



Global
Entrepreneurship
Monitor



UBBFSEGA
FSEGA
Curme

ANTREPRENORIAT ROMÂNIA

Raport de țară 2023/2024 privind Antreprenoriatul din România

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

**Raport de țară 2023/2024 privind
antreprenoriatul din România**

Autori:

SZABÓ Tünde Petra

DÉZSI-BENYOVSZKI Annamária

BENEDEK Botond

GYÖRFY Lehel-Zoltán

Online: <https://econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat/?url=?section=news>

Design: GUȚĂ Mihai

Cuprins

Lista tabelelor	4
Lista figurilor.....	5
Evoluția indicatorilor GEM	10
Concepte și indicatori GEM (Global Entrepreneurship Monitor).....	14
1 Evoluții recente și provocări ale economiei României	17
1.1 Dinamica creșterii economice și a inflației.....	17
1.2 Dinamica pieței muncii, evoluția veniturilor și inegalități regionale.....	18
2 Prezentarea generală a proiectului GEM	22
2.1 Antreprenoriatul – cheia motorului dezvoltării economice.....	22
2.2 Importanța proiectului GEM în domeniul antreprenoriatului	22
2.3 Cum sunt colectate datele GEM?	23
2.4 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2023.....	25
3 Aspectele sociale și culturale ale antreprenoriatului din România	27
4 Antreprenoriatul în România: comparație internațională și perspective globale.....	33
4.1 Legătura dintre activitatea antreprenorială și nivelul de dezvoltare economică	33
4.2 Activitatea antreprenorială în Europa Centrală și de Est: tendințe și provocări.....	40
5 Motivațiile pentru pornirea sau închiderea unei afaceri.....	44
5.1 Motivațiile antreprenorilor pentru înființarea unei afaceri	44
5.2 Motivele închiderii afacerilor	45
6 Profilul antreprenorului din România	48
7 Cât de responsabili sunt antreprenorii din punct de vedere social și ecologic?.....	53
8 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România?	56
9 Cum percep experții naționali mediul antreprenorial din România?	64
9.1 Indicele național al contextului antreprenorial (NECI).....	66
9.2 Evoluția ecosistemului antreprenorial în perioada 2021–2023	67
9.3 Ecosistemul antreprenorial din România în anul 2023	68
9.4 Prioritățile percepute ale noilor afaceri	71
9.5 Antreprenoriatul feminin	73
9.6 Implicații politice pentru România	75
Referințe bibliografice.....	76

Lista tabelelor

Tabelul 1.	Țările participante la GEM în anul 2023, clasificate după PIB pe cap de locuitor	25
Tabelul 2.	Atitudini și percepții individuale privind antreprenoriatul în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă activă), 2023	28
Tabelul 3.	Evoluția atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă activă), 2021–2023	29
Tabelul 4.	Atitudinile și percepțiile privind antreprenoriatul în România, în funcție de gen (% din populația adultă activă), 2023	31
Tabelul 5.	Atitudinile și percepțiile individuale privind antreprenoriatul în România, în funcție de grupe de vârstă (% din populația adultă activă), 2023	32
Tabelul 6.	Ratele activității antreprenoriale în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă), 2023	41
Tabelul 7.	Ratele activității antreprenoriale în România (% din populația adultă), 2021-2023.....	42
Tabelul 8.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2023.....	53
Tabelul 9.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-manageri ai firmelor consacrate), 2023.....	55
Tabelul 10.	Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2023.....	57
Tabelul 11.	Condițiile-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului identificate de GEM.....	64
Tabelul 12.	Modificarea scorurilor condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului (41 de economii), 2021–2023	67


Lista figurilor

Figura 1.	Evoluția ratei de creștere a PIB-ului real și a ratei inflației în România, 2014–2023	18
Figura 2.	Evoluția salariului mediu net lunar pe economie în România, 2014-2023.....	19
Figura 3.	Evoluția ratei șomajului în România, 2014-2023	19
Figura 4.	Rata riscului de sărăcie pe regiuni de dezvoltare în 2023 (%)	20
Figura 5.	Cadrul conceptual GEM	24
Figura 6.	Procesul antreprenorial și indicatorii GEM.....	24
Figura 7.	Rata activității antreprenoriale potențiale în țările participante la cercetarea GEM, 2023	34
Figura 8.	Rata activității antreprenoriale potențiale și PIB-ul pe cap de locuitor, 2023	34
Figura 9.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient și PIB-ul pe cap de locuitor, 2023	35
Figura 10.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările participante la GEM, 2023..	36
Figura 11.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient și indicele dezvoltării umane (HDI), 2023	37
Figura 12.	Ponderea proprietarilor-manageri ai firmelor consacrate în funcție de PIB-ul pe cap de locuitor, 2023.....	38
Figura 13.	Compararea ratei proprietarilor-manageri de firme consacrate și a ratei antreprenorilor în stadiu incipient, 2023	39
Figura 14.	Diferența dintre rata antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și rata proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO), 2023	39
Figura 15.	Rata totală a activității antreprenoriale în țările participante la GEM, 2023	40
Figura 16.	Motivațiile pentru începerea unei afaceri în România, 2023	45
Figura 17.	Motivul pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să închidă afacerea lor în anul 2023	46
Figura 18.	Procentul persoanelor care au închis o afacere în ultimele 12 luni și intenționează să inițieze una nouă în următorii trei ani, comparativ cu cei care nu au închis nicio afacere, dar intenționează să lanseze una (populația adultă 18–64 ani).....	47
Figura 19.	Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă (%), 2023	48
Figura 20.	Distribuția antreprenorilor din România pe gen (%), 2023	49
Figura 21.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație (%), 2023	50
Figura 22.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei (%), 2023	51
Figura 23.	Distribuția întreprinderilor din România pe sectoare de activitate (%), 2023	56
Figura 24.	Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologic utilizat, 2023	57
Figura 25.	Nivelul de adoptare și utilizare a tehnologiilor digitale în rândul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), 2023.....	58
Figura 26.	Nivelul de adoptare și utilizare a tehnologiilor digitale în rândul antreprenorilor consacrați (EBO), 2023.....	60
Figura 27.	Percepția antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) asupra importanței activităților digitale, 2023	61






Figura 28.	Percepția antreprenorilor consacrați (EBO) asupra importanței activităților digitale, 2023	62
Figura 29.	Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor sau serviciilor oferite, 2023	63
Figura 30.	Numărul condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului evaluate ca fiind suficiente (scor ≥ 5), 2023.....	65
Figura 31.	Indicele național al contextului antreprenorial (NECI) în țările participante GEM, 2023 66	
Figura 32.	Evaluarea condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului din România, comparativ cu media GEM, 2023	69
Figura 33.	Scorurile acordate de experți pentru prioritizarea percepută a performanței economice, a practicilor bune de mediu și a celor de sustenabilitate, 2023	72
Figura 34.	Scorurile experților naționali privind sprijinul social pentru femeile antreprenoare și accesul lor la resursele necesare pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor, 2023	74

Sinteza raportului


Ratele activității antreprenoriale din România (% din populația adultă)

	2023/2024	2022/2023
 Antreprenori potențiali	8.95	13,45
Antreprenori în stadiu incipient (TEA)	5.85	8,25
Antreprenori consacrați (EBO)	5.09	8,61

Percepții privind antreprenoriatul din România

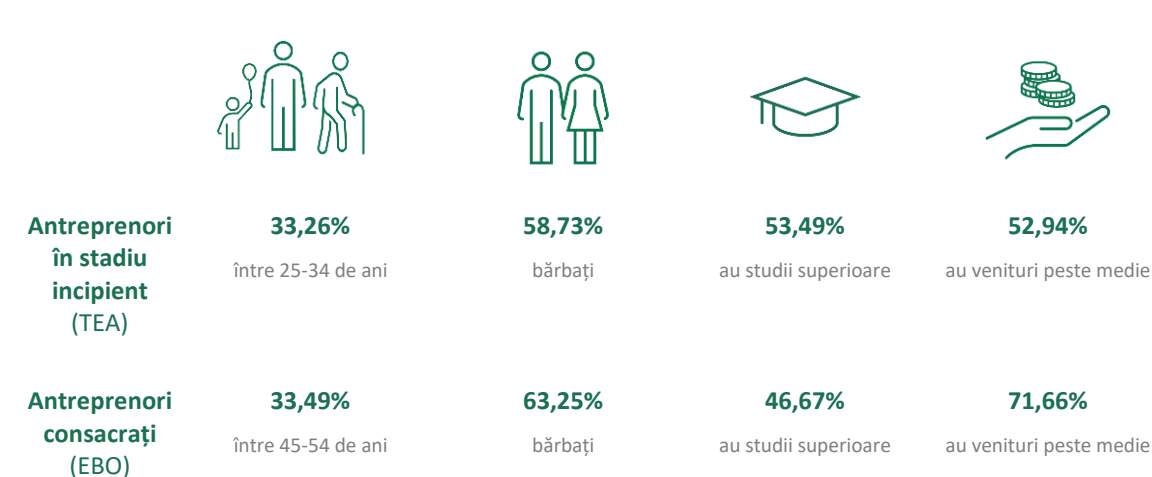
				
45,54%	55,67%	52,62%	58,97%	35,97%
(46,20% în 2022/2023)	(63,75% în 2022/2023)	(62,68% în 2022/2023)	(58,05% în 2022/2023)	(42,50% în 2022/2023)
din populația adultă cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	din populația adultă consideră că există oportunități bune pentru lansarea 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

Motivele demarării afacerii

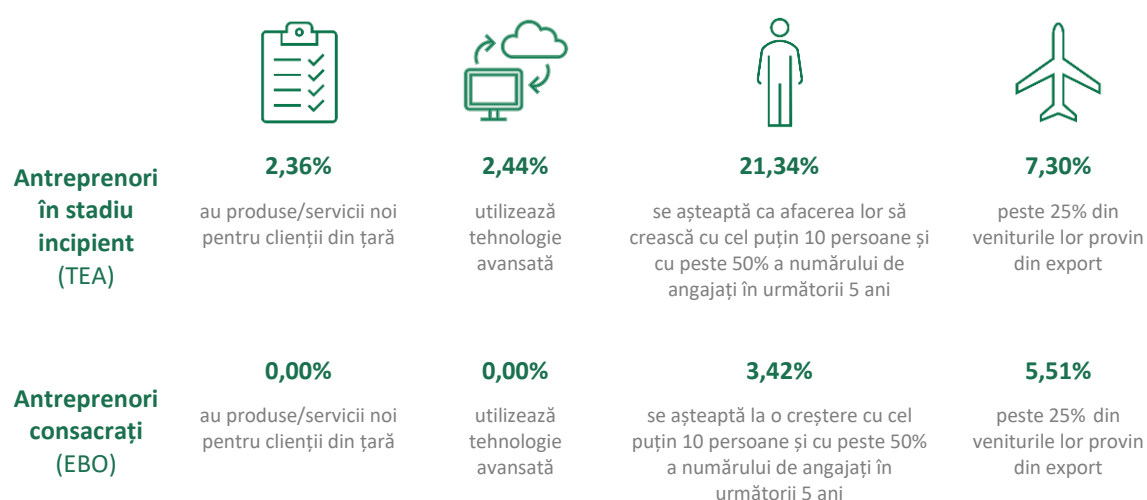
	Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza lipsei locurilor de muncă	TEA 87,50% (71,09% în 2022/2023)	EBO 70,10% (73,23% în 2022/2023)
	Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	TEA 77,80% (74,30% în 2022/2023)	EBO 72,44% (69,91% în 2022/2023)

Tot mai mulți români pornesc o afacere din necesitate, dar motivația financiară rămâne la fel de puternică.

Profilul antreprenorilor din România



Caracteristicile firmelor



Opinia experților



Evoluția indicatorilor GEM

PERCEPȚIILE PRIVIND ANTREPRENORIATUL ȘI RATELE ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE ÎN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2023)					
Percepții privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă)	2021	2022	2023	Poziția României 2023	Media GEM 2023
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	37,66	46,20	45,54	37/45	55,02
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	49,13	63,75	55,67	24/45	56,40
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	50,02	62,68	52,62	31/45	60,93
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	55,64	58,05	58,97	4/45	47,23
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	27,04	42,50	35,97	36/45	50,71
Ratele activității antreprenoriale (% din populația adultă)	2021	2022	2023	Poziția României 2023	Media GEM 2023
Antreprenori potențiali	14,93	13,45	8,95	44/45	26,73
Antreprenori potențiali (excluzând antreprenorii)	9,72	6,38	5,79	43/45	22,69
Antreprenori în stadiu incipient (TEA)	9,68	8,25	5,85	44/45	14,29
Antreprenori în formare	4,54	4,06	3,61	42/45	9,46
Proprietari-manageri ai unei firme noi	5,27	4,65	2,64	42/45	5,59
Antreprenori consacrați (EBO)	4,10	8,61	5,09	33/45	7,96
Antreprenori	13,66	16,41	10,60	45/45	21,85
Antreprenori care au închis o afacere în ultimul an și afacerea nu a continuat	1,83	1,05	1,27	44/45	4,08
Antreprenori care au închis o afacere în ultimul an și afacerea a continuat	0,77	0,59	0,14	45/45	1,65
Motivele închiderii afacerii (%)	2021	2022	2023	Poziția României 2023	Media GEM 2023
Oportunitatea de a vinde afacerea	3,11	11,23	0,00	41/45	6,93
Afacerea nu era profitabilă	15,18	30,07	52,74	3/45	28,12
Dificultăți în obținerea resurselor financiare	12,21	17,83	11,81	20/45	12,10
O altă oportunitate de loc de muncă sau afacere	3,01	11,02	17,09	8/45	11,58
Probleme legate de guvernare/ politică fiscală/ birocrație	0,00	4,25	3,15	27/45	5,50
Motive personale sau de familie	17,71	7,29	10,56	37/45	14,77
Impactul pandemiei de coronavirus	46,95	15,53	4,64	32/45	8,70

ANTREPRENORÎ ÎN STADIU INCIPIENT DIN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2023)

Motivele demarării afacerii	2021	2022	2023	Poziția României 2023	Media GEM 2023
Pentru a contribui la schimbarea pozitivă a societății	65,86%	81,65%	66,58%	8/45	46,98%
Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	64,91%	74,30%	77,80%	9/45	59,21%
Pentru a continua o tradiție de familie	31,09%	41,25%	35,74%	14/45	32,84%
Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza lipsei locurilor de muncă	75,02%	71,09%	87,50%	8/45	66,07%

Profilul socio-demografic al antreprenorului în stadiu incipient	2021	2022	2023
Vârstă	34,85% între 35-44 de ani	29,25% între 35-44 de ani	33,26% între 25-34 de ani
Gen	50,94% bărbați	60,70% bărbați	58,73% bărbați
Nivel de educație	51,87% au studii superioare	94,26% au studii postliceale sau superioare	53,49% au studii superioare
Venit	47,85% venit mediu	50,47% au venituri peste medie	52,94% au venituri peste medie

Profilul întreprinderii	2021	2022	2023
Sector de activitate	44,08% servicii orientate către consumatori	51,51% servicii orientate către consumatori	51,31% servicii orientate către consumatori
Oferă produse sau servicii noi pentru clienții din țară	9,06%	4,92%	2,36%
Utilizează tehnologie avansată	1,07%	6,5%	2,44%
Se așteaptă ca afacerea lor să crească cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	12,01%	16,08%	21,34%
Orientare internațională peste 25% din veniturile lor provin din export	5,02%	13,71%	7,30%

ANTREPRENORI CONSACRAȚI DIN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2023)

Motivele demarării afacerii	2021	2022	2023	Poziția României 2023	Media GEM 2023
Pentru a contribui la schimbarea pozitivă a societății	55,63%	77,66%	53,19%	12/45	42,27%
Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	41,40%	69,91%	72,44%	8/45	52,24%
Pentru a continua o tradiție de familie	44,97%	35,34%	28,93%	32/45	38,58%
Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza absenței oportunităților de muncă	82,35%	73,23%	70,10%	20/45	66,80%

Profilul socio-demografic al antreprenorului consacrat	2021	2022	2023
Vârstă	38,76% între 45-54 de ani	32,21% între 35-44 de ani	33,49% între 45-54 de ani
Gen	51,25% femei	59,09% bărbați	63,25% bărbați
Nivel de educație	41,11% au studii postliceale	58,92% au studii superioare	46,67% au studii superioare
Venit	52,91% au venituri medii	49,90% au venituri peste medie	71,66% au venituri peste medie

Profilul întreprinderii	2021	2022	2023
Sector de activitate	39,58% servicii orientate către consumatori	35,44% industria prelucrătoare	53,42% servicii orientate către consumatori
Oferă produse sau servicii noi pentru clienții din țară	8,78%	6,45%	0,00%
Utilizează tehnologie avansată	0,00%	3,18%	0,00%
Se așteaptă ca afacerea lor să crească cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	4,32%	7,06%	3,42%
Orientare internațională peste 25% din veniturile lor provin din export	1,52%	7,73%	5,51%

ECOSISTEMUL ANTREPRENORIAL

Condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului*	2021	2022	2023	Media GEM 2023
Finanțarea antreprenoriatului	4,04 locul 35/50	3,92 locul 35/51	4,07 locul 33/49	4,47
Ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori	4,14 locul 30/50	3,92 locul 36/51	4,28 locul 18/49	4,24
Politica guvernamentală: sprijin și relevanță	3,11 locul 42/50	2,98 locul 43/51	3,19 locul 39/49	4,18
Politica guvernamentală: taxe și birocrație	4,09 locul 37/50	4,56 locul 31/51	4,33 locul 30/49	4,60
Programe guvernamentale pentru antreprenori	3,11 locul 46/50	3,59 locul 44/51	3,79 locul 36/49	4,64
Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar	2,52 locul 33/50	2,41 locul 37/51	2,74 locul 29/49	3,39
Educația antreprenorială în învățământul postliceal și universitar	3,89 locul 41/50	4,72 locul 30/51	4,52 locul 34/49	4,94
Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare (C&D) către mediul de afaceri	2,68 locul 43/50	3,29 locul 40/51	3,79 locul 28/49	4,05
Infrastructura comercială și profesională	5,49 locul 25/50	5,69 locul 18/51	5,83 locul 10/49	5,26
Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței	4,87 locul 28/50	5,54 locul 19/51	5,24 locul 24/49	5,38
Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative	4,31 locul 26/50	4,53 locul 29/51	4,40 locul 19/49	4,38
Infrastructura fizică	5,82 locul 40/50	5,79 locul 35/51	6,19 locul 31/49	6,40
Normele sociale și culturale	3,69 locul 43/50	3,61 locul 47/51	3,57 locul 44/49	5,25
NECI (Indicele național al contextului antreprenorial)	4,0 locul 40/50	4,2 locul 36/51	4,3 locul 28/49	4,7

* Evaluare pe o scală 0–10: 0 = complet fals, 5 = neutru, 10 = complet adevărat.

Concepte și indicatori GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

SONDAJUL POPULAȚIEI ADULTE (ADULT POPULATION SURVEY, APS)

Sondajul populației adulte (Adult Population Survey, APS) reprezintă unul dintre principalele instrumente metodologice utilizate în cadrul proiectului Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Acesta este un chestionar complex, aplicat anual unui eșantion reprezentativ de cel puțin 2.000 de persoane adulte, cu vârste cuprinse între 18 și 64 de ani, în fiecare economie participantă. Obiectivul principal al APS este de a colecta date detaliate privind activitățile antreprenoriale, percepțiile, atitudinile și aspirațiile populației adulte, oferind astfel o perspectivă amplă și aprofundată asupra fenomenului antreprenorial. Prin rezultatele obținute, sondajul facilitează realizarea unor analize comparative la nivel internațional, contribuind la o mai bună înțelegere a tendințelor și a factorilor care influențează comportamentul antreprenorial în diferite contexte socio-economice.

SONDAJUL EXPERȚILOR NAȚIONALI (NATIONAL EXPERT SURVEY, NES)

Sondajul experților naționali (National Expert Survey, NES) reprezintă un instrument complementar în metodologia GEM, având rolul de a evalua mediul antreprenorial din fiecare economie participantă. Acesta este realizat prin interviuarea anuală a unui grup de experți naționali, proveniți din domenii diverse, precum politici publice, educație, finanțe, mediul de afaceri și organizațiile de sprijin pentru antreprenori. Obiectivul principal al NES este de a colecta opinii cu privire la factorii socio-economici care facilitează sau limitează inițiativa antreprenorială. Rezultatele sondajului permit identificarea și analiza așa-numitelor condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), care reflectă caracteristicile fundamentale ale ecosistemului antreprenorial și capacitatea acestuia de a sprijini dezvoltarea noilor afaceri.

RATA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE ÎN STADIU INCIPIENT (TOTAL EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY RATE, TEA)

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (Total Early-stage Entrepreneurial Activity Rate, TEA) este un indicator central în cadrul metodologiei GEM. Acesta măsoară proporția adulților cu vârste între 18 și 64 de ani care sunt implicați fie în procesul de înființare a unei noi afaceri, fie în conducerea unei afaceri recent înființate. TEA include persoanele care dezvoltă o afacere care nu a plătit salarii, remunerații sau alte forme de retribuție pentru o perioadă mai lungă de 42 de luni. Prin urmare, acest indicator oferă perspectivă amplă asupra nivelului de activitate antreprenorială în stadiu incipient dintr-o economie și asupra potențialului de reînnoire a sectorului antreprenorial.

RATA PROPRIETARILOR DE AFACERI CONSACRAȚI (ESTABLISHED BUSINESS OWNERS RATE, EBO)

Rata proprietarilor de afaceri consacrați (Established Business Owners Rate, EBO) este un indicator relevant în cadrul metodologiei Global Entrepreneurship Monitor (GEM), care măsoară proporția adulților cu vârste între 18 și 64 de ani care dețin și administrează o afacere consacrată. În definiția GEM, o afacere este considerată consacrată dacă a efectuat plăți sub formă de salarii, remunerații sau alte compensații către proprietari pentru o perioadă mai lungă de 42 de luni. Acest indicator oferă o

perspectivă asupra stabilității și sustenabilității sectorului antreprenorial, reflectând capacitatea unei economii de a susține afaceri pe termen lung și de a menține un ecosistem antreprenorial solid.

**CONDIȚII-CADRU PENTRU
DEZVOLTAREA
ANTREPRENORIATULUI
(ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK
CONDITIONS, EFC)**

Condițiile-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului (Entrepreneurial Framework Conditions, EFCs) reprezintă un set de factori esențiali care influențează măsura în care mediul unei economii favorizează sau, dimpotrivă, limitează dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale. Aceste condiții sunt:

A1. *Finanțarea antreprenoriatului* - Există suficiente fonduri pentru startup-uri noi?

A2. *Ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori* - Sunt aceste fonduri accesibile pentru antreprenori?

B1. *Politica guvernamentală: sprijin și relevanță* - Politicile publice sprijină și încurajează în mod activ dezvoltarea de startup-uri?

B2. *Politica guvernamentală: taxe și birocrație* - Nivelul taxelor și al birocrației reprezintă o barieră semnificativă pentru antreprenori?

C. *Programele guvernamentale pentru antreprenori* - Există programe guvernamentale eficiente care oferă sprijin antreprenorilor?

D1. *Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar* - Promovează școlile gândirea și abilitățile antreprenoriale în rândul elevilor?

D2. *Educația antreprenorială în învățământul postliceal și universitar* - Oferă instituțiile de învățământ superior cursuri și resurse pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale?

E. *Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare (C&D) către mediul de afaceri* - În ce măsură rezultatele C&D pot fi aplicate în crearea și dezvoltarea de noi afaceri?

F. *Infrastructura comercială și profesională* - Este infrastructura comercială și profesională suficient de dezvoltată și accesibilă pentru antreprenori?

G1. *Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței* - Sunt piețele caracterizate prin dinamism și deschidere, favorizând intrarea de noi jucători?

G2. *Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative* - Reglementările în vigoare facilitează sau restricționează accesul noilor întreprinderi pe piață?

H. *Infrastructura fizică* - Există o infrastructură fizică adecvată (transport, telecomunicații, utilități) care să sprijine activitățile economice?

I. *Normele sociale și culturale* - Încurajează societatea valorile și comportamentele antreprenoriale?

**INDICELE NAȚIONAL AL MEDIULUI
ANTREPRENORIAL
(NATIONAL ENTREPRENEURIAL CONTEXT
INDEX, NECI)**

Indicele național al mediului antreprenorial (National Entrepreneurial Context Index, NECI) este un indicator sintetic de referință în cadrul metodologiei Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Acesta oferă o evaluare integrată a calității ecosistemului antreprenorial dintr-o economie, prin agregarea celor 13 condiții-

cadru (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), considerate esențiale pentru stimularea sau limitarea inițiativelor antreprenoriale. NECI este calculat ca media aritmetică a celor 13 variabile care compun EFC-urile, fiecare fiind evaluată printr-un set de itemi pe o scală Likert cu 11 puncte. Pentru a consolida validitatea și coerența rezultatelor, scorurile individuale sunt sintetizate ulterior prin analiza factorială prin metoda componentelor principale. Astfel, NECI permite comparabilitatea internațională și oferă o imagine de ansamblu asupra capacității unei economii de a susține dezvoltarea antreprenoriatului.

ECHIPA NAȚIONALĂ

Echipa națională GEM reprezintă pilonul principal de implementare la nivel local al consorțiului internațional Global Entrepreneurship Monitor. Aceasta este alcătuită din experți coordonați de o universitate sau o instituție de cercetare cu o implicare semnificativă în domeniul antreprenoriatului. Rolul echipei naționale este de a reprezenta oficial țara în cadrul rețelei GEM și de a asigura desfășurarea corespunzătoare a activităților de colectare și analiză a datelor. Principalele atribuții includ realizarea anuală a sondajelor GEM (APS și NES), elaborarea raportului național pe baza rezultatelor obținute și comunicarea acestora către părțile interesate: factori de decizie politică, mediul academic, antreprenori și publicul larg. Totodată, echipa națională funcționează ca punct de contact și sursă de expertiză pentru toate aspectele legate de monitorizarea antreprenoriatului prin GEM.

CLASIFICAREA ȚĂRILOR ÎN FUNCȚIE DE VENIT

Clasificarea țărilor în funcție de nivelul veniturilor, utilizată în cadrul Global Entrepreneurship Monitor (GEM), are rolul de a diferenția economiile participante în funcție de nivelul dezvoltării economice, măsurat prin produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor. Astfel, țările sunt grupate în trei categorii:

- **Grupul A:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mare de 50.000 USD
- **Grupul B:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor cuprins între 25.000 și 50.000 USD
- **Grupul C:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mic de 25.000 USD.

Această clasificare facilitează comparabilitatea datelor între țări aflate la niveluri diferite de dezvoltare economică și oferă un cadru contextual suplimentar pentru interpretarea indicatorilor antreprenoriale.

Sursa: Elaborat pe baza GEM (2024), pg. 8

1 Evoluții recente și provocări ale economiei României

În ultimii ani, economia României a înregistrat o evoluție marcată de **contraste semnificative**. După o **redresare puternică** în 2021, susținută de **revenirea post-pandemică** și de **relansarea cererii interne**, ritmul de creștere economică a început să **încetinească**. **Produsul intern brut (PIB)** real a înregistrat o **expansiune de 4,0%** în 2022, urmată de o **creștere mai modestă, de 2,4%**, în 2023. **Prognozele pentru 2024** anticipează o **încetinire suplimentară**, cu o **rată estimată sub 1%**, ca urmare a contracției cererii interne și a efectelor persistente ale șocurilor externe, precum pandemia și criza energetică globală (World Bank, 2023a).

Inflația a reprezentat o **provocare majoră pentru economia României**, atingând în 2022 un **vârf istoric** al ultimelor două decenii, cu o **rată anuală de 13,8%**. Deși în 2023 presiunile inflaționiste s-au moderat, rata a rămas ridicată, situându-se la **10,4%**, **peste media Uniunii Europene** și peste **ținta de inflație** stabilită de Banca Națională a României (Statista, 2023). Această evoluție a determinat o **erodare semnificativă a puterii de cumpărare**, afectând în special **gospodăriile cu venituri mici și medii**.

Piața muncii a rămas **tensionată**, cu o **rată a șomajului** situată între **5–6%** în ultimii ani, niveluri istorice minime pentru România. Totuși, aceste cifre agregate ascund disparități regionale profunde. **Regiunile dezvoltate**, precum București-Ilfov, continuă să atragă investiții și forță de muncă calificată, în timp ce **zonele mai puțin dezvoltate**, cum ar fi Nord-Estul și Sud-Vest Oltenia, se confruntă cu rate ridicate ale șomajului și cu niveluri persistente ale sărăciei.

Creșterile salariale s-au **accelerat semnificativ** în ultimii ani, stimulate de **presiunile inflaționiste** și de **deficitul de forță de muncă** în anumite sectoare. **Salariul mediu net pe economie** aproape s-a **triplat** comparativ cu acum un deceniu. Totuși, aceste progrese nu au fost suficiente pentru a **reduce semnificativ inegalitățile sociale și economice**, care continuă să fie pronunțate între diferitele regiuni ale țării.

În ansamblu, contextul macroeconomic este caracterizat de o **încetinire a creșterii economice**, o **inflație ridicată**, o **pieță a muncii tensionată și fragmentată**, precum și **disparități sociale și teritoriale pronunțate**. România rămâne una dintre țările europene cu cele mai ridicate rate ale sărăciei relative, iar eforturile de promovare a unei creșteri economice incluzive sunt încă limitate de constrângeri structurale profunde (World Bank, 2023b).

Pentru a înțelege mai bine **fundamentele economice** care influențează **ecosistemul antreprenorial** din România, în continuare vom analiza evoluția **principalilor indicatori macroeconomici** din ultimul deceniu, precum PIB-ul, inflația, veniturile populației, structura pieței muncii și disparitățile regionale.

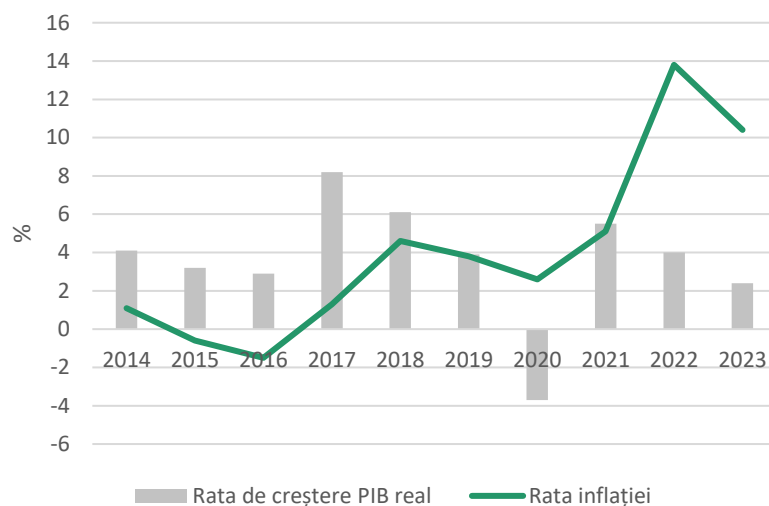
1.1 Dinamica creșterii economice și a inflației

După contractia PIB-ului real cu 3,7% în 2020, cauzată de șocul pandemic, economia României a crescut cu 5,5% în 2021, susținută de relansarea consumului privat și a investițiilor. Totuși, această dinamică s-a **estompat treptat** (a se vedea **Figura 1**): în 2022 PIB-ul a **crescut cu 4,0%**, iar în 2023 ritmul a încetinit la doar **2,4%**, pe fondul încetinerii economiei europene și al presiunilor inflaționiste care au frânat cererea internă. **Previziunile pentru 2024** anticipează o **creștere** de aproximativ **1%**. Deși consumul intern a rămas principalul motor al creșterii economice, impactul inflației ridicate și al costurilor mai mari de finanțare a diminuat semnificativ contribuția acestuia.

