

ELENA ACULAI

doctor în economie, conferențiar cercetător

**CARACTERISTICILE DE BAZĂ ȘI
SPECIFICUL IMM-URILOR ÎN ȚĂRILE CU
PIAȚA EMERGENT**

ARTICOL TIINȚIFIC DE SINTEZĂ

Chișinău, 2013

Articolul științific de sintez este recomandat pentru publicare la edin a Comisiei Metodice a Institutului Național de Cercetări Economice (INCE) al A M și ME (proces verbal nr.3 din 09.08.2013)

Redactor științific:

doctor habilitat Alexandru STRATAN (INCE)

Referenți:

doctor habilitat Tudor BAJURA (INCE)

doctor Valentina VEVERIȚA (Ministerul Economiei)

Redactor literar: Lidia MAIER, cerc. t., INCE

SUMAR

Rezumat	5
Introducere.....	6
1. Schimbarea rolului întreprinderilor mici în a doua jum tate a sec.XX.....	7
2. Caracteristicile de baz ale IMM urilor.....	12
<i>2.1. Tr s turile calitative ale afacerilor mici.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2. Criteriile de referire la sectorul IMM.....</i>	<i>16</i>
<i>2.3. Tipologia întreprinderilor.....</i>	<i>20</i>
3. Specificul IMM-urilor i al antreprenorilor în ț rile cu piața emergent	25
<i>3.1. Constituirea sectorului IMM în economiile în tranziție.....</i>	<i>25</i>
<i>3.2. Antreprenorii ”constrân i” ca grup special de afaceri: cazul Republicii Moldova</i>	<i>28</i>
<i>3.3. «Portretul» model al micului antreprenor în condițiile Republicii Moldova.....</i>	<i>42</i>
Principalele rezultate	53
Bibliografie.....	57

ABREVIERI

AA	– asociația de afaceri
BNS	– Biroul Național de Statistic
CSI	– Comunitatea Statelor Independente
ECE	– Europa Centrală și de Est
IEFS	– Institutul de Economie, Finanțe și Statistic
IM	– întreprinderi mici
IMM	– întreprinderi mici și mijlocii
MB	– micul business
NSI	– Noi State Independente
OAP	– organele administrației publice
CEMN	– Organizația Cooperării Economice a Țărilor Negre
PIB	– produsul intern brut
R	– Republica Moldova
SUA	– Statele Unite ale Americii
UE	– Uniunea Europeană

REZUMAT

În articol sunt generalizate și analizate cele mai importante trăsături calitative și cantitative ale micilor afaceri. Este prezentată tipologia IMM-urilor în funcție de diferite clasificări.

O atenție deosebită este acordată cercetării procesului de constituire a sectorului IMM și a antreprenorilor în țările cu piața emergentă, care au început în anii '90 tranziția de la sistemul economiei planificate la cel al economiei de piață. Este dezvoltată și concretizată ideea privind existența în aceste țări a categoriei antreprenorilor "constrâni", care, de la bun început nu au competențele antreprenoriale necesare și, respectiv, nu posedă un comportament antreprenorial. În baza studiilor empirice s-a demonstrat existența acestei categorii de antreprenori și în Republica Moldova. În baza rezultatelor sondajelor, a fost elaborat "portretul" model al antreprenorului moldav, care deține și administrează o afacere mică. Specificul IMM-urilor, identificat în condițiile Republicii Moldova, permite de a elabora politici de stat argumentate de dezvoltare a IMM-urilor.

Lucrarea prezintă interes pentru cercetătorii sectorului IMM, profesorii și studenții facultăților cu profil economic, reprezentanții comunității de afaceri și funcționarii organelor administrației publice, care participă la reglementarea businessului, în special, în țările cu economia în tranziție.

Cuvinte cheie:

Întreprinderi mici și mijlocii; antreprenori mici; tipologia antreprenorilor; țări cu piața emergentă.

INTRODUCERE

În economia țărilor europene un rol semnificativ în ultimul deceniu îl are sectorul IMM. Acesta generează locuri de muncă, produce bunuri și creează valoare adăugată, contribuie la îmbunătățirea structurii economice, elaborează și implementează inovații, este implicat în exportul de bunuri, etc. Totodată, contribuția, adusă de către IMM-urile moldave la dezvoltarea economică a țării, este mai mică decât în majoritatea țărilor UE. Spre exemplu, indicatorul, care caracterizează "densitatea" IMM-urilor – numărul de IMM-uri la 1 mie locuitori – în medie pe UE constituie 41,4 un.; în R.Moldova – 12,8 un. [2]. Pentru dezvoltarea sectorului IMM în R.Moldova sunt necesare măsurii orientate, realizate de stat și comunitatea de afaceri. Argumentarea acestor măsuri necesită înțelegerea trăsăturilor calitative și cantitative ale IMM-urilor, precum și identificarea specificului unor grupe de IMM-uri și antreprenori, care activează în Republica Moldova.

Articolul începe cu un rezumat al ideilor cercetătorilor celebri, care în a doua jumătate a sec.XX au atras atenția asupra schimbării radicale a rolului IMM în economie. În baza generalizării literaturii științifice au fost analizate trăsăturile calitative și cantitative ale micilor afaceri. A fost prezentată tipologia IMM-urilor în funcție de diferite clasificări.

O atenție deosebită este acordată studierii procesului de constituire a IMM-urilor și antreprenorilor în țările cu piața emergentă, care au început în anii '90 tranziția de la sistemul economiei planificate la cel al economiei de piață. Este dezvoltată și concretizată ideea privind existența în aceste țări a grupului de antreprenori "constrânși", care nu au competențele antreprenoriale necesare și, respectiv, nu posedă un

comportament antreprenorial. În baza studiilor empirice s-a demonstrat existența antreprenorilor ”constrânși” în Republica Moldova. În baza rezultatelor sondajelor, a fost elaborat ”portretul” model al antreprenorului moldav, care deține și administrează o afacere mică. Specificul IMM-urilor identificat în condițiile R.Moldova permite de a elabora politici de stat argumentate de dezvoltare a IMM-urilor.

1. Schimbarea rolului întreprinderilor mici în a doua jumătate a sec.XX

Dezvoltarea economiei moderne se bazează pe activitatea întreprinderilor de diferite dimensiuni – mari, mijlocii și mici, rolul cărora în ultimele decenii s-a schimbat radical. Până în anii '60-70 ai secolului trecut întreprinderile mici (IM) erau examinate ca un fenomen temporar, cauzat de nivelul insuficient de dezvoltare a economiei. Ca indicator de creștere economică era considerată consolidarea potențialului companiilor mari în viața economică: datele statistice reflectau majorarea ritmurilor de concentrare industrială aproape în toate țările industrial dezvoltate. Eminenți oameni de știință pe parcursul a mai multor ani și-au exprimat opinia privitoare la caracterul tranzitoriu al întreprinderilor mici. Astfel, J.Schumpeter, vestit economist și sociolog, la începutul sec.XX scria, că companiile mari monopoliste, cu un potențial științific, de producere și financiar mai esențial, cu timpul vor absorbi micile afaceri. [75]. Unul dintre economiștii de frunte J.Galbraith deja în a doua jumătate a sec.XX a remarcat avantajele marilor afaceri asupra celor mici în vederea capacităților superioare de resurse financiare, de control al prețurilor și formarea a opiniei corespunzătoare despre întreprindere în societate [58]. Dominantă era opinia, că eficient poate fi doar o întreprindere mare, din contul cheltuielilor convențional-permanente mai reduse și a a-numitei ”economii la capacitățile de producție” [53].

Îns , în anii '60-70 ai sec.XX evaluarea importanței IM în dezvoltarea economică a început să se schimbe decisiv. În pofida creșterii continue a dimensiunilor marilor companii, unele date statistice deja demonstau noi tendințe, care reflectau creșterea numărului și performanțelor economice a micilor afaceri. La mijlocul anilor 1960 ai secolului trecut cercetătorul american A.Cooper a ajuns la concluzia, că sursele de creștere economică tot mai frecvent sunt firmele mici. El a menționat factorii interni, care au cauzat avantajele IM: creativitatea și calificarea relativ mai înaltă a personalului; interesul și implicarea mai profundă a salariaților în rezultatul general al afacerii; coordonarea și comunicarea mai eficientă, mai ieftină și mai operativă la IM [28; 73].

Cercetări empirice importante care au atras atenția asupra noului rol al IM în dezvoltarea economiei au fost lucrările lui J.Bolton și D.Berch. J.Bolton, care a condus Comisia parlamentară a Marii Britanii, în anul 1971 a prezentat un raport privind micile afaceri, în care, în baza analizei comparative a dezvoltării întreprinderilor mici și mari, a remarcat funcțiile importante, îndeplinite de micile afaceri în economie; a identificat caracteristicile calitative cheie ale firmelor mici; a dat definiția "statistică" a IM, bazată pe indicatorii cantitativi [8]. Economistul american D.Berch în anii '70, analizând datele statistice pentru mai mulți ani, a relatat, că IM asigură o parte semnificativă a ocupării forței de muncă, și ponderea lor în crearea locurilor de muncă a început să crească. [5]. Compararea indicatorilor activității întreprinderilor mici și mari de asemenea nu mai permitea de a vorbi fără echivoc despre o eficiență mai înaltă a afacerilor de diferite dimensiuni. Studiul comparativ al datelor întreprinderilor mici și mari, realizat de A.Bizaguet în anii '80 ai sec.XX în Franța, a demonstrat avantajele IMM-urilor conform unor indicatori. Spre exemplu, valoarea adăugată pe unitatea de investiții în sectorul IMM s-a dovedit a fi de 1,4 ori mai înaltă, decât cea a întreprinderilor mari [6; 51]. Mai mult, a devenit evident, că

întreprinderile mari nu sunt interesate în dezvoltarea mediului concurențial, și doar IMM-urile, la realizarea unei politici adecvate, sunt capabile să creeze bariere pentru monopolizarea economiei.

Drept explicație a creșterii importanței IMM-urilor în țările economic dezvoltate, în opinia lui D.J.Storey, au servit următoarele cauze principale [68]:

- Schimbările în structura cererii, caracterizate printr-o creștere relativ rapidă a nevoii de servicii, care se dezvoltă în principal în sectorul MB;

- Instabilitatea și diversificarea cererii, individualizarea necesităților, care propun un răspuns flexibil la schimbarea mediului extern și, concomitent, orientarea către o nișă îngustă de piață;

- Schimbările tehnologice în sfera de producție: elaborarea și implementarea tehnologiilor noi, în special, a celor bazate pe cunoaștere, care se realizează deosebit de eficient în sfera MB;

- Necesitatea reducerii cheltuielilor specifice la întreprinderile mari, una dintre metode fiind descentralizarea producției;

- Ponderea înaltă a omerilor, pentru care locul de muncă în cadrul IM este de multe ori unica posibilitate de obținere a unui venit minim necesar;

- Realizarea de politici publice orientate, care vizează reducerea dimensiunii medii a întreprinderilor, inclusiv susținerea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii.

În acest context atrage atenția asupra rolului IMM-urilor în mod semnificativ au contribuit și lucrările vestitilor sociologi, antrenați în compararea activității instituțiilor publice mari și mici. În special, L.Kohr a ajuns la concluzia, că doar organizațiile de dimensiuni mici au o rezistență deosebită și capacitatea de perfecționare continuă. Proeminentului economist și filosof E.F.Schumacher îi aparține celebrul citat **”mic înseamnă frumos”** (“Small is Beautiful”), și spândit

ulterior în mai multe domenii, inclusiv și în economie. E.F.Schumacher considera extrem de important pentru societate munca omului, care activează în cadrul propriei afaceri mici, unde în mod natural și echitabil se realizează dreptul de proprietate privată [74].

Creșterea rolului IMM în societate a avut și cauze psihologice, la baza cărora au stat nevoile crescânde ale cetățenilor, în principal, a celor educați și material asigurați, în auto-realizare. La existența unui mediu de afaceri favorabil activitatea antreprenorială este privită ca posibilitate de realizare a planurilor profesionale și de viață, și nu doar ca sursă necesară de venit [34; 51].

Dezvoltarea sectorului IMM a condus la faptul, că în prezent acesta este parte indispensabilă a economiei, având un rol important și un impact multiaspectual pozitiv asupra dezvoltării economice, sociale, științifice și tehnice, inovaționale și regionale.

În pofida rolului semnificativ al IMM-urilor și atenției acordate acestuia la momentul actual, multe dintre noțiunile teoretice de bază, necesare pentru cercetarea lor, până în prezent sunt insuficient elaborate și chiar nu au o determinare univocă. În publicațiile științifice, de regulă, sunt analizate doar unele caracteristici ale IMM-urilor, IMM, antreprenorilor mici. Practic fiecare autor utilizează propria definiție a IMM-urilor [34]. Astăzi, ca și 30 de ani în urmă, pentru identificarea principalelor categorii, importante pentru cercetarea IMM-urilor, "nu există nici o sursă unică demnă de încredere" [44]. În mare măsură aceasta se explică prin orientarea preponderent aplicativă a cercetărilor IMM-urilor, care, în primul rând, sunt adresate politicienilor, antrenați în reglementarea activității antreprenoriale; reprezentanților comunității de afaceri, care participă la consolidarea IMM-urilor și realizarea lobby-ului intereselor lor; instituțiilor, care acordă servicii de afaceri antreprenorilor. Ca urmare, problemele teoretice ale IMM-

urilor adesea sunt atinse doar în măsura, în care acestea ajută la soluționarea necesităților practice.

În procesul cercetării teoretice a afacerilor mici analiza caracteristicilor cantitative a întreprinderilor este importantă, dar secundară. Potrivit renumitului savant britanic D.Storey *în principiu este greșit de a examina o firmă mică ca o versiune mică a unei companii mari* [68]. Conform expresiei figurative a lui E.Penrose, preocupat de problemele teoretice ale creșterii întreprinderilor, firma mică se aseamănă cu cea mare, în același timp deosebindu-se, precum un fluture se deosebește de un buldozer [36; 68].

