



TÂNĂR ANTREPRENOR ÎN ROMÂNIA

*Revistă editată de
Societatea Antreprenorială a Studenților UVAB
Magazine edited by
VAUB Students' Entrepreneurial Association*



Anul VI, nr. 6
2023

Editura „Alma Mater” / „Alma Mater” Publishing House
Bacău, 2023

© Toate drepturile sunt rezervate SAS. (All rights reserved SAS)

ISSN 2602-0300,

ISSN-L 2602-0300

EDITURA „ALMA MATER” BACĂU / „ALMA MATER” PUBLISHING HOUSE

EDITOR-ŞEF (CHIEF EDITOR): Roxana Mironescu, preşedinte SAS (SEO president)

CONSILIERI LITERARI (LITERARY ADVISOR): Petronela Savin

Ioan Dănilă

CONSILIER EDITORIAL (EDITORIAL ADVISOR): Daniela Florescu,

responsabil numărul 6 (number 6 editor responsible)

COLEGIUL DE REDACŢIE (EDITORIAL BOARD): Lyudmila Mihaylova (conf. univ. dr., Facultatea de Business și Management, Universitatea „Anghel Kanchev” din Ruse, Bulgaria/assist. professor, Business and Management Faculty, Anghel Kanchev University, Ruse, Bulgaria), Roxana Ardeleanu, Constantin Şufaru, Costel Ceocea

CORECTURA (CORRECTION TEAM): Grupul „Româna corectă” al Facultății de Litere – Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău/”Correctly Romania” Group; coordonator/coordonator, conf. univ. dr./assist. professor Ioan Dănilă „Vasile Alecsandri” University of Bacău; Amalia-Melissa Antal, Gabriela Balan, Elena-Luminița Balan, Florina-Ioana Bârjovanu, Florentina-Cristiana Belu, Diana-Ştefania Biliboc, Andreea-Mădălina Bocăneţ, Nicoleta Bondalici, Bianca-Elena Burghilea, Daniela Caea, Crina Cîrjău, Ana-Maria Crimu, Ionela Cuculescu, Irina-Elena Dițu, Elena-Mihaela Dulcescu, Miruna Dumitriu, Alexandra Ferăstrăoaru, Ionela Florea, Andra-Teodora Grigore, Andra-Georgiana Holban, Leonard Iacobuş, Andrei Iancu, Andreea-Oana Irimia, Eduard-Iulian Ivaşc, Dorina-Maria Laslău, Marina-Larisa Mareş, Adriana-Cristina Matei, Andreea-Loredana Mihai, Alexandra Nastasă, Denisa-Costina Oprea, Celina-Gabriela Pavel, Diana-Mariana Potîrniche, Ştefania Pravăţ, Andra-Denisa Prențu, Luigi Sociu, Andrei Stanciu, Andreea-Silviana Toma, Andrei Tudorache, Alexandra Țaga, Elena-Ancuța Țurcan, Lavinia-Antonela Voidoc,

REDACTIA (EDITORIAL OFFICE):

Bacău, Str. Spiru Haret, nr. 8, Corp C, C19

E-mail: sas@ub.ro

<https://antreprenoriatsas.wordpress.com/revista-sas/>

**EDITORIAL**

*CONSIDERAȚII ASUPRA IMPACTULUI INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ÎN AFACERI
(CONSIDERATIONS ON THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IMPACT IN
BUSINESS), ROXANA MIRONESCU*

5

EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ (ENTREPRENEURIAL EDUCATION)

BIAS ÎN ORGANIZAȚII (BIAS ÎN ORGANIZATION)

13

*MIC DICȚIONAR DE TERMENI ECONOMICI (SMALL DICTIONARY OF
ECONOMIC TERMS)*

40

PROIECTE UVAB (UVAB PROJECTS)

57

BIOGRAFII LEXICALE /LEXICAL BIOGRAPHIES

REZILIENȚĂ – UN CUVÂNT NOU? (RESILIENCE – A NEW WORD?)

