

334.722:339.138

ANTREPRENORUL DE SUCCES ÎN MEDIUL DE AFACERI CONTEMPORAN

*Conf. univ. dr. Silvia IORDACHE, ASEM
silvia.buciuscan@gmail.com*

Farmecul unei afaceri pe cont propriu este tentant pentru mulți antreprenori. Visul de a avea propria afacere, dorința de a câștiga și de a deveni propriul său șef îi determină pe mulți să urmeze calea către independența financiară. Este recunoscut faptul că succesul sau insuccesul activității antreprenoriale și al afacerii, în general, depinde, în mare măsură, de antreprenor, de personalitatea, competența și capacitatea acestuia de a conduce eficient.

Cuvinte-cheie: antreprenor, profit, antreprenariat de succes, responsabilitate, creșterea vânzărilor, cifra de afaceri, marketing eficient.

JEL: M1.

Introducere

Antreprenorul este persoana care dezvoltă o afacere de antreprenariat, asumându-și, în acest sens, anumite riscuri, cu scopul de a obține profit din activitatea pe care o desfășoară. El cunoaște foarte bine mediul de afaceri, piața de desfacere, știe să se adapteze ușor schimbărilor ce au loc și, în cele mai multe cazuri, poate preveni situațiile-problemă.

Întreprinzătorul este coordonatorul unei activități, care, de obicei, îmbină resursele necesare pentru inițierea unei afaceri, angajează persoanele de care are nevoie, stabilește strategia și direcția de activitate a companiei, cu scopul de a-și atinge obiectivele propuse [1, p. 17].

Majoritatea antreprenorilor nu pot, de sine stătător, să-și dezvolte afacerea gândită. Ei au nevoie de angajați competenți și calificați, pe care să-i motiveze și să-i organizeze într-o mare echipă, care va munci zilnic pentru a implementa ideea de afaceri a antreprenorului și pentru a obține rezultatele preconizate de către acesta.

Termenul de antreprenor provine de la cuvântul francez „entrepreneur” și prezumă o persoană care inițiază și execută o activitate pe cont propriu. În viziunea economistului francez *Jean-Baptiste Say*, antreprenor înseamnă „persoana care înființează o întreprindere, acționează ca

334.722:339.138

A SUCCESSFUL ENTREPRENEUR IN A MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

*Assoc. Prof. PhD Silvia IORDACHE, ASEM
silvia.buciuscan@gmail.com*

The charm of a business on its own is tempting for many entrepreneurs. The dream of having one's own business, the desire to win and become its own chief leads many to follow the path to financial independence. It is recognized that the success or failure of entrepreneurial activity and business generally depends to a large extent on the entrepreneur, his personality, competence and ability to lead effectively.

Key words: entrepreneur, profit, successful entrepreneurship, responsibility, sales growth, turnover, net profit, efficient marketing.

JEL: M1.

Introduction

The entrepreneur is the person who develops an entrepreneurial business, assuming certain risks in this respect, in order to obtain profit from the activity that it carries out. He knows the business environment very well, the sales market knows how to adapt easily to the changes that take place, and in most cases can prevent problem situations.

The entrepreneur is the coordinator of an activity that usually combines the resources needed to start a business, hires the people it needs, sets the company's strategy and direction in order to achieve its goals [1, p. 17].

Most entrepreneurs cannot stand alone to develop their business. They need competent and skilled employees to motivate and organize them into a large team, a team that will work every day to implement the entrepreneur's business idea and achieve the results expected by the entrepreneur.

The term entrepreneur comes from the French word “entrepreneur” and means a person who initiates and carries out an activity on his own. In the view of French economist *Jean-Baptiste Say*, an entrepreneur means “the person who establishes an enterprise, acts as an intermediary between labor and capital, transforming economic

intermediar între muncă și capital, transformând în timp resursele economice într-un profit mai mare, iar în consecință culege roadele” [1, p.18].