Pentru analiza specificului IMM-urilor, în primul rând, este necesar:

- de a identifica trăsăturile lor calitative;
- de a schița limitele convenționale ale sectorului analizat;
- de a clasifica IMM-urile și a studia specificul unor grupe aparte de întreprinderi, antreprenori.

2. Caracteristicile de bază ale IMM-urilor

2.1. Trăsăturile calitative ale afacerilor mici

În procesul cercetării specificului IMM-urilor este rațional, ca accentul să fie pus, în primul rând, pe întreprinderile mici și mici (nu mijlocii!), la care trăsăturile afacerilor mici sunt mai evidente. IM posedă toate caracteristicile inerente întreprinderilor indiferent de dimensiunile acestora. Totodată IM dispune de un specific, care definește esența lor. În Raportul Comisiei lui D.Bolton, unul dintre primii cercetători, care a atras atenția asupra rolului IMM-urilor în economia de piață modernă, au fost evidențiate 3 trăsături calitative ale IM: 1) o piață mică de desfacere, care nu permite întreprinderii de a avea un impact semnificativ asupra prețurilor și volumelor de vânzări; 2) independența juridică – proprietarul însuși controlează afacerea sa, ceea ce permite de a elimina din rândul IMM-urilor filialele mici ale companiilor mari; 3) managementul personalizat, adică proprietarul participă personal la managementul afacerii sale [8; 51].

Analiza generalizată a literaturii științifice permite de a referi la cele mai importante trăsături calitative ale IM următoarele.

1) *Dreptul unitar de proprietate și management*. Funcțiile principale de management a IM, de regulă, sunt concentrate în mâinile unui număr mic de salariați. Adesea o singură persoană cumulează funcțiile de management, inginer-tehnician și financiar-economic. [31; 65]. Această trăsătură este atât de importantă, încât stă la baza unui ir de definiții ale IMM-urilor, spre exemplu: IMM-urile reprezintă unitatea, condusă de o singură persoană, responsabilă pentru toate aspectele activității întreprinderii, și care, de regulă, este proprietarul și de el (de viața lui) depinde durata activității întreprinderii [26; 35].

Rolul special al proprietarului/managerului în activitatea IM determină independența lui în luarea deciziilor și responsabilitatea personală pentru rezultatele activității. Prin urmare, în cercetările și legislația privind IMM-urile, de regulă, se afirmă că proprietarii ai IMM-urilor nu pot fi companiile mari, care dețin o cota semnificativă de capital, pentru a preveni influența lor asupra luării deciziilor administrative [8; 51]. Acest lucru este datorat faptului că MB nu întotdeauna determină eficiența înaltă a funcțiilor administrative din cauza lipsei/insuficienței de instruire a proprietarilor de întreprinderi în domeniul afacerilor.

2) *Relații personalizate dintre proprietar și salariați.* Numărul mic de salariați ai întreprinderii (de multe ori din mediul imediat al antreprenorului) face ca relațiile dintre proprietar/manager și salariați să fie informale, aproape familiale, având adesea un color "patriarhal" [51]. Aceasta în mare măsură determină o abordare nestandardizată față de managementul personalului, care reflectă avantajele IMM-urilor: atragerea/implicarea salariaților în soluționarea problemelor generale ale afacerii, stabilirea unui program convenabil de muncă, relații de încredere dintre proprietarul afacerii și salariați, etc. [31; 40; 50]. Aspecte negative ale acestui proces: un nivel nu întotdeauna înalt de competențe profesionale a salariaților, relațiile personale lasă amprenta asupra celor de serviciu, prevalența ocupării informale, lipsa de securitate socială a salariaților [65].

3) *Motivații pentru inițierea afacerii.* De rând cu simpla motivație de inițiere a activității antreprenoriale – accentul pe profit, există cel puțin două motivații mai convingătoare pentru crearea IM. Una din ele – tendința către independență în activitate, dorința de auto-realizare. Acestă motivație se manifestă într-o măsură mai mare în condițiile, care oferă cetățenilor posibilitatea de alegere: a crea propria afacere, sau a activa ca salariat, dar este pronunțată și în economiile în curs de

dezvoltare (în tranziție) [41]. O altă motivație, deosebit de răspândită în condițiile unui mediu de afaceri nefavorabil, mai ales, în economiile în tranziție, este necesitatea asigurării unui venit minim pentru familie [9; 10; 12; 30; 34; 71]. Motivația pentru inițierea unei afaceri are impact asupra scopurilor și strategiilor de management a întreprinderii pentru o perioadă destul de lungă.

4) *Potențialul relativ mic al întreprinderii și accesul limitat la toate tipurile de resurse, în primul rând, la sursele de finanțare.* Numărul mic de proprietari, forme organizațional-juridice relativ simple de organizare a întreprinderii, uneori, lipsa de înregistrare legală a afacerii cauzează accesul limitat al antreprenorilor la informație, consultanță, instruire, alte resurse, în primul rând, financiare. [31; 69]. Antreprenorii mici, de regulă, utilizează economiile proprii, precum și mijloace, obținute din anturajul său: rude, vecini, prieteni. Semnificativ mai rar, decât companiile mari, acestea utilizează mijloace atrase și credite bancare [65]. Insuficiența tuturor tipurilor de resurse este o barieră semnificativă pentru dezvoltarea MB.

5) *Nivelul înalt de risc.* Cota de piață a IMM-urilor nu poate fi semnificativă, pentru că măcar într-o oarecare măsură se poate determina conjunctura pieței. Corespunzător, IMM, spre deosebire de cele mari, nu sunt capabile să influențeze asupra mediului extern, care în economia de piață întotdeauna este caracterizat de instabilitate. [8]. Mai mult, chiar și o influență nesemnificativă poate afecta imprevizibil activitatea IMM, asemenea "efectului de fluture" [35; 46]. Acest lucru conduce la un nivel înalt de risc, iar ca urmare, o pondere semnificativă a întreprinderilor își sistează activitatea în decursul primilor 3 ani. Expunerea IMM influențelor externe negative îi determină pe antreprenori să activeze în domenii cu ponderea nu prea mare a activelor pe termen lung, caracterizate prin lichiditatea ridicată a capitalului, adică, în comerț și servicii. Pentru supraviețuirea și dezvoltarea afacerii

antreprenorii sunt constrânși să asigure implementarea permanent a inovațiilor. [31].

Trăsăturile IMM-urilor, examinate mai sus, pot fi evaluate fie ca restricții, fie ca avantaje. Spre exemplu, O.Nicolescu și C.Nicolescu, caracterizând trăsăturile IMM-urilor, le denumesc ”slăbiciuni”: resurse mici și accesul limitat la ele; dependența semnificativ de o singură persoană – antreprenor; insuficiența luare în considerare a intereselor și caracteristicilor IMM-urilor de către autorități; un nivel tehnologic mai scăzut în comparație cu întreprinderile mari; precum și stabilitatea și perenitatea mai ”volatilă” datorită precedentelor trăsături specifice [21; 33].

Unii autori consideră, că trăsăturile IMM-urilor determină flexibilitatea lor, care este principalul avantaj competitiv al IMM, permițându-le să supraviețuiască și să crească în condițiile unei piețe competitive [69]. Flexibilitatea IMM-urilor are mai multe manifestări: fiind receptivă la orice schimbare a cererii de piață, ele sunt dispuse să își schimbe radical activitatea, combinând resursele existente; IMM-urile sunt capabile să manifeste o flexibilitate semnificativă în ceea ce privește cererea furnizorilor și consumatorilor. [51; 59; 69]. În cazul în care este necesară o restructurare, IMM-urile pot de asemenea să își schimbe locul amplasării afacerii, să utilizeze outsourcingul, să efectueze fuziunea sau absorbția altei afaceri [17]. Numărul mic de manageri și structura de management simplă contribuie la adoptarea operativă a deciziilor [40].

Flexibilitatea IMM-urilor se manifestă chiar și în condiții de criză: deși rezervele IMM-urilor sunt foarte limitate, multe dintre tipurile de activități și produse pe care le oferă ele sunt vitale și solicitate în perioade economice dificile. Acestea sunt, spre exemplu, produsele alimentare, îmbrăcăminte, încălțăminte relativ ieftine sau serviciile sociale ieftine pentru populație [66]. Partea opusă flexibilității IMM-urilor, cu impact negativ asupra activității antreprenoriale – necesitatea de adoptare a deciziilor în condițiile insuficienței tuturor

tipurilor de resurse, în primul rând, a informației, precum și orizontul de planificare pe termen scurt. [65].

2.2. Criteriile de referire la sectorul IMM

Analiza economică și susținerea dezvoltării sectorului IMM necesită o definiție clară a limitelor (granițelor) lui. În acest scop, în fiecare țară organele administrației publice aprobă criteriile calitative și cantitative de referire a întreprinderilor la sectorul IMM. Toate criteriile au atât avantaje cât și restricții [21; 32].

Cel mai răspândit criteriu cantitativ al IMM-urilor este *numărul mediu anual al salariaților întreprinderii*. Acest criteriu în diferite țări se deosebește semnificativ în dependență de valoarea lui cantitativă. În UE, pentru evidența și susținerea IMM-urilor, tuturor țărilor li s-a recomandat de a aplica un criteriu unic al numărului de salariați: la afacerile mici și mijlocii se raportează cele cu numărul de salariați de până la 250 persoane; inclusiv la grupul întreprinderilor mici – mai puțin de 50 persoane, la grupul microîntreprinderilor – până la 10 salariați. În țările OCEANUL ÎN CSI, orientate spre o integrare mai strânsă cu țările UE (Georgia, Moldova, Ucraina, etc.), se utilizează criteriile, adoptate în UE. În alte țări (Belarusi, Rusia, etc.) acest criteriu al IMM-urilor este diferit. În special în Azerbaidjan, criteriul este diferențiat pe sectoare: la IMM-uri se raportează afacerile cu numărul de salariați în construcții și industrie – de până la 10, în alte domenii – de până la 5 persoane [16]. În Rusia se evidențiază întreprinderile micro (până la 15 persoane), mici (de la 16 până la 100 persoane) și mijlocii (până la 250 persoane) [62].

De rând cu numărul mediu anual de salariați, se utilizează și alte criterii cantitative, care permit de a aprecia dimensiunile IMM-urilor. Acestea, de regulă, sunt indicatorii, care reflectă volumele de producție (vânzările nete, cifra de afaceri, costul serviciilor acordate, etc.) și resursele afacerii (activele totale, fondurile fixe, capitalul statutar, etc.). Astfel, în UE criteriile valorice de raportare la IM (volumul de vânzări și activele din

bilanț) constituie în medie pe an 10 mil.euro. În țările CSI acestea sunt semnificativ mai mici. Spre exemplu, în Kazahstan la întreprinderile mici se raportează întreprinderile, activele cîrora nu depășesc 3 mil.dolari SUA. În Armenia la întreprinderile mici se raportează afacerile cu veniturile din vânzări și valoarea de bilanț a activelor mai mici de 1,4 mil.dolari SUA [62]. Criteriile cantitative de raportare a întreprinderilor la IMM-uri în Republica Moldova sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1. Criteriile cantitative ale IMM-urilor în Republica Moldova

Dimensiunea IMM-ului	Numărul de salariați, pers.	Volumul de vânzări, MDL (EUR)	Activele de bilanț, MDL (EUR)
Micro	1-9	< 3 mil. MDL (182 mii EUR)	< 3 mil. MDL (182 mii EUR)
Mici	10-49	3 mil. MDL (182 mii EUR) - < 25 mil. MDL (1,5 mil. EUR)	3 mil. MDL (182 mii EUR) - < 25 mil. MDL (1,5 mil. EUR)
Mijlocii	50-249	25 mil. MDL (1,5 mil. EUR) - < 50 mil. MDL (3 mil. EUR)	25 mil. MDL (1,5 mil. EUR) - < 50 mil. MDL (3 mil. EUR)

Sursa: Legea RM privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii [29]

De rând cu criteriile cantitative, se utilizează de asemenea *criteriile calitative* de referire a întreprinderilor la sectorul respectiv. Principalele criterii calitative sunt următoarele:

- Independența juridică a IMM-urilor, care exclude posibilitatea de influență asupra managementului din partea companiei-mam ;

- Lipsa de influență dominantă a întreprinderii pe piață în orice domeniu de activitate, prin urmare, lipsa posibilității de a dicta cumpărătorilor prețurile sale.

În recomandările UE, elaborate pentru utilizare de către toți membrii UE [18] sunt propuse 3 criterii cantitative de

raportare a afacerilor la IMM-uri: numărul de salariați, volumul de vânzări sau valoarea totală a activelor. Valorile cantitative ale acestor criterii sunt prezentate în tabelul 2.

Tabelul 2. Criteriile cantitative ale IMM-urilor în UE

Dimensiunea IMM-ului	Numărul de salariați, pers.	Volumul de vânzări, mil. €	sau	Activele de bilanț, mil. €
mic	< 10	2		2
mediu	< 50	10		10
Mijlocii	< 250	50		43

Sursa: European Commission. Commission Recommendation of 6 May 2003 [18]

În afară de aceasta în recomandările UE se ține cont și de criteriul calitativ: este IMM-ul independent sau supravegheat de o structură mai mare. Inacceptabil este influența externă dominantă asupra managementului IMM-urilor, de aceea ponderea întreprinderilor mari în capitalul IMM-urilor nu trebuie să depășească 25%. Însă, există și unele excepții. Spre exemplu, ponderea centrelor de cercetare, a îngerilor de afaceri (business-angels), altor investitori instituționali în proprietatea IMM-urilor poate fi mai mare decât pragul limită menționat. Se permite, ca acest indicator să fie mai mare și pentru IMM-urile din mediul rural, care sunt parte a unui holding, deoarece acest lucru poate avea un impact pozitiv asupra finanțării și dezvoltării afacerilor [18].

