

PROBLEMA ANTREPRENORIATULUI DIN PERSPECTIVA EXPERIENȚELOR EDUCAȚIONALE

Victoria COJOCARU, Elena Roxana TICUȚĂ

Universitatea de Stat din Tiraspol

The entrepreneurial education is a new orientation in the field of education, actively promoted by the European Commission, sustaining the creation of multiple ideas and didactic materials for the consolidation of business mentality through education. In the main educational purposes there will be included those which focus the forming of the entrepreneurial competences, those which refer to the initiation in the business world. The entrepreneurial education can be an aspect of education as a school subject and can also be a subject which can offer the students the chance of success in life. If we take into consideration the aspect of the National Curriculum, the entrepreneurial education involves the assimilation of knowledge about the specific of a successful business, the development of certain capacities, concerning the initiation and implementation of a business. The economic training, through the entering of the economic factor in education, directs the students' training on the dimension of culture and entrepreneurial spirit. The basic ideas on which there can be built the curricular aims about forming the entrepreneurial competences focus: the facility of developing the innovative practices in the field of professional training, the forming of culture and of entrepreneurial spirit.

Sistemul antreprenorial este văzut de economiști, în general, ca un eveniment metaeconomic, ceva care, fără a face parte integrantă din economie, o influențează profund și o modelează cu adevărat. Până la momentul actual, însă, nu se cunoaște o definiție certă a fenomenului antreprenorial. Astfel, au apărut o mulțime de întrebări legate de apariția lui la sfârșitul sec.XIX, cum de altfel, apar și acum. Cauzele par să rezide în specificul de valori, de percepție și de atitudine, în schimbările demografice, schimbările în instituții, cum ar fi crearea băncilor antreprenoriale din Germania și din Statele Unite în sec.XIX și, probabil, în schimbările produse în educație [2, p.15].

De-a lungul istoriei antreprenoriului, oamenii de știință din domeniul mai multor discipline ale științelor sociale au conceput o gamă diversă de interpretări și definiții pentru a conceptualiza ideea de antreprenorat. În timp, unii cercetători au identificat antreprenoriul cu funcția de susținere a incertitudinii, iar alții cu acumularea de capital [4, p.12]. Chiar dacă anumite teme s-au modificat continuu de-a lungul istoriei culturii antreprenoriale, în prezent nu există o definiție exhaustivă a antreprenoriului, care să fie acceptată de către toți economiștii sau care să fie aplicabilă pentru fiecare economie.

Totuși, există un consens limitat în definirea principalelor caracteristici ale culturii antreprenoriale, ideea fiind aproape la fel de veche ca și disciplina culturii economice. Termenul de antreprenor a fost introdus de către economistul Cantillon la începutul secolului XVIII. În lucrările sale, el definește formal noțiunea de antreprenor ca „agentul care cumpără mijloace de producție la anumite prețuri cu scopul de a le combina într-un produs nou” [8, p.248]. Curând, economistul francez J.B. Say a adăugat la definiția lui Cantillon ideea că antreprenorii trebuie să fie lideri. Se afirma că antreprenorul este persoana care adună mai mulți oameni împreună pentru a construi un singur organism de producție [apud. 8, p.249].

Un secol mai târziu, economiștii britanici A.Smith, D.Ricardo și J.S. Mill au manifestat un profund interes pentru conceptul de antreprenorat, chiar dacă au făcut referiri la acest concept folosind termenul englezesc *business management*. În timp ce lucrările lui A.Smith și D.Ricardo puneau în evidență importanța antreprenoriului, J.S. Mill susținea importanța culturii antreprenoriale pentru creșterea economică. În lucrările sale, J.S.Mill afirma că antreprenoriul „nu necesită abilități obișnuite” și susține ideea că nu există un termen englezesc echivalent cu sensul specific al cuvântului francezesc *entrepreneur* [8, p.250].

