pg. 52

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient variază semnificativ în funcție de nivelul de venit al economiilor. În grupul țărilor cu venituri mici, aceasta oscilează între 4,24% în Maroc și 29,42% în Guatemala. În economiile cu venituri medii, variază de la 1,56% în Polonia la 27,87% în Panama, iar în economiile cu venituri mari, aceasta se situează între 5,96% în Spania și 25,52% în Emiratele Arabe Unite (vezi Figura 4). Dintre cele 49 de economii participante la sondajul GEM, Guatemala înregistrează cea mai mare proporție de adulți care încep sau conduc o afacere nouă, aproape trei din zece adulți fiind antreprenori în stadiu incipient. În contrast, Polonia are cea mai scăzută rată, cu mai puțin de unul din 50 de adulți implicați în antreprenoriat. **În România, rata activității antreprenoriale în stadiu incipient este de 8,25%, sub media de 12,94% înregistrată în țările participante la GEM în anul 2022.**

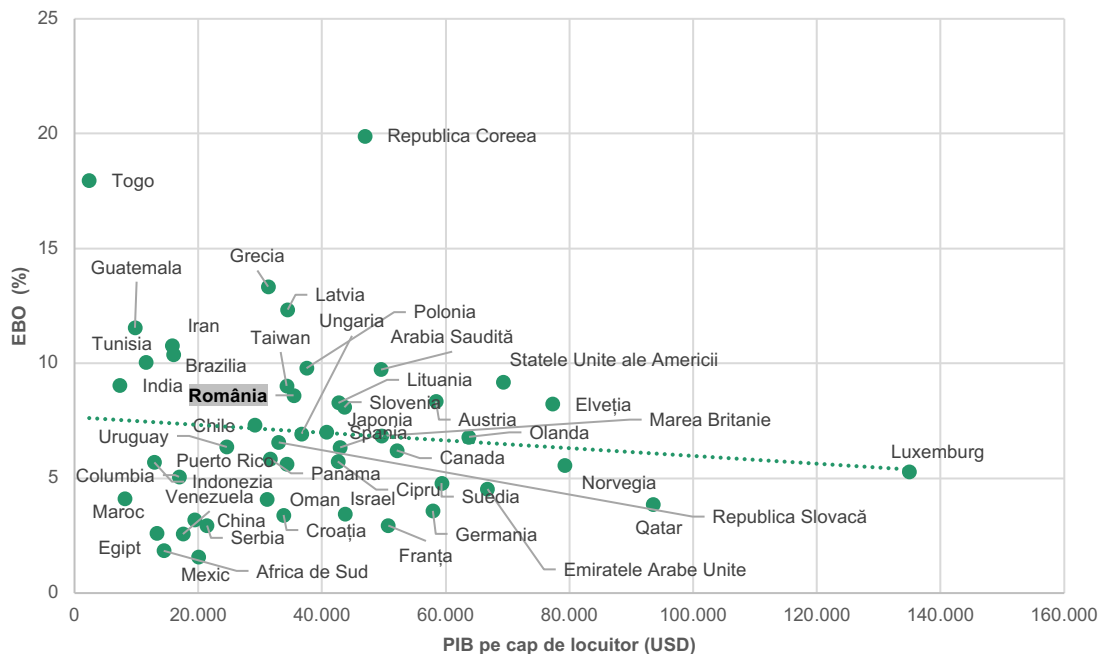
Figura 4. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările participante la GEM, 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 52

Figura 5 ilustrează **rata activității antreprenoriale a proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)** în cele 49 de economii, în funcție de PIB-ul pe cap de locuitor. Rata EBO înregistrează diferențe mai mici între economii, iar dispersia acesteia este destul de uniformă în cadrul grupurilor de venit.

Figura 5. Ponderea proprietarilor-manageri ai firmelor consacrate în funcție de PIB-ul pe cap de locuitor, 2022



Notă: PIB-ul pe cap de locuitor este măsurat în USD la paritatea puterii de cumpărare (PPS).

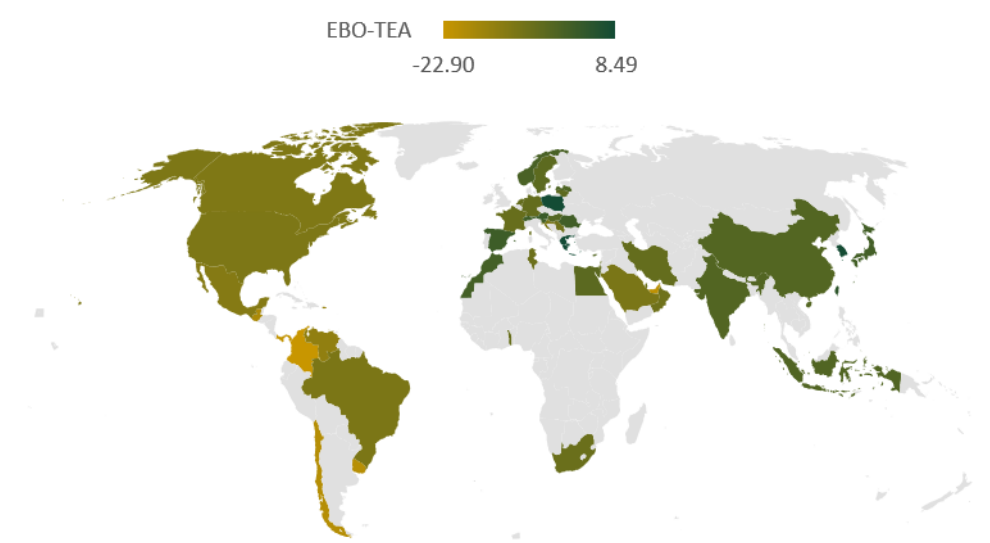
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022 și World Bank <https://data.worldbank.org>

În grupul economiilor cu venituri mici, rata antreprenorilor consacrați variază între 1,8% în Africa de Sud și 18% în Togo. În țările cu venituri medii, aceasta se situează între 1,6% în Mexic și 13,34% în Grecia, iar în economiile cu venituri mari, variază de la 2,9% în Franța la 19,9% în Republica Coreea. În

România, rata este de 8,6%, ceea ce o plasează deasupra mediei țărilor participante la GEM în 2022, care este de 7%.

În majoritatea țărilor, rata activității antreprenoriale în stadiu incipient este mai mare decât cea a antreprenorilor consacrați, așa cum se poate observa în Figura 6. Cele mai mari diferențe se înregistrează în Columbia (TEA 27,96%, EBO 5,1%) și Panama (TEA 27,87%, EBO 5,8%). Totuși, în doar nouă dintre cele 49 de țări participante, ponderea antreprenorilor consacrați este mai mare decât cea a celor în stadiu incipient, printre acestea numărându-se și România.

Figura 6. Diferența dintre rata proprietar-managerilor de firme consacrate și rata antreprenorilor în stadiu incipient, 2022

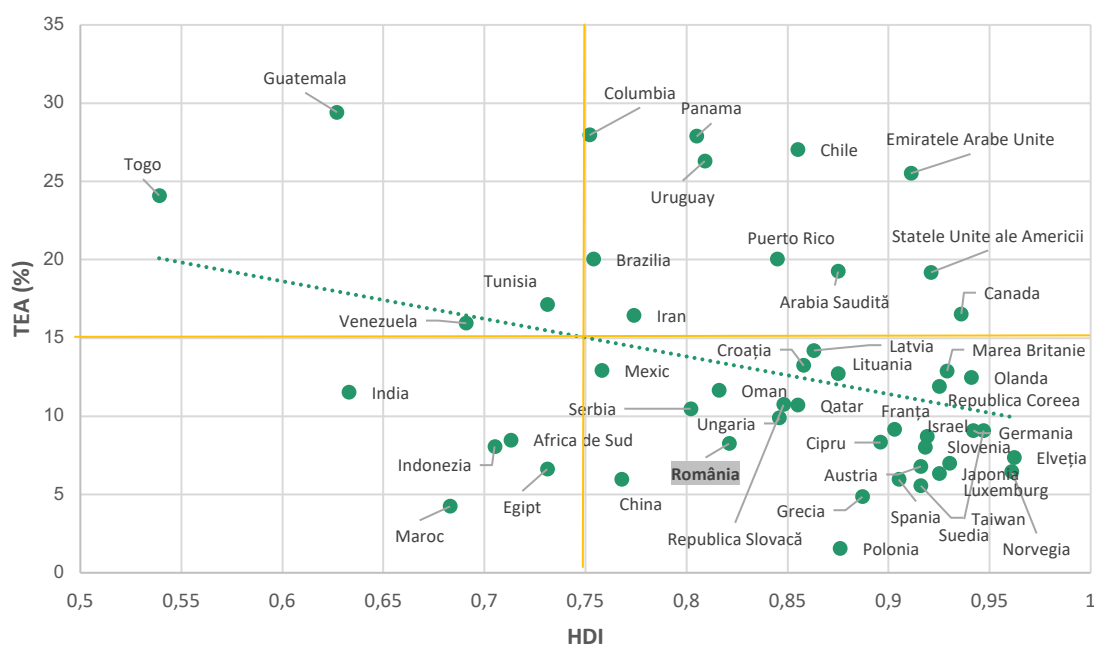


Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

În ultimii ani, s-a intensificat preocuparea cu privire la adecvarea PIB-ului ca măsură a bunăstării, în special în ceea ce privește distribuția și sustenabilitatea veniturilor în cadrul economiilor. În același timp, au apărut întrebări privind relevanța PIB-ului în raport cu condițiile de viață ale oamenilor și dezvoltarea acestora. Astfel, indicatorii alternativi de bunăstare câștigă tot mai multă recunoaștere. Un astfel de indicator este **Indicele de dezvoltare umană** (Human Development Index, HDI) al **Organizației Națiunilor Unite** (GEM, 2023, pg. 52, 54). HDI este un indicator exogen care măsoară dezvoltarea umană și poate evidenția inegalitățile legate de aspecte fundamentale precum educația și egalitatea de gen. Conceput în 1990 și lansat oficial în 1993, HDI a fost creat pentru a pune un accent mai mare pe dezvoltarea umană și calitatea vieții, înlocuind indicatorii economici tradiționali cu un instrument mai clar, care să permită analize comparative între țări (United Nations Development Programme, 2019). Acest indice joacă un rol important în formularea politicilor guvernamentale și în direcționarea politicilor publice și de afaceri. Componentele sale includ: longevitatea umană (speranța de viață), cunoștințele (măsurate prin anii de educație) și nivelul de trai (venitul național brut pe cap de locuitor). Combinând aceste trei componente, se obține HDI, care poate varia între 0 și 1 (GEM, 2023, pg. 52, 54).

Figura 7 ilustrează corelația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient și indicele de dezvoltare umană (HDI) pentru cele 49 de economii participante la cercetarea GEM din 2022. **Relația dintre HDI și rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) este negativă în majoritatea țărilor participante:** există economii cu un nivel ridicat al HDI și un nivel scăzut al TEA, precum Polonia, Grecia și Taiwan, și economii cu un nivel scăzut al HDI și un nivel ridicat al TEA, cum ar fi Togo și Guatemala. Cu toate acestea, corelația nu este foarte puternică, iar exemplele de economii cu niveluri ridicate atât ale HDI, cât și ale TEA includ Emiratele Arabe Unite și Statele Unite ale Americii, în timp ce țări precum Maroc și China prezintă niveluri scăzute ale ambilor indicatori (GEM, 2023, pg. 54).