Criteriile cantitative pentru IMM-uri, stabilite la nivelul UE, sunt maxime pentru teritoriile tuturor statelor membre ale UE. Totodată se utilizează și o abordare flexibilă în susținerea MB: criteriile cantitative ale sectorului IMM pot fi stabilite diferit în legislație, documentele de politici și statistica oficială. Astfel, în fiecare Program Operațional implementat în UE, există o listă de criterii pentru IMM-urile, cărora le este acordată susținerea. În special, în Republica Cehă, în cadrul Programului Operațional "Antreprenoriat și inovație" se implementează programul "Start", care vizează susținerea start-up-urilor; beneficiarii ai acestui program sunt toate IMM-urile

de pe teritoriul Cehiei, cu excepția celor înregistrate în Praga. În același timp, programul "Dezvoltare", care vizează creșterea competitivității mediului de afaceri și majorarea numărului locurilor de muncă, este adresat IMM-urilor, care activează în localități mici cu numărul de locuitori de până la 2 mii [63].

În SUA, prin Legea federală privind micul business (Small Business Act), ultimul este definit în baza criteriilor calitative: în mod obligatoriu se cere dreptul independent de proprietate și management al afacerilor, totodată acesta nu este dominant în domeniul său la nivel național. Concomitent, Administrația Întreprinderilor Mici – agenție de stat, autorizată de guvern pentru a reglementa dezvoltarea sectorului IM, este în drept de a stabili criterii cantitative pentru MB (de regulă, numărul de salariați în ultimele 12 luni și veniturile medii anuale pentru ultimii 3 ani). Nivelul cantitativ al criteriilor se schimbă în funcție de genul de activitate al întreprinderii în conformitate cu Sistemul nord-american de clasificare industrială (North American Industry Classification System - NAICS). În plus, Administrația Întreprinderilor Mici la stabilirea criteriilor pentru IMM-uri reiese din definiția afacerilor (orientarea către obținerea profitului) și protecția intereselor naționale – locul amplasării întreprinderii în SUA, efectuarea operațiunilor preponderent pe teritoriul SUA sau altă formă de contribuție la economia SUA prin utilizarea materialelor, forței de muncă, etc. americane [47]. Pentru IMM-uri este important de a corespunde criteriilor stabilite, dacă acestea intenționează să beneficieze de contracte guvernamentale sau alte forme de susținere de stat.

Stabilirea criteriilor pentru IMM-uri este destul de relativă. În opinia noastră, alegerea acestora în fiecare țară depinde, în primul rând, de 3 factori: (1) existența posibilităților statului de a susține acest sector – cu cât mai multe posibilități, cu atât mai înalt este nivelul criteriilor cantitative; (2) structura sectorială a economiei, adică predominanța genurilor de activitate, care se desfășoară preponderent la întreprinderile de

dimensiuni mari sau mici; (3) intenția conducerii țării de a se integra în asociația regională a statelor, ceea ce încurajează aplicarea standardelor și normelor, utilizate în cadrul asociației. În special, pentru Republica Moldova (precum și pentru Georgia, Ucraina) principalul motiv de stabilire în legislație a criteriilor existente pentru sectorul IMM, a servit tendința de apropiere de criteriile UE. Efectiv, aceste țări nu sunt în stare în prezent să asigure susținerea nici chiar a MB, cu atât mai mult nu poate fi realizată susținerea întreprinderilor mijlocii.

2.3. Tipologia întreprinderilor

Sectorul IMM, dispunând de un specific semnificativ în raport cu marile afaceri, este în mare parte neomogen după structura sa. Acesta reunește un număr mare de întreprinderi și antreprenori, care se deosebesc esențial după diferite caracteristici. *Analiza categoriilor de IMM-uri este foarte importantă atât din punct de vedere teoretic, cât și pentru elaborarea politicilor de dezvoltare a acestui sector.*

Cercetarea materialelor publicațiilor științifice, inclusiv a lucrurilor savanților din Republica Moldova [9; 38], precum și a actelor legislative și a datelor statistice, au permis autorului să identifice și să generalizeze cele mai importante și mai răspândite categorii de IMM-uri. În prezent, în cercetările în politicile statului se utilizează următoarele clasificări principale a IMM-urilor:

1) *Clasificarea după dimensiunea afacerilor*, la baza creia se află divizarea acestora în întreprinderi mici și mijlocii. Uneori acestea sunt unite cu întreprinderile mijlocii după dimensiune și sunt examinate ca un singur sector – IMM (din engl. Small and Medium-sized Enterprises, SMEs). Dimensiunea întreprinderii este principala caracteristică de clasificare, utilizată în legislație și statistică. În multe studii economice și sociologice privind IMM-urile, acestea sunt clasificate de asemenea în întreprinderi mici după dimensiune: 1-5 persoane; 6-9; 10-49; 50 și mai mulți salariați.

În scopul cercetării mai aprofundate a celor mai mici după dimensiuni afaceri (până la 5 persoane) uneori se analizează în mod specific persoanele cu profesii libere, gospodăriile casnice, întreprinderile individuale, întreprinderile familiale. Aceste categorii se caracterizează prin posibilități limitate, de aceea necesită o atenție deosebită din partea statului.

2) *Clasificarea IMM-urilor după genurile de activitate.* Depinde, în primul rând, de clasificatorul utilizat oficial în țară sau regiune. În special, în UE este adoptat Clasificatorul genurilor de activitate economică din Comunitatea Europeană (NACE - Statistical classification of economic activities in the European Community), unic pentru toate statele-membre. Actualmente, practic același clasificator se utilizează și în Republica Moldova. În scopul unei analize mai generalizate după sectoare, în studiile europene și Eurostat genurile de activitate ale IMM-urilor, adesea agregate se clasifică în: industrie, agricultură, construcții, comerț, servicii.

3) *Clasificarea IMM-urilor după forme de proprietate.* Include categoriile de întreprinderi cu proprietate privată, publică și mixtă, care aparțin investitorilor autohtoni, precum și afacerile, bazate în întregime sau parțial pe capitalul străin.

4) *Clasificarea IMM-urilor după forma organizatorico-juridică.* Se stabilește de către legislația națională. De regulă, include antreprenorii individuali și crearea persoanei juridice, precum și întreprinderile individuale, societățile pe acțiuni, și societățile cu răspundere limitată.

5) *Clasificarea IMM-urilor după regiuni.* Conceput de a reflecta tendințele dezvoltării afacerilor în regiunile administrative și economice; în capital și zonele periferice; localitățile rurale și urbane; regiunile de frontieră, etc.

6) *Clasificarea antreprenorilor/proprietarilor de afaceri prin prisma de gen.* Utilizat doar în ultimii ani, dar care capătă o răspândire tot mai mare în statistică și politicile de dezvoltare

a IMM-urilor nu doar în țările economic dezvoltate, ci și în țările în curs de dezvoltare.

Clasificările de mai sus sunt reflectate în statisticile multor țări, ceea ce permite utilizarea pe larg a acestora în proiectele științifice. De rând cu ele, în cercetările social-economice aplicative destul de frecvent, de asemenea, sunt utilizate clasificările IMM-urilor, bazate pe chestionarea antreprenorilor. În special, întreprinderile sunt clasificate:

- În funcție de etapele ciclului de viață al unei întreprinderi. Evidențiem întreprinderi începătoare/start-up-uri (cu termenul de activitate de până la 6 luni sau 1 an), "tinere" (cu termenul de activitate de până la 2-3 ani) și întreprinderi "mature".

- Având în vedere existența cooperării dintre întreprinderile de diferite dimensiuni. Deosebim afaceri mici independente și întreprinderi mici, care activează în strânsă cooperare cu cele mari. Totodată se au în vedere formele stabile de cooperare, cum ar fi activitatea de subcontractare, franciza.

Unele clasificări ale IMM-urilor relativ mai frecvent se utilizează în cercetările, *care se referă la țările cu economia în curs de dezvoltare (în tranziție)*. În aceste țări, avându-se în vedere istoria scurtă de dezvoltare a sectorului, până la momentul actual prezintă interes clasificarea IMM-urilor după modul de constituire: întreprinderi nou create, sau afaceri, dezvoltate în baza privatizării sau reorganizării întreprinderilor mari. [57]. La etapa inițială a reformelor de piață cercetătorii din țările în tranziție utilizau clasificarea micului business în productiv și intermediar, având în vedere atitudinea negativă față de intermediari, considerați a fi speculanți. [51; 54].

Vestigi cercetători-economiști și sociologi au elaborat clasificări proprii ale IMM-urilor în scopul argumentării surilor politicilor de stat pentru susținerea acestui sector. În special, D.Berch, analizând activitatea IMM-urilor în anii '70-80, a clasificat întreprinderile după rata de creștere în "elefanți", "gazele" și "șoareci". "Elefanți" - companiile mari

stagnante, cu potențial mare, care era insuficient utilizat pentru dezvoltare. ”oareci” – întreprinderi mici, care nu aveau un impact notabil asupra economiei. Principala forță motrice a economiei, care asigura o creștere ridicată și o dezvoltare durabilă erau ”gazele” (*s-a utilizat analogia cu animalele, capabile să dezvolte și să mențină o viteză mare pentru o perioadă lungă de timp*). Potrivit definiției lui D.Berch ”gazela” – este întreprinderea, care în decurs de aproximativ 4 ani înregistrează o creștere a volumului de vânzări nu mai mică de 20%, având în perioada de bază un volum nu prea mare de vânzări – aproximativ 100 mii dolari pe an. Conform estimărilor lui D.Berch ”gazele” constituiau la finele anilor '80 în SUA circa 4-5% din toate întreprinderile, creând circa 70-80% din noile locuri de muncă. Ponderea predominantă printre ”gazele” o ocupau IMM-urile cu numărul de salariați de până la 100 persoane [5; 76]. Și în prezent, după mai bine de 30 de ani, într-un șir de țări se mai efectuează identificarea întreprinderilor -”gazele”.

B.Kirchhoff, unul dintre urmașii lui D.Berch, a dezvoltat clasificarea acestuia, propunând utilizarea în calitate de criteriu de clasificare nu doar rata de creștere a afacerii, ci și rata de implementare a inovațiilor. Prin urmare, el distingea patru categorii de întreprinderi [27; 64]:

- ”obi nuite” (core) – cel mai specific pentru IMM, care se caracterizează printr-un nivel redus al ratei inovării și al ratei de creștere economică ;

- ”ambicioase” (ambitious) - rate reduse de inovare și rate înalte de creștere. Începând ca și cele ”obi nuite”, întreprinderile ”ambicioase” datorită calităților antreprenoriale dezvoltate, rapid își extind și consolidează pozițiile pe piață .

- ”vedete” (glamorous), care se caracterizează printr-un rată înaltă de inovare și o creștere exponențială . Dezvoltarea unor asemenea întreprinderi are loc din contul implementării permanente a inovațiilor. Kirchhoff numește aceste firme

”vedete” pentru că ele atrag atenția mass-mediei și primesc premii naționale și locale pentru succesele lor.

- ”*limitate*” (constrained) – cu rata înaltă a inovațiilor, dar lipsa unor resurse adecvate nu le permite să utilizeze avantajele inovaționale existente și le blochează creșterea.

Concluzia lui B.Kirchhoff a constat în faptul, că nu întotdeauna există o legătură directă între ratele de inovare și de creștere ale întreprinderii.

Unii cercetători au propus *clasificarea antreprenorilor* luând în considerare particularitățile de caracter sau specificul activității acestora. Spre exemplu, E.Schumacher a utilizat clasificarea antreprenorilor în dependență de gradul de participare a acestora la managementul întreprinderii. Prin urmare, el deosebea proprietari, care activează la întreprindere (recunoscând proprietatea lor o pornire naturală și în totalitate, care stimulează munca creativă), precum și proprietari, care primesc un oarecare procent din capitalul investit și care ”parazitează” din contul muncii altora. [74].

3. Specificul IMM-urilor și al antreprenorilor în țările cu piața emergent

3.1. Constituirea sectorului IMM în economiile în tranziție

Perioada de 20 de ani de constituire a sectorului IMM în țările, care au trecut de la economia planificată la cea de piață, a confirmat rolul important al acestei categorii de întreprinderi. Schimbările fundamentale în sistemul economic, decalajul relațiilor interstatale, restructurarea și falimentul multor întreprinderi de stat au dus la reducerea indicatorilor macroeconomici și la o criză la nivel micro. Concomitent, aceste procese au stimulat creșterea rapidă a numărului de IMM-uri private. Cetățenii, care anterior au lucrat la întreprinderi mari de stat, în imposibilitatea de a găsi locuri de muncă, au fost nevoiți (constrânși) să inițieze proprii mici afaceri. În rezultat, în anii '90 anume IMM-urile au fost principala sursă de locuri de muncă și au contribuit la asigurarea unui venit minim pentru marea majoritate a populației.

În perioada modernă, în pofida faptului, că țările din Europa de Est și Centrală (EEC), precum și noile state independente (NSI) – fostele republici sovietice, deja au încheiat sau încheie perioada de tranziție, caracteristicile antreprenorilor, potențialul IMM-urilor și rezultatele lor diferă în mod semnificativ în țările economic dezvoltate și statele cu piața emergentă. Identificarea tendințelor și trăsăturilor IMM-urilor, precum și analiza calităților antreprenorilor permit de a evalua perspectivele de dezvoltare a sectorului IMM, de a elabora mecanisme de susținere și politici de stat argumentate.