Ulterior, A.Marshall a recunoscut oficial necesitatea culturii antreprenoriale în procesul de producție, susținând ideea că există patru factori de producție importanți: proprietatea, munca, capitalul și organizația. Organizația este factorul coordonator care îi combină pe ceilalți factori împreună, susține A. Marshall, iar antreprenoriul reprezintă elementul de pornire care se află în spatele unei organizații. Prin organizarea creativă, antreprenorul creează noi bunuri sau îmbunătățește „planul de producție pentru articolele vechi” [7, p.248]. Pentru a realiza aceasta, A.Marshall credea că antreprenorii trebuie să beneficieze de o înțelegere profundă a

industriilor lor și trebuie să fie conducători înnașcuți. Mai mult, în viziunea lui A.Marshall, antreprenorii trebuie să aibă abilitatea de a prevedea schimbările în cerere și ofertă și să fie abili, acționând în situații riscante în absența unei informări concrete [apud. 7, p.248].

Împărțind aceleași idei ca și J.S. Mill, A.Marshall sugerează că abilitățile asociate cu antreprenoriatul sunt destul de rare și limitate în ofertă. El afirma că abilitățile de antreprenor sunt „atât de minunate și atât de numeroase, încât foarte puțini oameni le pot avea în întregime și într-o măsură foarte mare” [7, p.249]. Totuși, A.Marshall afirma că oamenii pot fi învățați să dobândească abilitățile unui antreprenor, deși oportunitățile unui antreprenor sunt adesea limitate de mediul economic în care se găsește. Mai mult, deși antreprenorii posedă câteva calități comune, toți antreprenorii sunt diferiți, iar succesul lor depinde de situația economică în care se străduiesc să se afirme [apud.7, p.250].

De la A.Marshall până în zilele noastre conceptul de antreprenoriat a cunoscut o susținută evoluție teoretică. De exemplu, în timp ce A.Marshall credea că antreprenoriatul reprezintă forța conducătoare din spatele organizației, mulți economiști contemporani consideră că antreprenoriatul este cel de-al patrulea factor al producției care are rolul de a le controla pe celelalte trei [apud. 1, p.18].

Deși mulți economiști sunt de acord că antreprenoriatul este necesar pentru creșterea economică, ei continuă să dezbate doar tema rolului curent pe care antreprenorii îl joacă în creșterea economică. Specialiștii în cultura antreprenorială sugerează că rolul antreprenorului este de a fi o persoană pregătită să-și asume riscul în fața informațiilor nesigure și imperfecte. În acest sens, Knight afirmă că un antreprenor va putea să-și asume riscul pentru începerea unei noi afaceri dacă este convins că există o șansă semnificativă pentru obținerea profitului [apud. 9, p.17].

Cu toate că multe teorii actuale care abordează antreprenoriatul promovează ideea că există un factor de risc inerent, numai cu ajutorul teoriei antreprenorului care este dispus să-și asume riscul nu se poate explica de ce unele persoane devin antreprenori, iar altele nu. De exemplu, ca și Knight, Mises afirmă că orice persoană care își asumă riscul de a pierde sau orice altă incertitudine poate fi numită antreprenor, aceasta fiind o definiție limitată a antreprenorului [9, p. 25].

O altă concepție modernă susține că rolul antreprenorului este cel de inovator. De exemplu, I. Kirzner sugerează că procesul inovației este, de fapt, cel al „învățării nedeliberate”, spontane [5, p.10]. Astfel, caracteristica necesară a unui antreprenor este vivacitatea. Alți economiști, specialiști în inovație aderă la ideile lui J.S. Mill și A. Marshall, afirmând că antreprenorii au abilități speciale pe care le activează pentru a participa în procesul inovației. Menținând această orientare, H.Leibenstein susține că o caracteristică dominantă și necesară a antreprenorului este cea de a ști să acopere golurile: ei au abilitatea de a-și da seama unde eșuează piața și să dezvolte noi bunuri și servicii de care piața are nevoie și care nu au fost dezvoltate până acum. Astfel, Leibenstein insistă asupra ideii că antreprenorii trebuie să dispună de abilități speciale pentru a conecta diferite piețe și a remedia eșecurile și deficiențele pieței. Mai mult, inspirându-se din teoriile anterioare ale lui Say și Cantillon, Leibenstein sugerează că antreprenorii au abilitățile de a combina diferite elemente în noi inovații pentru a satisface cererea neacoperită a pieței [6, p.273].

