

FUNDAȚIA POST-PRIVATIZARE

**PROMOVAREA ANTREPRENORIATULUI CA FACTOR
CHEIE PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMICĂ**

octombrie 2012

*Versiunea electronică a lucrării este disponibilă pe website-ul Fundației Post-Privatizare
www.postprivatizare.ro și pe portalul www.esimplu.ro*

ECHIPA DE ELABORARE

Peter BARTA, director executiv

Nina SPIREA, coordonator Departament Mediu de Afaceri și PR

Ileana MODREANU, consultant în management

Marius PITI, consultant în management

Sprijin în realizarea studiului

Mădălina MARIN, expert PR

Carmen PROSAN, expert PR

Cătălin PODEANU, expert IT

CUPRINS

INTRODUCERE	5
CONTEXT	7
MĂSURI SUPORT PENTRU ANTREPRENORiat ÎN UE	11
INDICATORII DE MĂSURARE A ANTREPRENORiatULUI	19
ANTREPRENORiatUL ÎN ROMÂNIA	24
EDUCAȚIA ANTREPRENORIALĂ	42
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	62
BIBLIOGRAFIE	

INTRODUCERE

Antreprenoriatul trebuie promovat ca alternativă serioasă pentru cariera profesională clasică. Statul român ar trebui să promoveze antreprenoriatul în școală, educația antreprenorială timpurie fiind vitală pentru formarea aptitudinilor și a comportamentului întreprinzător în societatea românească. Stimularea sectorului IMM nu ar trebui să se axeze cu precădere pe măsuri de sprijin financiar conjunctural care, deși respectă reglementările în domeniul concurenței, pot introduce multă volatilitate în condițiile de operare și în anticiparea evoluțiilor din mediul de afaceri. Mai benefică ar fi pentru întreprinzători asigurarea unui mediu de afaceri concurențial, stabil și predictibil. Politicile guvernului ar trebui să stimuleze competitivitatea IMM-urilor pe termen lung, având în vedere deficitul major de competitivitate pe care îl are sectorul IMM din România, în comparație cu IMM-urile din Uniunea Europeană. În același timp, nivelul scăzut al dezvoltării antreprenoriale din România, relevat, între altele, de densitatea redusă a IMM-urilor raportată la populație, mai exact valoarea de 24 de IMM-uri/1000 de locuitori se situează mult sub media de 42 de IMM-uri/1000 de locuitori din Europa. Ca urmare, IMM-urile nu reușesc să contribuie semnificativ la Produsul Intern Brut și la creșterea economică a țării, atât timp cât nu există un număr suficient de mare de firme și un cadru favorabil înființării și creșterii lor.¹

Rezultă de aici necesitatea ca politicile publice care ținesc dezvoltarea antreprenoriatului din România să fie abordate, la fel ca și în Uniunea Europeană, în contextul unui ecosistem ai cărui piloni de bază sunt: educația antreprenorială la toate nivelele, cadrul de reglementare simplificat și predictibil și un acces la finanțare orientat pe competitivitate.

*
**

Pornind de la concluziile studiului „*Contribuția IMM la creșterea economică - Prezent și perspective*”, publicat de Comisia Națională de Prognoză în iunie 2012, Fundația Post-Privatizare își propune să prezinte, în cadrul acestei lucrări, o analiză globală a indicatorilor de performanță și a factorilor determinanți pentru antreprenorat, cu accent pe situația mediului antreprenorial din România în contextul actual.

Ca principale surse de documentare au fost utilizate comunicări recente ale Comisiei Europene referitoare la politicile pentru IMM și antreprenorat, rapoarte și studii din domeniul antreprenoriatului elaborate de OECD și Banca Mondială, ca și o serie de date statistice și informații preluate de la

¹ Concluziile conferinței de lansare a studiului „*Contribuția IMM la creșterea economică - Prezent și perspective*”, București, 25 iunie 2012

autoritățile publice de profil din România. Prin intermediul evaluărilor comparative ale nivelului antreprenorial din diferite țări, sunt puse în evidență gradul de dezvoltare și poziționarea României în raport cu alte state ale Uniunii Europene sau membre OECD.

Din perspectiva factorilor determinanți, adoptați de OECD și EUROSTAT prin Programul Indicatorilor pentru Antreprenoriat (EIP), lucrarea se concentrează pe educația antreprenorială dorind să atragă atenția asupra stadiului actual al pregătirii antreprenoriale în România și a necesității unei abordări strategice a sistemului la toate nivelele.

Elementele de educație antreprenorială introduse în curricula școlară din sistemul convențional de învățământ, împreună cu programele de formare profesională continuă, livrate de organizații publice sau private, vin să întregesc tabloul pregătirii antreprenoriale în România.

Dincolo de caracterul documentar, prin prezentarea informațiilor actualizate și aprofundarea domeniului antreprenoriatului lucrarea se constituie într-un instrument util pentru procesul de fundamentare a politicilor publice din domeniul IMM-urilor și al mediului de afaceri, într-un moment de evaluare a parcursului post-aderare la UE și de definire a viitoarelor politici programatice, pornind de la adaptarea legii pentru IMM-uri la prevederile cadrului european „Small Business Act”.

Factorii de context

- Globalizarea
- Criza economică
- Abordări ale antreprenoriatului și efectele rezultate
- Antreprenoriatul în Europa
- Modelul de dezvoltare european

CONTEXT

Antreprenoriatul se manifestă în economie sub o multitudine și diversitate de forme, cu rezultate foarte diferite care nu se reflectă doar în bunăstarea economică și financiară. În aceeași măsură, antreprenoriatul este corelat cu progresul tehnologic, crearea locurilor de muncă și reducerea inechităților sociale sau cu problematica de mediu.

Procesul globalizării și criza mondială din ultimii ani au favorizat o serie de schimbări structurale resimțite profund în plan antreprenorial. A crescut presiunea competitivității la

nivelul întreprinderilor, ceea ce a determinat o creștere a productivității prin apelarea la noi tehnologii și inovarea proceselor. În plus, evoluțiile din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor au condus la crearea de noi piețe, care au revoluționat procesele de producție în multe sectoare economice: industrial și, în mod deosebit, cel al serviciilor. Tehnologia avansată și costurile reduse de transmitere a informațiilor la distanță au contribuit la facilitarea accesului întreprinzătorilor la cunoștințe și rețele de cooperare, dându-le posibilitatea de a opera la scară internațională. Noile oportunități au stimulat inițiativa antreprenorială și creativitatea, care sunt considerate motoarele dezvoltării economice în perspectiva anului 2020.

Este unanim recunoscut, în special de analiștii economici și factorii decidenți, faptul că antreprenoriatul este generator de prosperitate în societate, fiind un element determinant pentru creșterea economică și crearea de locuri de muncă.

Susținerea antreprenoriatului a devenit o prioritate ca soluție pentru ieșirea din criză și stoparea ratei îngrijorătoare a șomajului. În ultimii ani, guvernele alocă constant resurse pentru redresarea întreprinderilor sub diferite forme de ajutor: garanții pentru credite, subvenții de taxe, credite pentru cercetare-dezvoltare menite să forțeze inovarea sau pentru încurajarea startup-urilor. De asemenea, tot mai frecvente sunt programele pentru stimularea investițiilor de mediu, cu impact asupra eficienței energetice și reducerii emisiilor de carbon. În multe țări, cheltuielile publice pentru relansarea creșterii economice sunt însoțite de măsuri pentru dezvoltarea sustenabilă pe termen lung și creșterea „verde”. Spre exemplificare, datele publicate de Programul de Mediu al Națiunilor Unite (UNEP) arată că, în anul 2009, Coreea de Sud a investit 79% din pachetul de stimulare economică în activități „verzi”, reprezentând 7% din PIB, iar China și Australia au orientat 34% și respectiv 21% din pachetul de

redresare către investițiile „verzi”, respectiv 5,2% și 0,9% din PIB ². În această perioadă, „antreprenoriatul verde” începe să fie privit mai mult decât o tendință la modă, el devine un element de bază în orientarea politicilor economice.

Europa se situează în urma altor regiuni de pe mapamond, în ceea ce privește locul antreprenoriatului în societate. Astfel, din perspectiva opțiunii pentru cariera profesională, procentul mediu al cetățenilor care preferă să fie angajați pe cont propriu este 71% în China și 55% în SUA, în timp ce în Europa numai 45% din populație ar alege ca alternativă statutul de antreprenor, restul preferând statutul de angajat. În ceea ce privește percepția societății despre rolul antreprenorilor, 85% dintre americani, 87% dintre cetățenii chinezi și 88% dintre europeni apreciază antreprenorii pentru rolul lor în crearea locurilor de muncă. Impactul educației antreprenoriale este considerat important de către 51% dintre cetățenii din SUA, de 53% dintre chinezi și de 25% dintre europeni³. Acest decalaj nu este cauzat neapărat de idea respingerii antreprenoriatului de către cetățenii europeni, ci mai degrabă este rezultatul unor factori structurali, administrativi și culturali care inhibă spiritul antreprenorial.

Cu toate acestea, Europa are nevoie de mai mulți antreprenori, de mai multe întreprinderi viabile și de mai multe locuri de muncă. Este binecunoscut faptul că, noile companii reprezintă sursa principală pentru noi locuri de muncă. În Europa, sunt create anual 4,1 milioane de locuri de muncă numai de firmele nou înființate⁴. Se apreciază că rata medie a ocupării ar fi negativă, în absența locurilor de muncă înființate de startup-uri. Există însă riscul ca în perioada actuală, caracterizată de turbulențe ale mediilor economice, multe dintre firme să nu poată supraviețui dacă nu este sprijinită instituțional creșterea și dezvoltarea afacerilor.

Deși operează într-o **piață unică din ce în ce mai mare și mai diversificată**, reglementată de standarde comune, situația întreprinderilor din diferite țări ale Uniunii Europene este diferită și marcată de discrepanțe. Întreprinderile din noile state membre au devenit parte a lanțurilor de furnizori pan-europene, lucru care le-a ajutat să se restructureze și să își crească exporturile. În același timp, companiile vest-europene și-au reorientat producția către economiile emergente investind sau relocându-și fabricile în aceste state. Astfel, se poate distinge o distribuție a oportunităților la nivelul regiunilor Europei între statele cu un profil antreprenorial ridicat, care se adaptează ușor și fructifică integrarea piețelor, pe de o parte, și țările din Europa Centrală și de Est, beneficiare ale investițiilor străine dar dependente de economiile de origine ale investitorilor. Țările cu sisteme de reglementare

² Entrepreneurship at a Glance 2011, OECD, http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance-2010_9789264097711-en

³ Entrepreneurship in the EU and beyond, Analitical Report, decembrie 2009, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/fl283_en.pdf

⁴ Consultation on An Action Plan on Entrepreneurship, 2012, EU Commission, <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/>

mai eficiente și-au crescut productivitatea, au devenit mai competitive la nivel internațional, intensificându-și exporturile și sporindu-și locurile de muncă. În oricare dintre acestea, există întotdeauna o corelație pozitivă între cadrul de reglementare al mediului de afaceri, dezvoltarea întreprinderilor și atragerea investitorilor. Simplificarea legislației și reducerea poverii administrative conduce la creșterea firmelor în număr și în dimensiune, la consolidarea anumitor sectoare economice și funcționarea cu succes pe piața unică, dar poate sprijini în aceeași măsură exportul în afara UE și atragerea investițiilor străine directe. Țările în care guvernele au susținut antreprenoriul prin îmbunătățirea infrastructurilor de afaceri și facilitarea accesului la credite pentru finanțarea investițiilor au cele mai performante economii.

Modelul economic de succes din Europa este caracterizat de un sector privat dinamic, care promovează inițiativa antreprenorială și responsabilitatea socială, fiind sprijinit de un cadru de reglementare simplu și eficient. Nu toate statele din UE au reușit să adopte acest model de echilibru, legislația din unele state fiind încă împovărătoare pentru mediul de afaceri împiedicând, astfel, întreprinderile să fructifice pe deplin avantajele pieței unice europene.

Per ansamblu, reglementările europene cu impact direct sau indirect asupra afacerilor sunt mai anevoioase comparativ cu cele aplicate în SUA sau Japonia, însă și aici există diferențe între statele membre. Astfel, țările europene nordice și occidentale au un cadru de reglementare mai bun față de cele din sudul și estul Europei. Suedia, Finlanda și Norvegia stau mai bine față de restul Europei în ceea ce privește echilibrul dintre cantitatea și calitatea⁵ reglementărilor pentru afaceri și sunt în linie cu cele mai avansate state din lume datorită eficienței sistemelor administrative.

La baza sistemelor de reglementare din Europa stă **modelul economiei sociale** care diferențiază, de exemplu, politica economică din Europa de cea din Statele Unite. Acesta promovează activitatea economică orientată pe profit, concomitent cu responsabilitatea socială și de mediu. Fiind identificat și promovat, la începutul anilor 2000, modelul social european a devenit proiectul oficial al Uniunii Europene, reiterat în Agenda Lisabona ca soluție pentru dezvoltarea și creșterea ocupării în Europa. Obiectivele strategice privind dezvoltarea economiei europene, astfel încât să devină cea mai competitivă economie bazată pe cunoaștere, au fost preluate în Strategia UE 2020 pentru creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii sociale.

⁵ Calitatea proiectării și aplicării reglementărilor în Europa poate fi evaluată de diferiți indicatori. Acești indicatori măsoară calitatea reglementărilor (de ex: povara taxelor fiscale, rigiditatea legislației muncii, intrarea – ieșirea, accesul ușor la finanțare și aplicarea contractelor) pe baza experienței utilizatorilor. Ele permit comparații, măsoară pașii pe care întreprinderile trebuie să îi facă pentru a fi conforme cu reglementările de afaceri, - în numărul de proceduri, timp și bani cheltuiți.

Elementele de bază ale modelului european de dezvoltare⁶

- **Comerțul.** Economii puternice și cele mai sărace din Uniunea Europeană sunt mult mai bine integrate față de oricare altă parte din lume, rezultând o convergență mai rapidă a standardelor de viață comparativ cu cea a veniturilor.
- **Finanțele.** Europa este singura regiune unde capitalul privat sub toate formele lui – investiții străine directe, financiar și nonfinanciar circulă în sensul „top-down”, de la țările mai bogate la cele mai sărace și de la economiile cu creștere redusă la cele cu creștere rapidă.
- **Întreprinderea.** Inițiativa privată este orientată pe profit, dar în același timp poartă o mai mare responsabilitate pentru consecințele sociale și de mediu, decât în oricare parte a lumii.
- **Inovarea.** Cercetarea, dezvoltarea (R&D) și educația superioară recunoscute în restul lumii ca efect „spillover” al economiei (dinspre economie către intervenția publică) sunt considerate în Europa ca fiind în primul rând în responsabilitatea statului.
- **Munca.** Angajații din Europa se bucură de cele mai avantajoase politici în domeniul protecției împotriva abuzurilor angajatorilor, salarizării, securității postului, asigurării pentru șomaj, a concedierilor, pensiilor, etc.
- **Guvernarea.** Guvernele naționale din UE sunt redistributive și au cea mai avansată coordonare supranațională din lume.

În contextul dat, caracterizat de unele limitări, dar și de o serie de oportunități, antreprenorii și întreprinderile europene sunt în măsură să răspundă multor așteptări. Așteptările din partea societății sunt ca firmele să creeze locuri de muncă și să protejeze mediul, stakeholderii urmăresc să realizeze profit, în timp ce guvernele sunt interesate ca acestea să plătească taxe, impozite și contribuții sociale sau să genereze export.

Extinderea Uniunii Europene și crearea pieței interne bazate pe principiul liberei circulații a bunurilor, serviciilor, capitalului și a forței de muncă au consolidat poziția favorabilă a întreprinderilor europene în peisajul competitivității mondiale. Europa exportă bunuri și servicii în valoare mai mare de 40% din PIB, cu mult mai ridicată decât media înregistrată de Organizația pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (OECD).

⁶ Golden growth: Restoring the lustre of the European economic model, The World Bank, 2012

Politicile UE pentru susținerea antreprenoriatului

- *Strategia Europa 2020*
- *Small Business Act for Europe*
- *Planul de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului în UE, 2020*

MĂSURI SUPT PENTRU ANTREPRENORAT ÎN UE

Există o apreciere generală în ceea ce privește rolul major pe care antreprenoriatul, alături de inovare, îl joacă în creșterea competitivității economice și crearea locurilor de muncă, la scară globală. Totuși, abordarea politicilor publice în domeniul antreprenoriatului diferă de la un stat la altul, în funcție de dinamica economică, particularitățile mediului de afaceri sau obiectivele de dezvoltare regională.

Pe măsură ce globalizarea influențează tot mai mult economia mondială, dinamismul antreprenoriatului este văzut ca un factor care contribuie la consolidarea economiei bazate pe cunoaștere, la soluționarea problemelor sociale și de mediu. Politicile antreprenoriale sunt tot mai strâns corelate cu cele pentru inovare, fiind orientate pe crearea de noi produse și servicii, prin valorificarea ambelor valențe ale economiei bazate pe cunoaștere.

Politicile UE pentru susținerea antreprenoriatului și a IMM-urilor

În ultimele decade, susținerea antreprenoriatului a fost accelerată, în UE ca și în foarte multe state devenind de neconceput formularea politicilor pentru dezvoltare economică fără a se lua în considerație îmbunătățirea mediului antreprenorial, prin înlăturarea obstacolelor sau prin acțiuni directe de sprijin.

Suplimentarea și intensificarea măsurilor pentru promovarea antreprenoriatului la toate nivelele (european, național, regional) este un obiectiv asumat, începând cu anul 2008, în documentele strategice ale Uniunii Europene.

• Strategia Europa 2020

„Europa 2020” este strategia Uniunii Europene pentru creștere economică, având ca orizont de timp anul 2020. Într-o lume aflată în permanentă schimbare, UE dorește să devină o economie inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii. Creșterea inteligentă vizează o economie bazată pe cunoaștere și inovare. Dezvoltarea durabilă presupune competitivitate și eficiență în utilizarea

resurselor. Creșterea inclusivă se referă la o rată mai mare a ocupării forței de muncă în economie, care să genereze coeziunea economică, socială și teritorială la nivelul UE. Aceste trei priorități se sprijină reciproc și sunt în măsură să ajute UE și statele membre să obțină un nivel mai ridicat de ocupare a forței de muncă, de productivitate și de coeziune teritorială.