Subdezvoltarea sectorului micului business în țările în tranziție la economia de piață în anii '90 a fost determinat de dominația în decursul câtorva decenii a sistemului administrativ de planificare. G.Braun a subliniat factorii economici, care

contribuie la dezvoltarea în economia planificat preponderent a întreprinderilor mari [53]:

- Economia planificat a fost orientat asupra ofertei, dar nu asupra cererii. Organele de administrare au dictat întreprinderilor lista produselor, care trebuiesc fabricate. Acestea erau produse standard de larg consum, fabricația c rora era cel mai rațional de a fi efectuat în cadrul câtorva întreprinderi mari;

- Sistemul planificat nu era în stare s gestioneze un număr mare de întreprinderi: existența unui număr semnificativ de întreprinderi ar fi paralizat sistemul de administrare.

Prezența slab a IMM-urilor în economia planificat uneori este numit ”gaura neagr a socialismului”. De aceea disproporția dintre nivelul sc zut al IMM i sectorul mai dezvoltat al marilor companii adesea este examinat în calitate de una dintre cauzele ineficienței economiilor ț rilor în tranziție [37; 55].

Drept ilustrare, care confirm apartenența economiei administrativ-planificate la întreprinderile mari, iar a sistemului de piaț – la întreprinderile mici i mijlocii, pot servi datele, care caracterizeaz situația din Germania de Est și cea de Vest la finele anilor '80, aduse de B.Gruller. În Germania de Est, unde sectorul privat avea posibilit și limitate de dezvoltare, în perioada economiei planificate, în a.1988 în cadrul IMM-urilor private activau doar 5% din totalul salariaților din economie. Totodat în Germania de Vest în cadrul IMM-urilor se înregistrau 2/3 din salariați [57].

E de menționat, c la începutul anilor '90 majoritatea ț rilor cu economia în tranziție s-au pomenit la diferite etape în ceea ce prive te dezvoltarea întreprinderilor mici private. Într-un ir de state ale Europei de Est, cum ar fi, Ungaria, Cehoslovacia, Republica Democrat German , Polonia, înc în perioada economiei planificate firmele private mici aveau unele oportunit și de dezvoltare. Spre exemplu, în Bulgaria, la începutul proceselor de reform economic (a.1991), ponderea

sectorului privat în PIB constituia 10%; după 3 ani acest indicator a ajuns deja la 27% [52]. Desigur, în aceste țări procesul de constituire a sectorului întreprinderilor mici private nu începe de la zero.

În NSI, create pe teritoriul fostelor republici sovietice, înainte de realizarea reformelor economice sectorul întreprinderilor mici private era absent, însă premisele pentru crearea acestuia au fost de asemenea diferite. Spre exemplu, în Republica Moldova, în virtutea specializării sectoriale (agricultură, industrie alimentară și prelucrătoare) încă în perioada economiei planificate existau un număr semnificativ de întreprinderi mici, chiar dacă acestea la acel moment erau bazate pe proprietatea de stat. În Rusia, dimpotrivă, baza economiei în perioada sistemului administrativ de planificare o constituia marele complex industrial de stat. O situație similară s-a înregistrat și în Belarusia și Azerbaidjan. Corespunzător, în fiecare din țările cu economia în tranziție sarcinile, care stăteau în fața statului, erau diferite: fie crearea sectorului întreprinderilor mici, fie renașterea și dezvoltarea acestuia, dar, deja în baza proprietății private.

Cu toate acestea, toate țările cu economia în tranziție în anii '90 au fost caracterizate printr-o creștere rapidă a numărului de IMM, deși la prima etapă a existat un mediu de afaceri nefavorabil. Subdezvoltarea cadrului regulatoriu parțial a contribuit la dezvoltarea afacerilor. Angajații OAP, antrenați în reglementarea activității micilor afaceri, nu înțelegeau clar importanța și conceptul de dezvoltare al acestui sector. Noii proprietari și manageri de întreprinderi au fost nevoiți/forțați în procesul activității, fără a avea cunoștințele și experiența necesare, de a asimila legile economiei de piață. Foarte încet se schimba mentalitatea antreprenorilor, care era și este și până în prezent, una dintre cele mai mari obstacole în calea dezvoltării afacerilor. [14]. Nu mai puțin important pentru dezvoltarea IMM-urilor în țările cu piața emergentă, este existența voinței

politice, luarea în considerare atât a experienței pozitive, cât și a celei negative din țările occidentale [67].

Pe măsura dezvoltării economice a statelor cu economia în tranziție potențialul IMM-urilor și contribuția acestora la dezvoltarea țării/regiunii a crescut. Dar și în prezent în țările cu economia emergentă, IMM-urile au o contribuție semnificativ mai mică la dezvoltarea exportului, elaborarea inovațiilor și atragerea investițiilor [42; 49; 60]

3.2. Antreprenorii "constrâni" ca grup special de afaceri: cazul Republicii Moldova

Analiza caracteristicilor celor mai mici antreprenori în țările cu economia în tranziție a atras atenția cercetătorilor la cauzele, care au provocat implicarea lor în afaceri. În consecință, printre aceștia a fost evidențiată *categoria de antreprenori "constrâni"*, pentru care crearea afacerii proprii a fost singura modalitate de a obține un oarecare profit pentru a putea supraviețui.

Primele studii ale acestei categorii de antreprenori au fost realizate la mijlocul anilor '90 de către cercetătorii sociologi ruși, implicați în realizarea proiectelor Institutului Independent pentru Probleme Sociale și Naționale, sub conducerea lui A.Chepurenko, și în special a lui N.Tihonov. *Reie îndin cauzele, care au contribuit la constituirea MB*, acesta a identificat categorii de populație, care au nimerit în rândul antreprenorilor "constrâni". Printre acestea: omeri sau care au avut un real pericol de pierdere a locului de muncă; persoane, a căror nivel material a scăzut semnificativ și crearea MB a fost una dintre puținele oportunități de a crește acest nivel; militarii demobilizați. Accentul în lucrare a fost făcut nu atât pe aspectul economic, cât pe aspectele sociale și politice ale portretului de antreprenori "constrânși": lor le lipsește conștiința antreprenorială, dar dispun de autoidentitate profesională. Deși ei sunt relativ independenți și din necesitate manifestă activitate, nu pot să realizeze pe deplin potențialul, de aceea

privesc mai pesimist la viața personal și la situația din țară. Ei nu au suficient timp pentru familie, prieteni, hobby-uri, iar acest lucru le provoacă disconfort psihologic. [70].

Ideea privind antreprenorii ”constrâni” a fost dezvoltată în articolul savantului britanic R.Scuse, publicat în anul 1997. R.Scuse a propus de a clasifica antreprenorii nu doar după cauzele, care au provocat implicarea lor în MB, ci și după comportamentul lor antreprenorial ulterior [39].

Caracterul nevoit (constrâns) al activității unei părți din antreprenori și în prezent este menționat în lucrările cercetătorilor din țările postsocialiste [45; 72]. În publicațiile științifice ale savanților din Republica Moldova de asemenea apare ideea privind existența antreprenorilor ”constrânși”. În special, în cercetările realizate de OSCE privitoare la IMM-urile din Republica Moldova, de diferite argumente speciale, este clar formulată concluzia, că creșterea numărului microîntreprinderilor este condiționată de lipsa posibilității de angajare a unei părți a populației. În acest caz, aceștia sunt nevoiți să creeze o afacere proprie. [12].

Fiind de acord cu concluzia privind existența în economiile de tranziție a categoriei de antreprenori, care au fost constrâniși și vin în MB, care nu dispun de calități antreprenoriale (sau care au un potențial antreprenorial limitat), autorul a încercat să dezvolte și să concretizeze această idee. La baza ei se află clasificarea antreprenorilor, făcută de R.Scuse, în dependență de doi indici: gradul de existență a calităților antreprenoriale și a comportamentului antreprenorial. În lucrarea lui R.Scuse, precum și a altor cercetători occidentali, antreprenorii, nevoiți să creeze afaceri și pe care nu îi caracterizează comportamentul antreprenorial, au fost denumiți ”proprietari”; în acest fel a fost subliniat diferența dintre aceștia și antreprenorii ”clasici” [39].

Noi am presupus existența antreprenorilor ”proprietari” și în afacerile moldave, denumindu-i **antreprenori ”constrâniși”**. Spunând ”constrâniși”, noi ne referim la antreprenorii, care,

pierzând locurile de muncă, fiind fără surse de existență, sau fiind sub pericolul unor asemenea schimbări negative, au fost "împinși" în afaceri; ei au început să se implice în activități antreprenoriale, fără a avea capacitățile și abilitățile necesare. Acest lucru nu putea să nu influențeze asupra activității lor, care (cel puțin la început) nu era concentrată pe creșterea afacerii. *Separarea și analiza categoriei de antreprenori "constrâni" prezintă interes nu doar teoretic, dar și practic, deoarece poate servi drept bază pentru prognozarea dezvoltării anumitor categorii de afaceri, având în vedere acest lucru la elaborarea politicii de stat de susținere a IMM-urilor.*

Autorul a propus un set de indici, care permit clasificarea antreprenorilor în baza a 2 caracteristici de clasificare selectate: existența calităților antreprenoriale și a comportamentului antreprenorial. La selectarea indicatorilor s-a ținut cont de posibilitatea de obținere a informației inițiale în baza datelor statistice și/sau a chestionării antreprenorilor.

Calitățile antreprenoriale se propune de a fi evaluate luând în considerare doi indicatori: (a) capacitățile de afaceri ale antreprenorului și (b) cauzele, care au provocat implicarea lui în afaceri.

Capacitățile de afaceri ale antreprenorului este rațional de a fi identificate în baza autoaprecierii sale. Pentru aceasta se propune de a utiliza schema lui J.Jerschina, cu ajutorul creșterea antreprenorului, în baza sistemului de 5 puncte, estimează gradul de existență a calităților sale antreprenoriale: (1) dorința de independență, de a lucra "pentru sine"; (2) capacitatea de a stabili obiective și a soluționa sarcinile trasate; (3) predispoziția la risc; (4) capacitatea de a planifica activitatea; (5) orientarea asupra soluționării problemelor complicate [25]. Caracteristicile sus-menționate ale calităților antreprenoriale deseori în literatura de specialitate servesc ca criterii de performanță (succes) a afacerii, fiind reflectate inclusiv și în lucrările cercetătorilor autohtoni [13; 40].

La identificarea *cauzelor, care au provocat inițierea afacerii* este important ca aceștia din urmă să fie diferențiați în: (a) factori de ”împingere” în afaceri (push factors) – o alternativă a șomajului, insatisfacția la locul de muncă anterior; necesitatea de asigurare a unui venit minim (pentru supraviețuire); (b) factori ”de atragere” în afaceri (pull factors) – dorința de independență, autorealizare; îmbunătățirea nivelului material; (c) factori ”favorizanți” (enabling factors) – ca răspuns la cerințele pieței, existența resurselor pentru inițierea activității antreprenoriale, continuarea afacerii familiale, satisfacerea necesităților societății.

Comportamentul antreprenorial se consideră rațional de a fi evaluat în baza a trei indicatori, care reflectă perspectivele de dezvoltare a afacerii, pe deasupra, pentru o perioadă de lungă durată: (a) scopul activității antreprenoriale; (b) prezența inovațiilor la întreprindere; (c) investițiile în dezvoltarea afacerii.

Scopurile activității antreprenoriale pot fi: orientarea spre creștere; supraviețuirea întreprinderii; pregătirea afacerii pentru vânzare; închiderea afacerii. Totodată, orientarea spre creșterea afacerii este o condiție necesară, dar nu suficientă pentru dezvoltarea durabilă pe termen lung a întreprinderii. Suplimentari, dar deosebit de importanți sunt de asemenea *indiciii, orientați asupra creșterii afacerii*. În special, orientarea asupra creșterii volumelor de vânzări și profit pe deplin ar putea reflecta orientarea spre dezvoltare, în primul rând, pe termen scurt. În același timp, creșterea activelor pe termen lung, majorarea numărului de salariați sau perfecționarea calificării personalului demonstrează în mod clar accentul antreprenorilor pe dezvoltarea pe termen lung.

Activitatea inovativă este un indicator principal al comportamentului antreprenorial, identificat de către J.Schumpeter. Pentru evaluare este necesar de a identifica existența sau lipsa inovațiilor la întreprindere. Lipsa oricărui inovații este o indiciu clar al unui comportament

neantreprenorial. Dar, chiar și existența inovațiilor, cum ar fi schimbarea asortimentului de produse, poate însemna un nivel relativ sczut al activității inovaționale, decât cum ar fi perfecționarea tehnologiilor.

Un indicator important pentru evaluarea scopurilor de dezvoltare a afacerii este *existența investițiilor*. Însă, în țările cu economia în tranziție, în condițiile existenței unor mici resurse financiare proprii și accesului limitat la sursele de finanțare străine, acest indicator cu greu poate fi considerat reprezentativ. Cel puțin, în condițiile Republicii Moldova acest indicator în mare măsură nu depinde de activitatea antreprenorului mic, de aceea acesta nu a fost utilizat de noi în procesul clasificărilor ulterioare.

Lista principalelor caracteristici, indicatori și indici de clasificare, propuși de către autor pentru evidențierea categoriei de antreprenori "constrâni" este prezentat în Tabelul 3.

Evaluarea calitativă și cantitativă a categoriei de antreprenori "constrâni" a fost realizată în baza rezultatelor chestionării. Chestionarea antreprenorilor s-a efectuat în cadrul proiectelor internaționale de cercetare științifică (la care autorul a participat în calitate de coordonator al echipei de cercetători autohtoni și executor responsabil), precum și în cadrul proiectelor de cercetare aplicative ale IEFS, realizate sub conducerea autorului.

În Republica Moldova, la antreprenorii "constrâni" se raportează, în primul rând, persoanele, care activează în crearea întreprinderii – deținătorii de patente antreprenoriale și persoanele fizice neautorizate cu profesii libere, precum și o serie de proprietari de afaceri micro, care activează preponderent în formă de întreprinderi individuale și societăți cu răspundere limitată.