Deși mulți specialiști acceptă ideea că antreprenorii sunt inovatori, poate fi dificil a aplica această teorie a antreprenoriatului pentru țările mai puțin dezvoltate. Adesea în aceste țări antreprenorii nu sunt cu adevărat inovatori, în sensul tradițional al cuvântului. De exemplu, antreprenorii din țările mai puțin dezvoltate foarte rar produc un produs care să devină un brand, ele mai degrabă imită produsele și procesele de producție care au fost inventate într-o altă parte a lumii, de regulă, în țările dezvoltate. Acest proces are loc și în țările dezvoltate și se numește „imitare creativă” [3, p.220]. Termenul apare, mai întâi, ca fiind paradoxal, totuși fiind descriptiv pentru procesul de inovare care are loc în țările mai puțin dezvoltate. Imitarea creativă are loc atunci când cei care imită înțeleg mai bine cum se poate aplica, folosi sau vinde o inovație în anumite puncte de legătură de pe piață (în special, în țările lor proprii), decât înțeleg oamenii care au creat sau au descoperit inovația. Astfel, procesul de inovație în țările mai puțin dezvoltate este cel de a imita și a adapta, în schimbul noțiunii tradiționale a noului produs sau proces de descoperire și dezvoltare.

Dacă cercetăm istoria antreprenoriatului mondial, constatăm că antreprenorul, după cum afirma economistul francez J.B. Say, scoate resursele economice dintr-un domeniu cu productivitate scăzută și le introduce într-un domeniu cu productivitate ridicată și cu randament mai mare. Dar J.B. Say nu menționează cine este acest „antreprenor”. Deoarece Say a inventat această teorie acum aproape două sute de ani, a existat o confuzie totală privind definițiile antreprenorului și ale „sistemului antreprenorial” [2, p.21].

În Statele Unite, de exemplu, antreprenorul este deseori definit ca cineva care își începe propria sa afacere de proporții mici. Într-adevăr, cursurile despre „sistemul antreprenorial”, obișnuite în școlile americane de afaceri, au la origine cursurile despre cum poți să începi o mică afacere proprie [2, p.21].

În timp ce vorbitorii de limbă engleză identifică sistemul antreprenorial cu firmele noi, de mică anvergură, germanii identifică termenul cu puterea și proprietatea, ceea ce creează și mai multe disensiuni. Traducerea literală în germană a termenului *antreprenor*, folosit de J.Say, *unternehmer*, se referă la o persoană care este proprietar și care intră în afaceri (termenul englezesc ar fi proprietar-manager). Iar cuvântul este folosit mai ales pentru a distinge „șeful”, care de asemenea este în afaceri, de „managerul profesionist” și de „angajați” luați la un loc” [2, p.22].

Deci, inovația este mai degrabă un termen social decât unul tehnic. Ea poate fi definită în felul în care J.B. Say a definit sistemul antreprenorial ca schimbare a randamentului posibilităților. Or, așa cum ar tinde să procedeze un economist modern, ea poate fi definită mai curând în termeni de cerere decât de ofertă, sau ca schimbând valoarea și satisfacția obținută de consumator din posibilități [2, p.29].

Antreprenorii de succes, oricare ar fi motivația lor individuală, încearcă să creeze valoare și să aducă o contribuție. Totuși, antreprenorii de succes ținesc sus. Ei nu se mulțumesc numai cu îmbunătățirea a ceea ce există deja sau cu modificarea. Ei încearcă să creeze valori noi și diferite și satisfacții noi și deosebite, să transforme un „material” într-un „mijloc”, sau să contribuie la mijloacele existente într-o configurație nouă și mai productivă:

Tabelul 1

Specificul antreprenorului în viziunea specialiștilor în domeniu

Autorul	Definiția	Esența
H.Leibenstein	Antreprenor este inovatorul care asigură conectarea diverselor piețe și contribuie la remedierea eșecurilor pieței; persoana care combină diferite elemente în noi inovații pentru a satisface cererea neacoperită a pieței.	Antreprenorul este un inovator.
J.B. Say	Antreprenorul este liderul care adună mai mulți oameni într-un organism de producție.	Antreprenorul este lider.
R.Cantillon	Antreprenorul este agentul care cumpără mijloace de producție pentru a le combina într-un produs nou.	Antreprenorul este un bun agent de producție.
A.Marshall	Antreprenorul este un conducător înnăscut, care are abilitatea de a prevedea schimbările și a acționa în situații riscante în lipsa unor informații concrete; antreprenoriatul este elementul de pornire din „spatele” unei organizații.	Antreprenorul este conducător înnăscut.
I.Knight	Antreprenorul are convingerea unei șanse de a obține profit.	Antreprenor este cel care are siguranța succesului.
I.Kirzner	Antreprenorul are caracteristica principală faptul de a fi un inovator vivace.	Antreprenorul este un inovator vivace.