Ce este succesul? Cum să ai succes în viață? Sunt întrebări care ne frământă pe mulți dintre noi. În acest articol, voi încerca să răspund la aceste întrebări, să definesc principalele criterii și secrete ale succesului. Se spune că, în viața de zi cu zi, există o bandă neagră de ghinion, iar altă bandă albă este – de succes și omul are libertatea să-și aleagă calea pe care o dorește și o consideră utilă pentru el [7].

Material și metodă

Despre calitățile unui antreprenor se poate vorbi mult, este important de reținut că indiferent de situație, chiar dacă întreprinzătorul nu deține o experiență în această sferă, are multe de învățat și de muncit pentru a-și atinge scopurile propuse, iar în timp, rezultatele nu vor întârzia să apară.

Succesul nu este obținut din întâmplare, ci, mai degrabă, o regularitate, confirmată, în mod repetat, de către o experiență de viață pozitivă, care se formează datorită unui mod pozitiv de gândire și unui mod optimist de a trăi, o dorință puternică de a atinge cele mai înalte trepte în activitatea pe care o desfășoară.

Caracteristicile antreprenorului de succes:

1. *Dorința de a-și asuma responsabilitatea.* Antreprenorii simt o responsabilitate personală pentru afacerea în care sunt implicați, dar nu dau vina pe alții în caz de insucces. Preferă să accepte circumstanțele care sunt și să se folosească de acele resurse, care duc la realizarea obiectivelor pe care și le-au propus. Nu își încetează căutările până nu și-au îndeplinit scopurile. O formulă ce ar duce la obținerea rezultatelor este:

$$C + Rt = R \quad (1)$$

unde: C indică circumstanțe;
 Rt – răspunsul tău;
 R – rezultat.

Antreprenorii analizează, cu multă atenție, circumstanțele pentru a alege momentul cel mai oportun pentru afacerea lor. Deoarece sunt foarte realiști, ei anticipează și planifică atent acțiunile care duc la realizarea scopului propus, deci, caută răspuns la toate situațiile noi care apar pentru a obține rezultatele mult așteptate [3].

2. *Mentalitatea de a fi excelent în ceea ce face 100%.* Antreprenorii trebuie să aibă o putere mai mare de muncă și să fie mai motivați decât o persoană medie. Ei trebuie să uite, de multe ori, că

resources into a higher profit in time, and in the end harvests the fruits” [1, p.18].

What is success? How to be successful in life? There are questions that we are worried about many of us. In this article, I will try to answer these questions, to define the main criteria and secrets of success. They say that in everyday life, there is a black band of bad luck, and another successful white band and man has the freedom to choose the path he wants and finds it useful to him [7].

Material and method

The qualities of an entrepreneur can talk a lot, it is important to note that in any event, even if the entrepreneur has no experience in this area, has much to learn and to work hard to achieve their goals, and in time the results will be delayed to appear.

Success is not achieved by chance, but rather a regular, confirmed repeatedly by a positive life experiences, which are formed due to a positive way of thinking and a way optimistic of living, a strong desire to achieve the highest levels of activity.

Features of the successful entrepreneur:

1. *Desire to take responsibility.* Entrepreneurs feel a personal responsibility for the business they are involved in, but do not blame others if they fail. He prefers to accept the circumstances that are and to use those resources that lead to the achievement of the goals they have proposed. They do not stop searching until they have achieved their goals. A formula that would lead to the results is:

where: C – circumstances;
 Rt – your answer;
 R – result.

The entrepreneur carefully analyzes the circumstances to choose the most appropriate time for his business. They are very realistic, they anticipate and plan carefully the actions which lead to goal, so seek an answer to all new situations that arise to get results than expected [3].