Figura 7. Ratele activității antreprenoriale în stadiu incipient și indicele de dezvoltare umană (HDI) al ONU, 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 54

Relația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) și indicele de dezvoltare umană (HDI) al Organizației Națiunilor Unite este mai strânsă decât cea dintre TEA și produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor. Aceasta sugerează că, în anumite economii, nivelul general al dezvoltării umane, care include factori precum educația, speranța de viață și condițiile de trai, are un impact mai mare asupra activității antreprenoriale în stadiu incipient decât venitul pe cap de locuitor.

4.2 Activitatea antreprenorială în Europa Centrală și de Est

Tabelul 3 prezintă ratele activității antreprenoriale în România comparativ cu alte țări din Europa Centrală și de Est, inclusiv Croația, Polonia, Slovacia și Ungaria, oferind totodată media acestor indicatori pentru regiunile analizate și poziția României în clasamentul celor 49 de țări participante la cercetarea GEM din 2022.

Ponderea antreprenorilor potențiali, adică a celor care intenționează să demareze o afacere în următorii trei ani, este cea mai mare în Croația, unde mai mult de 25% din populația adultă are astfel de planuri. **În România, 13,45% dintre adulți pot fi considerați antreprenori potențiali.** Croația înregistrează, de asemenea, cea mai mare pondere a antreprenorilor în stadiu incipient. Rata din România (8,25%) se află aproape de media regiunii Europa Centrală și de Est, care este de 8,74%.

În ceea ce privește antreprenoriatul consacrat, Polonia are cea mai mare rată a proprietari-managerilor de firme consacrate, urmată de România. De asemenea, **ponderea celor care au abandonat o afacere în România (1,05%) este mai mică decât media țărilor analizate** și reprezintă unul dintre cele mai scăzute procente dintre țările participante la GEM.

Tabelul 3. Ratele activității antreprenoriale în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă), 2022

	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media țărilor din Europa Centrală și de Est	Poziția României*
Proporția populației adulte care intenționează să demareze o afacere	26,44	3,18	13,08	11,10	13,45	13,45	37
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)	13,20	1,60	10,70	9,90	8,25	8,74	34
Rata proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)	3,40	9,80	6,60	6,90	8,60	7,06	14
Rata îngerilor de afaceri	5,92	1,72	9,91	3,93	2,04	4,70	47
Rata întreruperii afacerii 1 (afacerea nu a fost continuată)	2,01	2,65	3,60	1,54	1,05	2,17	48
Rata întreruperii afacerii 2 (afacerea a fost continuată)	1,59	1,09	1,66	0,33	0,59	1,05	44

*Notă: Poziția României în clasamentul celor 49 de țări participante la ancheta populației adulte din 2022.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Rata îngerilor de afaceri este mai ridicată în Slovacia (9,91%) dintre țările din Europa Centrală și de Est analizate. **În România, doar 2,04% din populația adultă a declarat că a oferit fonduri pentru începerea unei noi afaceri de către o altă persoană în ultimii trei ani.**

4.3 Cum a afectat pandemia antreprenoriatul în România?

În general, pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), noile tehnologii digitale prezintă atât oportunități, cât și provocări (Roy et al., 2018). Pe măsură ce tehnologiile digitale și modelele de afaceri devin din ce în ce mai răspândite, acestea disruptă tehnologiile tradiționale, modelele de afaceri existente, procesele operaționale și relațiile cu partenerii, generând atât oportunități noi, cât și provocări pentru afaceri (Khurana et al., 2022). Pe de o parte, tehnologiile digitale sprijină crearea de noi întreprinderi (von Briel et al., 2018), oferind organizațiilor posibilitatea de a crea valoare mai mare pentru

clienți prin combinarea resurselor (Tortora et al., 2021), îmbunătățind producția tradițională (Borangiu et al., 2019), stimulând inovarea produselor și proceselor (Ardito et al., 2021) și accelerând tranziția către servicii (Coreynen et al., 2017). e de altă parte, dificultățile de adoptare a tehnologiilor digitale reprezintă o barieră semnificativă, în principal din cauza capacității reduse a IMM-urilor de a face tranziția rapidă și eficientă de la tehnologiile și modelele de afaceri tradiționale la cele noi (Ritter și Pedersen, 2020). **Transformarea digitală poate deveni cu atât mai dificilă pentru IMM-uri în perioadele de criză, cum ar fi pandemia, care a generat multiple provocări în acest sens** (Khurana et al., 2022).

Chestionarul privind sondajul populației adulte include și întrebări referitoare la impactul pandemiei asupra deciziilor antreprenorilor. Răspunsurile oferite de antreprenorii în stadiu incipient din Europa Centrală și de Est sunt sintetizate în Tabelul 4.

Tabelul 4. Impactul pandemiei asupra deciziilor antreprenorilor în stadiu incipient din Europa Centrală și de Est (% din TEA), 2022

	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media țărilor din Europa Centrală și de Est	Poziția României*
Utilizarea tehnologiilor digitale ca răspuns la pandemia de coronavirus	17,82	37,75	12,64	12,34	19,88	20,09	31
Dezvoltarea planurilor inițiale cu tehnologii digitale noi sau îmbunătățite	18,47	4,13	23,64	17,38	22,01	17,13	22
Utilizarea tehnologiilor digitale înainte de pandemia de coronavirus	34,82	6,01	19,58	28,54	11,57	20,10	42
Afacerea poate funcționa fără tehnologii digitale	28,89	52,11	44,14	41,74	46,54	42,68	7
Exploatarea noilor oportunități	34,79	38,06	32,62	17,43	62,97	37,17	6
Până în prezent, guvernul a gestionat eficient consecințele economice ale pandemiei	26,02	32,47	17,22	32,15	32,81	28,13	25

*Notă: Poziția României în clasamentul celor 49 de țări participante la ancheta populației adulte din 2022.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Aproape 40% dintre antreprenorii în stadiu incipient din Polonia au raportat utilizarea tehnologiilor digitale ca răspuns la pandemia de coronavirus. În România, acest procent ajunge la 19,88%, apropiindu-se de media regiunii Europa Centrală și de Est. Dintre țările analizate, Slovacia și România au înregistrat cele mai ridicate rate ale antreprenorilor în stadiu incipient care au adoptat planuri inițiale cu tehnologii digitale noi sau îmbunătățite. În Polonia, mai mult de 50% dintre antreprenori, iar **în România, peste 45%, consideră că afacerea lor ar putea funcționa fără tehnologii digitale.** Această rată plasează România pe locul șapte dintre cele 49 de țări participante la GEM. Totodată, România are cea mai mare pondere a antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că pandemia

COVID-19 a generat noi oportunități, cu un procent de 62,97%, plasându-se pe locul șase din cele 49 de țări.

Răspunsurile antreprenorilor consacrați privind impactul pandemiei asupra deciziilor lor sunt prezentate în Tabelul 5. Analiza datelor sugerează că antreprenorii consacrați sunt mai reticenți în adoptarea tehnologiilor digitale. Aproape 57% dintre antreprenorii consacrați din Polonia și peste 45% din Ungaria și Slovacia consideră că afacerea lor ar putea funcționa fără utilizarea tehnologiilor digitale. În România, aproximativ 37% dintre antreprenorii consacrați împărtășesc aceeași părere. Totodată, **37,96% dintre antreprenorii consacrați din România au declarat că pandemia a deschis noi oportunități pentru afacerea lor.**

Tabelul 5. Impactul pandemiei asupra deciziilor proprietarilor de firme consacrate în Europa Centrală și de Est (% din EBO), 2022

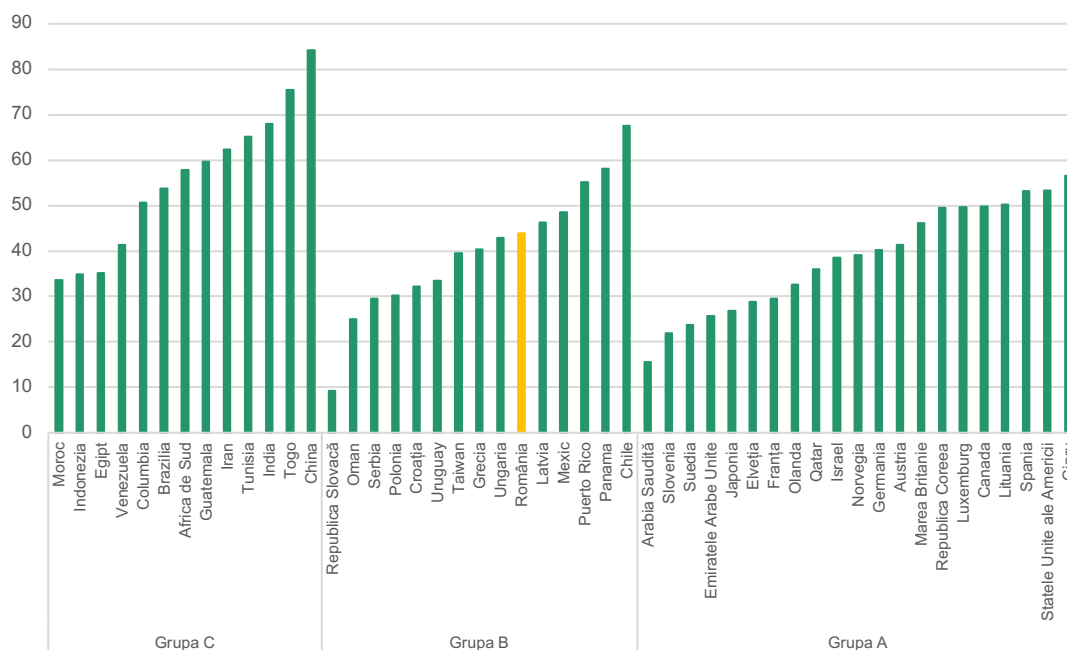
	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media țărilor din Europa Centrală și de Est	Poziția României*
Utilizarea tehnologiilor digitale ca răspuns la pandemia de coronavirus	13,75	21,18	7,09	5,22	9,78	11,40	36
Dezvoltarea planurilor inițiale cu tehnologii digitale noi sau îmbunătățite	27,92	8,74	25,23	14,97	31,32	21,64	2
Utilizarea tehnologiilor digitale înainte de pandemia de coronavirus	33,11	13,52	18,70	34,83	22,34	24,50	27
Afacerea poate funcționa fără tehnologii digitale	25,23	56,56	48,98	44,98	36,56	42,46	25
Exploatarea noilor oportunități	29,03	36,67	25,70	10,23	37,96	27,92	16
Până în prezent, guvernul a gestionat eficient consecințele economice ale pandemiei	38,57	25,07	16,12	28,49	19,15	25,48	37

*Notă: Poziția României în clasamentul celor 49 de țări participante la ancheta populației adulte din 2022.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Un aspect care poate fi influențat atât de pandemia COVID-19, cât și de războiul dintre Rusia și Ucraina este reprezentat de atitudinile și percepțiile antreprenorilor în stadiu incipient. Acestea pot avea un impact pozitiv sau negativ asupra procesului antreprenorial. Antreprenorii în stadiu incipient au fost întrebați dacă consideră că inițierea unei afaceri este mai dificilă decât în urmă cu un an, iar rezultatele obținute sunt prezentate în Figura 8. Cele mai mari rate ale celor care au considerat că este mai greu să înceapă o afacere au fost înregistrate în China (84,2%), Togo (75,4%), India (68%) și Chile (67,5%), în timp ce cele mai mici rate au fost în Slovacia (9,3%) și Arabia Saudită (15,5%). În România, 43,9% dintre antreprenorii în stadiu incipient consideră că este mai dificil sau mult mai dificil să înceapă o afacere decât în urmă cu un an.