După cum demonstrează cercetările evoluției teoriei antreprenoriatului, diferiți oameni de știință au enumerat caracteristici diferite pe care ei le consideră comune tuturor antreprenorilor. Combinând aceste teorii atât de diferite, poate fi dezvoltat un set generalizat de calități antreprenoriale. În general, antreprenorii sunt persoane gata să-și asume riscul, coordonatori, organizatori, persoane care pot acoperi golurile, lideri, inovatori și imitatori creativi. Deși lista caracteristicilor nu este înțeleasă pe deplin, ea poate ajuta la explicația de ce unii devin antreprenori, iar alții nu.

În zilele noastre, antreprenoriatul reprezintă practica de a începe noi organizații sau de a revitaliza organizațiile deja existente, în special noi afaceri, inițiate ca răspuns la oportunitățile identificate. Antreprenoriatul este adesea o încercare dificilă, întrucât o mare majoritate a noilor afaceri eșuează. Activitățile antreprenoriale sunt foarte diferite între ele, depinzând de tipul de organizație de la care se pornește. Antreprenoriatul poate varia de la proiecte solo, care necesită implicarea antreprenorului doar pentru o mică perioadă de timp, până la afaceri care creează oportunități pentru noi locuri de muncă. Multe afaceri implică un factor de risc

destul de mare pentru creșterea capitalului care va construi afacerea. Multe tipuri de organizații au fost înființate pentru a veni în sprijinul antreprenorilor, incluzând agenții de guvernământ, organizații de afaceri, centre de cercetare științifică și organizații nonguvernamentale.

Abordând necesitatea culturii antreprenoriale într-o societate de consum, în ultimii ani s-a pus un deosebit accent pe formarea competențelor antreprenoriale la elevii claselor gimnaziale și liceale. Astfel, educația antreprenorială ar valorifica la nivelul elevilor o serie de cunoștințe, abilități și motivații pentru a încuraja succesul antreprenorial într-o mare varietate de forme. Diferitele interpretări ale educației antreprenoriale sunt pertinente la toate nivelurile de școlarizare, de la ciclul gimnazial până la cel liceal și chiar până la programele din cadrul universităților.

Oportunitățile pot fi realizate în diferite moduri. Cel mai cunoscut este deschiderea unei noi organizații (de exemplu, începerea unei noi afaceri). O altă realizare este promovarea inovației sau introducerea noilor produse sau servicii în firmele deja existente. Această metodă este numită antreprenoriat corporativ sau intra-parteneriat și a fost făcută cunoscută de către Gifford Pinchot. O abordare recentă implică crearea de organizații caritabile care sunt concepute cu un sistem de autofinanțare. Acestea sunt numite adesea antreprenoriat social. A apărut chiar o versiune a antreprenoriatului pentru sectorul public într-un cadru guvernamental, cu un accent deosebit pus pe inovație și pe serviciul clientului. Această idee a început în politica Regatului Unit al Marii Britanii în timpul lui Margaret Thatcher și, de asemenea, în Statele Unite ale Americii în vremea lui Ronald Reagan.

În anii '90 s-a constatat o creștere a interesului pentru antreprenoriat văzut ca profesie destinată mediului de afaceri și această abordare profesională dezvăluie beneficiul educației antreprenoriale, ajută la scăderea eșecului prin accentul care se pune pe o serie de practici complexe, demonstrate.