În fapt, sunt stabilite cinci obiective majore privind ocuparea forței de muncă, inovarea, educația, incluziunea socială și mediul care urmează să fie îndeplinite până în 2020. Diverse acțiuni la nivel european și național vin în sprijinul Strategiei.

Antreprenoriatul este unul dintre principalii factori de succes pentru Strategia UE 2020, promovarea și susținerea antreprenoriatului fiind prevăzute într-o serie de acțiuni care urmăresc creșterea inteligentă, politica industrială, cercetarea-inovarea sau educația.

- **Small Business Act for Europe, 2008**

Promovarea creșterii și competitivității IMM-urilor, concomitent cu modernizarea administrației publice în vederea îmbunătățirii mediului de afaceri sunt prioritățile centrale ale comunicărilor Comisei Europene „Small Business Act for Europe” din 2008 și „Review of the Small Business Act for Europe”⁷ din 2011. Cele două documente de politici publice se adresează principalelor problematice care afectează IMM-urile europene pe tot ciclul lor de viață.

Adoptat de Comisia Europeană în anul 2008, Small Business Act este primul cadru comprehensiv de politici pentru IMM-uri al Uniunii Europene, menit să ajute IMM-urile să crească și să creeze locuri de muncă. Noul cadru comunitar statuează 10 principii, cu ancorarea ireversibilă a principiului « Think small first » în toate reglementările cu impact asupra IMM-urilor și conține un pachet de măsuri concrete pentru transpunerea în practică a acestor principii, atât la nivelul UE cât și în cele 27 de state membre.

Principiile SBA:

- I. *Crearea unui mediu în care antreprenorii și întreprinderile familiale să poată prospera și unde antreprenoriatul este recompensat*
- II. *Asigurarea posibilității pentru antreprenorii onești care au dat faliment de a beneficia în mod rapid de o a doua șansă*
- III. *Definirea regulilor după principiul „Gândeți mai întâi la scară mică”*
- IV. *Asigurarea reactivității administrațiilor la nevoile IMM-urilor*

⁷ Small Business Act for Europe, European Commission, Enterprise and Industry, <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/>

- V. *Adaptarea instrumentelor publice la nevoile IMM-urilor: facilitarea participării IMM-urilor la achizițiile publice și exploatarea mai judicioasă a posibilităților oferite IMM-urilor de a beneficia de ajutoare de stat*
- VI. *Facilitarea accesului IMM-urilor la finanțare și punerea în aplicare a unui cadru juridic și comercial, care să favorizeze punctualitatea plăților în tranzacțiile comerciale*
- VII. *Sprijinirea IMM-urilor pentru a beneficia mai mult de oportunitățile pieței unice*
- VIII. *Îmbunătățirea competențelor în cadrul IMM-urilor și a tuturor formelor de inovare*
- IX. *Susținerea IMM-urilor pentru transformarea provocărilor de mediu în oportunități*
- X. *Încurajarea și sprijinirea IMM-urilor pentru a profita de creșterea piețelor globale*

În intervalul 2008-2010, Comisia Europeană și multe state membre ale Uniunii Europene au implementat o serie de acțiuni stabilite în SBA, în domeniul reducerii poverii administrative, facilitării accesului IMM-urilor la finanțare și sprijinirii intrării pe noi piețe. Deși angajamentele au fost unanime, abordarea și rezultatele obținute variază considerabil de la o țară la alta.

În primii doi ani de implementare a SBA s-au evidențiat următoarele rezultate semnificative:

- 100.000 de IMM-uri au beneficiat de instrumentele financiare ale Programului-cadru pentru Inovare și Competitivitate (CIP), creând peste 100.000 de locuri de muncă;
- a fost adoptată și a început aplicarea directivei privind plățile întârziate, prin care autorităților publice li se cere să își plătească furnizorii în termen de 30 de zile, îmbunătățind fluxul de lichidități al întreprinderilor;
- în majoritatea statelor membre, timpul și costurile necesare pentru înființarea unei întreprinderi s-au redus considerabil, scăzând media UE pentru o societate privată cu răspundere limitată de la 12 zile și 485 de Euro în 2007, la 7 zile și 399 de Euro în 2010;
- procedurile online eficientizate și oportunitățile de ofertare în consorții au făcut ca participarea la achiziții publice să fie mai ușoară pentru IMM-uri;
- a fost deschis în China un centru european pentru IMM-uri, care sprijină accesul IMM-urilor pe piața Chinei.

- **Small Business Act revizuit, 2011**

Reexaminarea SBA la începutul anului 2011 a reiterat opinia că statele membre trebuie să își intensifice eforturile de promovare a antreprenoriatului și a IMM-urilor, pentru susținerea spiritului antreprenorial în climatul economic dificil. Comisia este decisă să continue acordarea priorității pentru IMM-uri.

Pentru a reflecta cele mai recente evoluții economice și pentru a alinia SBA la prioritățile Strategiei Europa 2020 cu scopul îmbunătățirii continue a mediului de afaceri, reexaminarea SBA propune noi acțiuni în mai multe domenii prioritare:

Îmbunătățirea accesului la finanțare pentru investiții și dezvoltare

- facilitarea accesului la garanții pentru împrumuturi acordate IMM-urilor prin mecanisme consolidate de garantare a împrumuturilor;
- îmbunătățirea accesului IMM-urilor pe piețele de capital de risc, precum și măsuri orientate către sensibilizarea investitorilor la oportunitățile oferite de IMM-uri;
- acordarea pentru toate băncile, indiferent de dimensiuni, a posibilității de a implementa cu ușurință linii de credite ale BEI și instrumente UE.

Reglementare inteligentă pentru a oferi IMM-urilor posibilitatea de a se concentra asupra activităților de bază

- legislația îmbunătățită prin introducerea „testului IMM-urilor” de evaluare a impactului în cazul propunerilor legislative ale Comisiei, acordându-se o atenție specială diferențelor între microîntreprinderi, întreprinderile mici și cele mijlocii;
- realizarea în statele membre de „ghișee unice” pentru simplificarea procedurilor administrative;
- introducerea de ținte cuantificate pentru reducerea „supra-legiferării” practicate frecvent de structurile naționale, prin care se depășesc termenii directivelor UE la transpunerea lor în legislația națională;

Utilizarea deplină a pieței unice

- propunere pentru o bază de impozitare consolidată, comună pentru întreprinderi;
- măsuri pentru facilitarea recuperării transfrontaliere a creanțelor;
- revizuirea sistemului european de standardizare, în scopul realizării unor standarde mai favorabile IMM-urilor și mai ușor accesibile;
- orientări pentru utilizarea de către IMM-uri a normelor de etichetare a originii.

Sprijinirea IMM-urilor pentru a face față problemelor globalizării și schimbării climatice

- inițiativa de sprijin a IMM-urilor pe piețele externe Uniunii Europene;
- o nouă strategie pentru rețele competitive la nivel global; acțiuni specifice privind transferul regional de cunoștințe între experți în mediu și energie din cadrul Rețelei întreprinderilor europene.

O guvernanță consolidată pentru implementarea SBA, inclusiv prin implicarea organizațiilor de afaceri.

- **Planul de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului în UE, 2020**

Comisia Europeană va lansa, în toamna anului 2012, un Plan de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului⁸ la toate nivelele (european, național, regional), care urmărește dinamizarea antreprenoriatului în Europa în perspectiva anului 2020, prin deblocarea potențialului pentru creștere și locuri de muncă. Elaborarea planului de acțiuni se bazează pe consultarea factorilor decizionali, IMM-uri, organizații și cetățeni din Uniunea Europeană.

Deși se referă la barierele importante în calea dezvoltării IMM-urilor și la măsurile pentru contracararea acestor bariere, acțiunile prevăzute în SBA nu exprimă și modalitățile concrete de creștere a antreprenoriatului la toate nivelele. Noul plan de acțiuni al Comisiei Europene va completa SBA punând accent pe stimularea creșterii antreprenoriatului în Europa.

Planul de acțiuni se adresează acelor domenii în care potențialul antreprenorial poate fi deblocat prin înlăturarea obstacolelor existente.

Domeniul de intervenție	Acțiuni
1. Cadrul de reglementare	1.1. Reducerea și simplificarea procedurilor administrative și evitarea duplicării; 1.2. Abrogarea/eliminarea legislației și a altor formalități administrative naționale când se utilizează documente publice transfrontaliere în UE; 1.3. One Stop Shop pentru înființarea noilor afaceri; 1.4. One Stop Shop pentru impozitare și raportare financiară (inclusiv consiliere și orientare); 1.5. Scurtarea timpilor și a procedurilor pentru eliberarea autorizațiilor și permiselor de funcționare; 1.6. Impozite și contribuții sociale pe cashflow-ul afacerilor; 1.7. Contribuții pentru securitate și protecție socială egale pentru angajat și angajator; 1.8. Creșterea constientizării administrației guvernamentale asupra importanței antreprenoriatului și IMM-urilor; 1.9. Îmbunătățirea calității și varietății serviciilor suport pentru afaceri.
2. Facilitarea transferului afacerii	2.1. Îmbunătățirea prevederilor legale, administrative și impozitare pentru transferul afacerilor; 2.2. Îmbunătățirea prevederilor pentru informare și consiliere în domeniul transferului afacerilor; 2.3. Dezvoltarea de platforme pentru promovare și piețe pentru transferul cu succes al afacerilor.
3. Proceduri eficiente pentru insolvență și	3.1. Dezvoltarea și extinderea programelor pentru

⁸ Entrepreneurship 2020 Action Plan, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/public-consultation/index_en.htm

acordarea unei a doua șanse pentru cazurile oneste de faliment		mentorat, instruire, consiliere și sprijin pentru al doilea startup;
	3.2.	Punerea în aplicare a unor proceduri mai rapide și mai ușoare pentru inițierea noilor afaceri și lichidarea celor falimentate;
	3.3.	Conștientizarea comunităților de afaceri și financiare pentru înlăturarea stigmatului de eșec;
	3.4.	Instrumente financiare specifice pentru înființarea celei de-a doua afaceri.
4. Sprijin pentru noii antreprenori	4.1.	Creșterea și îmbunătățirea serviciilor suport pentru afaceri;
	4.2.	Furnizarea de sprijin dedicat IMM-urilor pentru a beneficia de oportunitățile antreprenoriatului digital;
	4.3.	Furnizarea de sprijin dedicat IMM-urilor pentru producția „verde”;
	4.4.	Îmbunătățirea implementării Pieței unice digitale;
	4.5.	Asistență și consiliere personalizată pentru colaborarea micro-multinaționalelor la distanță, pe piețe transfrontaliere;
	4.6.	Sprijin dedicat pentru ca IMM-urile să beneficieze de training european (vocațional, tehnic, licență, master sau doctorat);
	4.7.	Programe de sprijin pentru training dedicat, finanțare și internaționalizare pentru IMM-uri cu înalt potențial de creștere;
	4.8.	Sprijin dedicat pentru inovare în întreprinderile noi.
5. Îmbunătățirea accesului la finanțare	5.1.	Ranforsarea facilităților de garantare și finanțare Venture capital;
	5.2.	Îmbunătățirea capacității de consiliere financiară a Europe Enterprise Network (EEN);
	5.3.	Înființarea Portalului online unic multilingv pentru finanțările UE;
	5.4.	Înființarea de Portaluri unice naționale pentru sursele de finanțare adresate IMM-urilor;
	5.5.	Un cadru de impozitare mai favorabil pentru finanțarea în etapa de început.
6. Educația antreprenorială și training-ul pentru tineri	6.1.	Crearea unei platforme europene, „hub” pentru învățare antreprenorială, unde să fie împărtășite cele mai bune practici și să fie dezvoltate modele de politici comune și sisteme de implementare și evaluare a lor;
	6.2.	Comportamentul și abilitățile antreprenoriale să fie înglobate în curricula națională/regională la toate nivelele: primar, secundar, vocațional, superior și al educației non-formale, instruire și integrarea cunoștințelor de bază și învățare în toate disciplinele și curricula;
	6.3.	Toți tinerii să aibă o experiență antreprenorială înainte de a absolvi învățământul secundar (măcar ca parte formală a curriculei sau ca activitate extracurriculară care să fie acoperită de școală sau de o entitate educațională non-formală);

- | | | |
|--|------|--|
| | 6.4. | Dezvoltarea unui cadru orientativ pentru încurajarea și sprijinirea dezvoltării instituțiilor de educație antreprenorială (vocațională și superioară); |
| | 6.5. | Creșterea educației antreprenoriale susținută de programe UE pentru educația antreprenorială (via UE); |
| | 6.6. | Dezvoltarea training-ului antreprenorial în linie cu planurile naționale ocupaționale. |
| 7. Încurajarea potențialului antreprenorial al femeilor | 7.1. | Continuarea/extinderea rețelelor de femei ambasador ale antreprenariatului și de mentori; |
| | 7.2. | Training antreprenorial personalizat pentru femei; |
| | 7.3. | Crearea de investitori femei și networking între femeile antreprenor; |
| | 7.4. | Drepturi și facilități egale pentru creșterea copiilor pentru femeile antreprenor și cele angajate. |
| 8. Seniorii - a doua carieră și experiență în business | 8.1. | Înființarea de rețele de voluntari seniori pentru consilierea tinerilor întreprinzători neexperimentați; |
| | 8.2. | Training antreprenorial pentru seniorii fără experiență în business; |
| | 8.3. | Acordarea de granturi pentru seniori pentru a deveni antreprenori. |
| 9. Sprijin specific pentru imigranți, minorități și alte grupuri cu potențial antreprenorial | 9.1. | Sprijin orientat pentru grupuri specifice de potențiali antreprenori ; |

Programul Indicatorilor pentru Antreprenoriat

- *Sistemul de indicatori EIP*
- *Factori determinanți pentru antreprenoriat*
- *Indicatorii performanței antreprenoriale*
- *Impactul antreprenoriatului*

INDICATORI DE MĂSURARE A ANTREPRENORIATULUI

Fundamentarea politicilor și dimensionarea sprijinului financiar pentru susținerea antreprenoriatului necesită evaluări periodice pe baza unor indicatori relevanți de măsurare.

Statisticile oficiale privind demografia întreprinderilor la nivel internațional se realizează din informații extrase din diverse surse administrative și anchete/sondaje. Producerea unor date de calitate, cât mai exacte și conforme realității, necesită timp pentru instituțiile abilitate și deseori exigențele de calitate sunt

prevalente față de furnizarea cu regularitate a acestor date.

Totuși, apariția unor evenimente precum criza economică globală impun accesul imediat la indicatori actualizați necesari analiștilor și decidenților de politici publice pentru a înțelege impactul unor astfel de evenimente asupra antreprenoriatului și pentru a grăbi viteza de răspuns. De aceea există o preocupare permanentă a instituțiilor naționale și organizațiilor internaționale de a îmbunătăți permanent sistemele statistice, conceptele și metodologiile.

Dată fiind complexitatea domeniului, cercetarea antreprenoriatului a generat diverse opinii teoretice cu privire la conceptele, factorii determinanți și indicatorii statistici pentru măsurarea activității antreprenoriale în diferite țări și la nivel global.

Au fost dedicate mai multe studii și programe analizei antreprenoriatului, care au contribuit la identificarea factorilor de influență a antreprenoriatului și a barierelor care împiedică dezvoltarea lui, oferind instrumente utile pentru formularea și evaluarea politicilor antreprenoriale.

Cel mai reprezentativ este **Programul Indicatorilor pentru Antreprenoriat (EIP)**⁹, dezvoltat de OECD și Eurostat, care produce și diseminează un nou set de indicatori cu accent pe comparabilitatea datelor și periodicitatea termenului de raportare.

Lansat în anul 2006, programul a avut ca obiectiv să dezvolte măsurători complexe ale antreprenoriatului, pe baza unui nou cadru conceptual simplificat, care face distincția între manifestarea antreprenoriatului, factorii care îl influențează și impactul antreprenoriatului în economie și în societate.

⁹ The Entrepreneurship Indicators Programme Framework EIP , http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance_22266941

Programul a început cu definirea modelului analitic de indicatori privind demografia afacerilor, ca element cheie pentru înțelegerea antreprenoriatului. În continuare a fost dezvoltat setul de indicatori de performanță pentru evaluarea comparativă a antreprenoriatului la nivel internațional. Prin această abordare se dorește, ca pornind de la etapa de înființare a firmei, evaluările să aducă mai multe aspecte pentru înțelegerea dinamicii antreprenoriale și a impactului într-o economie.

În anul 2007, prin cooperarea între OECD și Eurostat, în cadrul EIP au fost elaborate definițiile și conceptele standard care stau la baza producerii și colectării datelor statistice din diferite țări.

Abordarea OECD-Eurostat combină mai multe definiții conceptuale cu indicatori empirici. Pornind de la contribuțiile teoretice ale lui Richard Cantillon, Adam Smith, Alfred Marshall, Joseph Schumpeter s.a. EIP a adoptat mai multe definiții referitoare la antreprenoriat care se axează în mod deliberat pe corelația existentă între antreprenoriat și business.

Au fost luate în considerație trei componente: antreprenorii, activitatea antreprenorială și antreprenoriatul, definite astfel:

- **antreprenorii** sunt acele persoane (proprietare de afaceri) care urmăresc să genereze valoare, prin inițierea și dezvoltarea de activități economice, prin identificarea și exploatarea de noi produse, servicii și piețe;
- **activitatea antreprenorială** este acțiunea umană întreprinzătoare pentru obținerea generării de valoare, prin crearea sau dezvoltarea activității economice, prin identificarea și exploatarea de noi produse, servicii și piețe;
- **antreprenoriatul** este fenomenul asociat activității antreprenoriale.

Între cele trei componente nu există o demarcație perfectă. Acolo unde sunt antreprenori vor exista și activități antreprenoriale, dar există cazuri de persoane angajate într-o întreprindere care demonstrează și capacitate antreprenorială. Există manageri sau alți salariați care acționează ca adevărați antreprenori în firmele deținute de alți stakeholderi, contribuind la realizarea de noi produse, servicii și piețe.