Ioan DĂNILĂ

60

**FILE DIN ISTORIA ANTREPRENORIATULUI ÎN ROMÂNIA (PAGES IN THE
ENTREPRENEURS' HISTORY IN ROMANIA)**

TIBERIU EREMIE, Daniela FLORESCU

64

CENTRAT PE STUDENT!	
<i>SRESUL LA CADRELE DIDACTICE (TEACHER`S STRESS), Mihaela Monica MURARU</i>	56
<i>DISCRIMINARE ȘI ECHITATE ÎN MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE (DISCRIMINATION AND EQUITY IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT), Alice-Bianca ZAMFIRESCU</i>	76
<i>VALORIFICAREA ELEMENTELOR DE CULTURĂ LOCALĂ. „PE URMELE LUI GLĂVAN!” (VALUATION OF ELEMENTS OF LOCAL CULTURE. "FOLLOWING GLĂVAN'S FOOTSTEPS!"), Mihaela TELETIN (LEFTER)</i>	91
<i>CE TREBUIE SĂ ȘTII ATUNCI CÂND VREI SĂ TE FACI JURNALIST? (WHAT YOU NEED TO KNOW WHEN YOU WANT TO BECOME A JOURNALIST), Andreea Aurora ACHIVEI</i>	107
<i>IMPORTANȚA RESURSELOR UMANE ÎN ECONOMIA BAZATĂ PE CUNOAȘTERE (THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY), SAAD ALANSSARI</i>	109
<i>ANTREPRENORIATUL – ABILITĂȚI PENTRU VIAȚĂ (ENTREPRENEURSHIP – SKILLS FOR LIFE), Camelia PLETAN</i>	116
<i>EDUCAȚIA, OPORTUNITATE ȘI NECESITATE ÎN DEZVOLTAREA UNEI CARIERE DE SUCCES (EDUCATION, OPPORTUNITY, AND NECESSITY IN DEVELOPING A SUCCESSFUL CAREER), Dana-Raluca MORARU</i>	126
<i>CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ (ORGANIZATIONAL CULTURE), Bianca-Elena DAVID</i>	133
ANONIMI CELEBRI (FAMOUS ANONYMOUS) EUGENIU COȘERIU	145
CONECTAT LA REALITATE (CONECTED TO REALITY)	
<i>INTERVIUL EDIȚIEI, ȘERBAN NICOLAE LUCIAN</i>	163
<i>RECENZIE CARTE (BOOK REVIEW), Ion Chitoroga</i>	170
<i>TOP 10 CĂRȚI DE ANTREPRENORIAT (TOP 10 BOOKS OF ENTREPRENEURSHIP)</i>	173

EDITORIAL

CONSIDERAȚII ASUPRA IMPACTULUI INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ÎN AFACERI

Roxana MIRONESCU

Inteligența artificială are o arie largă de aplicabilitate în mediul de business, inclusiv în domeniul eficientizării proceselor legate de resursele umane sau de corelarea informațiilor de afaceri. Cercetătorii din lumea întreagă au reticențe legat de viitorul inteligenței artificiale în domeniul afacerilor, în mod special, în legătură cu acele locuri de muncă considerate a fi *blue-collar*. Inteligența Artificială va scoate tehnologia digitală din dimensiunea sa bidimensională și o va transfera spre spațiul fizic tridimensional, pentru orice individ.

În timp ce conceptul de Inteligență Artificială este un fenomen nou pentru societatea contemporană, el nu este necunoscut, deoarece domeniul modern al IA a apărut în 1956, dar a fost necesar să treacă decenii de muncă intensă, pentru ca un progres semnificativ să se poată observa în dezvoltarea IA și pentru a o aplica într-un sistem tehnologic real.