Tabelul 3. Principalele caracteristici, indicatori și indici propuși de autor pentru evidențierea categoriei de antreprenori ”constrânși”

Caracteristici	Indicatori	Indici
Calitățile antreprenoriale	(Auto) evaluarea capacităților de afaceri	<ol style="list-style-type: none"> 1. dorința de independență, de a lucra ”pentru sine”; 2. capacitatea de a stabili obiective și a soluționa sarcinile trasate; 3. predispoziția la risc; 4. capacitatea de a planifica activitatea sa; 5. orientarea asupra soluționării problemelor complicate
	Cauzele, care au provocat inițierea afacerii	<ol style="list-style-type: none"> 1. factori de ”împingere” în afaceri (o alternativă a șomajului, insatisfacția la locul de muncă anterior; necesitatea de asigurare a unui venit minim); 2. factori ”de atragere” în afaceri (dorința de independență, autorealizare; îmbunătățirea nivelului material); 3. factori ”favorizanți” (ca răspuns la cerințele pieței, existența resurselor pentru inițierea activității antreprenoriale, continuarea afacerii familiale, satisfacerea necesităților societății).
Comportamentul antreprenorial	Scopurile activității antreprenoriale	<ol style="list-style-type: none"> 1. orientarea asupra creșterii afacerii; 2. supraviețuirea întreprinderii; 3. pregătirea afacerii pentru vânzare; 4. închiderea întreprinderii. <p><i>Suplimentar – indici, <u>asupra creșterii este orientată afacerea</u> (cum ar fi, creșterea activelor pe termen lung și/sau a profitului)</i></p>
	Activitatea inovativă	<ol style="list-style-type: none"> 1. existența inovațiilor 2. lipsa inovațiilor <p><i>Suplimentar – indicii, <u>care caracterizează nivelul inovațiilor</u> (cum ar fi, schimbarea asortimentului de produse și/sau implementarea noilor tehnologii)</i></p>
	Existența investițiilor (în dependență de condiții)	<ol style="list-style-type: none"> 1. existența investițiilor 2. lipsa investițiilor <p><i>Suplimentar – indicii, care reflectă <u>orientarea investițiilor</u> (cum ar fi, achiziționarea de materii prime și/sau instruirea personalului)</i></p>

Sursa: elaborat de autor

Prima încercare de a cerceta și evalua cantitativ antreprenorii ”constrâni” a fost făcută de către autor în anul 1997, în cadrul proiectului internațional „Identificarea necesităților de susținere a micului business în Ucraina, Belarus și Moldova pentru elaborarea unei politici de susținere la nivel regional și național” (Identifying the Support Needs of Small Enterprises in Ukraine, Belarus and Moldova to Develop an Agenda for Policy at the National and Regional Levels), TACIS, 1996-1998, realizat în comun de către 5 țări. La chestionare au participat 100 de antreprenori autohtoni, fiind evaluați următorii indicatori: (1) cauzele, care au provocat inițierea afacerii; (2) scopurile afacerii pentru viitorii 2 ani; (3) implementarea inovațiilor în decursul ultimilor doi ani. În rezultat, la antreprenorii ”constrâni” au fost raportate persoanele:

- la care cauzele, care au provocat inițierea afacerii au fost omajul/pericolul de omaj (4%), sau lipsa perspectivelor la locul de muncă anterior, nivelul material scăzut (10%);

- scopul cărora nu ține de creșterea afacerii, ci este orientat asupra menținerii întreprinderii (38%);

- care nu utilizează în desfășurarea afacerii inovațiile, care includ oricare schimbări în sistemul de producție și perfecționare a produselor la întreprindere (61%).

Luând în considerare indicatorii și indicii enumerați mai sus, categoria antreprenorilor ”constrâni” a constituit 14% din respondenți.

Lista completă a indicatorilor și indicilor, care au servit drept bază pentru identificarea categoriei de antreprenori ”constrâni” este prezentată în Tabelul 4.

Tabelul 4. Indicatorii și indicii, utilizați pentru identificarea categoriei de antreprenori ”constrân i”

Indicatori i indici	% din e antion	% respond enți
<i>Cauzele, care au contribuit la crearea întreprinderii</i>		
Tendența de asigurare a unui venit echitabil	32	40
Dorința de a- i realiza capacit țile	15	19
Posibilitatea de a activa independent, de autorealizare	15	19
<i>Lipsa perspectivelor la locul de munc anterior, nivelul material sc zut</i>	8	10
Tendența de a satisface necesit țile populației în servicii/produse	6	8
<i>omajul sau pericolul de omaj</i>	3	4
Tendența de a obține recunoaștere	1	1
Lipsa r spunsurilor	20	-
<i>Scopul dezvolt rii întreprinderii</i>		
Cre terea i dezvoltarea afacerii	62	62
<i>Menținerea întreprinderii</i>	38	38
Preg tirea afacerii pentru vânzare	-	-
<i>Implementarea inovațiilor la întreprindere</i>		
<i>Nu s-au produs nici un fel de schimb ri</i>	61	61
Fabricarea noilor produse și perfecționarea celor existente, a activit ții	22	22
Fabricarea noilor produse	14	14
Perfecționarea produselor existente, a activit ții	3	3

Sursa: elaborat de autor în baza chestion rii antreprenorilor [11; 43]

5 ani mai târziu, în a.2002, un studiu similar, dar mai detaliat, a fost efectuat în baza chestion rii antreprenorilor autohtoni – femei, realizat în cadrul proiectului internațional “Businessul feminin în rile de tranzi ie: studii de caz în Ucraina, Moldova i Uzbekistan” (Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Example of Ukraine, Moldova and Uzbekistan), INTAS, aa.2001-2003. În cadrul chestion rii au

fost implicați 218 antreprenori [19, 56]. *Rezultatele chestionării au permis identificarea și evaluarea nu doar a categoriei de antreprenori "constrânși", care au fost siliți de împrejurări să inițieze afaceri și care nu dispun de calități și comportament antreprenorial, dar, de asemenea, și categoria de antreprenori "cu vocație", care se caracterizează prin calități antreprenoriale pronunțate. Detaliat, rezultatele clasificării realizate au fost publicate în monografia colectivă, editată de UE [3].*

În baza întrebărilor din chestionar, pentru clasificare au fost utilizați patru indicatori: autoevaluarea capacităților de afaceri; principalele cauze, care au provocat inițierea afacerii; scopul activității antreprenoriale; existența inovațiilor la întreprindere. Rezultatele prelucrării chestionarelor au demonstrat caracteristici semnificative, specifice antreprenorilor „constrânși” și „cu vocație”. În special:

1) Antreprenorii „cu vocație” se caracterizează printr-un potențial personal relativ înalt. Ei cel mai frecvent:

- au studii superioare;
- până la inițierea afacerii au căpătât abilități și aveau experiență de management;
- până la crearea întreprinderii proprii au activat în cadrul afacerilor private ale altor proprietari;
- sunt proprietari ai altor întreprinderi.

2) Antreprenorii „cu vocație” au relativ mai multe resurse pentru creșterea afacerii. În special, ei:

- mai frecvent de înăi administrează o întreprindere mare;
- mai activ utilizează surse externe de finanțare, obținând mijloacele financiare de la bănci și furnizori;
- mai frecvent de înă un loc mai convenabil pentru amplasarea întreprinderii sale, desigur afacerea într-un spațiu adecvat pentru acest scop.

3) Antreprenorii „cu voca ie” mai frecvent sunt preocupa i de dezvoltarea afacerii lor:

- activeaz în sensul îmbun t irii indicatorilor întreprinderii;
- utilizeaz mai activ metode de promovare a m rfurilor – publicitatea în surse mass media, bro uri, foi publicitare, reprezentan i proprii pentru vânz ri;
- se ocup de export;
- investesc în afacerea lor;
- diversific activitatea;
- o pondere mai mic din venituri este utilizat pentru cheltuielile familiei, respectiv, mai multe mijloace sunt utilizate pentru dezvoltarea afacerii.

4) Antreprenorii „cu voca ie” mai activ caut contacte i men in rela ii cu mediul extern – parteneri, concuren i, organiza ii de sus inere:

- mai frecvent utilizeaz servicii de consultan i ;
- mai activ sunt implica i în activitatea AA;
- mai frecvent colaboreaz cu alte întreprinderi (în afar de rela iile vânzare-cump rare);

Principalele diferen e cantitative dintre dou categorii de antreprenori sunt prezentate în Tabelul 5.

Tabelul 5. Caracteristicile antreprenorilor „constrân i” i „cu voca ie”, % din responden i *

Principalele diferen e	Antreprenorii	
	„cu voca ie”	„constrân i”
1	2	3
<i>Poten ial personal</i>		
Au studii superioare	77,3	37,5
Au c p tat abilit i de management	50,0	29,2
Au avut experien de management pân la ini ierea afacerii	45,5	20,8
Au avut experien de activitate în cadrul afacerilor private ale altor proprietari pân la crearea întreprinderii	31,8	16,7

1	2	3
Sunt proprietari ai altor întreprinderi	9,0	0
Resursele afacerii		
De în i administreaz întreprinderi cu num rul de:		
1-10 pers. (micro)	50,0	83,3
11-50 pers. (mici)	50,0	16,7
Utilizeaz credite bancare		
la etapa de constituire a afacerii	13,6	4,2
în decursul ultimului an	13,6	0
Utilizeaz creditele furnizorilor	22,7	0
Desf oar afacerea în spa ii adecvate (proprie sau închiriate)	95,4	58,3
Dezvoltarea afacerii		
Activeaz în sensul îmbun t irii indicatorilor afacerii	100,0	75,0
Diversific activitatea, inclusiv sunt antrena i în:		
2 tipuri de activitate	31,8	16,7
3 tipuri de activitate	13,6	4,2
Utilizeaz mai activ metode de promovare a m rfurilor – publicitatea în surse mass media, bro uri, foi publicitare, reprezentan i proprii pentru vânz ri	55,5	0
Sunt antrena i în exportul produselor/serviciilor	9,0	0
Au investit în afaceri în ultimul an	54,5	16,7
Peste ¾ din venitul întreprinderii este utilizat de c tre familie	4,5	51,0
Contacte i rela ii cu mediul extern		
Utilizeaz serviciile de consultan	31,8	4,2
Sunt membri ai asocia iilor de afaceri	13,6	0
Colaboreaz cu alte întreprinderi (în afar de rela iile vânzare-cump rare)	50,0	20,8

* % din num rul categoriei respective

Sursa: elaborat de autor în baza chestion rii antreprenorilor [3; 19]

Pentru a ilustra clasificarea efectuat au fost utilizate de asemenea i rezultatele prelucr rii interviurilor în profunzime cu antreprenorii [19] Spre exemplu, printre antreprenorii „constrân i”, mulți și-au exprimat dorința de a schimba

activitatea antreprenorial pentru o munc salariat cu o remunerare corespunz toare. Astfel, una dintre femeile antreprenori a indicat, c „afacerea pentru ea este o povar grea. Prin urmare, angajându-se în calitate de salariat, ea, posibil, s-ar sim i mai u or”. Reprezentantii categoriei de antreprenori „cu vocație” au respins categoric o astfel de posibilitate. Ei „sunt atât de pasiona i de afacerile actuale, c nu se pot vedea într-un oarecare alt rol. Nu ar fi ie it din afaceri, chiar dac li se oferea un venit mai mare.” În plus, antreprenorii „cu vocație” în interviurile în profunzime au demonstrat o voință i putere pentru a reîncepe afacerea, chiar i dup ce ar fi suportat un eventual faliment. Spre exemplu, o antreprenoare, care a creat afacerea în a.1990, dispunând de trei saloane de nunt i un magazin, în a.1998 a dat faliment. Trei ani au trecut în îndoieli i c ut ri, dar în anul 2001 ea a luat brevet i a început activitatea de lansare a articolelor de cusut, independent, la domiciliu, având doar o singur ma in de cusut. Dup 2 ani, la întreprinderea ei deja activau 20 de persoane.

Aceast clasificare a antreprenorilor a permis de a identifica mai exact oportunit ile și problemele anumitor categorii. Spre exemplu, în opinia antreprenorilor „cu vocație”, afacerea lor are nevoie de sus inere - în form de consiliere, consultare, instruire, etc. Acest lucru a fost men ionat de 63,6% din categoria antreprenorilor „cu vocație””, și aproape de dou ori mai puțin (33,3%) din antreprenorii „constrânși”. Deoarece antreprenorii din prima categorie au dimensiunea afacerii i resurse de cre tere mai mari, atunci, probabil, ace tia sunt mult mai con tien i de nevoia de sus inere, au planuri mai ambițioase, a c ror implementare necesit sus inere extern . Pe de alt parte, antreprenorii „constrân i” nu de in informații suficiente cu privire la existen a instituțiilor de infrastructur , nu au încredere în ele sau consider , c ei sunt în stare s solu ioneze independent problemele sale de afaceri. Are sens, ca aceste diferențe s fie luate în considerare atât la elaborarea

politicii de stat, cât și în planurile de afaceri ale instituțiilor, care acord susținere afacerilor mici, în activitatea AA.

În urma prelucrării rezultatelor, s-a dovedit, că 10,1% din respondenți dispun de calități expresive ale antreprenorilor „cu vocație”, iar 11,0% - se referă la antreprenorii „constrâni”. Ceilalți (aproximativ 80%) din cei intervievați în egal măsură dispun de calități, care apar în ambelor categorii.

Rezultatul obținut a permis de a concluziona, că o parte considerabilă din antreprenori nu se raportează nici la cei, care „constrâni” se ocupă de afaceri, nici la antreprenorii, care au inițiat afaceri conform „vocației”. Noi am denumit această categorie de antreprenori „ocazionali”, astfel extinzând clasificarea propusă anterior până la 3 grupe:

1) antreprenori, care „constrâni” au inițiat afaceri și nu dispun de competențele și comportamentul antreprenorial necesare;

2) antreprenorii „cu vocație”, care se caracterizează prin calități antreprenoriale clasice și comportament antreprenorial;

3) antreprenorii „ocazionali”. Unele caracteristici ale potențialului și comportamentului lor antreprenorial se manifestă într-o măsură mai mare sau mai mică în dependența de condițiile interne și externe pentru dezvoltarea afacerii.