Figura 8. Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că inițierea unei afaceri este mai dificilă (puțin mai dificilă sau mult mai dificilă) decât în urmă cu un an, 2022

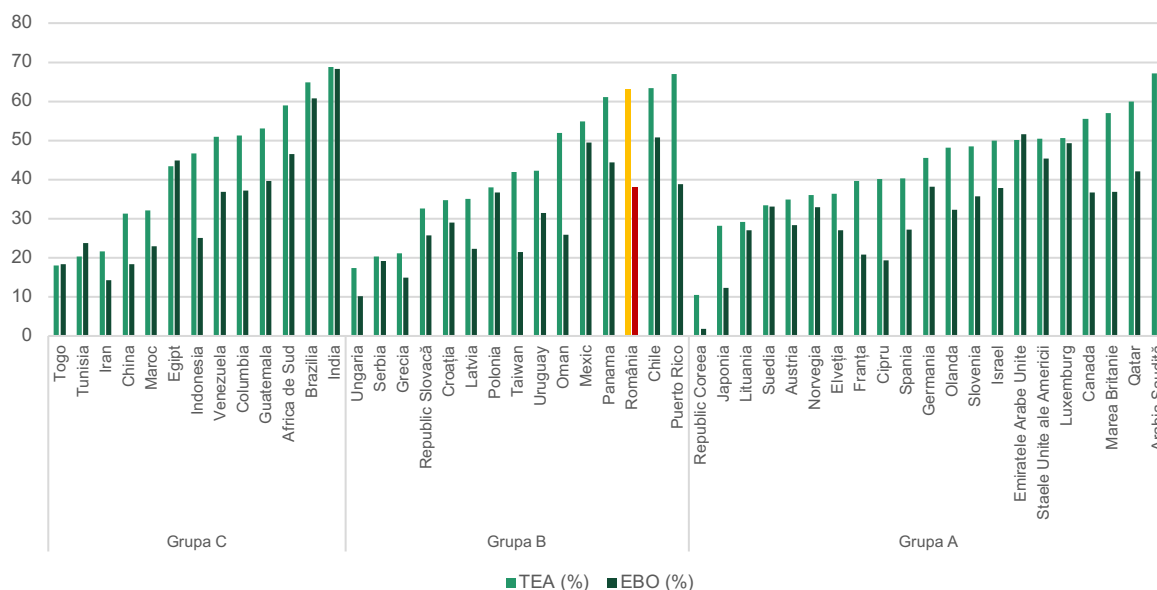


Sursă: GEM (2023), pg. 56

Crizele pot, de asemenea, să stimuleze spiritul antreprenorial, întrucât acestea pot genera rapid cerere pentru anumite bunuri și servicii – cum ar fi vaccinurile, măștile și ventilatoarele în timpul pandemiei de COVID-19 – care necesită o reacție rapidă și adesea experimentală, fără a ști în prealabil care este cel mai bun mod de a răspunde acestor nevoi.

Un subiect frecvent întâlnit în rapoartele globale din timpul pandemiei a fost capacitatea antreprenorilor de a identifica noi oportunități de afaceri în situații de criză. În primele etape ale pandemiei, aceste oportunități au fost legate de domenii precum producția de echipamente de protecție personală, servicii locale de livrare sau programele online de educație și fitness. Pe măsură ce pandemia a evoluat, multe dintre aceste oportunități au devenit mai puțin evidente, cum ar fi reconversia profesională, producția de conținut online sau furnizarea de servicii medicale mai mici, care devin tot mai greu accesibile. În cadrul chestionarului populației adulte, antreprenorii în stadiu incipient au fost întrebați dacă pandemia de coronavirus a generat noi oportunități de afaceri pe care intenționează să le valorifice, iar proprietarii de afaceri consacrate au fost întrebați dacă pandemia a adus noi oportunități de care beneficiază în prezent (GEM, 2020, pg. 57). Rezultatele obținute sunt prezentate în Figura 9.

Figura 9. Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că pandemia a generat noi oportunități pe care doresc să le valorifice, comparativ cu procentul antreprenorilor consacrați care urmăresc astfel de oportunități (% antreprenori în stadiu incipient /% din antreprenori consacrați), 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 57

Cu excepția a patru dintre cele 49 de economii (Emiratele Arabe Unite, Egipt, Tunisia și Togo), ponderea antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că pandemia a generat oportunități pe care doresc să le valorifice este mai mare decât cea a antreprenorilor consacrați care au deja beneficiat de aceste oportunități. **În România, 63% dintre antreprenorii în stadiu incipient sunt de acord că pandemia a creat noi oportunități pe care doresc să le exploateze, în timp ce 38% dintre antreprenorii consacrați consideră că au profitat deja de aceste oportunități.**

5 Care sunt motivele pentru pornirea sau închiderea unei afaceri?

Există numeroase motive pentru a porni o afacere, cum ar fi dorința de a aduce o schimbare în lume, de a obține profit, de a contribui la dezvoltarea comunității, de a continua o tradiție de familie, de a crea locuri de muncă sau de a valorifica noi oportunități. Indiferent de motivație, literatura de specialitate împarte afacerile în două mari categorii: afaceri bazate pe oportunități și afaceri bazate pe necesități.

Antreprenorii motivați de oportunitate sunt cei care își încep afacerea pentru a valorifica o oportunitate de afaceri profitabilă, adesea cu scopul de a deveni independenți și autonomi. În schimb, antreprenorii motivați de necesitate pornesc afaceri din cauza lipsei unor alternative de muncă bine plătită. Aceste două tipuri de afaceri se comportă diferit: afacerea bazată pe necesitate tinde să urmeze un comportament contraciclic, în timp ce afacerea bazată pe oportunitate este prociclică. Astfel, recesiunile economice sunt de obicei însoțite de o creștere a numărului de antreprenori motivați de necesitate (Fairlie și Fossen, 2020). În general, afacerea bazată pe oportunitate este considerată mai favorabilă, deoarece acești antreprenori creează firme cu perspective de creștere mai mari și care generează mai multe locuri de muncă (Fairlie și Fossen, 2020; Schoar, 2010). Potrivit datelor GEM, **cel mai frecvent motiv pentru a începe o afacere la nivel global este dorința de a deveni independent și autonom**, ceea ce indică faptul că majoritatea afacerilor sunt orientate spre oportunități (GEM, 2022, p. 69).

Există numeroase motive pentru închiderea unei afaceri, dintre care cel mai frecvent este legat de un nivel scăzut al vânzărilor sau al profitabilității. Alte motive comune includ impozitele ridicate, birocrația excesivă, lipsa forței de muncă calificate, creșterea costurilor de producție, dificultățile de acces la surse de finanțare, schimbările legislative frecvente și, mai recent, impactul pandemiei de coronavirus, început în 2020.

Totuși, închiderea unei afaceri nu este întotdeauna legată de dificultăți; pot exista și motive pozitive, precum vânzarea afacerii la un preț bun sau identificarea unei noi oportunități de afaceri (GEM, 2022, p. 77-78).

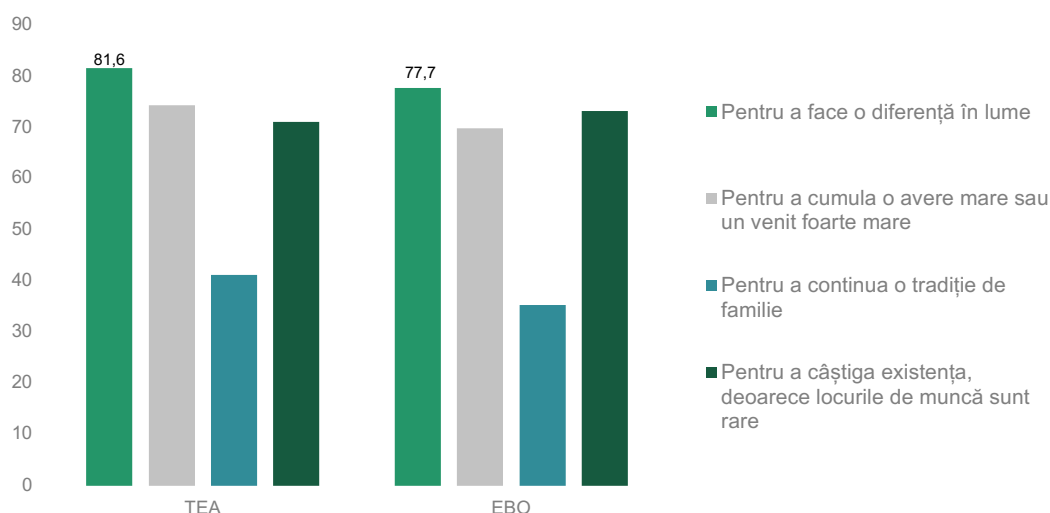
5.1 De ce își înființează antreprenorii propria afacere?

Antreprenorii își înființează propria afacere din două motive principale, distincte în literatura de specialitate: oportunitatea și necesitatea. Antreprenorii motivați de oportunitate aleg să își înceapă afacerea pentru a profita de oportunitățile existente pe piață, iar cei motivați de necesitate o fac din cauza lipsei de opțiuni de angajare acceptabile sau accesibile. Aceste două motivații au efecte diferite asupra economiei, condițiilor de muncă și societății (Amorós et al., 2019).

Raportul dintre antreprenoriul bazat pe oportunitate și cel bazat pe necesitate poate servi drept indicator al nivelului de dezvoltare economică și politică al unei țări (Content et al., 2019). Antreprenorii motivați de oportunitate au de obicei un nivel mai înalt de educație, construiesc relații mai complexe și sunt mai integrați în rețelele antreprenoriale. Aceste trăsături le permit să gândească la scară largă, sporindu-le șansele de succes pe termen lung (Linardi și Costa, 2022).

Figura 10 prezintă motivele principale pentru începerea unei afaceri în România. Se remarcă faptul că principalul motiv pentru care antreprenorii în stadiu incipient (81,6%) și antreprenorii consacrați (77,7%) își înființează o afacere este dorința de a aduce o schimbare semnificativă în lume. Al doilea motiv pentru antreprenorii în stadiu incipient este obținerea unei averi considerabile sau a unui venit foarte mare (74,3%), în timp ce antreprenorii consacrați sunt mai motivați de dorința de a câștiga existența și/sau de a crea un loc de muncă sigur (73,2%).

Figura 10. Motivele pentru începerea unei afaceri în România, 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Comparativ cu sondajul din anul precedent, se observă o schimbare semnificativă în privința motivelor care stau la baza inițierii unei afaceri. Motivul de a continua tradiția familiei, care în trecut ocupa o poziție de top, a ajuns acum pe ultimul loc. O posibilă explicație pentru această schimbare ar putea fi crizele recente, precum pandemia COVID-19, criza energetică și conflictul dintre Rusia și Ucraina, care au determinat potențialii antreprenori să pornească o afacere din motive financiare, mai degrabă decât din dorința de a păstra tradițiile familiale.