Inflația a devenit un factor definitoriu al perioadei analizate. După un deceniu (**2010–2020**) caracterizat de o **inflație redusă** (sub **5%** anual, cu episoade de **deflație** în **2015–2016**), rata inflației a crescut la **5,1%** în 2021 și a atins un vârf de **13,8%** în 2022, cel mai înalt nivel din ultimele două decenii. Această accelerare a fost determinată de majorarea prețurilor la energie și materii prime, dar și de efectele conflictului din Ucraina. În 2023, inflația a scăzut la **10,4%**, ca efect al **politicilor monetare**

restrictive și al normalizării parțiale a lanțurilor de aprovizionare. Cu toate acestea, nivelul rămâne printre cele mai mari din Uniunea Europeană. Pentru 2024, se estimează o rată medie de 5–6%, încă situată peste ținta de inflație a Băncii Naționale a României.

Figura 1. Evoluția ratei de creștere a PIB-ului real și a ratei inflației în România, 2014–2023



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Cursul de schimb al leului s-a menținut relativ **stabil** în perioada analizată, ca rezultat al **intervențiilor prudente ale Băncii Naționale a României (BNR)**, menite să **gestioneze lichiditatea** și să **limiteze presiunile inflaționiste** fără a genera **volatilitate valutară**. Totuși, majorarea dobânzilor de politică monetară a condus la o creștere semnificativă a costurilor de creditare, ROBOR la 3 luni a depășit pragul de 7% în perioada 2022–2023. Acest context a afectat negativ atât investițiile private, cât și consumul finanțat prin credit.

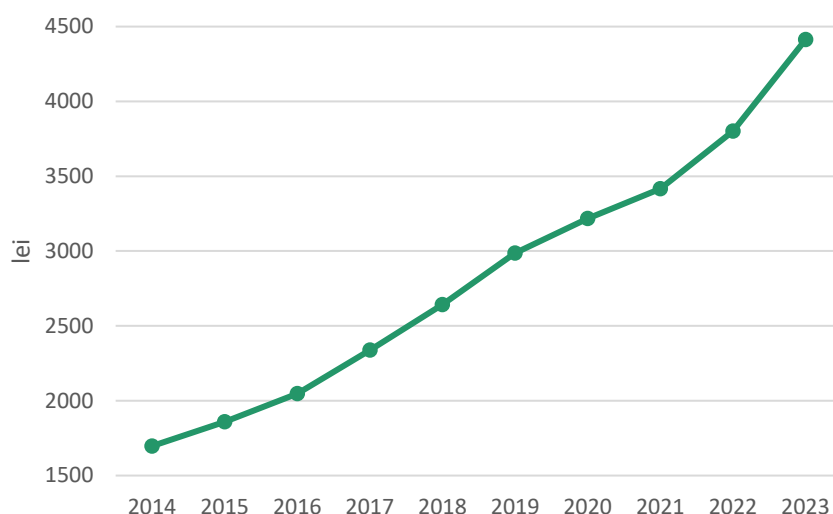
Politica fiscală a rămas **expansionistă în această perioadă, cu o creștere** semnificativă a **cheltuielilor guvernamentale pentru sprijinirea populației vulnerabile**, inclusiv prin plafonarea prețurilor la energie și acordarea de vouchere sociale. Aceste politici au menținut **deficitul bugetar** la niveluri ridicate, de aproximativ **6,5% din PIB în 2022 și 2023**. În paralel, **deficitul de cont curent** a rămas ridicat, situându-se aproximativ la **9% din PIB în 2022 și 7% în 2023**, evidențiind **dezechilibrele gemene** (fiscal și extern), semnalate în mod repetat de instituțiile europene.

1.2 Dinamica pieței muncii, evoluția veniturilor și inegalități regionale

În pofida presiunilor inflaționiste, **veniturile populației au înregistrat o creștere semnificativă** în ultimul deceniu (a se vedea **Figura 2**). **Salariul mediu net lunar** a atins aproximativ **4.400 lei în 2023**, față de **3.800 lei în 2022** și aproximativ **1.700 lei în 2014**, ceea ce reflectă o **creștere de peste 2,5 ori** în această perioadă. În anii 2022 și 2023, salariile au crescut cu 11,3%, respectiv 16,1% anual, depășind rata inflației și permițând o ușoară creștere a salariului real. Acești factori au contribuit la stimularea **consumului intern**, însă au exercitat presiuni suplimentare asupra **costurilor operaționale ale companiilor**.

Dinamica pozitivă a veniturilor a fost influențată atât de ajustările succesive ale salariului minim pe economie, cât și de deficitul acut de forță de muncă, care a determinat angajatorii să ofere remunerații mai competitive pentru atragerea și retenția personalului calificat.

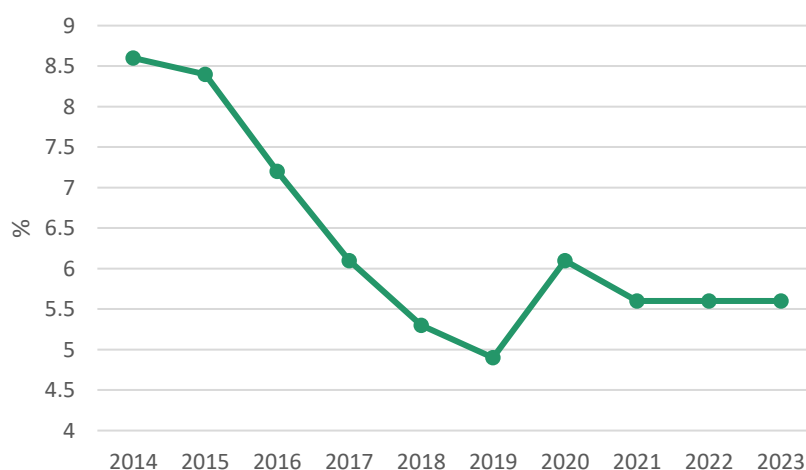
Figura 2. Evoluția salariului mediu net lunar pe economie în România, 2014-2023



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Piața forței de muncă din România se află într-o **situație paradoxală**: pe de o parte, **rata șomajului** foarte scăzută sugerează un nivel de ocupare apropiat de potențialul maxim; pe de altă parte, **numărul total de angajați** rămâne sub nivelul optim din cauza **emigrației continue** și a **îmbătrânirii accelerate a populației**. Conform datelor Institutului Național de Statistică, **rata șomajului** (calculată conform metodologiei Biroului Internațional al Muncii, BIM) a scăzut de la **6,1%** în **2020** la **5,6%** în perioada **2021–2023**, atingând cel mai scăzut nivel din ultimele trei decenii. Acest indicator plasează România **sub media Uniunii Europene** și reflectă, parțial, migrația continuă a **forței de muncă** către statele vest-europene, fenomen care reduce considerabil baza populației active.

Figura 3. Evoluția ratei șomajului în România, 2014-2023

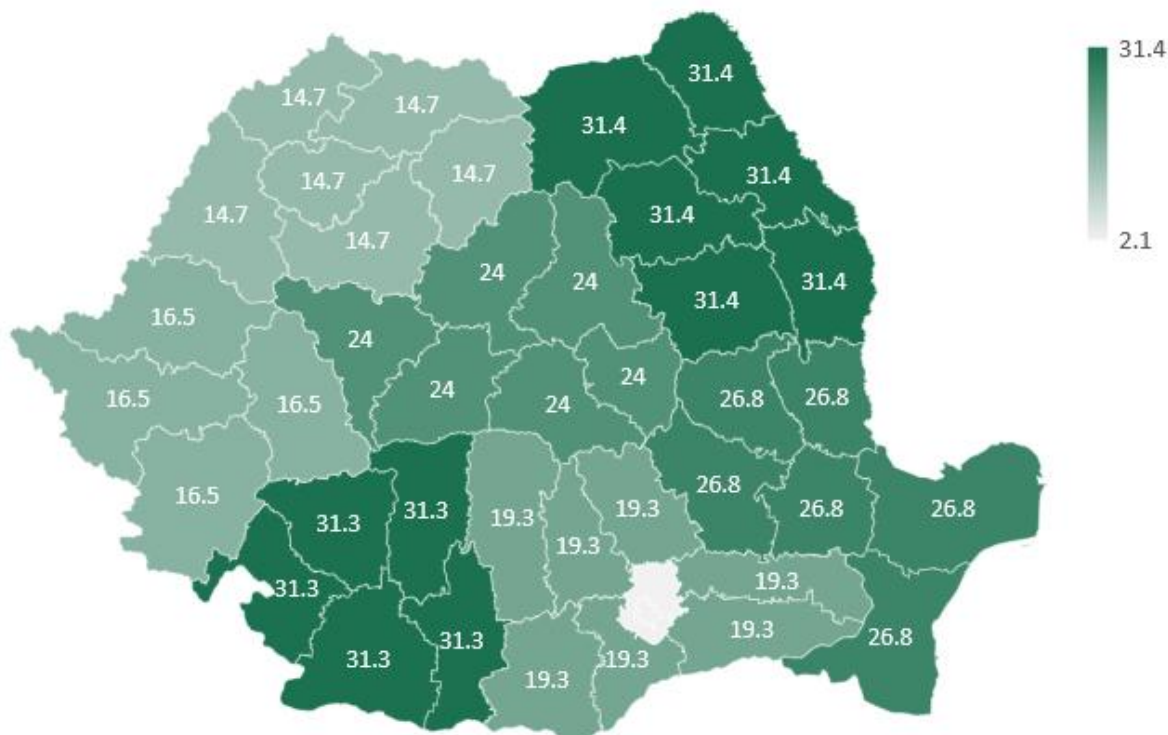


Sursa: Calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Totodată, **disparitățile regionale** rămân o **caracteristică structurală profundă** a economiei românești. Diferențele de dezvoltare (a se vedea **Figura 4**) între **București** și județele prospere din vestul țării, comparativ cu regiunile estice și sudice, se reflectă atât în **indicatorii economici**, cât și în cei **sociali**. Un indicator relevant este **rata riscului de sărăcie**, care măsoară proporția populației cu **venituri sub 60% din mediana națională**, după transferuri sociale. La nivel național, această rată a depășit pragul

de **20%** în **2023**, plasând România printre statele membre ale Uniunii Europene cu cele mai ridicate niveluri ale sărăciei relative.

Figura 4. Rata riscului de sărăcie pe regiuni de dezvoltare în 2023 (%)



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Analiza distribuției regionale evidențiază contraste sociale și economice semnificative:

- **București-Ilfov** a înregistrat în **2023** cea mai mică pondere a populației expuse riscului de sărăcie (**2,1%**), beneficiind de cele mai ridicate **venituri medii** și de concentrarea puternică a **activității economice**
- la polul opus, regiunea **Nord-Est (Moldova)** a raportat o rată a sărăciei de **31,4%** în **2023**, în creștere față de aproximativ **26%** în **2022**, indicând o **agravare a vulnerabilităților sociale**
- valori ridicate s-au consemnat și în **Sud-Vest Oltenia (31,3%)** și **Sud-Est (26,8%)**, regiuni caracterizate printr-o economie predominant rurală și slab industrializată
- regiunile **Centru** și **Sud-Muntenia** au înregistrat valori intermediare (**19–24%**), în timp ce regiunile **Vest** și **Nord-Vest** au performat mai bine (**15–16%**), cu o ușoară scădere comparativ cu anii anteriori.

Este de remarcat că în regiunile **Nord-Est** și **Sud-Vest Oltenia** **incidența sărăciei depășește** pragul de **30%**, fiind de aproape **15 ori mai mare** decât în **București-Ilfov**. Aceste disparități reflectă **dezechilibre structurale profunde**. Capitala și județele din vestul țării beneficiază de **investiții semnificative, infrastructură bine dezvoltată și oportunități de angajare atractive**, regiunile estice și sudice continuă să fie marcate de o economie dominată de **agricultură de subsistență**, predominantă în mediul rural și de o dependență ridicată de sprijin social.

Politicile publice au vizat reducerea acestor inegalități prin **direcționarea fondurilor europene** către dezvoltarea infrastructurii în regiunea Moldovei (proiecte, precum autostrăzi și unități medicale) și prin **majorarea prestațiilor sociale** (alocații, pensii) destinate grupurilor vulnerabile. Cu toate acestea, progresele în combaterea sărăciei au stagnat în ultimii ani, fiind afectate de **inflația ridicată**, care a

lovit disproporționat gospodăriile cu venituri scăzute, nevoite să aloce o parte considerabilă din bugetul lor către bunuri de primă necesitate.

În concluzie, **dinamica economiei României** din ultimii ani a fost marcată de **contraste profunde**: o perioadă de creștere economică solidă post-criză, urmată de o încetinire semnificativă și de valori inflaționiste care au erodat semnificativ câștigurile reale ale populației. Cu toate acestea, **s-au înregistrat progrese importante în ceea ce privește nivelul salariilor și ocuparea forței de muncă, ambele atingând niveluri record**. În pofida acestor evoluții pozitive, fundamentele economice ale țării rămân afectate de **vulnerabilități structurale: dezechilibre macroeconomice** (deficite gemene și creșterea datoriei publice), productivitate scăzută și infrastructură insuficient dezvoltată în anumite regiuni.

Aceste realități economice au un impact direct asupra ecosistemului antreprenorial din România. Creșterea incertitudinii macroeconomice, inflația ridicată și persistența disparităților regionale afectează negativ climatul de afaceri, în special pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) și startup-uri, care dispun de resurse limitate pentru a face față șocurilor externe. În același timp, zonele cu o infrastructură dezvoltată și cu venituri medii superioare, precum București-Ilfov și județele din vestul țării, oferă un mediu mai favorabil inițiativelor antreprenoriale.

2 Prezentarea generală a proiectului GEM

2.1 Antreprenoriatul – cheia motorului dezvoltării economice

Antreprenoriatul joacă un rol esențial în **stimularea ocupării forței de muncă** și este recunoscut ca un **motor al dezvoltării economice durabile**. Prin inițiative inovatoare, în special în domenii precum tehnologia și serviciile, antreprenorii contribuie semnificativ la **crearea de locuri de muncă** și la accelerarea **creșterii economice**. Mai mult, activitățile antreprenoriale sprijină dezvoltarea unei piețe a muncii dinamice și flexibile, oferind oportunități profesionale diversificate și contribuind la reducerea șomajului (Komninos et al., 2024). Astfel, antreprenoriatul reprezintă un element esențial pentru consolidarea **rezilienței economice** în fața provocărilor globale.

La nivel macroeconomic, antreprenoriatul este perceput ca un **pilon fundamental al dezvoltării sustenabile**, exercitând un impact profund nu doar asupra ocupării forței de muncă, ci și asupra **atragerii investițiilor, stimulării inovației și facilitării transferului de cunoștințe** (Meyer și de Jongh, 2018). Conform literaturii de specialitate, rolul antreprenoriatului depășește simpla redistribuire a resurselor între diferite grupuri sociale și contribuie activ la expansiunea economică, optimizarea proceselor productive, generarea de venituri și apariția de noi oportunități de angajare (Acs et al., 2017; Hamdan et al., 2022).

2.2 Importanța proiectului GEM în domeniul antreprenoriatului

În anul **2024**, proiectul internațional de cercetare **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** a marcat **25 de ani de activitate**, perioadă în care a monitorizat și a analizat evoluția antreprenoriatului la nivel mondial (GEM, 2024, pg. 24). Lansat în 1999 de o echipă de cercetători de la **Babson College** (SUA) și **London Business School** (Marea Britanie), proiectul are ca obiectiv principal furnizarea de date comparabile la nivel internațional privind dinamica activităților antreprenoriale (Szabó et al., 2024, pg. 12).

Funcționează ca un **consorțiu internațional de echipe naționale** și reunește instituții academice de prestigiu. GEM desfășoară cercetări extinse la nivel mondial. În prezent, este **singura inițiativă de această amploare** care colectează date empirice direct de la antreprenori, utilizând **o metodologie standardizată și strictă**.

Componenta centrală a proiectului este **sondajul populației adulte** (*Adult Population Survey, APS*), care oferă informații detaliate privind caracteristicile, motivațiile și aspirațiile persoanelor implicate în inițierea de afaceri, precum și percepțiile generale ale societății asupra antreprenoriatului. Complementar, **sondajul experților naționali** (*National Expert Survey, NES*) analizează cadrul economic și instituțional în care antreprenorii își desfășoară activitatea, oferind o perspectivă integrată asupra factorilor care influențează ecosistemul antreprenorial la nivel național (GEM, 2024, pg. 24).

Obiectivul principal al proiectului GEM este colectarea datelor empirice privind nivelul și evoluția activității antreprenoriale în diverse țări și identificarea factorilor determinanți care explică variațiile la nivel global (Szabó et al., 2024, pg.12).

Rezultatele cercetărilor GEM reprezintă o resursă valoroasă pentru antreprenori, factorii de decizie politică și mediul academic. Aceste date oferă un **fundament solid pentru elaborarea de politici publice** orientate spre dezvoltarea unui **ecosistem antreprenorial sustenabil**, capabil să stimuleze inovația și să contribuie la accelerarea creșterii economice.

În 2023, **sondajul populației adulte (APS)** a fost derulat în **46 de economii**, acoperind țări ce reprezintă aproximativ **57% din populația mondială** și **70% din PIB-ul global**. În paralel, **sondajul experților naționali (NES)** s-a desfășurat în **49 de țări**, implicând **peste 2.000** de interviuri cu **experți naționali** în total (GEM, 2024, pg. 24).

Datele colectate prin APS și NES au fost obținute folosind o metodologie armonizată, asigurând **comparabilitatea rezultatelor** atât în timp (pentru analiza tendințelor), cât și în spațiu (pentru comparații între țări).

2.3 Cum sunt colectate datele GEM?

Pentru a asigura o analiză riguroasă și comparabilă la nivel internațional, proiectul GEM utilizează două instrumente principale de cercetare:

- **Sondajul populației adulte (APS):** un chestionar aplicat unui eșantion aleatoriu de cel puțin 2.000 de persoane cu vârste între 18 și 64 de ani din fiecare țară participantă
- **Sondajul experților naționali (NES):** interviuri realizate cu cel puțin 36 de experți naționali, având ca scop evaluarea cadrului economic, politic și social, care influențează ecosistemul antreprenorial la nivel național.

Sondajul populației adulte (APS) măsoară proporția adulților implicați în inițierea sau gestionarea unei afaceri noi, utilizând rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, TEA*). Deși majoritatea respondenților nu sunt implicați activ într-o afacere la momentul realizării sondajului, răspunsurile lor oferă informații valoroase privind factorii care influențează decizia de a deveni antreprenor. Printre aceste aspecte se numără percepțiile legate de oportunitățile de afaceri existente la nivel local, dificultățile anticipate în demararea unei afaceri, teama de eșec și impactul acesteia asupra intenției antreprenoriale, precum și planurile privind inițierea unei afaceri în viitor.

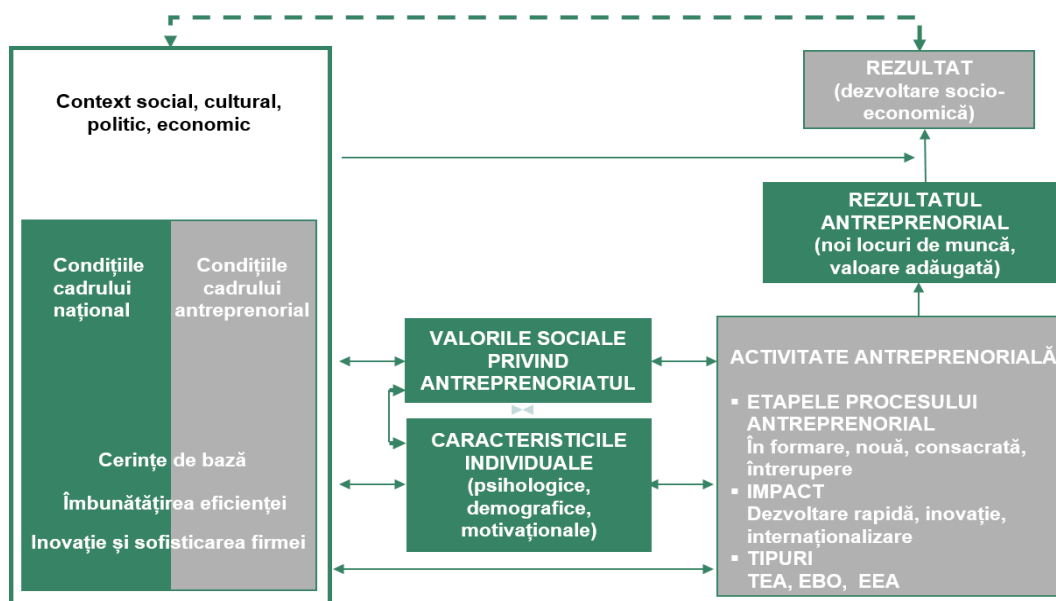
În fiecare economie participantă, APS este implementat de echipele naționale GEM, în colaborare strânsă cu coordonarea centrală a consorțiului. Această colaborare asigură **standardizarea conținutului chestionarelor și a metodologiei de aplicare**, garantând astfel comparabilitatea rezultatelor atât în timp, cât și între țări (GEM, 2024, pg. 33).

Decizia de a înființa o afacere este influențată de contextul în care aceasta operează, care poate stimula inițiativa antreprenorială sau, dimpotrivă, poate impune bariere semnificative. Pentru a evalua calitatea acestui mediu, proiectul GEM analizează 13 dimensiuni esențiale, denumite condiții-cadru antreprenoriale. Acestea sunt evaluate prin intermediul **sondajului experților naționali (NES)**, care presupune interviuarea a minimum 36 de experți din fiecare țară participantă. Acești experți oferă o perspectivă aprofundată asupra mediului antreprenorial național și asupra factorilor determinanți care facilitează sau limitează dezvoltarea inițiativelor de afaceri (GEM, 2024, pg. 34).

Proiectul GEM definește activitatea antreprenorială ca implicarea efectivă în inițierea și gestionarea unei afaceri noi. Este important de subliniat că, în conformitate cu cadrul conceptual al proiectului, **simpla intenție sau planificare a unei afaceri nu este suficientă pentru a fi considerată activitate antreprenorială propriu-zisă.**

Cadrul conceptual al GEM, ilustrat în **Figura 5**, evidențiază **relația complexă dintre decizia de a înființa o afacere și mediul antreprenorial înconjurător**. Acest mediu exercită o influență duală asupra antreprenoriatului: direct, prin accesul la resurse financiare, umane și tehnologice esențiale; și indirect, prin valorile culturale și prioritățile sociale care modelează percepția asupra inițiativelor antreprenoriale. În funcție de specificul și dimensiunea afacerii, cadrul poate fi local, regional, național sau chiar o combinație a acestora. **Decizia de a lansa o afacere este determinată de o serie de factori economici, sociali și politici**, printre care se numără domeniul de activitate, amploarea inițiativei, nivelul de ambiție antreprenorială și gradul de inovație. Acești factori influențează direct impactul potențial al noilor afaceri asupra unor aspecte esențiale, precum crearea de locuri de muncă, generarea de valoare adăugată și stimularea creșterii economice. Mai mult, un ecosistem antreprenorial dinamic are capacitatea de a transforma valorile sociale și culturale, contribuind la consolidarea unui climat favorabil inițiativelor de afaceri și la dezvoltarea unei culturi antreprenoriale sustenabile (GEM, 2024, pg. 32-33).

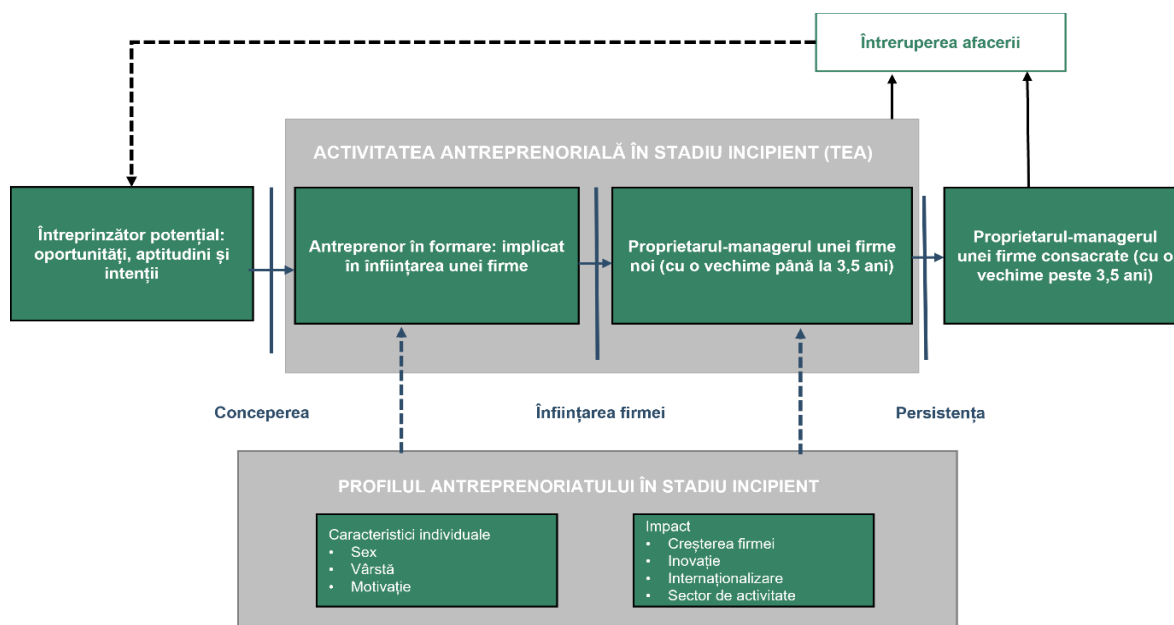
Figura 5. Cadrul conceptual GEM



Sursa: GEM (2024), pg. 32

Metodologia GEM pentru estimarea variabilelor antreprenoriale cheie, bazată pe datele colectate prin intermediul APS, este prezentată în **Figura 6**. Chestionarul APS include o întrebare esențială concepută pentru a identifica persoanele care au alocat deja resurse, inclusiv timp personal, în procesul de inițiere a unei afaceri. În cazul unui răspuns afirmativ, respondenții sunt intervievați în continuare pentru a oferi detalii privind plățile salariale, inclusiv remunerațiile acordate proprietarilor, perioada în care aceste plăți au fost realizate.

Figura 6. Procesul antreprenorial și indicatorii GEM



Sursa: GEM (2024), pg. 34

Clasificarea rezultatelor obținute prin APS se face după cum urmează:

- **Dacă plățile salariale au fost efectuate pentru o perioadă mai mică de trei luni**, afacerea este clasificată ca **afacere în formare**, iar persoana respectivă ca **antreprenor în formare**.

- **Dacă plățile au fost efectuate pentru o perioadă cuprinsă între 3 și 42 de luni**, afacerea este considerată **nouă**, iar persoana este încadrată ca *antreprenor nou*. **Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)** este calculată prin agregarea antreprenorilor în formare și noi.
- **Dacă plățile salariale au fost efectuate pentru o perioadă mai mare de 42 de luni**, afacerea este clasificată ca **afacere consacrată**, iar persoana respectivă ca *antreprenor consacrat* (*Established Business Owner, EBO*) (GEM, 2024, pg. 33).

2.4 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2023

În anul 2023, la **sondajul populației adulte (APS)** din cadrul proiectului GEM au participat **46 de echipe naționale**. Printre acestea se regăsește și **Ucraina**, care, în ciuda contextului geopolitic extrem de dificil, a reușit să colecteze un eșantion redus atât pentru APS, cât și pentru sondajul experților naționali. Totuși, din cauza dimensiunii limitate a eșantionului și a provocărilor privind asigurarea reprezentativității, raportul final include doar o parte a rezultatelor obținute pentru această țară. De asemenea, alte trei țări, **Argentina, Emiratele Arabe Unite și Japonia**, au participat doar la **sondajul experților naționali (NES)**, fără a colecta date prin intermediul APS.

Pentru a permite o analiză comparabilă între economii, **GEM clasifică țările participante** în trei categorii în funcție de **produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor**. Această metodologie, introdusă în 2021 și actualizată în 2023, are ca scop crearea unor grupuri echilibrate pentru realizarea analizelor comparative (GEM, 2024, pg. 9). Structura acestor grupuri este următoarea:

- **Grupul A - țări cu venituri ridicate:** PIB pe cap de locuitor de peste 50.000 USD
- **Grupul B - țări cu venituri medii:** PIB pe cap de locuitor între 25.001 și 50.000 USD
- **Grupul C - țări cu venituri scăzute:** PIB pe cap de locuitor sub 25.000 USD.

Tabelul 1 prezintă lista completă a țărilor participante, repartizate în funcție de aceste categorii.

Tabelul 1. Țările participante la GEM în anul 2023, clasificate după PIB pe cap de locuitor

Grupul A - Venituri ridicate (> 50.000 USD)	Grupul B - Venituri medii (≥ 25.000 USD și ≤ 50.000 USD)	Grupul C - Venituri scăzute (< 25.000 USD)
Arabia Saudită	Argentina*	Africa de Sud
Canada	Chile	Brazilia
Elveția	Cipru	China
Emiratele Arabe Unite*	Croația	Columbia
Franța	Estonia	Ecuador
Germania	Grecia	Guatemala
Italia	Israel	India
Luxemburg	Japonia*	Iordania
Norvegia	Letonia	Iran
Olanda	Lituania	Maroc
Qatar	Oman	Mexic
Regatul Unit	Panama	Thailanda
Republica Coreea	Polonia	Ucraina**
Slovenia	Puerto Rico	Venezuela
Suedia	România	
Statele Unite ale Americii	Republica Slovacă	
	Spania	
	Ungaria	

Grupul A - Venituri ridicate
(> 50.000 USD)

Grupul B - Venituri medii
(≥ 25.000 USD și ≤ 50.000 USD)

Grupul C - Venituri scăzute
(< 25.000 USD)

Uruguay

Notă: *Țara a participat exclusiv la sondajul național al experților (NES), nu și la ancheta populației adulte (APS).

** Ucraina dispune de un set de date limitat.

Sursa: GEM (2024), pg. 9.

Deși relativ arbitrare, aceste praguri sunt utilizate în raport pentru a facilita analiza comparativă, a asigura coerența prezentării rezultatelor și a sprijini formularea unor concluzii relevante. Grupul A include 10 țări din Europa, două din America de Nord și trei din regiunea Golfului Persic și Republica Coreea. Grupul B cuprinde 11 economii din Europa, cinci din America Centrală și de Sud și trei din Asia. În contrast, Grupul C prezintă o diversitate geografică mai pronunțată, incluzând șase țări din America Centrală și de Sud, cinci din Asia, două din Africa, precum și Ucraina (GEM, 2024, pg. 29-30). **România este inclusă în grupul economiilor cu venituri medii (Grupul B).**

3 Aspectele sociale și culturale ale antreprenoriatului din România

Percepția asupra oportunităților antreprenoriale reprezintă un factor esențial în procesul de inițiere și dezvoltare a afacerilor. Atunci când indivizii identifică oportunități în mediul economic, ei își evaluează **competențele** pentru a determina capacitatea de a le valorifica. **Încrederea în propriile abilități și cunoștințe** generează o **atitudine pozitivă față de antreprenoriat**, crescând probabilitatea ca intențiile să fie transformate în acțiuni concrete (Arafat et al., 2020).

