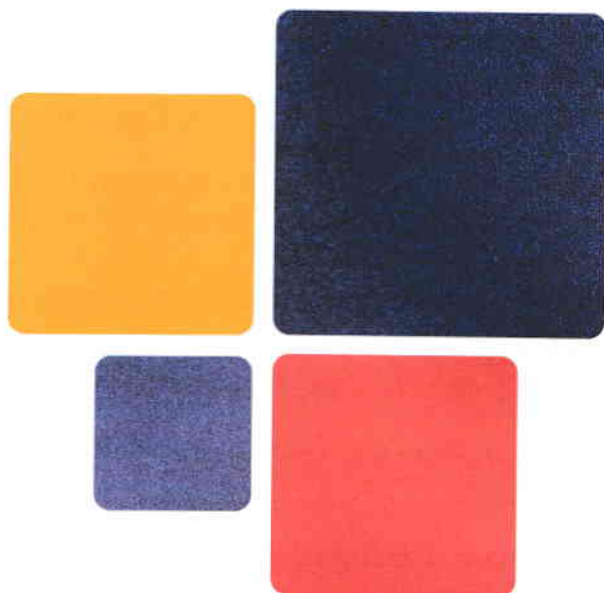




CARTA ALBĂ A IMM-URILOR DIN ROMÂNIA

2020

RAPORT DE CERCETARE NR.18



CUPRINS

PREFAȚĂ - Prof. univ. dr. emeritus Ovidiu NICOLESCU.....	11
CUVÂNT ÎNAINTE - Florin JIANU, Președinte CNIPMMR	14
CUVÂNT ÎNAINTE - Virgil-Daniel POPESCU, Ministrul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri.....	15
CAPITOLUL 1	
DIMENSIUNEA ȘI STRUCTURA EȘANTIONULUI DE IMM-URI.....	16
ASPECTE SEMNIFICATIVE	19
CAPITOLUL 2	
CARACTERISTICILE ESENȚIALE ALE ÎNTREPRINZĂTORILOR	
INVESTIGAȚI	20
ASPECTE SEMNIFICATIVE	26
CAPITOLUL 3	
MEDIUL DE AFACERI	28
3.1. Aprecieri ale întreprinzătorilor cu privire la evoluția de ansamblu a mediului economic din România	28
3.2. Oportunități de afaceri	34
3.3. Dificultăți în activitatea IMM-urilor	39
3.4. Principalele evoluții contextuale cu influență negativă asupra activității IMM-urilor	47
ASPECTE SEMNIFICATIVE	54
CAPITOLUL 4	
IMPACTUL EVOLUȚIILOR ECONOMICE COMPLEXE	
NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE ASUPRA IMM-URILOR	55
4.1. Dinamica activității IMM-urilor în ultimii doi ani și pe parcursul primelor luni ale anului 2020	55
4.2. Impactul situației economice actuale din România asupra cifrei de afaceri a IMM-urilor	59
4.3. Aprecieri cu privire la evoluția situației economice a României în anul 2020	62
4.4. Percepțiile întreprinzătorilor referitoare la capacitatea actualului guvern de a contribui la rezolvarea problemelor complexe socio-economice ale României	65
4.5. Aprecieri ale întreprinzătorilor cu privire la durata de revenire a firmei la cifra de afaceri dinaintea pandemiei Covid-19	69
4.6. Măsurile de contracarare a efectelor pandemiei la care au apelat decidenții din IMM-uri în prima parte a anului 2020	72
ASPECTE SEMNIFICATIVE	76
CAPITOLUL 5	
NIVELUL ȘI DINAMICA PERFORMANȚELOR IMM-URILOR	80
5.1. Performanțele de ansamblu ale IMM-urilor în anul 2019 comparativ cu anul 2018	80