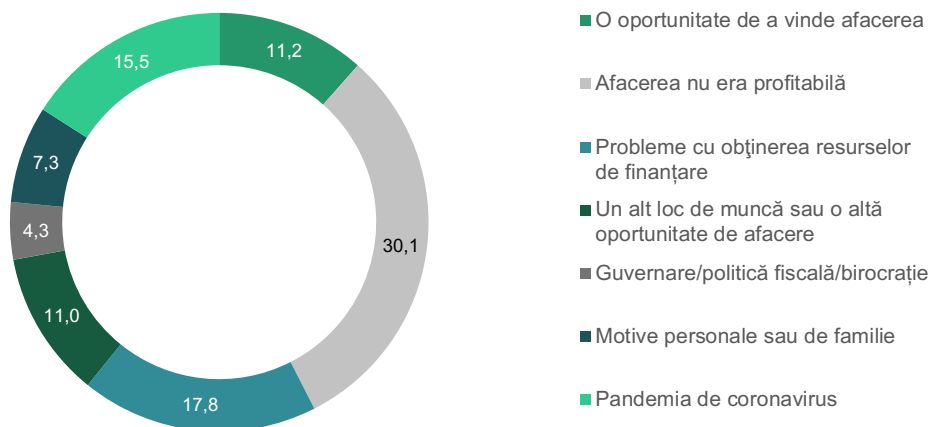
5.2 Motivele pentru închiderea unei afaceri

Figura 11 ilustrează principalele motive pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au fost nevoiți să își închidă afacerea. Aproape o treime (31%) dintre aceștia au menționat **lipsa de rentabilitate ca motiv principal**, 18% au întâmpinat dificultăți în obținerea finanțării, iar 15,5% au indicat pandemia de coronavirus drept cauză a închiderii afacerii.

În mod similar cu schimbările observate în motivele de începere a unei afaceri, și motivele de închidere a acestora au evoluat comparativ cu perioadele anterioare. S-a înregistrat o creștere semnificativă a numărului de afaceri închise din cauza scăderii rentabilității și dificultăților în accesarea surselor de

finanțare, reflectând impactul tot mai pronunțat al crizelor economice și sociale asupra stabilității financiare a întreprinderilor.

Figura 11. Motivele pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să închidă afacerea lor în anul 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Antreprenorii au la dispoziție o serie de opțiuni atunci când decid să părăsească afacerea lor. Aceste opțiuni pot include diverse forme de ieșire: oferte publice inițiale, achiziții de firme, preluarea afacerii de către echipa de management sau instituții, succesiune familială sau, în unele cazuri, lichidarea companiei (Sanguineti et al., 2022).

6 Care este profilul antreprenorului din România?

Conform raportului GEM (2023), deși în teorie oricine poate deveni antreprenor, în realitate anumite grupuri sociale au mai multe șanse de a porni o afacere. Suprareprezentarea sau subreprezentarea unor segmente sociale poate influența direct numărul și diversitatea noilor afaceri. Aceasta poate limita, în anumite cazuri, aspirațiile și ambițiile persoanelor cu potențial antreprenorial și poate afecta veniturile sau capacitatea de creare a locurilor de muncă în rândul întreprinderilor noi. De aceea, ar fi benefic ca toți cei care aspiră să devină antreprenori, indiferent de gen, vârstă sau nivel de educație, să aibă acces la exemple pozitive de antreprenori de succes care au început de la un context similar. O astfel de vizibilitate ar putea contribui la crearea de șanse egale și la încurajarea potențialilor antreprenori să creadă în capacitatea lor de a-și începe și dezvolta propria afacere.

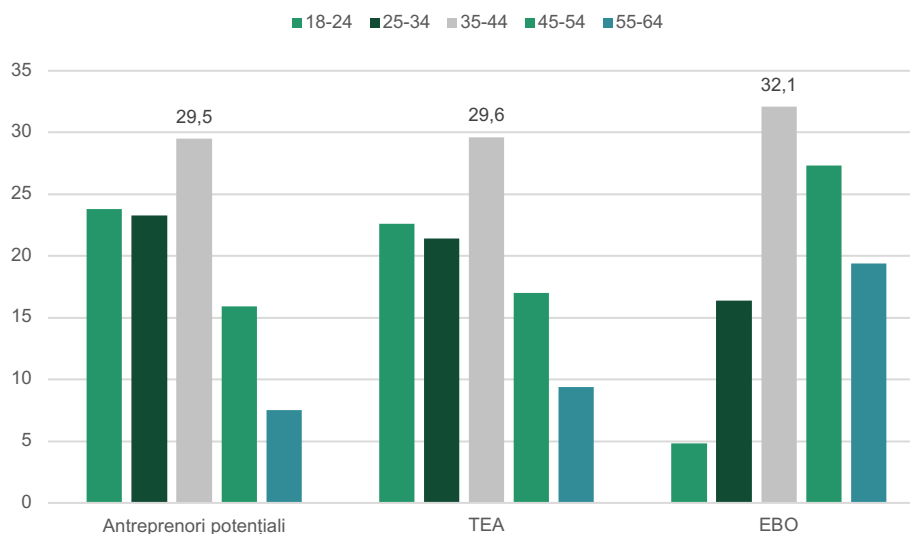
În cele ce urmează, vom explora modul în care vârsta, genul sau nivelul de educație influențează intenția de a deveni antreprenor.

Raportul GEM (2023) subliniază că tinerii antreprenori au avantajul de a fi mai dispuși să își asume riscuri, având mai puține de pierdut în cazul unui eșec, iar un astfel de eșec nu le exclude posibilitatea unei cariere de succes în viitor. Totuși, lipsa de experiență îi poate dezavantaja, limitând accesul la oportunități în domenii ce necesită cunoștințe aprofundate. De asemenea, mulți tineri dispun de resurse și contacte profesionale limitate, ceea ce le crește riscul de eșec. Pe de altă parte, Bernat et al. (2017) evidențiază că tinerii sunt mai predispuși să dețină competențe digitale și tehnice, esențiale pentru antreprenorii de astăzi, ceea ce le poate spori șansele de succes antreprenorial.

Evaluarea competențelor și intențiilor antreprenoriale scoate în evidență o dihotomie clară în rândul seniorilor care doresc să devină antreprenori. Pe de o parte, cercetările anterioare arată că experiența, capitalul uman și financiar acumulate de-a lungul vieții cresc probabilitatea ca seniorii să inițieze afaceri (Amorós et al., 2019). Pe de altă parte, alte studii subliniază o tendință mai redusă a persoanelor în vârstă de a se angaja în proiecte antreprenoriale (Kautonen, 2008). Totuși, această situație se poate schimba atunci când seniorii resimt presiunea de a-și asigura o sursă de venit (Amorós et al., 2019; Linardi și Costa, 2022).

Figura 12 arată distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă. Se poate observa că **cea mai mare parte a antreprenorilor**, fie că sunt în faza potențială, incipientă sau consacrată, **aparțin grupei de vârstă 35-44 de ani**.

Figura 12. Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă (%), 2022



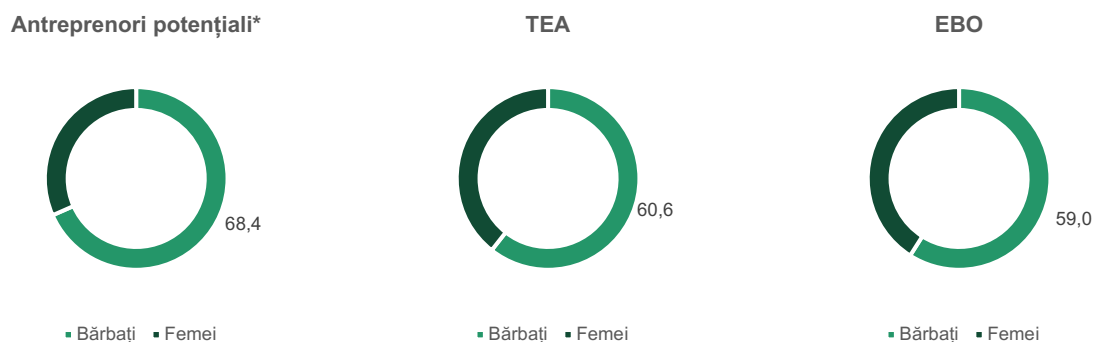
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Sondajele recente evidențiază creșterea importanței rolului femeilor în antreprenoriat. Potrivit GEM (2023), tot mai multe femei aleg această cale profesională. Cardella et al. (2020) subliniază că femeile reprezintă categoria de antreprenori cu cea mai rapidă creștere. În plus, Zenger și Folkman (2019) arată că femeile dețin abilități superioare de conducere, cum ar fi munca în echipă și rezolvarea problemelor, comparativ cu bărbații.

Femeile sunt capabile să îndeplinească multiple sarcini și găsesc o motivație puternică în a-și crea propria afacere, având în vedere că aceasta le permite să atingă un echilibru mai bun între viața profesională și cea personală (Bhardwaj, 2014). Deși implicarea femeilor în activitățile antreprenoriale a crescut în ultimii ani, contribuind la generarea de locuri de muncă, inovare și dezvoltare economică (Costa și Pita, 2020), studiile anterioare au evidențiat încă predominanța bărbaților în rândul antreprenorilor (Pines et al., 2010).

Analizând datele referitoare la România (vezi Figura 13), aceste tendințe nu se regăsesc, întrucât toate categoriile antreprenoriale sunt dominate de bărbați, iar diferența de gen este semnificativă. Mai mult, această diferență de gen a crescut considerabil în comparație cu perioada anterioară.

Figura 13. Distribuția antreprenorilor din România pe sexe, 2022

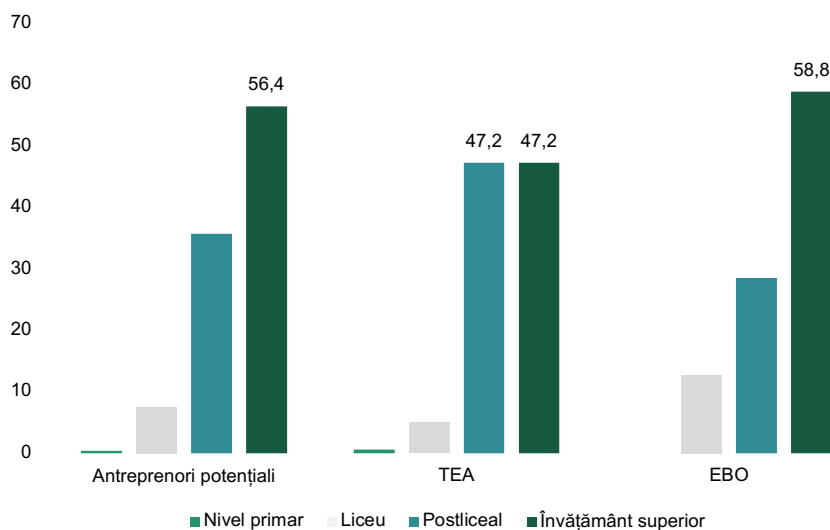


Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Relația dintre nivelul de educație și spiritul antreprenorial nu este clar definită. În literatura de specialitate, există cercetări (Simoes et al., 2016) care susțin că persoanele cu studii superioare sunt mai apte să identifice oportunități, să se angajeze pe cont propriu și să dețină abilități de management mai dezvoltate, având astfel mai multe șanse să pornească sau să conducă o afacere. Pe de altă parte, există și studii (Afandi și Kermani, 2015) care sugerează că persoanele cu studii superioare au acces mai ușor la locuri de muncă bine plătite, ceea ce face ca preferința lor pentru antreprenoriat să fie mai scăzută.

Analizând datele din România (vezi Figura 14), observăm că **persoanele cu studii superioare au o probabilitate mai mare de a deveni antreprenori**. Această categorie se remarcă și în rândul antreprenorilor potențiali.