Un concept central în acest context este **autoeficacitatea**, definită ca percepția asupra propriei capacități de a atinge obiectivele propuse. Aceasta influențează nu doar percepția oportunităților, ci și convingerea că ideile de afaceri sunt fezabile (Cromie, 2000). Astfel, persoanele cu un nivel ridicat de încredere în competențele lor antreprenoriale sunt mai dispuse să inițieze demersuri concrete (Segal et al., 2002; Arafat et al., 2020).

Relația dintre deciziile antreprenoriale și aversiunea față de risc a fost analizată extensiv în literatura de specialitate (Kihlstrom și Laffont, 1979; Arenius și Minniti, 2005). O aversiune ridicată față de risc limitează semnificativ inițiativele antreprenoriale, deoarece persoanele care percep un risc crescut ezită să își asume incertitudinile inerente afacerilor. În contrast, percepția redusă a probabilității de eșec este asociată cu un nivel mai ridicat de implicare în activități antreprenoriale (Weber și Milliman, 1997; Arenius și Minniti, 2005). Aceasta subliniază rolul crucial al toleranței la risc și al încrederii în abilitățile proprii ca elemente determinante în diferențierea antreprenorilor activi de cei reticenți.

De asemenea, **cunoașterea unor persoane care au inițiat recent o afacere** reprezintă un factor semnificativ în stimularea spiritului antreprenorial. **Modele de succes** din cercul social pot influența pozitiv **intențiile și deciziile individuale**, oferind inspirație și încredere în posibilitatea realizării propriei inițiative (Fernández et al., 2009). În plus, **relațiile personale cu antreprenori** pot facilita accesul la rețele de aprovizionare și distribuție, extinzând oportunitățile de piață și contribuind la mobilizarea resurselor necesare pentru lansarea și dezvoltarea unei afaceri.

Tabelul 2 prezintă **atitudinile și percepțiile populației adulte privind antreprenoriatul** în țările din Europa Centrală și de Est participante la studiul GEM din anul 2023. Sunt analizați indicatori-cheie care surprind percepția asupra oportunităților de afaceri, nivelul de încredere în competențele proprii, teama de eșec și percepția asupra ușurinței de a demara o afacere. Datele evidențiază poziționarea României atât în raport cu media globală a GEM, cât și în comparație cu celelalte economii din regiune incluse în analiză, pe un eșantion de 45 de țări participante la sondajul APS. Este important de menționat că Ucraina nu a fost inclusă în acest clasament din cauza insuficienței datelor disponibile pentru anul de referință.

În România, doar **45,54% dintre adulții cu vârste între 18 și 64 de ani declară că cunosc pe cineva care a lansat o afacere în ultimii doi ani**, o proporție considerabil mai scăzută comparativ cu alte țări din regiune, precum Croația (71,75%), Slovacia (59,76%), Ungaria (51,03%) și Polonia (46,10%). Acest rezultat plasează România **pe locul 37 din 45 de economii** analizate. Expunerea limitată la modele antreprenoriale reprezintă un obstacol major în consolidarea unei culturi antreprenoriale robuste și în dezvoltarea încrederii în inițiativa privată. Persoanele care au în cercul lor social antreprenori activi sunt mai predispuse să fie motivate de exemplul acestora, să acceseze mai ușor rețele de sprijin și să își dezvolte propriile competențe antreprenoriale. În plus, astfel de relații facilitează integrarea în rețele formale și informale, esențiale pentru accesul la resurse financiare, expertiză managerială și piețe de desfacere. În lipsa acestor influențe, potențialii antreprenori din România pot percepe demararea unei afaceri ca fiind un demers cu un grad ridicat de risc. Aceasta amplifică sentimentul de dificultate.

Tabelul 2. Atitudini și percepții individuale privind antreprenoriatul în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă activă), 2023

Indicator**	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media GEM	Poziția României*
Cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani	71,75	46,10	59,76	51,03	45,54	55,02	37/45
Oportunități bune pentru a demara o afacere în zona în care locuiește în următoarele șase luni	64,09	73,64	32,86	28,22	55,67	56,40	24/45
Are cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere	73,60	48,04	50,74	38,29	52,62	60,93	31/45
Teama de eșec reprezintă un obstacol în pornirea unei afaceri	48,15	55,86	48,04	42,28	58,97	47,23	4/45
Rata fricii de eșec în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale	45,90	52,25	48,13	34,41	58,07	44,63	5/45
Este ușoară demararea unei afaceri	40,92	83,21	24,24	45,80	35,97	50,71	36/45

Notă: *Poziția României în clasamentul celor 45 de țări participante la sondajul populației adulte din 2023.

**Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS (2023)

O perspectivă mai favorabilă se observă în ceea ce privește **percepția oportunităților de afaceri la nivel local: 55,67% dintre românii** cu vârste între 18 și 64 de ani **consideră că există oportunități bune pentru a demara o afacere în zona în care locuiesc.** Această valoare se situează **aproape de media globală GEM (56,40%),** plasând România pe **locul 24 din 45** de economii analizate. România se situează peste Slovacia (32,86%) și Ungaria (28,22%), dar rămâne în urma Croației (64,09%) și Poloniei (73,64%). Capacitatea de a identifica oportunități antreprenoriale este un element esențial pentru inițierea de afaceri, deoarece o percepție limitată asupra acestora reduce considerabil probabilitatea de a transforma ideile în proiecte concrete. În schimb, o percepție pozitivă asupra oportunităților favorizează proactivitatea, stimulează creativitatea și crește deschiderea față de asumarea riscurilor necesare pentru lansarea și dezvoltarea unei afaceri.

În ceea ce privește **încrederea în propriile competențe antreprenoriale,** în 2023, **52,67% dintre adulții activi din România** consideră că **dețin cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere.** Deși acest procent este **sub media globală GEM (60,93%),** România se poziționează totuși peste nivelurile înregistrate în Slovacia (50,74%), Polonia (48,04%) și Ungaria (38,29%). În contrast, **Croația se remarcă în regiune** cu un procent semnificativ mai ridicat, de **73,60%.** Aceste date sugerează că, în România, încrederea în propriile abilități antreprenoriale este moderată, existând un **potențial considerabil pentru îmbunătățirea educației și formării în acest domeniu.** Întărirea competențelor antreprenoriale este crucială pentru stimularea inițiativelor de afaceri și pentru reducerea barierelor percepute la intrarea în antreprenariat.

Teama de eșec rămâne unul dintre cele mai importante obstacole în dezvoltarea antreprenoriului din România. În anul 2023, **58,97% dintre adulții activi** declară că frica de a eșua îi împiedică să inițieze o afacere, ceea ce plasează România pe **locul 4 la nivel global** și pe **primul loc în Europa Centrală și de Est.** Mai mult, **58,07% dintre persoanele care identifică oportunități antreprenoriale** afirmă că ezită să le valorifice din cauza fricii de eșec, situând România în **top 5 mondial.** Aceste cifre evidențiază o barieră psihologică semnificativă în transformarea intențiilor în acțiuni concrete. Prin comparație, rata fricii de eșec este **mai scăzută în Polonia (55,86%)** și semnificativ mai mică în alte trei state din regiune, subliniind astfel o **vulnerabilitate psihologică profundă în ecosistemul antreprenorial**

românesc. Reducerea fricii de eșec ar putea reprezenta o prioritate pentru politicile publice orientate spre susținerea inițiativei antreprenoriale și încurajarea asumării de riscuri calculate. În acest sens, inițiativele educaționale, programele de mentorat și sprijinul instituțional ar putea avea un rol crucial în cultivarea unei culturi antreprenoriale mai tolerante la eșec.

Percepția asupra ușurinței de a demara o afacere este relativ scăzută în România. Doar **35,97% dintre respondenți** consideră inițierea unei afaceri un proces facil, ceea ce plasează România pe **locul 36 din cele 45 de economii** analizate și considerabil **sub media globală GEM de 50,71%**. La nivel regional, România devansează doar Slovacia, unde percepția este și mai pesimistă (**24,24%**). În contrast, **Polonia** se remarcă printr-o atitudine mult mai favorabilă, cu **83,21%** dintre adulți care apreciază că lansarea unei afaceri este un proces relativ ușor. Aceste diferențe reflectă în mare măsură impactul factorilor structurali și instituționali asupra climatului antreprenorial, precum nivelul birocrăției, accesul la finanțare și sprijinul oferit prin politicile publice. Percepția scăzută a românilor poate reprezenta un obstacol semnificativ în dezvoltarea antreprenoriatului, descurajând inițiativele și diminuând apetitul potențialilor antreprenori pentru asumarea riscurilor.

Tabelul 3 prezintă **evoluția atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul** în rândul populației adulte **din România în perioada 2021–2023**, precum și poziționarea anuală a țării în clasamentul global al statelor participante la sondajul GEM.

Tabelul 3. Evoluția atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă activă), 2021–2023

Indicator*	2021	2022	2023	Poziția României 2021 (din 47 de țări)	Poziția României 2022 (din 49 de țări)	Poziția României 2023 (din 45 de țări)
Cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani	37,66%	46,20%	45,54%	43	37	37
Oportunități bune pentru a demara o afacere în zona în care locuiește în următoarele șase luni	49,13%	63,75%	55,67%	31	14	24
Are cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere	50,02%	62,68%	52,62%	33	24	31
Teama de eșec reprezintă un obstacol în pornirea unei afaceri	55,64%	58,05%	58,97%	4	5	4
Rata fricii de eșec în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale	48,25%	55,69%	58,07%	14	4	5
Este ușoară demararea unei afaceri	27,04%	42,50%	35,97%	42	31	36

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursa: GEM APS, 2021-2023

În România, **proporția adulților care cunosc pe cineva care a demarat o afacere** a crescut semnificativ în **2022**, ajungând la **46,20%**, față de doar **37,66%** în **2021**. Această **evoluție ascendentă** reflectă **efectele contextului post-pandemic**, perioada post-pandemică funcționând ca un **accelerator al inițiativelor antreprenoriale** și stimulând indivizii să identifice și să valorifice noi oportunități de afaceri. Totuși, în 2023 se observă o **ușoară scădere** la **45,54%**, indicând o tendință de **stabilizare după valul inițial de inițiative**. Această tendință sugerează că, deși **rețelele antreprenoriale și expunerea la modele de succes** rămân vitale pentru ecosistem, entuziasmul inițial generat de revenirea economică începe să se tempereze.

Percepția oportunităților de afaceri a scăzut în 2023, ajungând la **55,67%**, după valoarea de **63,75%** înregistrată în 2022. Această contracție poate reflecta o **reducere a optimismului antreprenorial**, posibil determinată de efectele inflației, de incertitudinile geopolitice și de încetinirea economiei globale. **Cu toate acestea, nivelul din 2023 rămâne peste cel din 2021 (49,13%)**, semn că **încrederea în climatul de afaceri s-a consolidat** pe termen mediu, în ciuda turbulențelor recente. Această evoluție evidențiază sensibilitatea ridicată a potențialilor antreprenori la schimbările din mediul economic și social, precum și rolul determinant al factorilor post- în modelarea intențiilor antreprenoriale.

În 2023, **52,62% dintre români declară că dețin cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere**, un nivel comparabil cu cel din 2021 (**50,02%**), dar **considerabil mai scăzut față de vârful atins în 2022 (62,68%)**. **Creșterea semnificativă din 2022** poate fi asociată cu **optimismul economic post-pandemic**, când redresarea economiei și apariția de noi oportunități au stimulat încrederea în propriile abilități antreprenoriale. În schimb, declinul înregistrat în 2023 sugerează o diminuare a acestei încrederi, probabil determinată de incertitudinea economică persistentă, presiunile inflaționiste și accesul limitat la resurse și finanțare. Această evoluție evidențiază fragilitatea încrederii în competențele antreprenoriale în contextul schimbărilor mediului extern și al volatilității climatului economic.

Frica de eșec continuă să fie un obstacol major în calea antreprenoriatului în România. În perioada 2021–2023, proporția persoanelor care percep frica de eșec ca un impediment major s-a menținut la un nivel constant ridicat, ceea ce a plasat România în mod repetat în **top 5 la nivel global**. Această tendință reflectă o problemă structurală profundă a ecosistemului antreprenorial românesc, indicând un climat economic și social caracterizat de incertitudine și de o aversiune ridicată față de risc. Factorii determinanți ai acestei percepții includ volatilitatea economică, insuficiența mecanismelor instituționale de sprijin, accesul limitat la finanțare și o cultură antreprenorială care penalizează eșecul, în loc să-l vadă ca o etapă firească în procesul de învățare și inovare.

Un fenomen similar se remarcă și în rândul **persoanelor care, deși identifică oportunități antreprenoriale, ezită să le valorifice**. Această **discrepanță între percepția pozitivă a oportunităților și disponibilitatea efectivă de a acționa** subliniază una dintre cele mai mari provocări ale ecosistemului antreprenorial din România. Problema reflectă o combinație de factori structurali și culturali, printre care nivelul scăzut de încredere în succesul propriei inițiative, teama persistentă de eșec, lipsa unui cadru instituțional care să încurajeze asumarea de riscuri în mod calculat. Pentru a transforma această percepție într-o realitate antreprenorială concretă, este esențial ca politicile publice să sprijine dezvoltarea competențelor antreprenoriale și a spiritului de inițiativă, să promoveze o cultură a toleranței față de eșec ca element-cheie al procesului de învățare și inovare și să creeze un mediu economic mai predictibil și mai favorabil inițiativelor antreprenoriale.

Percepția asupra **ușurinței de a demara o afacere** în România a înregistrat **fluctuații semnificative** în perioada 2021–2023. Cel mai ridicat nivel a fost atins în **2022**, când **42,50% dintre adulți considerau că inițierea unei afaceri este un proces accesibil**. Această creștere poate fi asociată cu perioada de **redresare economică post-pandemică**, caracterizată printr-un optimism sporit și apariția unor noi oportunități de afaceri, care au stimulat încrederea populației în mediul antreprenorial. În **2023**, proporția a scăzut la **35,97%**, ceea ce poate reflecta **intensificarea provocărilor economice**, inclusiv presiunile inflaționiste, instabilitatea pieței și dificultățile persistente în accesarea finanțării. Totuși, acest nivel rămâne superior celui din 2021 (27,04%), sugerând o consolidare relativă a încrederii în climatul de afaceri pe termen mediu.

Această evoluție evidențiază **sensibilitatea percepțiilor antreprenoriale la contextul economic și social**, subliniind necesitatea unui **cadru de reglementare stabil, măsurilor eficiente de sprijin** pentru antreprenori și **politicilor publice** care să faciliteze **accesul la resurse și finanțare**, în special pentru startup-uri și IMM-uri.

Tabelul 4 prezintă **percepțiile și atitudinile legate de antreprenoriat în România în anul 2023**, analizate în **funcție de gen**. Datele relevă **diferențe relativ reduse între femei și bărbați**, dar

evidențiază câteva tendințe specifice în modul în care cele două grupuri percep oportunitățile și provocările din mediul antreprenorial.

Tabelul 4. Atitudinile și percepțiile privind antreprenoriatul în România, în funcție de gen (% din populația adultă activă), 2023

Indicator*	Femei	Bărbați
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	45,04	46,04
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	57,16	54,18
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	53,09	52,19
Consideră că teama de eșec este o barieră în demararea unei afaceri	60,82	57,18
Consideră că teama de eșec este o barieră în demararea unei afaceri pentru cei care identifică oportunități antreprenoriale	59,73	56,45
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	37,32	34,70

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursa: GEM APS România (2023)

Se evidențiază câteva tendințe distincte care conturează profiluri ușor diferite între cele două grupuri de gen. Bărbații declară într-o proporție ceva mai mare că au **cunoscut persoane care au inițiat o afacere în ultimii doi ani** și par a fi **mai puțin afectați de teama de eșec** atunci când iau în considerare demararea unei afaceri. Această situație poate reflecta o expunere mai frecventă a bărbaților la modele antreprenoriale din rețeaua lor socială, precum și o toleranță mai ridicată la risc, factori care contribuie la o disponibilitate crescută de a se angaja în inițiative antreprenoriale.

Pe de altă parte, femeile percep mai frecvent **existența oportunităților favorabile pentru lansarea unei afaceri** și manifestă o **încredere ceva mai mare în propriile competențe și cunoștințe necesare pentru inițierea unei afaceri**. De asemenea, un procent mai mare de femei consideră că procesul de înființare a unei afaceri este relativ accesibil. Aceasta poate reflecta un optimism mai pronunțat față de mediul de afaceri și o încredere mai solidă în cadrul general de sprijin antreprenorial disponibil. Aceste rezultate sugerează potențialul unei implicări mai active a femeilor în ecosistemul antreprenorial, cu condiția ca barierele persistente să fie identificate și abordate prin politici publice adecvate și inițiative specifice de sprijin.

Tabelul 5 oferă o **imagine detaliată asupra atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul în România în 2023, segmentate pe grupe de vârstă**. Aceste date evidențiază diferențele dintre generații privind percepția oportunităților de afaceri, încrederea în abilități și dificultatea inițierii unei afaceri.

Analiza percepțiilor în funcție de grupele de vârstă arată că **ponderea celor care cunosc pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani este relativ constantă în rândul tinerilor și adulților tineri (18–44 ani), depășind ușor pragul de 50%**. Această tendință sugerează o expunere mai mare a acestor categorii la rețele antreprenoriale și oportunități de afaceri, corelată cu o mai mare deschidere spre inovație și o predispoziție crescută pentru sprijinirea inițiativelor antreprenoriale în cercurile lor sociale. În contrast, în rândul persoanelor cu vârste între 45 și 54 ani și 55 și 64 ani, proporția scade semnificativ, ajungând la 41,81% și, respectiv, 30,72%.

Tabelul 5. Atitudinile și percepțiile individuale privind antreprenoriatul în România, în funcție de grupe de vârstă (% din populația adultă activă), 2023

Indicator*	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	51,57	52,30	51,51	41,81	30,72
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	52,63	57,51	63,84	52,07	47,76
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	44,67	62,05	62,81	50,10	36,19
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	43,72	59,38	64,83	62,23	55,08
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale	50,00	59,10	62,89	61,40	46,15
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	27,98	37,88	40,14	38,29	28,11

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursa: GEM APS România (2023)

Percepția existenței oportunităților de afaceri este cea mai ridicată în rândul persoanelor cu vârstă între **35–44 de ani (63,84%)**, urmată de grupa **25–34 de ani (57,51%)**. Aceleași două grupe de vârstă se disting și printr-o **încredere semnificativ mai mare în competențele și cunoștințele necesare pentru a iniția o afacere**, cu valori de peste 62%. Combinația dintre percepția oportunităților și autoeficacitatea ridicată evidențiază un potențial considerabil pentru implicarea activă a acestor segmente de populație în ecosistemul antreprenorial. În schimb, tinerii între **18–24 ani** și persoanele **peste 55 de ani** raportează **niveluri mai scăzute atât în identificarea oportunităților, cât și încrederea în abilitățile proprii**. Aceste constatări subliniază necesitatea unor programe de sprijin și educație antreprenorială adaptate specific acestor grupe de vârstă, care să le ofere instrumentele necesare pentru a-și valorifica potențialul.

Cu toate acestea, potențialul antreprenorial al adulților tineri și al persoanelor de vârstă mijlocie este adesea blocat de un obstacol major: **teama de eșec**. Aproape două treimi (**64,83%**) dintre persoanele cu vârsta între **35 și 44 de ani consideră că frica de eșec reprezintă un obstacol semnificativ în demararea unei afaceri**, ceea ce evidențiază existența unei constrângeri psihologice serioase în transformarea intențiilor în inițiative concrete. În schimb, tinerii (**18–24 ani**) și persoanele mai în vârstă (**55–64 ani**) raportează un **nivel mai scăzut al fricii de eșec**, dar se confruntă cu alte provocări, cum ar fi identificarea mai dificilă a oportunităților de afaceri și o încredere relativ redusă în propriile competențe antreprenoriale.

Astfel, în timp ce tinerii și persoanele de vârstă mijlocie au un potențial semnificativ de a contribui la dezvoltarea antreprenoriului, acest potențial este adesea limitat de teama de eșec. De asemenea, persoanele din grupele de vârstă extreme (tinerii și seniorii) sunt mai puțin implicate în activități antreprenoriale din cauza lipsei de experiență (în cazul tinerilor) sau a percepțiilor negative asociate antreprenoriului (în cazul persoanelor în vârstă). Aceste rezultate sugerează că ar fi necesar să se adopte strategii diferențiate de sprijin pentru a încuraja spiritul antreprenorial în toate grupele de vârstă, punând accent pe reducerea fricii de eșec și pe creșterea încrederii în abilitățile antreprenoriale.

4 Antreprenoriatul în România: comparație internațională și perspective globale

Antreprenoriatul, ca procesul de înființare și dezvoltare a unei afaceri noi, reprezintă un indicator esențial al dinamismului economic, reflectând și capacitatea societății de a genera inovație și locuri de muncă. În cadrul cercetării Global Entrepreneurship Monitor (GEM), nivelul implicării populației adulte în activități antreprenoriale este măsurat prin **rata activității antreprenoriale în stadiu incipient** (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, TEA*). Acest indicator exprimă proporția persoanelor cu vârste între 18 și 64 de ani implicate fie în inițierea unei afaceri, fie în gestionarea unei întreprinderi cu o vechime sub 42 de luni.

Persoanele care administrează afaceri cu o vechime mai mare de 42 de luni sunt considerate **antreprenori consacrați** (*Established Business Owners, EBO*) (GEM, 2024, pg. 45). Această clasificare permite o analiză mai nuanțată a dinamicii antreprenoriale, evidențiind atât impulsul inițiativelor noi, cât și capacitatea economiei de a susține pe termen lung dezvoltarea întreprinderilor.

Un nivel scăzut al TEA poate priva economia de beneficii importante, precum crearea de locuri de muncă, diversificarea ofertei de produse și servicii, stimularea competiției și a inovației. În același timp, rata EBO reflectă maturitatea ecosistemului antreprenorial și capacitatea acestuia de a sprijini afacerile în procesul de consolidare și creștere. Prin urmare, o analiză a antreprenoriatului trebuie să integreze ambele dimensiuni, activitatea în stadiu incipient și antreprenoriatul consacrat, pentru a evalua echilibrul dintre inițiativă și sustenabilitate în cadrul economiei (GEM, 2024, pg. 45).

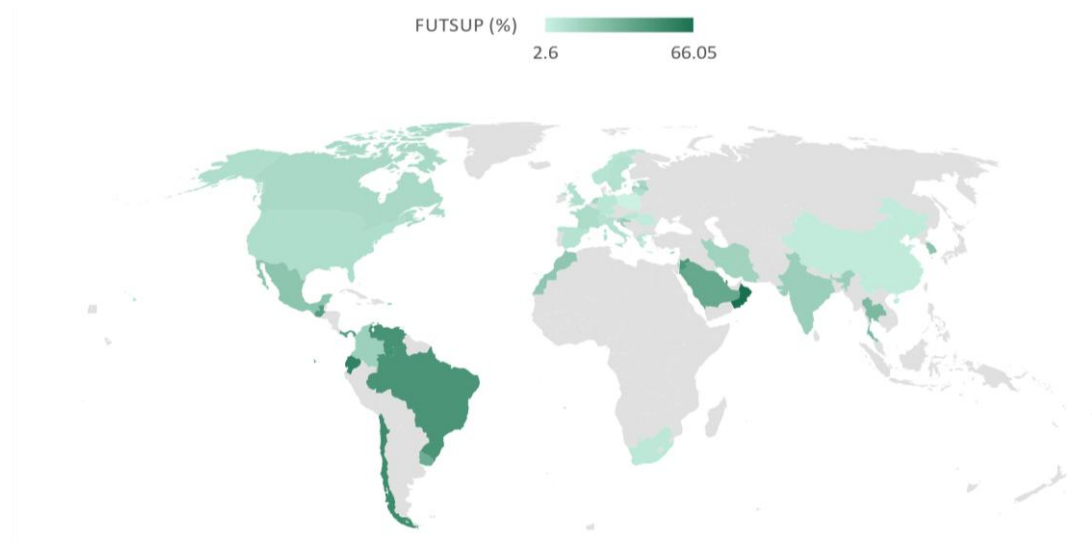
4.1 Legătura dintre activitatea antreprenorială și nivelul de dezvoltare economică

Antreprenoriatul este considerat un factor cheie al creșterii economice, dar amploarea și impactul său sunt puternic influențate de contextul economic al fiecărei țări (Luz et al., 2024). **Printre principalii determinanți ai activității antreprenoriale se regăsesc produsul intern brut (PIB), politicile guvernamentale de sprijin, calitatea sistemului educațional și rata șomajului** (Álvarez et al., 2011; Chowdhury et al., 2019).

În economiile cu venituri ridicate, accesul facil la capital financiar, resurse umane bine pregătite și infrastructura avansată creează un cadru favorabil pentru dezvoltarea de afaceri inovatoare și profitabile. În aceste contexte, diversitatea oportunităților de angajare reduce presiunea de a recurge la antreprenoriat din necesitate și încurajează antreprenoriatul de oportunitate, caracterizat prin identificarea și exploatarea proactivă a unor nișe de piață. **În economiile cu venituri scăzute**, resursele limitate și deficitul de locuri de muncă determină adesea populația să se orienteze către antreprenoriat ca soluție pentru asigurarea traiului. Această dinamică evidențiază relația complexă între nivelul de dezvoltare economică, percepția oportunităților și motivația antreprenorială, cu implicații directe asupra tipologiei și sustenabilității afacerilor nou-înființate (GEM, 2023, pg. 52).

Figura 7 prezintă rata activității antreprenoriale potențiale în țările participante la studiul GEM din anul 2023, relevând diferențele regionale semnificative. America Latină și Orientul Mijlociu se remarcă prin cele mai ridicate niveluri ale intenției de a lansa o afacere. În America Latină, Ecuador conduce cu 57,4%, urmat de Chile (53,1%), Venezuela (49,6%) și Brazilia (48,7%). În Orientul Mijlociu, Oman, ocupă primul loc la nivel global, cu o rată de 66,1%, urmat de Qatar (47,4%) și Iordania (47%). Aceste rezultate reflectă un ecosistem antreprenorial dinamic, susținut de factori precum o cultură antreprenorială consolidată, rețele de sprijin bine dezvoltate și accesul facil la resurse.

Figura 7. Rata activității antreprenoriale potențiale în țările participante la cercetarea GEM, 2023

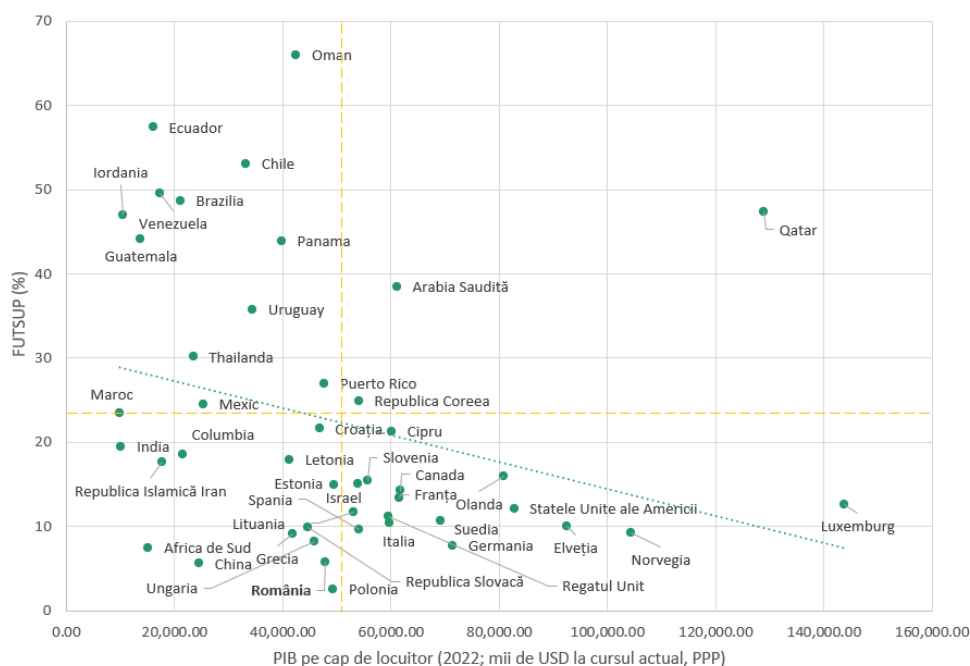


Sursa: GEM APS (2023)

România se situează pe locul 43 din 45 de țări analizate, cu o rată de doar 5,8% a antreprenorilor potențiali. Doar China (5,6%) și Polonia (2,6%) înregistrează valori mai reduse. Acest nivel scăzut al intenției antreprenoriale indică prezența unor bariere sistemice, cum ar fi accesul limitat la finanțare, birocrăția excesivă, percepția negativă asupra mediului de afaceri și o cultură antreprenorială insuficient dezvoltată. În plus, nivelul ridicat al fricii de eșec amplifică reticentața populației adulte de a transforma ideile de afaceri în inițiative concrete.

Figura 8 ilustrează relația dintre rata activității antreprenoriale potențiale și PIB-ul pe cap de locuitor în anul 2023, evidențiind disparitățile semnificative între economiile analizate.

Figura 8. Rata activității antreprenoriale potențiale și PIB-ul pe cap de locuitor, 2023



Notă: PIB-ul pe cap de locuitor este exprimat în dolari SUA (USD), ajustat la paritatea puterii de cumpărare (PPS). Liniile întrerupte portocalii indică media globală a PIB-ului pe cap de locuitor și media ratei antreprenorilor potențiali.

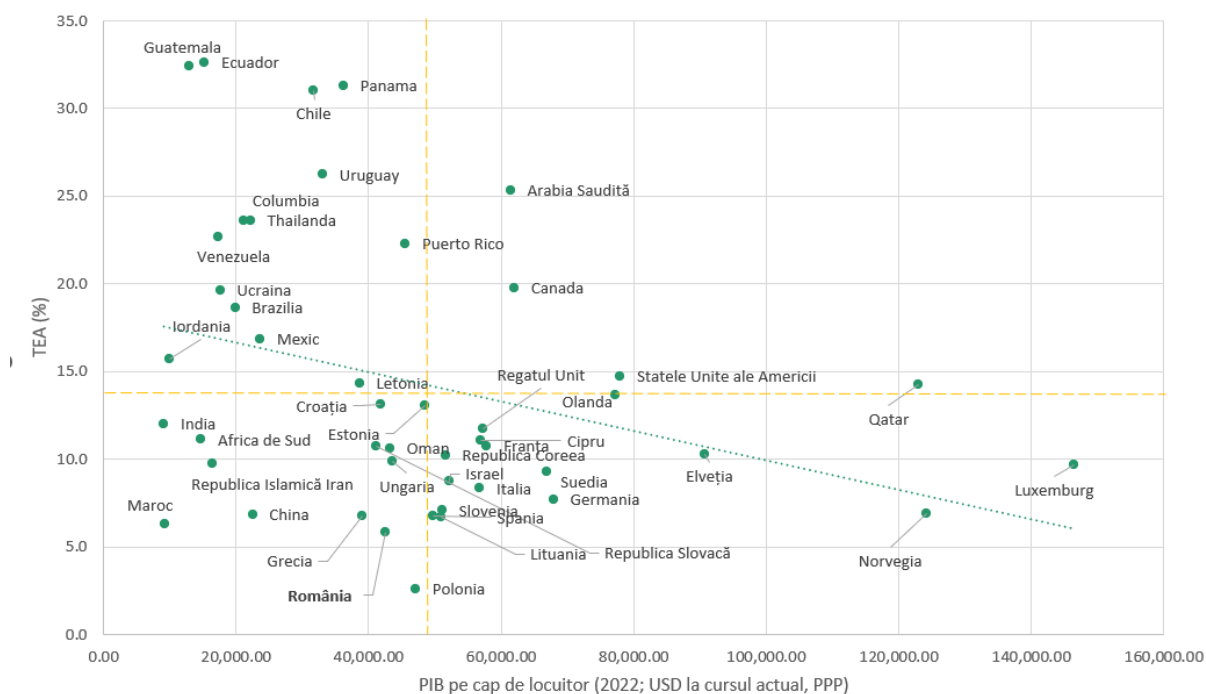
Analiza evidențiază o tendință generală conform căreia, **pe măsură ce nivelul de dezvoltare economică crește, ponderea persoanelor care intenționează să inițieze o afacere tinde să scadă.** Acest fenomen poate fi explicat prin atractivitatea locurilor de muncă din economiile avansate, care diminuează nevoia de autoocupare, precum și prin gradul ridicat de maturitate a piețelor, unde oportunitățile neexploatate sunt mai limitate, iar barierele de intrare mai ridicate.