Respect 5.2. Performanțele de ansamblu ale întreprinderilor în anul 2020 comparativ cu anul 2019.....	84
5.3. Mărirea creditelor de la bancă, a datoriiilor către furnizori, a datoriiilor clienților și a CAS-ului, TVA-ului, impozitelor etc. neplătite de firmă.....	89
5.4. Gradul de acoperire a capacităților de producție cu comenzi în cadrul sectorului de IMM-uri.....	98
5.5. Evoluția indicatorilor economici în anul 2019 față de 2018.....	100
ASPECTE SEMNIFICATIVE	109

CAPITOLUL 6

INTERNAȚIONALIZAREA ÎNȚEPRINDERILOR din ROMÂNIA	111
6.1. Nivelul producției/serviciilor destinate activităților de import/export.....	111
6.2. Nivelul de acoperire al activităților de import și al activităților de export în cadrul întreprinderilor din România	114
6.3. Participarea întreprinderilor românești la acțiuni de internaționalizare	120
6.4. Factorii ce pot influența activitatea de import-export în anul 2020	126
ASPECTE SEMNIFICATIVE	135

CAPITOLUL 7

STRATEGII, POLITICI ȘI AVANTAJE COMPETITIVE

ALE IMM-URILOR.....	136
7.1. Elaborarea de planuri, politici și strategii în cadrul IMM-urilor	136
7.2. Obiectivele întreprinderilor mici și mijlocii	140
7.3. Avantajele competitive ale IMM-urilor	145
7.4. Activități abordate cu precădere în IMM-uri	150
7.5. Priorități manageriale în cadrul IMM-urilor	156
7.6. Factori cheie de succes in perioada anterioară	160
ASPECTE SEMNIFICATIVE	165

CAPITOLUL 8

ACCESUL IMM-URILOR LA FONDURI STRUCTURALE	167
8.1. Situația accesării fondurilor europene în anul 2019.....	167
8.2. Intențiile IMM-urilor de a accesa fonduri europene în anul 2020	170
8.3. Principalele obstacole întâmpinate de IMM-uri în accesarea fondurilor structurale	174
8.4. Perspectiva întreprinzătorilor români asupra finanțării din perioada de programare 2021-2027, inclusiv a celor speciale, acordate în contextul pandemiei COVID-19.....	178
ASPECTE SEMNIFICATIVE	184

CAPITOLUL 9

FINANȚAREA IMM-URILOR	186
9.1. Modalități de finanțare a activităților economice	186
9.2. Nevoi de finanțare	191
9.3 Destinațiile finanțării	194



9.4. Elemente în alegerea unei bănci pentru finanțări pe termen lung	197
9.5. Bariere în accesarea unor finanțări bancare	204
9.6. Utilizarea serviciilor de consultanță	209
ASPECTE SEMNIFICATIVE	212

CAPITOLUL 10

RESURSELE UMANE, SALARIZAREA ȘI TRAININGUL ÎN IMM-URI.....	214
10.1. Evoluția angajărilor în cadrul IMM-urilor.....	214
10.2. Criterii de apreciere a salariaților din întreprinderile mici și mijlocii.....	218
10.3. Evoluția salariului mediu din IMM-uri în anul 2019 comparativ cu anul 2018.....	223
10.4. Intensitatea trainingului resurselor umane	226
10.5. Obiectivele trainingului din firmele mici și mijlocii.....	229
10.6. Domeniile de instruire a personalului în cadrul IMM-urilor.....	231
10.7. Suportul financiar al trainingului salariaților	234
10.8. Ponderea angajaților care au beneficiat de training.....	235
10.9. Procentul persoanelor cu studii superioare în totalul angajaților firmelor mici și mijlocii.....	238
10.10. Frecvența angajaților cu experiență în total salariați în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii	241
10.11. Modalități pentru amplificarea gradului de fidelizare a angajaților în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii.....	244
10.12. Frecvența IMM-urilor care au oferit beneficii angajaților	247
10.13. Percepțiile întreprinzătorilor cu privire la durata de reintegrare personalului în urma pandemiei Covid-19.....	250
ASPECTE SEMNIFICATIVE	253