Această idee de profesionalizare a procesului de antreprenoriat este o altă trăsătură a educației antreprenoriale moderne. Chiar dacă luăm în considerare Fundația Națională pentru Predarea Educației Antreprenoriale sau membrii Consorțiului pentru Educație Antreprenorială care lucrează cu elevii școlilor generale sau cu elevii claselor liceale din Statele Unite ale Americii sau programele MBA de la Universitatea Saint Louis, Colegiul Babson sau cele peste 200 de școli implicate, în toate acestea se derulează programe educaționale instituționalizate pe teme de educație antreprenorială la care participă zeci de mii de elevi pregătiți, motivați și implicați în fiecare an. Există, de asemenea, organizații nonprofit cum ar fi SCORE, programe guvernamentale ca Administrația Micilor Afaceri din Statele Unite ale Americii. Prin intermediul educației antreprenoriale elevii au posibilitatea de a afla cât mai multe lucruri (cum ar fi atribuțiile bancherilor, investitorilor, corporațiilor, clienților etc.) și de a învăța cum să devină viitori antreprenori de succes, cum să-și constituie micile afaceri, cum să deprindă cunoștințe cât mai ample despre mecanismele economiei naționale.

În contextul reflecțiilor de mai sus, trebuie să menționăm și faptul că Comisia Europeană a publicat în 2006 o comunicare menită să stimuleze educația antreprenorială în Europa. „Agenda Lisabona”, relansată în anul 2005, reprezintă punctul de plecare al acelei comunicări, prin obiectivul său de conservare cu succes a modelului social european.

În acest scop, împreună cu Guvernul Norvegiei, Comisia a organizat în 2006 o conferință la Oslo cu tema „Educația antreprenorială în Europa – consolidarea mentalității de afaceri prin educație și învățământ”. Conferința a elaborat inițiative concrete pentru punerea în practică a recomandărilor Comisiei Europene: crearea unui fond mai bogat de proiecte și materiale didactice, o rapidă diseminare a celor mai bune practici și mai multe proiecte public-private. O altă recomandare a fost cea de îmbinare a învățământului secundar cu educația antreprenorială și de includere în programa învățământului superior a contactelor cu oamenii de afaceri de succes, precizând mai mult scopul final al instituțiilor academice.

Astfel, școala urmează să dezvolte o nouă generație de elevi cu abilități antreprenoriale care trebuie să fie cultivate începând cu școala primară până la nivel superior, în licee și facultăți.

Ariile curriculare din învățământul preuniversitar și universitar trebuie să cuprindă expuneri despre mediul antreprenorial și contribuții efective la susținerea acestuia. Introducerea unor scheme bazate pe practica aplicată, cum ar fi microîntreprinderile create și conduse de elevi/studenti, reprezintă un instrument eficient pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale.

Așadar, studiile JA-YE, ca furnizor de programe pentru educația antreprenorială, arată că acest tip de educație joacă un rol important în formarea atitudinilor, abilităților și culturii. Cu cât contactul cu spiritul antreprenorial și inovativ se produce mai devreme, cu atât mai mult cresc șansele ca tinerii să ia în considerare

posibilitatea de a deveni întreprinzători. Se consideră crucială susținerea inițierii unor programe antreprenoriale, începând din școala primară până la nivelul facultății, punându-se accent, în special, pe învățământul secundar, acolo unde trebuie răspândit mesajul „Îți poți crea propria afacere”. Implicând elevii în activitatea unor minicompanii, șansele ca tinerii să-și creeze propria companie pot crește de câteva ori.

Alt aspect privește faptul că prosperitatea și o multitudine de slujbe pot apărea în urma creării micilor afaceri de către persoanele care posedă cunoștințe antreprenoriale, mulți dintre aceștia dezvoltând ulterior mari afaceri pe plan mondial. Persoanele implicate în antreprenoriat au mai multe oportunități de a-și exersa libertatea creativă, de a-și întări încrederea în sine și au, de asemenea, o mai mare capacitate de a-și controla propriile vieți.

Dezvoltarea unei culturi antreprenoriale vaste va maximiza succesul economic și social, individual și colectiv pe o scară locală, națională și globală.

Educația antreprenorială este un proces de învățare care se desfășoară pe durata întregii vieți, începând din școala generală și liceu și continuând apoi la toate nivelurile educației, incluzând și educația adulților. Standardele și indicii de performanță folosiți reprezintă baza utilizată de profesori în crearea obiectivelor adecvate activităților de învățare și evaluare folosite pentru grupul-țintă. Pornind de la această bază, elevii vor avea mai multe activități educative și din ce în ce mai solicitante, vor avea experiențe care le vor dezvolta nevoia de cunoaștere și de creare a oportunităților antreprenoriale și abilitatea de a conduce propriile lor afaceri.