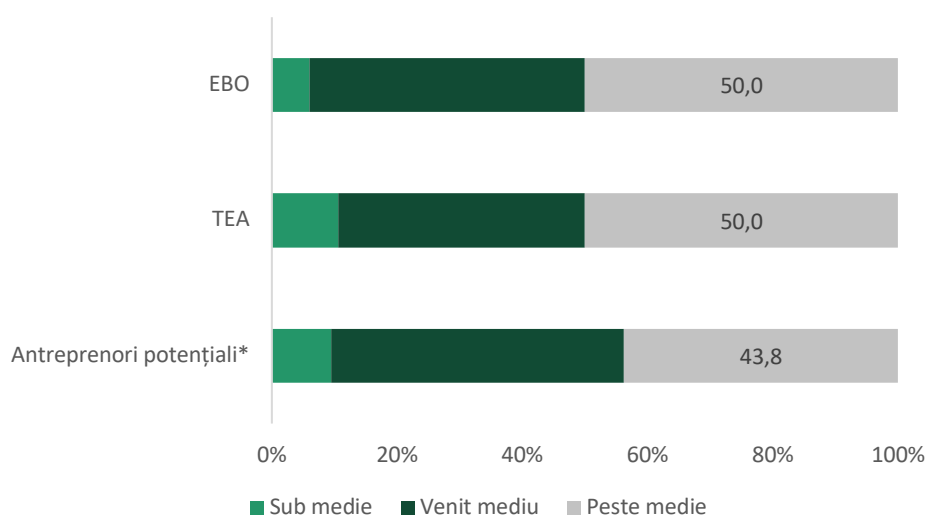
Figura 14. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație, 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Conform datelor prezentate în Figura 15, jumătate dintre antreprenori au declarat că veniturile lor depășesc media, indicând un nivel de succes economic relativ ridicat în rândul acestora. Această tendință sugerează că, cel puțin o parte dintre antreprenori, reușesc să obțină performanțe financiare superioare, ceea ce poate reflecta atât abilitatea de a identifica și valorifica oportunitățile de piață, cât și eficiența în gestionarea afacerilor lor.

Figura 15. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei, 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Analizând profilul antreprenorilor din România, putem observa că **antreprenorii potențiali** sunt, în majoritate, persoane cu vârste între 35 și 44 de ani (29,5%), cu studii superioare (56,4%), bărbați (68,4%) și venitul gospodăriei este mediu (46,8%).

În cazul **antreprenorilor în stadiu incipient**, majoritatea se încadrează, de asemenea, în grupa de vârstă 35-44 de ani (29,6%), iar nivelul lor de educație este în general postliceal (47,2%) sau superior (47,2%). De asemenea, 60,6% dintre aceștia sunt bărbați, iar 50% dintre ei au venituri peste medie (50%).

Antreprenorii consacrați sunt, în majoritate, tot bărbați (59%) și au vârste cuprinse între 35 și 44 de ani (32,1%). În ceea ce privește educația, majoritatea au studii superioare (58,8%), iar 50% dintre aceștia au venituri peste medie. Aceste date sugerează că, pe măsură ce antreprenoriatul avansează, există o tendință de consolidare a statutului antreprenorial, corelată cu o educație superioară și venituri mai ridicate.

7 Cât de responsabili sunt antreprenorii din punct de vedere social și al mediului?

În ultimul deceniu, inițiativele antreprenoriale orientate spre sustenabilitate au dat naștere unei noi generații de afaceri, care nu se mai ghidează exclusiv după obiectivele financiare, ci și de angajamentul de a contribui la bunăstarea societății și de a proteja mediul înconjurător (Bonfanti et al., 2024).

În România, 88,81% dintre antreprenorii în stadiu incipient consideră că aspectele sociale sunt întotdeauna luate în calcul atunci când iau decizii de afaceri, plasând astfel România pe locul al șaptelea din 49 de țări participante la cercetarea GEM. Consecințele sociale includ factori precum accesul la educație, sănătate, siguranță, locuri de muncă incluzive, locuințe și calitatea vieții la locul de muncă. Această proporție este mai mare decât în Croația (80,98%), Polonia (85,41%), Slovacia (71,06%) și Ungaria (66,56%).

Pe de altă parte, **84,99% dintre antreprenorii în stadiu incipient din România afirmă că iau întotdeauna în considerare aspectele de mediu atunci când iau decizii de afaceri**, incluzând măsuri precum conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a deșeurilor și un consum responsabil de apă, electricitate și combustibili. România se situează pe locul 13 din 49 de țări participante la cercetarea GEM, devansând astfel Polonia (80,33%), Croația (82,49%), Ungaria (80,33%) și Slovacia (70,74%).

Tabelul 6. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2022

	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Poziția României*
Consecințele sociale sunt întotdeauna luate în considerare atunci când se iau decizii de afaceri (accesul la educație, sănătate, siguranță, locuri de muncă incluzive, locuințe, transport, calitatea vieții la locul de muncă etc.) (Complet de acord/ De acord)	80,98	85,41	71,06	66,56	88,81	7
Impactul asupra mediului este întotdeauna luat în considerare în procesul de luare a deciziilor de afaceri (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a deșeurilor, consumul responsabil de apă, electricitate și combustibil etc.) (Complet de acord/ De acord)	82,49	83,53	70,74	80,33	84,99	13
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia (Complet de acord/ De acord)	64,78	28,01	51,45	51,08	76,89	7

* Notă: Poziția României în clasamentul celor 49 de țări care au participat la sondajul populației adulte din 2022.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

Antreprenorii români demonstrează un nivel ridicat de responsabilitate socială, 90,52% dintre aceștia afirmând că iau întotdeauna în considerare aspectele sociale atunci când iau decizii de afaceri. Acest procent plasează România pe locul patru dintre cele 49 de țări analizate. Rata este similară cu cea din Polonia (91,94%) și mult mai mare decât în Croația (71,23%), Slovacia (71,39%) și Ungaria (57,14%). În ceea ce privește responsabilitatea față de mediu, 88,03% dintre antreprenorii consacrați din România susțin că iau în considerare impactul ecologic în deciziile lor de afaceri, plasând România pe locul al optulea în clasament. Rata este ușor mai mare în Polonia (90,61%), puțin mai mică în Croația (82,20%), și semnificativ mai mică în Slovacia (71,83%) și Ungaria (65,86%).

Un procent de **82,96% dintre antreprenorii consacrați din România au declarat că impactul social și/sau de mediu al afacerii lor primează în fața profitabilității sau creșterii**, plasând astfel România pe primul loc între țările participante, cu mult peste alte state din regiune. Aceste declarații reflectă o preocupare semnificativă pentru responsabilitatea socială și ecologică, indicând faptul că antreprenorii români sunt din ce în ce mai conștienți de importanța integrării sustenabilității în strategia lor de afaceri.

Este important de menționat că aceste rezultate se bazează pe declarațiile individuale ale antreprenorilor și nu pe o evaluare externă, ceea ce înseamnă că reflectă opiniile subiective ale acestora în legătură cu prioritățile și valorile lor în procesul decizional. Acest lucru subliniază angajamentul lor față de aspectele sociale și de mediu, dar și necesitatea unor instrumente de măsurare obiectivă pentru a evalua impactul real al acestor inițiative.

Tabelul 7. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-managerii ai firmelor consacrate), 2022

	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Poziția României*
Consecințele sociale sunt întotdeauna luate în considerare atunci când se iau decizii de afaceri (accesul la educație, sănătate, siguranță, locuri de muncă incluzive, locuințe, transport, calitatea vieții la muncă etc.) (Complet de acord/ De acord)	71,23	91,94	71,39	57,14	90,52	4
Impactul asupra mediului este întotdeauna luat în considerare în procesul de luare a deciziilor de afaceri (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a deșeurilor, consumul responsabil de apă, electricitate și combustibil etc.) (Complet de acord/ De acord)	82,20	90,64	71,83	65,86	88,03	8
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia (Complet de acord/ De acord)	68,55	33,30	42,16	38,12	82,96	1

* Notă: Poziția României în clasamentul celor 49 de țări care au participat la sondajul populației adulte din 2022.

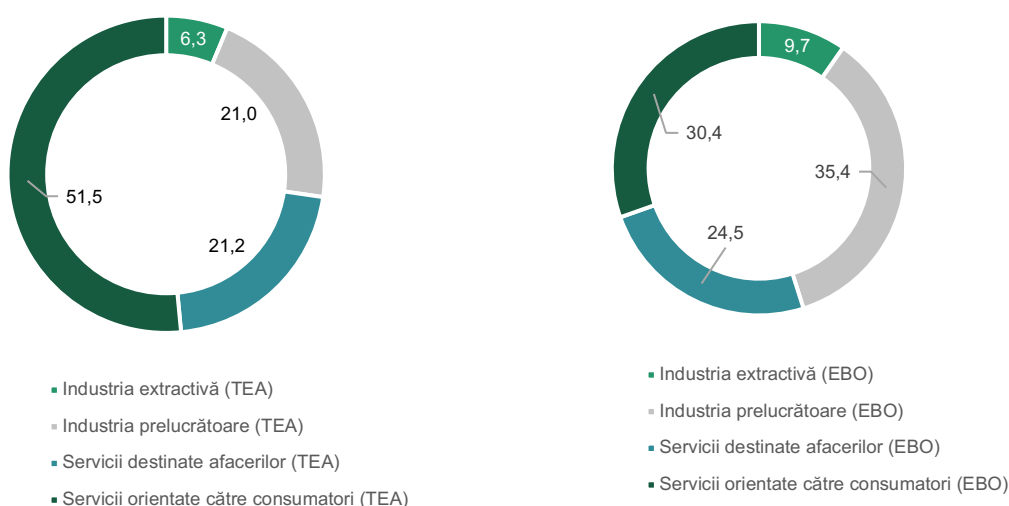
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

8 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România?

Conform rezultatelor GEM, structura sectoarelor de activitate ale întreprinderilor din România variază semnificativ între antreprenorii în stadiu incipient și cei consacrați. **51,5% dintre antreprenorii în stadiu incipient din România activează în sectorul serviciilor de consum**, 21,2% în servicii pentru afaceri, 21% în industria prelucrătoare și 6,3% în industria extractivă. În cazul antreprenorilor consacrați, 30,4% dintre aceștia sunt implicați în servicii de consum, 24,5% în servicii pentru afaceri, 35,4% în industria prelucrătoare și 9,7% în industria extractivă (a se vedea Figura 16).

Această distribuție sugerează o tendință către diversificarea activităților economice, cu o prezență semnificativă a antreprenorilor în sectorul serviciilor și în industria prelucrătoare. Este de asemenea evident că antreprenorii consacrați au o mai mare reprezentare în industriile prelucrătoare și extractive, ceea ce poate indica o maturizare a afacerilor și o diversificare a activităților în etapele avansate ale dezvoltării întreprinderii.

Figura 16. Distribuția întreprinderilor din România pe de sectoare de activitate, 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

În România, 16,1% dintre antreprenorii în stadiu incipient se așteaptă la o creștere semnificativă a numărului de locuri de muncă, estimând o expansiune a afacerii lor de cel puțin 10 locuri de muncă și o creștere de peste 50% în următorii cinci ani. În rândul antreprenorilor consacrați, procentul celor care anticipează o creștere a locurilor de muncă este de 7,1%. Această diferență indică faptul că antreprenorii aflați în faze incipiente ale afacerilor sunt mai optimiști în ceea ce privește expansiunea personalului și creșterea afacerii lor.

Mai mult decât atât, datele din tabelul următor evidențiază că **13,7% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 7,7% dintre antreprenorii consacrați sunt considerați "puternic internaționalizați"**. Aceasta înseamnă că mai mult de 25% din veniturile acestor întreprinderi provin din exporturi, indicând

o tendință de deschidere către piețele internaționale și o capacitate de extindere dincolo de granițele naționale. Aceste date reflectă o dinamică pozitivă în ceea ce privește angajamentele antreprenorilor români de a se integra în economia globală.