Totuși, nivelul scăzut al intenției antreprenoriale din România nu poate fi explicat exclusiv prin această relație inversă dintre PIB-ul pe cap de locuitor și rata antreprenorilor potențiali. Deși România se situează ușor sub media PIB-ului pe cap de locuitor a țărilor participante la studiul GEM, rata intenției antreprenoriale este surprinzător de redusă. Mai mult, **majoritatea țărilor din Europa Centrală și de Est, inclusiv România, se plasează sub media GEM atât în ceea ce privește PIB-ul pe cap de locuitor, cât și rata activității antreprenoriale potențiale.**

În reprezentarea grafică, mediile globale ale GEM și PIB-ului pe cap de locuitor sunt indicate prin liniile întrerupte portocalii, evidențiind astfel poziționarea acestor economii sub pragul mediu internațional. Această situație evidențiază posibilitatea unui model regional specific, influențat de factori structurali (acces limitat la finanțare și infrastructură antreprenorială), instituționali (birocrăție excesivă, politici publice insuficient orientate spre sprijinirea startup-urilor) și culturali (aversiune ridicată față de risc, teama de eșec). Interacțiunea acestor elemente pot contribui la o percepție negativă asupra viabilității și atractivității antreprenoriatului, descurajând potențialii antreprenori să demareze inițiative noi.

Relația complexă dintre nivelul de dezvoltare economică al unei țări și activitatea antreprenorială în stadiu incipient (TEA) este ilustrată în Figura 9, care evidențiază corelația dintre rata TEA și produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor.

Figura 9. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient și PIB-ul pe cap de locuitor, 2023



Notă: PIB-ul pe cap de locuitor este exprimat în dolari SUA (USD), ajustat la paritatea puterii de cumpărare (PPS). Liniile întrerupte portocalii indică media globală a PIB-ului pe cap de locuitor și media ratei TEA.

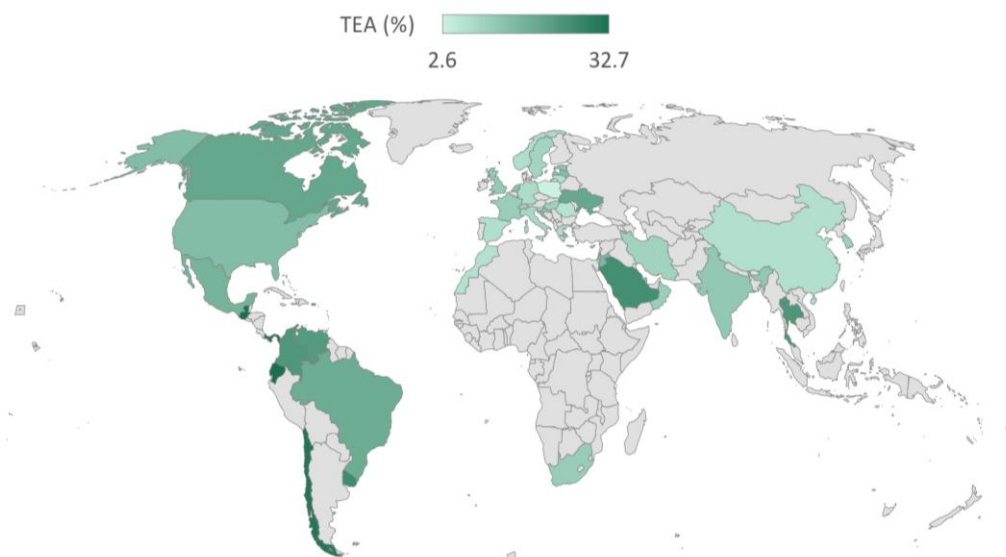
Sursa: GEM (2024), Banca Mondială (2024)

Relația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) și PIB-ul pe cap de locuitor urmează o tendință descendentă, similară celei observate în cazul activității antreprenoriale

potențiale. Această tendință indică faptul că, pe măsură ce nivelul de dezvoltare economică crește, implicarea în inițiative antreprenoriale în stadiu incipient tinde să scadă. Totuși, există excepții notabile de la acest model. De exemplu, unele economii cu venituri scăzute, precum Marocul și Iran, înregistrează niveluri scăzute ale TEA, contrar tendinței generale. Pe de altă parte, economii cu venituri ridicate, precum Statele Unite ale Americii, Arabia Saudită și Canada, raportează rate relativ ridicate ale antreprenoriatului în stadiu incipient. Aceste situații atipice subliniază faptul că factori suplimentari, precum un climat de afaceri favorabil, accesul extins la finanțare și o cultură antreprenorială solidă, pot stimula inițiativele antreprenoriale chiar și în economii dezvoltate.

Figura 10 prezintă valorile activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) la nivel global. Cele mai ridicate rate ale TEA au fost înregistrate în America Latină, unde Ecuador (32,7%), Guatemala (32,4%), Panama (31,3%), Chile (31,1%) și Uruguay (26,2%) se remarcă printr-un nivel ridicat al activităților antreprenoriale. În contrast, **România ocupă penultimul loc în clasamentul țărilor analizate, cu o rată TEA de doar 5,9%**, situându-se înaintea Poloniei, care înregistrează cel mai scăzut nivel (2,6%). Această poziționare reflectă un nivel scăzut de activitate antreprenorială în România comparativ cu alte economii incluse în studiul GEM.

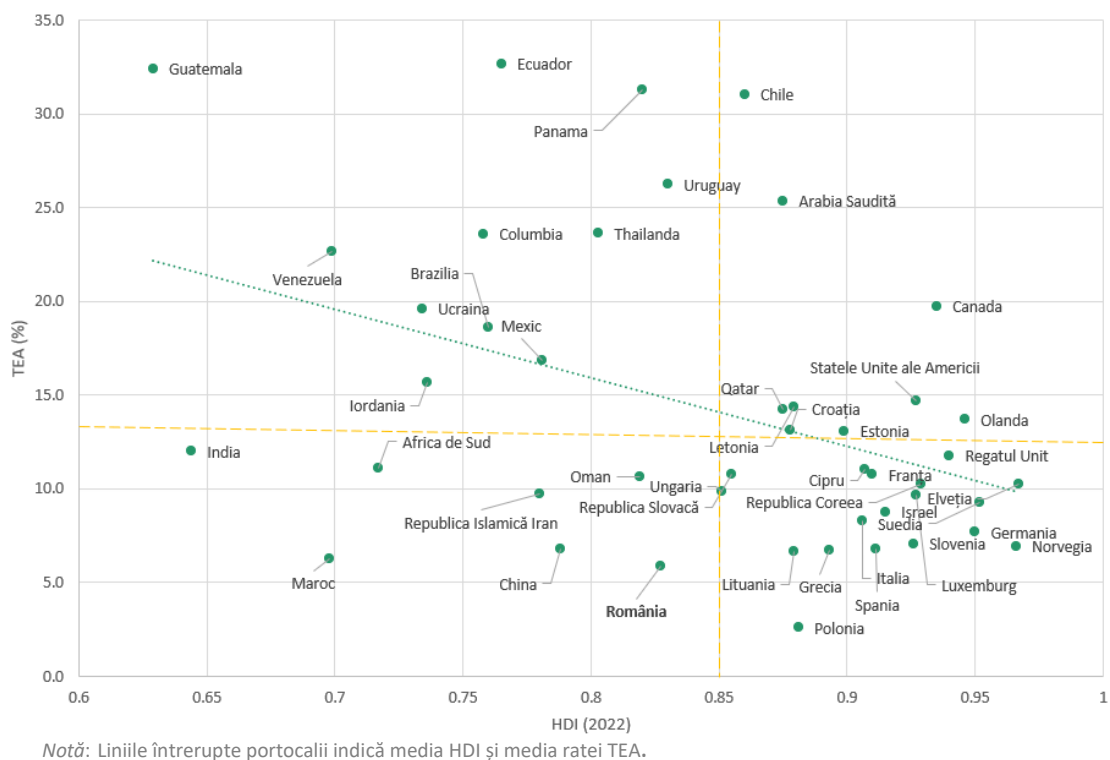
Figura 10. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările participante la GEM, 2023



Sursa: GEM APS (2023)

Figura 11 ilustrează relația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) și indicele dezvoltării umane (HDI), calculat de Organizația Națiunilor Unite pentru anul 2023. Analiza evidențiază o corelație mai strânsă între TEA și HDI decât cea observată între TEA și produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor. Aceasta sugerează că, în multe economii, nivelul general de dezvoltare umană, care include dimensiuni precum educația, speranța de viață și nivelul de trai, exercită o influență mai semnificativă asupra activității antreprenoriale în stadiu incipient decât produsul intern brut pe cap de locuitor.

Figura 11. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient și indicele dezvoltării umane (HDI), 2023

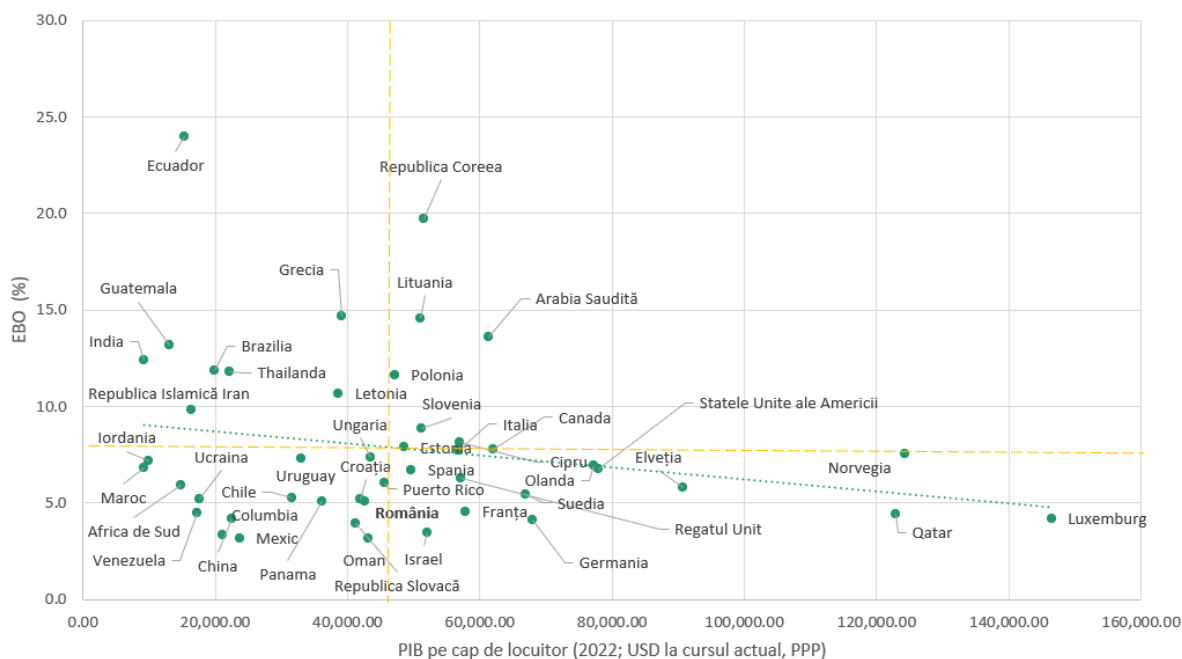


Sursa: GEM APS (2023), UNDP (2024)

Figura 12 evidențiază **relația dintre ponderea proprietarilor-manageri ai firmelor consacrate (EBO) și PIB-ul pe cap de locuitor**. Spre deosebire de rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA), **rata antreprenorilor consacrați prezintă variații mai mici între economii, ceea ce sugerează o mai mare stabilitate a antreprenoriatului consacrat**, relativ independentă de nivelul de dezvoltare al fiecărei țări.

Cele mai mari ponderi ale antreprenorilor consacrați se înregistrează în Ecuador (24%), Republica Coreea (19,7%), Grecia (14,7%), Lituania (14,6%) și Arabia Saudită (13,6%), indicând un climat favorabil pentru consolidarea și dezvoltarea afacerilor pe termen lung. În contrast, Columbia (3,4%), Oman (3,2%) și Mexic (3,2%) înregistrează cele mai scăzute valori EBO, sugerând o sustenabilitate mai redusă a afacerilor în aceste țări. **România ocupă locul 34 din 46**, ceea ce reflectă o pondere scăzută a antreprenorilor consacrați în comparație cu alte economii incluse în analiză.

Figura 12. Ponderea proprietarilor-manageri ai firmelor consacrate în funcție de PIB-ul pe cap de locuitor, 2023



Notă: PIB-ul pe cap de locuitor este exprimat în dolari SUA (USD), ajustat la paritatea puterii de cumpărare (PPS). Liniile întrerupte portocalii indică media globală a PIB-ului pe cap de locuitor și media ratei EBO.

Sursa: GEM APS (2023), Banca Mondială (2024)

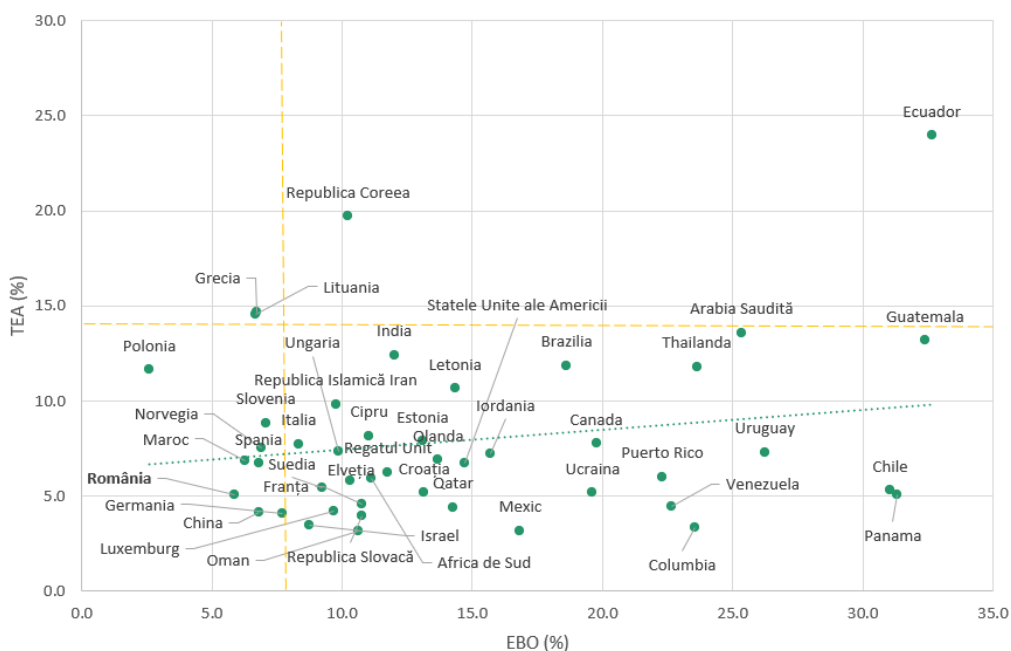
Figura 13 compară rata antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și ale proprietarilor-manageri de firme consacrate (EBO) pentru anul 2023, evidențiind diferențele semnificative dintre aceste două etape ale activității antreprenoriale.

Un raport TEA/EBO ridicat poate indica dificultăți în tranziția de la faza de start-up la cea de consolidare a afacerilor, sugerând provocări structurale în ecosistemul antreprenorial, cum ar fi accesul limitat la finanțare, birocrăția excesivă sau un cadru legislativ imprevizibil. În schimb, un raport TEA/EBO echilibrat reflectă un mediu mai favorabil dezvoltării sustenabile a firmelor pe termen lung.

În majoritatea țărilor analizate (36 din 46), rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) depășește ponderea antreprenorilor consacrați (EBO). Cele mai mari diferențe apar în Panama (TEA 31,3%, EBO 5,1%), Chile (TEA 31,1%, EBO 5,3%) și Columbia (TEA 23,6%, EBO 3,4%), ceea ce sugerează dificultăți în tranziția de la etapa de start-up la cea de consolidare a afacerilor.

Doar în nouă din cele 46 de țări analizate, ponderea antreprenorilor consacrați (EBO) o depășește pe cea a antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), ceea ce poate indica o mai mare maturitate și stabilitate a mediului de afaceri. În România, diferența dintre TEA (5,9%) și EBO (5,1%) este de doar 0,8 puncte procentuale, semnaland un echilibru relativ între inițierea și menținerea afacerilor. Totuși, nivelul scăzut al ambelor rate, comparativ cu alte economii, evidențiază provocările majore ale ecosistemului antreprenorial autohton în stimularea inițiativei private și în asigurarea sustenabilității afacerilor.

Figura 13. Compararea ratei proprietarilor-manageri de firme consacrate și a ratei antreprenorilor în stadiu incipient, 2023

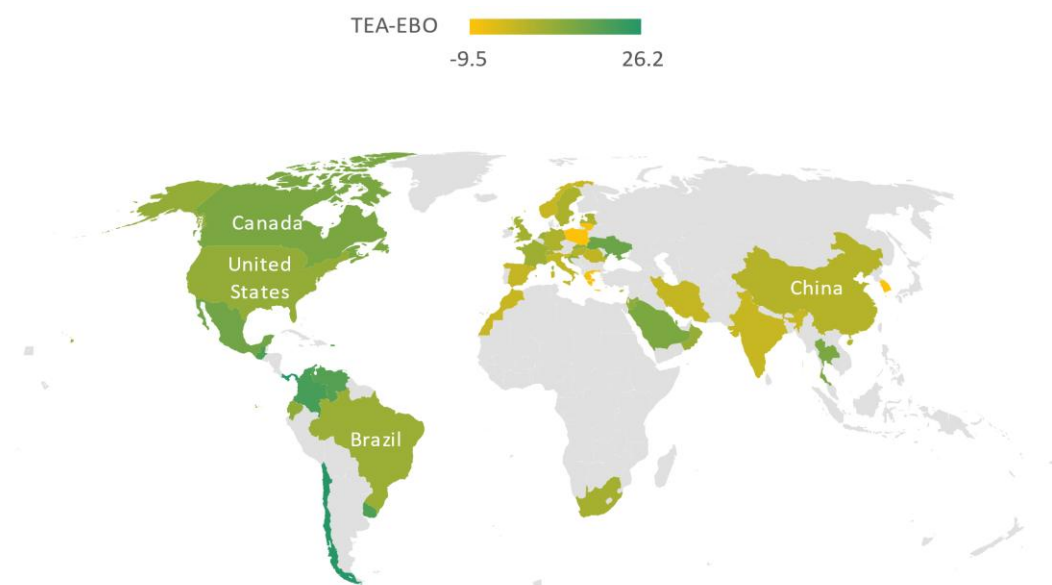


Notă: Liniile întrerupte portocalii indică media ratei TEA și media ratei EBO.

Sursa: GEM APS (2023)

Figura 14 evidențiază diferența dintre rata antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și rata proprietarilor-manageri de firme consacrate (EBO) în anul 2023. În regiunile din America Latină și de Nord, ratele TEA sunt semnificativ mai ridicate, ceea ce indică o activitate antreprenorială intensă în fazele incipiente, dar și un potențial risc crescut de eșec al afacerilor pe termen lung. În schimb, în Europa și Asia, predomină ratele EBO, ceea ce indică o mai mare stabilitate și maturitate a mediului de afaceri, ceea ce sugerează o capacitate sporită de consolidare a inițiativelor antreprenoriale.

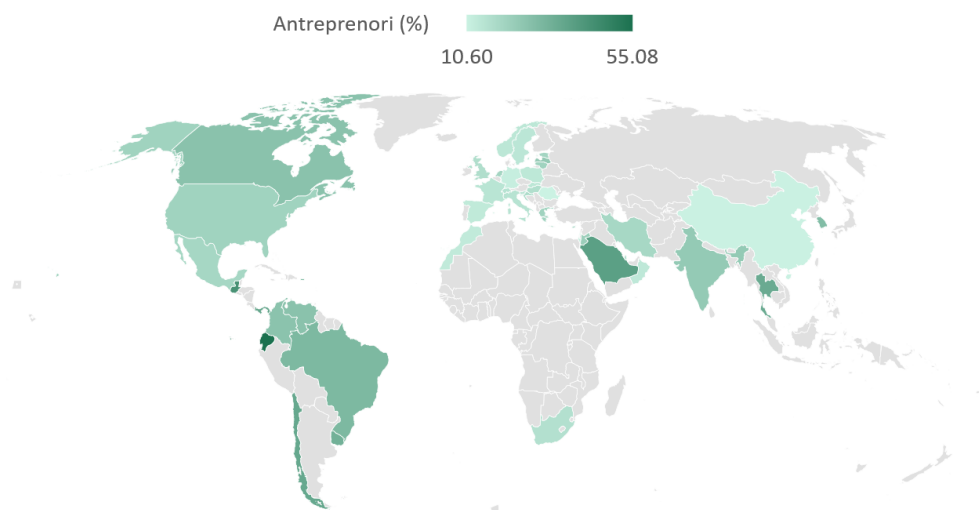
Figura 14. Diferența dintre rata antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și rata proprietarilor-managerilor de firme consacrate (EBO), 2023



Sursa: GEM APS (2023)

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA), împreună cu cea a proprietarilor-manageri de firme consacrate (EBO), formează **rata totală a activității antreprenoriale**. **Figura 15** prezintă această rată în țările participante la cercetarea Global Entrepreneurship Monitor (GEM) din anul 2023. Ecuador (55,08%), Guatemala (43,43%) și Arabia Saudită (38,81%) ocupă primele poziții, ceea ce reflectă ecosisteme antreprenoriale extrem de dinamice și un climat favorabil inițiativelor de afaceri.

Figura 15. Rata totală a activității antreprenoriale în țările participante la GEM, 2023



Sursa: GEM APS (2023)

România ocupă ultima poziție în clasamentul celor 45 de economii analizate de GEM, cu o rată totală a activității antreprenoriale de doar 10,60%. Acest nivel scăzut reflectă o implicare redusă a populației în activități antreprenoriale, influențată probabil de un climat de afaceri mai puțin favorabil, dificultăți de acces la finanțare și lipsa unor politici eficiente de sprijin pentru start-up-uri. Diferențele semnificative față de economiile cu rate ridicate de antreprenoriat subliniază disparitățile existente în dinamica antreprenorială la nivel global și regional.

4.2 Activitatea antreprenorială în Europa Centrală și de Est: tendințe și provocări

Tabelul 6 compară ratele activității antreprenoriale în România cu cele din Croația, Polonia, Slovacia și Ungaria, incluzând și media globală GEM și poziția României în clasamentul celor 45 de țări participante la cercetarea GEM din 2023.

În România, doar 8,95% dintre adulți declară că intenționează să demareze o afacere, un nivel mult sub media globală GEM de 26,73%. Această valoare este mai scăzută decât cea înregistrată în Croația (27,99%), Slovacia (15,41%) și Ungaria (10,83%), dar depășește nivelul din Polonia (3,53%). Astfel, **România se situează pe penultimul loc la nivel global,** evidențiind o intenție antreprenorială slabă la scară regională și globală.

Mai mult, doar **5,79% dintre români intenționează să inițieze o afacere fără a fi implicați activ în activități antreprenoriale,** plasând România pe antepenultimul loc între economiile GEM. În comparație, Croația (21,64%) se apropie de media globală (22,69%), demonstrând o implicare semnificativ mai mare în această etapă. Aceste rezultate arată o reticență crescută a populației din România în ceea ce privește implicarea în inițiative antreprenoriale.

Tabelul 6. Ratele activității antreprenoriale în Europa Centrală și de Est (% din populația adultă), 2023

Indicator	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media GEM 2023	Poziția României*
Proporția populației adulte care intenționează să demareze o afacere	27,99%	3,53%	15,41%	10,83%	8,95%	26,73%	44/45
Procentul adulților care intenționează să inițieze o afacere, dar nu sunt implicați în prezent în activități antreprenoriale	21,64%	2,60%	9,87%	8,16%	5,79%	22,69%	43/45
Rata antreprenorilor în formare	10,37%	1,45%	8,53%	5,51%	3,61%	9,46%	42/45
Rata proprietar-managerilor unei firme noi	3,96%	1,14%	2,61%	4,82%	2,64%	5,59%	42/45
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)	13,15%	2,59%	10,75%	9,88%	5,85%	14,29%	44/45
Rata proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)	5,19%	11,64%	3,97%	7,38%	5,09%	7,96%	33/45
Rata totală a activității antreprenoriale	18,05%	14,04%	14,33%	16,94%	10,60%	21,85%	45/45
Rata îngerilor de afaceri	6,59%	2,59%	5,39%	4,21%	0,88%	7,44%	45/45
Rata întreruperii afacerii 1 (afacerea nu a fost continuată)	2,58%	2,51%	2,11%	3,08%	1,27%	4,08%	44/45
Rata întreruperii afacerii 2 (afacerea a fost continuată)	1,53%	0,90%	0,96%	0,42%	0,14%	1,65%	45/45

Notă: *Poziția României indică rangul țării în clasamentul celor 45 de țări participante la APS din 2023.

Sursa: GEM APS (2023)

Rata antreprenorilor în formare din România (3,61%) și cea a proprietarilor-manageri de firme noi (2,64%) plasează țara pe **locul 42 din 45** în clasamentul GEM 2023. Ambele valori sunt semnificativ sub mediile globale (9,46% și 5,59%), evidențiind o activitate antreprenorială modestă în fazele incipiente ale ciclului de viață al afacerilor. În cazul ratei antreprenorilor în formare, România depășește doar Polonia (1,45%), dar rămâne mult în urma Croației (10,37%), Slovaciei (8,53%) și Ungariei (5,51%).

În ceea ce privește **rata proprietarilor-manageri de firme noi**, România înregistrează valoare comparabilă cu Slovacia (2,61%), superioară celei din Polonia (1,14%), însă inferioară nivelului observat în Ungaria (4,82%) și Croația (3,96%). Aceste date evidențiază dificultăți persistente în transformarea intențiilor antreprenoriale în afaceri funcționale și sustenabile.

Cele două rate, rata antreprenorilor în formare și rata proprietarilor-manageri de firme noi, formează împreună **rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)**. **România ocupă penultimul loc la nivel mondial**, cu o valoare de **5,85%**. Deși această rată depășește ușor nivelul înregistrat în Polonia (2,59%), rămâne semnificativ mai scăzută decât în Croația (13,15%), Slovacia (10,75%) și Ungaria (9,88%). Per ansamblu, țările din Europa Centrală și de Est înregistrează rate TEA inferioare mediei globale GEM de 14,29%, ceea ce subliniază provocările comune la nivel regional în sprijinirea inițiativelor antreprenoriale aflate în stadiu incipient.

În ceea ce privește **rata proprietarilor-manageri de firme consacrate (EBO)**, România înregistrează o **valoare de 5,09%**, ocupând **locul 33 în clasamentul GEM**. Această rată este ușor peste cea din Slovacia

(3,97%) și comparabilă cu Croația (5,19%), însă rămâne sub nivelurile înregistrate în Polonia (11,64%) și Ungaria (7,38%).

Rata totală a activității antreprenoriale, rezultată din cumularea TEA și EBO, este de doar **10,60%**, cea mai scăzută dintre cele 45 de economii analizate. Această poziționare subliniază un decalaj semnificativ al României în raport cu restul Europei Centrale și de Est și față de media globală GEM de 21,85%. Rezultatele subliniază necesitatea unor politici publice coerente și proactive pentru dinamizarea și consolidarea ecosistemului antreprenorial din România.

România ocupă ultima poziție între țările analizate în cadrul GEM și în privința **ratei îngerilor de afaceri**. Doar 0,88% din populația adultă activă a declarat că a oferit sprijin financiar pentru inițiative antreprenoriale ale altor persoane. Acest nivel extrem de scăzut reflectă lipsa unui ecosistem robust de finanțare informală, un factor esențial pentru susținerea startup-urilor și a antreprenoriatului în stadiu incipient.

Deși indicatorii privind antreprenoriatul din România sunt, în general, mai puțin favorabili comparativ cu alte economii GEM, un aspect pozitiv este reprezentat de **rata redusă a întreruperii afacerilor**. Doar **1,27%** din populația adultă activă a raportat închiderea unei afaceri care nu a fost continuată, aceasta fiind una dintre cele mai scăzute valori la nivel global. Acest rezultat sugerează o stabilitate relativă a întreprinderilor existente și o incidență mai scăzută a falimentelor sau abandonului de afaceri în rândul antreprenorilor români.

Tabelul 7 prezintă evoluția **ratelor activității antreprenoriale din România în perioada 2021–2023**, subliniind o tendință descendentă clară care semnaleză o **slăbire a ecosistemului antreprenorial**. **Ponderea populației adulte care intenționează să demareze o afacere a scăzut de la 14,93% în 2021 la 8,95% în 2023**, marcând o reducere semnificativă a interesului pentru inițiative antreprenoriale. În același timp, procentul celor care au planuri antreprenoriale, dar nu sunt încă implicate activ în activități antreprenoriale, a scăzut de la 9,72% la 5,79%. Scăderi semnificative se observă și la nivelul ratei antreprenorilor în formare de la 4,54% în 2021 la 3,61% în 2023, și la rata proprietarilor-manageri de firme noi, care a ajuns la 2,64% față de 5,27% în 2021. **Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) a înregistrat o scădere considerabilă, de la 9,68% în 2021 la 5,85% în 2023, plasând România pe penultimul loc în clasamentul GEM**. Aceste tendințe descendente reflectă provocări majore de natură structurală și contextuală, precum incertitudinile economice, dificultatea accesului la finanțare și lipsa unui mediu de afaceri favorabil pentru dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale.

Tabelul 7. Ratele activității antreprenoriale în România (% din populația adultă), 2021-2023

Indicator	2021	2022	2023	Poziția României 2021 (47 de țări)	Poziția României 2022 (49 de țări)	Poziția României 2023 (45 de țări)
Proporția populației adulte care intenționează să demareze o afacere	14,93%	13,45%	8,95%	35	37	44
Procentul adulților care intenționează să inițieze o afacere, dar nu sunt implicați în prezent în activități antreprenoriale	9,72%	6,38%	5,79%	36	44	43
Rata antreprenorilor în formare	4,54%	4,06%	3,61%	35	40	42
Rata proprietar-managerilor unei firme noi	5,27%	4,65%	2,64%	21	20	42
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)	9,68%	8,25%	5,85%	28	34	44

Indicator	2021	2022	2023	Poziția României 2021 (47 de țări)	Poziția României 2022 (49 de țări)	Poziția României 2023 (45 de țări)
Rata proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)	4,10%	8,61%	5,09%	35	14	33
Rata totală a activității antreprenoriale	13,66%	16,41%	10,60%	33	25	45
Rata îngerilor de afaceri	2,61%	2,04%	0,88%	44	47	45
Rata întreruperii afacerii 1 (afacerea nu a fost continuată)	1,83%	1,05%	1,27%	39	48	44
Rata întreruperii afacerii 2 (afacerea a fost continuată)	0,77%	0,59%	0,14%	37	44	45

Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România, 2021-2023

În 2023, **rata proprietarilor-manageri de firme consacrate (EBO)** a înregistrat o **ușoară creștere**, ajungând la 5,09% față de 4,10% în 2021. Totuși, aceasta rămâne semnificativ sub nivelul din 2022, când a atins 8,61%. În paralel, rata totală a activității antreprenoriale a scăzut la 10,6%, reprezentând cel mai scăzut nivel din ultimii trei ani. În plus, rata îngerilor de afaceri a înregistrat un declin accentuat, de la 2,61% în 2021 la doar 0,88% în 2023, semnalând o reducere semnificativă a sprijinului financiar informal oferit inițiativelor antreprenoriale din partea populației adulte active.