CAPITOLUL 11

PIAȚA, CLIEȚII ȘI RELAȚIILE IMM-URILOR CU BENEFICIARI/ FURNIZORII	255
11.1. Piața IMM-urilor	255
11.2. Clieții întreprinderilor mici și mijlocii	257
11.3. Evoluția relațiilor cu furnizorii și clieții.....	261
11.4. Cauzele întreruperii relațiilor cu furnizorii și clieții	264
ASPECTE SEMNIFICATIVE	268

CAPITOLUL 12

INOVARA ȘI CERCETAREA - DEZVOLTAREA ÎN IMM-URI.....	269
12.1. Activități de inovare în cadrul IMM-urilor	269
12.2. Modalități de realizare a inovării.....	274
12.3. Investiții în inovare.....	278
12.4. Surse de finanțare a investițiilor în cercetare-dezvoltare și inovare din cadrul IMM-urilor	282
12.5. Perioada optimă de derulare a unui proiect de cercetare-dezvoltare	286
12.6. Durata optimă de recuperare a investițiilor realizate în proiecte de cercetare-dezvoltare și inovare	290



12.7 Principalele surse de informații pentru procesele inovatoare din cadrul IMM-urilor	293
12.8 Bariere în derularea activităților de cercetare-dezvoltare și inovare	298
ASPECTE SEMNIFICATIVE	304

CAPITOLUL 13

INFORMATIZAREA ȘI DIGITALIZAREA ÎN IMM-URI	306
13.1 Tipuri de softuri utilizate	306
13.2 Utilizarea tehnologiei informatice în firmele mici și mijlocii	309
13.3. Utilizarea internetului/ intranetului în cadrul IMM-urilor	314
ASPECTE SEMNIFICATIVE	318

CAPITOLUL 14

PRIORITĂȚI, DIRECȚII ȘI MĂSURI PRIVIND RELANSAREA ECONOMIEI ȘI A SECTORULUI IMM-URILOR ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19 ȘI A CONSECINȚELOR SALE	319
14.1. Viziunea economico-managerială asupra ieșirii din criză, relansării economiei și a sectorului IMM-urilor din România	319
14.1.1 Premise	319
14.1.2 Variante de scenarii	320
14.1.3 Practicarea unui nou tip de management și reziliență organizațională – managementul de criză	320
14.2. Domenii primordiale pentru relansarea sectorului de IMM-uri	325
14.2.1 Menținerea cererii de produse și servicii la un nivel rezonabil	326
14.2.2 Asigurarea lanțurilor de aprovizionare pentru populație și companii	326
14.2.3. Lichidități și finanțări pentru companii și populație	327
14.2.4. Investiții substanțiale și rapid operaționalizate	327
14.2.5. Resurse umane sănătoase, apte și disponibile pentru a munci	327
14.2.6. Alocarea de resurse substanțiale de la bugetul statului pentru sprijinirea economiei și populației în confruntarea cu pandemia Covid-19	328
14.2.7. Accesarea rapidă și la un nivel cât mai ridicat a resurselor UE rambursabile și nerambursabile, puse la dispoziția României	329
14.3. Direcții, abordări și măsuri economico-sociale prioritare de operaționalizat în 2020-2021	330
14.3.1. Investiții	330
14.3.2. Programe specifice IMM-urilor	332
14.3.3. Înfiițarea de fonduri de investiții	334
14.3.4. Politici publice și programele asociate lor	334
14.3.5. Măsuri focalizate sectorial	336
ASPECTE SEMNIFICATIVE	338

BIBLIOGRAFIE	339
ANEXA	341



CAPITOLUL 1

DIMENSIUNEA ȘI STRUCTURA EȘANTIONULUI DE IMM-URI

Cercetarea a fost realizată în prima jumătate a anului 2020 prin investigarea pe bază de chestionar a unui număr de 826 firme - micro, mici și mijlocii - din toate ramurile de activitate, categoriile de vârstă și zonele țării, eșantion considerat reprezentativ pentru obiectivele cercetării și situația sectorului de întreprinderi mici și mijlocii din România.