În afaceri, IA are un domeniu vast de aplicabilitate. *De facto*, majoritatea oamenilor de afaceri interacționează cu IA, într-o formă sau alta, aproape cotidian, de la cele mai mărunte aspecte la cele spectaculoase, toate procesele din afacerile de tip industrial sunt, practic, invadate de IA. Privită, mai degrabă, ca un instrument suport decât ca un înlocuitor al inteligenței umane, având suficient de multe dificultăți în realizarea unor sarcini de lucru obișnuite în lumea reală, ea este adoptată ca o soluție pentru procesarea și analiza de date, și mai puțin pentru substituirea creierului uman. IA, ca aplicație, poate furniza trasee acționale pe care un utilizator uman să le poate folosi cu ușurință, poate anticipa posibilele consecințe ale unui act decizional, eficientizând, astfel, procesul de adoptare a deciziei de afaceri. Amintim aici câteva dintre aplicațiile uzuale ale IA în domeniul afacerilor: învățarea automată, securitatea cibernetică, managementul relațiilor cu clienții, navigarea pe Internet, asistenții personali. Software, ca: Salesforce sau Zoho CRM, solicită aportul consistent al omului, pentru a menține acuratețea și actualitatea lor. IA poate recunoaște un atac cibernetic și orice altă formă de intruziune electronică și, odată detectată amenințarea, poate să urmărească informația, pentru a detecta sursa și a putea preveni orice atac ulterior. IA este integrată perfect și în operațiunile bancare obișnuite; toți roboții pot fi folosiți ca asistenți personali ai managerilor, pentru gestionarea mesajelor pe e-mail, pentru actualizarea calendarului de evenimente și chiar pentru furnizarea de soluții de eficientizare a muncii de conducere.

Conform unor studii recente, mai mult de jumătate din antreprenori folosesc IA pentru securitatea cibernetică și pentru combaterea fraudelor, aproximativ 46% din aceștia utilizează IA pentru comunicarea internă a companiei lor, una din trei afaceri intenționează să folosească ChatGPT pentru scrierea de conținuturi, inclusiv în limbi străine, în timp ce 97% dintre acești oameni de afaceri sunt convinși că ChatGPT poate să fie de un real folos pentru viitorul afacerii lor, aproape 2/3 dintre aceștia cred că IA va îmbunătăți relația cu piața de desfacere.

Afacerile se îndreaptă către IA, ca instrument de ameliorare și de perfecționare a operațiunilor lor. În conformitate cu studii instrumentate de Forbes Advisor, domeniile în care afacerile se interferează cu IA, într-o mare măsură, sunt: managementul relațiilor cu clienții (46% din răspunsurile colectate de la antreprenori), asistenți personali digitali (47%), efectuarea inventarelor (40%), elaborarea de conținuturi (35%). De asemenea, IA este utilizată pentru recomandarea produselor, contabilitate, operațiunile din lanțul de aprovizionare, recrutarea și furnizarea de talente, segmentarea pieței. IA joacă un rol semnificativ în susținerea anchetelor în rândurile consumatorilor, mai ales pentru grupurile panel (61% folosesc IA pentru optimizarea e-mail-urilor trimise clienților, în timp ce 55% folosesc IA pentru servicii personalizate, așa cum sunt recomandările de produse/servicii, publicitate personalizată, realizarea de website-uri). IA este, de asemenea, înrolată în call-center-uri sau în realizarea de mesaje text optimizate.

Având IA din ce în ce mai prezentă în diversele canale de comunicare cu clienții, consumul general devine din ce în ce mai eficient și mai personalizat.