2. *Mentality of being excellent in what makes 100%.* Entrepreneurs must have a higher power at work and be more motivated than the average person. They should forget sometimes that the program is working eight hours a day. In many

programul de lucru este de opt ore pe zi. Uneori, se lucrează 6-7 zile pe săptămână, fără concedii și zile de odihnă. Unui asemenea efort nu-i pot face față decât persoanele deosebit de rezistente, cu un potențial energetic ridicat. Cu alte cuvinte, tot ce își propun să facă este bine să fie îndeplinit la 100% sau chiar 101%, pentru a avea un succes garantat. Dacă sarcinile se îndeplinesc până la 99%, s-ar putea să nu se obțină rezultatul scontat. Un calcul matematic a demonstrat acest lucru: $101^{365} = 37,8$; iar $0,99^{365} = 0,03$. Dacă s-ar extrage 101% radical din 365 de zile, s-ar obține un rezultat timp de un an de 37,8, iar la 99% din efortul pe care îl facem pentru realizarea sarcinilor poate să ducă la un rezultat aproape zero [3].

3. *Orientarea spre rezultate.* Antreprenorii doresc obținerea mai rapidă a performanțelor. Ei vor să-și verifice modul în care lucrează pentru a cunoaște precis momentul în care vor apărea rezultatele. Efortul pentru realizarea obiectivelor e deosebit, pentru că nimic nu le dă o mai mare satisfacție ca succesul în afaceri.

O formulă ideală, pentru oricare dintre antreprenorii care preconizează obținerea unor rezultate bune, ar fi:

$$(V + T + P) \times A > R, \quad (2)$$

unde: *V* exprimă visuri (vis nerealizabil);
T – ținte (vis cu termen limitat);
P – planifică;
A – acționează;
R – rezistența la schimbare (zona de confort).

Prin urmare, putem obține un rezultat doar în cazul în care toate acțiunile îndeplinite să fie mai mari decât zona de confort, în care ne aflăm și de care este greu să ne dezicem. Aceasta ar însemna să schimbăm ceva în viața noastră, să studiem ceva mai mult, să muncim mult mai mult, să facem lucruri care ne pot duce la realizarea visurilor mult dorite [3].

4. *Creștem vânzările și profitul.* Lorand Soares-Szasz este primul business-coach din Transilvania, format la cea mai mare firmă de business-coach din lume. La cursul său „Vânzări eficiente pentru afacerea ta”, descrie tehnici utile pentru creșterea vânzărilor, cum funcționează șasiul afacerii tale și cum poți crește numărul de clienți, cifra de afaceri și profitul. Poți să vinzi piulițe sau avioane, servicii de curățenie sau de consultanță. Poți să produci mobilă sau becuri economice. Poți să ai o afacere cu un singur angajat, cu 10, cu 1000 sau 20.000. Poți să ai se-

businesses, they work 6-7 days a week, with no rest leave. Such an effort can only be handled by people who are particularly stress-resistant, with a high energy potential. In other words, everything you want to do is better to meet 100% or even 101% to get a guarantee of success. If you perform tasks up to 99% you may not get the expected result. A mathematical calculation demonstrated this: $101^{365} = 37,8$ and $0,99^{365} = 0,03$. If we raise 101% to the radical in 365 days, we get one result for one year of 37.8, and 99% of the effort we make to carry out the tasks can lead to a near zero result [3].

3. *Orientation towards results.* Entrepreneurs want faster performance. They want to check their way of working to know precisely when the results will appear. The effort to achieve the goals is great, because nothing gives them more satisfaction than business success.

An ideal formula for any entrepreneur who wants to get good results would be:

where: *V* – dreams (dream unrealizable);
T – targets (limited term dream);
P – Planning;
A – act;
R – change resistance (comfort zone).

Therefore, we can achieve a result only if all the accomplished tasks are greater than the comfort zone we are in and it is difficult to refuse. That would mean changing something in our lives, studying something more, working harder, doing things that can lead us to the desired dreams [3].