Luând în considerare **vârsta IMM-urilor** care au făcut obiectul anchetei (figura 1.1), agenții economici înființați în ultimii 5 ani înregistrează cel mai ridicat procentaj (59,08%), fiind urmate de organizațiile mai vechi de 15 ani (21,07%), întreprinderile care au 5-10 ani (10,41%) și companiile de 10-15 ani vechime (9,44%).

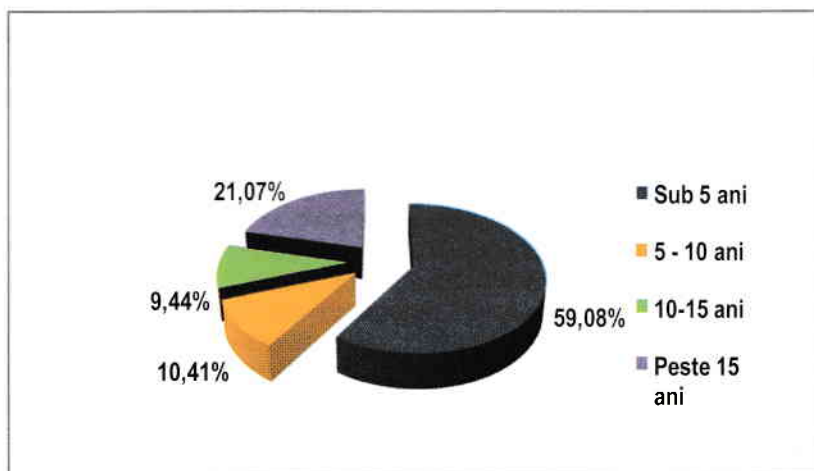


Figura 1.1
Structura eșantionului în funcție de vârsta întreprinderilor

Distribuția firmelor mici și mijlocii pe **regiunile de dezvoltare din România** este următoarea (figura 1.2): regiunea Sud Est – 19,61%, București-Ilfov – 18,89%, regiunea Nord Est – 17,07%, regiunea Nord Vest – 15,38%, regiunea Sud – 10,17%, regiunea Centru – 6,78% și regiunea Sud Vest – 6,42%, și. Vezi figura 1.2.



Respect pentru oameni și cărți

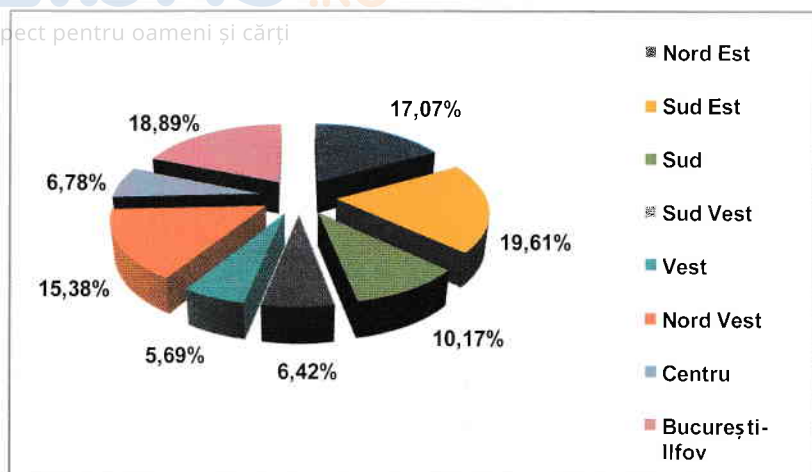


Figura 1.2
Structura eșantionului pe regiuni de dezvoltare

Având în vedere **dimensiunea firmelor**, după cum se observă și în figura 1.3, microîntreprinderile reprezintă 76,88% din totalul IMM-urilor investigate, companiile mici au o pondere de 15,62%, iar organizațiile de mărime medie dețin un procent de 7,51%.