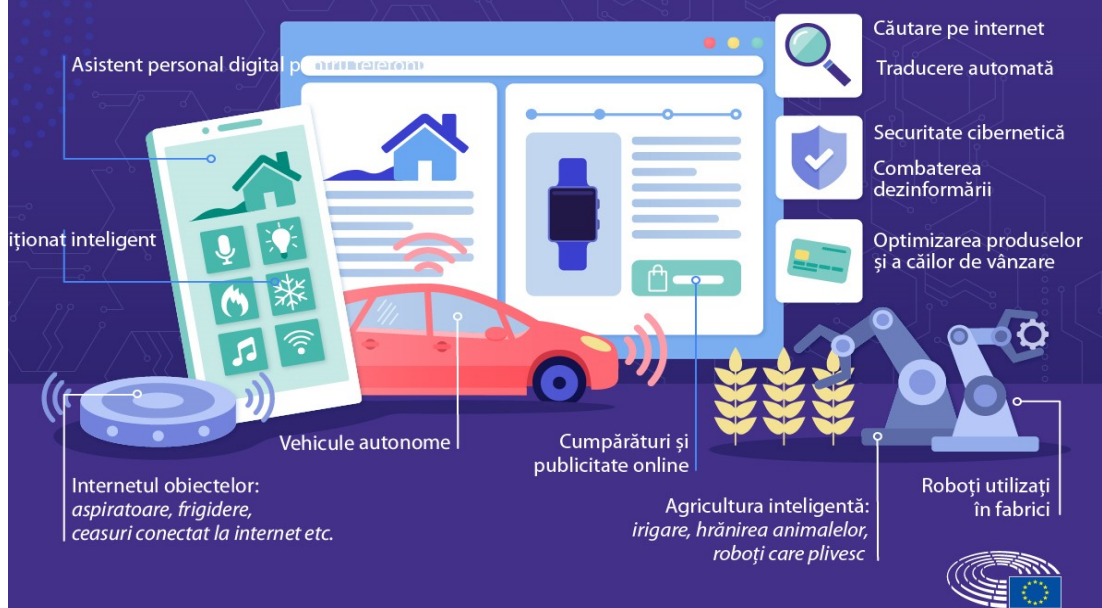
Chiar dacă există anumite îngrijorări, cum ar fi dependența de tehnologie și potențiala reducere a locurilor de muncă, majoritatea oamenilor de afaceri intervievați întrevăd un impact pozitiv al implementării IA. Beneficiile anticipate ale ChatGPT, așa cum sunt generarea rapidă de texte, personalizarea experiențelor comerciale ale clienților și eficientizarea proceselor din cadrul unui job, demonstrează potențialul transformațional al IA în diferite aspecte ale afacerilor.

Progresele realizate în tehnologia IA au reformat compartimentele de Resurse Umane, capacitând profesioniștii din acest domeniu să utilizeze mai larg învățarea automată și algoritmi de eficientizare a proceselor de muncă, să reducă fenomenul de discriminare, să întărească capacitatea de a realiza analize și de a lua decizii. În secolul 21 economia constrânge lucrătorii să funcționeze ca echipe dinamice și reconfigurabile, care se pot adapta rapid la cerințele afacerii și la noile cerințe ale pieței - oricând, oriunde și în orice amplasament fizic. Viitorul muncii necesită un nou nivel de adaptabilitate pentru multe companii, inclusiv implementarea noului „normal” al unei forțe de muncă hibride, mutabile. O cercetare a organizației Future of Work, din 2022, anticipează, că, începând cu acest an, 60% din 2000 de afaceri de pe tot globul va folosi IA și instrumentele de învățare automată, pentru a sprijini evoluția experiențelor profesionale ale angajaților.

Inteligența artificială

Utilizare zilnică și potențială

Câteva exemple despre cum folosim deja IA și despre posibilitățile pe care le oferă aceasta



Până în 2024, studiul prevede că aproximativ 80% dintre manageri vor folosi IA pentru agajarea, concedierea sau perfecționarea angajaților, plecând de la exemplul companiei Amazon care utilizează deja algoritmi roboților pentru concedierea angajaților, încă de acum doi ani în urmă.

Toate instrumentele IA sunt versatile și oferă compartimentelor de Resurse Umane un număr mare de aplicații, care facilitează o activitate mai rapidă și mai profundă decât până acum. În viitor, IA va fi capabilă să angajeze sau să concedieze lucrători, să îndeplinească sarcini complexe legate de satisfacerea așteptărilor și motivarea angajaților, comunicarea cu aceștia.

În ciuda beneficiilor evidente, există și riscuri recunoscute pentru integrarea IA în activitățile de resurse umane, cum ar fi limitele existente ale aplicațiilor sale sau vulnerabilitatea în fața atacurilor cibernetice.

În loc de concluzie, înțelegem că viitorul nostru va fi impactat puternic de IA și de roboți, în toate domeniile de afaceri.

