



Oficiul Teritorial pentru  
Întreprinderi Mici și Mijlocii  
și Cooperație IAȘI



Centrul de Incubare  
Creativ - Inovativ de Afaceri  
Roznov - Neamț



# STAREA ECONOMICĂ A JUDEȚULUI NEAMȚ

**Nr. 4 / 2011**

**- raport anual -**



**Piatra Neamț –2011**

**dr. ing. Vasile Avădănei - coordonator**

# **STAREA ECONOMICĂ A JUDEȚULUI NEAMȚ**

**- raport anual -  
- nr. 4 / 2011 -**



**Piatra Neamț  
- 2011 -**

Autori:

**dr. ing. Vasile AVĂDĂNEI** – Coordonator al publicației

echipa de coordonare a numărului 4 al publicației

**chim. Oana Crina BUJOR**

**dr. ing. Lidia AVĂDĂNEI**

**ing. Cornelia STÎNGU**

**ing. Ana Nuți SUCIU**

Colectiv de lucru:

As. Centrul de Incubare Creativ - Inovativ de Afaceri Roznov

**stud. Bianca ANTONICĂ – prelucrare date**

**ec. Iulian UNGURIANU**

**soc. Alina Elena TOFAN**

**soc. Cristina AVĂDĂNEI**

**ing. Cristiana COCIORBĂ**

**ec. Veronica BARB**

Universitatea Română de Științe și Arte „Gh. Cristea” București

Centrul de Studii și Cercetări Piatra Neamț

**prof. gr. I Emilia LUPEI**

**stud. Mariana AMARIEI**

**stud. Alexandru ANISIEI**

**stud. Liviu POSTOLACHE**

**stud. Mihaela SURUGIU**

Direcția Generală a Finanțelor Publice Neamț

**Ec. Titi Tănase**

Editura Răzeșu Piatra Neamț 2011

ISSN: 2247 - 2509

Potrivit legii 8 / 1996, a dreptului de autor, reproducerea parțială sau totală a prezentei cărți fără acordul editurii constituie infracțiune și se pedepsește în conformitate cu aceasta

## Cuprins

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Prezentare</b> ... ..                                                 | 7  |
| <b>Cuvânt înainte</b> ... ..                                             | 9  |
| <br><b>Cap. 1. Elemente metodologice privind prelucrarea datelor</b> ... | 13 |
| 1.1. Elemente de plecare ... ..                                          | 13 |
| 1.2. Structura fișei de prezentare ... ..                                | 16 |
| <br><b>Cap. 2. Performanțe economice ale județului Neamț</b> .. ..       | 19 |
| <br><b>Cap. 3. Performanțe economice zonale</b> ... ..                   | 24 |
| 3.1. Mediul urban ... ..                                                 | 24 |
| 3.2. Mediul rural ... ..                                                 | 29 |
| 3.3. Zona colinară ... ..                                                | 33 |
| 3.4. Zona de munte . ... ..                                              | 38 |
| 3.5. Sectorul cooperatie ... ..                                          | 43 |
| <br><b>Cap. 4. Situația economică în localitățile județului</b> ... ..   | 46 |
| 4.1. Municipiul Piatra Neamț ... ..                                      | 46 |
| 4.2. Municipiul Roman ... ..                                             | 50 |
| 4.3. Orașul Târgu Neamț ... ..                                           | 54 |
| 4.4. Orașul Bicăz ... ..                                                 | 58 |
| 4.5. Orașul Roznov ... ..                                                | 61 |
| 4.6. Comuna Agapia ... ..                                                | 64 |
| 4.7. Comuna Alexandru cel Bun ... ..                                     | 67 |
| 4.8. Comuna Bahna ... ..                                                 | 70 |
| 4.9. Comuna Bălătești ... ..                                             | 72 |
| 4.10. Comuna Bâra ... ..                                                 | 74 |
| 4.11. Comuna Bârgăuani ... ..                                            | 76 |
| 4.12. Comuna Bicăz-Chei ... ..                                           | 78 |
| 4.13. Comuna Bicăzu Ardelean ... ..                                      | 81 |
| 4.14. Comuna Bodești ... ..                                              | 83 |
| 4.15. Comuna Boghicea ... ..                                             | 85 |
| 4.16. Comuna Borca ... ..                                                | 87 |

---

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 4.17. Comuna Borlești ... ..       | 89  |
| 4.18. Comuna Botești ... ..        | 92  |
| 4.19. Comuna Bozieni ... ..        | 94  |
| 4.20. Comuna Brusturi ... ..       | 96  |
| 4.21. Comuna Căndești ... ..       | 98  |
| 4.22. Comuna Ceahlău ... ..        | 100 |
| 4.23. Comuna Cordon ... ..         | 103 |
| 4.24. Comuna Costișa ... ..        | 106 |
| 4.25. Comuna Crăcăoani ... ..      | 108 |
| 4.26. Comuna Dămuc ... ..          | 110 |
| 4.27. Comuna Dobreni ... ..        | 112 |
| 4.28. Comuna Dochia ... ..         | 115 |
| 4.29. Comuna Doljești ... ..       | 117 |
| 4.30. Comuna Dragomirești ... ..   | 119 |
| 4.31. Comuna Drăgănești ... ..     | 121 |
| 4.32. Comuna Dulcești ... ..       | 123 |
| 4.33. Comuna Dumbrava Roșie ... .. | 125 |
| 4.34. Comuna Farcașa ... ..        | 128 |
| 4.35. Comuna Făurei ... ..         | 131 |
| 4.36. Comuna Gădinți ... ..        | 132 |
| 4.37. Comuna Gârcina ... ..        | 134 |
| 4.38. Comuna Gherăești ... ..      | 137 |
| 4.39. Comuna Ghindăoani ... ..     | 139 |
| 4.40. Comuna Girov ... ..          | 141 |
| 4.41. Comuna Grințieș ... ..       | 144 |
| 4.42. Comuna Grumăzești ... ..     | 146 |
| 4.43. Comuna Hangu ... ..          | 148 |
| 4.44. Comuna Horia ... ..          | 150 |
| 4.45. Comuna Icușești ... ..       | 153 |
| 4.46. Comuna Ion Creangă ... ..    | 155 |
| 4.47. Comuna Mărgineni ... ..      | 157 |
| 4.48. Comuna Moldoveni ... ..      | 159 |
| 4.49. Comuna Negrești ... ..       | 161 |
| 4.50. Comuna Oniceni ... ..        | 163 |
| 4.51. Comuna Păstrăveni ... ..     | 165 |

---

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 4.52. Comuna Pâncești                               | 167 |
| 4.53. Comuna Pângărați                              | 168 |
| 4.54. Comuna Petricani                              | 171 |
| 4.55. Comuna Piatra Șoimului...                     | 174 |
| 4.56. Comuna Pipirig                                | 176 |
| 4.57. Comuna Podoleni                               | 179 |
| 4.58. Comuna Poiana Teiului                         | 181 |
| 4.59. Comuna Poienari                               | 184 |
| 4.60. Comuna Răucești                               | 185 |
| 4.61. Comuna Războieni                              | 188 |
| 4.62. Comuna Reditu                                 | 190 |
| 4.63. Comuna Români                                 | 192 |
| 4.64. Comuna Ruginoasa                              | 194 |
| 4.65. Comuna Sagna                                  | 196 |
| 4.66. Comuna Săbăoani                               | 198 |
| 4.67. Comuna Săvinești                              | 201 |
| 4.68. Comuna Secuieni                               | 204 |
| 4.69. Comuna Stănița                                | 206 |
| 4.70. Comuna Ștefan Cel Mare                        | 208 |
| 4.71. Comuna Tarcău                                 | 210 |
| 4.72. Comuna Tașca                                  | 212 |
| 4.73. Comuna Tazlău                                 | 214 |
| 4.74. Comuna Tămășeni                               | 216 |
| 4.75. Comuna Timișești                              | 219 |
| 4.76. Comuna Trifești                               | 221 |
| 4.77. Comuna Tupilați                               | 223 |
| 4.78. Comuna Țibucani                               | 225 |
| 4.79. Comuna Urecheni                               | 227 |
| 4.80. Comuna Valea Ursului                          | 229 |
| 4.81. Comuna Văleni                                 | 231 |
| 4.82. Comuna Vânători Neamț                         | 233 |
| 4.83. Comuna Zănești                                | 236 |
| <b>Cap. 5. Aprecieri asupra mediului de afaceri</b> | 239 |
| 5.1. Top “Ten” 2011                                 | 239 |