4. *We are increasing sales and profits.* Lorand Soares-Szasz is the first business coach in Transylvania, formed by the world's largest business coach. At his "Efficient Sales for Your Business" course, he describes useful techniques for increasing sales, how your business chassis works, and how you can increase customer numbers, turnover, and profit. You can sell nuts or planes, cleaning or consultancy services. You can produce furniture or economic bulbs. You can have a one-employee deal with 10, 1000 or 20,000. You can have headquarters in Romania, China, America or South Africa. You can sell B2B or

diul în România, China, America sau Africa de Sud. Poți să vinzi B2B sau B2C. Se aplică în orice domeniu, orice dimensiune și orice locație pentru că structura de bază (șasiul) a firmelor este aceeași. McDonalds are același șasiu cu IKEA, Tarom, Vodafone, Coaching4you, magazinul din colțul străzii și contabilul care lucrează ca PFA și cu firma ta. Structura este întotdeauna aceeași [3].

B2C. Applies in any field, any size and location, because the basic structure (chassis) of the firms is the same. McDonalds has the same chassis with IKEA, Tarom, Vodafone, Coaching4you, street corner shop and accountant working as PFA and your business. The structure is always the same [3].

Firma are nevoie de un număr de contacte × % de conversie = Număr de clienți × numărul mediu de tranzacții × valoarea medie/ tranzacții = Cifra de afaceri × marja de profit = Profit Net/ Company needs a contact number × % conversion = Number of customers x average number of transactions × average valuation / transaction = Turnover × net profit margin = Profit

Creșterea numărului de contacte – presupune obținerea recomandărilor de la clienții existenți. Aceasta presupune să rugați clienții reali să facă recomandări în schimbul unor recompense (cadouri), oferind servicii sau produse gratis.

Conversia – preschimbarea unei recomandări sau oricărui contact direct cu firma în client real. Aceasta poate fi crescută prin folosirea de mărturii sau testimoniale „ce spun clienții despre noi”, fie prin mesaje, comentarii la pagina companiei de pe rețelele de socializare, cum ar fi Facebook, Instagram, Google+, LinkedIn etc., iar cele mai eficiente sunt mărturiile audio și video.

Numărul mediu de tranzacții / fidelizarea clienților – presupune o strategie de marketing care are ca scop construirea unei relații durabile cu clienții, din care fiecare parte să câștige. Așadar, această relație trebuie să fie una de tipul câștig/câștig pentru ca clientul să rămână fidel.

Valoarea medie / tranzacție – aceasta presupune aplicarea metodelor de fidelizare a clienților, care depinde de tipul de activitate pe care îl desfășoară compania. Comunicarea cu clientul și modul cu care este tratat este esențială. Aceste aspecte nu fac parte neapărat dintr-o campanie de fidelizare, ci trebuie să fie implementate în fiecare zi. Printre metodele cele mai cunoscute de fidelizare a clienților se numără: bonusurile, reducerile, cardurile de fidelitate sau alte tipuri de bonificații.

Marja netă de profit – un indicator financiar de profitabilitate, care ne arată în procente cât de profitabilă este activitatea totală a unei companii. Cu cât procentul este mai mare, cu atât firma, din punctul de vedere al profitabilității, este mai stabilă și ne sugerează o situație bună a acesteia. Aceasta presupune costuri cât mai reduse ce ar garanta profituri [8].

Increase contacts – involves getting recommendations from existing customers. This implies that you pray real customers to reconcile in return for rewards (gifts), offering services or free products.

Conversion – Changing a recommendation or any direct contact with the firm in a real client. It can be increased by using testimonials “what our customers say about us”, either through messages, comments on the company's social networking page such as Facebook, Instagram, Google+, LinkedIn, etc., and the most effective ones are audio and video testimonials.

Transaction environment number / customer loyalty – involves a marketing strategy that aims to build a lasting customer relationship from which each party can win. So this relationship must be one of the win / win type so the customer remains faithful.

Average Valuation / Transaction – this involves applying customer loyalty methods that depend on the type of business the company carries out. Communication with the client and how it is treated is essential. These issues are not necessarily part of a loyalty campaign, but must be implemented every day. Among the most popular customer loyalty methods include bonuses, discounts, loyalty cards or other bonuses.