5 Motivațiile pentru pornirea sau închiderea unei afaceri

Decizia de a iniția o afacere este influențată de factori precum dorința de a produce un impact pozitiv asupra societății, obținerea independenței financiare, sprijinirea comunității, continuarea tradiției familiale, crearea de locuri de muncă sau valorificarea unor oportunități de piață. Literatura de specialitate face o distincție clară între două tipuri principale de antreprenoriat: antreprenoriat bazat pe **oportunitate** și cel bazat pe **necesitate**.

Antreprenorii orientați spre oportunitate urmăresc să valorifice potențialul pieței pentru a obține independență economică și autonomie financiară. În schimb cei motivați de necesitate pornesc o afacere în lipsa alternativelor viabile pe piața muncii. Cele două tipuri de antreprenoriat manifestă comportamente distincte în funcție de ciclurile economice: antreprenoriatul din necesitate tinde să crească în perioadele de recesiune, în timp ce antreprenoriatul bazat pe oportunitate se dezvoltă mai ales în fazele de expansiune economică. Studiile arată că afacerile bazate pe oportunitate au un potențial mai mare de creștere și contribuie semnificativ la crearea de locuri de muncă (Fairlie și Fossen, 2020; Schoar, 2010).

Conform datelor GEM pentru **perioada 2023–2024**, **lipsa locurilor de muncă** adecvate a fost principalul motiv invocat pentru lansarea unei afaceri, ceea ce evidențiază **prevalența antreprenoriatului din necesitate** la nivel global (GEM, 2023, pg. 86).

Pe de altă parte, închiderea afacerilor este determinată în principal de scăderea vânzărilor și a rentabilității și este agravată de factori precum povara fiscală ridicată, birocrăția excesivă, deficitul de forță de muncă specializată, majorarea costurilor operaționale și dificultățile de acces la finanțare. În acest context, un număr semnificativ de antreprenori optează pentru suspendarea activității sau pentru lichidarea definitivă a afacerii.

5.1 Motivațiile antreprenorilor pentru înființarea unei afaceri

Decizia de a lansa o afacere este influențată în principal de două tipuri de motivații, frecvent menționate în literatura de specialitate: exploatarea unei oportunități avantajoase pe piață și necesitatea generată de lipsa alternativelor de angajare. Antreprenorii orientați spre oportunitate urmăresc dezvoltarea și inovarea, fiind motivați de dorința de independență și de maximizarea potențialului pieței. În schimb, antreprenorii din necesitate urmăresc în principal obținerea unui venit stabil pentru asigurarea traiului zilnic. Aceste două tipuri de antreprenoriat produc efecte diferite asupra mediului economic, calității locurilor de muncă și dinamicii sociale (Amorós et al., 2019).

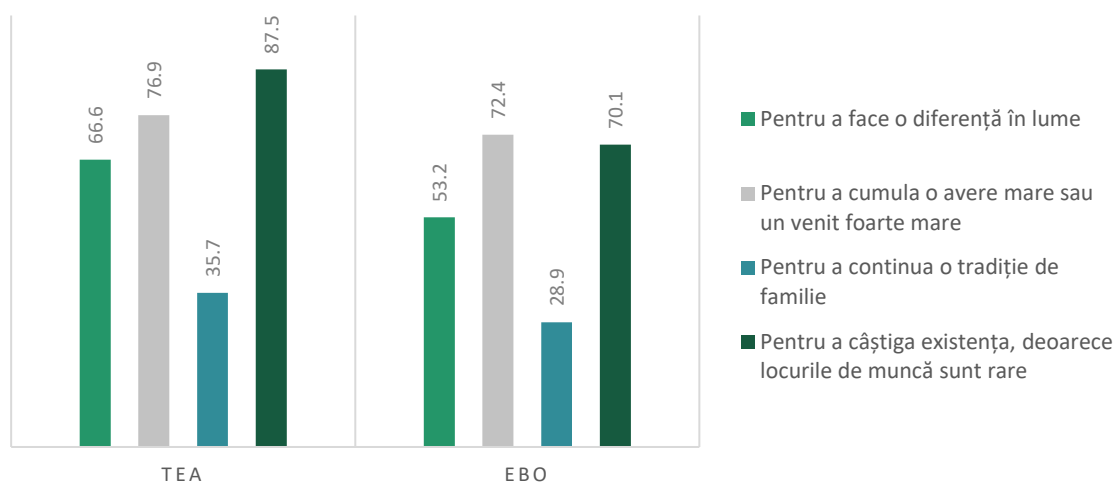
Raportul dintre **antreprenoriatul bazat pe oportunitate** și cel **determinat de necesitate** este considerat un **indicator al nivelului de dezvoltare economică și stabilitate politică** a unei țări (Content et al., 2019). Cei **motivați de oportunitate** au, de regulă, **un nivel educațional mai ridicat**, dezvoltă **rețele de colaborare complexe** și sunt mai bine **integrați în ecosistemul antreprenorial**, ceea ce le sporește șansele de succes pe termen lung și contribuie la consolidarea mediului de afaceri (Linardi și Costa, 2022).

Chestionarul Global Entrepreneurship Monitor (GEM) identifică **patru motivații esențiale** care stau la baza deciziei de a iniția o afacere. Prima este dorința să aibă **un impact pozitiv asupra societății**, urmată de aspirația de **a acumula o avere considerabilă** sau de **a obține venituri foarte mari**. O altă motivație relevantă este **continuarea unei tradiții familiale**. În cele din urmă, unii antreprenori pornesc o afacere din **necesitatea de a-și asigura existența în lipsa unor locuri de muncă adecvate**. Distribuția acestor motivații variază semnificativ în funcție de contextul economic și nivelul de dezvoltare al țării.

Figura 16 prezintă **principalele motivații** care stau la baza deciziei de a începe o afacere în România. Datele arată că un procent semnificativ dintre antreprenorii în stadiu incipient (66,6%) și dintre

proprietarii de afaceri consacrate (53,2%) sunt motivați de dorința de a produce un impact pozitiv asupra societății. Cu toate acestea, **motivațiile economice predomină**: 76,9% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 72,4% dintre cei consacrați menționează acumularea de avere sau obținerea unui venit foarte mare. Cea mai frecventă motivație rămâne însă **necesitatea de a asigura existența din cauza lipsei alternativelor de angajare**, menționată de 87,5% dintre antreprenorii în stadiu incipient și 70,1% dintre cei cu afaceri consolidate. În schimb, continuarea unei tradiții familiale are o importanță mai redusă, fiind menționată de 35,7% și respectiv 28,9% dintre respondenți. Această distribuție a motivațiilor sugerează că, în România, antreprenoriatul este impulsivat preponderent de considerente de necesitate și câștig financiar, în timp ce motivațiile legate de tradiție sau impact social, deși importante, ocupă un rol secundar.

Figura 16. Motivațiile pentru începerea unei afaceri în România, 2023



Sursa: GEM APS (2023)

Comparativ cu rezultatele sondajului din anul anterior, se remarcă modificări semnificative în motivațiile care determină inițierea unei afaceri. Dacă în trecut dorința de a genera un impact pozitiv asupra societății se afla printre principalele motivații, în prezent aceasta a trecut la locul al treilea. De asemenea, continuarea unei tradiții familiale nu doar că se află pe ultimul loc în clasamentul motivațiilor, dar a înregistrat și un declin față de perioada anterioară. Această schimbare a priorităților reflectă efectele recente succesiuni de criză, pandemia de COVID-19, instabilitatea energetică și conflictul armat dintre Rusia și Ucraina, care au determinat un număr mai mare de antreprenori să își inițieze afaceri preponderent din considerente financiare, în detrimentul celor sociale și culturale.

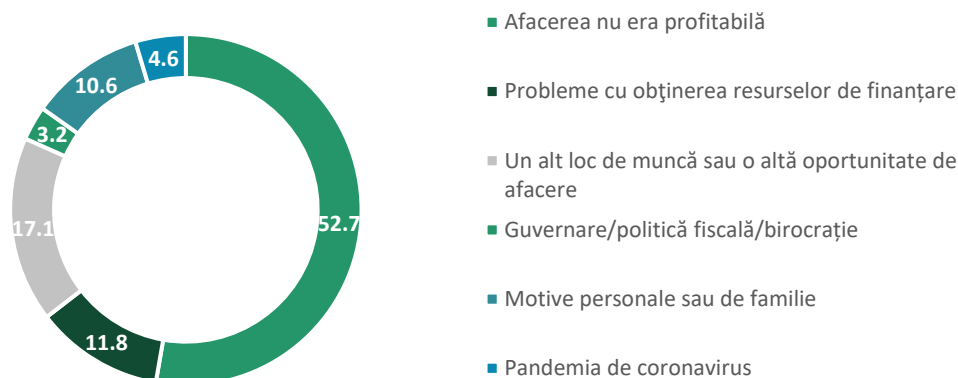
5.2 Motivele închiderii afacerilor

În fața numeroaselor provocări economice, financiare sau personale, antreprenorii pot recurge la diverse strategii pentru a părăsi o afacere. Printre cele mai frecvent întâlnite soluții se numără vânzarea companiei către un investitor, transferul conducerii către o echipă managerială sau o instituție externă, precum și succesiunea familială. Totuși, în contextul unor dificultăți majore, mulți antreprenori sunt nevoiți să recurgă la lichidarea companiei, o decizie drastică, dar adesea inevitabilă în lipsa unor alternative viabile (Sanguineti et al., 2022).

În România, un număr semnificativ de antreprenori în stadiu incipient au fost nevoiți să își închidă afacerea din motive diverse. **Principalul motiv** identificat a fost **lipsa rentabilității**, menționată de peste jumătate dintre respondenți (52,7%), ceea ce evidențiază dificultatea de a menține sustenabilitatea afacerilor nou-înființate (a se vedea **Figura 17**). În plus, **11,8%** dintre antreprenori au raportat **probleme legate de accesul la finanțare**, care le-au limitat capacitatea de a continua

activitatea. De asemenea, **17,1%** dintre respondenți au ales să renunțe la antreprenoriat pentru a accepta **un loc de muncă mai sigur sau o oportunitate de afacere mai atractivă**.

Figura 17. Motivele pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să închidă afacerea lor în anul 2023



Sursa: GEM APS (2023)

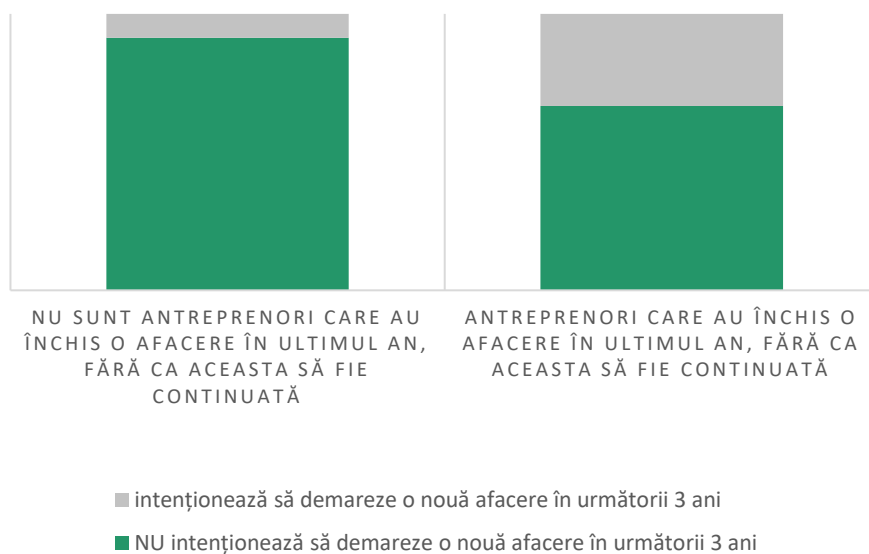
În ultimii ani, motivele închiderii afacerilor în România au înregistrat schimbări semnificative. Dacă anterior problemele legate de rentabilitate afectau aproximativ 30% dintre companii, în prezent acest procent a crescut la peste 52%, evidențiind un declin accentuat al sustenabilității afacerilor pe termen lung. În paralel, accesul dificil la finanțare rămâne un obstacol major (11,8%), iar tot mai mulți antreprenori aleg să își închidă afacerile pentru a se orienta către oportunități mai stabile sau mai profitabile. Aceste tendințe, conforme cu cele analizate în capitolele anterioare, reflectă **rolul tot mai decisiv al viabilității economice și al rentabilității în succesul antreprenorial**. Într-un context economic marcat de instabilitate și constrângeri financiare, nevoia unor strategii sustenabile de sprijin devine imperativă pentru dezvoltarea antreprenoriatului pe termen lung.

Conform Raportului Global 2023/2024, **reziliența**, definită ca abilitatea de a se redresa după situații dificile, **reprezintă un element cheie pentru stabilitatea economiilor și a societăților**. Un aspect fundamental al acestei reziliențe este capacitatea antreprenorilor de a învăța din eșecuri și de a continua, ceea ce presupune reziliență psihologică și capacitatea de a depăși frica de eșec.

Figura 18 compară două categorii de adulți: persoanele care au închis o afacere în ultimul an și intenționează să inițieze o nouă afacere în următorii trei ani (exprimat ca procent din totalul celor care și-au închis o afacere), și persoanele care nu au închis nicio afacere în ultimele 12 luni, dar planifică să demareze una în aceeași perioadă (exprimat ca procent din totalul adulților cu vârste între 18 și 64 de ani). Această analiză scoate în evidență **legătura dintre experiența antreprenorială anterioară și intenția de a reveni în mediul de afaceri**, demonstrând importanța rezilienței ca factor determinant al inițiativelor antreprenoriale.

Rezultatul este semnificativ statistic ($\chi^2(1) = 17,77$, $p = 0,001$) și evidențiază un aspect remarcabil: **o proporție considerabilă dintre cei care și-au închis recent afacerea intenționează să lanseze o nouă inițiativă în următorii trei ani**. Această tendință sugerează că experiența antreprenorială anterioară contribuie la reducerea fricii de eșec și la o percepție mai realistă a riscului asociat. În schimb, persoanele fără astfel de experiențe tind să fie mai reticente în fața posibilității unui eșec.

Figura 18. Procentul persoanelor care au închis o afacere în ultimele 12 luni și intenționează să inițieze una nouă în următorii trei ani, comparativ cu cei care nu au închis nicio afacere, dar intenționează să lanseze una (populația adultă 18–64 ani)



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS (2023)

În acest context, reziliența devine un element central pentru succesul antreprenorial, facilitând transformarea eșecurilor în oportunități de învățare și de dezvoltare.

6 Profilul antreprenorului din România

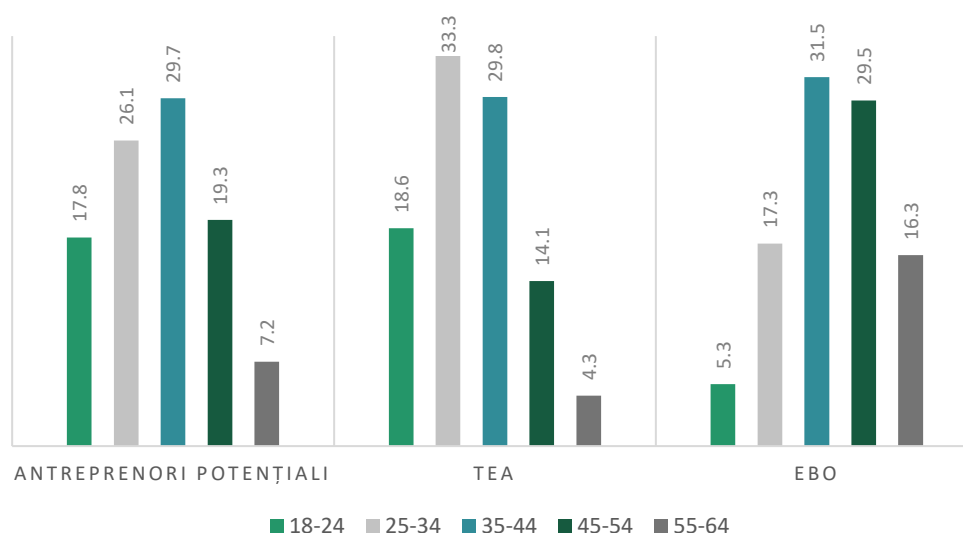
Accesul la antreprenoriat rămâne inegal distribuit în rândul populației. Deși, în teorie, orice individ are posibilitatea de a lansa o afacere, realitățile socio-economice creează discrepanțe semnificative. Factori, precum **structura oportunităților, capitalul social acumulat, nivelul de educație și existența rețelelor de sprijin favorizează anumite grupuri, în timp ce altele se confruntă cu bariere sistемice.** Lipsa unor modele antreprenoriale vizibile din medii socio-economice diverse poate inhiba inițiativa, mai ales în rândul persoanelor care nu se încadrează în profilul dominant al antreprenorului.

Fairlie și Fossen (2020) evidențiază faptul că **accesul la antreprenoriat este influențat în mare măsură de condițiile contextuale și de caracteristicile individuale**, precum vârsta, genul, nivelul de pregătire profesională și venitul gospodăriei. De asemenea, activitatea antreprenorială reflectă dezechilibrele structurale existente în societate, iar politicile publice pot avea un rol esențial în atenuarea acestor disparități (Ács et al., 2016).

Acest capitol analizează **principalele caracteristici ale antreprenorilor din România în anul 2023**, având în vedere trei categorii distincte: antreprenorii potențiali (persoanele care intenționează să inițieze o afacere în următorii trei ani), antreprenorii în stadiu incipient (TEA) și antreprenorii consacrați (EBO).

Analiza distribuției pe grupe de vârstă evidențiază **diferențe semnificative între etapele ciclului antreprenorial** (a se vedea **Figura 19**). Deși categoria de vârstă **35–44 de ani** continuă să dețină un **rol central** în toate cele trei etape, de la intenția de inițiere până la consolidarea afacerii, datele din **2023** indică o **reconfigurare semnificativă a profilului generațional** al antreprenorilor. Astfel, **tinerii cu vârste între 25 și 34 de ani** reprezintă **cel mai numeros segment** al antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), cu o **pondere de 33,3%**, depășind categoria **35–44 de ani**, care înregistrează **29,8%**. Această dinamică poate semnala o creștere a implicării antreprenoriale în rândul tinerilor adulți, stimulată de accesul sporit la resurse digitale, de o orientare mai accentuată spre inovare și de proliferarea programelor de sprijin pentru start-up-uri.

Figura 19. Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă (%), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Această evoluție evidențiază o **dinamică ascendentă** în rândul **tinerilor adulți**, care demonstrează o **predispoziție crescută** de a transforma **intențiile antreprenoriale în acțiuni concrete**. **Disponibilitatea de a-și asuma riscuri, competențele digitale avansate și capacitatea de a adopta rapid modele de**

afaceri inovatoare sunt factori care le conferă un **avantaj competitiv semnificativ** (Bernat et al., 2017; OECD, 2020). În plus, această generație beneficiază de infrastructuri de sprijin emergente, precum incubatoarele universitare și programele dedicate start-up-urilor digitale, care contribuie la consolidarea implicării lor antreprenoriale.

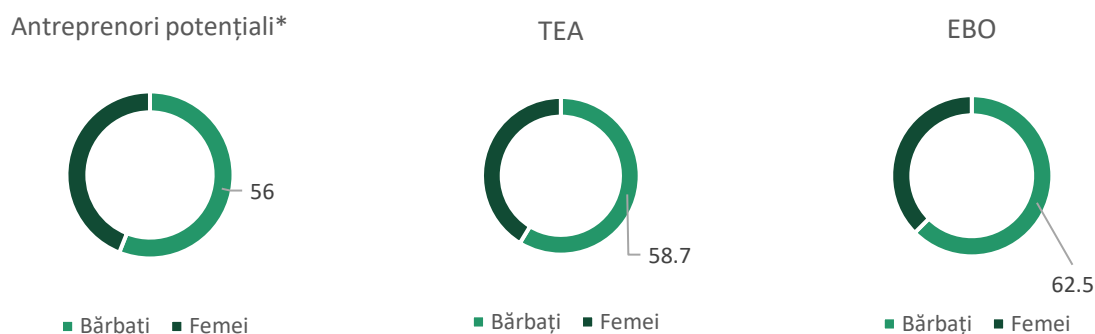
În rândul **antreprenorilor potențiali**, grupa de vârstă **35–44 de ani** se evidențiază ca fiind **cea mai reprezentativă**, combinând **experiența profesională solidă** cu o **dorință puternică de autonomie economică**. Totuși, acești indivizi nu au făcut încă pasul decisiv spre lansarea propriei afaceri. În același timp, tinerii cu vârste între **25 și 34 de ani** dețin un **procent semnificativ** în această categorie, ceea ce evidențiază un **bazin valoros de viitori antreprenori** care ar putea dinamiza ecosistemul antreprenorial românesc în anii următori.

La nivelul **antreprenorilor consacrați**, cea mai mare pondere aparține grupei de vârstă **35–44 de ani**, urmată de categoria **45–54 de ani**. Această distribuție confirmă faptul că **afacerile consacrate** sunt cel mai adesea gestionate de persoane aflate într-o **fază stabilă a carierei**, care dispun de **resurse financiare solide, experiență managerială consolidată și rețele sociale și profesionale extinse**, elemente esențiale pentru susținerea și dezvoltarea pe termen lung a unei afaceri (Amorós et al., 2019). Pe de altă parte, studiile recente evidențiază că **implicarea seniorilor în antreprenoriat** este caracterizată de o **tensiune între potențial și realitate**. **Vârsta înaintată** poate oferi **avantaje semnificative**, precum un nivel ridicat de **capital uman și capital social**, aceasta poate fi asociată cu o **scădere a motivației și a încrederii în succes** (Kautonen, 2008). Totuși, în anumite contexte economice și sociale, **nevoia de venituri suplimentare** sau dorința de a rămâne **activ profesional** poate stimula **inițiativa antreprenorială** chiar și în rândul persoanelor de peste **55 de ani** (Linardi și Costa, 2022).

Privind în ansamblu, datele din **2023** reflectă o **dinamică antreprenorială mai complexă și mai diversificată** în România, comparativ cu perioadele anterioare. Deși grupa de vârstă **35–44 de ani** își menține **rolul central** în ecosistemul antreprenorial, se observă o **implicare tot mai mare a tinerilor** cu vârste între **25 și 34 de ani** în **fazele incipiente** ale dezvoltării afacerilor. Această tendință poate fi interpretată ca un **semn pozitiv al reînnoirii generaționale** și al potențialului sporit pentru **digitalizare și inovare** în mediul antreprenorial românesc.

Diferențele de gen în participarea antreprenorială rămân vizibile în România, însă datele din 2023 (a se vedea **Figura 20**) sugerează o **schimbare pozitivă** în rândul antreprenorilor potențiali.

Figura 20. Distribuția antreprenorilor din România pe gen (%), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Deși **bărbații** continuă să domine **toate cele trei categorii analizate**, antreprenori potențiali, antreprenori în stadiu incipient (TEA) și antreprenori consacrați (EBO), **ponderea femeilor care intenționează să inițieze o afacere a crescut considerabil**. În 2022, femeile reprezentau doar **31,6% dintre antreprenorii potențiali**, însă în 2023 acest procent a urcat la **44%**, indicând o **reducere**

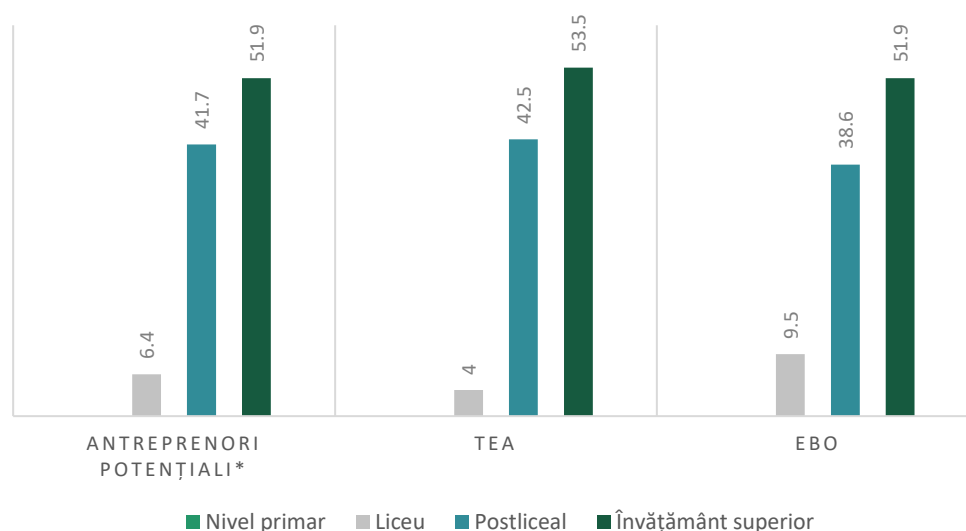
semnificativă a decalajului de gen în sfera intenției antreprenoriale. Această evoluție sugerează un potențial de **echilibrare a participării de gen** în viitorul ecosistem antreprenorial românesc.

Această evoluție evidențiază nu doar o **creștere a interesului femeilor** pentru inițiative antreprenoriale, ci și o **îmbunătățire a percepției sociale** privind **capacitatea acestora de a conduce afaceri** și de a genera impact în mediul antreprenorial. Cu toate acestea, **bărbații continuă să dețină o pondere majoritară** în rândul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA). Chiar și în acest segment se remarcă o **reducere treptată a decalajului de gen**: dacă în 2022 bărbații reprezentau **60,6% din TEA**, în 2023 proporția lor a scăzut la **58,6%**. Această tendință sugerează că un număr tot mai mare de femei **nu doar își exprimă intenția de a iniția o afacere**, ci și **întreprind pași concreți pentru lansarea acesteia**, consolidându-și progresiv **rolul în ecosistemul antreprenorial** românesc. Această schimbare poate fi considerată un semnal pozitiv pentru echilibrarea participării de gen și diversificarea mediului de afaceri pe termen lung.

Situația în **antreprenoriatul consacrat (EBO)** continuă să fie caracterizată de un **caracter conservator**, ceea ce evidențiază **provocările persistente în atingerea unui echilibru de gen**. În **2022**, femeile reprezentau aproximativ **41%** din această categorie, însă în **2023** ponderea lor a scăzut ușor, accentuând astfel **decalajul în favoarea bărbaților**. Această evoluție poate fi interpretată ca rezultatul unor **bariere sistemice și culturale** care afectează **sustenabilitatea pe termen lung** a afacerilor conduse de femei. Printre aceste obstacole se regăsesc **accesul inegal la capital, responsabilitățile familiale disproporționate și integrarea limitată în rețele profesionale influente** (Cabrera și Mauricio, 2017; Verheul et al., 2006).

Nivelul de educație joacă un rol esențial în orientarea către activități antreprenoriale, influențând atât **capacitatea de a identifica și valorifica oportunități de afaceri**, cât și **încrederea în gestionarea riscurilor și utilizarea eficientă a resurselor**. Datele din 2023 (a se vedea **Figura 21**) confirmă această relație, evidențiind că **persoanele cu studii superioare predomină în toate cele trei etape ale ciclului antreprenorial**: antreprenori potențiali, antreprenori în stadiu incipient (TEA) și antreprenori consacrați (EBO). Această tendință evidențiază rolul educației formale în dezvoltarea competențelor și a rețelilor sociale valoroase, care sporesc șansele de succes și consolidează reziliența afacerilor într-un mediu economic tot mai competitiv.

Figura 21. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație (%), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

În rândul **antreprenorilor potențiali**, datele din 2023 evidențiază o ușoară **scădere a ponderii celor cu studii universitare**, de la 56,4% în 2022 la 51,9%. Totuși, **această categorie continuă să fie dominantă**, confirmând rolul esențial al educației superioare în conturarea intenției de a lansa o afacere.

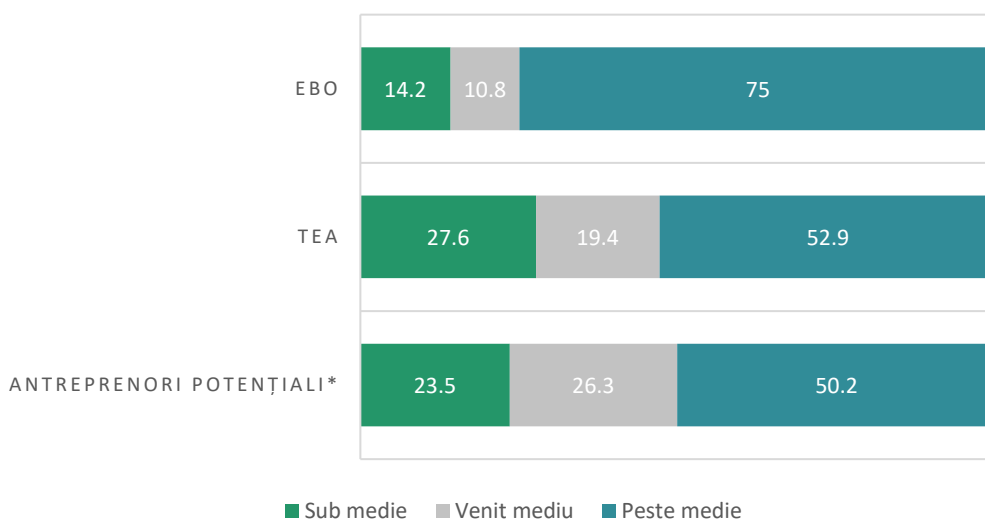
În cazul **antreprenorilor în stadiu incipient (TEA)**, structura educațională s-a modificat semnificativ. Dacă în 2022 proporția antreprenorilor cu studii superioare și postliceale era egală (47,2%), în 2023 se observă o **creștere a ponderii celor cu educație universitară la 53,5%**, subliniind avantajul competitiv conferit de un nivel educațional ridicat în fazele timpurii ale dezvoltării afacerilor.

În rândul **antreprenorilor consacrați (EBO)**, datele arată că **peste jumătate (51,3%) sunt absolvenți de studii superioare**, ceea ce sugerează că **educația universitară contribuie nu doar la inițierea unei afaceri, ci și la capacitatea de a o consolida și dezvolta pe termen lung**. Cercetările din literatura de specialitate susțin această observație, evidențiind că **antreprenorii cu un nivel educațional ridicat sunt mai bine echipați pentru a gestiona provocările pieței și pentru a integra inovația în strategiile lor de afaceri** (Simoes et al., 2016). Se observă însă și faptul că, în anumite contexte, **un nivel educațional înalt poate fi corelat cu o preferință mai accentuată pentru stabilitatea locurilor de muncă tradiționale**, ceea ce poate reduce apetitul pentru asumarea riscurilor asociate antreprenoriatului (Afandi și Kermani, 2015).