---

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.2. Analiza SWOT                                                      | 242        |
| 5.3. Evoluții comparative în 2010 față de 2009                         | 247        |
| <b>Cap. 6. Calea spre economia antreprenorială</b>                     | <b>248</b> |
| 6.1. Situația microîntreprinderilor din județul Neamț                  | 248        |
| 6.2. O dilemă presantă: salariat sau întreprinzător?                   | 251        |
| 6.2.1. A fi salariat                                                   | 251        |
| 6.2.2. A fi întreprinzător                                             | 252        |
| 6.2.3 A fi și salariat și întreprinzător                               | 253        |
| 6.3. Economia antreprenorială                                          | 254        |
| 6.3.1. A fi salariat la firma ta (self employer)                       | 254        |
| 6.3.2. De la contractul de muncă la contractul de<br>prestări servicii | 255        |
| 6.3.3. Autonomia întreprinzătorului pe piața muncii                    | 255        |
| 6.4. Profilul întreprinzătorului                                       | 255        |
| 6.4.1. Întreprinzător de succes                                        | 256        |
| 6.4.2. Întreprinzător de subzistență                                   | 256        |
| <b>Concluzii</b>                                                       | <b>258</b> |
| <b>Bibliografie</b>                                                    | <b>263</b> |
| <b>Anexe</b>                                                           | <b>265</b> |
| Anexa 1. Lista localităților din județul Neamț                         | 265        |
| Anexa 2. Coduri CAEN pe capitole și pe primele 2 cifre                 | 268        |
| Anexa 3. Harta administrativă a județului Neamț                        | 272        |
| Anexa 4. Intensitate antreprenorială - număr firme în teritoriu        | 273        |
| Anexa 5. Intensitate antreprenorială - densitate firme în teritoriu    | 274        |

## Prezentare

Lucrarea "Starea economică a județului Neamț" reflectă evoluția economică a județului Neamț în anul 2010, cu o evidențiere a impactului crizei economice.

Criza economică mondială afectează cu siguranță toate firmele din județul Neamț, dar impactul acesteia este mai puternic asupra firmelor la care managementul nu este pregătit pentru a face față unei astfel de situații. Criza este totodată de mentalitate și de cultură managerială, ce îmbracă moduri de manifestare multiple:

- lipsa soluțiilor tehnice de reducere a costurilor din partea cercetării și transferului tehnologic;
- lipsa planificării activității societăților și lipsa analizelor preliminare de risc, cu scenarii alternative;
- lipsa unei culturi a concurenței reale, fără "înțelegeri" de practicare a acelorași prețuri;
- lipsa unei culturi a consumului autohton;
- percepția eronată a salariatului asupra diferenței între nevoi și valoarea muncii prestate;

Peste toate acestea se suprapune o politica de instabilitate, incoerență și lipsă de predictibilitate legislativă caracteristică ultimilor 20 de ani.

Toate acestea și multe altele creează o psihoză a crizei, reacțiile sunt spontane, bizare și cu efect de amplificare.

Cartea reflectă toate aceste fenomene prin bogăția de date și informații raportate la județul Neamț în ansamblu, apoi la nivel teritorial: mediul urban, mediul rural, zona colinară, cea montană și în final la nivelul fiecărei comune.

Datele folosite au fost cele din bilanțurile depuse la data de 31.12.2010 și vin să ilustreze starea antreprenorială locală la momentul amintit și alături de publicațiile din anii anteriori constituie un instrument de lucru foarte util.



În lucrare este prezentat un capitol privind contextul european actual în ceea ce privește complexitatea evoluțiilor economice.

De asemenea, un capitol tratează un subiect care ar trebui să fie în programa tuturor școlilor din România – economia antreprenorială. Sunt informații care ar trebui să facă parte din cultura generală a tinerilor care s-au născut într-o societate liberă și care pornesc acum afacerile ce vor produce valoare adăugată în viitor.

Ne bazăm pe cultura antreprenorială a acestor tineri, pe capacitatea lor de a învăța din greșelile noastre și pe faptul că vin cu forțe proaspete să înlocuiască pe cale biologică mentalitatea prezentă.

Apreciem eforturile colectivului de autori și considerăm că prin poziția și atitudinea lor în raport cu mediul de afaceri local fac un lucru important de a informa și de a contribui la crearea unui cadru favorabil dezvoltării acestuia.

Recomand cu căldură valorificarea efortului și experienței acestui colectiv în studii și evaluări asupra stării și dinamicii economiei județului Neamț.

Felicit colectivul de autori și recomand lucrarea tuturor celor interesați în dezvoltarea de proiecte care să contribuie la dezvoltarea economică și socială a localităților din județul Neamț.

Mihai APOPI

Președinte, Camera de Comerț și Industrie Neamț

## Cuvânt înainte

Încercăm să facem o tradiție din „Starea economică a județului Neamț”. Numărul 4 marchează o evoluție importantă. Evoluție în prelucrarea datelor, prezentarea și interpretarea datelor. Pentru cititorul tradițional informațiile reprezintă jaloane și progrese / regrese în dezvoltarea județului.

Indiferent de ceea ce se spune și ceea ce se crede considerăm că salvarea economică a României și de județului provine din muncă, dar dintr-o muncă făcută cu cap. Antreprenoriatul reprezintă un astfel de cadru. Dar, cadrul trebuie să aibă niște reguli clare, pe care trebuie să le respecte toți factorii interesați.

Pentru mediul de afaceri din județul Neamț, anul 2010, despre care facem referire în carte, a fost nici mai bun nici mai rău decât alții. Mulți îl leagă de criză și de politici nepotrivite. Am constatat că puține fluctuații sunt legate de fenomenele economice reale care se manifestă la nivel european și mondial. Există alte „boli”, mult mai grave, de care suferă mediul de afaceri local.

Rămânem la ideea că lucrarea reflectă performanțele economice ale firmelor din județul Neamț sub aspectul nivelului de dezvoltare a spiritului antreprenorial și a modului de valorificare a resurselor materiale, financiare și umane locale.

Prezentul raport privind starea mediului de afaceri a județului Neamț folosește rezultatele financiare de la 31.12.2010 așa cum au fost declarate la Oficiul Registrului Comerțului Județului Neamț și la Administrația Finanțelor Publice.

Nu au fost incluse persoanele fizice autorizate, asociațiile familiale, întreprinderile individuale, cabinetele medicale, profesiile liberale și alte categorii care funcționează pe baza altor reguli decât cele administrate de Oficiul Registrului Comerțului și Direcția Județeană a Finanțelor Publice.

Din interpretarea rezultatelor se pot face aprecieri cu privire la situația mediului de afaceri din județul Neamț pe total și în teritoriu (zone și localități), respectiv:

- gradul de maturitate a mediului de afaceri;
- capacitatea întreprinzătorilor și managerilor de a administra o afacere;
- nivelul de competitivitate a afacerilor;
- nivelul de competitivitate (capacitatea de integrare europeană)
- nivelul spiritului antreprenorial;
- potențialul economic;
- domeniile cele mai atractive de dezvoltare a afacerilor;
- zonele cele mai atractive de dezvoltare a afacerilor.

Lucrarea, ca de obicei, cuprinde 6 capitole care abordează următoarele aspecte:

- capitolul 1 cuprinde *metodologia* de întocmire a fișelor de date antreprenoriale, semnificația datelor prezentate și modul de citire a lor.
- capitolul 2 prezintă *datele județului* în ansamblu. Informațiile se prezintă sub forma unei Fișe de prezentare care se repetă și care cuprinde date în care se apreciază intensitatea antreprenorială, performanțele economice, nivelul de ocupare, indicatori financiari sintetici. În plus față de restul prezentărilor, aici se detaliază indicatorii financiari de performanță și pentru domeniile de activitate (după secțiunile din CAEN)..
- capitolul 3 face analiza datelor economice pe *zone ale județului* pe care le-am socotit utile de prezentat: urban, rural, rural montan, rural colinar. Separat se abordează sectorul cooperației.
- capitolul 4 extinde prezentarea datelor economice la nivelul *localităților*. Sunt elaborate 83 fișe pentru cele 2 municipii, 3 orașe și 78 comune.
- capitolul 5 cuprinde interpretare a datelor prezentate. Se face o analiză SWOT a stării economice la nivelul județului. Se fac studii comparative privind evoluțiile față de anul precedent. Se fac mențiuni asupra domeniilor de activitate cu dinamica cea mai ridicată (top 10).
- capitolul 6 face o abordare a *economiei antreprenoriale* și descrie cum se înscrie fenomenul antreprenorial și cum răspund microîntreprinderile acestei tendințe. Este capitolul care diferă total de la un număr la altul.
- capitolul final prezintă concluzii rezultate în urma studiului. Se fac aprecieri asupra realităților și perspectivelor dezvoltării mediului economic din județ.

Oportunitățile și provocările pieței și politicilor de dezvoltare economică trebuie valorificate. Ele stau la îndemâna întreprinzătorilor. Pentru un mediu de afaceri puternic, influența agresivă a politicilor a trebui să ai efecte minore și controlabile. Din acest punct de vedere și factorul politic trebuie să conștientizeze că a fi întreprinzător înseamnă un statut respectabil și nu un potențial infractor.