Tabelul 8. Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2022

Indicator	Antreprenori în stadiu incipient*	Antreprenori consacrați **
Așteptări privind creșterea numărului de locuri de muncă se așteaptă la o creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	16,1	7,1
Grad de internaționalizare peste 25% din veniturile lor provin din exporturi	5,0	1,6

Notă: * Procent din antreprenorii în stadiu incipient, **Procent din proprietari de firme consacrate

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

În ceea ce privește utilizarea tehnologiei, în România, 7% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 3% dintre antreprenorii consacrați adoptă tehnologii avansate² în activitățile lor de afaceri (a se vedea Figura 17). Aceasta reflectă un interes mai mare al antreprenorilor aflați în stadiu incipient de a integra inovațiile tehnologice, comparativ cu antreprenorii consacrați, care, de obicei, se concentrează mai mult pe optimizarea proceselor deja existente. Totuși, ambele categorii indică un potențial de creștere al utilizării tehnologiilor de vârf pe măsură ce piețele și cerințele consumatorilor devin din ce în ce mai orientate spre digitalizare și eficiență tehnologică.

Figura 17. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologiei utilizate, 2022



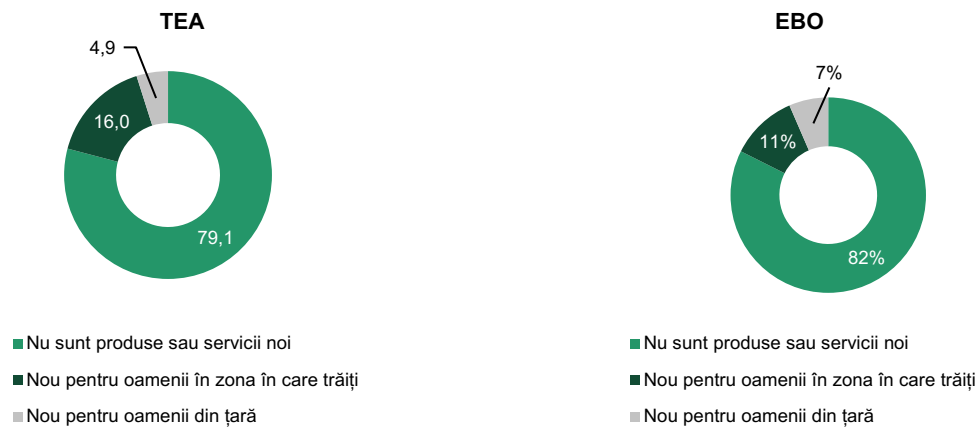
Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

În România, 79% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 82% dintre antreprenorii consacrați nu dezvoltă produse sau servicii noi. În schimb, 16% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 11% dintre antreprenorii consacrați creează produse și servicii noi pentru zona lor locală, iar 5% dintre antreprenorii

² Expresia „tehnologie avansată” se referă la utilizarea celor mai moderne și inovatoare echipamente și metode, care necesită un nivel înalt de dezvoltare tehnologică.

în stadiu incipient și 7% dintre antreprenorii consacrați oferă produse și servicii care sunt noi pentru întreaga populație a țării.

Figura 18. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor/serviciilor oferite, 2022



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2022

9 Cum percep experții naționali mediul antreprenorial din România?

În acest capitol, ne concentrăm pe ecosistemul antreprenorial, care reprezintă cadrul în care se ia decizia de a demara sau, în unele cazuri, de a închide o afacere. Potrivit lui Pita et al. (2021a), promovarea politicilor de sprijin pentru antreprenoriat la nivel global a determinat economiile să abordeze gestionarea ecosistemelor antreprenoriale într-o manieră diferită, creând diferențe structurale între țările subdezvoltate, emergente și dezvoltate. Astfel, identificarea și evaluarea caracteristicilor economiilor care influențează apariția și evoluția întreprinderilor devine esențială pentru stimularea noilor afaceri și transformarea acestora în întreprinderi consacrate.

GEM analizează și evaluează ecosistemul antreprenorial al unei economii pe baza celor nouă condiții-cadru economice (Economic Framework Conditions, EFC), prezentate în Tabelul 9. Aceste condiții-cadru, care provin din două decenii de cercetare și practică în domeniul antreprenoriatului, reprezintă factorii esențiali care influențează impactul activității antreprenoriale asupra creșterii economice (GEM, 2023, pg. 105). Starea acestor condiții-cadru poate stimula, limita sau chiar descuraja înființarea de noi întreprinderi și, de asemenea, poate afecta dezvoltarea acestora în afaceri consolidate și sustenabile, capabile să genereze venituri și locuri de muncă. GEM analizează opiniile experților cu privire la adecvarea sau neadecvarea fiecărei condiții-cadru prin intermediul anchetei naționale a experților (NES) desfășurată în fiecare țară. Această cercetare este realizată de cel puțin 36 de experți din fiecare țară, care sunt selectați de echipa națională pe baza expertizei lor și sunt aprobați de GEM.

Tabelul 9. Condițiile-cadru ale antreprenoriatului (EFC) conform GEM

A1. Finanțarea antreprenoriatului	Există fonduri suficiente pentru întreprinderile nou-înființate?
A2. Ușurința accesului la finanțarea întreprinderilor	Sunt aceste fonduri ușor de accesat?
B1. Politici guvernamentale: Sprijin și relevanță	Promovează și sprijină start-up-urile?
B2. Politici guvernamentale: Impozite și birocrație	Sunt împovărate întreprinderile de taxe și birocrație?
C. Programe guvernamentale pentru antreprenori	Sunt disponibile programe de sprijin de calitate?
D1. Educația antreprenorială în școală	Introduc școlile idei de antreprenoriat?
D2. Educație antreprenorială postliceală	Facultățile oferă cursuri de inițiere a unei afaceri?
E. Transfer de cercetare și dezvoltare	Poate fi convertită cercetarea în noi afaceri?
F. Infrastructura comercială și profesională	Sunt suficiente și accesibile resursele necesare?
G1. Ușurința intrării pe piață: Dinamica pieței	Sunt piețele libere, deschise și în creștere?
G2. Ușurința intrării pe piață: Povara și reglementarea	Reglementările încurajează sau limitează intrarea pe piață?
H. Infrastructura fizică	Este suficient și accesibilă infrastructura necesară?
I. Norme sociale și culturale	Încurajează și promovează cultura antreprenoriatului?
Redresare economică după COVID-19	Care sunt măsurile de redresare economică pentru a sprijini sectoarele economice cele mai afectate de pandemie și a stimula o revenire rapidă la creștere, prevenind totodată o criză economică pe termen lung?
Măsuri – obiective de dezvoltare durabilă (ODD)	În ce măsură sunt integrate obiectivelor de dezvoltare durabilă în strategiile economice să contribuie la sprijinirea unei creșteri economice sustenabile și echitabile, care să protejeze mediul și să respecte drepturile fundamentale ale oamenilor?.

Sursă: GEM (2023), pg. 106

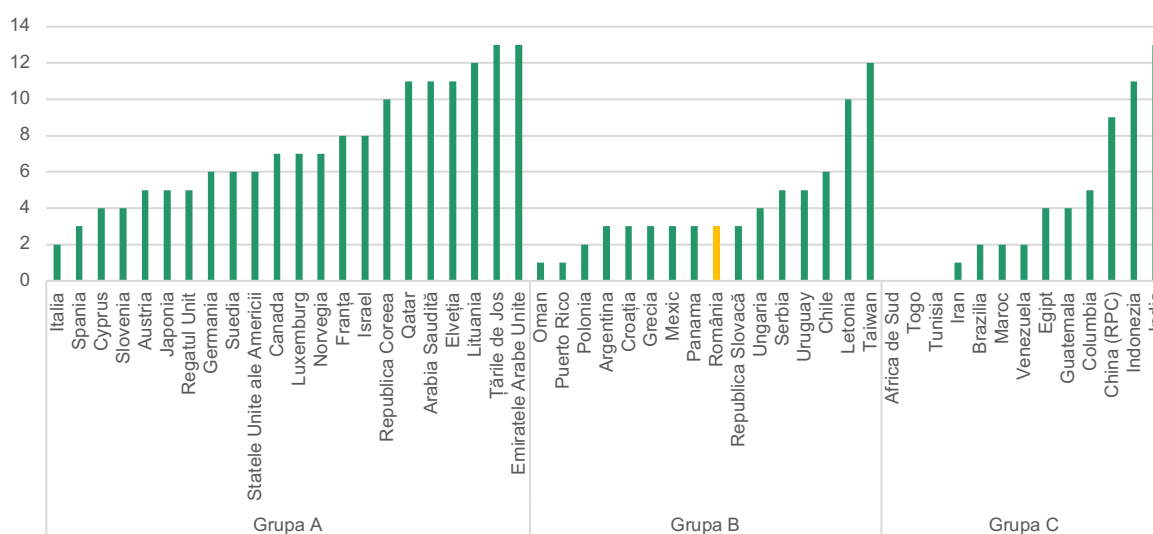
În 2022, 51 de echipe naționale au participat la sondajul național realizat în rândul experților (NES). Fiecare expert a completat un chestionar NES și a evaluat economia națională pe baza măsurii în care era de acord sau nu cu afirmațiile referitoare la fiecare condiție-cadru. Condițiile-cadru, prezentate sintetic în Tabelul 9, au fost evaluate pe o scală Likert de 11 puncte, unde 0 reprezenta „complet neadevărat” și 10 „complet adevărat”.

Guerrero et al. (2021) au demonstrat că cele mai favorabile condiții-cadru ale ecosistemului pentru antreprenoriatul schumpeterian (adică antreprenoriatul academic, al absolvenților și inovatorilor) includ subvențiile publice și programele de stimulare, sprijinul mentorilor profesioniști, incubatoarele și acceleratoarele, orientarea antreprenorială a universităților (prin programe educaționale, schimbarea mentalității comunității academice și corelarea cercetării cu nevoile societății), între actorii publici și privați (crearea de rețele), precum și și investițiile publice și private în cercetare și dezvoltare. În contrast, condițiile mai puțin favorabile includ lipsa surselor de finanțare publice și private, dificultățile de pe piața muncii și normele sociale restrictive.

Pentru antreprenorii care nu au o orientare inovatoare, condițiile-cadru, precum reglementările și programele, infrastructurile de sprijin, rețelele și dinamica pieței, au un impact dublu, atât pozitiv cât și negativ. Alte aspecte ale ecosistemului, precum finanțarea, normele sociale și culturale, transferurile de cercetare și dezvoltare și învățământul superior, au, de asemenea, un impact negativ. Potrivit cercetărilor lui Dencker et al. (2021) și Guerrero et al. (2021), o explicație pentru aceste observații ar putea fi natura antreprenoriatului non-inovator, care este motivat în principal de necesitatea de supraviețuire, mai degrabă decât de recunoașterea oportunităților de afaceri.

Conform lui Pita et al. (2021a), implementarea politicilor globale de sprijinire a antreprenoriatului a determinat o abordare diferită a ecosistemelor antreprenoriale de către economii, generând diferențe structurale semnificative între țările cu venituri mici, medii și mari. Acest fenomen poate fi observat în Figura 19, care arată că economiile cu venituri ridicate au cel mai mare număr de condiții-cadru considerate cel puțin suficiente. În economiile cu venituri medii, Oman se remarcă prin cel mai mic număr de condiții-cadru care sunt sub nivelul suficient, în timp ce Taiwanul înregistrează cel mai mare număr. **În România, doar trei condiții-cadru au fost evaluate de experți ca fiind suficiente sau mai bune.**

Figura 19. Numărul condițiilor-cadru antreprenoriale (EFC) evaluate ca fiind suficiente sau mai bune (≥ 5), 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 108

În cazul celor 10 condiții-cadru cu cele mai bune rezultate, economiile cu venituri ridicate depășesc performanțele economiilor cu venituri medii, iar în cazul a 11 condiții-cadru, rezultatele sunt mai bune decât cele ale economiilor cu venituri mici.