Net profit margin – a profitability indicator that shows how profitable a company's total business is. The higher the percentage, the more profitable the company is, and it suggests a good situation for it. This entails lower costs that would guarantee profits [8].

Net profit – is the residual income of a firm after adding total earnings and earnings and lowering all expenses and losses for the reporting period [9].

Profit net – este venitul rezidual al unei firme, după adăugarea veniturilor totale și câștigurilor și scăzând toate cheltuielile și pierderile pentru perioada de raportare [9].

5. *Marketing eficient.* „Să faci afaceri fără publicitate e ca și cum ai face cu ochiul unei fete pe întuneric. Tu știi ce faci, dar nimeni altcineva nu știe.” E un citat de Stewart Henderson Britt care exprimă excelent ce mult contează să fii vizibil [2].

Antreprenorii de succes se străduiesc mereu să iasă în evidență în piață, să fie cât mai cunoscuți. Ideal ar fi „să te vorbească tot orașul”, fără să fie nevoie să investești bani mulți în asta. Evident, este esențial să te vorbească de bine. Din fericire, există câteva metode, care pot să crească vizibilitatea firmei tale, fără să cheltuiești sume uriașe pe publicitate:

- ✓ Implică-te în comunitatea în care îți desfășori activitatea prin proiecte sociale, donează pentru cauze nobile;
- ✓ Dacă ești un expert în domeniul tău de activitate, cu siguranță, ai cunoștințe pe care poți să le împărtășești comunității locale, deschide un blog pe care să publici, în mod regulat, informații valoroase despre ceea ce faci mai bine și contribuie la un nivel ridicat de educație pe piață;
- ✓ Ai descoperit ceva revoluționar pentru domeniul tău, ai introdus un serviciu special pentru clienții tăi – adu-l la cunoștință tuturor;
- ✓ Asigură-te că pagina firmei pe rețelele de socializare este creativă și te reprezintă, astfel, încât să-ți impresionezi clienții;
- ✓ Fii viral, folosește rețelele de socializare media, fă postări și videoclipuri, care să devină virale și să-ți aducă notorietate fără mari cheltuieli pe publicitate [2].

6. *Crearea unei echipe.* Este mult mai practică angajarea unor salariați de primă mână, care sunt buni în domeniul-cheie, în care antreprenorul nu este excelent. Dacă antreprenorul este orientat, de exemplu, spre produs, trebuie să caute un specialist mai bun decât el în domeniul marketing sau vânzări. Este foarte important să investești în echipa de salariați pentru a crea profesioniști și a delega responsabilitățile.

Unul din motivele, pentru care o parte din antreprenori rămân la un oarecare nivel de dezvoltare, este acela că ei încearcă din răsuputeri să controleze singuri întreg procesul de activitate, fără a delega responsabilități altor subalterni. Tot

5. *Effective marketing.* “Doing business without advertising is like blink with an eye at a girl in the night. You know what you're doing, but nobody else knows”. It's a quote by Stewart Henderson Britt who expresses greatly how much it matters to be visible [2].

Successful entrepreneurs are always striving to stand out in the market, to be as familiar as possible. Ideally it would be “talking the whole city” without having to invest much money in this. Obviously, it is essential to speak well. Fortunately, there are some methods that can increase your company's visibility without spending huge amounts of advertising:

- ✓ Involved in the community where you work through social projects, donate for noble causes;
- ✓ If you are an expert in your field of activity, you certainly have knowledge that you can share with your local community, open a blog that regularly publishes valuable information about what you do best and contributes to a high level of education on market;
- ✓ You have discovered something revolutionary for your field, introduced a special service for your clients – add to everyone's knowledge;
- ✓ Ensure that the social networking page of the company is creative and represents you so that you impress your customers;
- ✓ Be viral, use social media networks, make posts and videos to become viral and gain popularity without spending on advertising [2].