Ca și celelalte ediții, prezenta lucrare se adresează următoarelor grupuri țintă:

- administrația publică locală cu atribuții în sectorul economic care vor găsi punctele tari și punctele slabe ale mediului de afaceri local și vor construi soluții de sprijin pentru dinamizarea acestuia în folosul comunității;
- instituțiile deconcentrate cu atribuții în domeniu care vor identifica particularitățile de aplicare a politicilor și programelor de guvernare;
- întreprinzătorii și oamenii de afaceri care vor identifica elementele de referință și vor aprecia eficiența și eficacitatea politicii antreprenoriale;
- investitorii interni și externi care își pot face o imagine asupra atractivității unor regiuni geografice sau sectoare de activitate;
- organizații neguvernamentale asociate mediului de afaceri (camera de comerț și industrie, patronate, syndicate etc.);
- lideri politici interesați în promovarea unor politici favorabile electoratului fidel;
- mass-media interesată de efectuarea unor evaluări și prognoze;
- sistemul educațional și de formare profesională interesat în construirea unor ținte de construire a carierei în consonanță cu situația și tendințele locale la nivel economic și social;
- universități și institute de cercetare în domeniul economic care vor putea face o diagnoză și vor identifica direcții de acțiune și ținte pentru dezvoltarea pe termen mediu și lung și pentru accelerarea integrării europene.

Studiul s-a realizat la inițiativa Centrului de Incubare Creativ Inovativ de Afaceri Roznov, Neamț și cu colaborarea Oficiului Teritorial pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie Iași.

Pentru elaborare a fost antrenată *Universitatea Română de Științe și Arte „Gh. Cristea” București - Centrul de Studii și Cercetări Piatra Neamț* (voluntari, cadre didactice și studenți, majoritatea tineri) precum și *Direcția Generală a Finanțelor Publice Neamț*.

Colectivul a valorificat experiența edițiilor precedente. Au fost antrenate și diferite alte persoane interesate să participe la un proiect important. Apreciem și de această dată disponibilitatea și modul de implicare a tinerilor în proiect.

Sursele de informare folosite pentru elaborarea acestei lucrări au fost:

- situațiile financiare depuse de societățile comerciale cu capital de stat, privat și mixt la 31 decembrie 2010;
- date statistice publicate în Anuarul statistic 2010;
- alte studii și lucrări;

Mulțumim tuturor celor care ne-au încurajat și ne-au sprijinit să continuăm proiectul. Mulțumim celor care au emis aprecieri și observații asupra edițiilor precedente și ne-au dat sugestii pentru viitor.

Dorim să mulțumim în mod deosebit Direcției Generale a Finanțelor Publice Neamț pentru amabilitatea de a ne pune la dispoziție datele necesare efectuării Studiului.

Mulțumim Instituției Prefectului Județului Neamț care ne-a acordat sprijin și a apreciat intențiile și eforturile noastre.

În continuare suntem receptivi la orice sugestii privind îmbunătățirea formatului Studiului.

Autorii

## **Cap. 1. Elemente metodologice privind prezentarea datelor**

### **1.1. Elemente de plecare**

Județul Neamț avea o configurație care îi dădea reprezentativitate pentru toată țara ca profil și potențial economic. În prezent el pierde tot mai mult teren atât în relansarea activităților economice cât și în ceea ce privește aplicarea politicilor de încurajare a mediului de afaceri. Față de anii precedenți apetitul întreprinzătorilor nemțeni pentru absorbția fondurilor europene s-a redus semnificativ.

Suprafața județului este de 5.896 km<sup>2</sup>, și ocupă 2,6% din suprafața României. Din aceasta 330 km<sup>2</sup> formează mediul urban, iar 5.566 km<sup>2</sup> mediul rural.

Are în componere 2 Municipii, 3 orașe și 78 comune cu 344 sate.

Populația județului era la 1 ianuarie 2010 de 563.392 locuitori din care 277.342 bărbați și 286.050 femei. Dintre aceștia 213.123 locuitori (101.772 bărbați și 111.351 femei) trăiesc în mediul urban și 350.269 locuitori (175.570 bărbați și 174.699 femei) trăiesc în mediul rural. De asemenea, la 1 iulie 2010, 357.230 locuitori constituie populația activă cu vârsta cuprinsă între 15 și 59 ani.

Mediul de afaceri local are o evoluție fluctuantă după fluctuațiile oportunităților și riscurilor asociate economiei de piață. Managementul afacerilor este o știință destul de nouă în peisajul profesional românesc. Există în continuare o serie de situații speculative și o dependență de mulți factori neeconomici. Schimbările dinamice în structura topurilor întocmite de patronate și de Camera de Comerț pun în evidență adaptarea dificilă și rezistența la schimbare a întreprinzătorilor la exigențele unei economii de piață cu o concurență reală și cu instrumente reale de reglare.

Se constată importante lacune în cultura antreprenorială a întreprinzătorilor români, cu o abordare defectuoasă a ciclului afacerii, lipsă

de planificare, reticență față de marketing, dar și o lipsă de receptivitate față de ofertele de training și consiliere pe aceste teme. Acestea fac dificilă adaptarea din mers la situații noi, iar costurile deciziilor luate copleșesc profitabilitatea.

Acesta este al patrulea an de integrare europeană, în care s-au pus la punct o serie de mecanisme de dinamizare a mediului economic și de includere în piața europeană. Adâncirea crizei financiare și violența crescândă cu care s-a manifestat de-a lungul anului, a evidențiat și multe carențe ale manifestărilor antreprenoriale alături de alte sincope conjuncturale. Se simte tot mai mult lipsa efectelor cheltuielilor publice în educație, cercetare care nu au generat efecte economice de productivitate, inovare și salt în high tech. Termenul de valoare adăugată încă mai este confundat cu plusvaloarea ceea ce reflectă o lipsă totală de sincronizare a întreprinzătorilor români față de exigențele economiei de piață. De asemenea introducerea impozitului pe profit obligatoriu a descurajat pe mulți întreprinzători să desfășoare afaceri, iar aceștia au plecat la lucru în străinătate sau au intrat în categoria dependenților social.

Prezentul studiu are la bază rapoartele financiare depuse de firmele din județ la 31 decembrie 2010.

S-au folosit baze de date de la:

- Ministerul Finanțelor (Direcția Județeană a Finanțelor Publice Neamț)
- Institutul Național de Statistică (Direcția Județeană de Statistică Neamț)
- Agenția pentru Implementarea Programelor și Proiectelor pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii (diferite publicații)

Baza de date a cuprins următoarele elemente:

a. Date despre firmele din județ:

- denumirea firmei;
- numărul de înregistrare la Oficiul Registrului Comerțului;
- numărul de înregistrare fiscală;
- adresa firmei;
- denumirea activității principale însoțită de codul CAEN (Clasificarea Activităților Economice din România) (Rev 2 . 2008);

- cifra de afaceri înregistrată de firmă;
- numărul scriptic de salariați;
- rezultatul exercițiului financiar (profit / pierderi din exploatare);
- capital social;
- capitaluri proprii;
- active totale;
- datorii totale;
- datorii sub 1 an;
- datorii peste 1 an;
- cheltuieli cu personalul.

b. Date despre ocupare din fiecare localitate

- număr total de șomeri
- număr de șomeri indemnizați
- populația activă (cu vârsta între 18 și 62 ani)

Prin prelucrarea acestor date s-au realizat seturi de date statistice sub forma unor fișe de prezentare.

Fișele de prezentare sunt individualizate pe următoarele categorii:

- |                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| a. județ:         | total județ,          |
| b. zone din județ | zona urbană,          |
|                   | zona rurală,          |
|                   | zona rurală montană,  |
|                   | zona rurală colinară. |

Un capitol special este dedicat sectorului cooperației care include cooperativele de consum și cooperativele meșteșugărești.

- |                            |              |
|----------------------------|--------------|
| c. localități individuale: | 2 Municipii, |
|                            | 3 orașe,     |
|                            | 78 comune    |



## 1.2. Structura fișei de prezentare

Fiecare fișă de prezentare cuprinde 6 capitole:

- a. *intensitatea antreprenorială*: este legată de numărul de firme și structura acestora ca formă juridică, mărime (clasificare după legea 346/2005), distribuția lor după obiectul de activitate.
- b. *firme nou înființate*: s-au abordat separat firmele noi, înființate în cursul anului 2010, pentru a pune în evidență și dinamica antreprenorială. Cifrele au urmărit aceeași structurare ca la total firme.
- c. *performante economice*: s-a avut în vedere cifra de afaceri și nivelul profitului și pierderilor. S-a pus în evidență că firmele cu pierderi (care nu sunt puține) au o prezență destul de consistentă din punct de vedere al cifrei de afaceri și al locurilor de muncă.
- d. *nivelul de ocupare*: este abordat numărul de salariați angajați cu contract de muncă la firme. S-au inclus mențiuni separate asupra firmelor fără nici un salariat și s-a interpretat că acestea au asociat unic. Se are în vedere faptul că legislația română nu a permis multă vreme ca asociatul unic să fie angajat cu contract de muncă normal la firma sa. În prezent el are atât varianta unui contract de muncă normal, cât și al unui contract de management.
- e. *indicatorii financiari de performanță*: aceștia sunt:

- **rata profitabilității comerciale**: 
$$RPC = \frac{\text{rezultat net al exercitiului}}{\text{cifra de afaceri}} \cdot 100, \%$$

Acest indicator exprimă eficiența globală a întreprinderii, respectiv, capacitatea sa de a realiza profit și de a rezista concurenței. RPC ar trebui să fie de minimum 6%. Cu cât este mai mare cu atât întreprinderea este mai rentabilă.