Veniturile obținute de antreprenori reprezintă un indicator relevant al performanței economice și al stabilității financiare asociate diferitelor etape ale procesului antreprenorial. Conform datelor GEM 2023, respondenții și-au evaluat veniturile gospodăriei în raport cu media națională, încadrându-le în una dintre cele trei categorii: sub medie, la nivelul mediei sau peste medie. Această autoevaluare surprinde atât realitatea financiară obiectivă, cât și percepția subiectivă asupra bunăstării.

În anul 2023 (a se vedea **Figura 22**), **50,2% dintre antreprenorii potențiali** au raportat **venituri peste medie**, ceea ce reprezintă o creștere semnificativă comparativ cu 2022, când această pondere era de 43,8%. În cazul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), proporția celor cu venituri peste medie a înregistrat o ușoară creștere, de la 50,0% în 2022 la 52,9% în 2023, sugerând o consolidare moderată a stabilității financiare în această etapă.

Figura 22. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei (%), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Cea mai pronunțată evoluție se observă în rândul **antreprenorilor consacrați (EBO)**, unde ponderea celor care declară venituri peste medie a crescut semnificativ, de la 50,0% în 2022 la 75,0% în 2023. Această dinamică susține ipoteza conform căreia **durabilitatea în antreprenoriat se corelează cu un**

nivel superior al veniturilor, reflectând o capacitate sporită de a genera stabilitate și prosperitate economică pe termen lung.

Legătura dintre succesul antreprenorial și creșterea veniturilor este confirmată și de literatura de specialitate, care arată că întreprinderile ce reușesc să depășească fazele incipiente tind să obțină profituri mai mari și să ofere fondatorilor o stabilitate financiară considerabilă (Kim et al., 2006; Williams și Williams, 2014).

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

În ultimii ani, **antreprenoriatul sustenabil** a trecut de la o **nișă teoretică** la o **direcție strategică fundamentală**, atât în cercetare, cât și în practica de afaceri. Tot mai multe start-up-uri nu se mai limitează la maximizarea profitului, ci **integrează** activ **obiective de mediu, sociale și de guvernare (ESG)** în modelele lor de afaceri. Această **schimbare de paradigmă** redefineste succesul antreprenorial. **Impactul pozitiv asupra societății și protejarea resurselor naturale** devin componente indispensabile ale **competitivității și sustenabilității** pe termen lung (Dean și McMullen, 2007; Muñoz și Cohen, 2018).

Rezultatele GEM România 2023 confirmă faptul că **antreprenorii români**, în special cei în stadiu incipient (TEA), continuă să manifeste o **preocupare pentru consecințele sociale și ecologice** ale deciziilor lor. Totuși, datele din 2023 indică o scădere generală față de valorile din 2022, în special în rândul antreprenorilor consacrați (EBO). Această tendință poate fi asociată cu **dificultățile** întâmpinate în menținerea angajamentelor de într-un climat economic incert și marcat de constrângeri financiare.

În cazul antreprenorilor în stadiu incipient (**TEA**), România înregistrează o **ușoară scădere a responsabilității percepute față de aspectele sociale** (a se vedea **Tabelul 8**). Dacă în **2022, 88,81%** dintre aceștia afirmă că iau întotdeauna în considerare consecințele sociale în procesul decizional, în **2023** procentul a scăzut la **83,97%**. Totuși, România ocupă **poziția 10 din 45 de țări participante**, situându-se astfel **peste media globală și peste majoritatea țărilor din regiune**.

Tabelul 8. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2023

Indicator*	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media GEM	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.)	78,9	85,92	80,32	72,33	83,97	72,48	10/45
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.)	77,81	88,89	80,45	77,44	82,73	72,34	12/45
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acestora	65,86	24,27	62,64	43,68	74,64	58,13	10/45
S-au luat măsuri pentru a reduce impactul de mediu al afacerii în ultimul an	66,13	55,67	57,48	59,93	60,58	53,65	16/45
S-au luat măsuri pentru a maximiza impactul social al afacerii în ultimul an	58,04	52,22	38,08	40,91	55,62	45,89	10/45

Notă: *Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS (2023)

O tendință similară se observă și în ceea ce privește **responsabilitatea ecologică**. În **2023, 82,73%** dintre antreprenorii în stadiu incipient din România au declarat că impactul asupra mediului este întotdeauna luat în considerare în deciziile de afaceri, în ușoară scădere față de 84,99% în anul anterior. Deși scăderea este moderată, România a pierdut câteva poziții în clasament, ajungând pe **locul 12 din 45**. Această evoluție poate fi asociată cu **presiunile economice și incertitudinile pieței**, care determină antreprenorii să acorde prioritate obiectivelor imediate de supraviețuire în detrimentul celor de sustenabilitate.

Una dintre cele mai relevante manifestări ale angajamentului față de sustenabilitate este proporția antreprenorilor care consideră că **impactul social și de mediu al afacerii este mai important decât profitabilitatea sau creșterea**. În **2023, 74,64%** dintre antreprenorii în stadiu incipient din România s-au declarat complet sau parțial de acord cu această afirmație, în ușoară scădere față de **2022 (76,89%)**. Cu toate acestea, România se menține pe o poziție solidă în clasamentul internațional, ocupând **locul 10 din 45 de țări**, cu mult peste **media globală GEM (58,13%)**.

În plus, GEM 2023 a introdus noi întrebări referitoare la **acțiunile concrete întreprinse de antreprenori pentru sustenabilitate**. În România, **60,58%** dintre antreprenorii în stadiu incipient au declarat că, în ultimul an, **au implementat măsuri pentru reducerea impactului de mediu al afacerii**, în timp ce **55,62%** au indicat că au întreprins **acțiuni pentru a maximiza impactul social**. Deși aceste valori depășesc media globală GEM, ele evidențiază existența unui decalaj între intenție și acțiune, un fenomen confirmat și în literatura de specialitate (Muñoz și Cohen, 2018).

Antreprenorii consacrați (EBO) înregistrează o scădere semnificativă a preocupării pentru sustenabilitate. Conform datelor din **Tabelul 9**, în **2022** un procent impresionant de **90,52%** dintre EBO afirmă că iau în considerare impactul social al deciziilor de afaceri. În **2023**, acest procent a scăzut la **73,83%**, marcând o **diminuare de 16,7 puncte procentuale**. Această evoluție se reflectă și în clasamentul internațional, unde **România a coborât de pe locul 4 pe locul 21 din 45 de țări participante**.

Un trend similar se observă și în ceea ce privește **responsabilitatea față de mediu**. În **2022, 88,03%** dintre antreprenorii consacrați declarau că impactul asupra mediului reprezintă o prioritate în luarea deciziilor, însă în **2023** acest procent a scăzut la **77,14%**. România se menține astfel pe locul 21 din 45 și pentru acest indicator. Aceste scăderi, mai pronunțate decât în cazul antreprenorilor în stadiu incipient, sugerează că antreprenorii consacrați sunt mai vulnerabili la **presiunile economice și incertitudinile de piață**. În aceste condiții, prioritățile se reorientează către supraviețuirea și profitabilitatea imediată, în detrimentul angajamentelor sociale și de mediu.

Prioritizarea impactului social și ecologic față de profitabilitate înregistrează un declin semnificativ în rândul antreprenorilor consacrați. În **2022, 82,96%** dintre antreprenorii consacrați din România considerau că impactul afacerii asupra societății și mediului este mai important decât rentabilitatea. Această performanță plasa România pe **locul 1 la nivel global**. În **2023**, procentul a scăzut la **57,24%**, determinând o coborâre abruptă pe **locul 24 din 45 de țări, o coborâre de 17 locuri** într-un singur an. Această evoluție sugerează o posibilă reorientare strategică a afacerilor consacrate, în care presiunile financiare și incertitudinile economice tind să subordoneze obiectivele sociale și ecologice.

În ceea ce privește acțiunile concrete, doar **45,23%** dintre antreprenorii consacrați au raportat implementarea unor măsuri pentru **reducerea impactului de mediu**, iar numai **34,02%** au declarat că au întreprins acțiuni pentru **maximizarea impactului social** în ultimul an. Aceste valori situează România pe **locurile 39 și 32 din 45 de țări**, printre cele mai scăzute rezultate la nivel internațional.

Contrastul dintre intențiile declarate și acțiunile efective subliniază existența unui **decalaj critic în angajamentul pentru sustenabilitate**. Acest fenomen este în concordanță cu concluziile lui Schaltegger et al. (2016), care arată că transformarea sustenabilității din intenție în practică necesită **sprijin instituțional solid, politici publice de stimulare adecvate și infrastructuri eficiente pentru măsurare a impactului**.

Tabelul 9. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-manageri ai firmelor consacrate), 2023

Indicator*	Croația	Polonia	Slovacia	Ungaria	România	Media GEM	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.)	85,76	92,15	79,47	57,91	73,83	69,45	21/45
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.)	85,14	90,49	78,25	77,8	77,14	72,54	21/45
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia	72,89	40,02	61,66	31,3	57,24	56,18	24/45
S-au luat măsuri pentru a reduce impactul de mediu al afacerii în ultimul an	70,3	70,19	55,87	68,97	45,23	59,2	39/45
S-au luat măsuri pentru a maximiza impactul social al afacerii în ultimul an	64,58	77,35	31,04	32,89	34,02	47,92	32/45

Notă: *Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS, 2023

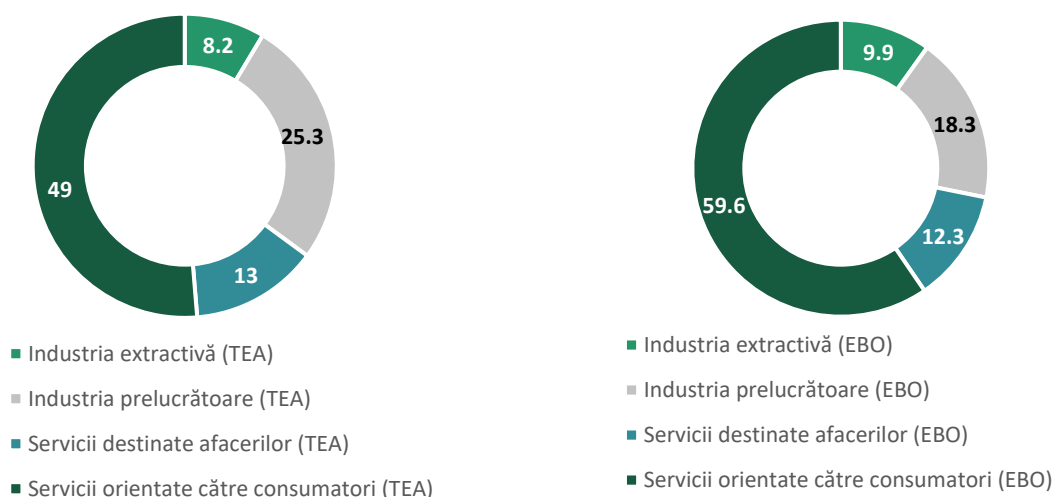
În concluzie, antreprenoriatul românesc continuă să manifeste o **deschidere relativ puternică față de principiile sustenabilității**, în special în fazele incipiente ale dezvoltării afacerilor. Totuși, datele din 2023 semnalează o **diminuare a angajamentului în rândul antreprenorilor consacrați**, atât la nivel declarativ, cât și în ceea ce privește implementarea efectivă a acțiunilor concrete. Această tendință sugerează o **vulnerabilitate structurală** în integrarea sustenabilității în modelele de afaceri mature, cel mai probabil determinată de **presiunile economice, volatilitatea pieței și lipsa unor mecanisme de sprijin adecvate**. Pentru a inversa această dinamică și a stimula un ecosistem antreprenorial orientat către sustenabilitate pe termen lung, se impune **consolidarea cadrului legislativ, instituțional și financiar**, astfel încât obiectivele sociale și de mediu să fie integrate în mod real și sustenabil în strategiile de afaceri din România.

8 Cum pot fi caracterizate întreprinderile din România?

Profilul întreprinderilor din România în 2023 evidențiază atât particularitățile structurale ale economiei naționale, cât și gradul de adaptabilitate la cerințele unei piețe globale tot mai competitive. Analiza distribuției afacerilor pe sectoare de activitate, orientarea internațională, capacitatea de inovare și nivelul de digitalizare conturează un ecosistem antreprenorial dinamic, dar în același timp marcat de contraste semnificative.

Conform datelor **GEM 2023**, **sectorul serviciilor își păstrează predominanța** în economia din România, atât în rândul întreprinderilor în stadiu incipient (**TEA**), cât și al celor consacrate (**EBO**) (a se vedea **Figura 23**). Majoritatea afacerilor sunt concentrate în domenii, precum comerțul cu amănuntul, ospitalitatea și serviciile personale. Deși această structură este tipică pentru economiile aflate în tranziție, ea ridică preocupări privind **valoarea adăugată scăzută și capacitatea limitată de scalare a afacerilor situația este și mai îngrijorătoare în cazul firmelor consacrat predominante**. În absența unei reorientări strategice către **sectoare bazate pe cunoaștere și tehnologie**, există riscul ca **competitivitatea pe termen lung a economiei antreprenoriale românești să fie serios afectată**.

Figura 23. Distribuția întreprinderilor din România pe sectoare de activitate (%), 2023



Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Așteptările privind crearea de locuri de muncă oferă o perspectivă esențială asupra potențialului de expansiune al afacerilor din România. În **2023**, doar **21,34%** dintre antreprenorii în stadiu incipient au anticipat că **vor angaja cel puțin 10 persoane și că își vor crește echipa cu peste 50%** în următorii cinci ani (a se vedea **Tablelul 10**). Această valoare, relativ constantă față de 2022, reflectă un apetit moderat pentru dezvoltare în rândul start-up-urilor. Situația este și mai alarmantă în rândul firmelor consacrate (**EBO**), unde doar **2,6%** anticipează o astfel de extindere a forței de muncă. Această proporție extrem de redusă indică o posibilă plafonare a activității în segmentul companiilor mature, cu implicații negative asupra dinamicii economice și a capacității de creare a locurilor de muncă pe termen lung.

Gradul de internaționalizare al întreprinderilor românești rămâne la un nivel scăzut, evidențiind o orientare predominantă către piața internă. În **2023**, doar **7,3%** dintre antreprenorii în stadiu incipient (**TEA**) și **5,5%** dintre antreprenorii consacrați (**EBO**) au declarat că peste 25% din veniturile lor provin din exporturi. Aceste valori, aproape neschimbate față de 2022, confirmă faptul că **majoritatea afacerilor românești continuă să funcționeze preponderent pe piața internă**, fără a valorifica pe deplin oportunitățile și avantajele competitive ale extinderii pe piețele externe. Această tendință este influențată de mai mulți factori, precum **barierele structurale** (infrastructură logistică deficitară,

reglementări complexe, costuri suplimentare), **accesul limitat la rețele internaționale și parteneriate comerciale**, precum și **strategia de dezvoltare conservatoare**, orientată către piețele locale. În absența unor politici publice eficiente pentru sprijinirea internaționalizării, această limitare ar putea afecta **scalabilitatea și reziliența** mediului antreprenorial românesc într-un context economic global din ce în ce mai competitiv.

Tabelul 10. Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2023

Indicator	Antreprenori în stadiu incipient*	Antreprenori consacrați **
Așteptări privind creșterea numărului de locuri de muncă creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	21,3%	2,6%
Grad de internaționalizare peste 25% din venituri provenite din exporturi	7,3%	5,3%

Notă: * Procent din antreprenorii în stadiu incipient. **Procent din proprietarii de firme consacrate.

Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Integrarea tehnologiei în afacerile românești rămâne limitată, cu un decalaj semnificativ între intenții și implementare. Datele GEM 2023 arată diferențe notabile între antreprenorii în stadiu incipient (TEA) și cei consacrați (EBO), atât în ceea ce privește nivelul tehnologic utilizat, cât și în aplicarea concretă a digitalizării în procesele de business.

Figura 24 evidențiază faptul că majoritatea întreprinderilor din România operează încă la un nivel tehnologic scăzut. În rândul **antreprenorilor în stadiu incipient**, **96,6%** folosesc tehnologii de bază, doar **1%** adoptă tehnologii de nivel mediu, iar **2,4%** utilizează tehnologii avansate în activitatea lor. Situația este chiar mai accentuată în cazul **antreprenorilor consacrați**, unde **98,8%** operează cu tehnologii de bază și doar **1,2%** integrează tehnologii avansate. Aceste date confirmă **prevalența unui model operațional tradițional**, în care digitalizarea și adoptarea tehnologiilor avansate sunt încă excepții, nu practici generalizate. În absența unor politici publice eficiente care să încurajeze investițiile în tehnologie, dezvoltarea competențelor digitale și accesul la infrastructură modernă, mediul de afaceri românesc riscă să rămână în urma transformărilor globale accelerate.

Figura 24. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologic utilizat, 2023

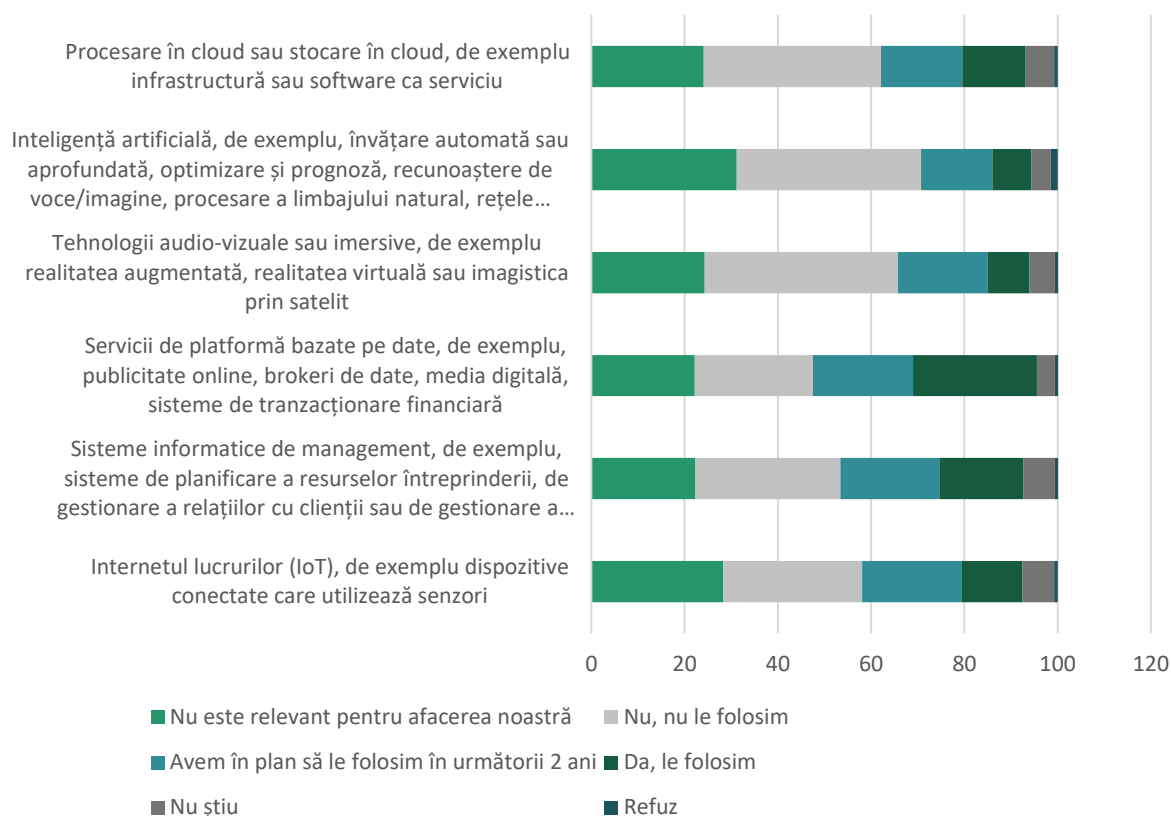


Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Pentru o analiză mai aprofundată a nivelului de digitalizare, GEM 2023 introduce **patru indicatori care evaluează modul concret în care antreprenorii integrează aplicațiile digitale în procesele de afaceri**. Rezultatele evidențiază un **proces de adopție gradual și inegal**, cu diferențe semnificative între antreprenorii în stadiu incipient (**TEA**) și cei consacrați (**EBO**). Deși interesul pentru digitalizare este ridicat la nivel declarativ, implementarea efectivă rămâne limitată. Integrarea tehnologiilor avansate în modelele de afaceri românești este încă departe de a fi un fenomen generalizat, sugerând existența unor bariere legate de resurse financiare, competențe digitale insuficiente și infrastructură tehnologică deficitară.

În rândul antreprenorilor **în stadiu incipient**, cele mai frecvent utilizate soluții digitale sunt **serviciile de platformă bazate pe date** (publicitate online, brokeri de date, media digitală). Conform datelor, 26,6% dintre aceștia declară că folosesc deja aceste tehnologii, 21,5% intenționează să le implementeze în următorii doi ani, 25,3% nu le utilizează în prezent, iar 22,2% nu le consideră relevante pentru activitatea lor (a se vedea **Figura 25**). Această distribuție scoate în evidență un paradox evident: percepția asupra potențialului digital este pozitivă, însă aplicarea efectivă rămâne limitată. Printre cauzele posibile se numără **constrângerile financiare, nivelul scăzut al competențelor tehnice și lipsa unui ecosistem de sprijin digital bine consolidat, capabil să faciliteze adoptarea pe scară largă a acestor soluții**.

Figura 25. Nivelul de adoptare și utilizare a tehnologiilor digitale în rândul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Integrarea tehnologiilor digitale în mediul antreprenorial românesc rămâne limitată și inegală, cu diferențe semnificative între antreprenorii în stadiu incipient (TEA) și cei consacrați (EBO). În rândul TEA, **sistemele informatice de management** (precum ERP, CRM sau SCM) sunt utilizate de 17,9% dintre antreprenori, în timp ce 21,4% intenționează să le adopte în următorii doi ani. Totuși, 31,1% nu

le folosesc, iar 22,3% le consideră irelevante, ceea ce arată un potențial ridicat pentru optimizarea proceselor interne și pentru creșterea eficienței operaționale.

Procesarea și stocarea datelor în cloud sunt prezente în 13,4% dintre afaceri, în timp ce 17,5% dintre antreprenori anticipează adoptarea acestor soluții în următorii doi ani. În schimb, 38,0% nu utilizează aceste tehnologii, iar 24,1% le consideră irelevante. Aceste cifre reflectă o prudență persistentă față de infrastructurile externe, în pofida avantajelor demonstrate în literatura de specialitate (Nambisan et al., 2019) în ceea ce privește flexibilitatea, reducerea costurilor și scalabilitatea afacerilor.

Internetul lucrurilor (IoT), prin utilizarea dispozitivelor inteligente pentru colectarea de date din mediul înconjurător, este **adoptat de 13,1% dintre afacerile consacrate**. În plus, 21,3% dintre antreprenori intenționează să adopte astfel de tehnologii în următorii doi ani. Cu toate acestea, aproape 30% nu folosesc IoT, iar 28,3% îl consideră nerelevant pentru specificul activității lor, ceea ce indică o percepție rezervată asupra aplicabilității sale în afacerile românești.

Inteligența artificială (AI), în formele sale accesibile, precum automatizarea bazată pe reguli, procesarea limbajului natural sau algoritmi de recomandare, rămâne marginală în mediul antreprenorial românesc. Doar 8,4% dintre antreprenori o folosesc în prezent, iar 15,3% plănuiesc să o adopte în viitor. În contrast, 32,1% nu o utilizează, iar 44,2% o consideră irelevantă, subliniind decalajul dintre potențialul recunoscut al AI și aplicarea sa concretă în mediul de afaceri.

Tehnologiile audio-vizuale și imersive, precum realitatea virtuală (VR), realitatea augmentată (AR) sau imagistica digitală avansată, au o rată de utilizare și mai redusă. Doar 8,9% dintre antreprenorii în stadiu incipient declară că le folosesc, iar 19,2% au în plan implementarea acestora. În același timp, 30,4% nu le utilizează, iar 41,5% le consideră irelevante, confirmând statutul acestor soluții ca tehnologii de nișă, cu aplicabilitate limitată în majoritatea start-up-urilor.

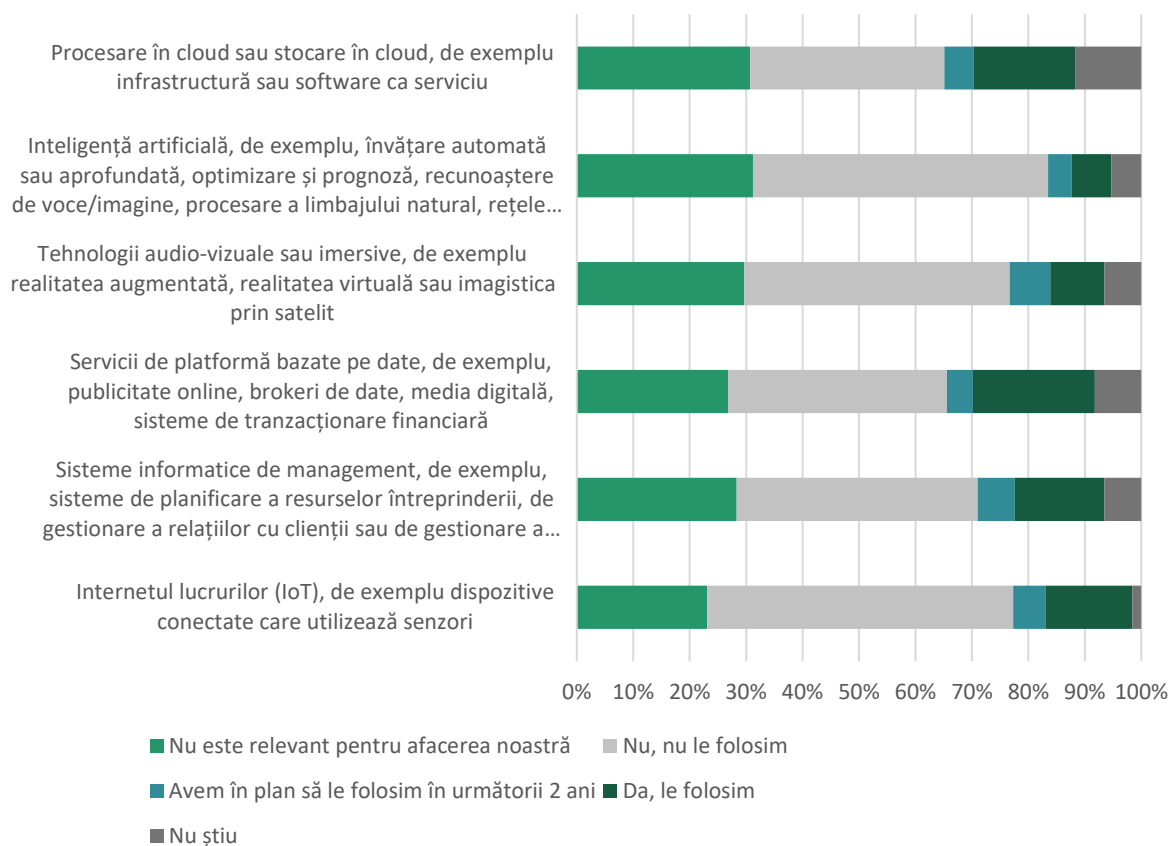
Datele pentru **firmele consacrate** (a se vedea **Figura 26**) **evidențiază un profil digital mult mai conservator comparativ cu antreprenorii în stadiu incipient**, sugerând o rezistență mai mare la schimbare și o orientare către modele operaționale tradiționale.

În toate cele șase tipuri de tehnologii analizate, proporția firmelor consacrate (EBO) care le utilizează sau intenționează să le adopte este semnificativ mai redusă decât în cazul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA). În schimb, procentele întreprinderilor care nu le folosesc sau le consideră nerelevante sunt considerabil mai mari, evidențiind o orientare conservatoare și o rezistență crescută la integrarea digitalizării.

Un exemplu elocvent este cel al serviciilor de platformă bazate pe date: doar 21,6% dintre antreprenorii consacrați le folosesc în prezent, iar 4,6% intenționează să le adopte în următorii doi ani. În contrast, 38,8% nu utilizează aceste servicii, iar 26,8% nu le consideră relevante pentru activitatea lor. Această distribuție arată că, pentru multe firme consacrate, digitalizarea este încă percepută ca un proces periferic, lipsit de importanță strategică pentru modelul lor actual de afaceri. O astfel de atitudine poate limita semnificativ capacitatea acestor companii de a răspunde adecvat la ritmul accelerat al transformărilor tehnologice la nivel global și de a rămâne competitive pe termen lung.

Adoptarea tehnologiilor digitale în rândul firmelor consacrate rămâne modestă și neuniformă. Sistemele informatice de management (ERP, CRM, SCM) sunt utilizate de doar 15,9% dintre EBO, în timp ce 6,6% intenționează să le implementeze în viitor. Aceste date indică un interes redus pentru digitalizarea proceselor interne, o componentă esențială a competitivității.

Figura 26. Nivelul de adoptare și utilizare a tehnologiilor digitale în rândul antreprenorilor consacrați (EBO), 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

În ceea ce privește **tehnologiile cloud**, 18,1% dintre firmele consacrate le folosesc deja, iar 5,2% intenționează să le adopte în următorii doi ani. Totuși, 34,4% nu utilizează aceste soluții, iar 30,7% le consideră irelevante pentru activitatea lor, evidențiind un grad ridicat de reticență față de infrastructurile externe și o percepție limitată asupra potențialului acestora în optimizarea operațională și reducerea costurilor.

Inteligența artificială are o rată de penetrare și mai redusă: doar 7,0% dintre EBO o folosesc în prezent. În schimb, 52,3% declară că nu folosesc aceste tehnologii, iar 31,2% le consideră complet irelevante pentru modelul lor de afaceri. Această relevă un decalaj considerabil între mediul de afaceri din România și tendințele globale, unde AI este din ce în ce mai recunoscută ca un factor esențial de inovare și competitivitate.

Situația este similară în cazul **tehnologiilor audio-vizuale și imersive** (VR, AR), adoptate de doar 9,6% dintre firmele consacrate. Aproape jumătate dintre antreprenori (47%) le percep ca fiind nerelevante pentru activitatea lor, ceea ce confirmă statutul acestor soluții ca tehnologii de nișă pentru mediul de afaceri românesc.