Pentru a demonstra existența celor trei categorii identificate de antreprenori și de a identifica specificul acestora sunt necesare cercetări ulterioare. Dar, și la această etapă, se poate presupune, că afacerea, creată de antreprenorii din diferite categorii va avea o perspectivă complet diferită, și politica publică trebuie să țină cont de acest specific.

Antreprenorii „constrâni” activează și în prezent în Republica Moldova. Privitor la acest fapt ne demonstrează rezultatele chestionării, realizate în ultimii ani:

• Conform rezultatelor chestionării a.2010 [22] 1/3 din antreprenorii chestionați (33,3%) în ultimii 2 ani nu au elaborat și nu au implementat la întreprinderile lor nici un fel de

inovații. Se au în vedere orice fel de inovații, care se referă la procesul de producție și management.

• Conform rezultatelor a.2011 [23] aproape 20% din antreprenori nu posedă planuri de dezvoltare a afacerii. Din cei, care sunt orientați către creșterea, 31,6%, în primul rând, tind să majoreze volumele de producție sau să extindă asortimentul de produse. Direcțiile respective, de regulă, sunt preconizate pentru efectul pe termen scurt și deseori nu sunt condiționate/insoțite de inovații.

În condițiile actuale ale Moldovei, în numărul criteriilor de clasificare a antreprenorilor are sens de a include suplimentar, de asemenea, tendința IMM-urilor pentru cooperare și integrare cu alte întreprinderi, precum și asocierea lor în AA. Acest lucru este rațional de a-l realiza, înănd cont de potențialul scăzut al IMM-urilor autohtone. Cu toate acestea, până în prezent relativ mai puțini antreprenori – doar 17,9% sunt membri ai AA [23]. Nedorința sau neputința de a se asocia în asociații de afaceri poate fi un indicator indirect, care caracterizează antreprenorii „constrâniți”. Confirmarea acestui fapt sunt rezultatele chestionării, care arată că antreprenorii, care sunt membri ai AA, relativ mai frecvent planifică dezvoltarea afacerii (89,5% comparativ cu 77,0% din întreprinderile, care nu sunt membri ai AA).

Tabelul 6. Direcțiile planificate de dezvoltare a afacerii pentru apropierea de 2 ani, %*

	IMM – care nu sunt membri ai AA	IMM – membri ai AA
Sporirea volumelor de producție și/sau extinderea asortimentului de produse	77,9	77,8
Sporirea calității produselor/serviciilor	59,3	66,7
Penetrarea noilor piețe de desfacere	8,1	50,0
Penetrarea noilor segmente de piață (noi cumpărători) în țară	39,5	44,4

*Antreprenorii au avut posibilitatea de a da câteva variante de răspuns

Sursa: elaborat de autor în baza chestionării antreprenorilor [23]

În afar de aceasta, direc iile planificate de dezvoltare a afacerii, de asemenea, se refer la întreprinderile, care sunt i care nu sunt membri ai AA. Astfel, membrii AA relativ mai frecvent planific penetrarea noilor pie e de desfacere, penetrarea noilor segmente de pia în interiorul rii, sporirea calit ii produselor/serviciilor. (Tabelul 6).

3.3. "Portretul" model al micului antreprenor în condi iile Republicii Moldova.

„Portretul” model al antreprenorului reprezint totalitatea celor mai importante caracteristici medii ale antreprenorului, dar, în sens larg - i a caracteristicilor activit ii de afaceri. Identificarea specificului IMM-urilor i elaborarea „portretului” model al micului antreprenor sunt importante pentru argumentarea politicii de stat de dezvoltare a afacerilor, precum i pentru elaborarea planurilor de activitate a AA i a altor institu ii, care acord servicii mediului de afaceri.

Cercet torii MB din rile cu economia în tranzi ie au început elaborarea „portretului” micului antreprenor înc la etapa de instituire a reformelor de pia . Spre exemplu, în Ucraina la începutul anilor ‘90 micul antreprenor dispunea de urm toarele caracteristici: acesta este un b rbat, cu vârsta de 44 de ani, cu studii superioare, pentru care activitatea de afaceri este principal i unic , profilul activit ii lui este legat de profesia anterioar , îi lipse te preg tirea antreprenorial i de management. Predominant era crearea micro întreprinderilor – pân la 10 persoane, principalul gen de activitate – comer ul, principala problem – insuficien a resurselor financiare. Antreprenorii dispuneau de optimism, în pofida situa iei nefavorabile din economie [61].

În Federa ia Rus la mijlocul anilor ‘90 „portretul” micului antreprenor era caracterizat prin urm toarele particularit i. Acesta era un b rbat, cu studii superioare, cu vârsta de 26-30 de ani, cu un nivel relativ mai înalt de venit.

Antreprenorii posedau puncte de vedere economice și politice liberale: ei îi manifestau activ poziția critic referitoare la politica economică de stat, însă exprimau convingere în îmbunătățirea situației lor în viitorul apropiat [48].

În Republica Moldova de asemenea erau întreprinse încercări de a analiza caracteristicile antreprenorilor și activității antreprenoriale în perioada de tranziție. O astfel de analiză se efectuează și în prezent. Spre exemplu, A.Cotelnic menționează nivelul scăzut de dezvoltare a culturii antreprenoriale la întreprinderile autohtone, care, de regulă, se transmite din generație în generație [14].

S.Gorobievski, examinând caracteristicile antreprenorului din Republica Moldova în contextul teoriei savantului olandez G.Hofstede, arată că în societatea noastră, inclusiv în MB, există o tendință expresivă de trecere de la colectivism la individualism; distanța populației vizavi de autorități este mare; valorile antreprenoriatului, spiritului inovativ sunt foarte scăzute; populația tinde de a evita riscurile; are loc reorientarea de la societatea „feminină” la cea „masculină”, când valorile de ajutor reciproc cedează tendinței de creștere a veniturilor și puterii. [20].

Analiza datelor statistice, care caracterizează IMM-urile din Republica Moldova într-o perioadă de aproximativ 20 de ani, observațiile personale, chestionarea și interviurile antreprenorilor, realizate cu participarea și sub conducerea nemijlocită a autorului, au permis de a elabora „portretul” model al micului antreprenor din Republica Moldova. *„Portretul” generalizat al micului antreprenor moldav, în a doua jumătate a anilor '90 – începutul anilor 2000* se caracterizează prin următoarele trăsături. Acesta este un bărbat de 36-40 de ani, cu studii superioare, care au fost obținute în perioada sovietică. El deține și personal administrează întreprinderea, în marea majoritate a cazurilor concentrându-și eforturile asupra unei singure afaceri. Cauzele, care au contribuit la inițierea afacerii relativ mai frecvent sunt tendința

de a i îmbun t i situa ia material , decât de a i realiza capacit ile antreprenoriale. În calitate de obiectiv al activit ii antreprenoriale majoritatea respondenților au indicat asupra cre terii afacerii, care este orientat în principal asupra cre terii vânz rilor i profitului. Totodat , la multe întreprinderi o aten ie insuficient se acord elabor rii i implement rii inova iilor, extinderii pie ei de desfacere, inclusiv penetr rii pie ei externe. [11]. De regul , antreprenorilor le lipse te preg tirea formal , legat de crearea i managementul afacerii. Profilul afacerii, deseori, este legat de studiile ob inute, ocupa ia la locul de munc precedent, hobby-ul sau experien a activit ii de management. Antreprenorii nu inten ioneaz s transmit afacerea ca mo tenere, motivul fiind complexitatea i stresurile asociate activit ii antreprenoriale i nedorința de a transmite o astfel de soart i copiilor lor. [43; 19; 15].

Pentru evaluarea calitativ a caracteristicilor antreprenorilor în tabelul 7 sunt expu i indicatorii respectivi, ob inu i în rezultatul chestion rii, realizate în cadrul proiectului interna ional în a.1997 cu participarea a 5 ri i cu suportul TACIS [11].

Caracteristicile, aduse antreprenorului moldav foarte mult corespundeau situa iei din alte state cu economia în tranzi ie. În acela i timp, printre antreprenorii din diferite ri erau i diferen e, în special, legate de particularit ile sistemului de privatizare i de alte elemente ale implement rii reformelor de pia . Spre exemplu, în Rusia la etapa de constituire a MB, o mare parte din antreprenori erau persoane din rândul reprezentan ilor nomenclurii de ieri. [51]. Mai mult, în Rusia vârsta antreprenorilor era mult mai mica, decât în Republica Moldova.

În baza chestion rii i interviurilor, realizate cu participarea nemijlocit a autorului [23;24; 15] sau analizate de c tre autor [1], în perioada anilor 2009-2013 a fost elaborat „portretul” model al antreprenorului moldav modern.

Tabelul 7. Calitățile de bază ale micilor antreprenori din Republica Moldova și evaluarea lor cantitativă, a.1997.

Lista calităților de bază	Caracteristicile calităților de bază
Vârsta	36-45 ani (47%) și 26-35 ani (29%). În total până la 45 ani – 80%; peste 55 ani – 4%.
Gen	Bărbați (63%)
Studii	Studii superioare (57%) și medii speciale (37%)
Statutul la întreprindere	Proprietari și concomitent manager (80%)
Factorii principali care au provocat inițierea afacerii	Dorința de a asigura un câștig salarial normal (43%), inclusiv 11% - necesitatea de supraviețuire; Nevoia de creativitate, independență (31%)
Deținerea unei sau a câtorva afaceri	Concentrarea eforturilor asupra unei singure afaceri (75% din proprietari)
Ocupație permanentă	Activitate permanentă doar la o singură întreprindere (75%)
Experiența anterioară de administrare	Aveau experiență de management 64%, dintre care 80% - la întreprinderile/organizațiile de stat
Principalele probleme	Finanțarea (45%); cucerirea pieței (38%); utilajele (7%); personal (6%)

Sursa: elaborat de autor în baza chestionării antreprenorilor [11]

Antreprenorul mediu statistic din Republica Moldova, care activează în prezent în sectorul MB, se caracterizează prin următoarele:

- Majoritatea absolută a antreprenorilor sunt bărbați (72,5%). Dominanța bărbaților printre antreprenori nu corespunde repartiției populației R.Moldova după gen: ponderea bărbaților, antrenându-se în activități antreprenoriale este mai mare, decât ponderea bărbaților în rândul populației economice active (50,6%) și în numărul total al populației (48,1%);

- Vârsta medie a antreprenorilor constituie 45 de ani, adică ei au deja experiență de viață, în același timp, o perspectivă suficient de creatoare. Analiza repartiției antreprenorilor după vârstă arată, că ponderea principală o constituie antreprenorii din două categorii de vârstă 45-54 ani

(30,7%) și 35-44 ani (29,5%). Aceste două categorii de vârstă în total constituie 60,2% din toți antreprenorii. Categoria de cetățeni tineri potențial mai activi – de la 15 la 34 de ani – printre antreprenori constituie doar 22,7%, dintre care doar 2,4% - tineri și tinere cu vârsta de până la 24 de ani. La categoria de vârstă mai mare (55 ani și mai mulți) se raportează 17,1% din respondenți.

- Printre antreprenori domină absolut persoanele educate: cu studii superioare și superioare neterminate (67,9%) sau medii de specialitate (20,2%). Nivelul de studii al antreprenorilor depășește indicatorii menționați în rândul populației ocupate, unde ponderea persoanelor cu studii superioare constituie 20,4%, cu medii de specialitate – 16,5%. Nivelul de studii denotă privitor la potențialul semnificativ al afacerilor moldave. Concomitent ponderea semnificativă a persoanelor educate în cadrul afacerilor private înseamnă, că în calea antreprenorilor există multe bariere - cu cât mai rele sunt condițiile mediului extern pentru afaceri, cu atât o mai mare importanță capătă potențialul intern al antreprenorului. Studiile superioare ale antreprenorului (înănd cont de vârsta medie), probabil, în multe cazuri, au fost obținute în perioada sovietică.

- Antreprenorul locuiește/activează relativ mai frecvent în zonele urbane (83,2%), inclusiv 58,7% - în mun. Chișinău.

- Majoritatea antreprenorilor (67,0%) sunt proprietari ai întreprinderilor, de înăndă, în același timp administrând afacerea, restul 33,0% - manageri angajați.

- Până la începerea activității antreprenoriale majoritatea respondenților (62,8%) activau în calitate de salariați. Experiența de afaceri aveau 12,6% din respondenți, care anterior au fost angajatori, și, 1,8% - din rândul fermierilor. Circa 8% din intervievați au inițiat afacerile pe care le administrează la moment nefiind angajați în ultimul timp în câmpul muncii. Aceștia sunt foști studenți/elevi (4,4%), omeri (2,4%) sau persoane casnice. Un procent ne semnificativ (1,8%)

au ini iat activit i antreprenoriale dup îtoarcerea din str in tate.

- De regul , întreprinderile sunt nou create – 87,4%. Printre alte metode de creare sunt întreprinderile reorganizate (4,3%) sau privatizate (3,9%).

- Principala surs de capital ini ial la crearea afacerii au fost economiile personale ale antreprenorilor, care au constituit aproape $\frac{3}{4}$ din toate resursele financiare (74,2%). Alte surse importante au fost mijloacele împrumutate – 17,3%. Totodat o parte relativ mare din datorii o constituie creditele rudelor sau prietenilor (12,1%); alte 5,2% - creditele bancare. Ponderea investi iilor capitale – 5,3%. Ponderea subven iilor de stat – 0,8% din capitalul ini ial. Insuficien a capitalului ini ial determin de a c uta ni e, unde barierele pentru ini ierea afacerii sunt ne semnificative, acestea, de regul , sunt comer ul i serviciile [24].