În 2022, sondajul național în rândul experților (NES) a inclus două noi teme: redresarea economică post-pandemie COVID-19 și măsurile în sprijinul obiectivelor de dezvoltare durabilă ale Organizației Națiunilor Unite (ONU). Conform GEM (2023, pg. 107), cele mai bune scoruri pentru redresarea economică post-COVID au fost obținute de Lituania, Uruguay și India, ceea ce indică faptul că aceste țări au implementat strategii eficiente pentru a contracara efectele pandemiei. În schimb, Israel, Oman și Togo au înregistrat cele mai scăzute scoruri, sugerând că aceste economii încă trebuie să depună eforturi considerabile pentru a-și reveni complet.

Nu este surprinzător că măsurile de sprijin pentru obiectivele de dezvoltare durabilă ale ONU au obținut de obicei scoruri mai mari în economiile cu venituri mari. Trei economii cu venituri mari (Norvegia, Franța și Israel), una cu venituri medii (Taiwan) și una cu venituri mici (India) au obținut cele mai ridicate scoruri, în timp ce trei economii cu venituri mici (Iran, Togo și Tunisia) și o țară cu venituri medii (Oman) au obținut cele mai scăzute scoruri.

Rezultatele sondajului NES 2022 pentru economiile cu venituri medii sunt rezumate în Tabelul 10, care prezintă economiile cu cele mai mari și cele mai mici scoruri pentru fiecare condiție-cadru, precum și scorul și clasamentul României printre cele 16 țări cu venituri medii. Argentina, Mexic și Oman au înregistrat cele mai scăzute scoruri, în timp ce Taiwan și Letonia au obținut cele mai mari scoruri în majoritatea condițiilor-cadru.

În clasamentul economiilor cu venituri medii, **România a obținut cele mai bune rezultate în ceea ce privește infrastructura comercială și profesională, ocupând locul șase.** De asemenea, țara s-a situat pe locul opt din cele 16 economii cu venituri medii în cazul a trei condiții-cadru: educația antreprenorială postliceală, ușurința de intrare pe piață (dinamica pieței) și reglementările legate de intrarea pe piață. **România a obținut cel mai scăzut punctaj la condițiile-cadru referitoare la programele guvernamentale pentru antreprenoriat și normele sociale și culturale,** ocupând locul 14 din 16 economii pentru ambele condiții-cadru.

Conform lui Pita et al. (2021b), doar trei condiții-cadru au avut un impact pozitiv asupra antreprenoriatului: politicile guvernamentale, educația și formarea profesională, precum și deschiderea pieței. Experții din România consideră că este necesar să se implementeze politici antreprenoriale pe termen lung, în locul măsurilor rapide și pe termen scurt, având în vedere că schimbările, în special cele la nivel instituțional, se produc treptat. De exemplu, scorul obținut pentru condiția-cadru referitoare la politicile guvernamentale: sprijin și relevanță a fost de 3, iar România s-a clasat pe locul 11 din 16 economii cu venituri medii.

Tabelul 10. Condițiile-cadru antreprenoriale în țările cu venituri medii: scorurile medii cele mai mari și cele mai mici, scorul și clasamentul României (0 – nesatisfăcător, 10 – satisfăcător)

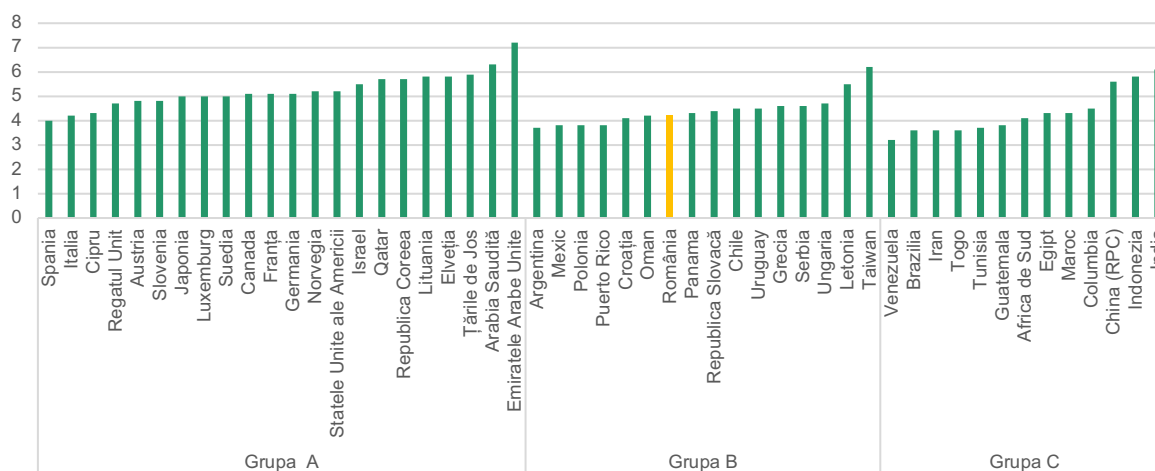
Condiție-cadru	Scorul cel mai mic	Scorul României	Poziția României (16 țări)	Scorul cel mai mare		
A1. Finanțarea antreprenoriatului	Panama	3,1	3,9	9	Taiwan	5,9
A2. Ușurința accesului la finanțarea întreprinderilor	Argentina	2,5	3,9	9	Taiwan	5,4
B1. Politici guvernamentale: sprijin și relevanță	Argentina	1,8	3	11	Taiwan	6,6
B2. Politici guvernamentale: impozite și birocrație	Argentina	1,8	4,6	9	Taiwan	7,1
C. Programe guvernamentale pentru antreprenori	Argentina	3,2	3,6	14	Taiwan	6,6
D1. Educația antreprenorială în școală	Mexic	1,7	2,4	11	Letonia	5,6
D2. Educația antreprenorială postliceală	România	3,1	4,7	8	Taiwan	5,9
E. Transfer de cercetare și dezvoltare	Polonia	2,8	3,3	12	Taiwan	5,8
F. Infrastructura comercială și profesională	Oman	4,1	5,7	6	Taiwan	6,9
G1. Ușurința de intrare: dinamica pieței	Uruguay	2,0	5,5	8	Letonia	7,1
G2. Ușurința de intrare: povara și reglementarea	Mexic	3,3	4,5	8	Letonia	5,5
H. Infrastructura fizică	Oman	4,6	5,8	11	Taiwan	8,4
I. Norme sociale și culturale	Panama	3,2	3,6	14	Taiwan	6,7
Redresare economică după COVID-19	Oman	3,9	5,9	6	Uruguay	6,7
Măsuri – obiective de dezvoltare durabilă (ODD)	Oman	3,6	4	15	Taiwan	6,6

Sursă: GEM (2023), pg. 107 și calcule proprii

Scorurile acordate de experții din România sugerează că, deși există o bază pentru stimularea antreprenoriatului, există încă oportunități semnificative de îmbunătățire. Conform lui Pita et al. (2021b), finanțarea antreprenoriatului (3,9 puncte) și programele guvernamentale pentru antreprenoriat (3,6

În contrast, dintre cele 12 economii cu cele mai scăzute scoruri NECI, doar trei au înregistrat o rată a TEA sub 10%, iar patru dintre acestea au avut o rată a activității antreprenoriale de 20% sau mai mare. Aceasta indică faptul că, deși condițiile-cadru sunt mai puțin favorabile în economiile cu scoruri mici la NECI, unele dintre acestea pot totuși încuraja un număr semnificativ de persoane să inițieze afaceri, probabil din cauza unor factori suplimentari precum nevoia de supraviețuire, inovația locală sau resursele alternative disponibile. Astfel, între contextul antreprenorial și rata de activitate antreprenorială există o interdependență mai nuanțată, influențată de multiple variabile economice, culturale și sociale.

Figura 20. Indicele național al mediului antreprenorial (NECI), 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 109 și calcule proprii

Conform valorilor NECI din 2022, Emiratele Arabe Unite se remarcă prin cel mai favorabil mediu antreprenorial dintre cele 51 de economii participante la sondaj, urmate de Arabia Saudită, Taiwan, India și Olanda, care reprezintă economii cu un context antreprenorial favorabil. Aceste țări oferă condiții deosebite pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor, cum ar fi un cadru legislativ sprijinitor, infrastructură adecvată și acces la resurse financiare și educaționale. Pe de altă parte, Venezuela se află pe ultimul loc în clasament, având cel mai puțin favorabil mediu antreprenorial, ceea ce sugerează că antreprenorii din această țară se confruntă cu obstacole semnificative, inclusiv instabilitate economică, lipsa de suport guvernamental și dificultăți în accesul la resurse necesare pentru a-și lansa afacerea. Aceste diferențe reflectă impactul contextului național asupra activității antreprenoriale și necesitatea unor politici mai eficiente în regiunile cu un mediu mai puțin favorabil (a se vedea Figura 21.)

Figura 21. Cele mai bune cinci economii pentru a înființa o afacere conform NECI, 2022



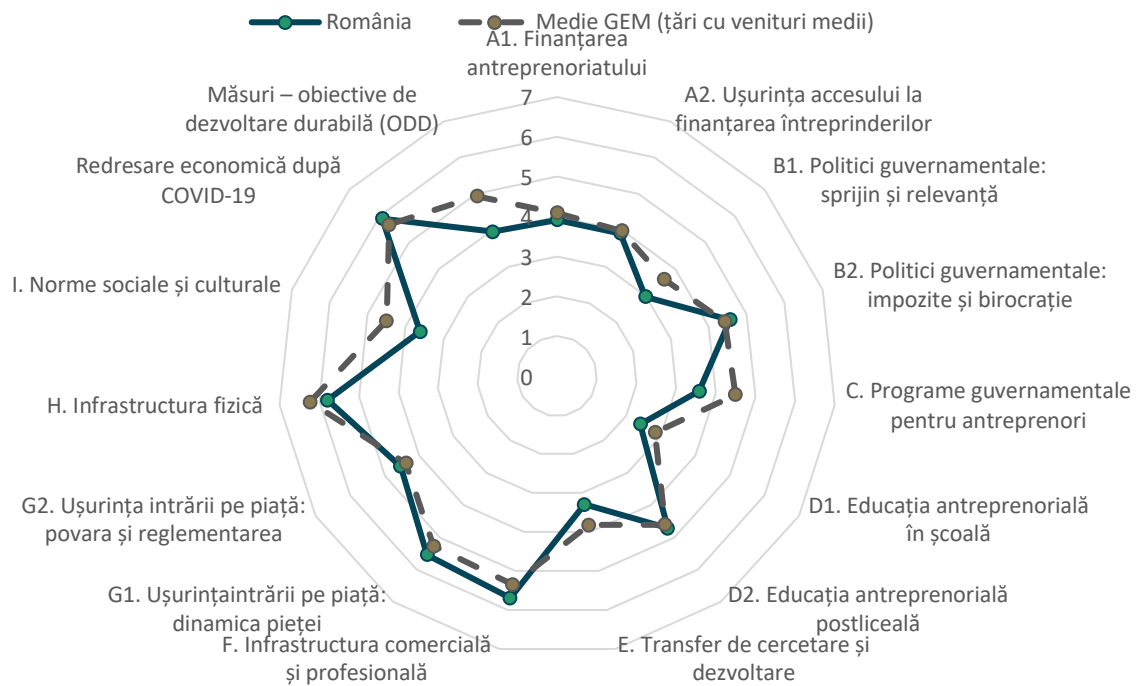
Sursă: GEM (2023), pg. 18

România se află pe locul 36 din cele 51 de economii participante conform indicelui național al mediului antreprenorial, cu un scor de 4,2 de puncte. Figura 22 ilustrează scorurile acordate de experții din România pentru fiecare condiție-cadru a antreprenoriatului, comparativ cu scorurile medii acordate de experții din economiile cu venituri medii. Această comparație oferă o imagine clară a modului în care România se situează față de alte economii cu venituri medii în ceea ce privește mediul antreprenorial, evidențiind atât punctele forte, cât și domeniile care necesită îmbunătățiri pentru a sprijini mai eficient antreprenoriatul local.