6. *Creating a team.* It is more practical to employ first-hand employees who are good in the key area and where the entrepreneur is not excellent. If the entrepreneur is oriented, for example, on the product, he needs to look for a better marketing or sales specialist. It is very important to invest in the team to create professionals and delegate responsibilities.

One of the reasons why some of the entrepreneurs remain at some level of development is that they are trying hard to control the whole process themselves, without delegating responsibilities to other subordinates. For this reason, the business remains at the same level, there are no innovations, no change in the range of products or services provided, the number of customers gradually decreases, and in a few years it is not

din acest motiv, afacerea rămâne la același nivel, nu se introduc inovații, nu se modifică asortimentul produselor sau serviciilor prestate, numărul clienților, treptat, se reduce, iar, în câțiva ani, nu este exclus faptul ca întreprinderea să ajungă în pragul falimentului. De aici, rezultă că nu este atât de important ca antreprenorul să posede aptitudini în toate domeniile, ci mai degrabă să-și formeze o echipă puternică, alături de care va munci, oferindu-le subalternilor recomandări și idei pentru implementarea proiectului său în realitate [3].

Rezultate și discuții

Fiecare persoană de succes își creează stabilitate și siguranță la locul de muncă, armonie și pace în familie, își alege hobby-urile sale și, nu în ultimul rând, are grijă de sănătatea sa, așa cum se cuvine.

Lucrul îndeplinit doar pentru bani, carieră, faimă sau realizare personală, nu-l face pe om să aibă succes, ci doar demonstrează ambițiile sale. A te descoperi, a-ți afla talentul și a uimi o lume întreagă cu el – iată fericirea, iată succesul adevărat. Dar, de fapt, în zilele noastre, oamenii râvnesc să obțină beneficii pe termen scurt, fie o muncă plătită, fie o promovare rapidă, uitând totalmente de nevoia spirituală de realizare și ajung, astfel, la o vârstă când constată că au alergat toată viața după ceva și nu observă ce au obținut în acest ritm de viață.

Wilson Airlie spunea: „Succesul este întotdeauna o chestiune de noroc — acest lucru vi-l poate spune orice ratat” [7].

Bine ar fi ca fiecare din noi să facă diferență dintre noțiunea de succes și cea de noroc. Norocul este oportunitatea de a deveni o persoană de succes, care poate să nu se realizeze până la final, iar succesul este starea lăuntrică a unei persoane, care nu vine imediat, ci treptat, având la bază o concentrație asupra propriilor dorințe, acțiuni concrete pentru punerea în aplicare a acestora, stare de spirit excelentă, bunăstare financiară, relații bune cu cei apropiați și autorealizare pe plan profesional [7].

Putem afirma că:

- ❖ Șansa se oferă o singură dată și este considerată succes;
- ❖ Norocul este succesul avut de două-trei ori;
- ❖ Succesul real este succesul multiplu;
- ❖ Succesul permanent este cel care se caracterizează printr-un spirit de optimism și bucurie, încredere în sine și dorința arzătoare de a trăi, de a merge și de a se dezvolta și mai mult.

excluded that the company will go bankrupt. Hence, it is not so important for an entrepreneur to have skills in all areas, but rather to create a strong team with whom he will work, providing them with recommendations and ideas for implementing his project in reality [3].

Results and discussions

Every successful person creates stability and safety at work, harmony and peace in the family, chooses his hobbies and, last but not least, takes care of his health, as appropriate.

Work done only for money, career, fame or personal achievement – does not make man successful, but only demonstrates his ambitions. Finding yourself, discovering your talents and stunning a whole world with him – that's happiness, here's true success. But in fact today people are eager to get short-term benefits, either paid or fast-paced, completely forgetting the spiritual need for accomplishment, and thus reach an age when they find that they have run all their lives after something, and They do not see what they have achieved in this rhythm of life.

Wilson Airlie said: “Success is always a matter of luck – this can be said by anybody who misses you” [7].