Ca urmare a diversității și multitudinii de elemente definitorii și de factori determinanți pentru antreprenoriat s-a impus cu necesitate producerea unui set de indicatori de bază care să permită măsurătorile și evaluările comparative.

Categoriile de indicatori statistici ai antreprenoriatului agreeți sunt următoarele:

Indicatorii structurali și demografici ai întreprinderii sunt cei care măsoară importanța diferitelor clase de mărime ale firmelor în raport cu numărul locurilor de muncă, cifra de afaceri, valoarea

adaugată și exportul. Indicatorii demografici ai întreprinderii sunt analizați și din punct de vedere al activităților economice, în sectoarele productive și servicii.

Sistemul de indicatori dezvoltat prin programul EIP permite înțelegerea și compararea tipurilor de antreprenariat și a nivelului antreprenorial din diverse regiuni, prin abordarea complexă a mai multor factori. Măsurarea antreprenoriatului se face nu numai prin prisma manifestării fenomenului antreprenorial, ci și prin cea a factorilor de influență. Acești **factori determinanți** acoperă domenii precum: cadrul de reglementare, condițiile de piață, cultură sau accesul la finanțare.

Pornind de la asumarea faptului că nici un indicator individual nu poate acoperi fenomenul vast al antreprenoriatului, au fost stabiliți cca. 20 de **indicatori de performanță antreprenorială**.

Integrarea sistemului de indicatori în foarte multe țări, prin implicarea institutelor naționale de statistică, a permis aplicarea definițiilor și metodologiilor armonizate în producerea de date statistice, cu asigurarea comparabilității între țări și categorii de antreprenariat diferite.

Structura sistemului de indicatori EIP

Factori determinanți	Indicatori ai performanței antreprenoriale	Impact
Cadrul de reglementare	Firme	Crearea de locuri de muncă
Condițiile de piață	Locuri de muncă	Creștere economică
Accesul la finanțare	Bunăstare	Reducerea sărăciei
Crearea și diseminarea cunoștințelor		
Abilități antreprenoriale		
Cultură		

A) Factorii determinanți

O serie de factori au fost identificați ca fiind determinanți pentru dezvoltarea antreprenoriatului. Ei au fost grupați în șase categorii care cuprind o serie de elemente cu influență asupra antreprenoriatului.

1) Cadrul de reglementare:

- bariere administrative pentru înființarea unei firme
- bariere administrative pentru creștere
- reglementări privind falimentul
- reglementări privind siguranța, sănătatea și mediul
- reglementări privind produsele

- reglementări privind piața muncii
- instanța și cadrul legal
- securitatea socială
- impozitarea veniturilor și taxele sociale
- impozitarea afacerilor și capitalului

2) Condițiile de piață

- legislația anti-trust
- concurența
- accesul pe piața autohtonă
- accesul pe piața externă
- gradul de intervenție publică
- achiziții publice
- sistemul de brevete și standardizarea

3) Accesul la finanțare

- accesul la împrumut
- business angels
- venture capital
- alte tipuri de equity
- piața de capital

4) Crearea și diseminarea cunoștințelor

- investiții în Cercetare - Dezvoltare
- interfața dintre mediul academic și industrie
- cooperarea tehnologică între firme
- diseminarea tehnologiei
- accesul la rețele broadband

5) Abilități antreprenoriale

- instruirea și experiența antreprenorilor
- educația pentru afaceri și antreprenoriat
- infrastructura
- imigrația

6) Cultura

- atitudinea față de risc în societate
- atitudinea față de antreprenoriat
- dorința pentru deținerea unei afaceri
- educație antreprenorială

7) Inovarea, creativitatea, educația și cultura antreprenorială

B) Indicatorii performanței antreprenoriale

Setul de indicatori ai performanței antreprenoriale vizează principalele aspecte în legătură cu firmele, locurile de muncă, cifra de afaceri și exporturile.

1) *Firme*

- *rata natalității firmelor*
- *rata mortalității firmelor*
- *rata de creștere a numărului de firme*
- *rata de supraviețuire a firmelor între 3-5 ani*

2) *Ocupare/angajați*

- *ponderea firmelor cu creștere mare (ca număr de angajați)*
- *pondere „gazele” (ca număr de angajați)*
- *rata acționariatului în startup-uri*
- *angajarea în firme cu vârsta între 3-5 ani*

3) *Bunăstarea economică*

- *ponderea firmelor cu creștere mare (din punct de vedere al cifrei de afaceri)*
- *pondere „gazele” (din punct de vedere al cifrei de afaceri)*
- *valoarea adugată în firme mici sau startup-uri*
- *contribuția la productivitate a firmelor mici sau startup-uri*
- *inovarea în firme mici sau startup-uri*
- *exportul realizat de firmele mici sau startup-uri*

C) Impactul antreprenoriatului

Impactul antreprenoriatului în economie și societate se măsoară prin indicatori precum:

- *Crearea de locuri de muncă*
- *Creșterea economică*
- *Reducerea sărăciei*

Indicatorii sistemului EIP nu au cunoscut același nivel de dezvoltare în toate țările. Unii dintre aceștia sunt incluși în colecțiile de date obișnuite, în timp ce alții au fost introduși în statistici de un număr mai restrâns de state. Sursele pentru furnizarea datelor statistice sunt diferite, incluzând de obicei oficiile naționale de statistică, dar și alte instituții sau metode precum anchete/sondaje.

În general, statisticile naționale răspund nevoii de stimulare sau de menținere a nivelului activităților antreprenoriale, însă nu întotdeauna se bazează pe definițiile și indicatorii standard, astfel încât nu întotdeauna se poate asigura comparabilitatea internațională a datelor. Deși în valori absolute indicatorii

nu sunt strict comparabili, seriile temporale de date permit comparații veridice în ceea ce privește tendințele de evoluție și ratele de creștere ale indicatorilor.

OECD promovează intensificarea activităților la nivel internațional pentru îmbunătățirea proceselor de producere și culegere a datelor statistice de calitate pe bază de definiții și metodologii standard.

În acest scop, colectează datele de la institutele naționale de statistică, prin intermediul unor chestionare armonizate, urmărind actualizarea periodică a bazei de indicatori și realizarea compendiului statistic al antreprenoriatului.

ANTREPRENORIATUL ÎN ROMÂNIA

Analize comparative

- *Activitatea antreprenorială, atitudini și percepții*
- *Motivația și aspirațiile antreprenoriale în România*
- *Profilul antreprenorului român*
- *Dificultăți cu care se confruntă antreprenorii români*
- *Demografia întreprinderilor*
- *Întreprinderi cu creștere rapidă „gazele”*
- *Impactul antreprenoriatului în economia românească*

Între nivelul antreprenorial al unei țări și nivelul ei de dezvoltare economică există o corelație directă.

Rapoartele întocmite de Monitorul Global pentru Antreprenoriat (GEM) confirmă, prin datele și evaluările prezentate la nivel de țară sau globale, faptul că dezvoltarea economică depinde de activitatea antreprenorială generală a oricărei regiuni.

Rapoartele GEM pun în evidență diferențieri ale acestei dependențe, în funcție de tipul economiilor din țările evaluate. Astfel, în economiile orientate pe factorii de producție, existente în țările mai sărace, ratele medii ale activităților antreprenoriale în fază inițială sunt mai mari, ceea ce exprimă necesitatea de creștere a produsului intern brut (PIB) prin inițierea de noi afaceri. În economiile orientate către eficiență, unde valorile indicatorului PIB/capita sunt mai ridicate, ratele activităților antreprenoriale în fază inițială sunt

mai reduse, în timp ce în economiile bazate pe inovație aceste rate sunt mai înalte, tocmai datorită oportunităților pentru dezvoltare antreprenorială și inovație ale mediului economic.

Un caz particular este cel al țărilor din Europa de Est, între care se află și România, care au traversat o perioadă de profunde transformări structurale de sistem concomitent cu scăderi importante ale populației. Acestea dețin în general un număr mai redus de antreprenori și, în consecință, un număr insuficient de noi afaceri private.

În raport cu indicatorul global, România are o situație precară, poziționându-se numai pe locul 53, între cele 59 de state evaluate. Aceeași poziție inferioară se menține și în clasamentul țărilor cu economie bazată pe eficiență, unde România ocupă locul 23 din totalul de 24 de țări ¹⁰.

1. Activitatea antreprenorială, atitudini și percepții

Analiza comparativă detaliată în raport cu activitatea antreprenorială, atitudinile și aspirațiile populației, pune în evidență situația antreprenoriatului din România la nivel global și în cadrul economiilor bazate pe eficiență. Pozițiile în clasament înregistrate la fiecare indicator, în perioada 2007-2010, sunt prezentate în tabelul 1.

¹⁰ Entrepreneurship in Romania, 2010 Country Report, Global Entrepreneurship Monitor

Tabelul 1 - Clasamentul antreprenoriatului din România în funcție de activități, atitudini și aspirații

Aspectul analizat	Clasament general				Clasament în cadrul economiilor bazate pe eficiență		
	2007 (42)	2008 (43)	2009 (54)	2010 (59)	2008 (17)	2009 (22)	2010 (24) ¹¹
Etape ale activității antreprenoriale							
Potențiali antreprenori	24	28	42	39	14	20	21
Antreprenori în curs de formare	31	37	41	40	16	18	21
Antreprenori cu afaceri tinere	38	41	41	58	17	19	24
Antreprenori în fază inițială	37	40	42	53	16	18	23
Antreprenori în fază inițială orientați pe necesități	32	27	34	40	15	20	22
Antreprenori în fază inițială orientați pe oportunități	38	43	48	53	17	19	23
Antreprenori cu afaceri stabile	37	42	46	56	16	20	22
Rata de discontinuitate	18	25	20	34	12	12	17
Atitudini și percepții antreprenoriale							
Oportunități percepute	35	35	51	56	15	21	24
Capacități percepute	39	41	50	53	16	21	21
Frica de eșec	35	12	5	5	4	1	3
Rețelele sociale/Capitalul	18	26	40	38	12	18	18
Antreprenoriatul ca opțiune dezirabilă pentru carieră	27	-	42	32	-	20	18
Antreprenoriatul de succes	34	29	40	45	11	16	16
Atenția mass-media față de antreprenoriat	32	30	44	47	13	19	20
Aspirații antreprenoriale							
Așteptări de creștere a activității antreprenoriale încă din faza inițială	23	30	47	39	14	20	18
O piață pentru noi produse orientată către activitatea antreprenorială în fază inițială	30	26	39	33	10	13	14
Orientarea către piețe internaționale a activității antreprenoriale în fază inițială	16	1	9	4	1	3	3

Sursa: Antreprenoriatul în România, Raportul de țară 2010, Monitorul Antreprenoriatului Global

Evaluarea în raport cu **fazele activității antreprenoriale** plasează România pe una dintre ultimele poziții în clasament, la majoritatea indicatorilor. Astfel, în raport cu indicatorul „activitatea antreprenorială în fază inițială condusă de oportunități” România s-a aflat pe poziția 53 din 59 de țări, atât în 2009, cât și

¹¹ Numărul de state evaluate

în 2010. În ceea ce privește „rata antreprenorială a afacerilor tinere” ocupă penultimul loc din clasamentul global și chiar ultimul loc în rândul țărilor cu economie bazată pe eficiență. Referitor la „rata de discontinuitate în activitatea antreprenorială” se poate remarca o poziționare la nivelul mediu al antreprenorilor din România, respectiv pe locul 34 din 59 la global și 17 din 24 la nivelul economiilor orientate pe eficiență. De menționat că, această rată s-a înrăutățit de la an la an, mai ales din cauza ieșirii de pe piață a firmelor deținute de femei. Ca principale motive de exit se invocă afacerea neprofitabilă și lipsa finanțării.

Nici evaluarea după criteriul **atitudinii și percepției antreprenoriale** situația nu este mai bună, România fiind pe locul 56 din 59 la global și chiar mai jos între economiile orientate pe eficiență. Numai 17,5% din populația adultă consideră ca fiind oportună inițierea unei afaceri în următoarele șase luni, în regiunea unde locuiește. Referitor la frica de eșec, România se situează pe poziția a cincea, după țări precum Grecia și Ungaria. În România 45,99% din populația adultă consideră că teama de eșec ar împiedica înființarea unei firme noi.

Doi dintre indicatorii de caracterizare a **aspirațiilor antreprenoriale**, prezintă valori îmbunătățite în ultimul an de evaluare, respectiv „așteptările de creștere a activității antreprenoriale încă din faza inițială” (România pe poziția 39 din 59) și „o piață pentru noi produse orientată către activitatea antreprenorială în faza inițială” (poziția 33 din 59). Procentajul antreprenorilor în faza inițială care au clienți în alte țări (exportatori) plasează România pe poziții superioare, respectiv locul 4 în clasamentul global și locul 3 între economiile orientate pe eficiență.

Antreprenoriatul feminin din România este slab dezvoltat, cu o tendință descrescătoare a evoluțiilor în perioada 2007-2010. Rata de insucces a antreprenoriatului feminin este explicată de nivelele inferioare ale participării femeilor în activități antreprenoriale, ale aspirațiilor și percepțiilor. Procentul femeilor care se așteaptă să inițieze o afacere în următorii 3 ani este mai mic decât cel al bărbaților, mai mult, acest procent înregistrează scăderi de la un an la altul. Femeile antreprenor erau mai pesimiste în 2010 față de anii anteriori, procentul celor care declarau că au mai multe oportunități de afaceri scăzând dramatic de la 42,9% în 2009 la 11% în 2010.

De altfel, aceasta este o caracteristică generală a țărilor din Europa de Est, care prezintă cele mai scăzute nivele ale gradului de participare a femeilor la activități antreprenoriale.

2. Motivația și aspirațiile antreprenoriale în România

Există suficiente motive pentru care multe persoane aleg să desfășoare activități antreprenoriale, pe cont propriu, în locul statutului de angajat. Cel mai frecvent, antreprenoriatul este privit ca oportunitate sau chiar ca mijloc de existență în absența unei alternative sau din teama de a deveni șomer într-o perspectivă viitoare. Ca oportunități sunt declarate dorința de independență și câștiguri financiare mai mari decât în cazul unui salariat.

O categorie distinctă este cea a întreprinzătorilor motivați de necesitate, cei care declară că nu au găsit un alt mod de a-și câștiga existența. Oportunitatea orientată pe îmbunătățire se referă la acei întreprinzători care apreciază independența și urmăresc să-și îmbunătățească standardul permanent. Acest tip de motivație este cel mai des întâlnit în economiile orientate către inovație. România se plasează pe un loc favorabil (8) în clasamentul GEM, cu un procent de 47,16% dintre opțiuni. Analiza motivației antreprenoriale prezentată de Raportul GEM arată că ponderea antreprenorilor în fază inițială motivați de oportunități este de 67,3% respectiv o valoare dublă față de cea înregistrată în cazul antreprenorilor în fază inițială motivați de necesitate. Se poate concluziona că mai mult de două treimi dintre antreprenorii în fază inițială sunt motivați de oportunități.

În ceea ce privește aspirațiile antreprenorilor, ele pot fi încadrate în trei categorii principale: internaționalizarea afacerii, inovarea și așteptările de creștere a afacerii.

Orientarea antreprenorială către internaționalizarea afacerii a fost analizată în raport cu mai multe criterii. Astfel, antreprenoriatul în fază inițială analizat după intensitatea exporturilor prin estimarea ponderii clienților străini din țară sau în afara granițelor, indică un nivel ridicat în țările din Europa de Est. Cel mai înalt nivel la acest indicator a fost înregistrat în 2008, când a atins un procent de 49,4. Din numărul total de clienți ai antreprenorilor în fază inițială 25% au fost clienți străini. Valoarea din 2010 se situează pe locul 3 în rândul țărilor cu economii orientate pe eficiență.

În același timp, comparațiile arată că antreprenorii în fază inițială au o orientare internațională mai intensă, în timp ce antreprenorii cu vechime au tendința accentuată de specializare și menținere pe piețe câștigate, autohtone sau externe. Procentul firmelor stabile care nu au clienți în afara granițelor a crescut de la 18% în 2007 la 49,7% în 2010. În același timp, cel mai mult a scăzut ponderea antreprenorilor cu vechime, care aveau între 1 și 25% clienți străini, respectiv de la 21.02% în 2008 la 12.44% în 2010.

Orientarea antreprenorială către inovare. Evaluările GEM referitoare la inovare relevă variații foarte mari chiar în rândul economiilor orientate către eficiență. S-a avut în vedere rata de înnoire a produselor

și serviciilor curente și gradul de noutate pe care aceasta îl reprezintă pentru clienți. Aceste două aspecte sunt relevate sub indicatorul noutatea produsului/pieței. În plus, s-a analizat gradul de competiție sub toate aspectele afacerii: specificitate, percepția că există multe, puține sau nici o altă afacere care furnizează produse sau servicii similare. Rezultatele arată schimbări majore în 2010, în ceea ce privește orientarea către inovare. Conform datelor GEM, inițiativele inovative în cazul antreprenorilor în fază inițială au scăzut de la 7,3% în 2009 la 4,8% în 2010. Totodată se constată o creștere mai accentuată a activității orientate pe inovare în cazul antreprenorilor în fază inițială, față de antreprenorii înființați mai de mult timp, respectiv 28,5% furnizori de produse noi în primul caz, față de 10% în cel de-al doilea.

Antreprenoriatul cu creștere rapidă. Așteptările de creștere se raportează la numărul de angajați pe care un antreprenor estimează să îl aibă în următorii 5 ani de viață ai firmei și numărul real de personal angajat. Conform datelor GEM, în 2010 a fost înregistrat, pe ansamblu, un procent mai mare de firme fără niciun angajat comparativ cu anul anterior. Procentul antreprenorilor în fază inițială care aveau între 1-5 angajați a scăzut dramatic de la 83,6% în 2009 la 28,6% în 2010. Acest fenomen s-a produs mai moderat în cazul firmelor mai vechi înființate. Așteptările legate de creșterea rapidă, acele afaceri care estimau atingerea unui număr de 19 angajați în decurs de 5 ani, ale antreprenorilor în fază inițială au crescut de la 10,1% în 2009 la 16% în 2010. Similar, în cazul antreprenorilor cu vechime au fost înregistrate creșteri de la 9,9% în 2009 la 19,2% în 2010.