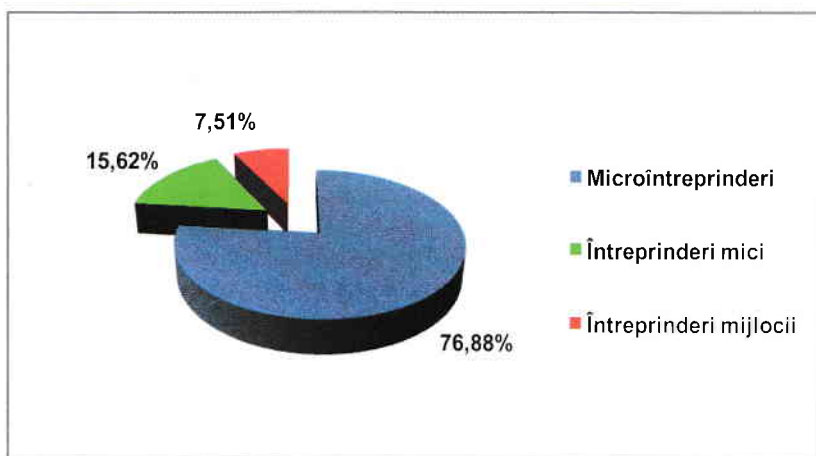


Figura 1.3
Structura eșantionului în funcție de dimensiunea companiilor

Dacă grupăm organizațiile pe **ramuri de activitate**, eșantionul de IMM-uri are următoarea structură: 59,32% dintre unitățile economice sunt industriale, 27,36% dintre companii operează în servicii, 7,14% din întreprinderi aparțin sectorului comerțului, 4,24% firme își desfășoară activitatea în construcții și 1,94% entități sunt din transporturi. Mulți dintre



agenții economice vizează mai multe domenii de activitate, datorită faptului că se focalizează pe identificarea și valorificarea oportunităților de afaceri, care reprezintă o caracteristică de bază a IMM-urilor atât în România cât și în alte țări. Menționăm că pentru fiecare firmă a fost luat în considerare codul CAEN al domeniului de activitate principal. Reprezentarea grafică a distribuției IMM-urilor pe ramuri de activitate este realizată în figura 1.4.

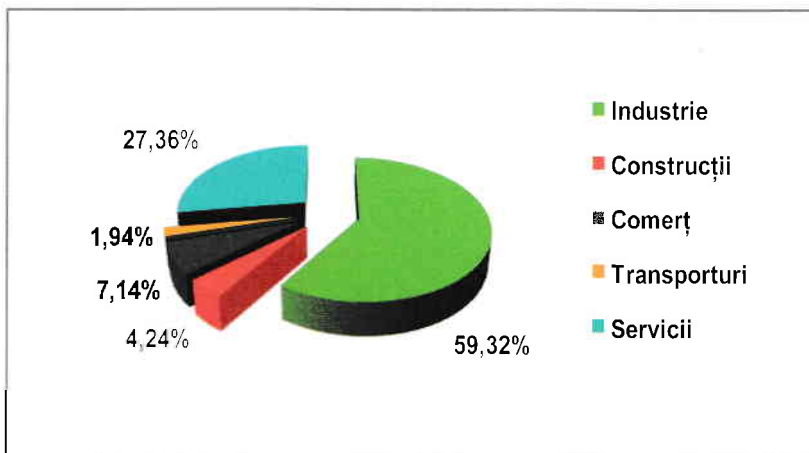


Figura 1.4
Structura eșantionului pe domenii de activitate

Referitor la modul de derulare a analizei pe bază de chestionar trebuie făcute următoarele **precizări de ordin metodologic**: Deoarece printre obiectivele anchetei se numără identificarea unor elemente de esență pe baza cărora se operaționalizează afacerile, aspectelor pozitive și negative ale funcționării IMM-urilor, percepțiilor întreprinzătorilor/ managerilor cu privire la mediul economic, vulnerabilităților activităților etc., cercetarea a fost proiectată în **varianta sondajului de tip stratificat - optim**, considerându-se că această modalitate de construcție a eșantionului **asigură o calitate mai bună a informațiilor și un grad superior de cunoaștere a realităților investigate**.