În majoritatea condițiilor-cadru, România se află aproape de media țărilor cu venituri medii. Totuși, diferențele cele mai semnificative se observă în ceea ce privește sprijinul pentru obiectivele de dezvoltare durabilă ale ONU, normele sociale și culturale, precum și programele guvernamentale pentru antreprenoriat, unde România se află semnificativ sub media economiilor cu venituri medii.

Condițiile-cadru legate de finanțarea antreprenorială, politica guvernamentală, programele guvernamentale pentru antreprenoriat și infrastructura comercială și profesională sunt direct influențate de guvern. Aceste patru condiții-cadru sunt fundamentale pentru crearea unui mediu favorabil antreprenoriatului, iar guvernul joacă un rol esențial în implementarea măsurilor care sprijină dezvoltarea acestuia. În acest context, guvernul poate facilita accesul la finanțare prin politici și programe dedicate, oferind antreprenorilor resurse financiare esențiale pentru demararea și dezvoltarea afacerilor. De asemenea, pentru ca antreprenorii să poată crește și inova, accesul la infrastructura necesară, precum facilități moderne și tehnologii avansate, este crucial. Guvernul poate contribui la acest aspect prin investiții în infrastructura publică și furnizarea de servicii de sprijin, cum ar fi spații de lucru dedicate, internet de mare viteză sau alte resurse necesare dezvoltării afacerilor.

Figura 22. Evaluarea condițiilor-cadru antreprenoriale din România de către experți, 2022



Sursă: GEM (2023), pg. 182 și calcule proprii

Se remarcă faptul că educația antreprenorială în școli primește, în mod constant, scoruri scăzute. Îmbunătățirea acestui aspect ar putea reprezenta o soluție eficientă și relativ accesibilă pentru consolidarea mediului antreprenorial al unei țări. Prin implementarea unor programe educaționale care să încurajeze abilități antreprenoriale încă din școală, s-ar putea obține un impact considerabil asupra dezvoltării culturii antreprenoriale. Investițiile și angajamentul din partea autorităților guvernamentale și ale instituțiilor educaționale sunt esențiale pentru realizarea acestui obiectiv. Atinsă cu succes, această direcție ar putea avea efecte pozitive pe termen lung, stimulând nu doar economia, ci și dezvoltarea socială, prin formarea unei noi generații de antreprenori capabili să aducă inovație și să contribuie activ la progresul societății.

Referințe bibliografice

- Ács, Z. J., Audretsch, D. B. (2005). Entrepreneurship and innovation (No. 2105). Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy.
- Ács, Z., Åstebro, T., Audretsch, D., Robinson, D. T. (2016). Public policy to promote entrepreneurship: a call to arms. *Small Business Economics*, 47, 35-51. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9712-2>
- Afandi, E., Kermani, M. (2015). Bridging the gender gap in entrepreneurship: an empirical analysis. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(02), 1550008. <https://doi.org/10.1142/S1084946715500089>
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27-58.
- Álvarez, C., Urbano, D., Amorós, J. E. (2014). GEM research: achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42(3), 445–465. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9517-5>
- Álvarez, C., Urbano, D., Coduras, A., Ruiz-Navarro, J. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>
- Amorós, J. E., Ciravegna, L., Mandakovic, V., Stenholm, P. (2019). Necessity or opportunity? The effects of state fragility and economic development on entrepreneurial efforts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(4), 725-750. <https://doi.org/10.1177/1042258717736857>
- Ardito, L., Raby, S., Albino, V., Bertoldi, B. (2021). The duality of digital and environmental orientations in the context of SMEs: Implications for innovation performance. *Journal of Business Research*, 123, 44-56. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.022>
- Baron, R. A. (2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 19–39). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Baron, R.A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119. <https://doi.org/10.5465/AMP.2006.19873412>
- Bernat, L. F., Lambardi, G., Palacios, P. (2017). Determinants of the entrepreneurial gender gap in Latin America, *Small Business Economics*. 48(3), 727-752, <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9789-7>
- Bhardwaj, B.R. (2014). Impact of education and training on performance of women entrepreneurs, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 6(1), 38-52, <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2013-0014>.
- Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, F., Adai, C. R. L. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 170, 114336. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114336>
- Borangiu, T., Trentesaux, D., Thomas, A., Leitao, P., Barata, J. (2019). Digital transformation of manufacturing through cloud services and resource virtualization. *Computers in Industry*, 108, 150–162. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2019.01.006>

- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178-196. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.003>
- Bullough, A., Renko, M., Myatt, T. (2014). Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 473-499. <https://doi.org/10.1111/etap.12006>
- Caliendo, M., Fossen, F.M., Kritikos, A.S. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs - new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*, 32, 153-167.
- Cardella, G.M., Hernández-Sánchez, B. R., Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1557. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Chowdhury, F., Audretsch, D.B., Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 51-81. <https://doi.org/10.1177/1042258718780431>
- Content, J., Bosma, N., Jordaan, J., Sanders, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial activity and economic growth: new evidence from European regions. *Regional Studies*, 54(8), 1007-1019. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1680827>
- Coreynen, W., Matthyssens, P., van Bockhaven, W. (2017). Boosting servitization through digitization: Pathways and dynamic resource configurations for manufacturers. *Industrial Marketing Management*, 60, 42-53. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.04.012>
- Costa, J., Pita, M. (2020). Appraising entrepreneurship in Qatar under a gender perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(3), 233-251. <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2019-0146>
- Demirdag, İ., Eraydin, A. (2021). Explaining regional differences in firm formation rates: how far are government policies important for entrepreneurship?. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(2), 254-281. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2020-0040>
- Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M., Haas, M. (2021). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *Academy of Management Review*, 46(1), 60-79. <https://doi.org/10.5465/amr.2017.0471>
- Douglas, E.J., Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90. <https://doi.org/10.1177/10422587020260030>
- Fairlie, R. W., Fossen, F. M. (2020). *Defining opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation*. In Change at home, in the labor market, and on the job (pp. 253-289). Emerald Publishing Limited.
- Foss, N., Klein, P. (2010). *Entrepreneurial alertness and opportunity discovery: origins, attributes, critique*. In: Landström, H., Lohrke, F. (Eds.), *The Historical Foundations of Entrepreneurship Research*. Edward Elgar, Cheltenham, U.K., pp. 91–120.
- Foss, N.J., Klein, P.G. (2012). *Organizing entrepreneurial judgment: A new approach to the firm*. Cambridge University Press.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM.

- Guerrero, M., Liñán, F., Cáceres-Carrasco, F. R. (2021). The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, 57(4), 1733-1759. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2>.
- Heger, D., Veith, T., Rinawi, M. (2011). The effect of broadband infrastructure on entrepreneurial activities: The case of Germany. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, (11-081).
- Kautonen, T. (2008). Understanding the older entrepreneur: comparing third age and prime age entrepreneurs in Finland. *International Journal of Business Science and Applied Management (IJBSAM)*, 3(3), 3-13.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T., Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37(2), 219-234. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9238-y>
- Khurana, I., Dutta, D. K., Ghura, A. S. (2022). SMEs and digital transformation during a crisis: The emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Business Research*, 150, 623-641. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.048>
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*, hart. Schaffner & Marx.
- Linardi, M. A., Costa, J. (2022). Appraising the role of age among senior entrepreneurial intentions. European analysis based on HDI. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(6), 953-975. <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2020-0435>
- Luz, A. R. C., Bento, P., Paschoalotto, M. A. C., Pereira, R. (2024). Entrepreneurship performance in the EU: To what extent do economic, social, and government conditions matter?. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s10843-023-00342-5>
- Mauer, R., Neergaard, H., Linstad, A. K. (2017). Self-efficacy: Conditioning the entrepreneurial mindset. *Revisiting the Entrepreneurial Mind: Inside the Black Box: An Expanded Edition*, 293-317.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Meyer, N., de Jongh, J. (2018). The importance of entrepreneurship as a contributing factor to economic growth and development: The case of selected European countries. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(4 (J)), 287-299. [https://doi.org/10.22610/jeps.v10i4\(J\).2428](https://doi.org/10.22610/jeps.v10i4(J).2428)
- Meyer, N., Meyer, D. F. (2017). An econometric analysis of entrepreneurial activity, economic growth and employment: The case of the BRICS Countries. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(2), 429-441. <https://doi.org/10.1177/09713557221097>
- Pines, A.M., Lerner, M. and Schwartz, D. (2010). Gender differences in entrepreneurship: equality, diversity and inclusion in times of global crisis. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(2), 186-198, <https://doi.org/10.1108/02610151011024493>.
- Pita, M., Costa, J., Moreira, A. C. (2021a). Entrepreneurial ecosystems and entrepreneurial initiative: building a multi-country taxonomy. *Sustainability*, 13(7), 4065. <https://doi.org/10.3390/su13074065>.
- Pita, M., Costa, J., Moreira, A. C. (2021b). Unveiling entrepreneurial ecosystems' transformation: A GEM based portrait. *Economies*, 9(4), 186. <https://doi.org/10.3390/economies9040186>

- Ritter, T., Pedersen, C. L. (2020). Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*, 86, 180-190. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>
- Roy, R., Lampert, C. M., Stoyneva, I. (2018). When dinosaurs fly: The role of firm capabilities in the 'avianization' of incumbents during disruptive technological change. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(2), 261–284. <https://doi.org/10.1002/sej.1278>
- Sanguineti, F., Majocchi, A., Cavusgil, S.T. (2022). Founding entrepreneur's dilemma: Stay or exit the firm following an acquisition? An international comparison. *International Business Review*, 31(1), 101904. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101904>
- Schoar, A. (2010). The divide between subsistence and transformational entrepreneurship. *Innovation Policy and the Economy*, 10(1), 57-81. <https://doi.org/10.1086/605853>
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credits, interest, and the business cycle. *Harvard Economic Studies*, Translated by Opie, R.
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318-328. <https://doi.org/10.2307/30040715>
- Simoës, N., Crespo, N., Moreira, S.B. (2016). Individual determinants of self-employment entry: What do we really know?. *Journal of Economic Surveys*, 30(4), 783-806. <https://doi.org/10.1111/joes.12111>
- Szabó, T.P., Dézsi-Benyovszki, A., Györfy, L.Z. (2023). *Raport de țară 2021/2022 privind antreprenoriatul din România*. Casa Universitară Clujeană. Cluj-Napoca.
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.07.001>
- Thurik, R. (2014). Entrepreneurship and the business cycle. In: *IZA World of Labor* 90.
- Tortora, D., Chierici, R., Briamonte, M.F., Tiscini, R. (2021). 'I digitize so I exist'. Searching for critical capabilities affecting firms' digital innovation. *Journal of Business Research*, 129, 193–204. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.048>
- United Nations Development Programme (2019), Human Development Report 2019: Beyond income, Beyond averages, beyond today. Inequalities in human development in the 21st century. New York. <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2019>
- von Briel, F., Davidsson, P., Recker, J. (2018). Digital technologies as external enablers of new venture creation in the IT hardware sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 47–69. <https://doi.org/10.1177/1042258717732779>
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179>
- Zenger, J., Folkman, J. (2019). Women score higher than men in most leadership skills. *Harvard Business Review*, 92(10), 86-93.



Global Entrepreneurship Monitor