- **rata profitabilității financiare**: 
$$RPF = \frac{\text{rezultat net al exercitiului}}{\text{capital propriu}} \cdot 100, \%$$

Acest indicator exprimă profitul generat pentru fiecare leu investit. Mulți investitori urmăresc o rată a rentabilității financiare de cel puțin 15%. Cu cât este mai mare cu atât întreprinderea are un profit mai mare, raportat la capitalurile proprii.

- **rata de rotație a capitalului propriu:** 
$$RRCP = \frac{\text{cifra de afaceri}}{\text{capital propriu}} \cdot 100, \%$$

Această rotație trebuie să fie cât mai mare. Valoarea sa trebuie să fie mult peste 100%.

- **rata autonomiei globale:** 
$$RAG = \frac{\text{capital propriu}}{\text{active totale}} \cdot 100, \%$$

Acest indicator reprezintă o măsură mai conservatoare de analiză a finanțării activelor întreprinderii, evidențiind ponderea surselor proprii pe termen lung în totalul activelor. Aprecierea generală este că un nivel de peste 33 % reprezintă o situație de normalitate. Însă, trebuie reținut că indicatorul este influențat sensibil de specificul firmei și de politica financiară promovată. Unii consideră că ar trebui un nivel de peste 50 % pentru siguranță.

- **gradul de acoperire a datoriilor:** 
$$RAD = \frac{\text{capital propriu}}{\text{datorii totale}} \cdot 100, \%$$

Pentru acest indicator este acceptabilă o valoare mai mare de 140 %.

- **productivitatea:** 
$$PM = \frac{\text{cifra de afaceri}}{\text{numar de salariați}}, \frac{\text{lei}}{\text{salarat}}$$

Cu cât valoarea este mai mare cu atât este mai bine pentru firmă. Diferențe semnificative sunt determinate de specificul sectorului de activitate.

- **rata datoriilor pe termen scurt:** 
$$RDTS = \frac{\text{datorii pe termen scurt}}{\text{cifra de afaceri}} \cdot 100, \%$$

Este de preferat o valoare cât mai mică, mult sub 100%.

- **rata datoriilor totale:** 
$$RDT = \frac{\text{datorii totale}}{\text{active totale}} \cdot 100, \%$$

Este de preferat o valoare cât mai mică. Rata obligațiilor totale în raport cu total active măsoară procentul din totalitatea fondurilor asigurat de creditorii. Creditorii preferă rate ale obligațiilor scăzute, deoarece cu cât este mai scăzută rata, cu atât este mai mare protecția la pierderile creditorilor în cazul lichidării. Ca regulă practică, o rată a datoriilor totale sub 30% indică o poziție bună a firmei.

- **rata solvabilității globale:** 
$$RSG = \frac{\text{active totale}}{\text{datorii totale}} \cdot 100, \%$$

O valoare a acestui indicator de peste 150% dovedește că firma are capacitatea de a-și achita obligațiile bănești imediate față de terțe persoane fizice sau juridice. Firma poate fi solvabilă chiar dacă, la un moment dat, din lipsă de lichidități nu are capacitate de plată. Solvabilitatea este generală și depinde de o activitate rentabilă, iar lipsa capacității de plată și a lichidității poate fi temporară dacă firma se bazează pe o solvabilitate generală. O valoare sub 150% evidențiază riscul de insolvabilitate generală. Ea este generată de neîncasarea clienților și a altor lichidități și de o valoare negativă a fondului de rulment.

- **rata cheltuielilor cu personalul:** 
$$RCP = \frac{\text{cheltuieli cu personalul}}{\text{profitul brut}} \cdot 100, \%$$

Este de preferat ca acest indicator să fie cât mai mic, sub 100%.

Valorile tuturor acestor indicatori sunt prezentate pentru fiecare fișă de analiză (zone sau localități).

## Cap. 6. Calea spre economia antreprenorială

Fenomenul antreprenorial are o slabă susținere în politicile naționale. Aceasta se datorează unor cauze interne, legate de mentalitatea celor care încep o afacere, și cauze externe, legate de statutul social al întreprinzătorului.

Datele cele mai accesibile privind fenomenul antreprenorial se regăsesc și situații și evoluția microîntreprinderilor.

### 6.1. Situația microîntreprinderilor din județul Neamț

Ponderea microîntreprinderilor în mediul economic al județului este de peste 90%. În tabelul 6.1. se prezintă performanțele microîntreprinderilor în funcție de numărul de salariați.

Tabel 6.1. Performanțele microîntreprinderilor după numărul de salariați

| Număr salariați / firmă | Număr firme |       | Cifra de afaceri |       | Profit  |       | Pierderi |       | Număr salariați |       |
|-------------------------|-------------|-------|------------------|-------|---------|-------|----------|-------|-----------------|-------|
|                         | total       | %     | Mii lei          | %     | Mii lei | %     | Mii lei  | %     | total           | %     |
| 0                       | 4.351       | 40,45 | 398.543          | 6,79  | 15.668  | 6,40  | 25.844   | 7,39  | 0               | 0,00  |
| 1                       | 2.224       | 20,67 | 363.842          | 6,20  | 21.041  | 8,59  | 31.291   | 8,94  | 2.224           | 4,96  |
| 2                       | 1.134       | 10,54 | 341.122          | 5,81  | 13.329  | 5,44  | 30.065   | 8,59  | 2.268           | 5,06  |
| 3                       | 676         | 6,28  | 206.085          | 3,51  | 9.945   | 4,06  | 16.294   | 4,66  | 2.028           | 4,52  |
| 4                       | 489         | 4,55  | 212.088          | 3,61  | 9.052   | 3,70  | 15.941   | 4,56  | 1.956           | 4,36  |
| 5                       | 312         | 2,90  | 194.681          | 3,32  | 9.076   | 3,71  | 100.958  | 28,85 | 1.560           | 3,48  |
| 6                       | 223         | 2,07  | 154.437          | 2,63  | 8.551   | 3,49  | 7.774    | 2,22  | 1.338           | 2,98  |
| 7                       | 167         | 1,55  | 159.983          | 2,73  | 4.189   | 1,71  | 5.917    | 1,69  | 1.169           | 2,61  |
| 8                       | 155         | 1,44  | 158.436          | 2,70  | 5.750   | 2,35  | 5.429    | 1,55  | 1.240           | 2,76  |
| 9                       | 123         | 1,14  | 134.402          | 2,29  | 5.466   | 2,23  | 4.462    | 1,28  | 1.107           | 2,47  |
| Total micro             | 9.854       | 91,61 | 2.323.619        | 39,58 | 102.067 | 41,67 | 243.975  | 69,72 | 14.890          | 33,20 |
| Total firme             | 10.757      |       | 5.870.324        |       | 244.920 |       | 349.912  |       | 44.856          |       |

Se constată câteva elemente relevante:

- peste 70% din firme nu au salariați sau au 1 – 2 salariați. Aceasta înseamnă fie că firmele au asociat unic fără angajament salarial fie au asociați

- angajați. Codul fiscal a permis relativ recent ca asociatul unic să se angajeze la propria firmă.
- cifra de afaceri este de aproximativ 40% din cifra totală de afaceri la nivelul județului.
  - nivelul profitului este semnificativ mai mic decât nivelul pierderilor.
  - pe măsură ce crește numărul de salariați, crește cifra de afaceri a firmelor.
  - microîntreprinderile dețin aproximativ 1/3 din numărul de locuri de muncă;

Dacă reprezentăm distribuția microîntreprinderilor după cifra de afaceri, situația se prezintă ca în tabelul următor:

Tabel . Distribuție microîntreprinderilor după cifra de afaceri

| Număr salariați / firmă | Număr firme |       | Număr firme pe intervale de cifră de afaceri (lei) |           |                |                  |                     |                        |                  |
|-------------------------|-------------|-------|----------------------------------------------------|-----------|----------------|------------------|---------------------|------------------------|------------------|
|                         | total       | %     | 0                                                  | sub 1.000 | 1.000 - 10.000 | 10.000 - 100.000 | 100.000 - 1.000.000 | 1.000.000 - 10.000.000 | Peste 10.000.000 |
| 0                       | 4.351       | 40,45 | 2.454                                              | 64        | 429            | 1.016            | 343                 | 40                     | 5                |
| 1                       | 2.224       | 20,67 | 168                                                | 22        | 186            | 1.160            | 656                 | 29                     | 3                |
| 2                       | 1.134       | 10,54 | 30                                                 | 4         | 26             | 485              | 555                 | 32                     | 2                |
| 3                       | 676         | 6,28  | 8                                                  | 0         | 7              | 220              | 412                 | 28                     | 1                |
| 4                       | 489         | 4,55  | 4                                                  | 1         | 4              | 104              | 334                 | 42                     | 0                |
| 5                       | 312         | 2,90  | 4                                                  | 1         | 3              | 34               | 228                 | 40                     | 2                |
| 6                       | 223         | 2,07  | 1                                                  | 0         | 0              | 21               | 157                 | 43                     | 1                |
| 7                       | 167         | 1,55  | 0                                                  | 0         | 0              | 9                | 108                 | 50                     | 0                |
| 8                       | 155         | 1,44  | 0                                                  | 0         | 0              | 5                | 101                 | 48                     | 1                |
| 9                       | 123         | 1,14  | 1                                                  | 0         | 1              | 7                | 69                  | 44                     | 1                |
| Total micro             | 9.854       | 91,61 | 2.670                                              | 92        | 656            | 3.061            | 2.963               | 396                    | 16               |
|                         |             |       | 24,8%                                              | 0,8%      | 6,1%           | 28,4%            | 27,5%               | 3,6%                   | 0,2%             |
| Total firme             | 10.757      |       |                                                    |           |                |                  |                     |                        |                  |

Se constată următoarele elemente:

- 24% din firme (microîntreprinderi) au cifra de afaceri 0. Dintre acestea circa 1.450 au și profit și pierderi 0, ceea ce reprezintă faptul că ele se află în conservare (11 - 12%).
- pe măsură ce crește numărul de salariați, crește cifra de afaceri a firmelor.
- există firme cu 0 sau 1 salariat cu cifră de afaceri de peste 1.000.000 lei și chiar peste 10.000.000 lei, ceea ce reprezintă o abatere semnificativă de la capacitatea umană de a produce o astfel performanță. Mai ales că activitățile prestate nu reprezintă domenii de „boom”.

- ca cifră de afaceri ponderea cea mai mare se află pe intervalul 10.000 – 1.000.000 lei, pentru aproximativ 56% din numărul total de firme din județ; aceasta reprezintă capacitatea medie de performanță în afaceri.

Tabel . Distribuția microîntreprinderilor pe coduri CAEN\*

| CAEN | nr.<br>firme | CAEN | nr.<br>firme | CAEN | nr.<br>firme | CAEN | nr.<br>firme | CAEN | nr.<br>firme |
|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|
| 01XX | 284          | 20XX | 15           | 39XX | 1            | 62XX | 77           | 82XX | 71           |
| 02XX | 150          | 21XX | 3            | 41XX | 587          | 63XX | 28           | 84XX | 0            |
| 03XX | 13           | 22XX | 112          | 42XX | 56           | 64XX | 28           | 85XX | 60           |
| 05XX | 0            | 23XX | 38           | 43XX | 356          | 65XX | 6            | 86XX | 111          |
| 06XX | 0            | 24XX | 7            | 45XX | 260          | 66XX | 34           | 87XX | 0            |
| 07XX | 0            | 25XX | 149          | 46XX | 988          | 68XX | 192          | 88XX | 3            |
| 08XX | 22           | 26XX | 7            | 47XX | 2516         | 69XX | 134          | 90XX | 17           |
| 09XX | 1            | 27XX | 11           | 49XX | 615          | 70XX | 285          | 91XX | 1            |
| 10XX | 128          | 28XX | 22           | 50XX | 2            | 71XX | 243          | 92XX | 25           |
| 11XX | 11           | 29XX | 1            | 51XX | 1            | 72XX | 9            | 93XX | 30           |
| 12XX | 0            | 30XX | 3            | 52XX | 22           | 73XX | 87           | 94XX | 0            |
| 13XX | 46           | 31XX | 81           | 53XX | 8            | 74XX | 84           | 95XX | 62           |
| 14XX | 190          | 32XX | 24           | 55XX | 161          | 75XX | 39           | 96XX | 91           |
| 15XX | 11           | 33XX | 30           | 56XX | 485          | 77XX | 21           | 97XX | 1            |
| 16XX | 352          | 35XX | 12           | 58XX | 34           | 78XX | 15           | 98XX | 0            |
| 17XX | 23           | 36XX | 1            | 59XX | 10           | 79XX | 49           | 99XX | 0            |
| 18XX | 42           | 37XX | 2            | 60XX | 16           | 80XX | 13           |      |              |
| 19XX | 0            | 38XX | 33           | 61XX | 52           | 81XX | 44           |      |              |

\*Pentru identificarea codurilor CAEN recomandăm consultarea anexei 2

Topul domeniilor de interes pentru microîntreprinderi se prezintă astfel:

| Nr.<br>crt. | Subdiv.<br>CAEN | Descriere CAEN                               | Nr.<br>firme |
|-------------|-----------------|----------------------------------------------|--------------|
| 1           | 47XX            | Comerț cu amănuntul                          | 2516         |
| 2           | 46XX            | Comerț cu ridicata                           | 988          |
| 3           | 49XX            | Transport terestru                           | 615          |
| 4           | 41XX            | Construcții clădiri                          | 587          |
| 5           | 56XX            | Restaurante                                  | 485          |
| 6           | 43XX            | Construcții speciale                         | 356          |
| 7           | 16XX            | Prelucrarea lemnului                         | 352          |
| 8           | 70XX            | Management și consultanță de management      | 285          |
| 9           | 01XX            | Agricultură                                  | 284          |
| 10          | 45XX            | Comerț cu ridicata și reparații autovehicule | 260          |
| 11          | 71XX            | Arhitectură și inginerie                     | 243          |

|    |      |                                                |     |
|----|------|------------------------------------------------|-----|
| 12 | 68XX | Imobiliare                                     | 192 |
| 13 | 14XX | Fabricare articole de îmbrăcăminte             | 190 |
| 14 | 55XX | Hoteluri și cazare                             | 161 |
| 15 | 2XX  | Silvicultură și exploatare forestiere          | 150 |
| 16 | 25XX | Construcții metalice și produse din metal      | 149 |
| 17 | 69XX | Activități juridice și de contabilitate        | 134 |
| 18 | 10XX | Industrie alimentară                           | 128 |
| 19 | 22XX | Fabricare produse din cauciuc și mase plastice | 112 |
| 20 | 86XX | Activități referitoare la sănătatea umană      | 111 |

Se observă o predominare autoritară a serviciilor și doar puține firme de producție și-au făcut loc în acest top.

## 6.2. O dilemă presantă: salariat sau întreprinzător?

Desigur fiecare dintre noi conștientizează faptul că de-a lungul vieții active, de la 18 la 60 de ani fiecare persoană trebuie să desfășoare o activitate care, printre altele, trebuie să-i asigure și un trai decent. Pentru marea majoritate a populației modelul cel mai accesibil este cel de salariat, în care pe baza unui contract de muncă și a unei fișe de atribuții își desfășoară o activitate și primește un salariu. La început acest salariu pare suficient, însă perioada „de tranziție” trece repede și salariul devine insuficient în raport cu nevoile mereu în creștere: exigențe, familie, copii etc. Din acest moment să pot petrece mai multe fenomene psiho-sociologice:

- apare o frustrare precum că munca depusă merită o remunerație mai mare;
- apare așteptarea „când se vor acorda următoarele trepte de creștere salarială;
- se caută un alt serviciu mai bine plătit;
- se încearcă o activitate independentă (mult mai rar).

De cealaltă parte, angajatorii, în goana lor după profit, nu își permit niveluri de salarizare mult peste pragul minim stabilit prin lege. În acest context există tendința plecării la muncă în străinătate, sau încercarea de a dezvolta o afacere.

### 6.2.1. A fi salariat

Nu este necesară prezentarea unei teorii savante cu privire la ce înseamnă să fii salariat. Te adresezi unei organizații, îți prezinți priceperea, îl lămurești pe angajator ce are de câștigat dacă te angajează, închei un contract de muncă, lucrezi, primești un salariu. Pentru salariat, angajatorul contribuie la fondurile de asigurări sociale și al alte fonduri de risc, o serie de taxe care te asigură de

presarea unor servicii din partea unor instituții abilitate, în cazul unor situații limită.

În general statutul de salariat este precizat într-o fișă a postului, în care se stabilesc atribuțiile și relațiile de serviciu, precum și corelația între precepere și utilitate.

O bună parte din posturi nu necesită alte atribute decât atenție și amabilitate. Există o tehnologie, există niște operații care trebuie efectuate, există niște indicatori care trebuie realizați. În rest, persoana nu este solicitată din punct de vedere fizic și intelectual. De obicei activitatea este normată, nivelul normelor este la îndemâna angajatorului și pot constitui pârghii de menținere a salariului la cote joase. Rutina este un element periculos și poate plafona competențele persoanei ocupante. În general activitățile de supraveghere a unei linii de producție fie ea manuală sau automatizată necesită astfel de personal.