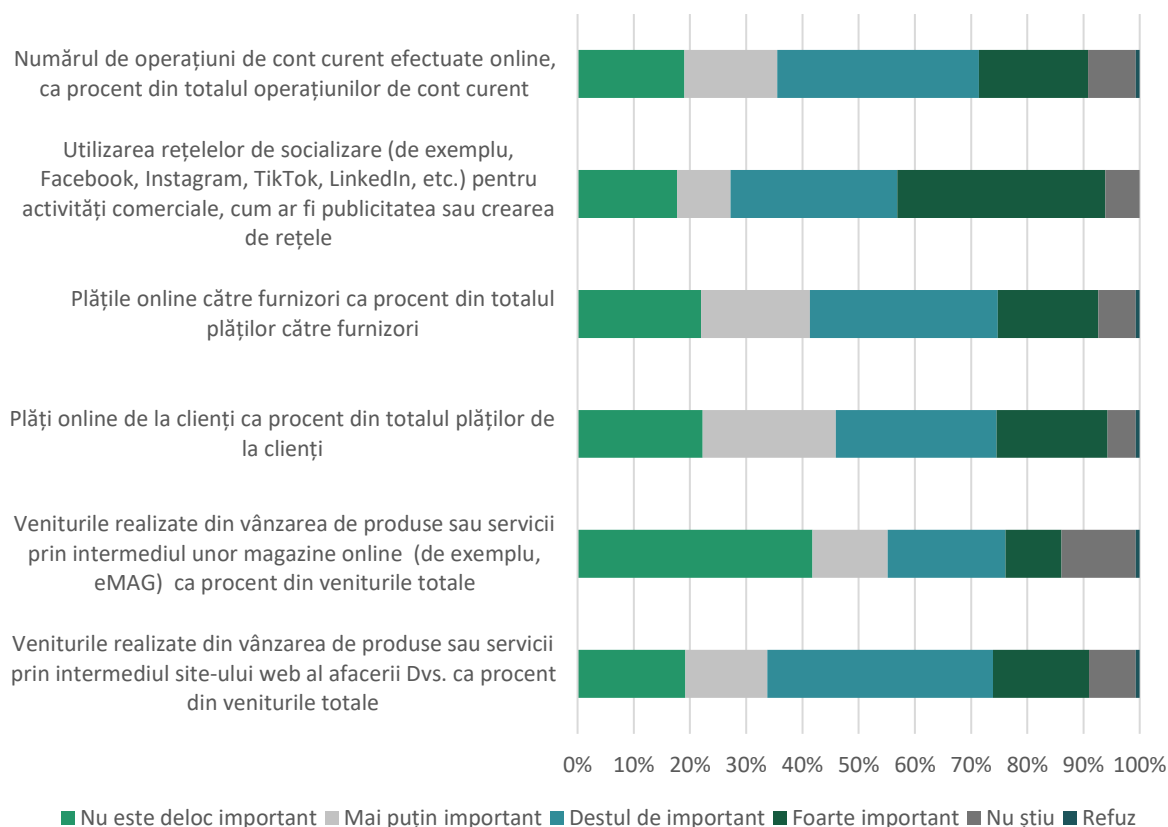
În ansamblu, aceste cifre conturează imaginea unei stagnări în zona inovării tehnologice și ridică semne de întrebare cu privire la capacitatea firmelor consacrate de a răspunde provocărilor digitalizării accelerate la nivel global.

Dincolo de utilizarea efectivă, **percepția antreprenorilor asupra relevanței tehnologiilor digitale** oferă o perspectivă valoroasă asupra gradului de conștientizare și a prioritizării digitalizării în mediul de afaceri românesc. Această dimensiune evidențiază diferența dintre intențiile declarate și aplicarea

practică a soluțiilor digitale, reflectând atât barierele culturale, cât și cele strategice care limitează integrarea tehnologiei în procesele de business.

Figura 27 ilustrează percepția antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) asupra importanței activităților digitale în 2023. Datele arată că acest segment consideră activitățile digitale semnificativ mai relevante comparativ cu antreprenorii consacrați (EBO), ceea ce sugerează o deschidere mai mare către inovație și adoptarea de tehnologii emergente.

Figura 27. Percepția antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) asupra importanței activităților digitale, 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

În rândul antreprenorilor în stadiu incipient (TEA), **rețelele sociale utilizate în scopuri comerciale** sunt considerate **foarte importante** de **37,0%** dintre respondenți și **destul de importante** de alți **29,7%**, în timp ce doar **17,7%** le percep ca irelevante. **Plățile online de la clienți** sunt apreciate ca fiind **foarte importante** de **19,8%** și **destul de importante** de **28,6%**, în timp ce **22,3%** le consideră irelevante. Tendința este similară și pentru **plățile către furnizori**, unde **17,9%** le consideră **foarte importante** și **33,5%** **destul de importante**.

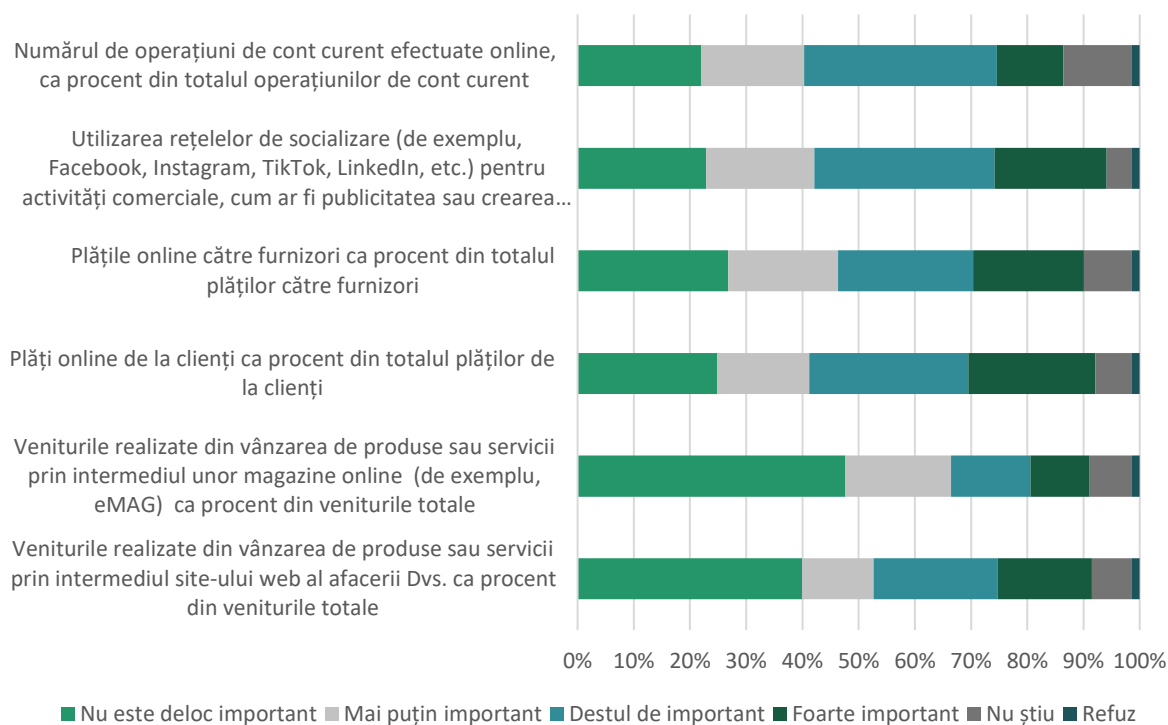
Veniturile obținute prin **website-ul propriu** sunt considerate **foarte importante** de **17,1%** dintre antreprenorii în stadiu incipient și **destul de importante** de alți **40,2%**, evidențiind un interes crescut pentru dezvoltarea canalelor proprii de vânzare și reducerea dependenței de intermediari. În schimb, **vânzările prin platforme externe** (precum eMAG) sunt apreciate ca foarte importante de doar **10,0%** și **destul de importante** de **21,0%**, în timp ce aproape jumătate dintre respondenți (**41,8%**) le consideră **nerrelevante**.

Operațiunile bancare online sunt percepute ca fiind deosebit de valoroase, fiind apreciate **foarte importante** de **19,4%** dintre antreprenorii în stadiu incipient și **destul de importante** de **35,9%**. Acest

rezultat sugerează un nivel mai ridicat de încredere și o acceptare extinsă a serviciilor financiare digitale, sugerând că acestea au devenit o componentă esențială a gestionării afacerilor încă din fazele incipiente.

În contrast, **firmele consacrate (EBO)** manifestă o percepție semnificativ mai rezervată față de importanța activităților digitale (a se vedea **Figura 28**).

Figura 28. Percepția antreprenorilor consacrați (EBO) asupra importanței activităților digitale, 2023



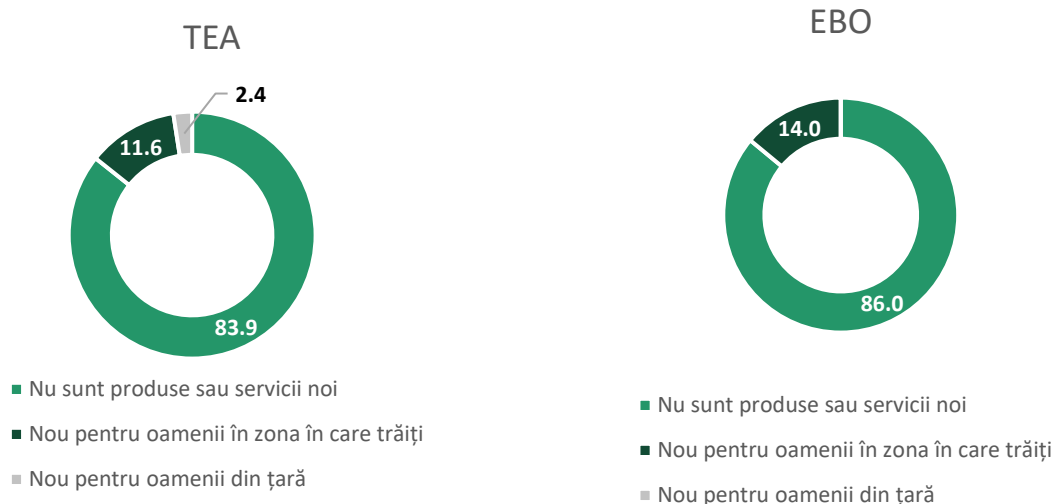
Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Rețelele sociale sunt considerate **foarte importante** de doar **19,9%** și **destul de importante** de **32,1%**, niveluri mult inferioare celor înregistrate în rândul antreprenorilor în stadiu incipient. **Veniturile generate prin website-ul propriu** sunt apreciate ca **foarte importante** de **16,7%** și **destul de importante** de doar **22,1%**, comparativ cu **40,2%** în cazul TEA. **Vânzările prin platforme externe** urmează aceeași tendință: doar **10,5%** dintre EBO le consideră **foarte importante**, iar aproape jumătate (**47,6%**) le percep ca **nerelevante**.

Aceste diferențe semnificative între TEA și EBO indică un **grad mai ridicat de deschidere și adaptabilitate la tendințele digitale în rândul antreprenorilor în stadiu incipient**, în timp ce firmele consacrate adoptă o strategie mai conservatoare, ceea ce le poate limita potențialul de inovare și competitivitate într-o economie globală din ce în ce mai digitalizată.

Un alt element important al profilului întreprinderilor este **gradul de noutate al produselor și serviciilor oferite**. În 2023, doar **2,4%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** afirmă că oferă **produse complet noi pentru toți clienții** (a se vedea **Figura 29**), iar 11,6% furnizează produse sau servicii noi pentru comunitatea locală în care activează. În cazul **firmelor consacrate**, situația este doar ușor diferită: **14%** declară că **oferă produse sau servicii noi fie pentru piața locală, fie pentru întreaga lor clientelă**. Aceste valori, similare celor din 2022, evidențiază o tendință pronunțată de conservatorism și evidențiază lipsa unor stimulente reale pentru inovare, mai ales în rândul companiilor mature.

Figura 29. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor sau serviciilor oferite, 2023



Sursa: Calcule proprii pe baza GEM APS România (2023)

Datele confirmă faptul că **mediul antreprenorial românesc** își păstrează o **structură predominant tradițională**, în care activitățile din sectorul serviciilor continuă să domine, iar nivelul de inovare rămâne limitat.

Așteptările privind crearea de locuri de muncă se mențin moderate, iar deschiderea către piețele internaționale este scăzută. Deși **antreprenorii în stadiu incipient (TEA)** demonstrează o **mai mare receptivitate față de digitalizare** și tehnologii emergente, această tendință se estompează semnificativ în cazul firmelor consacrate (EBO), care adoptă o strategie mai conservatoare și rezistentă la schimbare.

Per ansamblu, **nivelul de inovare rămâne fragmentat** și insuficient pentru a susține o transformare structurală a ecosistemului antreprenorial românesc. Pentru a inversa această traiectorie și a stimula competitivitatea pe termen lung, este esențială implementarea unor politici publice coerente și predictibile, orientate către susținerea inovării, accelerarea procesului de digitalizare și sprijinirea internaționalizării întreprinderilor autohtone.

9 Cum percep experții naționali mediul antreprenorial din România?

Sondajul populației adulte (APS) oferă perspective importante asupra mediului antreprenorial, inclusiv privind percepția oportunităților de a începe o afacere și dificultățile asociate acestui proces. Totuși, **numeroase aspecte esențiale ale ecosistemului antreprenorial rămân dificil de evaluat printr-un sondaj adresat publicului larg**. Majoritatea respondenților nu dețin expertiza necesară pentru a aprecia domenii complexe, precum reglementările legale, accesul la finanțare sau calitatea serviciilor de sprijin pentru afaceri. Aceste dimensiuni necesită o analiză din partea experților sau a persoanelor cu o înțelegere aprofundată a ecosistemului antreprenorial (GEM, 2024, pg. 95).

GEM evaluează ecosistemul antreprenorial al unei economii printr-un set de factori determinanți, cunoscuți sub denumirea de **condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului** (*Entrepreneurial Framework Conditions, EFC*), prezentate în **Tabelul 11**. Acești factori reflectă dimensiuni esențiale care influențează dezvoltarea antreprenoriatului, precum infrastructura, accesul la finanțare, cadrul legislativ, cultura antreprenorială și politicile guvernamentale. În funcție de calitatea lor, condițiile-cadru pot stimula lansarea de afaceri sustenabile, capabile să genereze locuri de muncă și valoare economică, sau, dimpotrivă, pot inhiba inovația și creșterea.

Tabelul 11. Condițiile-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului identificate de GEM

Cod	Denumire	Întrebare-cheie
A1	Finanțarea antreprenoriatului	Există suficiente fonduri disponibile pentru start-up-uri?
A2	Ușurința accesului la finanțare	Sunt fondurile ușor de accesat pentru antreprenori?
B1	Politici guvernamentale: sprijin și relevanță	Politicile publice susțin inițiativele antreprenoriale?
B2	Politici guvernamentale: taxe și birocrație	Întreprinderile sunt supuse unor taxe și birocrație excesive?
C	Programe guvernamentale pentru antreprenori	Există programe de sprijin eficiente și accesibile?
D1	Educația antreprenorială – învățământ preuniversitar	Școlile introduc concepte antreprenoriale esențiale?
D2	Educația antreprenorială – învățământ postliceal/universitar	Universitățile oferă cursuri care susțin înființarea și dezvoltarea afacerilor?
E	Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare (C&D) către mediul de afaceri	Sunt rezultatele cercetării transformate eficient în inițiative antreprenoriale?
F	Infrastructura comercială și profesională	Există servicii comerciale și profesionale de calitate și ușor accesibile?
G1	Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței	Piețele sunt libere, deschise și competitive?
G2	Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative	Reglementările favorizează antreprenoriatul și intrarea pe piață?
H	Infrastructura fizică	Infrastructura fizică este bine dezvoltată și accesibilă?
I	Normele sociale și culturale	Cultura socială sprijină și recunoaște succesul antreprenorial?

Sursa: GEM (2024), pg. 96

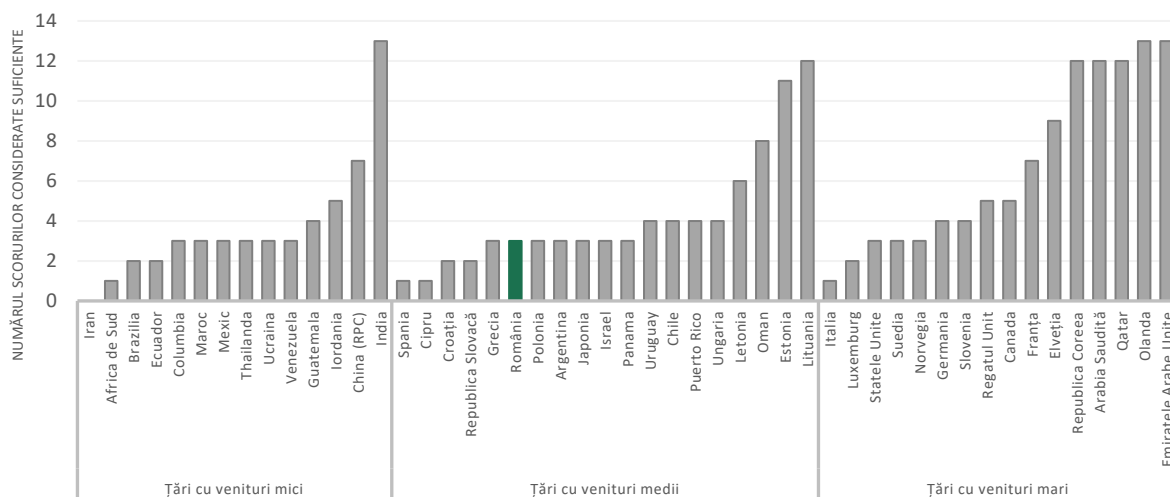
Aceste 13 condiții-cadru reprezintă elementele esențiale ale ecosistemului antreprenorial, influențând direct capacitatea unei economii de a susține inițiativele de afaceri și de a le transforma în întreprinderi sustenabile. Evaluarea lor se realizează prin **sondajul național al experților (NES)**, care oferă o perspectivă detaliată asupra modului în care acești factori contribuie la crearea unui mediu favorabil sau nefavorabil inițiativelor antreprenoriale.

În anul 2023, **sondajul național al experților** (NES) a implicat **49 de echipe naționale**¹, incluzând **46 de țări** participante la sondajul populației adulte (APS) și suplimentar **Argentina, Emiratele Arabe Unite și Japonia**. Pentru a evalua în mod obiectiv condițiile-cadru, în fiecare țară au fost consultați cel puțin **36 de experți** validați de GEM, selectați pe baza expertizei lor în domenii precum economie, finanțe, politici publice și antreprenariat. Acești specialiști oferă o evaluare bine fundamentată a factorilor esențiali care modelează ecosistemul antreprenorial, completând datele obținute de la populația generală.

Experții consultați includ **jurnaliști economici, cadre universitare, specialiști financiar, factori de decizie politică și antreprenori**, oferind o perspectivă diversificată asupra ecosistemului antreprenorial. Aceștia evaluează un set de afirmații privind condițiile-cadru ale antreprenoriatului, utilizând o scală de la **0 la 10**, unde 0 înseamnă „complet fals”, 5 indică „nici adevărat, nici fals”, iar 10 reprezintă „complet adevărat”. Aplicarea acestei metodologii standardizate în economii diferite și pe parcursul mai multor ani permite comparabilitatea internațională și analiza evoluțiilor în timp. Răspunsurile sunt ulterior agregate pentru a obține scorurile finale pentru fiecare condiție-cadru. Totuși, aceste evaluări reflectă atât percepțiile experților, cât și specificul economic și social al fiecărei țări (GEM, 2024, p. 95).

În cadrul sondajului, **un scor mediu de 5** pe o scală de la 0 la 10 este considerat **suficient sau satisfăcător pentru a indica un mediu antreprenorial funcțional**. **Figura 30** arată numărul condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului care au atins acest prag în fiecare economie, dintr-un total de 13. Rezultatele variază de la **0 în Iran**, semnalând un ecosistem profund nefavorabil, până la **13 în Olanda și Emiratele Arabe Unite**, unde toate condițiile sunt considerate adecvate. Aceste diferențe reflectă disparități regionale și economice majore în ceea ce privește sprijinul acordat antreprenoriatului, evidențiind atât punctele forte, cât și provocările specifice fiecărei țări.

Figura 30. Numărul condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului evaluate ca fiind suficiente (scor ≥5), 2023



Sursa: GEM (2024), pg. 97

În rândul țărilor cu venituri scăzute, **India se remarcă ca o economie emergentă cu un ecosistem antreprenorial bine dezvoltat, conform evaluărilor experților**. În contrast, Iranul se situează la extrema opusă, toate cele 13 condiții-cadru fiind considerate insuficiente. În **grupul țărilor cu venituri medii**, disparitățile sunt semnificative. **Lituania și Estonia oferă un mediu antreprenorial foarte favorabil**, în timp ce Spania, Cipru și Croația înregistrează niveluri de sprijin considerabil mai scăzute.

¹ Lista țărilor participante la cercetarea GEM din 2023 este prezentată în Tabelul 1 al acestui raport.

Dintre **economiile cu venituri ridicate, Olanda și Emiratele Arabe Unite se remarcă printr-un mediu de afaceri solid și susținerea consistentă a antreprenoriatului**. Italia (cu o singură condiție-cadru considerată suficientă) și Luxemburg (cu două) înregistrează cele mai slabe performanțe din această categorie.

România se poziționează modest, cu doar trei condiții-cadru apreciate ca fiind suficiente: infrastructura comercială și profesională, dinamica pieței și infrastructura fizică. Această situație o plasează la același nivel cu Polonia, Grecia, Japonia și Argentina, evidențiind provocări persistente, precum birocrăția excesivă, dificultatea accesului la finanțare și lipsa unor politici publice eficiente de sprijin.

În comparație, țări din regiune, precum Lituania (12 condiții-cadru) și Estonia (11 condiții-cadru) obțin rezultate mult mai bune, evidențiind diferențele notabile în sprijinul acordat antreprenoriatului, chiar și între economii cu niveluri de venit similare.

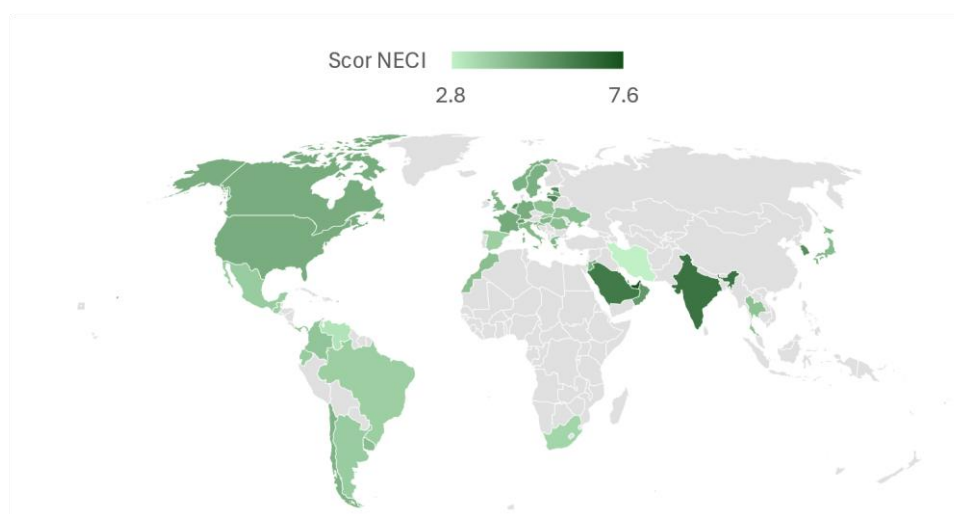
În cazul României, consolidarea mediului antreprenorial ar trebui să constituie o prioritate strategică, prin implementarea de reforme fiscale, reducerea poverii administrative și stimularea ecosistemelor de inovare, factori esențiali pentru a susține dezvoltarea afacerilor și a crește competitivitatea economică.

Cele trei condiții-cadru considerate suficiente au obținut scoruri relativ bune: **infrastructura fizică (6,19), infrastructura comercială și profesională (5,83), iar dinamica pieței (5,24)**. Aceste rezultate sugerează existența unor facilități și condiții favorabile pentru dezvoltarea afacerilor. Pe de altă parte, **educația antreprenorială în învățământul preuniversitar** a obținut cel mai scăzut scor, de doar **2,74 din 10**, evidențiind o deficiență majoră. Lipsa programelor dedicate și a resurselor adecvate limitează capacitatea sistemului educațional de a dezvolta abilități antreprenoriale în rândul tinerilor.

9.1 Indicele național al contextului antreprenorial (NECI)

Figura 31 prezintă valorile **indicii național al contextului antreprenorial (NECI)** pentru țările participante la GEM 2023. Calculat ca media scorurilor celor 13 condiții-cadru esențiale pentru dezvoltarea antreprenoriatului, NECI integrează factori determinanți, precum accesul la finanțare, politicile guvernamentale, educația antreprenorială, infrastructura fizică și comercială, reglementările pieței și normele sociale. Prin urmare, **NECI oferă o evaluare sintetică a ecosistemului antreprenorial** din fiecare țară, evidențiind atât punctele forte, cât și domeniile în care sunt necesare reforme pentru a susține dezvoltarea sustenabilă a afacerilor și creșterea competitivității economice.

Figura 31. Indicele național al contextului antreprenorial (NECI) în țările participante GEM, 2023



Sursa: Elaborat pe baza datelor GEM NES (2023)

Emiratele Arabe Unite conduc clasamentul NECI 2023, obținând cel mai ridicat scor dintre cele 49 de economii analizate. Această performanță este remarcabilă, deoarece au înregistrat cele mai bune rezultate la aproape toate cele 13 condiții-cadru, cu o singură excepție: ușurința intrării pe piață – reglementări și sarcini administrative, unde **Arabia Saudită** a obținut un scor ușor superior. **India, Lituania și China** se remarcă printr-o dinamică accelerată, demonstrând progrese substanțiale și construind ecosisteme antreprenoriale tot mai robuste. În Europa Centrală, **Elveția și Olanda** confirmă statutul lor de lideri regionali, oferind medii antreprenoriale printre cele mai avansate și favorabile din zonă. În contrast, în America Latină și Caraibe, economii, precum **Argentina, Mexic, Puerto Rico, Brazilia și Chile** au înregistrat progrese mai lente în consolidarea mediului antreprenorial (GEM, 2024, pg. 101).

Un scor NECI de 5,0 reprezintă pragul unui ecosistem antreprenorial considerat adecvat pentru susținerea inițiativelor de afaceri. În 2023, mai multe economii dezvoltate din Europa și America de Nord au coborât sub acest nivel, semnalând o deteriorare a contextului antreprenorial. Printre acestea se află **Canada, Suedia, Norvegia, Germania și Statele Unite**, în timp ce **Franța și Letonia** se apropie de acest prag critic (GEM, 2024, pg. 101).

În 2023, România a obținut un indice NECI de 4,3, ocupând locul 28 din 49 de economii analizate. Această poziție reflectă o evoluție favorabilă față de anii anteriori și reflectă progrese în consolidarea mediului antreprenorial. Comparativ, în 2021 România avea un scor NECI de 4,0 și ocupa locul 40 din 50, iar în 2022 a urcat la 4,2 și locul 36 din 51. Această tendință pozitivă din perioada 2021–2023 indică o consolidare treptată a ecosistemului antreprenorial. **Deși scorul din 2023 rămâne aproape de cel din 2022, avansul semnificativ în clasamentul global indică o performanță relativ mai bună față de alte economii.** Progresele realizate reflectă un mediu de afaceri mai favorabil și o direcție încurajatoare pentru dezvoltarea antreprenoriatului în România.

9.2 Evoluția ecosistemului antreprenorial în perioada 2021–2023

Tabelul 12 arată evoluțiile scorurilor pentru cele 13 condiții-cadru în 41 de economii participante la GEM în perioada 2021–2023. Analiza surprinde atât progrese semnificative, cât și regresuri, conturând o imagine complexă a mediului antreprenorial global.

Tabelul 12. Modificarea scorurilor condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului (41 de economii), 2021–2023

Cod	Condiții-cadru	Numărul economiilor în care scorul a scăzut	Numărul economiilor în care scorul a crescut
A1	Finanțarea antreprenoriatului	26	15
	Modificare 25%+	Iran, Spania	India
A2	Ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori	26	15
	Modificare 25%+	Iran, Norvegia, Spania, Suedia	India
B1	Politici guvernamentale: sprijin și relevanță	27	14
	Modificare 25%+	Columbia, Israel, Mexic, Spania	Croația, India
B2	Politici guvernamentale: taxe și birocrație	23	18
	Modificare 25%+	Israel, Norvegia, Spania	India, Oman
C	Programe guvernamentale pentru antreprenori	24	17
	Modificare 25%+	Spania	India
D1	Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar	16	25
	Modificare 25%+	Cipru, Norvegia, Israel, Spania, Venezuela	Brazilia, India, Iran, Panama, Slovenia, Emiratele Arabe Unite
D2	Educația antreprenorială în învățământul postliceal/universitar	13	28
	Modificare 25%+	Israel	Spania
E	Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare către mediul de afaceri	24	17

Cod	Condiții-cadru	Numărul economiilor în care scorul a scăzut	Numărul economiilor în care scorul a crescut
	Modificare 25%+	Spania	India, Maroc, România, Oman, Emiratele Arabe Unite
F	Infrastructura comercială și profesională	26	15
	Modificare 25%+	Iran, Spania	India, Oman
G1	Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței	14	25
	Modificare 25%+		Luxemburg, Norvegia, Republica Slovacă, Ungaria
G2	Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative	23	18
	Modificare 25%+	Israel	India, Oman
H	Infrastructura fizică	27	13
	Modificare 25%+	Iran	Oman
I	Norme sociale și culturale	17	28
	Modificare 25%+	Spania	Africa de Sud, India, Panama

Sursa: GEM (2024), pg. 98

În nouă din cele 13 condiții-cadru, majoritatea economiilor au înregistrat scăderi ale scorurilor, în special în domenii, precum politicile guvernamentale, accesul la finanțare, transferul rezultatelor cercetării și dezvoltării, infrastructura comercială și profesională și infrastructura fizică. Printre economiile cu cele mai mari scăderi se numără Spania, Iran, Israel și Norvegia.

În contrast, **educația antreprenorială în învățământul preuniversitar a înregistrat progrese semnificative în 25 de economii**, cu creșteri de peste 25% în șase dintre ele, inclusiv Brazilia, India, Iran și Emiratele Arabe Unite. Cinci țări au înregistrat scăderi de peste 25% în acest domeniu, evidențiind o evoluție inegală. De asemenea, **dinamica pieței și normele sociale și culturale** au înregistrat mai multe creșteri decât scăderi, sugerând o tendință pozitivă în aceste domenii (GEM, 2024, pg. 97).

România a înregistrat un progres considerabil în transferul rezultatelor cercetării și dezvoltării către mediul de afaceri, însă nivelul rămâne încă redus, ceea ce indică un potențial semnificativ de îmbunătățire. Această evoluție pozitivă poate constitui o bază solidă pentru consolidarea ecosistemului de inovare și creșterea competitivității economice în anii următori.

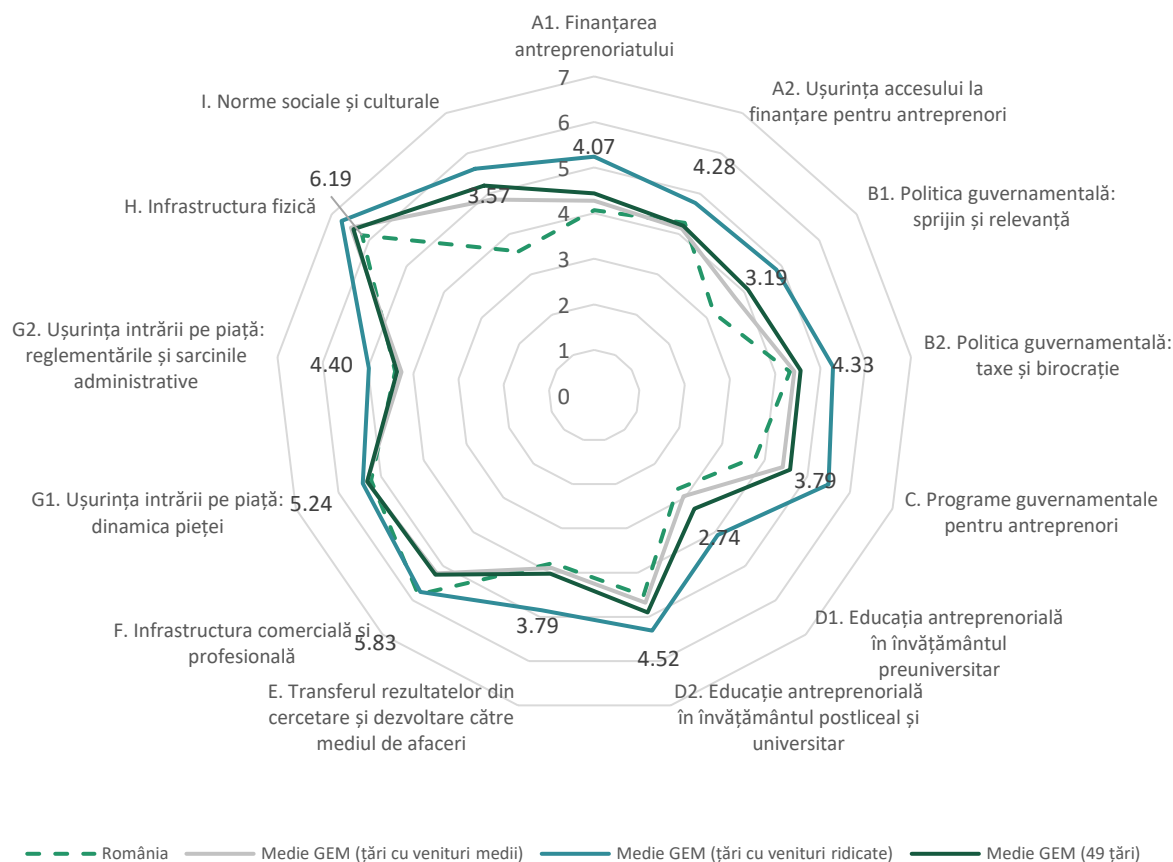
9.3 Ecosistemul antreprenorial din România în anul 2023

În această secțiune sunt evidențiate pe scurt principalele puncte forte și puncte slabe ale ecosistemului antreprenorial din România în 2023, urmând ca fiecare condiție-cadru să fie prezentată și analizată în detaliu în paginile următoare.