Aspectele prezentate mai sus evidențiază principalele caracteristici ale eșantionului investigat și **reprezentativitatea acestuia pentru sectorul de IMM-uri din România**.



ASPECTE SEMNIFICATIVE

- Eșantionul prezentat, prin dimensiunile sale - 826 de întreprinderi mici și mijlocii - este semnificativ pentru România.
- Distribuția pe grupe de vârstă este relativ echilibrată, cea mai redusă proporție de întreprinderi fiind deținută de unitățile economice cu vechime de 10-15 ani (9,44%), iar cea mai mare pondere de IMM-uri investigate consemnându-se în rândul firmelor înființate în ultimii 5 ani (59,08%).
- Eșantionul cuprinde companii din cele 8 regiuni de dezvoltare ale României, întreprinderile din regiunea de Sud Est având ponderea cea mai ridicată (19,61%).
- Microfirmele dețin în cadrul eșantionului o pondere mai redusă decât în economia României, pentru a permite analiza unui număr mai ridicat de subiecți din cadrul întreprinderilor mici și organizațiilor de dimensiune medie.
- Numărul IMM-urilor din industrie, servicii, comerț, construcții și transporturi formează eșantioane reprezentative pe fiecare domeniu de activitate.
- Ancheta a fost proiectată în varianta de sondaj de tip stratificat - optim, în vederea asigurării unei mai bune calități a informațiilor și a unui grad superior de cunoaștere a realităților investigate.
- Eșantionul de întreprinderi mici și mijlocii investigat este reprezentativ pentru România, asigurând un suport informațional adecvat formulării de constatări și concluzii fundamentate.

CAPITOLUL 2

CARACTERISTICILE ESENȚIALE ALE ÎNTREPRINZĂTORILOR INVESTIGAȚI

Întreprinzătorii reprezintă motorul oricărei economii de piață, fiind principalii creatori de substanță economică și promotori ai schimbării. Datorită aportului major al acestora la dezvoltarea economică și socială, cunoașterea **principalelor caracteristici ale întreprinzătorilor din țara noastră**¹ are o importanță deosebită. Deși eșantionul investigat este reprezentativ pentru România - 826 întreprinzători din toate zonele țării și din toate categoriile de IMM-uri - menționăm că elementele rezultate în urma anchetei nu trebuie absolutizate, ci considerate ca indicative.

Potrivit cercetării noastre, întreprinzătorii români prezintă următoarele caracteristici:

Pe **grupe de vârstă**, cele mai ridicate procentaje le dețin întreprinzătorii de 45-60 de ani (29,97%) și cei de 35-45 de ani (29,56%), iar la polul opus se află respondenții care au sub 25 de ani (5,86%). De asemenea, vârsta medie a întreprinzătorilor este de 43,38 ani la nivelul eșantionului, 43,93 ani pentru persoanele de sex masculin și de 42,56 ani pentru femei. Structura pe vârste este favorizantă dezvoltării sectorului de IMM-uri, întrucât aproximativ 3/ 5 din întreprinzători au mai puțin de 45 de ani, având deci în față cel puțin două decenii de activitate întreprinzătorească. Detalii în figura 2.1.