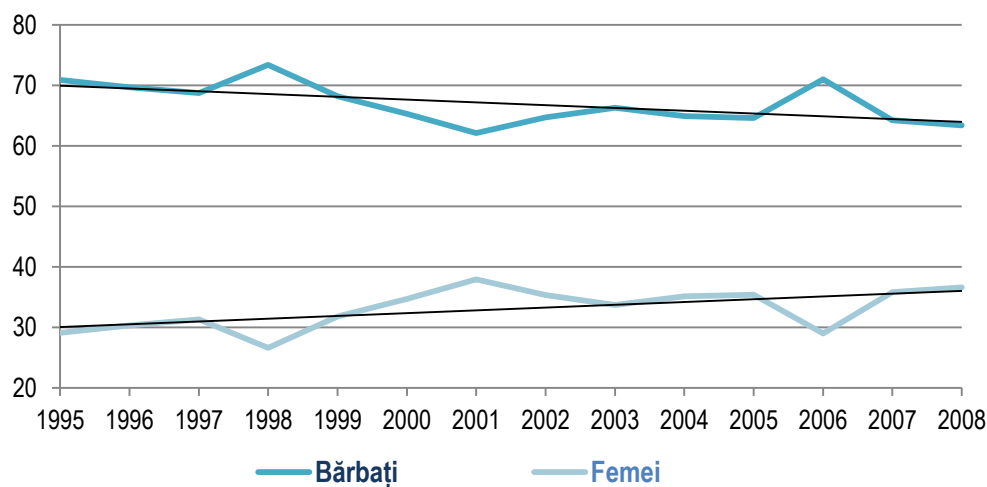
Analiza rezumată pentru România arată modificări ale aspirațiilor antreprenoriale, după cum urmează: scăderea nivelului de așteptare privind creșterea rapidă a activității antreprenoriale în fază inițială de la 0,07% în 2007 la 0,27% în 2009 în rândul populației cu vârsta 18-64 ani; o ușoară revenire a creșterii așteptării până la 0,48% în 2010; o ușoară creștere a pieței pentru produsele noi până la 22,4% și un nivel de orientare spre internaționalizare în creștere până la 28,5% în 2010.

3. Profilul antreprenorului român

Din 1995 și până în prezent, profilul antreprenorului român s-a îmbunătățit în ceea ce privește raportul dintre antreprenorii femei și bărbați, nivelul de educație, de calificare tehnică și de experiență antreprenorială. Astfel:

Din perspectiva **genului**, aproape două treimi (63,4%) dintre antreprenorii care au înființat o afacere pe cont propriu în 2008 erau bărbați. Deși procentul de antreprenori români a rămas favorabil bărbaților, diferența dintre numărul de întreprinzători de sex feminin și numărul de întreprinzători de sex masculin în România s-a redus treptat până în 2008. Această constatare se bazează pe faptul că în 1995 un

procent de 70,9% dintre întreprinzători era reprezentat de bărbați, respectiv cu 7,5% mai mult decât în 2008.

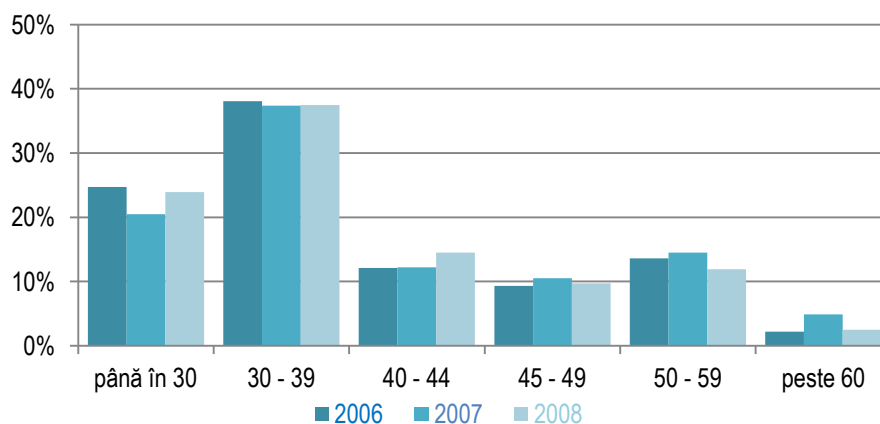


Sursa: Profilul întreprinzătorului român, 2010, INS

Fig. 1 - Distribuția întreprinderilor active nou înființate, în funcție de sexul fondatorului/managerului

Cei mai mulți antreprenori români sunt tineri cu **vârsta** sub patruzeci de ani.

Un procent de 61% din noile întreprinderi active au fost înființate de fondatori cu vârsta cuprinsă între 30 și 39 de ani.



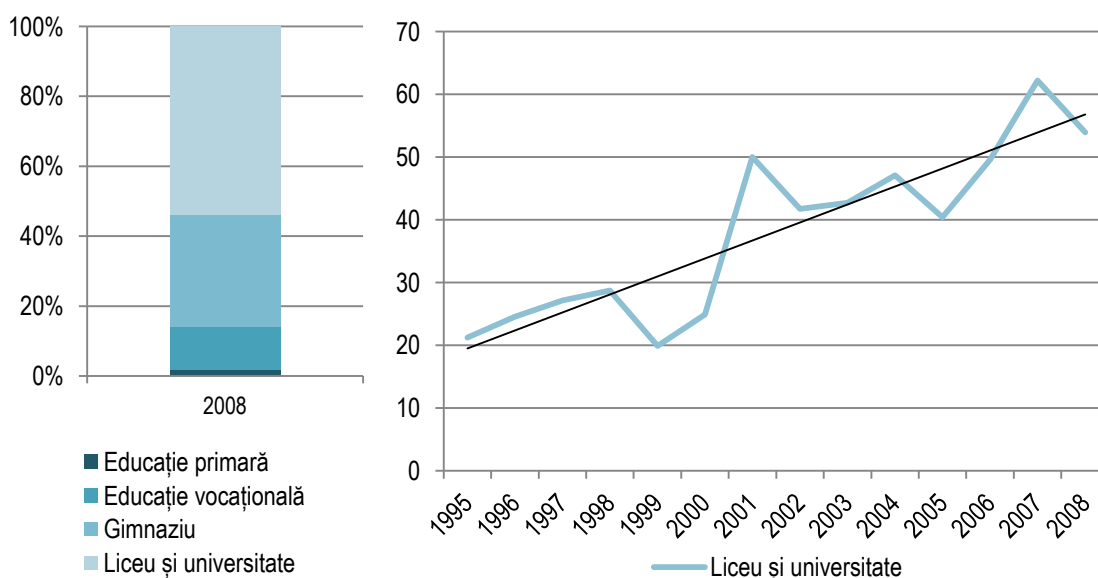
Sursa: Profilul întreprinzătorului român, 2010, INS

Fig. 2 - Distribuția întreprinderilor active nou înființate, în funcție de grupa de vârstă a fondatorului/managerului (%)

În ceea ce privește **nivelul de educație**, 53,9% dintre antreprenorii români sunt absolvenți ai învățământului liceal și universitar, în timp ce 1,7% dintre ei au absolvit doar nivelul de educație primară. (graficul).

Procentul antreprenorilor români, absolvenți de școli liceale și universități cunoaște o tendință crescătoare începând din anul 1995. Ca rezultat al unei astfel de tendințe, trebuie subliniate două aspecte importante:

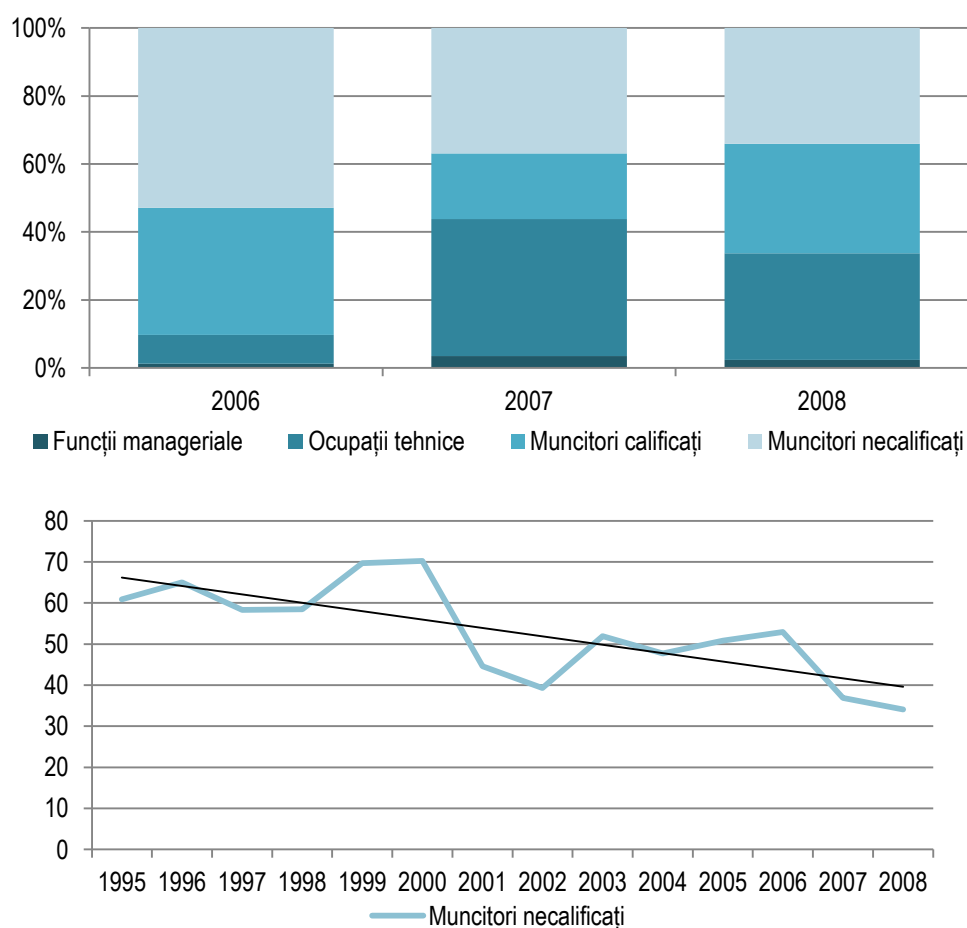
- Școlile superioare și universitățile reprezintă centrele educaționale pentru formarea profesională a întreprinzătorilor. Totuși, cei care au urmat studii universitare nu se disting prin abilități manageriale de nivel mai înalt în comparație cu cei fără studii universitare. De exemplu, utilizarea tehnicilor de planificare formală în cadrul întreprinderilor nou înființate sau conceperea unor planuri de carieră explicite pentru angajații acestora nu cresc odată cu creșterea nivelului de educație al întreprinzătorului. De aici, rezultă importanța orientării conținutului curriculei școlare către dezvoltarea unei culturi și a abilităților antreprenoriale, care trebuie îmbunătățite în învățământul superior, indiferent de domeniul de specializare.
- Îmbunătățirea educației antreprenorilor creează o premisă favorabilă pentru a dezvolta întreprinderi dinamice. Universitățile, mai ales cele cu o orientare tehnică și științifică, ar trebui să joace un rol cheie, sprijinind dezvoltarea și externalizarea în sfera comercializării noilor tehnologii care au la bază inovația și cercetarea.



Sursa: Profilul întreprinzătorului român, 2010, INS

Fig. 3 - Distribuția întreprinderilor active nou înființate în funcție de nivelul de educație al fondatorului/ managerului, 1995-2008

Nivelul de calificare al întreprinzătorilor români s-a îmbunătățit în ultimii ani, procentul de muncitori necalificați care și-au înființat propria întreprindere scăzând până la o treime în 2008, de la două treimi cât era în 1995. Totuși, nivelul de experiență managerială al fondatorilor/managerilor de întreprinderi este încă foarte scăzut; numai 2,4% din întreprinderile nou înființate (startup) în 2008 au fost create de întreprinzători cu experiență anterioară pe poziții manageriale. Această lipsă a experienței manageriale trebuie să fie suplinită prin programe de instruire profesională (formare profesională continuă) sau prin includerea disciplinelor orientate spre management/educație antreprenorială în programa de studiu a universităților tehnice și științifice, având în vedere datele cercetărilor întreprinse de INS, care arată că mai mult de jumătate dintre antreprenorii români au absolvit nivelul de educație superior.



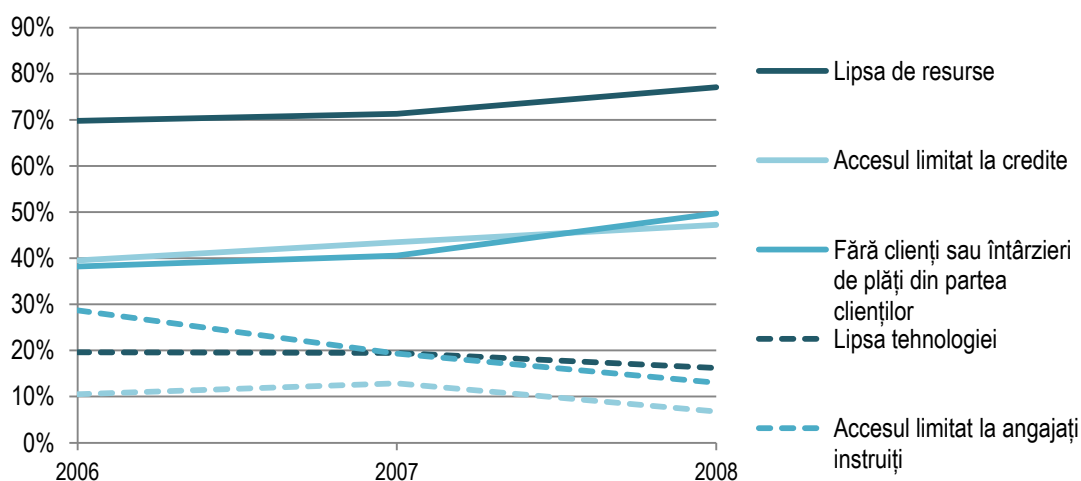
Sursa: Profilul întreprinzătorului român, 2010, INS

Fig. 4 - Distribuția întreprinderilor active nou înființate, în funcție de categoria de apartenență socio-profesională anterioară a fondatorului/managerului (%)

4. Principalele dificultăți cu care se confruntă antreprenorii români

Impactul crizei economico-financiare asupra problemelor cu care se confruntă întreprinzătorii este prezentat în mod sintetic în fig. 5.

Din perspectiva ofertei, criza a făcut să crească dificultățile legate de **accesul la finanțare**. În anul 2008, ponderea de întreprinderi noi fără resurse s-a ridicat la 77,1%, procentul celor cu probleme cauzate de întârzieri în efectuarea plăților de către clienți a atins 49,7%, iar al celor cu acces limitat la credite bancare a ajuns la 47,2%. Totodată, diferența dintre dificultățile financiare și alte tipuri de probleme legate de ofertă a devenit mai accentuată: mai puțin de 20% dintre antreprenori s-au confruntat cu dificultăți legate de lipsa tehnologiei, accesul la angajați calificați sau lipsa materiilor prime. Prin urmare, constrângerile de natură financiară au reprezentat cea mai importantă dificultate pentru noile întreprinderi.



Sursa: Profilul întreprinzătorului român, 2010, INS

Fig.5 - Dificultățile întâmpinate de întreprinzătorii români

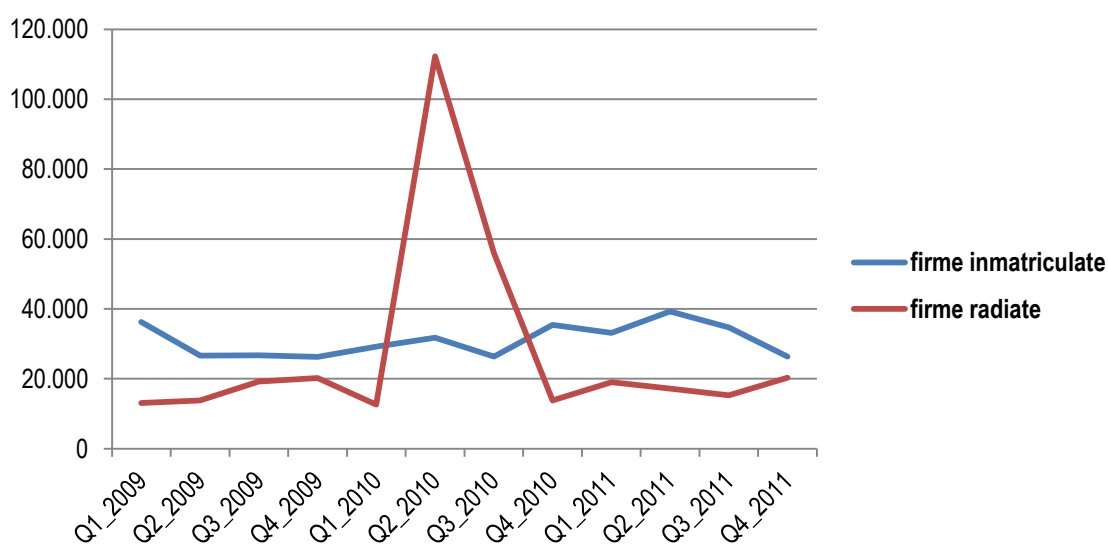
Impactul crizei asupra dificultăților legate de latura cererii este, de asemenea, semnificativ. Ca urmare a crizei economico-financiare, lipsa de resurse a potențialilor clienți (70%) a devenit cea mai importantă dificultate cu care se confruntă firmele nou înființate și fondatorii lor. Mai mult decât atât, la aceasta se adaugă barierele ridicate de creșterea competiției pe piață (69%). Prevalența dificultăților legate de gradul redus de informare asupra pieței a noilor întreprinzători (50%) și de lipsa de abilități de marketing (30%) a fost mai scăzută în 2008, comparativ cu anii anteriori crizei.