- Scopul activit ii antreprenoriale este cre terea afacerii. Îns aceasta se produce în m sur considerabil din contul extinderii asortimentului de produse, asupra c rui fapt au indicat circa $\frac{1}{3}$ (31,6%) din antreprenori. O astfel de dezvoltare deseori este de scurt durat i nu este cauzat de inova ii majore în afaceri [23].

- Printre *principalele probleme ale antreprenorilor, legate de resursele limitate* (potrivit datelor a.2011) pe locul 1 – accesul limitat la sursele de finan are (73,3% din responden i), pe locul 2 – problemele de personal (45,9%). Printre *procedurile de reglementare, care împiedic dezvoltarea afacerilor*, antreprenorii au indicat mai frecvent asupra Impozit rii mediului de afaceri (64,0% din responden i) i Inspec iilor i controalelor activit ii (58,8%). Aceste probleme sunt identificate, practic, în rezultatul tuturor chestion rilor în decursul ultimilor 15 ani. În general, antreprenorii evalueaz mai curând negativ schimb rile mediului de afaceri, totodat p strându- i optimismul social. [24].

- Una dintre cele mai importante caracteristici ale antreprenorilor moldavi este strategia de creștere lentă, orientată asupra activității într-un mediu de afaceri nefavorabil. În special, antreprenorul întotdeauna trebuie să posede rezerve financiare și de timp. În rezultat, o parte din resurse sunt "lipsite de viață". Acest lucru afectează nu numai performanța financiară a întreprinderilor și încetinește ritmul de dezvoltare, dar, de asemenea, afectează în mod negativ perspectivele de afaceri. Mai mult decât atât, chiar dacă se îmbunătățește climatul de afaceri, strategiile antreprenoriale rapide nu pot fi schimbate. [4].

- O parte din antreprenori (cel puțin 1/3) și în prezent nu consideră inovarea ca un important avantaj competitiv și nu manifestă activitate inovativă suficientă. Inovațiile, care sunt realizate la întreprinderi, sunt orientate în mare parte asupra extinderii asortimentului de produse (la 62% din întreprinderile, care au implementat inovații); relativ mai rar sunt implementate inovații serioase – utilaje și tehnologii moderne, sisteme de management a calității, etc. [49; 22].

- Doar 17,9% din antreprenori sunt membri ai AA. Însă, majoritatea antreprenorilor conștientizează necesitatea cooperării și integrării eforturilor: 81,3% din antreprenori consideră dezvoltarea nesatisfăcătoare a asociațiilor drept o problemă pentru dezvoltarea afacerii lor [23].

- Majoritatea absolută a respondenților (93,5%) consideră dezvoltarea dialogului cu OAP important pentru afacerea lor. Însă, mulți dintre ei, sunt convinși, că autoritățile nu sunt interesate în dezvoltarea dialogului, nu respectă antreprenorii și această situație continuă de mai mulți ani. Prin urmare, dialogul este formal, din partea autorităților este doar o imitație a acestuia [23].

- Lipsa de încredere este o problemă pentru 79,2% din antreprenori, inclusiv pentru 43,5% - o problemă semnificativă [24]. 19,4% dintre respondenți au indicat, că consolidarea

încrederii reciproce dintre mediul de afaceri și OAP este o condiție necesară pentru dezvoltarea dialogului cu autoritățile.

- La majoritatea absolută a IMM-urilor (85%) lipsește organizația sindicală, la 6% din IMM-uri membri ai sindicatelor sunt mai puțin de jumătate din salarii [24].

Principalele caracteristici ale micului antreprenor modern din Republica Moldova, specificul activității lui, precum și parametrii de bază ai întreprinderilor pe care aceștia le dețin/administrează, sunt prezentate în tabelul 8.

Tabelul 8. Caracteristicile de bază ale micilor antreprenori din Republica Moldova și caracteristicile activității lor, aa.2009-2012

Lista caracteristicilor de bază	Caracteristicile caracteristicilor de bază
1	2
Caracteristicile socio-demografice ale antreprenorilor	
Gen	Bărbați (72,5%) [1]
Vârstă	Vârsta medie 45 de ani. Domină categoriile: 45-54 de ani (30,7%) și 35-44 de ani (29,5%). În total până la 45 de ani – 52,2%; peste 55 de ani – 17,1% [1]
Studii	Superioare - 67,9%; medii speciale - 20,2% [1]
Tipul locului de trai	Urban - 83,2% [1]
Statutul la întreprindere	Proprietar și concomitent manager - 67,0% [1]
Etapa de inițiere și instituire a afacerilor	
Experiența anterioară de activitate	Salariat la o altă întreprindere/organizație (62,8%); cu experiență în desfășurarea afacerii (12,6%). [1]
Modul de creare	Instituirea noii întreprinderi - 87,4%. [1]
Sursa capitalului inițial	Economiile personale ale antreprenorilor (74,2%) [1]
Scopul afacerii	Creșterea afacerii, care se realizează în principal din contul volumului de producție și extinderea asortimentului de produse (31,6%) [23]

1	2
<i>Probleme actuale, strategia și așteptările antreprenorilor</i>	
Principalele probleme, legate de resurse	- Insuficiența finanțării (73,3%), condiționată de rata înaltă a dobânzii pentru credit și costul ridicat al procedurii de eliberare a creditului (82,8%); - Probleme de personal (45,9%), condiționate de insuficiența calificării (57,8%) și complexitatea cererii personalului necesar (37,8%) [24]
Strategia de activitate	Se bazează în principal pe forțele proprii (fără susținerea instituțiilor de piață), au întotdeauna o rezervă de finanțe și de timp; ca rezultat – dezvoltarea lentă a afacerilor [4]
Activitatea inovativă	Doar la 61% din întreprinderi în decursul ultimilor 2 ani au fost elaborate și implementate diferite forme de inovații. Domină inovațiile de nivel relativ scăzut, orientate asupra extinderii asortimentului de produse [49]
Evaluarea mediului de afaceri și așteptările	Relativ mai frecvent – evaluarea negativă a mediului de afaceri: Întruțirea situației – 35,4%; îmbunătățirea – 24,4%, fără schimbări – 27,6%; [24]. Totodată, așteptările sunt optimiste: îmbunătățirea situației – 39,5%; întruțirea – 21,0%; fără schimbări – 13,7% [24].
<i>Relațiile cu OAP, partenerii și salariile</i>	
Atitudinea față de procedurile de reglementare	Principalele bariere: problemele, legate de impozitare (64,0%), inspecțiile și controalele activității întreprinderii (58,8%) [24].
Dialogul IMM-urilor cu OAP și autorități	IMM-urile consider dezvoltarea dialogului cu OAP important pentru afacerea lor (93,5%) [23].
Încrederea mediului de afaceri față de OAP și autorități	Lipsa de încredere este o problemă pentru 79,2% din antreprenori, inclusiv pentru 43,5% - o problemă importantă [24].
Consolidarea comunității de afaceri	Doar 17,9% din antreprenori sunt membri ai asociațiilor de afaceri [23].
Existența la întreprindere a organizației sindicale	La 85% din IMM-uri lipsește organizația sindicală [24].

1	2
Profilul întreprinderilor	
Dimensiunea afacerii	Întreprinderi micro (77%), mici – 20%; mijlocii – 3% [7]
Termenul de activitate al întreprinderii	Activează mai mult de 5 ani (50,5%); 3-5 ani (25,1%); 1-2 ani (22,1%) [1]
Genuri de activitate*	Comerțul cu amănuntul și cu ridicata (41,0%), industria prelucrătoare (10,2%), transportul (6,8%), construcțiile (5,5%), agricultura (5,1%) [7]
Exportul de bunuri/servicii	12,7% din întreprinderi sunt implicate în activitatea de export [1]

Sursa: elaborat de autor în baza chestionării și interviurilor cu antreprenorii [1; 4; 7; 23; 24; 49]

Schimbarea caracteristicilor antreprenorilor în ultimii ani. Au fost identificate unele schimbări ale calităților și activităților antreprenorilor, care s-au produs în perioada reformelor economice.

În primul rând, *s-a majorat vârsta medie a antreprenorilor.* Aceasta este o problemă serioasă pentru economia Republicii Moldova, deoarece mărțurisește despre reticenta tinerilor de a înființa afaceri proprii. Cei mai activi prefer să plece peste hotare în căutarea locurilor de muncă sau să emigreze.

În prezent *o parte din IMM-urile din Republica Moldova nu consideră inovațiile un factor important pentru competitivitate și nu se ocupă sistematic de dezvoltarea afacerii.* Dar, necâtând la aceasta, activitatea inovativă a antreprenorilor a crescut. Astfel, conform rezultatelor chestionării, realizate în anii 1996-1997, doar la 39% din IMM-uri au fost elaborate și/sau implementate inovații. Toate întreprinderile chestionate se ocupau de extinderea asortimentului de produse, și doar o mică parte din ele (15%) implementau inovații serioase. La 61% din întreprinderi nu au avut loc nici un fel de schimbări, legate de dezvoltarea sistemului de producție sau management [49; 11]. Cercetările,

realizate în anii ulteriori, au demonstrat creșterea numărului de IMM-uri, care au elaborat și implementat inovații. În anul 2010 la 61% din întreprinderi în ultimii 2 ani au fost elaborate și implementate inovații. Relativ mai frecvent la întreprinderi s-a realizat extinderea asortimentului de produse (62%). 52% din antreprenori au indicat privitor la introducerea de noi tipuri de utilaje și tehnologii. La 30% din întreprinderi au avut loc schimbări în sistemul de management. În același timp 33% din cei intervievați nu au elaborat și nu au implementat nici un fel de inovații [49; 22]. În sfârșit, inovații în condițiile de piață nu este posibilă creșterea durabilității competitivității [40].

S-a schimbat *importanța principalelor probleme ale IMM-urilor*, asociate cu resursele. Timp de mai mulți ani, pe primul loc se menține problema costurilor surselor de finanțare, înșpe al doilea loc în anii '90 au fost complexitatea accesului la utilaje și spații. În ultimii ani locul doi este ocupat în mod stabil de problema asociată cu personalul, pe care antreprenorii o caracterizează prin lipsa/insuficiența de personal calificat (57,8%), complexitatea costurilor (recrutării) personalului necesar (37,8%), precum și prin cheltuieli ridicate pentru remunerarea muncii – 34,8% [24].

Necăsând la desfurarea limitată a *proceselor de cooperare și integrare a IMM-urilor, precum și de dezvoltare a AA*, un număr tot mai mare de antreprenori în eleg *importanța consolidării comunității de afaceri*, care permite de a proteja și realiza lobby-ul intereselor lor. Înșpe, până în prezent, doar 17,9% din antreprenori sunt membri ai AA. [24].

S-a schimbat *atitudinea unei părți din antreprenori față de OAP și autoritățile*, antrenate în reglementarea și susținerea mediului de afaceri. Dacă la începutul-mijlocul anilor '90, printre micii antreprenori, în adresa OAP, se vehicula cu ideea: „nu trebuie să ne ajute, important – să nu ne încurce”, atunci, în prezent, antreprenorii au tot mai multe cerințe față de autorități. Ei conștientizează necesitatea de realizare a dialogului, considerându-l important pentru dezvoltarea afacerii

(93%); lipsa credibilității dintre mediul de afaceri și autorități este considerat ca fiind o problemă importantă de către majoritatea antreprenorilor (79,2%).

Principalele rezultate

1. În ultimele decenii, rolul IMM-urilor a crescut semnificativ, ca urmare a unui ir de premise, în special: (a) creșterea rapidă a nevoii de servicii, care se dezvoltă în principal în sectorul MB, (b) diversificarea cererii, ceea ce presupune orientarea spre o nișă îngustă de piață; (c) elaborarea și implementarea noilor tehnologii, care se realizează cel mai eficient în sectorul MB, (d) ponderea ridicată a omerilor, pentru care crearea IM este de multe ori singura modalitate de a obține un venit minim, (e) realizarea politici publice specifice pentru susținerea dezvoltării IMM-urilor, etc.

2. În baza analizei literaturii științifice a fost identificat specificul IMM-urilor. S-a remarcat faptul, că întreprinderile mici sunt un fenomen calitativ diferit, care se deosebește nu doar prin dimensiunile mici ale afacerii. La cele mai importante caracteristici calitative ale IM au fost raportate următoarele: (1) unicitatea dreptului de proprietate și administrare, în care, funcțiile de bază ale managementului IM sunt concentrate în mâinile unui număr mic de angajați; (2) relațiile personalizate dintre proprietar/manager și angajați, care au un caracter informal, deseori chiar "patriarhal"; (3) cauzele, care au provocat inițierea afacerii, care includ, de rând cu orientarea spre profit, încă două cauze suplimentare: tendința spre independență / dorința de autorealizare, precum și - necesitatea de asigurare a unui venit minim pentru familia sa; (4) accesul limitat la toate tipurile de resurse, în special, la sursele de finanțare; (5) nivelul ridicat de risc, deoarece IM, spre deosebire de cele mari, nu sunt capabile de a

influența asupra mediului extern, care într-o economie de piață este întotdeauna caracterizat de incertitudine.

3. Analiza economică și susținerea de stat a dezvoltării sectorului IMM necesită o definiție clară a criteriilor sale cantitative. Selectarea criteriilor pentru IMM-uri în fiecare țară depinde, în primul rând, de 3 factori: (1) posibilitățile existente ale statului de a susține acest sector – cu cât mai multe posibilități, cu atât mai mare este și nivelul cantitativ al criteriilor, (2) structura sectorială a economiei, și anume, predominanța genurilor de activitate, care se realizează preponderent la întreprinderile de dimensiuni mari sau mici; 3) intențiile conducerii țării de a se integra în asociația regională a statelor, fapt care permite de a aplica diverse standarde, norme și alți indicatori utilizați în cadrul asociației.