O altă parte din posturi necesită niveluri ridicate de competență, solicită imaginația ocupantului, solicită timpi suplimentari de lucru. Activitatea nu este și nu poate fi normată. Indicatorii stabiliți sunt mai imprevizibili. Nivelul de salarizare este ridicat și completat cu stimulente. Ocupanții unui astfel de posturi sunt mai dinamici, răspund mai bine provocărilor și imaginează permanent soluții noi pentru rezolvarea sarcinilor. În general zona de marketing solicită astfel de calități.

Există o comoditate prin care persoanele salariate pot învinovați pe angajatori de nerealizări, de plafonări, de alte frustrări. Se creează practic o dependență.

#### 6.2.2. *A fi întreprinzător*

Pentru acest statut, trebuie depășită o primă barieră. Poate cea mai mare. Următoarele bariere vor fi mai ușor de trecut. Primă barieră este a avea curajul să-ți iei soarta în propriile mâini. Aceasta înseamnă a mobiliza niște resurse, a sacrifica persoana proprie și familia pentru o perioadă limitată de timp pentru un trai mai auster, până ce afacerea începe să meargă, a trece de la un program de lucru fix, de 8 sau 10 ore, la o activitate permanentă.

În al doilea rând este necesar să se desfășoare o activitate generatoare de venituri. Există o confuzie printre potențialii întreprinzători între ce se pricep să facă și ce se cere pe piață. La capitolul „ce te pricepi să faci” predomină activitățile artizanale și de bricolaj care nu necesită pregătire și pricepe intelectuală deosebită. De altfel, nu există o cultură tradițională în folosirea științei în instrument de lucru (foarte puține activități „de masă” se pot lăuda cu acest atribut). Pentru „a produce ce se cere pe piață” confuzia este mai mare



deoarece așteptarea producătorului este ca produsul pe care îl realizează „să se vândă singur”. Nu există noțiuni de marketing sau preocupări de negociere sau de promovare. Producătorul uită ce în același timp este consumator pentru alte tipuri de produse și atunci este foarte exigent. Vrea un produs sofisticat și fiabil, de obicei din import, nu este atent și nici patriot pentru a cumpăra de la un semen un produs mai puțin fiabil dar care ar menține pentru vecinul de afacere un loc de muncă și este nelămurit de ce același vecin nu cumpără de la el produsul la fel de puțin fiabil.

Nici relația patron client nu este diferită din acest punct de vedere. Nu se conștientizează faptul că dacă ai nevoie de un produs ar trebui cu prioritate să-l iei chiar de la fabrica de la care lucrezi (nu să-l furi) pentru că astfel contribui la menținerea locului tău de muncă.

Din această cauză în rândul posibililor întreprinzători predomină convingerea că nimic nu merge, că nu există piață etc. ...

Pentru a construi o afacere este necesară elaborarea prealabilă a unui plan de afaceri. Un plan de afaceri reprezintă o investiție cel puțin la fel de valoroasă ca un echipament sau o linie de fabricație. Planul de afaceri dă sens eforturilor noastre de a obține profit cât mai repede și de a investi cât mai rațional. În planul de afaceri se află mai multe scenarii de risc care îl ajută pe întreprinzător să găsească soluții rapide la situațiile cu care se confruntă.

Alte calități ale întreprinzătorului îl fac să-și conducă afacerea în situații exterioare potrivnice (ca un căpitan de corabie sau un plutaș, ca un șofer, ca un vizitru – diferența este dată de amplexarea afacerii). Întreprinzătorul trebuie să creadă în afacerea lui, să fie tenace, inovativ, dinamic, să știe să comunice cu clienții.

### *6.2.3. A fi și salariat și întreprinzător*

Există și astfel de soluții. Poți fi întreprinzător la locul de muncă, dar în acest caz trebuie să te asiguri ca patronul apreciază prestația ta. A fi întreprinzător la locul de muncă înseamnă o evoluție pe o plajă largă de performanță de la a atrage găsi tehnici de a menține niște parametri pe intervale de variație cât mai mici, sau de a-ți organiza activitatea astfel încât eficiența și eficacitatea să fie cât mai mari, sau de a ameliora ergonomia locului de muncă, sau de a determina schimbarea radicală a tehnologiei, ceea ce întâmplă mai rar.

Se poate să fii întreprinzător (să ai o firmă) și să fii salariat în același timp. Din acest punct de vedere, condiția este ca statutul de salariat să fie mai flexibil și mai puțin solicitant, mai ales ca fond de timp.

În mediul universitar acest fapt este mai frecvent deoarece activitatea didactică este dublată de activitate de cercetare care poate fi făcută în numele instituției sau în nume propriu.

De asemenea o afacere care poate condusă prin delegare, poate admite în același timp și statutul de salariat al patronului, care folosește cu precădere telefonul, internetul etc.

### **6.3. Economia antreprenorială**

Acest termen este din ce în ce mai frecvent utilizat și mută centrul de greutate al ocupării de la statutul de salariat la cel de „întreprinzător cu zară mică de acțiune”.

#### **6.3.1. A fi salariat la firma ta (self employer)**

Pentru piața românească tranziția a însemnat trecerea de la întreprinderi mari (cu peste 250 salariați) pentru care oferta de management performant era tot mai redusă, firme micro, mici și mijlocii care trebuie să îndeplinească aceleași exigențe funcționale din punct de vedere juridic și economic (comercial). Dacă la nivelul întreprinderilor mari funcțiile întreprinderii erau îndeplinite de departamente complexe. Pentru firmele mici aceleași activități se simplifică. Dar nu dispar. În același timp ele cer un nivel ridicat de calificare și competență. Pentru un patron se pune problema dacă merită să angajeze un contabil, un responsabil de personal, un responsabil PSI, un responsabil cu calitatea, un responsabil cu protecția mediului etc. care sunt necesari conform legislației în vigoare, sau apelează la firme de consultanță specializate care prestează aceste activități cu personal calificat și acreditat, prestează activitatea pe un interval redus de timp și costă mai puțin, decât tot atâtea salarii și probleme sociale legate de taxe și impozite, plăți la timp, nemulțumiri că salariul este mic etc.

Pentru un salariat care îndeplinește astfel de funcții într-o firmă se pune problema că solicitarea pe parcursul unei luni este mult mai scurtă, iar între timp se deprofesionalizează prestând alte activități necalificate sau pur și simplu nelucrând. Salariul este destul de mic și creează nemulțumiri și frustrări. Atunci el poate decide să devină întreprinzător, să încheie cu firma un contract de prestări servicii, își asumă achitarea obligațiilor financiare față de stat și față de asigurările sociale. Prin priceperea lui, poate acoperi nevoile de prestații similare la mai multe firme, pe intervale de timp mai reduse, poate solicita un nivel de plată mai redus, pe care îl poate compensa cu mărire numărului de firme pe care le poate acoperi pe fondul de timp al unei luni de muncă.

Există din ce în ce mai multe locuri de muncă în cadrul unei firme, sau tot mai multe nevoi de acoperit, în care se pune problema compensării între fondul de

timp acordat și nivelul de remunerație aferent. Cei 2 parametri sunt restricționați de alte prevederi legislative care tensionează relația între angajator și salariat în sensul clasic.

#### *6.3.2. De la contractul de muncă la contractul de prestări servicii*

Contractul de muncă este foarte complex în ceea ce privește relația dintre angajator și salariat. El creează nemulțumiri ambelor părți și îi abat de la performanța locului de muncă și a afacerii.

Un contract de prestări servicii reglementează altfel obligațiile, atribuțiile, sarcinile, responsabilitățile între părți precum și plățile. Calitatea serviciilor prestate este ridicată prin faptul că furnizorul își folosește priceperea pe un interval îngust de competențe pe care le stăpânește foarte bine.

Un contract de prestări servicii simplifică foarte mult relația dintre părți, iar câștigul de ambele părți este semnificativ. Astfel, de exemplu, obligațiile privind securitatea muncii pe parcursul desfășurării activității revine în cea mai mare parte furnizorului, care trebuie să dispună de elementele de securitate adecvate. În același timp furnizorul face o investiție pe care o utilizează la mai mulți beneficiari.

#### *6.3.3. Autonomia întreprinzătorului pe piața muncii*

Un astfel de prestator de servicii devine mai flexibil și mai dinamic pe piața muncii. El oferă un volum de servicii la nivelul solicitat de fiecare beneficiar. Veniturile pot și îmbunătățite prin negocieri și prin încheierea unui număr mai mare de contracte. Stabilitatea lui pe piață este determinată de mediul concurențial și nu de performanțele unei firme (mai degrabă de performanța firmei sale). Pe piața concurențială informațiile sunt mult mai accesibile decât pe piața muncii și diversitatea clienților poate oferi pârghii noi de stabilitate a afacerii și de performanță.