5. Demografia întreprinderilor în România

Evoluțiile demografice ale întreprinderilor s-au manifestat într-o dinamică firească pentru mediul de afaceri privat din România, relativ nou și marcat de transformările sistемice profunde din ultimele două

decenii. Lipsiți de experiența și abilitățile necesare, antreprenorii români au ales varianta activităților pe cont propriu în încercarea de fructificare a noi oportunități și conjuncturi de piață sau pur și simplu din necesitatea asigurării mijloacelor de existență. Pe fondul instabilității și lipsei de predictibilitate caracteristice mediului de afaceri în toată această perioadă, fluctuațiile demografice au avut loc cu diferite intensități. Practic, după o perioadă de consolidare a sistemelor de reglementare și instituționale, demografia întreprinderilor a cunoscut o creștere constantă în intervalul 2005–2008, urmată de declinul survenit în anul 2009, odată cu instalarea crizei economice. Practic, la sfârșitul anului 2008, sectorul IMM a atins cel mai înalt nivel de dezvoltare din punct de vedere demografic, respectiv un număr de firme înregistrate mai mare de 508.000. Magnitudinea și ritmul schimbărilor intervenite în anul 2009 au determinat o serie de variații în ceea ce privește demografia, atât sub aspectul înmatriculării, cât și sub aspectul ieșirii de pe piață, marcate prin suspendări temporare de activitate și radieri definitive din Registrul Comerțului. De menționat că, mobilitatea întreprinderilor este o caracteristică generală care se manifestă însă mai profund în cazul firmelor nou înființate și al celor mici. Totuși, trebuie remarcat faptul că, efectele crizei economice suprapuse peste condițiile unui mediu de afaceri instabil și împovărat s-au soldat cu radierea unui număr total de 247.435 de firme, în intervalul 2008-2010.

Dinamica demografică a întreprinderilor este ilustrată în figura 6 în care se prezintă comparativ evoluțiile trimestriale ale numărului de firme înmatriculate și radiate de la Registrul Comerțului, în perioada 2009-2011. Se remarcă vârful atins în cel de-al doilea trimestru din 2010, când un număr mai mare de 112.000 de firme au fost radiate din Registrul Comerțului.



Sursa: Statistici Oficiul Național Registrul Comerțului și calcule proprii

Fig. 6 – Evoluțiile trimestriale ale înmatriculărilor și radierilor de întreprinderi, 2009-2011

Rata natalității întreprinderilor

Considerat unul din indicatorii cheie pentru dinamica antreprenoriatului, rata natalității arată capacitatea de inițiere a unor noi afaceri într-un context macroeconomic dat.

Evoluția trimestrială a numărului de firme noi, înmatriculate la Registrul Comerțului, în perioada 1 ianuarie 2009 - 31 decembrie 2011, reflectă diminuarea inițiativei antreprenoriale în anul de criză 2010, tradusă prin scăderea numărului de înmatriculări de firme noi. Revenirea tendințelor crescătoare a avut loc în trimestrul al patrulea din 2010. Se remarcă, de asemenea, rata de creștere mai mare, atinsă în trimestrul al doilea 2011, superioară celor cunoscute chiar și anterior anului 2009.

Tabelul 2 - Evoluția trimestrială a numărului de înmatriculări, 2009-2011

Trimestrul	Anul 2009	Anul 2010	Anul 2011
trimestrul I	36.211	29.213	33.140
trimestrul II	26.659	31.761	39.295
trimestrul III	26.691	26.320	34.680
trimestrul IV	26.280	35.450	26.381
total anual	115.841	122.744	133.496

Sursa: Statistici ONRC

De altfel, situația statistică a înmatriculărilor de persoane fizice și juridice la ONRC, prezentată în tabelul 3, arată o creștere cu 9% a numărului total de înmatriculări, în anul 2011 față de anul 2010. Numărul total de agenți economici înregistrați în anul 2011 este astfel distribuit: 48,2% sunt SRL, 33,2% sunt PFA și 17,0% întreprinderi individuale; un procent mai mic de 2% reprezintă alte forme juridice.

Tabelul 3 - Numărul de agenți economici înmatriculați la ONRC, în 2010 și 2011

Forma juridică	2010		2011	
	Număr	Procent	Număr	Procent
Întreprinderi SRL	48.102	40,4%	62.735	48,2%
Persoane fizice autorizate - PFA	43.956	36,9%	43.269	33,2%
Întreprinderi individuale	23.958	20,1%	22.033	17,0%
Alte forme juridice	3.032	2,5%	2.125	1,6%

Sursa: Statistici ONRC

Mai mult de 98% dintre persoanele fizice și juridice înmatriculate la Registrul Comerțului, în anul 2011, se încadrează în categoria IMM-urilor (definite conform Legii nr. 346/2004 cu modificările ulterioare) și întreprinderi individuale și PFA (definite conform OUG nr. 44/2008 cu modificările ulterioare). Procentul cel mai mare de unități nou înființate este deținut de întreprinderi din categoria IMM-urilor, care reprezintă aproape jumătate din numărul total, respectiv 62.735. Comparativ cu anul precedent, în anul 2011 înmatriculările la Registrul Comerțului au crescut per ansamblu cu 9%, iar în cazul IMM-urilor cu 30%.

Tabelul 4 - Numărul înmatriculărilor de firme, pe domenii de activitate, în 2010 și 2011

Sectorul economic	2010		2011	
	Număr	Procent	Număr	Procent
Agricultură	20.444	17,2%	20.432	15,7%
Industrie	7.328	6,3%	8.761	6,7%
Energie	1.291	1,1%	1.854	1,4%
Construcții	8.346	7,1%	12.059	9,2%
Comerț	35.320	29,7%	37.336	28,7%
Transporturi	5.836	4,9%	7.317	5,6%
Hoteluri și Restaurante	5.581	4,7%	6.179	4,7%
Informații și Comunicații	5.670	4,8%	5.950	4,5%
Alte servicii	29.232	24,6%	30.274	23,3%
Total	119.048	100,00%	130.162	100,00%

Sursa: Statistici ONRC, 2010 și 2011

Atât în anul 2010, cât și în 2011, cei mai mulți agenți economici au fost înmatriculați cu activitatea principală în comerț (30,2% în 2010 și respectiv 28,4% în 2011), fiind urmați de cei cu activitate în alte servicii (23,3% și respectiv 23,9%) și agricultură (17,5% și respectiv 15,6%). Se remarcă un procent consistent al firmelor din agricultură, înregistrate în ultimii 2 ani, spre deosebire de perioada anterioară. În anul 2011, se constată o creștere a numărului de firme înregistrate în industrie și în construcții, în timp ce numărul celor din comerț a avut o ușoară scădere, comparativ cu anul de criză 2010.

Rata de mortalitate a întreprinderilor

În ceea ce privește dispariția firmelor, se constată că suspendarea de activitate a avut o dinamică spectaculoasă, atât în raport cu situația anilor anteriori, cât și în comparație cu numărul radierilor definitive. Principala formă de ieșire din piață în 2009 a fost suspendarea activității, care a avut o

creștere de trei ori mai mare în comparație cu numărul radierilor. Această evoluție a modificat raportul între numărul de suspendări și numărul de radieri, din unul subunitar în anul 2008, în unul supraunitar în 2009. Aceeași situație defavorabilă a continuat în anul 2010, când numărul de radieri a crescut mai mult de patru ori comparativ cu anul anterior, în timp ce numărul firmelor suspendate s-a redus la jumătate. În același timp, numărul înmatriculărilor de noi societăți comerciale a avut o creștere cu 2,5% față de anul 2009, departe de a egala nivelul de 144.239, atins înainte de criză.

6. Firmele cu creștere rapidă „gazele”

Supraviețuirea este cea mai importantă problemă pentru întreprinderile nou înființate și pentru dezvoltarea antreprenoriatului în România. Totuși, cele mai multe dintre noile firme care supraviețuiesc ori rămân în categoria microîntreprinderilor ori în cel mai bun caz evoluează ca mărime în clasa întreprinderilor mici. Un număr foarte redus dintre ele sunt capabile să se dezvolte la nivelul unei întreprinderi mijlocii într-o perioadă scurtă de timp. Acest din urmă grup de întreprinderi, numite proiecte antreprenoriale dinamice sau, mai puțin formal, „gazele”, sunt răspunzătoare de crearea celui mai mare număr de locuri de muncă, de inovație și de valoare adăugată în cadrul mediului socio-economic. Prin urmare, politicile publice de sprijinire a antreprenoriatului ar trebui să facă distincție între întreprinderile tradiționale și cele cu potențial de creștere rapidă și să asigure mecanismele de creare și dezvoltare a „gazelelor”, mai ales în zonele mai puțin dezvoltate ale țării.

În acord cu definiția OECD-Eurostat introdusă în anul 2008, firmele cu creștere rapidă sunt întreprinderile cu o creștere anuală medie mai mare sau egală cu 20%, pe o durată de 3 ani. Creșterea poate fi măsurată prin prisma numărului de angajați sau a cifrei de afaceri.

Firmele cu creștere rapidă sunt importante în economie, prin potențialul lor de dezvoltare economică și impactul social de creștere a ocupării. Stimularea acestor întreprinderi devine o necesitate stringentă, mai ales în contextul general actual, fiind o sursă pentru sporirea competitivității și reducerea ratei șomajului.

Studiile OECD recomandă decidenților politici să își orienteze sprijinul guvernamental către crearea unor condiții cadru adecvate, în special prin stimularea unor piețe eficiente și eliminarea obstacolelor pentru apariția, dezvoltarea, expansiunea firmelor (măsuri financiare și fiscale care influențează accesul la credite, capital de risc și capitalizarea pe bursă, flexibilizarea pieței muncii, regimul de protecție al proprietății intelectuale, educația și training-ul personalului).

Cu toate acestea, în România, adaptarea politicilor publice la nevoile reale ale grupurilor țintă de IMM-uri este încă limitată, iar firmele cu creștere rapidă nu au făcut obiectul unor intervenții publice concrete sau evaluări de impact, până în prezent.

Conform unui studiu recent publicat de Comisia Națională de Prognoză¹², în perioada 2004-2008, de creștere economică susținută, mai mult de 700.000 de noi locuri de muncă pot fi atribuite firmelor cu creștere rapidă, ceea ce reprezintă 94% din toate noile locuri de muncă apărute în ansamblul economiei României. Din totalul companiilor cu creștere rapidă, IMM-urile au generat 26% din cele peste 700.000 de locuri de muncă. Mai trebuie precizat că acest potențial de ocupare este deținut de numai 8% dintre toate întreprinderile active.

În același timp, acest segment de firme activează în multiple domenii afectate puternic de criză în perioada 2008-2010. Astfel se justifică faptul că, dintre cele peste 700.000 de locuri de muncă create în perioada anterioară, peste jumătate, 375.000, au reprezentat pierdere netă cauzată de recesiune. IMM-urile cu creștere rapidă au pierdut numai un procent de 17% din locurile de muncă în 2008-2010.

Se poate constata că, deși în perioada de criză au fost desființate mai multe locuri de muncă decât au fost înființate, pe segmentul de firme cu creștere rapidă, în număr de 9.641 (28% din total), a continuat angajarea de personal, contribuind la crearea a 242.800 de noi locuri de muncă.

Dintre firmele cu creștere rapidă se identifică un grup restrâns de numai 1,2% din populația totală a firmelor active din România, care poate fi încadrat în categoria „gazele” având în vedere aportul substanțial în crearea noilor locuri de muncă, în perioada 2003-2008, respectiv o treime din total. Mai trebuie spus că, un procent de 95% dintre gazele sunt IMM-uri.

Studiul scoate în evidență că, din toată populația de întreprinderi, un segment relativ redus - **firmele cu creștere rapidă** - asigură o parte majoră a locurilor de muncă nou create concomitent cu un volum considerabil al cifrei de afaceri.

Rezultatele analizei conduc către concluzia că pentru a accelera dinamica antreprenorială, se impune o politică îndreptată pe creșterea productivității muncii prin educație antreprenorială și calificarea pe competențe cheie, care să suplinească facilitarea accesului la finanțare.

Tocmai de aceea, în țările membre OECD, politica de încurajare a firmelor cu creștere rapidă în general și a „gazelelor” în special este din ce în ce mai îmbrățișată și susținută.

7. Impactul antreprenoriatului în economia națională și locală

Contribuția antreprenoriatului la creșterea performanțelor economice și asigurarea bunăstării și coeziunii sociale poate fi ușor evidențiată prin raportul existent între valorile indicatorilor pentru antreprenoriat și rezultatele macroeconomice.

Pornind de la numărul de firme active în România, ca principal indicator al antreprenoriatului, se poate observa impactul asupra locurilor de muncă și contribuția la valoarea adăugată, conform datelor comparative cu valorile medii înregistrate în Uniunea Europeană.

¹² Contribuția IMM-urilor la creșterea economică – prezent și perspective, Comisia Națională de Prognoză, 2012

Tabelul 5 - Numărul de întreprinderi, numărul de salariați, valoarea adăugată brută

Indicatorul	IMM		Întreprinderi mari		Total	
	România	UE-27	România	UE-27	România	UE-27
Numărul de firme	468.552	20.796.192	1.519	43.034	470.071	20.839.226
Pondere în total întreprinderi	99,7%	99,8%	0,3%	0,2%	100%	100%
Numărul de angajați	2.452.992	87.460.792	1.269.302	43.257.098	3.722.294	130.717.890
Pondere în forța de muncă totală	65,9%	66,9%	34,1%	33,1%	100%	100,0%
Valoarea adăugată brută (mil.euro)	24.406,3	3.492.979	24.169,734	2.485.457	48.576,03	5.978.436
Pondere în total VAB din economie	50,24%	58,4%	49,76%	41,60%	100%	100%

Sursa: Statistici INS 2011; Raportul anual 2010/2011, Comisia Europeană

IMM-urile sunt majoritare numeric deținând un procent de 99,7% din numărul total al întreprinderilor active în economie în România, similar procentului din UE-27. Ele au o contribuție semnificativă, de 65,9%, în numărul total de angajați și se situează foarte aproape de media înregistrată de IMM-urile din Uniunea Europeană (66,9%). IMM-urile din România participă în proporție de 50,2% la valoarea adăugată brută din economie, un procent mai redus comparativ cu media europeană 58,4%.

Realitatea privind impactul antreprenoriatului în economie și societate, recunoscută la nivel global prin studiile și rapoartele elaborate de organisme internaționale, se confirmă la nivelul României cu ajutorul analizei regionale.

Impactul local

Între regiunile de dezvoltare ale României există mari decalaje în ceea ce privește baza antreprenorială care se reflectă în indicatorii de dezvoltare economică și socială locală.

Având în vedere că, în România antreprenorii autohtoni se regăsesc cu precădere în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii, analiza surprinde sectorul IMM.

În raport cu ponderea numărului de întreprinderi, cele opt regiuni de dezvoltare pot fi încadrate în trei categorii, astfel:

- Regiunea București-Ilfov este cea mai dezvoltată, se detașează de restul regiunilor și deține 24% din totalul național;

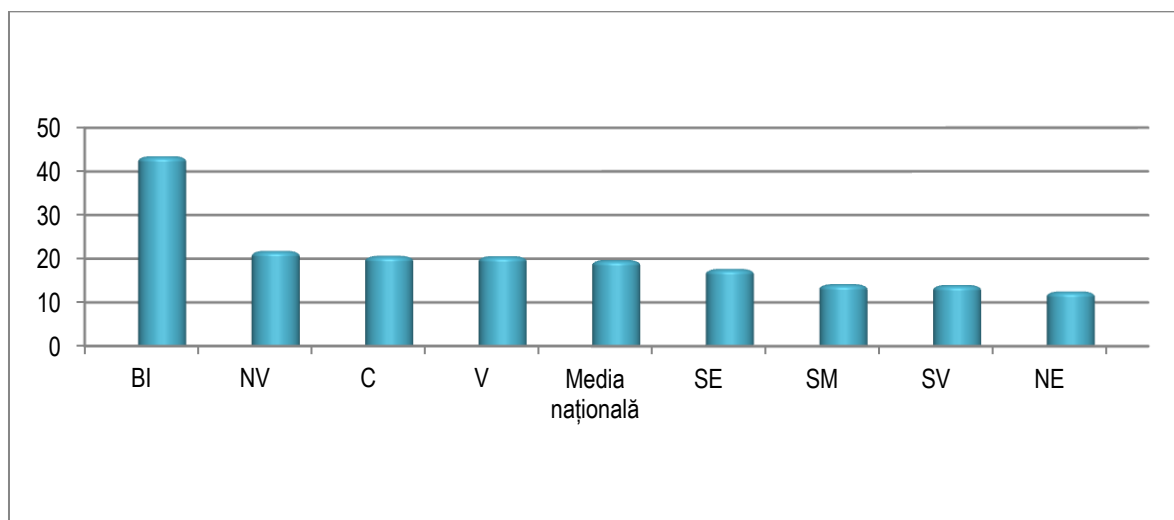
- Regiunile Nord-Vest, Centru, Sud-Est, Sud Muntenia și Nord-Est cu valori ale ponderii IMM cuprinse între 14% și 11%;
- Regiunile Vest și Sud-Vest Oltenia cu pondere de 9% și 7% din numărul total de IMM-uri.

Densitatea IMM-urilor (numărul de IMM-uri la 1000 de locuitori) este un indicator relevant pentru nivelul antreprenorial, național sau regional.

Valoarea densității IMM-urilor din România este foarte redusă, reprezentând aproape jumătate din media europeană, respectiv 24 IMM-uri/1000 de locuitori în România față de 42 IMM-uri/1000 de locuitori în Uniunea Europeană.

Detaliată pe regiuni, analiza acestui indicator indică existența unor decalaje mari inter-regionale. Astfel:

- Regiunea București-Ilfov prezintă cea mai mare densitate de IMM-uri, respectiv 44,4 IMM-uri/1000 de locuitori;
- Următoarele valori sunt deținute de Regiunile Nord-Vest, Centru, Vest și Sud-Est și se situează în intervalul 22,7 - 18,8 IMM-uri/1000 de locuitori;
- Regiunile cu nivelul cel mai scăzut al densității IMM-urilor sunt: Nord-Est cu 13,1; Sud-Vest Oltenia cu 14,7 și Sud-Muntenia cu 15,1 IMM-uri/1000 de locuitori.