Figura 32 compară scorurile acordate de experții din România celor 13 condiții-cadru esențiale pentru dezvoltarea antreprenoriului cu scorurile medii din economiile cu venituri medii, cele cu venituri ridicate și cu media globală GEM. Analiza oferă o imagine a poziției României în raport cu alte economii, evidențiind atât punctele forte ale ecosistemului antreprenorial național, cât și domeniile critice care necesită intervenții strategice pentru a susține un mediu de afaceri competitiv și rezilient.

România prezintă atât puncte forte, cât și domenii care necesită îmbunătățiri semnificative în ceea ce privește mediul antreprenorial. **Punctele tari** sunt reprezentate de **infrastructura fizică** (scor 6,19) și **infrastructura comercială și profesională** (scor 5,83), care oferă un cadru solid pentru desfășurarea activităților economice. Acestea susțin dezvoltarea afacerilor prin acces la servicii de calitate și facilități adecvate. Dinamica pieței (scor 5,24) indică o ușurință relativ bună de intrare pe piață, un factor cheie pentru stimularea inițiativelor antreprenoriale și atragerea de noi jucători în economie.

Figura 32. Evaluarea condițiilor-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului din România, comparativ cu media GEM, 2023



Notă: Scorurile sunt exprimate pe o scală de la 0 la 10, unde 0 indică un ecosistem nesustăinător, iar 10 un mediu complet favorabil antreprenoriatului.

Sursa: Elaborat pe baza GEM NES (2023)

Cu toate acestea, România se confruntă cu provocări majore în mai multe domenii ale ecosistemului antreprenorial. **Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar (scor 2,74) este percepută ca fiind insuficientă**, ceea ce evidențiază faptul că tinerii nu beneficiază de o pregătire adecvată pentru a face față provocărilor specifice inițierii și gestionării unei afaceri. Această deficiență subliniază nevoia unor reforme în sistemul educațional, menite să integreze formarea competențelor antreprenoriale încă etapele timpurii ale parcursului educațional.

Politicile guvernamentale privind sprijinul acordat antreprenorilor (scor 3,19) și programele guvernamentale dedicate acestora (scor 3,79), sunt percepute ca fiind sub nivelul așteptărilor, necesitând ajustări semnificative pentru a oferi un suport real inițiativelor de afaceri.

Transferul cunoștințelor din cercetare și dezvoltare către mediul de afaceri (scor 3,79) rămâne o zonă slabă, limitând transformarea inovațiilor în proiecte antreprenoriale viabile. În plus, **normele sociale și culturale (scor 3,57) continuă să reprezinte un obstacol**, indicând o cultură antreprenorială insuficient dezvoltată și nevoia de promovare a spiritului inovativ în societate. Aceste domenii reprezintă piloni esențiali ai unui ecosistem antreprenorial sănătos. Intervențiile strategice în aceste sectoare ar putea accelera dezvoltarea antreprenorială și ar crea un mediu mai favorabil pentru inovare și creștere economică.

România a obținut un scor de 4,07 pentru **finanțarea antreprenoriatului**, situându-se ușor sub media economiilor cu venituri medii (4,27) și semnificativ sub cea a economiilor cu venituri ridicate (5,24). Deși această poziție este relativ favorabilă în context regional, ea evidențiază oportunități de îmbunătățire, în special în facilitarea accesului la capital și atragerea de investiții private. În ceea ce privește **ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori**, scorul României (4,28) depășește media economiilor cu venituri medii (4,14), dar rămâne sub nivelul celor cu venituri ridicate (4,77). Aceasta arată că s-au făcut progrese în acest domeniu, însă provocările persistă, în special în accesarea fondurilor de investiții și a capitalului de risc, elemente esențiale pentru sprijinirea antreprenoriatului inovativ.

Pentru condiția-cadru privind **politica guvernamentală – sprijin și relevanță**, România a obținut **un scor de 3,19**, sub media economiilor cu venituri medii (3,76) și mult sub cea a celor cu venituri ridicate (4,86). Acest rezultat indică un sprijin insuficient din partea autorităților și subliniază necesitatea unui angajament mai ferm pentru politici publice capabile să stimuleze antreprenoriatul. În ceea ce privește **politica guvernamentală privind taxele și birocrăția**, România a înregistrat un scor de 4,33, apropiat de **media economiilor cu venituri medii** (4,42), dar **sub cel al economiilor dezvoltate** (5,28). Acest scor evidențiază nevoia unor reforme fiscale și a simplificării procedurilor administrative, pentru a crea un mediu de afaceri mai accesibil și mai prietenos cu antreprenorii.

La capitolul **programe guvernamentale destinate antreprenorilor**, scorul de 3,79 plasează România **sub media economiilor cu venituri medii** (4,43) și semnificativ sub cea a economiilor cu venituri ridicate (5,50). Acest rezultat sugerează un potențial considerabil de îmbunătățire prin extinderea și eficientizarea programelor de sprijin, astfel încât acestea să răspundă mai bine nevoilor ecosistemului antreprenorial. Pentru a consolida mediul antreprenorial, este esențială o abordare guvernamentală mai strategică, care să combine politici proactive, reducerea poverii birocratice și programe eficiente menite să sprijine antreprenorii de la faza de start-up până la scalare.

România a obținut un scor de 2,74 pentru **educația antreprenorială în învățământul preuniversitar, situându-se sub media economiilor cu venituri medii (2,95) și mult sub cea a economiilor cu venituri ridicate (4,08)**. Acest rezultat evidențiază o lacună majoră în pregătirea tinerilor pentru provocările antreprenoriatului, semnalând că școlile nu oferă suficiente oportunități de dezvoltare a competențelor necesare în acest domeniu. Este esențial ca România să accelereze integrarea educației antreprenoriale în curriculumul preuniversitar, pentru a sprijini formarea unei generații capabile să răspundă cerințelor unei economii moderne și competitive. În ceea ce privește **educația antreprenorială în învățământul postliceal și universitar**, România a obținut un scor de 4,52, apropiat de **media economiilor cu venituri medii** (4,68), dar sub **media economiilor cu venituri ridicate** (5,31). Acest scor arată că programele universitare sunt relativ bine structurate și oferă o bază solidă pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale. Totuși, pentru a atinge standardele economiilor dezvoltate, este necesară o adaptare mai strânsă la realitățile pieței globale și la cerințele antreprenoriatului inovativ. **O abordare coerentă, care să conecteze educația antreprenorială de la nivel preuniversitar până la cel universitar, ar crea premisele unui ecosistem antreprenorial robust și sustenabil în România.**

În ceea ce privește condiția-cadru referitoare la **transferul rezultatelor cercetării și dezvoltării către mediul de afaceri**, România a obținut **3,79**, ușor sub **media economiilor cu venituri medii (3,89) și mult sub cea a economiilor cu venituri ridicate (4,85)**. Acest rezultat evidențiază **un decalaj semnificativ între activitățile de cercetare și aplicarea practică în mediul de afaceri**, ceea ce limitează capacitatea economiei de a genera inovații și de a răspunde cerințelor unei piețe globale tot mai competitive. **Pentru a valorifica potențialul științific și a-l transforma în soluții comerciale viabile, România are nevoie de măsuri strategice care să faciliteze colaborarea între universități, institute de cercetare și mediul de afaceri.** Stimularea parteneriatelor public-private și dezvoltarea infrastructurii de transfer tehnologic și susținerea incubatoarelor de afaceri inovative ar accelera integrarea rezultatelor cercetării în economia reală, consolidând astfel ecosistemul de inovare.

În ceea ce privește **infrastructura comercială și profesională**, România a obținut un **scor de 5,83, peste media economiilor cu venituri medii (5,21)**. Acest rezultat evidențiază un avantaj competitiv important, demonstrând că antreprenorii români beneficiază de servicii de consultanță bine dezvoltate, rețele de afaceri funcționale și un acces relativ bun la piețele internaționale, factori esențiali pentru dezvoltarea afacerilor. Totuși, **potențialul de îmbunătățire rămâne important**. Accelerarea digitalizării serviciilor de sprijin, integrarea tehnologiilor emergente și consolidarea rețelelor de colaborare între antreprenori, instituții financiare și mediul academic ar transforma infrastructura existentă într-un veritabil catalizator pentru inovare și dezvoltare economică sustenabilă.

România a obținut un scor de 5,24 pentru **ușurința intrării pe piață: dinamica pieței, un rezultat apropiat de media globală (5,32)**. Acest scor reflectă existența unei piețe active și dinamice, capabile să ofere oportunități importante pentru lansarea și dezvoltarea afacerilor, susținând astfel inițiativele antreprenoriale. În plus, scorul de 4,40 pentru **ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative** este ușor peste media economiilor cu venituri medii (4,26) și foarte apropiat de media globală (4,36). Aceasta arată că, deși anumite proceduri birocratice persistă, climatul administrativ din România este relativ favorabil pentru antreprenori. Pentru a consolida aceste rezultate, **este esențială continuarea reformelor administrative și simplificarea reglementărilor**, măsuri care ar contribui la reducerea barierelor de intrare pe piață și ar stimula crearea de noi inițiative antreprenoriale.

Scorul obținut România pentru **infrastructura fizică (6,19) este ușor sub media economiilor cu venituri ridicate (6,74) și apropiat de media globală (6,42)**, ceea ce sugerează că infrastructura fizică din România este adecvată pentru desfășurarea activităților de afaceri, oferind un sprijin solid antreprenorilor. **Cu toate acestea, există spațiu pentru îmbunătățiri**, în special prin investiții în transport, energie și infrastructura tehnologică. Consolidarea acestor sectoare ar putea amplifica competitivitatea României și ar crea un mediu mai favorabil pentru dezvoltarea afacerilor pe termen lung.

România a obținut **un scor scăzut de 3,57 la normele sociale și culturale**, situându-se mult sub media economiilor cu venituri medii (4,85) și a celor cu venituri ridicate (5,62). Acest rezultat evidențiază o barieră culturală majoră, reflectând faptul că spiritul antreprenorial nu este pe deplin susținut sau valorizat de societate. Lipsa unei culturi care să încurajeze inovația și asumarea riscurilor poate limita inițiativele antreprenoriale și dezvoltarea de afaceri inovatoare. **Este necesar un schimb de mentalitate**, orientat spre promovarea antreprenoriatului ca motor al dezvoltării economice. Campaniile de educație antreprenorială, promovarea unor modele de succes și crearea unui discurs public favorabil antreprenorilor ar putea accelera această transformare culturală.

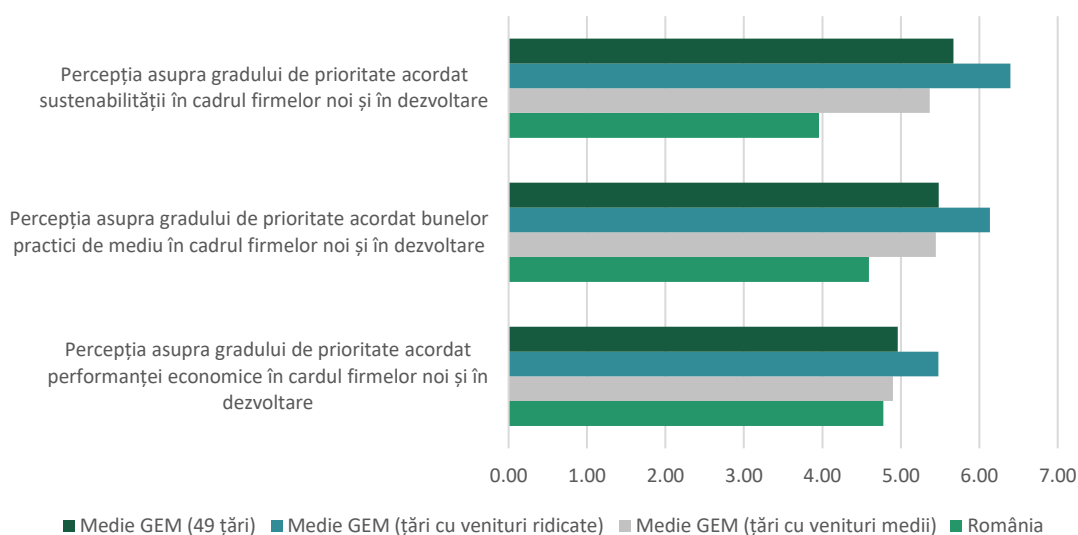
În 2023, **România s-a remarcat prin cea mai bună performanță la condiția-cadru infrastructura comercială și profesională**, ocupând locul 10 din 49 de țări. Acest rezultat evidențiază un avantaj competitiv semnificativ în ceea ce privește calitatea serviciilor de sprijin și a rețelelor comerciale disponibile pentru antreprenori. În schimb, la condiția-cadru norme sociale și culturale, România s-a situat pe locul 44, ceea ce subliniază **un contrast puternic între infrastructura materială bine dezvoltată și lipsa unui suport cultural adecvat pentru antreprenoriat**. Acest decalaj sugerează că, în timp ce mediul de afaceri beneficiază de resurse și facilități solide, mentalitatea socială și atitudinea față de antreprenoriat rămân obstacole pentru dezvoltarea unei culturi antreprenoriale dinamice. Reducerea acestui decalaj necesită eforturi concertate pentru schimbarea percepțiilor sociale, promovarea inovației și construirea unei imagini pozitive a antreprenorilor în societate.

9.4 Prioritățile percepute ale noilor afaceri

În anul 2023, **sondajul NES** a completat analiza tradițională a ecosistemului antreprenorial prin **evaluarea priorităților percepute ale noilor afaceri**. Experții naționali au acordat scoruri pentru **importanța atribuită de antreprenori practicilor sustenabile, responsabilității față de mediu și măsurilor de sprijin dedicate antreprenoriatului feminin**.

Sondajul a inclus și o analiză a percepțiilor experților privind echilibrul dintre performanța economică și atenția acordată sustenabilității și bunelor practici de mediu. Rezultatele, prezentate în **Figura 33**, sintetizează scorurile oferite pentru prioritățile percepute de liderii afacerilor noi și în dezvoltare, evidențiind modul în care aceștia plasează performanța economică în raport cu practicile sustenabile și responsabilitatea față de mediu.

Figura 33. Scorurile acordate de experți pentru prioritizarea percepută a performanței economice, a practicilor bune de mediu și a celor de sustenabilitate, 2023



Sursa: Elaborat pe baza GEM NES (2023)

Datele arată că prioritățile percepute privind performanța economică, practicile bune de mediu și sustenabilitatea sunt complementare, nu substituibile. Economiiile care obțin un scoruri ridicate într-un domeniu tind să performeze bine și în celelalte, ceea ce sugerează o abordare integrată a acestor obiective. **Un scor de 5 sau mai mult este considerat satisfăcător.** Dintre cele 48 de economii² evaluate, 22 au atins acest prag pentru performanța economică (trei din grupul economiilor cu venituri scăzute, șase din grupul economiilor cu venituri medii, și 13 din grupul economiilor cu venituri ridicate). În ceea ce privește prioritizarea practicilor bune de mediu, 36 de economii au obținut scoruri satisfăcătoare (patru din grupul economiilor cu venituri scăzute, 17 din grupul economiilor cu venituri medii și 15 din grupul economiilor cu venituri ridicate), iar 39 de economii au înregistrat scoruri satisfăcătoare pentru practicile bune de mediu (nouă din grupul economiilor cu venituri scăzute, 14 din grupul economiilor cu venituri medii și 16 din grupul economiilor cu venituri ridicate). Remarcabil este faptul că **practicile bune de mediu și sustenabilitatea nu sunt specifice doar economiilor cu venituri ridicate.** Economiiile cu venituri scăzute au obținut scoruri peste 5 la prioritizarea sustenabilității de trei ori mai frecvent decât la prioritizarea performanței economice. Acest fapt evidențiază o orientare mai accentuată către practici responsabile chiar și în contexte cu resurse limitate, subliniind că sustenabilitatea devine o valoare-cheie în strategiile antreprenoriale la nivel global (GEM, 2024, pg. 102).

Cele trei scoruri combinate oferă o perspectivă integrată asupra prioritizării percepute de experți în raport cu obiectivele complementare: performanța economică, practicile bune de mediu și sustenabilitatea. **Emiratele Arabe Unite conduc clasamentul** cu un scor total de 23,6, urmate de **India** (20,6), iar pe locul trei se află **Suedia și Estonia**, ambele cu un scor total de 19,9. Aceste rezultate evidențiază economii în care antreprenoriatul este perceput ca având o abordare echilibrată între

² Experții din Guatemala nu au oferit o evaluare pentru această problemă.

eficiența economică și responsabilitatea față de mediu. La polul opus, **cele mai scăzute scoruri au fost înregistrate de Iran (7,9), Venezuela (11,1) și Israel (12,1)**, sugerând o orientare mai limitată spre aceste obiective și o integrare slabă a sustenabilității în strategiile antreprenoriale (GEM, 2024, pg. 102).

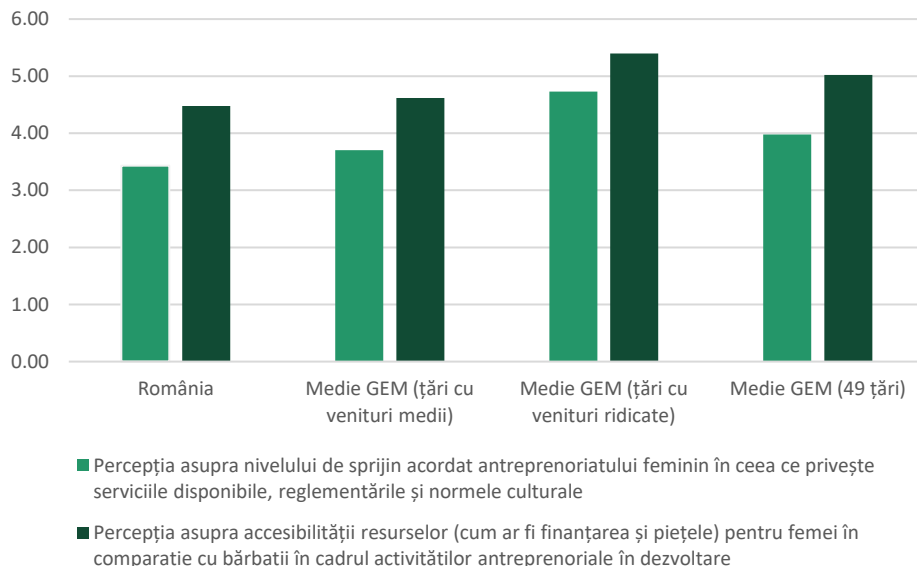
România rămâne în urma mediei economiilor cu venituri medii și ridicate în ceea ce privește prioritizarea performanței economice, a bunelor practici de mediu și a sustenabilității în cadrul firmelor noi și în creștere. În ceea ce privește **performanța economică**, România a obținut un scor de **4,78**, sub media economiilor cu venituri ridicate (5,48), dar apropiat de cea a economiilor cu venituri medii (4,90). Pentru **bunele practici de mediu**, scorul de **4,59** rămâne semnificativ mai mic decât media economiilor dezvoltate (6,13) și sub cea a economiilor cu venituri medii (5,45). Cel mai mare decalaj se înregistrează la **sustenabilitate**, unde scorul României (3,96) este mult sub media economiilor cu venituri ridicate (6,40), a celor cu venituri medii (5,37) și chiar sub media globală (5,67). **Scorul total de 13,33** reflectă o orientare încă dominantă spre performanța economică, în timp ce dimensiunile legate de sustenabilitate și responsabilitate de mediu rămân insuficient integrate în strategiile de afaceri. Pentru a reduce acest decalaj, **România are nevoie de politici publice, inițiative private și campanii de conștientizare care să încurajeze antreprenoriatul sustenabil și inovator, aliniindu-se astfel la standardele globale.**

9.5 Antreprenoriatul feminin

Sondajul NES a analizat în 2023 și antreprenoriatul feminin, concentrându-se pe două aspecte esențiale: **sprijinul social acordat femeilor antreprenoare și accesul acestora la resursele necesare pentru lansarea și dezvoltarea afacerilor.** **Sprijinul social** include servicii cheie, precum îngrijirea accesibilă a copiilor, programe after-school, asistența pentru persoanele vârstnice și reglementări care să facă munca pe cont propriu la fel de atractivă ca angajarea. **Accesul la resurse** se referă la oportunități egale pentru participarea la achiziții publice și eliminarea diferențelor de gen în finanțare (GEM, 2024, pg. 102).

Figura 34 arată variații considerabile între țări, iar corelația dintre sprijinul social și accesul egal la resurse este slabă chiar în cadrul aceleiași economii. Din cele 49 de economii analizate, doar **11 au obținut scoruri satisfăcătoare pentru sprijinul social acordat femeilor** (1 din grupul economiilor cu venituri scăzute, 4 dintre economiile cu venituri medii și 6 din categoria economiilor cu venituri ridicate). În schimb, **27 de economii au atins niveluri satisfăcătoare în ceea ce privește accesul egal la resurse** (7 economii cu venituri scăzute, 7 țări cu venituri medii și 13 economii cu venituri ridicate) (GEM, 2024, pg. 102). Aceste rezultate subliniază o tendință clară: deși multe țări au înregistrat progrese în facilitarea accesului femeilor la resurse financiare, lipsa unui sprijin social adecvat continuă să limiteze antreprenoriatul feminin și potențialul său economic.

Figura 34. Scorurile experților naționali privind sprijinul social pentru femeile antreprenoare și accesul lor la resursele necesare pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor, 2023



Sursa: Elaborat pe baza GEM NES (2023)

Datele evidențiază un contrast semnificativ între accesul la resurse și sprijinul social acordat femeilor antreprenoare. În 39 de economii, scorul pentru accesul la resurse a fost mai ridicat decât cel pentru sprijinul social, semnalând că, deși s-au înregistrat progrese în asigurarea egalității de șanse în finanțare și resurse, suportul social (precum serviciile de îngrijire a copiilor sau politicile privind echilibrul între viața profesională și cea personală) rămâne deficitar.

Cele mai mari scoruri pentru sprijinul social acordat femeilor antreprenoare au fost obținute în Emiratele Arabe Unite, India și Arabia Saudită, reflectând implementarea unor inițiative naționale dedicate antreprenoriatului feminin. La polul opus, cele mai scăzute scoruri au fost înregistrate în Iran, Cipru și Brazilia, indicând bariere sociale și culturale persistente. Este de remarcat faptul că 22 dintre cele 49 de economii analizate au obținut scoruri de 3,5 sau mai mici în ceea ce privește sprijinul social, incluzând trei economii cu venituri ridicate (Italia, Regatul Unit și Statele Unite ale Americii), 11 economii cu venituri medii și opt din grupul țărilor cu economii cu venituri scăzute (GEM, 2024, pg. 104). Acest decalaj evidențiază necesitatea unor politici publice integrate care să combine egalitatea de acces la resurse cu măsuri concrete de sprijin social, pentru a crea un ecosistem antreprenorial mai incluziv și sustenabil pentru femei.

România înregistrează un scor modest de 3,43 la capitolul sprijin pentru antreprenoriatul feminin, situându-se sub media globală (3,98), media economiilor cu venituri medii (3,70) și mult sub media celor cu venituri ridicate (4,73). Acest rezultat evidențiază deficiențe semnificative în infrastructura socială și instituțională care ar trebui să sprijine femeile antreprenoare. Printre principalele deficiențe se numără lipsa serviciilor accesibile și adecvate pentru îngrijirea copiilor și a persoanelor vârstnice, absența programelor after-school bine dezvoltate, precum și insuficiența reglementărilor ar transforma antreprenoriatul feminin într-o opțiune profesională la fel de atractivă și viabilă ca angajarea tradițională. Fără aceste elemente esențiale de sprijin, România riscă să irosească potențialul economic al antreprenoriatului feminin, care ar putea contribui semnificativ la inovare, ocuparea forței de muncă și creșterea economică.

În schimb, percepția privind accesul femeilor la resurse este mai favorabilă, România obținând un scor de 4,47, apropiat de media economiilor cu venituri medii (4,62), deși încă sub media globală (5,02) și cea a economiilor dezvoltate (5,40). Acest rezultat reflectă progrese reducerea decalajelor de gen în

cea ce privește accesul la finanțare și piețe, dar evidențiază totodată persistența unor diferențe semnificative față de standardele atinse în economiile mai avansate.

9.6 Implicații politice pentru România

Pe baza evaluărilor experților, România trebuie să adopte o abordare strategică pentru consolidarea mediului antreprenorial, axată pe patru direcții prioritare: **sprijinirea antreprenoriatului feminin, facilitarea accesului la finanțare, dezvoltarea educației antreprenoriale și promovarea afacerilor sustenabile și ecologice.**

Deși accesul femeilor la resurse (scor 4,47) se apropie de media economiilor cu venituri medii, sprijinul social rămâne insuficient (scor 3,43). Este esențială implementarea unor politici publice care să includă stimulente fiscale pentru antreprenoare, servicii accesibile și de calitate pentru îngrijirea copiilor și a vârstnicilor, precum și măsuri legislative care să facă antreprenoriatul o alternativă viabilă și atractivă la angajarea tradițională.

Accesul limitat la capital continuă să fie o barieră majoră pentru start-up-uri și IMM-uri. Soluțiile recomandate vizează programe de finanțare dedicate inițiativelor inovatoare, acordarea de credite cu dobânzi reduse și garanții de stat, precum și atragerea capitalului privat și dezvoltarea pieței de capital de risc, elemente critice pentru susținerea antreprenoriatului cu potențial de creștere rapidă.

Scorul scăzut obținut la educația antreprenorială în învățământul preuniversitar evidențiază nevoia unei reforme în acest domeniu. Prioritățile includ formarea cadrelor didactice în competențe antreprenoriale, integrarea de programe educaționale interactive care să stimuleze gândirea critică, inovația și asumarea riscurilor, precum și crearea de parteneriate între școli, mediul de afaceri și universități pentru a dezvolta ecosisteme educaționale dinamice.

În contextul tranziției globale către practici verzi, România are oportunitatea de a promova antreprenoriatul verde prin facilități fiscale pentru investiții în tehnologii ecologice, sprijin financiar pentru inițiative antreprenoriale sustenabile și dezvoltarea de parteneriate public-private orientate spre dezvoltarea de clustere verzi și ecosisteme de inovare responsabilă.

Pentru a transforma ecosistemul antreprenorial într-un motor al creșterii durabile și al competitivității regionale, România trebuie să adopte politici publice coerente și proactive. Sprijinirea antreprenoriatului feminin, facilitarea accesului la resurse financiare, dezvoltarea unei educații antreprenoriale solide și orientarea spre sustenabilitate sunt elementele cheie ale unei strategii eficiente.

Referințe bibliografice

- Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2017). *The Global Entrepreneurship and Development Index 2016, The Global Entrepreneurship and Development Institute*, Springer Cham, Washington, DC., USA. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-63844-7>
- 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>
- 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>
- Arafat, M. Y., Saleem, I., Dwivedi, A. K., & Khan, A. (2020). Determinants of agricultural entrepreneurship: a GEM data based study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 345–370. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0536-1>
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- 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>
- 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>
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: A review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31–65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- 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>
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7–30. <https://doi.org/10.1080/135943200398030>
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- 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* (vol. 48, 253–289). Emerald Publishing Limited.
- Fernández, J., Liñán, F., & Santos, F. J. (2009). Cognitive aspects of potential entrepreneurs in Southern and Northern Europe: An analysis using GEM-data. *Revista de economía mundial*, 23, 151–178. Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/866/86612461008.pdf>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51147>

- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: GEM. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377>
- Hamdan, A., Ghura, H., Alareeni, B., & Hamdan, R. K. (2022). Entrepreneurship growth in emerging economies: New insights and approaches. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1944750>
- 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. <https://doi.org/10.69864/ijbsam.3-3.30>
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of political economy*, 87(4), 719–748. <https://doi.org/10.1086/260790>
- Kim, P. H., Aldrich, H. E., & Keister, L. A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5–22. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-0007-x>
- Komninos, D., Dermatis, Z., Anastasiou, A., & Papageorgiou, C. (2024). The Role of Entrepreneurship in Changing the Employment Rate in the European Union. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 18930–18951. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01841-z>
- 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*, 22, 94–116. <https://doi.org/10.1007/s10843-023-00342-5>
- 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/jeb.v10i4\(J\).2428](https://doi.org/10.22610/jeb.v10i4(J).2428)
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300–322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- OECD (2020). *The Missing Entrepreneurs 2020: Policies for Inclusive Entrepreneurship*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en>
- 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>
- Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., & Hansen, E. G. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & Environment*, 29(1), 3–10. <https://doi.org/10.1177/1086026615599806>
- 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>

- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2002). Using social cognitive career theory to predict self-employment goals. *New England Journal of Entrepreneurship*, 5(2), 47-56. <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-02-2002-B007>
- Simoes, 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>
- Statista (2023), *Average inflation rate from 1980 to 2030 in Romania*. Preluat la 11 noiembrie 2024, de la <https://www.statista.com/statistics/373209/inflation-rate-in-romania/>
- Szabó, T. P., Dézsi-Benyovszki, A., Benedek, B., & Györfy, L. Z. (2024). *Raport de țară 2022-2023 privind antreprenoriatul din România*, Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51602>
- Verheul, I., Stel, A. V., & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2), 151–183. <https://doi.org/10.1080/08985620500532053>
- Weber, E. U., & Milliman, R. A. (1997). Perceived risk attitudes: Relating risk perception to risky choice. *Management Science*, 43(2), 123-144. <https://doi.org/10.1287/mnsc.43.2.123>
- Williams, N., & Williams, C. C. (2014). Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: Some lessons from English deprived urban neighbourhoods. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 23–40. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0190-3>
- WorldBank. (2023a). *Romania At-A-Glance*. Preluat la 11 noiembrie 2024, de la <https://www.worldbank.org/en/country/romania/overview>
- WorldBank. (2023b). *Poverty in Romania*. Preluat la 11 noiembrie 2024, de la https://databankfiles.worldbank.org/public/ddpext_download/poverty/987B9C90-CB9F-4D93-AE8C-750588BF00QA/current/Global_POVEQ_ROU.pdf