Pe de altă parte ca întreprinzător se schimbă statutul social al persoanei, dezvoltarea personală trece pe alte coordonate, oportunitățile pot fi mai ușor identificate și schimbările în carieră pot fi atenuate sau pot crea alte perspective. Personalitatea individuală iese mai bine în evidență și veniturile înregistrate sunt într-o concordanță mai bună față de adevărata valoare profesională a prestatorului.

#### **6.4. Profilul întreprinzătorului**

Economia antreprenorială reglează între ele competența profesională și nivelul de venituri încasate. De fapt, se mută problema în perimetrul decizional al persoanei. În funcție de competențele profesionale, de modul în care acestea

sunt îmbunătățite, în funcție de conștiinciozitate și hărnicie se fac și încasările. Bineînțeles, că distribuția veniturilor de la o persoană de vârstă activă la alta se face tot pe o plajă largă, dar de această dată „vinovații” nu se mai găsesc în afara persoanei.

#### 6.4.1. *Întreprinzător de succes*

La o extremă se află întreprinzătorii de succes care vor încasa mai mult, vor învăța să speculeze situații favorabile, se vor îmbogăți, vor trăi mai bine (excludem pe cei care din veniturile încasate își vor cultiva viciile). Acești „eroi” vor fi atenția la evoluțiile pieței ale concurenței, ale tehnologiilor și se vor adapta din mers la schimbările de solicitări și de exigențe.

Afacerile succes nu există. Ele se fac. Pot fi doi întreprinzători în aceeași arie cu același obiect de activitate și cu aceeași pricepere, dar se poate ca numai unul din ei să aibă succes deoarece se orientează mai flexibil pe piață.

Fiecare întreprinzător are o cultură proprie, o scară de valori, un scop, un vis. Ele influențează deciziile și performanța. Există și prejudecăți și răuvoitori. Există întreprinzători influențabili. Există escroci și „țepari”. Ei fac parte din lumea afacerilor. Trebuie să știi să-i identifice și apoi să-i ocolești sau să-i abordezi cu mijloace specifice sau în cunoștință de cauză (asumarea riscului).

Condiția pentru un întreprinzător de succes este o mentalitate de succes. Afacerea trebuie studiată și controlată. Trebuie gândite mutări în avans ca la șah. Nu trebuie să te lași surprins în fața unor situații noi. Pentru asta trebuie să înveți managementul afacerilor. Al afacerilor de succes. Altfel ...

#### 6.4.2. *Întreprinzător de subzistență*

Cealaltă extremă este una defensivă. Pentru unele persoane de vârstă activă afacerea poate fi un mijloc de subzistență. Există moduri de a face afaceri din care câștigi numai atât cât să-ți duci zilele.

Literatură românească ne-a prezentat un astfel de întreprinzător în Mara lui Slavici. Așa era acu 150 de ani. Nici acum lucrurile nu s-au schimbat prea mult. Piețele noastre sunt pline de întreprinzători de subzistență care vând la tarabe diferită mărfuri solicitate de clienți pe o plajă de nevoi tot mai îngustă dominată din ce în ce mai mult de hipermarket-uri.

Un adaos comercial modest, supus fluctuațiilor între distribuitori mai exigenți și piața gri foarte fluctuantă asigură un „traie decent” celor care îl practică. Pe plaja microîntreprinderilor cu 0, 1 sau 2 salariați aceste cazuri sunt cele mai

frecvente. Și cele mai puțin performante. Și cele mai vulnerabile. La controale, la samsari, la „mafii”.

Așa cum se vede din tabelul de mai sus cifra de afaceri rareori depășește 100.000 lei.

Totuși și acesta este un fenomen comercial și ocupațional care trebuie luat în considerare și gestionat. Pentru unii este o soluție pe termen lung. Pentru alții este o trambulină către niveluri mai ridicate de performanță. Și aici acționează selecția naturală.

Economia antreprenorială poate fi o soluție în rezolvarea problemelor ocupaționale. Totuși, nu este soluția magică. Ea creează încă o distribuție gaussiană ca performanță. Ea accentuează dinamica și mobilitățile în ocupare. Ea poate deveni o dominantă pe o perioadă finită de timp. Până se găsesc alte soluții.

## Concluzii

Eșementele semnalate în numerele anterioare persistă în legătură cu caracterizarea mediului de afaceri din județul Neamț. De aceea continuăm să punem accent pe ele și să semnalăm evoluțiile ne semnificative spre bine.

În continuare se pune în evidență un nivel redus al managementului performant și o lipsă de curaj în abordarea unor afaceri cu adevărat competitive. Acest lucru este reflectat de TOP-urile pe care le-am întocmit cu privire la performanțele diferitelor domenii de activitate după clasificarea CAEN.

Datele prezentate în acest studiu reflectă situația mediului economic din județul Neamț pentru anul financiar 2010 care a cuprins din plin manifestarea crizei economice și financiare de la început de secol.

Această criză a luat prin surprindere mediul de afaceri și mediul politic din România și a evidențiat totala desincronizare a lor.

Lucrurile sunt cu atât mai grave cu cât se suprapun mai multe elemente nefavorabile.

Lipsa susținerii economice de către factorii politici fac timidă ieșirea producătorilor români pe piața europeană și mondială deoarece nu au la îndemână suportul legislativ al unor acorduri economice.

Deplasarea activităților comerciale spre exploatarea și prelucrarea primară a resurselor nu cuprinde segmente generatoare de valoare adăugată semnificativă.

Deficitul de cultură managerială nu a permis orientarea activităților economice pentru soluții de competitivitate.

Piața de consum este invadată în mod covârșitor de produse din import ceea ce denotă:

- lipsa unei oferte interne alternative din cauza neînchiderii ciclului de cercetare pe produse noi competitive;
- lipsa unei planificări coerente și a folosirii profesioniștilor a instrumentelor financiare „flux de numerar”, „fonduri de inovare”;
- lipsa unei a consumului de produse autohtone reduce paleta de soluții pentru producătorii români de a-și plasa produsele, inclusiv cele de necesitate primară.

- lipsa folosirii profesioniștilor a instrumentului marketing pentru produsele autohtone creează un handicap care se dovedește decisiv pe piață;
- lipsa solidarității antreprenoriale face imposibilă crearea unui front coerent în fața invaziei produselor din import care se bucură și elementul favorabil al globalizării;

Aceste fenomene se manifestă mai ales la nivelul microîntreprinderilor și al întreprinderilor mici care nu au capacitatea să-și planifice singure competitivitatea iar nivelul de cooperare interfirmă este departe de a depăși pragul critic. Iar ele formează peste 98,7% din numărul de firme.

Faptul că nivelul pierderilor a depășit nivelul profitului constituie un factor psihologic agravant pentru mediul de afaceri din județul Neamț, mai ales în condițiile în care acest handicap persistă.

### ***Ce e de făcut?***

Pentru a anticipa un posibil răspuns facil menționăm că nu banii sunt decisivi în relansarea economică.

Cel mai important lucru este ***să învățăm să facem afaceri***. Nu este vorba de faptul că întreprinzătorii români nu se pricep să facă afaceri și de faptul că nevoia de competitivitate ne obligă să învățăm continuu acest lucru. Regulile jocului se schimbă tot mai rapid și tot mai radical de la un moment la altul și pentru a avea reacțiile potrivite la schimbare este necesar să știm din timp tot ceea ce este necesar pentru a găsi cele mai potrivite soluții pentru menținerea pieței

Factorii interesați sunt chemați să coopereze pentru reorientarea economiei naționale:

- rolul factorului politic este de stabilire a direcțiilor strategice pe care trebuie să le adopte România ca potențial de resurse materiale și umane, ca parte din Uniunea Europeană și ca parte din piața mondială în curs de globalizare.
- rolul Universității este de a finaliza reforma în educație pentru orientarea învățământului în favoarea furnizării de resurse umane competente pentru dezvoltarea economică;
- rolul cercetării este de a forma o infrastructură care să urmărească ciclul de viață astfel încât fiecare leu investit în cercetare să se regăsească în produse și servicii competitive; este necesar să se refacă infrastructura de

cercetare pentru a acoperi toate etapele, mai ales segmentul de dezvoltare tehnologică;

- rolul administrației publice locale devine deosebit de important în crearea unui mediu favorabil dezvoltării afacerilor; desigur, există ezitări mari în aplicarea unor politici locale de dezvoltare economică.

În ultimul timp iese tot mai mult în evidență faptul că patronatul nu este acceptat ca un factor decisiv în ecuația dezvoltării. El este considerat ca o sursă de venituri pentru buget și o parte obligată să asigure un pachet de drepturi salariaților care devine tot mai împovăraător, în condițiile în care salariații nu au nici un fel de obligații în apărarea locurilor de muncă pe care le ocupă. Instituțiile de control exercită o presiune deosebit de ridicată asupra mediul antreprenorial mic și mijlociu, unul din efecte fiind îndârjirea acestora spre evaziune.