Sursa: Statistici INS 2011

Fig. 7 - Densitatea IMM-urilor la nivelul celor opt regiuni de dezvoltare

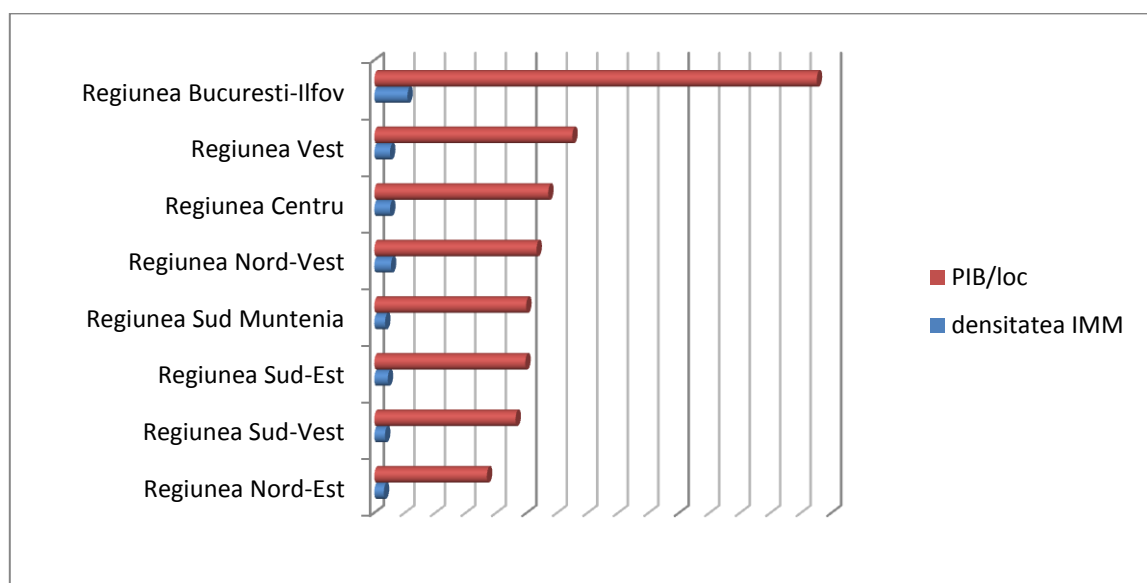
Se remarcă în mod deosebit amploarea antreprenoriatului în regiunea București-Ilfov, generată în principal de capitala țării care se detașează ca un pol de dezvoltare și prosperitate economică. Valoarea

de 44,4 a densității IMM-urilor din București-Ilfov depășește nu numai media națională dar și pe cea înregistrată în UE-27 (42 IMM-uri/1000 de locuitori).

Impactul dezvoltării antreprenoriale asupra bunăstării regionale

Impactul antreprenoriatului în profil teritorial poate fi analizat urmărind binomul densitatea IMM-urilor și produsului intern brut/capita (PIB/locuitor) la nivelul fiecărei regiuni. Se poate constata, în general, o corelație pozitivă între acești doi indicatori. Interdependența este elocventă în special în cazul valorilor extreme, respectiv pentru regiunea București-Ilfov (44 IMM-uri/1000 de locuitori și 58.000 de lei) și regiunea Nord-Est (13 IMM-uri/1000 de locuitori și 14.700 de lei), dar se respectă în majoritatea regiunilor.

Regiunea Vest reprezintă o excepție, care deși deține numai a patra valoare a densității IMM-urilor realizează un PIB per capita de 26.000 de lei, al doilea pe țară. Pe locul următor se situează regiunea Centru realizând a treia valoare a PIB/locuitor (22.820 de lei) la o densitate de 23 IMM-uri/1000 de locuitori.



Sursa: Statistici INS 2011 și calcule proprii

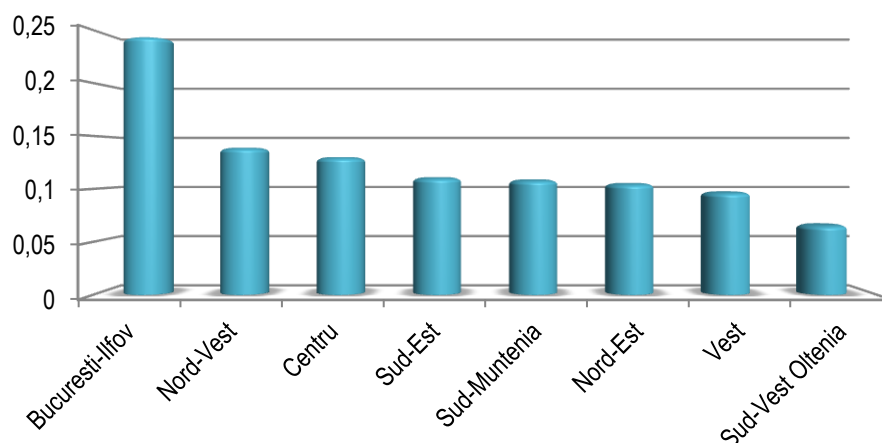
Fig. 8 - Densitatea IMM-urilor și Produsul Intern Brut / capita la nivel regional

Contribuția antreprenoriatului la ocuparea forței de muncă

Influența bazei antreprenoriale se reflectă asupra numărului de salariați la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare din România. Astfel, se poate constata că așa cum densitatea IMM-urilor variază de la o regiune la alta și numărul mediu de angajați prezintă mari discrepanțe la nivel regional, îndeosebi între Regiunea București-Ilfov și celelalte regiuni. Ponderea cea mai mare a numărului mediu de salariați în

IMM-uri este 24,4% în București-Ilfov, iar cea mai redusă contribuție o are antreprenoriatul din regiunea Sud-Vest Oltenia cu numai 6,6% pondere. Regiunile Centru și Nord-Vest asigură un nivel mediu al numărului mediu de salariați în IMM-uri, respectiv un procent de 13,0% și 13,9% din total.

Diferențele între valorile acestui indicator la nivel regional se pot ușor observa în reprezentarea grafică din figura 1.



Sursa: Statistici INS 2011 și calcule proprii

Fig. 9 – Contribuția antreprenoriatului la crearea locurilor de muncă în cele opt regiuni de dezvoltare

EDUCAȚIA ANTREPRENORIALĂ

Contextul european

Educația antreprenorială la toate nivelele – gimnazial, liceal, universitar sau formare profesională continuă - joacă un rol major în dobândirea competențelor antreprenoriale cheie. Conform analizei cuprinse într-un studiu recent¹³ al Comisiei Europene, educația antreprenorială are un impact pozitiv asupra spiritului întreprinzător al tinerei generații, asupra atitudinii și disponibilității pentru inițiativa privată și în final asupra rolului ei în societate și în economie. Abilitățile antreprenoriale care pot transforma ideile în acțiuni includ: creativitatea, inovarea, asumarea riscului cât și capacitatea de management al proiectelor și atingerea obiectivelor propuse. Mai mult, acestea ajută la înțelegerea unui context dat și la evaluarea oportunităților, astfel încât determină inițiativa antreprenorială și începerea unei activități comerciale.

Potrivit aceluiași studiu, obiectivele educației antreprenoriale sunt legate de îmbunătățirea abilităților antreprenoriale ale tinerilor, stimularea creativității și încrederii în forțele proprii; încurajarea startup-urilor inovative; creșterea rolului antreprenorilor în societate și în economie.

Deși necesarul pentru învățarea cunoștințelor de antreprenariat este în creștere, există încă o serie de obstacole în dezvoltarea educației antreprenoriale, în special în ceea ce privește finanțarea și resursele umane.

Profesorilor și școlii le revine un rol deosebit, însă aceștia ar trebui să fie sprijiniți de companii private și organizații non-profit care pot asigura resurse și experiență practică; autoritățile locale, de asemenea, pot, juca un rol cheie, mai ales ca promotori și facilitatori.

O mai bună cunoaștere a impactului educației antreprenoriale trebuie să preocupe factorii responsabili din fiecare stat al UE și să stea la baza unui cadru de sprijin care să asigure integrarea educației antreprenoriale din sistemul de învățământ cu dezvoltarea competențelor cheie prin formarea profesională continuă. De altfel, Agenda Oslo pentru educație antreprenorială în Europa, lansată în 2006, a stabilit ca prioritate pentru statele membre elaborarea strategiilor naționale pentru educație antreprenorială, cu obiective clare, menite să acopere toate etapele de educație. Aceste strategii

¹³ Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education, European Commission , March 2012

trebuie să implice toți actorii relevanți din sectorul public și privat și să prevadă cadrul general de acțiuni concrete, pornind de la includerea antreprenoriatului în curricula națională.

Introducerea în programa școlară a disciplinelor de educație antreprenorială este foarte necesară, având în vedere că absolvenții unei forme de învățământ se află în fața deciziei privind propria carieră profesională, iar desfășurarea unei activități pe cont propriu poate fi o bună opțiune pentru tinerii care au talent și abilități antreprenoriale dar și pregătirea necesară.

În Uniunea Europeană, antreprenoriatul este inclus în programele naționale pentru învățământul profesional în majoritatea țărilor membre, însă antreprenoriatul nu este legat de anumite materii de studiu sau de anumite profesii și, de aceea, ar trebui privit într-o abordare generală, strategică la nivelul oricărei țări.

În pofida unor elemente încurajatoare, se pare că asimilarea și eficacitatea educației antreprenoriale în școală este încă departe de a fi pe deplin satisfăcătoare.

În aceeași măsură, lipsa parțială a competențelor adecvate în domeniul antreprenoriatului se semnalează în rândul cadrelor didactice, fiind percepută în multe țări europene drept o problemă, mai cu seamă în ceea ce privește experiența practică. Indiferent de domeniul formării profesionale, calea cea mai eficace de a preda antreprenoriatul este de a implica elevii în proiecte și activități practice, în care se pune accentul pe învățarea prin experimentare și în care se dobândește experiență reală în antreprenoriat.

Și în România s-au făcut pași importanți prin introducerea elementelor de cultură antreprenorială în curricula școlară încă din primele clase de studiu, continuate la nivelul gimnazial și liceal. Prin revizuirea curriculei pentru toate nivelele școlare aprobată prin Ordinul Ministrului Educației 5097/2009, educația antreprenorială este explicit recunoscută ca obiectiv trans-curricular.

Unul dintre modulele aplicate cu succes în liceele din învățământul profesional și tehnic-profil Servicii- îl reprezintă educația antreprenorială prin introducerea conceptului „firmele de exercițiu”. Învățământul orientat către aspectele practice și experiența profesională sunt esențiale pentru încurajarea modului de gândire și a abilităților antreprenoriale. Beneficiind de expertiza pentru transferul unor bune practici implementate în Austria, Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic urmărește consolidarea metodei firmelor de exercițiu prin formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic-profil servicii, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firmă de exercițiu. Finalitatea acestui proces constă în formarea competențelor a 600 de profesori pentru un proces de predare - învățare, care să favorizeze formarea competențelor antreprenoriale la elevi.

Educația antreprenorială în învățământul superior are impactul cel mai mare asupra antreprenoriatului, având în vedere că cei mai mulți antreprenori sunt absolvenți de facultate, iar cunoștințele antreprenoriale și manageriale temeinice se pot dezvolta cel mai bine în această etapă.

Mediul academic ar trebui să fie cel mai favorabil pentru formarea abilităților antreprenoriale, stimularea creativității și inovației și de aceea pregătirea antreprenorială în universități, mai ales a celor de profil tehnic și economic este deosebit de importantă. Studiile europene arată că întreprinderile înființate de studenți sau tineri absolvenți sunt cele mai inovatoare și cele mai ambițioase în termeni de cifră de afaceri și număr de angajări.

Universitățile pot juca un rol major și complex în formarea și diseminarea culturii antreprenoriale, în trei direcții:

- Furnizând educație și formare profesională antreprenorială pentru studenți, absolvenți și întreprinderi;
- Dezvoltând tehnologii inovatoare, mai ales în cadrul universităților tehnice și științifice și promovând crearea de noi subsidiare pentru a permite acestor tehnologii să fie aplicate în proiecte antreprenoriale dinamice care să aducă valoare adăugată;
- Creând legături între mediul academic și cel de afaceri, prin următoarele modalități:
 - devenind un centru de atracție intelectuală al comunității;
 - furnizând conexiuni între inovatori, cercetători, studenți, întreprinzători, întreprinderi și instituțiile de capital de risc;
 - dezvoltând materiale de curs orientate spre practică, cum ar fi studiile de caz;
 - atrăgând fonduri și creând o masă critică de inovație și antreprenoriat.

În România au fost înregistrate unele progrese în ultimii ani, în ceea ce privește pregătirea antreprenorială în universități, atât prin programa universitară de profil cât și prin proiectele facilitate de Programul Operațional Sectorial-Dezvoltarea Resurselor Umane. De asemenea, programul Junior Achievement România, prin modulele adresate studenților, vine în întâmpinarea nevoii de a dobândi experiența de muncă înainte de terminarea studiilor universitare și de a evalua abilitățile de lucru într-o companie. Studenții participanți pot ocupa poziții de internship în companii, în timpul anului universitar și în perioada vacanței de vară, prin Programul START Internship România.

Este important ca sistemul românesc de învățământ superior să se inspire din modulele de educație antreprenorială recunoscute ca bune practici internaționale. Un exemplu în acest sens poate fi rețeaua de educație antreprenorială Red Motiva¹⁴, un model de bună practică în promovarea antreprenoriatului

¹⁴ Informații suplimentare despre Red Motiva se pot accesa www.uv.es/motiva/.

în învățământul universitar, din Spania. Red Motiva coordonează o amplă rețea de universități și o agendă vastă de activități privind cercetarea academică, transferarea cunoștințelor și formării profesionale în toate acele domenii legate de antreprenariat, sprijin efectiv pentru subsidiare noi și înființarea de noi întreprinderi de către studenții universităților din rețea.

Educația antreprenorială în România

Educația antreprenorială în sistemul național de învățământ

- ✓ Discipline care vizează dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale la nivel gimnazial
- ✓ Educație antreprenorială în liceu
- ✓ Firmele de exercițiu în învățământul liceal cu profil servicii
- ✓ Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic-profil servicii, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firmă de exercițiu
- ✓ Antreprenariatul în învățământ superior
- ✓ Programul Junior Achievement România

Educația antreprenorială prin formare profesională continuă

- ✓ Programele de educație antreprenorială derulate de Fundația Post-Privatizare;
- ✓ Programele Agenției pentru Implementarea Programelor și Proiectelor pentru IMM;
- ✓ Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane (POS DRU)

Educația antreprenorială în sistemul național de învățământ

a) Discipline care vizează dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale la nivel gimnazial

Educație tehnologică, clasele V–VIII

Primele elemente de educație antreprenorială sunt incluse în programa școlară pentru disciplina educație tehnologică predată în învățământul gimnazial românesc, clasele V-VIII.

Prin studierea disciplinei Educație tehnologică se realizează corelarea cu exigențele formulate în documentele de politică educațională din România și din Comunitatea Europeană privind pregătirea elevilor pentru viață și învățare continuă precum și opțiunea pentru cariera profesională.

Programa pune un accent deosebit pe **educația pentru calitate**. Studiul calității produselor și a serviciilor, precum și educația consumatorului și a producătorului, permit dezvoltarea unor atitudini prin asumarea de valori care vizează calitatea. Programa de Educație tehnologică pune, de asemenea, accent pe dezvoltarea la elevi a **competențelor antreprenoriale**, a spiritului de inițiativă privată.

b) Educația antreprenorială în liceu

Disciplina **Educație antreprenorială** este prevăzută în planul cadru de învățământ pentru **liceu la clasa a X-a, la toate filierele, profilurile și specializările**, beneficiind de un buget de timp de o oră pe săptămână. Curriculum-ul pentru disciplina Educație antreprenorială răspunde cerințelor formulate în textul Legii învățământului, referitoare la idealul educațional și la finalitățile învățământului.

Competențe generale:

- Utilizarea conceptelor specifice educației antreprenoriale pentru organizarea demersurilor de cunoaștere și de explicare a unor fapte, evenimente, procese din viața reală;
- Aplicarea cunoștințelor specifice educației antreprenoriale în situații caracteristice economiei de piață, precum și în analizarea posibilităților de dezvoltare personală;
- Cooperarea în cadrul diferitelor grupuri pentru rezolvarea unor probleme teoretice și practice specifice mediului de afaceri;
- Evaluarea comportamentului adecvat unui mediu economico-social în schimbare;
- Formularea unor opinii referitoare la rezolvarea problemelor comunității, privind inițierea și derularea afacerilor.

Elementele de noutate sunt legate de următoarele aspecte:

- Orientarea către latura pragmatică a aplicării curriculum-ului: corelarea dintre unitățile de conținut și competențele specifice permite profesorului să realizeze conexiunea explicită între ceea ce se învață și scopul pentru care se învață; corelația propusă are în vedere posibilitatea ca o anumită competență specifică să poată fi atinsă prin diferite unități de conținut, neexistând o corespondență biunivocă între acestea;
 - Recomandarea unor valori și atitudini care să completeze dimensiunea cognitivă a învățării cu cea afectiv-atitudinală și morală, din perspectiva finalităților educației;
 - Includerea unor sugestii metodologice care să orienteze spre modalități didactice concrete de utilizare a curriculum-ului în proiectarea și realizarea activităților de predare-învățare-evaluare.
- Integrarea cunoștințelor propuse de alte discipline studiate și a competențelor vizate de acestea este una dintre trăsăturile de bază ale Educației antreprenoriale, demers prin excelență interdisciplinar și transcurricular. Prezenta programă este centrată pe dezvoltarea competențelor antreprenoriale și de relaționare la mediul economico-social. Disciplina Educație antreprenorială urmărește dezvoltarea la elevi a competențelor care să le permită valorificarea eficientă a propriului potențial și, în perspectivă, gestionarea eficientă a propriei afaceri.
- Programa este concepută astfel încât să încurajeze creativitatea didactică și adecvarea demersurilor didactice la particularitățile elevilor. Profesorii și autorii de manuale își pot concentra atenția în mod diferit asupra activităților de învățare și asupra practicilor didactice. Diversitatea situațiilor concrete face posibilă și necesară o diversitate de soluții didactice. Din această perspectivă, propunerile programei nu trebuie privite ca rețetare inflexibile. Echilibrul între diferite abordări și soluții trebuie să fie rezultatul proiectării didactice personale și al cooperării cu elevii fiecărei clase în parte.

c) Firmele de exercițiu

Metoda „firma de exercițiu” a fost introdusă în curricula națională, la nivelul tuturor unităților de **învățământ liceal cu profil servicii**, prin Ordinul MECT 3172/2006, începând cu anul școlar 2006-2007.