Beneficiile educației antreprenoriale. În acest sens, modelul educației antreprenoriale americane este unul dintre cele mai vechi și mai complexe din lume, cu o amplă experiență în domeniu, cu idei și metode moderne, inovatoare care ar putea reprezenta o bază solidă pentru formarea și dezvoltarea competențelor antreprenoriale în condițiile locale.

Consortiul pentru educația antreprenorială din SUA a identificat următoarele avantaje în valorificarea antreprenoriatului în educație.

Beneficii pentru elevii școlii primare:

- atenție crescută;
- asimilarea noțiunilor de bază;
- recunoașterea oportunităților/ abilităților de rezolvare a problemelor;
- explorarea noțiunilor de etică;
- luarea în considerare a pașilor de început într-o afacere.

Beneficii pentru elevii gimnaziilor:

- creșterea încrederii în sine și a respectului;
- un număr tot mai mare de elevi care identifică antreprenoriatul ca o opțiune pentru carieră;
- o mai bună înțelegere a rolului antreprenorilor;
- încurajarea asumării factorului de risc și învățarea în urma eșecului;
- îmbunătățirea cunoștințelor financiare;
- dezvoltarea cunoștințelor practice;
- înțelegerea procesului antreprenorial/ a planului de afaceri;
- cum să devină un consumator educat și autorizat;
- înglobarea diversității/ a abilităților de socializare;
- demonstrarea rezolvării conflictului/ a negocierii/ a politicii de vânzări/ a abilităților persuasive;
- învățarea modului de a progresa financiar;
- recunoașterea contribuțiilor antreprenorilor;
- valorificarea ideii de generare.

Beneficii pentru elevii liceelor:

- creșterea unei generații cu o gândire antreprenorială care are, în același timp, abilitățile și instrumentele începerii propriei afaceri;
- elaborarea unui plan de afaceri;
- aplicarea principiilor economice;
- stabilirea intereselor antreprenoriale individuale;
- aplicarea abilităților de marketing de bază;

- transformarea problemelor în oportunități;
- aplicarea principiilor de management în relațiile interumane;
- folosirea limbajului de afaceri și antreprenorial;
- implicarea în etica principiilor de afaceri;
- demonstrarea managementului financiar.

Beneficii pentru studenți și adulți:

- demonstrarea abilităților în începerea unei afaceri;
- demonstrarea abilităților în menținerea longevității afacerii;
- abilitatea de a găsi alt nivel de pregătire sau găsirea altor resurse sau servicii;
- demonstrarea managementului afacerii și a abilităților operaționale;
- folosirea componentelor unui plan de afaceri;
- schimbarea atitudinii asupra antreprenoriatului ca un mod de a-ți câștiga existența;
- schimbările în plan personal și atitudinea față de carieră includ: încrederea în sine, abilitatea de a-și controla propria viață, autocontrolul, managementul propriei persoane, transferul de cunoaștere, motivația, lucrul în echipă, comunicarea interpersonală, rezolvarea problemelor, creativitatea.

După cum observăm, educația antreprenorială poate avea un impact pozitiv asupra unui educabil la toate nivelurile. În consecință, se poate explica de ce există un număr atât de mare de programe educaționale care pot avea efecte majore în diferite etape în viața unui educabil.

Aflându-ne la începutul secolului XXI, este important să reflectăm asupra contribuțiilor pe care antreprenorii le-au avut pentru ridicarea nivelului de trai și pentru prosperitatea economiei naționale.

În ultimii douăzeci și doi de ani, Consorțiul pentru educația antreprenorială din Statele Unite ale Americii a susținut profesorii care au promovat specificul țării lor, oportunitățile carierei și abilitățile de care avem nevoie pentru succes. Educatorii au creat o mare varietate de programe și activități pentru a familiariza elevii cu experiențe care dezvoltă spiritul antreprenorial în întreaga lume.