CONSIDERATIONS ON THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IMPACT IN BUSINESS

Roxana MIRONESCU

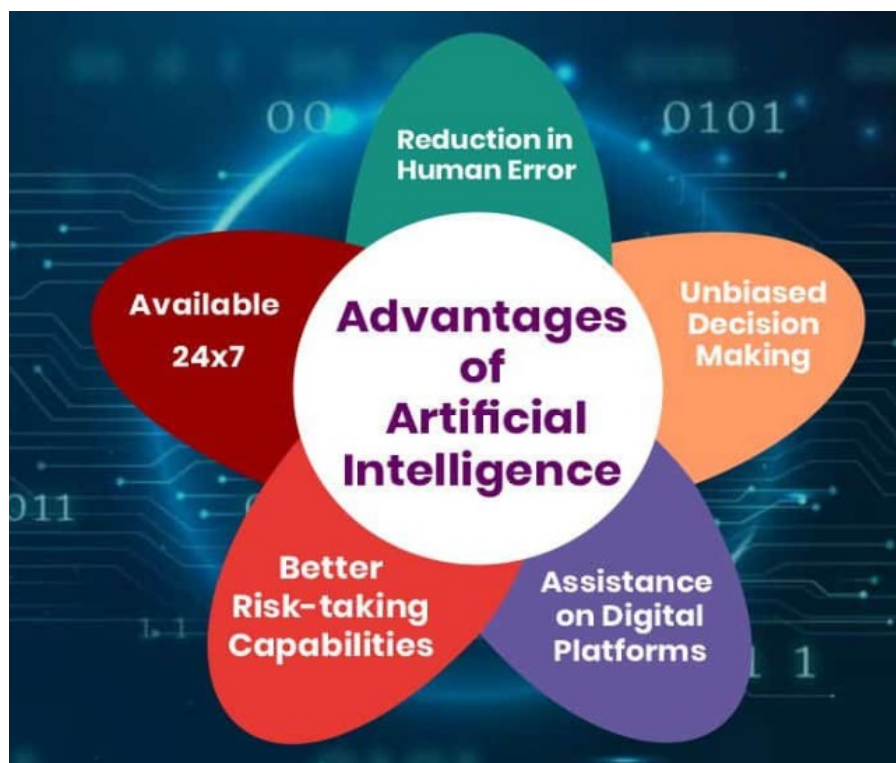
Artificial intelligence has a wide area of applicability in business, even in the field of streamlining processes related to human resources or the correlation of business information. All around the world researchers are skeptical about the future of the Artificial Intelligence in business, especially in relation to those jobs considered to be the blue-collar ones. Artificial Intelligence will take digital technology out of its two-dimensional dimension and transfer it to the three-dimensional physical space for any individual.

While the concept of Artificial Intelligence is a new phenomenon to contemporary society, it is not unknown, as the modern field of AI emerged in 1956, but it took decades of intense work for a significant progress to be seen in the development of AI and to apply it in a real technological system. In business, AI has an enormous field of applicability. *In fact*, most business people interact with AI in one form or another, every day, from the smallest aspects to the spectacular ones, all industrial business processes are practically invaded by AI. Seen more as a support tool than a replacement for human intelligence, having enough difficulties in performing common real-world tasks, it is adopted as a solution for data processing and analysis, and less for replacing the human brain. AI, as an application, can provide action paths that a human user can easily apply, can anticipate the possible consequences of a decision-making process, thus streamlining the business decision-making processes. Here are some of the common applications of AI in business: machine learning, cyber security, customer relationship management, Internet investigation, personal assistants. Software, such as: Salesforce or Zoho CRM, used in customer relationship management, requires consistent human input to maintain their accuracy and up-to-dateness. AI can recognize a cyber-attack and any other form of electronic intrusion, and once the threat is detected, it can track the information to detect the source and prevent any subsequent attack. AI is also perfectly integrated into regular banking operations; all bots can be used as personal assistants for managers, for sorting e-mail messages, for updating the events calendar and even for providing solutions to increase management work efficiency.