Există în continuare reticență în ceea ce privește noțiunea de întreprinzător mic; el este privit ca un „rău necesar”, un „speculant”, un exploatator. Formarea coerentă a unui întreprinzător este lăsată numai pe seama selecției naturale.

Este adevărat ca nici patronatul nu este pregătit să facă față exigențelor pieței. Nici el nu investește suficient în dezvoltare și competențe.

Partea financiară devine importantă după ce întreprinzătorul și-a însușit planul de dezvoltare și nu înainte:

- sub aspect financiar, politica de investiții se află pe un plan paralel cu activitatea economică. Secanta care le leagă se referă la durata de amortizare a unei investiții pentru a da posibilitatea administratorului de achiziționeze alte echipamente mai performante; așa este în teorie; în practică însă, se manifestă o teamă organică față de fluctuațiile imprevizibile ale pieței și la lipsa de soluții imediate.
- de regulă efortul investițional este mai mare decât disponibilul și apare necesitatea surselor externe de finanțare. Băncile care acționează în România s-au obișnuit să evalueze mai puțin performanțele afacerii și să solicite garanții tot mai împovăraătoare. Sursele de finanțare nerambursabilă sunt mai rigide și boligă afacerea să se adapteze ca ritm după proceduri care sunt departe de fluctuațiile pieței (există riscul ca o investiție pe fonduri nerambursabile să nu mai fie oportună la momentul concretizării);
- politicile naționale de sprijinire a afacerilor mici și mijlocii au diferite forme care pot fi accesate de un număr redus de solicitanți. Nici aceștia nu sunt



pregătiții să-și însușească regulile de atribuire. Formele de sprijin sunt: susținerea costurilor împrumuturilor (finanțare dobânzilor și susținerea garanțiilor – cardul Kogălniceanu), înființarea și dezvoltarea afacerilor de către tineri (START și STARTER), dezvoltarea de competențe și atitudini antreprenoriale (EMPRETEC), achiziția unor echipamente (Servicii de piață), dezvoltarea unor activități artisanale (Meșteșuguri și artizanat). Ele se realizează prin Agenția de Implementare a Proiectelor și Programelor pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii (AIPPIMM).

- o regulă importantă în investiții este orice încercare de atragere de fonduri din surse externe este însoțită de următoarele elemente: un plan de afaceri, o analiză de risc, o participare proprie care creează confortul pentru finanțator că și solicitantul participă la riscul creditului.

Aceste concluzii le-am desprins în finalul acestui, al patrulea, studiu și pe baza unei experiențe relativ îndelungate în relația cu mediul de afaceri sub mai multe forme.

Este foarte greu să surprindem aspecte de bune practici în afacerile din județul Neamț deoarece nu am identificat produse și servicii de brand, reprezentative, performante, rezultate din gândirea românească și în sincronizare cu evoluțiile actuale în tehnologie și în managementul afacerilor.

Scopul nostru este să încercăm definirea unor elemente cât de cât pozitive pe care să se poarte la un nou drum, mereu același dar cu alte mijloace conceptuale pentru producția de bunuri și servicii, dar mai ales pentru consum. Aceasta face parte din educarea și orientarea spre performanță a întreprinzătorilor în avantajul afacerilor lor.

Ce șanse are județul Neamț de dezvoltare în peisajul economic mondial și european care se reconfigurează permanent!?! Cum se va depăși criza? Cum se pot îmbunătăți indicatorii de performanță?

Mulți întreprinzători percep că ceva se schimbă, dar așteaptă să se definească niște reguli, să le învețe și apoi să le aplice pentru a obține performanță. Prin aceasta ei ratează importante oportunități de generare a profitului.

Trebuie să ne însușim faptul că însăși modelul dezvoltării se bazează pe reconfigurarea continuă a regulilor. Numai așa se creează avantajul competitiv, numai așa se construiește și se menține o cotă de piață.

Întreprinzătorul este un element necesar în mediul economic local și el devine tot mai important în contextul dezvoltării economiei antreprenoriale într-o perspectivă imediată. Aceasta presupune transformarea salariatului într-un

partener într-o afacere în care competențele sale sunt negociate pe principiile unei relații de afaceri și nu a unei relații de muncă. Aceasta creează noi perspective pentru performanță economică.

Este necesar să nu facem distincție între întreprinzători și oameni de afaceri ca aport la construirea economiei naționale. Pentru ca întreprinzătorii acoperă multe zone care nu au semnificație pentru afaceri mari și fac diversitatea consumului.

Mulțumim tuturor celor care au contribuit la culegerea, prelucrarea și sistematizarea materialului pe baza căruia s-a realizat această publicație. De asemenea, mulțumim celor care au contribuit cu propuneri și sugestii pentru îmbunătățirea structurii publicației de la un număr la altul.

### Bibliografie

1. \* \* \*, *Manual de instruire pentru furnizorii de servicii de consultanță*, Ministerul Integrării Europene, București, **2006** (ed. Leszek Jakubowski)
2. \* \* \*, *CAEN revizuit 2, Clasificarea activităților din economia Națională*, Institutul Național de Statistică, Ed. Monitorul Oficial, București, **2007**, ISBN 978-973-567-615-5
3. \* \* \*, *Agenda 21 locală - Județul Neamț*, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, **2008**
4. \* \* \*, *The enterprise of the futur*, IBM Global CEO Study, **2008**
5. \* \* \*, *Antreprenor Business Corporate-ul succesului în afaceri*, Ministerul Întreprinderilor Mici și Mijlocii, Comerțului și Mediului de Afaceri, București, **2009**
6. \* \* \*, *Anuarul Statistic al Județului Neamț*, **2010**
7. \* \* \*, *Planul Strategic Instituțional*, Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri, **2010**;
8. \* \* \*, *Strategia Guvernamentală pentru dezvoltarea sectorului IMM*, Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri, **2010**;
9. \* \* \*, Bază de date, [www.mfinanțe.ro](http://www.mfinanțe.ro), **2011**
10. \* \* \*, *Strategia Guvernamentală pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii*, Agenția pentru Implementarea Proiectelor și Programelor pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, **2010**
11. Ovidiu Nicolescu, Ioan Cristian Haiduc, Dumitru Nancu, *Carta Albă a IMM din România – 2011*, ed. Sigma, București, **2011**, ISBN: 978-973-649-661-5
12. V. Avădănei, Oana Crina Bujor, Magda Tatiana Rusu, Cornelia Stîngu, *Starea economică a județului Neamț – raport anual 2008*, ed. IMPRIMIS, Iași, **2009**, ISBN 978-973-88863-0-8
13. V. Avădănei, Cornelia Stîngu, Elena Iancu, *Start-up – cum se începe și se dezvoltă o afacere*, ed. NONA, Piatra Neamț, **2009**, ISBN 978-973-7979-67-4
14. V. Avădănei, Oana Crina Bujor, Lidia Avădănei, Igor Crețescu, *Inovarea în afaceri V.1*, ed. ECOZONE, Iași, **2010**, ISBN 978-973-7645-74-6

- 
15. V. Avădănei, Oana Crina Bujor, Lidia Avădănei, Cornelia Stîngu, *Starea economică a județului Neamț – raport anual 2 / 2009*, Ed. Răzeșu, Piatra Neamț, **2011**, ISSN 2247 - 2509
  16. V. Avădănei, Oana Crina Bujor, Lidia Avădănei, Cornelia Stîngu, *Starea economică a județului Neamț – raport anual 3 / 2010*, Ed. Răzeșu, Piatra Neamț, **2011**, ISSN 2247 - 2509



**Agenția pentru Implementarea Programelor și  
Proiectelor pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii**

**București, str. Poterași, nr. 11, sector 4**

**Tel. 021 3352620; fax 021 3361843; web: [www.aippimm.ro](http://www.aippimm.ro)**



**Oficiul Teritorial pentru Întreprinderi Mici și  
Mijlocii și Cooperatie**

**Iași, str. Elena Doamna, nr. 61A, et. 2, jud. Iași**

**tel./fax: 0232 261121; e-mail: [oficiuiasi@aippimm.ro](mailto:oficiuiasi@aippimm.ro)**

**Programe cu finanțare pentru IMM de la bugetul național**

- Programul de dezvoltare și modernizare a activităților de comercializare a produselor și serviciilor de piață
  - Programul național multianual pe perioada 2002 - 2012 pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului
  - Programul pentru dezvoltarea abilităților antreprenoriale în rândul tinerilor și facilitarea accesului acestora la finanțare - START
    - Programul UNCTAD EMPRETEC România pentru sprijinirea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii
- Programul național multianual pe perioada 2005 - 2012 pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii
  - Programul național multianual pe perioada 2002 - 2012 de înființare și dezvoltare de incubatoare tehnologice și de afaceri
- Programul Kogălniceanu pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii
  - Programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii tineri

**ISSN 2247 - 2509**