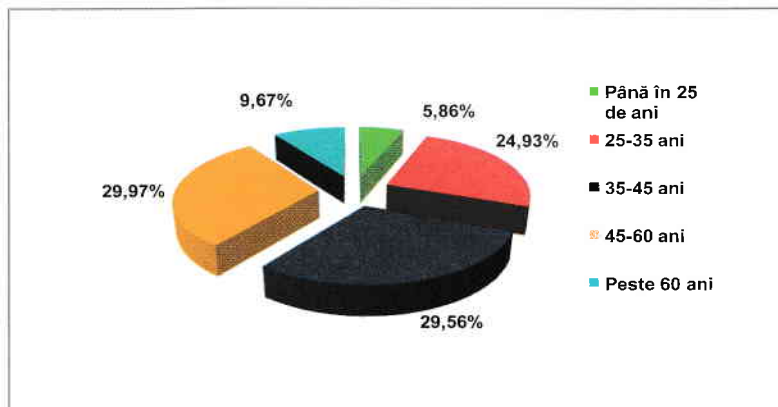


Figura 2.1
Structura întreprinzătorilor în funcție de vârstă

Având în vedere **pregătirea profesională**, se observă că persoanele instruite în domeniul economic dețin o pondere de 32,57% din totalul respondenților, devansând numărul inginerilor, juriștilor, tehnicienilor, etc. Vezi figura 2.2.

¹De-a lungul timpului diverși specialiști au încercat să realizeze un profil al întreprinzătorului român, care se modifică de la an la an (de exemplu: crește numărul tinerilor, se amplifică ponderea persoanelor cu studii superioare, scade procentul bărbaților, etc.).



Respect pentru oameni și cărți

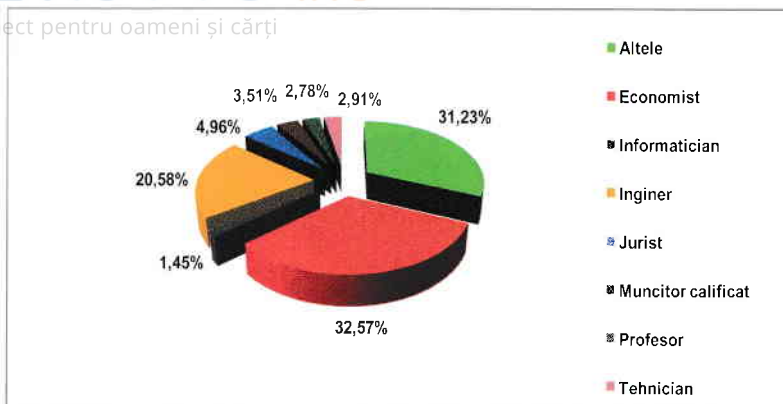


Figura 2.2

Structura întreprinzătorilor în funcție de pregătirea profesională

Gruparea respondenților în funcție de **gen** (figura 2.3) relevă predominanța bărbaților (60,75%). Structura pe sexe din România este ceva mai echilibrată față de cea din U.E., având în vedere că doar aproximativ un sfert din totalul întreprinzătorilor europeni sunt femei. Întrucât în România persoanele de gen feminin reprezintă circa 51% din populație, o astfel de configurație relevă un grad mai ridicat de valorificare a potențialului acestora comparativ cu țările din Uniunea Europeană și America de Nord.

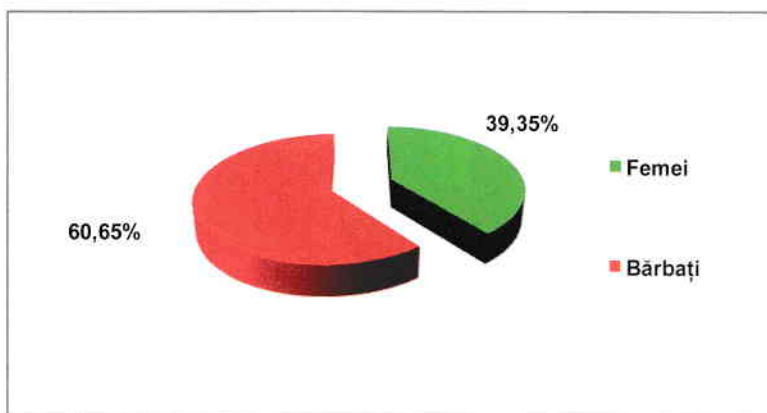


Figura 2.3

Structura întreprinzătorilor în funcție de gen

Luând în considerare **starea civilă** a persoanelor investigate (figura 2.4), se constată preponderența întreprinzătorilor căsătoriți (76,88%).