Profesorii au un rol deosebit de important în împărtășirea activităților antreprenoriale creative și programelor inovatoare din cadrul școlilor generale și a instituțiilor de învățământ liceale. Este foarte important să se cunoască astfel de activități antreprenoriale și să se încurajeze susținerea promovării lor la nivel local, național și mondial. În SUA se organizează frecvent conferințe pe teme antreprenoriale unde profesorii sunt informați cu ultimele noutăți de specialitate, sunt implicați în programe educaționale împreună cu elevi de diferite niveluri (gimnazial, liceal) și la nivel universitar, încurajându-se, astfel, însușirea acestor idei pe o scară cât mai largă. În acest sens, s-a urmărit o colaborare între Consorțiu și alte organizații care participă activ la implicarea tinerilor și adulților în explorarea oportunităților antreprenoriale.

Bazându-se pe această viziune a inițiatorului Albert Shapiro de la Universitatea de Stat din Ohio, Consorțiul a creat un model de învățare pe tot parcursul vieții pentru a demonstra că antreprenoriatul este un proces evolutiv. Se recunoaște importanța cultivării spiritului antreprenorial de la vârste fragede, continuând apoi la toate nivelurile educaționale. În multe cazuri, antreprenoriatul se include în disciplinele școlare pentru dobândirea unor abilități de bază, elevii devenind, astfel, motivați să învețe, iar în clasele mai avansate se predă ca un curs separat, folosit drept suport pentru nivelurile superioare ale modelului de învățare pe tot parcursul vieții.

Educația antreprenorială cunoaște abordări diferite de la educatorii din școlile generale și licee până la universitate, din școlile vocaționale până la universitățile M.B.A. (Master of Business Administration). La fiecare nivel de educație este firesc să avem așteptări diferite comparativ cu educația pentru adulți și să construim concepte noi, bazate pe cunoștințele anterioare. Totuși, scopul final rămâne formarea competențelor antreprenoriale și dezvoltarea experienței practice ca antreprenor.

Consorțiul sprijină conceptul că educația antreprenorială este un proces de învățare pe toată viața care are cel puțin cinci etape de dezvoltare.

Acest model de învățare pe toată viața presupune că toți educabilii implicați în sistemul educațional ar trebui să aibă oportunități de învățare corespunzătoare etapelor inițiale, în timp ce etapele următoare sunt create pentru cei care au ales să devină antreprenori.

Fiecare dintre cele cinci etape poate fi predată folosind activități care sunt infuzate în alte discipline sau ca și cursuri separate.

Tabelul 2

Etapetele educației antreprenoriale

Etapa	Obiectivul	Acțiuni formative
Etapa I	Crearea bazei inițiale	- dobândirea abilităților bazice - identificarea opțiunilor pentru carieră - înțelegerea economiei și a spiritului întreprinzător liber
Etapa a II-a	Formarea competențelor	- descoperirea competențelor antreprenoriale - înțelegerea problemelor angajaților
Etapa a III-a	Aplicații creative	- însușirea competențelor antreprenoriale - însușirea modalităților de a crea o afacere
Etapa a IV-a	Inițierea secundară	- cum să devii patron - dezvoltarea politicii și procedurilor pentru o nouă afacere sau pentru cea deja existentă
Etapa a V-a	Dezvoltarea	- soluționarea problemelor de afaceri eficient - extinderea afacerii existente

Etapa I include clasele primare, cele gimnaziale sau primele clase de liceu, unde nivelul este mai scăzut și elevii trebuie să experimenteze diferite aspecte în deținerea unei afaceri. În această primă etapă, accentul se pune pe înțelegerea noțiunilor de bază ale economiei, pe oportunitățile carierei și pe nevoia de a stăpâni abilitățile de bază, pentru a fi avantajoasă într-o economie de piață liberă. Motivarea pentru a învăța și simțul oportunității individuale sunt consecințe speciale în această etapă a modelului de învățare pe tot parcursul vieții.

Etapa a II-a, formarea competențelor. Această etapă se desfășoară în cadrul învățământului preuniversitar, mai exact, în clasele liceale. Elevii învață să folosească limbajul de afaceri și să analizeze problemele din perspectiva oamenilor care dețin mici afaceri. Accentul se pune pe competențe, ce pot fi predate ca un curs de antreprenoriat separat sau integrate în alte cursuri care au legătură cu antreprenoriatul, în funcție de nivelul elevilor. De exemplu, problemele legate de circulația monetară pot fi folosite într-o lecție de matematică, iar demonstrațiile de vânzări pot fi parte integrantă a cursului de comunicare. Este o etapă deosebit de importantă în procesul devenirii unui antreprenor de succes și trebuie să i se acorde toată atenția necesară.