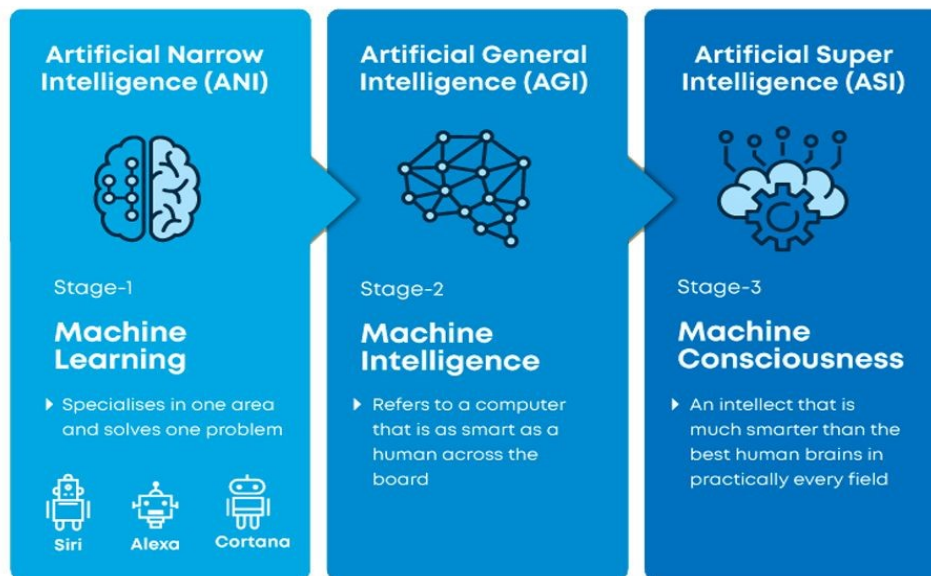
According to recent studies, more than half of entrepreneurs use AI for cybersecurity and fraud prevention, about 46% of them use AI for their company's internal communication, one in three businesses plan to use ChatGPT for content writing, including in foreign languages, while 97% of these business people are convinced that ChatGPT can be of real use for the future of their business, almost 2/3 of them believe that AI will improve the relationships with their markets. Businesses are turning to AI as a tool to improve and refine their operations. According to studies instrumented by Forbes Advisor, the areas where businesses

interfere with AI, to a large extent, there are: customer relationship management (46% of responses collected from entrepreneurs), personal digital assistants (47%), inventories (40%), content development (35%). AI is also used for product recommendation, accounting, supply chain operations, talent recruitment and sourcing, markets segmentation. AI plays a significant role in supporting consumer surveys, especially for panel groups (61% use AI to optimize emails sent to customers, while 55% use AI for personalized services such as product recommendations/ services, personalized advertising, websites creation). AI is also enlisted in call centers or in optimized text messages.

With AI increasingly integrated into various customer communication channels, the generic consumption is becoming more efficient and personalized. Even there are some concerns, such as dependence on technology and potential job cuts, the majority of interviewed businessmen see a positive impact in implementing AI. The anticipated benefits of ChatGPT, such as rapid text generation, personalization of customer commercial experiences, and streamlining of job processes, demonstrate the transformational potential of AI in various aspects of business. The advances made in AI technology have reformed the Human Resources departments, enabling professionals in this field to use machine learning and algorithms to make work processes more efficient, to reduce the phenomenon of discrimination, to strengthen the ability to perform analyzes and make decisions.



3 Types of Artificial Intelligence



The 21st century economy forces workers to function in dynamic and reconfigurable teams that can quickly adapt to business and new market demands - anytime, anywhere and in any physical location. The future of work requires for many companies a new level of adaptability, including implementing the new "normal" of a hybrid, mutable workforce.

A 2022 Future of Work study predicts that, starting this year, 60% of 2,000 businesses across the globe will use AI and machine learning tools to support the evolution of employees' work experiences. By 2024, the study predicts that around 80% of managers will use AI to hire, fire or train employees, following the example of Amazon, a company already using bot algorithms to fire employees, since two years ago. All AI tools are versatile and offer HR departments a big number of applications that facilitate faster and more thorough work than before. In the future, AI will be able to hire or fire workers, perform complex tasks related to cope with employees' expectations and motivating them, communicating with them.

Despite these obvious benefits, certain risks are also recognized linked to the integration of AI in HR activities, such as the existing limits of its applications or their vulnerability to cyber-attacks.

As a conclusion, we deeply understand that AI and bots will impact all the business fields, in the years to come.