Conceptul „firma de exercițiu” (întreprindere simulată) s-a adoptat în România în urma implementării proiectului ECONET, dezvoltat de Centrul Național pentru Dezvoltarea Învățământului Profesional și Tehnic (CNDIPT) în colaborare cu Ministerul Educației și Culturii din Austria. Astfel, a fost aplicată o metodă interactivă de învățare ce are ca scop dezvoltarea spiritului antreprenorial la elevi, prin introducerea unei concepții moderne de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor. În procesul

de predare-învățare se asigură aprofundarea practică și probarea competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională.

În scopul coordonării la nivel național, prin Ordinul MECT 5109/2008, a fost aprobată înființarea **Centralei Rețelei Firmelor de Exercițiu din România (ROCT)**, cu atribuții de înregistrare, sprijinire și coordonare a firmelor de exercițiu din învățământul preuniversitar. În baza aceluiași act a fost înființat și un compartiment de asistență pentru întreprinderile simulate din învățământul superior, care funcționează în cadrul Catedrei de Management și Ingineria Sistemelor, Facultatea de Construcții de Mașini, din cadrul Universității Tehnice Cluj- Napoca.

Firma de exercițiu - reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial, o concepție modernă de integrare și aplicare interdisciplinară a cunoștințelor, o abordare a procesului de predare-învățare care asigură condiții pentru probarea și aprofundarea practică a competențelor dobândite de elevi în pregătirea profesională. Implementarea conceptului de "firmă de exercițiu" își propune crearea **tipului de întreprinzător dinamic**, capabil să dezvolte un nou proces de producție, să aducă pe piață un nou produs sau serviciu sau să descopere o nouă cale de distribuție.

Firma de exercițiu se prezintă pe trei nivele de complexitate după cum urmează:

Mini-firma de exercițiu – Nivel I (*Se recomandă ca o pregătire premergătoare pentru predarea – învățarea în firma de exercițiu*);

Firma de exercițiu – Nivel II (*Se aplică pentru firme noi – la clasa a XI-a ruta directă, respectiv clasa a XII-a ruta progresivă, profilul servicii*);

Firma de exercițiu – NIVEL III (*Se aplică pentru firmele cu o durată de funcționare de peste doi ani, respectiv firmele de exercițiu preluate succesiv de mai multe generații de elevi*);

La sfârșitul anului școlar 2010-2011 numărul firmelor de exercițiu autorizate de ROCT era de **1017**. Din totalul firmelor autorizate, 394 de firme de exercițiu (39%) aveau obiectul de activitate Comerț, 286 de firme de exercițiu (27%) aveau activitate în turism, iar 337 de firme de exercițiu (**34%**) aveau activitate în alte servicii. Un număr de **203 licee** de profil din **128 de localități** din România au aplicat metoda firmelor de exercițiu în anul școlar 2010-2011.

d) Competiția Business Plan

Introducerea Competiției „Business Plan” începând cu anul școlar 2008-2009 a venit în sprijinul dezvoltării competențelor antreprenoriale ale elevilor, facilitând corelarea pregătirii teoretice cu pregătirea practică a elevilor și stimulând competiția. Concursul s-a adresat tuturor firmelor de exercițiu

înregistrate/reînregistrate în anul școlar 2008-2009 la ROCT- Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din România și s-a desfășurat în trei etape (locală, regională și națională).

Competiția firmelor de exercițiu a antrenat an de an mai mulți elevi, astfel că în anul școlar 2010-2011 au participat în etapa locală 364 de firme de exercițiu, în etapa județeană 104, iar în etapa finală au fost selectate 8 firme.

e) Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic-profil SERVICII, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firmă de exercițiu

Proiectul CNDIPT „Formarea cadrelor didactice din învățământul profesional și tehnic-profil servicii, pentru extinderea metodei moderne interactive de învățare firmă de exercițiu”¹⁵ finanțat din POSDRU are ca obiectiv principal pregătirea a 600 de cadre didactice din învățământul profesional și tehnic (IPT), profil servicii, în vederea formării competențelor profesionale necesare implementării metodei interactive de învățare–firma de exercițiu. Finalitatea acestui proces constă în formarea competențelor pentru un proces de predare - învățare, care să favorizeze formarea competențelor antreprenoriale la elevi.

Obiectivul general al proiectului este în concordanță cu Strategia Europeană de Ocupare, la care România trebuie să se alinieze și vizează în primul rând dezvoltarea capitalului uman, respectiv cu grupul țintă –cadre didactice din IPT, profil servicii.

Obiectivele specifice ale proiectului:

- Îmbunătățirea calificării cadrelor didactice prin însușirea unor noi metode de instruire, inclusiv cunoașterea și aplicarea instrumentelor privind asigurarea calității procesului de predare–învățare-evaluare;
- Dezvoltarea, acreditarea și furnizarea de programe pentru cadrele didactice în vederea îmbunătățirii competențelor și capacității acestora de a utiliza metode interactive de predare–învățare;
- Îmbunătățirea capacității cadrelor didactice de a forma competențele cheie și profesionale în formarea inițială vizând dezvoltarea spiritului antreprenorial;
- Diversificarea oportunităților de exersare a strategiilor didactice prin stagii de formare cu experții din Austria, pornind de la exemplele de bună practică din această țară și din alte țări europene.

¹⁵ <http://firmaexercitiu.tvet.ro/>

f) Antreprenoriatul în învățământ superior

În România educația antreprenorială la nivelul învățământului superior a cunoscut o evoluție progresivă în ultimii 10 ani.

Introducerea în curiculă a disciplinelor de educație antreprenorială a avut în vedere îmbunătățirea oportunităților de învățare prin scheme și mecanisme complementare, mai ales prin derularea unor programe de dezvoltare a spiritului antreprenorial în rândul studenților. Antreprenoriatul ca disciplină este studiat în 3 forme distincte: licență, masterat și doctorat.

O selecție a programelor axate pe antreprenorat în cadrul celor mai reprezentative universități din România se prezintă în continuare.

Academia de Studii Economice din București

➤ **Administrarea Afacerilor (cu predare în limbi străine: germană, engleză)¹⁶**

Programul de studii de tip MBA de Management Antreprenorial este derulat în limba germană (engleză secundar) și a fost acreditat de FIBAA în anul 2007, fiind singurul MBA din România derulat în mai multe limbi și care are recunoaștere internațională și oferă absolvenților Diploma unei Universități din Germania.

Școala doctorală Administrarea Afacerilor promovează cercetări în domeniul antreprenoratului, antreprenoratului corporatist, capitalului intelectual și managementului strategic.

Universitatea Politehnică București

➤ **Facultatea de Antreprenorat, Ingineria și Managementul Afacerilor – FAIMA**

FAIMA ¹⁷ acordă la absolvirea studiilor de licență diplomă de inginer în domeniul "Inginerie și Management", eliberată de Universitatea Politehnică București - Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului.

Specializările pentru care se poate opta sunt:

- **Ingineria și Managementul Afacerilor;**
- **Inginerie Economică în Domeniul Electric, Energetic și Electronic;**
- **Inginerie Economică în Industria Chimică și de Materiale.**

¹⁶ <http://fabiz.ase.ro/>

¹⁷ <http://faima.pub.ro/>

Facultatea se adresează atât tinerilor interesați să-și desfășoare activitatea profesională în mediul afacerilor (în domeniul industrial și în alte domenii), cât și celor ce doresc să-și dezvolte propriul business.

Universitatea din București

➤ **Facultatea de Administrație și Afaceri** este una din cele mai importante instituții de învățământ superior din România, fiind o structură nouă, modernă și atractivă a Universității din București. Programele de studii ale Facultății de Administrație și Afaceri sunt constituite pe două cicluri - licență și master - în domenii de real interes pentru economia națională: Științe Administrative și Științe Economice.

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca

➤ **Facultatea de științe economice și gestiunea afacerilor** ¹⁸

Sunt asigurate următoarele specializări:

- **Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor (licență);**
- **Economia Firmei (licență);**
- **Economie și Afaceri Internaționale (bilingv licență);**
- **Administrare și comunicare internațională în afaceri (master);**
- **Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii (master);**
- **Afaceri internaționale (master);**
- **Agriobusiness (master);**
- **E-business (master);**
- **Managementul afacerilor (master);**

Universitatea de Vest din Timișoara

➤ **Economie și Afaceri Internaționale – (licență, masterat și doctorat)**

Se asigură programe specializate de licență, masterat și doctorat, prin care studenții sunt pregătiți pentru cariere de succes în domeniul afacerilor. Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor¹⁹ dezvoltă o serie de activități concepute și realizate în simbioză cu mediul economic și comunitatea de afaceri.

¹⁸ <http://econ.ubbcluj.ro/>

¹⁹ <http://www.feaa.uvt.ro/ro/>

➤ **Administrarea și Dezvoltarea Întreprinderii de Turism și Servicii (ADITS) – (master)**
se adresează absolvenților învățământului universitar de 3 ani (sistem Bologna), de profil economic, specializarea Economia Comerțului Turismului și Serviciilor.

Universitatea Alexandru Ioan Cuza Iași

➤ **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor**

Oferă studenților o educație de înaltă calitate, în scopul dezvoltării capacității intelectuale, a caracterului moral și a cunoștințelor de specialitate, ca premise esențiale ale formării de elite profesionale și dezvoltă cercetarea științifică de înalt nivel, în scopul răspândirii veritabilei culturi economice, a valorilor libertății economice și politice și a spiritului antreprenorial, ca premise ale progresului economic și social²⁰.

Facultatea dispune de o serie de **discipline/specializări**, care vizează **antreprenoriatul** după cum urmează:

- **Economie și Afaceri Internaționale (licență);**
- **Business Administration – cu predare în limba engleză (licență);**
- **Administrarea Afacerilor (master);**
- **Cercetare în economie și afaceri (master);**
- **Marketing și Comunicare în Afaceri (master);**
- **Sisteme informaționale pentru afaceri (master);**
- **Economie și dreptul afacerilor (master);**
- **Afaceri internaționale și strategii interculturale (master).**

Universitatea „Ovidius” din Constanța

➤ **Facultatea de Științe Economice**

Furnizează servicii educaționale în domeniul economic în scopul formării și dezvoltării aptitudinilor profesionale ale viitorilor economiști prin programele de licență, precum și aprofundarea cunoștințelor de specialitate ale profesioniștilor din domeniul economic, prin intermediul programelor de masterat²¹. În cadrul acestei facultăți sunt dezvoltate o serie de discipline/specializări cu orientare către mediul antreprenorial, după cum urmează:

- **Administrarea Afacerilor - specializarea Economia comerțului, turismului și serviciilor (licență);**
- **Economie și Afaceri Internaționale - specializarea Afaceri internaționale (licență);**

²⁰ <http://www.feaa.uaic.ro/ro>

²¹ <http://www.ovidius-stec.ro/>

- **Administrarea Afacerilor - specializarea Economia firmei, (licență);**
- **Administrarea Afacerilor - specializarea Administrarea afacerilor în turism, comerț și servicii (master);**
- **Economie și Afaceri Internaționale - specializarea Administrarea afacerilor internaționale (master);**
- **Contabilitate - specializarea Contabilitatea și auditul afacerilor (master);**
- **Contabilitate - specializarea Tehnici contabile și financiare pentru gestiunea afacerilor (master);**
- **Administrarea Afacerilor - specializarea Asigurarea calității în afaceri (master);**
- **Administrarea Afacerilor - specializarea Administrarea și auditul proiectelor de afaceri (master);**
- **Administrarea Afacerilor - specializarea Administrarea afacerilor în întreprinderile mici și mijlocii (Masterat bilingv, dublă diplomă);**
- **Administrarea Afacerilor - specializarea Managementul riscului în afaceri internaționale (master).**

Universitatea Transilvania din Brașov

- **Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor ²²**
 - **Managementul Afacerilor (tip MBA - master);**
 - **Administrarea afacerilor în turism (master);**
 - **Management și strategii de afaceri (master).**

Universitatea din Craiova

- **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor²³**
 - **Marketing și Administrarea Afacerilor (licență);**
 - **Management (licență);**
 - **Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor(licență).**

Universitatea „Dunărea de Jos” Galați

- **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor²⁴**
 - **Afaceri internaționale (licență);**
 - **Marketing și Comunicare în Afaceri (master);**
 - **Administrarea Afacerilor Internaționale (master);**

²² <http://www2.unitbv.ro/>

²³ <http://www.ucv.ro/>

²⁴ <http://www.ugal.ro/>

- **Finanțarea și Gestiunea Agenților Economici (master);**
- **Administrarea și Dezvoltarea Afacerilor în Turism (master);**
- **Managementul Informatizat al Mediului de Afaceri (master).**

Universitatea din Pitești

- **Management și Administrarea Afacerilor²⁵**
- **Management (licență);**
- **Marketing (licență);**
- **Administrarea afacerilor (licență);**
- **Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor (licență).**

Universitatea Constantin Brâncoveanu – Pitești

- **Facultatea de Management și Marketing în Afaceri Economice²⁶:**
- **Management (licență);**
- **Marketing (licență);**
- **Administrarea Afacerilor (licență);**
- **Managementul afacerilor (master);**
- **Managementul resurselor umane (master);**
- **Management în administrație și servicii publice (master);**
- **Management financiar-bancar (master);**

g) Junior Achievement România

Introdus începând cu anul 2003, în baza Protocolului încheiat între Ministerul Educației și Organizația Junior Achievement România (JAR), programul a continuat să-și desfășoare activitatea până în prezent, atât la nivelul universitar, cât și preuniversitar.

Misiunea programelor Junior Achievement România este de a pregăti tinerii pentru lumea reală a afacerilor, arătându-le cum să genereze și să administreze bunăstarea, cum să creeze locuri de muncă, care să ofere stabilitate comunității și cum să aplice raționamentul antreprenorial la locul de muncă.

²⁵ <http://www.upit.ro/>

²⁶ <http://www.univcb.ro/>

Programele din categoria educație economică facilitează elevilor o gândire aplicată la realitatea mediului de afaceri, dar și o atitudine pozitivă față de viață. Prin simulări pe computer sau în clasă, joc de rol, scenarii, analiză de studii de caz, elevii învață experimentând roluri din viața reală: cel de consumator, angajat, antreprenor.

Pe scurt rezultatele prezentate în Raportul Organizației Junior Achievement România pentru anul școlar 2009-2010 indică următoarele date cu privire la participarea în acest program:

- **325.308 de elevi și studenți;**
- **4.981 de profesori;**
- **5.649 de instituții de învățământ;**
- **334 de localități din România.**

Pentru intervalul 2010-2011, JAR estimează participarea unui număr de **344.000** de elevi la toate tipurile de module organizate.

Educația antreprenorială prin formarea profesională continuă (FPC)

a) Programele Fundației Post-Privatizare



Fundația Post-Privatizare (FPP) este cea mai importantă fundație pentru antreprenariat din România având ca obiectiv central promovarea educației antreprenoriale și susținerea inițiativelor pentru dezvoltarea sustenabilă a mediului de afaceri românesc, cu accent pe IMMuri și start-upuri.

În ultimii ani, FPP și-a diversificat aria de activitate prin crearea și administrarea unui portofoliu important de produse și servicii adresate întreprinzătorilor din România, în special pe segmentul tinerilor antreprenori. Începând cu anul 2011, FPP a demarat derularea a două programe de educație antreprenorială, respectiv School for Startups România și Business Mentoring Program și.

Programul School for Startups (S4S)



School for Startups România este prima școală de antreprenariat din țară, bazată pe o abordare educațională non-formală care își propune să îi ajute pe antreprenorii aspiranți, fie să pună bazele unor afaceri de succes, fie să le dezvolte pe cele deja începute. Printr-o programă analitică extrem de concentrată, School for Startups România oferă instruire specializată privind problemele fundamentale pe care antreprenorii trebuie să le înțeleagă pentru a avea succes.

Programul a fost inițiat în anul 2008 de Doug Richard, cunoscut ca „antreprenor în serie” și angel investor din Marea Britanie, S4S devenind lider în furnizarea de training în domeniul afacerilor pentru antreprenori.

În februarie 2011, School for Startups a fost dezvoltat și în România, de către Fundația Post-Privatizare, fiind adaptat nevoilor de educație pentru mediul antreprenorial românesc. Astfel a apărut un concept nou de program de educație antreprenorială și anume School for Startups România. În acest mod, celor 10.000 de startup-uri din Marea Britanie, participante la School for Startups UK, li s-a alăturat prima serie de 200 de cursanți ai S4S România, pregătiți de fondatorul britanic Doug Richard precum și de alți antreprenori de succes sau angel investors din România și UK.

School for Startups Romania este un program de instruire cu durata de un an, care asigură 12 luni de consiliere și îndrumare pentru tinerii antreprenori din întreaga țară. Accentul se pune pe fazele initiale și riscante ale unui business, când din punct de vedere statistic e cel mai probabil un eșec.

Printr-o serie de opt evenimente cu participare directă și cu un grad înalt de interactivitate, se asigură un program de instruire intensă pentru 200 de tineri antreprenori pe parcursul unui an, la București și la Cluj, învățându-i pașii pentru construirea propriei afaceri de succes.

Antreprenorii interesați în a aplica la acest program o pot face accesând adresa site-ului dedicat programului, www.schoolforstartups.ro.

Primele rezultate ale implementării programului în intervalul 2011-2012, în urma derulării modulelor anuale, înregistrează un număr de **300 de participanți** la ambele ediții.

Business Mentoring Program (BMP)



BMP este un program intensiv de mentorat în afaceri dedicat antreprenorilor consacrați. Programul este dezvoltat la inițiativa Fundației Post-Privatizare cu sprijinul Entrepreneurship Ventures Ltd. (SUA).

Prin intermediul Business Mentoring Program, oamenii de afaceri români beneficiază de experiența unor mentori de top de la MIT Center for Entrepreneurship și Entrepreneurship Ventures Ltd. (US). Kenneth Morse, Laura Morse sau Bill Aulet au ajutat antreprenori și afaceri din întreaga lume să atingă cel mai înalt nivel de pregătire și dezvoltare.