Etapa a III-a, aplicații creative. Sunt foarte multe lucruri de învățat despre cum se începe și se derulează o afacere și, în acest sens, nu este surprinzător că atât de multe afaceri au de suferit. În această etapă elevii au posibilitatea să studieze idei de afaceri și o multitudine de moduri de alcătuire a unui plan de afaceri. Deși aceasta reprezintă încă o etapă educațională, elevii pot obține o cunoaștere mai amplă și mai amănunțită comparativ cu ceea ce s-a acumulat în etapele anterioare. Această etapă are rolul de a încuraja elevii să creeze o idee unică de afaceri, să stăpânească procesul de luare a unei decizii și să experimenteze, în mod real, felul în care funcționează o afacere. Etapa se poate observa la clasele terminale de liceu sau în programele tehnologice, în colegiile cu o durată de doi ani unde se predau cursuri speciale sau se poate asocia programelor cu un alt grad de învățare ori în unele colegii și universități. Obiectivul pentru elevi este de a învăța cum ar putea deveni antreprenori de succes și să aplice în practică procesele derulării unei afaceri.

Etapa a IV-a. După ce adulții au avut timp să acumuleze experiență într-un domeniu sau să-și continue studiile, mulți au, cu siguranță, nevoie de consiliere specială pentru a pune în practică ideea unei afaceri. Programele de educație comunitară pun accent pe consilierea inițierii unei afaceri, folosită pe scară largă în carieră și în programe tehnice, în programe de consiliere bazate pe comunitate, în colegii comunitare, în colegii cu o durată de patru ani și în universități. Administrația Americană a Micilor Afaceri sponsorizează multe dintre aceste programe de pregătire.

Etapa a V-a, dezvoltarea. De cele mai multe ori proprietarii nu solicită ajutor decât atunci când este prea târziu. O serie de seminare continue sau de grupuri de susținere pot oferi asistență antreprenorului în recunoașterea potențialelor probleme și cum se poate face față situației într-o manieră precisă și promptă. Multe colegii comunitare și programe educaționale continue din universități și colegii oferă astfel de seminare și workshopuri pentru comunitatea respectivă de afaceri. Ei recunosc faptul că cel mai bun plan de dezvoltare economică este de a ajuta afacerile existente deja în comunitate să crească și să prospere.

Drept concluzie a acestei idei care susține că educația antreprenorială este un proces ce poate fi însușit în cinci etape, se poate recomanda ca profesorii, la fiecare dintre aceste etape, să folosească propriile mijloace

adaptate nivelului și climatului respectiv și să caute parteneriate cu profesorii de alt nivel integrați în acest proces de învățare pe toată viața. Astfel, există loc pentru antreprenoriat pretutindeni în sistemul nostru educațional.

Referințe:

1. Arnold Roger. Economics, Minneapolis: West Publishing Company, 1996.
2. Drucker Peter F. Inovația și sistemul antreprenorial: practică și principii. - București: Editura Enciclopedică, 1993.
3. Drucker Peter F. Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles. - New York: Harper & Row, Publishers, 1985.
4. Hoselitz B.F. Entrepreneurship and Economic Growth // American Journal of Economic Sociology, 1984.
5. Kirzner Israel M. Discovery and the Capitalist Process. - Chicago: The University of Chicago Press, 1985.
6. Leibenstein Harvey. The Supply of Entrepreneurship. Leading Issues in Economic Development. - New York: Oxford University Press, 1995.
7. Marshall Alfred. Principles of Economics. - Philadelphia: Porcupine Press, 1994, p.248-250. Doen Marthen L., Cees Gorter, Peter Nijkamp, and Piet Rietveld. Ethnic Entrepreneurship and Migration: A Survey from Developing Countries, 1998.
8. Schumpeter Joseph A. Essays of J.A. Schumpeter. - Cambridge, MA: Addison Wesley Press, Inc., 1951.
9. Swoboda Peter. Schumpeter's Entrepreneur in Modern Economic Theory. Lectures on Schumpeterian Economics. - New York: Springer-Verlag, 1983.

Prezentat la 20.05.2010