It would be good for each of us to make a difference between the notion of success and luck. Luck is the opportunity to become a successful person, which may not be accomplished until the end, and success is the inner state of a person who does not come immediately, but gradually based on a concentration on his own desires, concrete actions for putting in their application, excellent mood, financial well-being, good relations with the close ones and professional self-realization [7].

We can say that:

- ❖ The chance is offered once and is considered as a success;
- ❖ Luck is the success two or three times
- ❖ Real success is three, four, five, and many times
- ❖ Permanent success is characterized by a spirit of optimism and joy, self-confidence and a keen desire to live, go and grow more and more.

To achieve success in life it is very important to understand 3 things:

- Each person with his thoughts and actions forms his own life, his social

Pentru a atinge succesul în viață, este foarte important să fie înțelese trei lucruri:

- Fiecare persoană cu gândurile și acțiunile sale își formează propria viață, cercul lui social, scopurile sale.
- Fiecare persoană e responsabilă de destinul și acțiunile sale.
- Fiecare eveniment din viața fiecăruia dintre noi nu este întâmplător, dar rolul hotărâtor pentru destinul omului îl are atitudinea personală, vizavi de tot ceea ce se întâmplă în jur.

Totodată, o criză constituie un moment excelent de a pune în aplicare ideile inovatoare, proiectele care-și așteaptă de mult timp implementarea în practică. Întotdeauna, există o cale și pentru cei tineri, care, fiind pasionați de un anumit domeniu, se dedică total acestuia.

Fiecare persoană are un scop măreț în viață, doar că nu fiecare dintre noi își manifestă dorința de a-l înțelege și foarte puțini au puterea și entuziasmul să-l atingă [5, p. 25].

Majoritatea oamenilor ar dori să obțină succese în viață, dar nu știu ce trebuie să facă pentru aceasta, de aceea, preferă să nu facă nimic. Frica de a greși sau posibilitatea de a eșua sunt principalele motive prin care ei încearcă să-și justifice inacțiunile lor. Succesul nu este un fenomen care vine pe neașteptate. Pentru a reuși trebuie să muncim foarte mult și să avem anumite calități indispensabile reușitei, ca hotărâre, risc, bunăvoință, încredere în propriile forțe și noroc.

Ingredientele succesului nu pot fi prescrise de nimeni. Însă cel care are nevoie de succes îi atribuie reușitei un sens aparte. Pentru unii, principalul scop în viață este de a ajunge la vârful piramidei, pentru alții este situația ideală pentru un trai fără griji și neliniști. Astfel, putem deduce că succesul depinde de dimensiunile intereselor și realizarea scopurilor propuse în viață [5, p. 28].

La fel, despre succese și eșecuri vorbește și Robert Kiyosaki, care, în numeroasele sale cărți spunea: „Provocarea, pe care trebuie să o înfruntăm, este de a accepta mai întâi eșecul și apoi victoria” [4].

Propria experiență este cel mai bun profesor, iar experiența nu se poate câștiga din cărți, ea se obține doar acționând și învățând din greșeli. Pentru a avea succes, este necesar de a determina factorii care ar putea provoca eșecul și planul de acțiune spre realizarea obiectivelor propuse și, cu siguranță, veți reuși [6, p. 7].

circle, his goals.

- Every person is responsible for his destiny and actions.
- Every event in each of us is not accidental, but the decisive role for man's destiny has his personal attitude towards everything that is happening around us.

All at once, a crisis is an excellent time to implement innovative ideas, projects and expected long practical implementation. There is always a way and for the young people who are passionate about a particular field are totally dedicated to it.

Every person has a great purpose in life, but not every one of us has the desire to understand it, and very few have the power and the enthusiasm to touch it [5, p. 25].

Most people would like to get success in life but do not know what to do for it, therefore, prefer to do nothing. Fear of mistakes or the possibility of failure are the main reasons why they try to justify their inactions. Success is not a phenomenon that comes unexpectedly. To succeed we must work very hard and have certain qualities essential to success, that decision, risk, kindness, self-confidence and luck.