Programul de mentorat, gândit ca un ciclu complet de educație antreprenorială la nivel de MBA, este structurat în cinci sesiuni intensive de cursuri desfășurate pe o perioadă de nouă luni.

Astfel că, în intervalul 2011-2012 în urma derulării modulelor anuale, Business Mentoring Program a înregistrat un număr de **150** de participanți la ambele ediții;

Antreprenorii interesați de acest program pot accesa site-ul programului, la adresa www.businessmentoring.ro, pentru mai multe informații privind condițiile de înscriere.

b) Programele AIPPIMM

În intervalul 2011 - 2012, Agenția pentru Implementarea Programelor și Proiectelor pentru IMM a continuat derularea programelor de sprijin pentru IMM-urile din România, patru dintre acestea conținând și componenta de educație antreprenorială.

Programul național multianual pe perioada 2005-2012 pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul IMM

Programul vizează promovarea unui sistem de informare și instruire care să faciliteze mobilitatea femeilor pe piața forței de muncă și dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale în scopul implicării lor în structuri economice private și menținerii echilibrului dintre obligațiile familiale și cele profesionale sau al prejudecăților existente la nivel local.

Anul	Buget alocat (lei)	Rezultatele programului
2011	405.000	Participante SEMINAR 317 Participante CURS 205
2012	500.000	Participante SEMINAR 316 Participante CURS 218

Sursa: AIPPIMM

Programul UNCTAD/EMPRETEC România pentru sprijinirea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii

Acest program urmărește susținerea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii, crearea de noi locuri de muncă, creșterea numărului de întreprinderi mici și mijlocii capabile să facă față competiției și forțelor concurențiale în condițiile globalizării piețelor.

Anul	Buget alocat (lei)	Rezultatele programului
2011	350.000	8 workshopuri organizate în 8 locații (OTIMMC) 210 participanți
2012	350.000	8 workshopuri organizate în 8 locații (OTIMMC) 138 participanți

Sursa: AIPPIMM

Programul pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare START

Prin implementarea acestui program se urmărește stimularea înființării de noi întreprinderi, mici și mijlocii, îmbunătățirea performanțelor economice ale celor existente, creșterea potențialului de accesare a surselor de finanțare și dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale întreprinzătorilor în scopul implicării acestora în structuri economice private.

Anul	Buget alocat (lei)	Rezultatele programului
2011	13.000.000	416 de aplicații înscrise online 298 de proiecte depuse 85 de contracte încheiate 12.802.852 de lei plătiți
2012	10.000.000	522 de aplicații înscrise online 336 de proiecte depuse

Sursa: AIPPIMM

Programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii tineri SRL-D

Acest program urmărește stimularea înființării de noi microîntreprinderi, creșterea potențialului de accesare a surselor de finanțare și dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor în scopul implicării acestora în structuri economice private.

Anul	Buget alocat (lei)	Rezultatele programului
2011	21.000.000	1.256 de aplicații înscrise online 1.256 de proiecte depuse 319 plăți efectuate în valoare de 6.068.790 de lei
2012	21.000.000	933 de aplicații înscrise online 933 de proiecte depuse 103 plăți efectuate în valoare de 2.613.823,05 de lei

Sursa: AIPPIMM

c) *Programul Operațional Sectorial - Dezvoltarea Resurselor Umane (POS-DRU)*

Programul Operațional Sectorial - Dezvoltarea Resurselor Umane (POS-DRU) definește intervenția Fondului Social European în România, în acord cu strategia de dezvoltare din domeniul resurselor umane.

În cadrul POS-DRU, Axa prioritară III „Creșterea adaptabilității lucrătorilor și a întreprinderilor” are ca obiectiv general promovarea culturii antreprenoriale, flexisecurității și adaptabilității prin sprijinirea forței de muncă și a întreprinderilor competente, pregătite și adaptabile.

Promovarea culturii antreprenoriale, din perspectiva inovării și afacerilor, urmărește crearea de noi oportunități de ocupare prin facilitarea inițierii de noi afaceri și angajări pe cont propriu.

Măsurile pentru îmbunătățirea adaptabilității întreprinderilor, în special a IMM-urilor și a angajaților la condițiile în schimbare, în special în vederea introducerii de tehnologii moderne și de soluții organizaționale pe o scară largă, trebuie să asigure, printre altele, o promovare a flexibilității organizaționale și de ocupare și a flexibilității funcționale.

Domeniile majore de intervenție ale acestei Axe Prioritare sunt:

DM1. Promovarea culturii antreprenoriale;

DM2. Formare și sprijin pentru întreprinderi și angajați pentru promovarea adaptabilității;

DM3. Dezvoltarea parteneriatelor și încurajarea inițiativelor pentru partenerii sociali și societatea civilă.

Domeniul major de intervenție 1 are ca obiectiv promovarea culturii antreprenoriale în vederea creșterii abilității persoanelor de a materializa ideile de afaceri. Aceasta include creativitate, inovație și capacitatea de asumare a riscului, precum și abilitatea de a planifica și gestiona proiecte cu scopul de a atinge obiectivele. Din acest punct de vedere, obiectivul acestor intervenții este de a face din antreprenariat o opțiune de carieră pentru fiecare, prin furnizarea programelor de formare profesională care să dezvolte competențe manageriale și antreprenoriale. Mediul economic în schimbare, precum și numeroasele provocări ale globalizării vor duce inevitabil la noi evoluții pe piață: promovarea culturii antreprenoriale va acționa pentru creșterea capacităților întreprinderilor de a pătrunde pe noi piețe, prin intermediul transformării ideilor de afaceri în acțiuni concrete. Acest lucru poate fi făcut prin crearea de noi întreprinderi sau prin reorientarea afacerilor existente.

În cursul anului 2011 au fost aprobate un număr total de 620 de proiecte în cadrul AP 3, iar la activitățile finanțate din FSE au participat un număr de 10.856 de întreprinzători, 36.990 de persoane

care doresc să inițieze o activitate independentă și 2.402 manageri, precum și un număr semnificativ de reprezentanți ai IMMurilor sau ai organizațiilor de afaceri.

Valoarea totală a finanțării din Fondul Social European prevăzute pentru proiectele de educație antreprenorială este de 201.127.000 de Euro.

Detalii suplimentare puteți obține accesând adresa: <http://www.fseromania.ro>

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Datele și informațiile documentate din sursele precizate la fiecare capitol al lucrării precum și analizele realizate permit formularea următoarelor concluzii și recomandări pentru îmbunătățirea mediului antreprenorial din România:

- Pe plan internațional, antreprenoriatul este unanim recunoscut ca generator de prosperitate în societate și element determinant pentru creșterea economică și crearea locurilor de muncă. Susținerea antreprenoriatului a devenit o prioritate în ultimii ani, fiind considerată o soluție pentru ieșirea din criză și stoparea ratei îngrijorătoare a șomajului.
- Guvernele din foarte multe țări acordă sprijin și alocă constant resursele aferente pentru susținerea antreprenoriatului, sub diferite forme de ajutor: reglementări mai bune, garanții pentru credite, subvenții de taxe, credite pentru cercetare-dezvoltare sau pentru stimularea startup-urilor.
- Pentru o mai mare convergență a măsurilor de susținere a antreprenoriatului, Comisia Europeană va aproba în toamna anului 2012 un **Plan de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului în Europa, 2020** care urmărește dinamizarea antreprenoriatului la toate nivelele (european, național, regional) prin deblocarea potențialului pentru creștere și locuri de muncă.
- Planul de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului în UE va aborda în mod coordonat domenii precise privind reducerea și simplificarea procedurilor administrative; facilitarea transferului afacerii; insolvența și acordarea unei a doua șanse pentru cazurile oneste de faliment; accesul la finanțare, educația antreprenorială și training-ul pentru tineri, sprijin pentru categorii țintă de antreprenori (tineri, femei, seniori).
- Fundamentarea politicilor publice și dimensionarea sprijinului financiar pentru susținerea antreprenoriatului necesită evaluări periodice pe bază de indicatori relevanți de măsurare . În plus, apariția unor evenimente precum criza economică globală impun accesul imediat la indicatori actualizați necesari pentru înțelegerea impactului unor astfel de evenimente asupra antreprenoriatului și pentru a grăbi viteza de răspuns.
- **Măsurarea antreprenoriatului** se face nu numai prin prisma manifestării fenomenului antreprenorial, ci și prin cea a factorilor de influență. Acești factori determinanți acoperă domenii precum: cadrul de reglementare, condițiile de piață, cultura sau accesul la finanțare.
- Datele statistice comparative și rapoartele de evaluare întocmite de organizațiile internaționale cu privire la dezvoltarea antreprenoriatului, la nivel de țară sau globale, arată că dezvoltarea economică depinde de activitatea antreprenorială generală în orice țară sau regiune.

- **În raport cu indicatorul global și cu majoritatea indicatorilor detaliați, România are o situație precară, poziționându-se pe ultimele locuri în clasamentele anuale** ale evaluărilor comparative, întocmite de Monitorul Global pentru Antreprenoriat.
- Analiza unui indicator cheie pentru dinamica antreprenoriatului, așa cum este **demografia întreprinderilor**, pune în evidență manifestarea în anul 2010 a unor turbulențe în procesul de intrare-ieșire a întreprinderilor din mediul de afaceri, după o evoluție constant pozitivă înainte de acest moment; totuși se constată reluarea tendinței crescătoare a numărului de înmatriculări în trimestrul al doilea din 2011.
- Efectele crizei economice suprapuse peste condițiile unui cadru de reglementare instabil și împovărat s-au soldat cu **radierea unui număr total de 247.435 de firme, în intervalul 2008-2010.**
- **Contribuția antreprenoriatului la performanța economică și coeziunea socială**, pusă în evidență de indicatorii densitatea IMM-urilor la 1000 de locuitori, numărul de locuri de muncă și cifra de afaceri, relevă mari decalaje între situația din România și cea din majoritatea țărilor europene pe de o parte, precum și discrepanțe de dezvoltare inter-regionale.
- **Valoarea densității IMM-urilor** din România este foarte redusă, situându-se la aproape jumătate din media europeană, respectiv 24 IMM-uri/1000 de locuitori în România față de 42 IMM-uri/1000 de locuitori în Uniunea Europeană.
- La nivelul celor 8 regiuni, antreprenoriatului este bine reprezentat în regiunea București-Ilfov, unde capitala țării se detașează ca un pol de dezvoltare antreprenorială și prosperitate economică. Valoarea de 44,4 a densității IMM-urilor din București-Ilfov depășește nu numai media națională, dar și pe cea înregistrată în UE-27. La polul opus, cu cele mai mici densități se situează regiunea Nord-Est cu 13,1 IMM-uri/1000 de locuitori și Sud-Vest Oltenia cu 14,7 IMM-uri/1000 de locuitori.
- Impactul antreprenoriatului asupra bunăstării fiecărei regiuni, relevat de binomul **densitatea IMM-urilor și PIB-ul/capita**, arată o corelație direct proporțională între acești doi indicatori. Interdependența este elocventă în cazul regiunii București-Ilfov care prezintă valorile maxime de 44,4 IMM-uri/locuitor și 58.000 de lei/capita) și regiunea Nord-Est cu minimele de 13 IMM-uri/locuitor și 14.700 de lei/capita.
- **Educația antreprenorială** este unul din principalii factori determinanți pentru antreprenoriat. Aceasta joacă un rol major în dobândirea competențelor antreprenoriale cheie, având un impact pozitiv asupra spiritului întreprinzător al tinerei generații, asupra atitudinii și disponibilității pentru inițiativă privată.

- Agenda Oslo pentru educație antreprenorială în Europa, lansată în 2006, a stabilit ca prioritate pentru statele membre elaborarea **strategiilor naționale pentru educație antreprenorială**, cu obiective clare, menite să acopere toate nivelele de educație. Aceste strategii trebuie să implice toți actorii relevanți din sectorul public și privat și să prevadă cadrul general de acțiuni concrete începând cu includerea antreprenoriatului în curricula națională.
- Deși nevoia de învățare a cunoștințelor de antreprenoriat este în creștere există încă o serie de obstacole în dezvoltarea educației antreprenoriale, în special în ceea ce privește carențele de finanțare și resurse umane dedicate.
- Profesorilor și școlii le revine un rol deosebit, însă aceștia ar trebui să fie sprijiniți de companii private și organizații non-profit care pot asigura resurse și experiență practică; autoritățile locale trebuie, de asemenea, să fie implicate mai ales ca promotori și facilitatori. Concomitent, metodele de predare trebuie înnoite, cu axarea pe învățarea experimentală, accentuarea rolului de coach/moderator al profesorilor și o mai bună conectare la mediul real de afaceri.
- **România se numără printre cele câteva țări europene care nu au încă o strategie națională pentru educație antreprenorială.** Deși în ultimii 10 ani au fost implementate inițiative pentru promovarea educației antreprenoriale, atât în sistemul național de educație cât și sub diverse programe de formare continuă, acțiunile în această direcție sunt dispartate, neexistând o coordonare și coerență între ele.
- Se poate constata progresul semnificativ în sistemul național de **educație preuniversitară**, unde prin revizuirea curriculei pentru toate nivelele școlare aprobată prin Ordinul Ministrului Educației 5097/2009, educația antreprenorială este explicit recunoscută ca obiectiv trans-curricular. Antreprenoriatul este parte a disciplinei obligatorii „educație tehnologică” predate în gimnaziu și a „economiei aplicate” studiate în toate liceele indiferent de profil. Un instrument deosebit de util și avansat pentru învățarea experimentală este „firma de exercițiu”, obiect de studiu predat în liceele cu profil servicii. Totuși, o pregătire mai aplicată a cadrelor didactice și colaborarea mai strânsă cu mediul real de afaceri rămân încă deziderate, în pofida eforturilor de până acum.
- Există multe unități de **învățământ superior** din toate centrele universitare care asigură prin programa lor educație antreprenorială, în trei forme distincte: licență, masterat și doctorat. În mod firesc, educația antreprenorială la nivel universitar are impactul cel mai important asupra antreprenoriatului, având în vedere că cei mai mulți antreprenori sunt absolvenți de facultate, iar cunoștințele antreprenoriale și manageriale temeinice se pot dezvolta cel mai bine în

această etapă. Cu toate acestea, studiul INS privitor la profilul întreprinzătorului român relevă nivelul nesatisfăcător al abilităților antreprenoriale în rândul persoanelor cu studii superioare, ceea ce indică necesitatea de îmbunătățire a sistemului.

- Organizația **Junior Achievement România** implementează, începând din anul 2003, programe optionale de educație economică, antreprenorială sau vocațională, în mai mult de 1000 de școli publice, în parteneriat cu Ministerul Educației.
- **Fundația Post-Privatizare**, consecventă rolului ei de promotor al antreprenoriatului în România, completează oferta cursurilor de educație antreprenorială printr-o nouă abordare non-formală, derulând din anul 2011, două programe internaționale de succes: „School for Startups România” și “Business Mentoring Program”.
- O altă formă de promovare a educației și culturii antreprenoriale este **sprijinul financiar nerambursabil** acordat constant din bugetul de stat de **AIPPIMM** și din fonduri europene prin **POS-DRU**. Eficiența acestor măsuri și a resurselor cheltuite nu poate fi măsurată fără monitorizarea corespunzătoare și evaluarea nivelului de asimilare și de valorificare practică a cunoștințelor de către cursanți, mai ales în cazul programelor naționale.
- Se poate concluziona că **măsurile și acțiunile de educație antreprenorială din România sunt fragmentate și variază în ceea ce privește calitatea, coexistând atât inițiativele de succes ale unor nuclee de excelență cât și multe proiecte fără un nivel teoretic sau practic relevant.**
- **Se impune abordarea sistemică prin integrarea într-un „ecosistem” a educației antreprenoriale sub toate formele**, începând cu programa obligatorie din sistemul național de educație, continuând cu îmbunătățirea ofertei de pregătire la nivel universitar și formarea profesională continuă.
- **România ar trebui să elaboreze o strategie națională pentru educație antreprenorială inspirându-se din modelele de succes ale altor state europene.** O asemenea strategie ar trebui să prevadă elementele esențiale pentru o dezvoltare coordonată și eficientă a educației antreprenoriale vizând: colaborarea interministerială; consultarea și implicarea stakeholderilor naționali și locali; asigurarea competențelor cheie prin programa națională; sistemele de monitorizare și evaluare, cu ținte și indicatori de măsurare; instruirea profesorilor și, nu în ultimul rând, sursele de finanțare prevăzute.

BIBLIOGRAFIE

- Institutul Național de Statistică, Anuarul Statistic al României, 2011
- Guvernul României, Cadrul Național Strategic de Referință și Programele Operaționale 2007-2013
- Ministerul Afacerilor Europene, Programul Național de Reformă 2011-2013
- Fundația Post-Privatizare, Raportul Anual al Sectorului IMM din România 2010, februarie 2011
- Fundația Post-Privatizare, Situația curentă a Întreprinderilor Mici și Mijlocii din România, mai 2012
- Comisia Europeană, Strategia Europa 2020
- Comisia Europeană, DG Enterprise and Industry, Comunicarea *Small Business Act for Europe*, COM 25.6.2008
- Comisia Europeană, DG Enterprise and Industry, Comunicarea *Review of the "Small Business Act" for Europe*, COM 23.2.2011
- OECD, Entrepreneurship at a glance, ediția 2011
- OECD, Entrepreneurship at a glance, ediția 2012
- Eurobarometru Comisia Europeană, Entrepreneurship in the EU and beyond, Analitical Report, 2010
- Comisia Europeană, Consultation on an Entrepreneurship 2020 Action Plan, 2012
- Banca Mondială, Golden growth: Restoring the lustre of the European economic model, 2012
- OECD, The Entrepreneurship Indicators Programme Framework (EIP)
- Comisia Europeană, Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011
- Comisia Europeană, SME Performance Review 2011
- Comisia Europeană, Study on the SMEs' impact on the EU labour market, COM 16/01/2012
- Global Entrepreneurship Monitor, Entrepreneurship in Romania, 2010 Country Report
- Portal Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic, <http://www.tvet.ro/>
- Portal Junior Achievement România, <http://www.jaromania.org/>