The ingredients of success can not be prescribed by anyone. But who needs success successful assigns special meaning. For some, the main goal in life is to reach the peak of the pyramid, for others it is the ideal situation for a life free of worries and anxieties. Thus we can conclude that the success depends on the size of interests and achieving goals in life [5, p. 28].

The same about successes and failures speaks, Robert Kiyosaki in his many books said: “The challenge we have to face is first to accept the failure and then the victory” [4].

Their own experience is the best teacher, and experience can not be gained from books, it is only gained by acting and learning by mistake. To be successful it is necessary to determine the factors that could cause failure and action plan to achieve those objectives and you will certainly succeed [6, p. 7].

Conclusions

Psychologists have discovered that man has the ability to invent hundreds and thousands of excuses in order to do nothing. From this, it would be advisable to analyze frankly, the possibilities and the impossibilities to do something when we

Concluzii

Psihologii au descoperit că omul are capacitatea de a inventa sute și mii de scuze în scopul de a nu face nimic. Din această cauză, ar fi recomandabil de a analiza sincer posibilitățile și imposibilitățile de a face ceva în momentul în care vrem să renunțăm la lucrul dat, fiindcă de modul în care acționăm, depinde succesul nostru.

Fiecare om poate avea succes, însă pentru a ajunge la el, ar trebui să nu ezite și să nu aștepte ani de-a rândul cea mai favorabilă oportunitate. El trebuie să acționeze cât mai curând, încercând să găsească calea cea mai potrivită pentru a ajunge la punctul final. Pentru a avea succes în afaceri e necesar de îmbinat studiile, munca de zi cu zi, sârguința, experiența acumulată în decursul anilor și puțin noroc [4].

Succesul este o acțiune care presupune o răsplată: o notă mare, un serviciu prestigios sau chiar admirația celor din jur. În urma eforturilor depuse, dacă nu suntem răsplățiți, atunci simțim o dezamăgire profundă, care se poate transforma în insucces.

want to give up this work, because the way we act depends on our success.

Everyone can be successful, but to reach it, you should not hesitate and do not wait for years among the most favorable opportunity. He must act as soon as possible, trying to find the appropriate way to reach the end point. To succeed in business, it is necessary to combine studies, daily work, diligence, experience gained over the years and a little luck [4].

Success is an action that involves a reward: a great touch, a prestigious service or even the admiration of others. Following efforts if we are rewarded when we feel a profound disappointment can turn into failure.

Bibliografie/Bibliography:

1. BUGOIAN, L., CATANOI, V., COTELNIC, A., *Antreprenariat: inițierea afacerii*. Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău 2010. ISBN 978-9975-9649-4-4.
2. SOARES-SZASZ, Lorand. *Cinci pași pentru a crește afacerea ta*. Curs video-online.
3. SOARES-SZASZ, Lorand. *Ghid pentru vânzări – 261 strategii de marketing și vânzări*. Curs video-online.
4. MICUL BUSINESS portal. Definiția succesului. <http://www.antreprenor-su/2012/03/antreprenor-intreprinzator.html>
5. SOLCAN, Angela. *Bazele antreprenariatului: Dezvoltarea unei afaceri mici*, Chișinău: AMF, 2006
6. CIUMAC, Ghenadie. *Antreprenariat*, Chișinău: ASEM, 2012
7. MICUL BUSINESS portal. *Cum să ai succes în viață*. <http://www.antreprenor-su/2012/06/cum-sa-ai-succes-in-viata.html>
8. CONTABILUL DESCURCĂREȚ. *Marja netă a profitului – formula, interpretare, exemplificare*. <https://www.contzila.ro/marja-neta-a-profitului-formula-interpretare-exemplificare/>
9. WIKIPEDIA Enciclopedia liberă. https://ro.wikipedia.org/wiki/Profit_net