4. Sectorul IMM reunește un număr mare de întreprinderi și antreprenori, care se deosebesc semnificativ după diferite clasificări. Cele mai răspândite sunt categoriile de IMM-uri, care diferă: după dimensiunea afacerii; după genul de activitate și forma de proprietate; după regiuni și localizarea afacerii; în funcție de gen, etc. Clasificarea IMM-urilor este foarte importantă atât din punct de vedere teoretic – pentru un studiu mai detaliat al IMM-urilor, cât și pentru elaborarea de politici de dezvoltare a acestui sector.

5. În baza rezultatelor chestionarelor și interviurilor cu antreprenorii din Republica Moldova autorul a dezvoltat ideea privind antreprenorii ”constrâniți”, care nu au calități antreprenoriale și nu sunt caracterizați printr-un comportament antreprenorial. Pentru ei afacerile sunt o necesitate, legată de obținerea unui venit minim. Pentru identificarea antreprenorilor ”constrâniți” au fost utilizate următoarele caracteristici de clasificare: (1) existența la cei intervievați a potențialului (calităților) antreprenorial, și (2) realizarea acestui potențial, adică, comportamentul lor antreprenorial. Potențialul antreprenorial a fost evaluat luând

în considerare (a) capacit țile de afaceri ale antreprenorului și (b) cauzele, care au provocat implicarea lui în afaceri; comportamentul antreprenorial - în baza (a) scopului activit ții antreprenoriale și (b) activit ții inovaționale a întreprinderii.

6. Clasificarea antreprenorilor, efectuat în baza datelor empirice, a permis de a concluziona, c nu mai puțin de 11% - sunt antreprenori "constrân i", care nu au calit țile necesare de afaceri; aproximativ 10% din antreprenori au calit ți i comportament antreprenoriale pronunțate (aceștia sunt antreprenorii "cu vocație"); ceilalți (antreprenori "ocazionali"), în categoria c rora într majoritatea dețin torilor de IM – unele caracteristici ale potențialului și comportamentului lor se manifest într-o m sur mai mic sau mai mare, în funcție de condițiile externe și interne predominante. Clasificarea antreprenorilor a ar tat diferențe semnificative între categorii, posibilit ți și probleme, care trebuie s fie luate în considerare atât la elaborarea politicii statului, cât și în planurile de afaceri ale organizațiilor, care susțin micile afaceri.

7. Pentru un studiu mai detaliat al specificului întreprinderilor și antreprenorilor mici în ț rile cu economiile în curs de dezvoltare/în tranziție a fost elaborat "portretul" model al micului antreprenor din R.Moldova, care reflect caracteristicile social-demografice, specificul etapelor de inițiere și constituire a MB, obiectivele, problemele, a tept rile și strategia antreprenorilor, relațiile cu partenerii și instituțiile publice. Au fost identificate principalele schimb ri ale "portretului" antreprenorului în decurs de 15 ani. Analiza realizat a condus la concluzia, c în ț rile cu economii în tranziție, în ultimii ani, și îns i antreprenorul, și activitatea IMM-urilor au suportat unele modific ri. Cu toate acestea, chiar și în prezent, în imaginea și în activitatea micului antreprenor continu s se p streze

multe caracteristici, care nu sunt caracteristice unei economii de piață dezvoltată, care împiedică dezvoltarea afacerilor, inclusiv există antreprenori, care sunt „constrânși” să se ocupe de afaceri.

8. Trăsăturile IMM-urilor și antreprenorilor în țările cu piața emergentă, în exemplul Republicii Moldova, pot servi drept argumentare pentru persoanele, implicate în elaborarea și realizarea politicilor de susținere a IMM-urilor, precum și pentru protejarea și realizarea lobby-ului intereselor micilor antreprenori de către reprezentanții comunității de afaceri.

Bibliografie

1. Aculai, E. *Condi iile de creare i dezvoltare a întreprinderilor: analiz prin prisma de gen* / Ed.board: Cara, O., Cescocova, N. et al. Statistica Moldovei, UNDP, UNIFEM. Chi in u: Nova Imprim SRL, 2009. - 92 p. ISBN 978-9975-9792-9-0. [Accesat 15.02. 2013]. Disponibil: http://undp.md/presscentre/2009/Statistics_24Dec/block_Bussines_ROM_17-12-2009_NEW_NEW.pdf

2. Aculai, E. Contribu ia sectorului întreprinderilor mici i mijlocii la dezvoltarea economic regional . În: *Dezvoltarea întreprinderilor mici i mijlocii: contribu ie, provoc ri i direc ii de perspectiv* / Aculai E., Vinogradova N., Percinschi N., Novac A., Clipa V. – Chi in u, IEFS, 2012. ISBN 978-9975-4381-2-4, p. 24-85.

3. Aculai E., Rodionova N., Vinogradova N. Women business owners in Moldova: proprietors or entrepreneurs? În: *Enterprising Women in Transition Economies* (eds. F. Welter, D. Smallbone and N. Isakova). England, Ashgate Publishing Ltd, 2006. ISBN 0-7546-4232-1, p. 67-91.

4. Aculai E., Vinogradova N., Welter F. How to be successful in an adverse business environment: Knitwear Factory in Moldova. În: *Innovation and Entrepreneurship: Successful Start-ups and Businesses in Emerging Economies* (eds. R.Aidis and F.Welter) - Edward Elgar Publishing Inc., UK-USA, 2008. ISBN 978 1 84542 973 7, p.89-104.

5. Birch, David L. *The Job Generation Process. Cambridge, Mass.: MIT Program on Neighborhood and Regional Change, 1979. - 295 p.*

6. Bizaguet A. *Le grand marche europeen de 1983.* – P.: PUF, 1990 – 127p.

7. BNS RM. *Banca de date statistice Moldova.* [Accesat 02.05. 2013]. Disponibil: <http://statbank.statistica.md/pxweb/Database/RO/databasetree.asp>.

8. Bolton J.E. *Small firms: Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*, London: Her Majesty's Stationery Office, 1971.

9. Bugaian L., Catanoi V., Cotelnic A., alt. *Antreprenoriat: ini ierea afacerii*, Chi in u: Editura Angela Levinta, 2010. 344 p. ISBN 978-9975-9649-4-4.

10. Bugaian L., Ro covan M., Solcan A., Todira cu . *Cum s - i îniin ezi o afacere. Ghid practic pentru antreprenori*. Chi in u: Multi Art-SV SRL, 2010. ISBN 978-9975-4089-1-2. 228 p.

11. *Businessul mic in Moldova. Starea, evolutia, problemele si necesitatile de sustinere* / elab.de Aculai E., N. Rodionova, T.Poliveannaia. - Ministerul Economiei si Reformelor din RM, Institutul de Cercetari Stiintifice in domeniul Informarii Tehnico-Economice, Chisinau, 1999.

12. *Competitivitatea i dezvoltarea sectorului privat, Republica Moldova 2011: Încurajarea dezvolt rii sectorului IMM* / elab.de N.Philiponner, L.Mechelen et.al.- Chi in u, OCDE, 2011. ISBN 978-9975-4235-5-7. 112 p.

13. Cotelnic A. *Asigurarea competitivit ii firmei prin educa ia antreprenorial* . Analele ASEM, Ed.a IX-a. Chi in u, 2011, p.25-30.

14. Cotelnic, A. *Schimb rile organiza ionale i impactul acestora asupra culturii antreprenoriale*. – Chi in u: ASEM, rev. Economica nr.3 (63), 2008, p.20-25.

15. *Cross-border Cooperation and Partnership in selected NIS countries and the Consequences of EU-Enlargement: Fostering Entrepreneurship in the Ukraine, Belarus and Moldova*. National Report for Project, Coord. of project D.Smallbone, Leader of moldovan team of researchers E.Aculai, 2005-2007, no. INTAS 04-79-6991.

16. *Emerging Entrepreneurship and SME policy development in the BSEC after the economic crises*. /Edited by A.Szabo & Aysegul Cetin. Konrad Adenauer Stiftung, Turkey, 2012. ISBN 978-975-7968-99-3. [Accesat 10.01. 2013]. Disponibil: www.kas.de/wf/doc/kas_30711-1522-2-30.pdf?120411085336.

17. Eurofound. *Restructuring in SMEs in Europe*, Publications Office of the European Union, Luxembourg / Irene Mandl, based on national contributions, 2013. [Accesat 10.06. 2013]. Disponibil:

<http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/47/en/1/EF1247EN.pdf>

18. European Commission. *Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises*, 2003/361/EC [Accesat 02.05. 2013]. Disponibil: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EN:PDF>

19. *Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Example of Ukraine, Moldova and Uzbekistan*. National Report for Project, Coord. of project F.Welter, Leader of moldovan team of researchers E.Aculai, 2001-2003 no. INTAS 00-0843.

20. Gorobievski. S. *Micul business în Republica Moldova, în contextul managementului comparat*. Conf. interna . ASEM. Rolul tiinei ei i înv mntului economic în realizarea reformelor economice din Republica Moldova”, Chi in u, 25-26 septembrie, 2003, Vol.II, p. 725-728.

21. Grigore Ana-Maria. *Managementul micilor afaceri*. Universitatea “Hyperion” din Bucure ti. Ministerul Educa iei, Cercet rii, Tineretului i Sportului. 2011.

22. IEFS. Raport tiin ific. „*Identificarea problemelor principale ale ÎMM din Moldova i elaborarea materialelor metodice pentru crearea i dezvoltarea clusterelor*” Proiect de cercetare aplicat A M 10.817.08.04 ., Director de proiect E.Aculai, Chi in u, 2010. – 121p.

23. IEFS. Raport tiin ific. „*Perfec ionarea politicii de dezvoltare a întreprinderilor mici i mijlocii i consolidarea parteneriatului între business i organele administra iei publice*”. Proiect de cercetare aplicat A M 11.817.08.29 . Etapa a. 2011: *Analiza formelor existente de organizare a dialogului dintre ÎMM i organele administra iei publice, identificarea mecanismelor de consolidare a acestui dialog la diferite nivele de administrare*, Director de proiect E.Aculai, Chi in u, 2011. - 167 p.

24. IEFS. Raport tiin ific. „*Perfec ionarea politicii de dezvoltare a întreprinderilor mici i mijlocii i consolidarea*

parteneriatului între business și organele administrației publice”. Proiect de cercetare aplicat A M 11.817.08.29 . Etapa a. 2012: *Evaluarea posibilităților și formelor preferențiale de parteneriat social între IMM și organele administrației publice, dezvoltarea responsabilității sociale a întreprinderilor*, Director de proiect E.Aculai, Chișinău, 2012. – 155p.

25. Jerschina J. *Political Stabilisation and Foreign Investment Risk in Russia and 11 Countries of Eastern and Central Europe. A comparative analysis of political and economic attitudes on the basis of cross-national surveys*, paper presented to the Wapor Annual Conference, Mai, 1996.

26. Julien P. A., M. Marchesnay, *La petite entreprise*, Vuibert, Paris, 1988, p. 21.

27. Kirchoff B.A. *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism*. Westport, Conn.: Praeger, 1994.

28. Landström H. 1997 Award Winner. Arnold C. *Cooper's Contributions to Entrepreneurship and Small Business Research. Global Award for Entrepreneurship Research*. [Accesat 31.05.2013]. Disponibil: http://www.e-award.org/web/1997_Arnold_C_Cooper.aspx

29. Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii: nr. 206 din 07.07.2006. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2006, nr. 126-130.

30. *Managementul afacerilor mici și mijlocii*. coord. C.Rusu – Chișinău: Ed. Logos, 1993. – 549 p.

31. Nahlik W. *Mittelsländische Unternehmen als Kreditnehmer/ Bank*. – Köln, 1989. – nom.11. – 3628 – 634.

32. Nicolescu O. *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii – concepte, metode, aplicații, studii de caz*, Editura Economică, București, 2008.

33. Nicolescu O., C. Nicolescu, *Intreprenoriatul și Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Economică, București, 2008, p.23.

34. Nielsen S. L., Klyver K., Evald M. R. and Bager T. *Entrepreneurship In Theory And Practice*. - Edward Elgar Publishing Inc., UK-USA, 2013.

35. Ogarc R. Cap.5. Managementul IMM urilor. În: *uno tin e de specialitate pentru examenul de licen* . Programul de studiu:Management. - Coordonat de Cr ciun Liviu i Ogarc Radu. - Universitatea din Craiova. Craiova, 2012.

36. Penrose, E.T. *The Theory of the Growth of the Firm*, BasicBlackwell, London, 1959.

37. Petrin T., Vahcic A., Financial Systems for Restructuring the Yugoslav Economy. In: *Kessides C., King T., Nuti D.M., Sokil C. (eds.) Financial Reforms in Socialist Economies*. Florence: European University Institute, 1989.

38. Ro ca . *Economia întreprinderii / Manual*. hi in u, ULIM, 2004.

39. Scase R. *The Role of Small Businesses in the Economic Transformation of Eastern Europe: Real but Relatively Unimportant?*, International Small Business Journal, vol.1, pp.13-21.

40. Sîrbu I., Du S. *Managing The Process Of European Integration Of Small And Average- Sized Companies In Today's Economy*. [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: http://ideas.repec.org/a/bac/fsecub/11_12-16_17-26.html

41. Sîrbu I., Du S. *Strategii i politici de dezvoltare a mediului de afaceri în rela iile de pia* . În: Rev. Economica, nr.1 (75), 2011, p.62-69.

42. Smallbone D. *Foreign direct investment and SME development: Some policy issues for transition and developing countries*. [Accesat 15.06. 2013]. Disponibil: <http://yearbook.unwe.bg/2007/2.pdf>

43. Smallbone, D.; Welter, F.; Isakova, N.; Clochko, Iu.; Aculai, E.; Slonimski, A. *Identifying the support needs of small enterprises in Ukraine, Belarus and Moldova to develop an agenda for Policy at the national and regional levels*. Final report of a project funded under the EU Tacis programme (contract no. Tacis-

Ace T95-4139, 1996-1999). Coord. of project David Smallbone. Enfield, UK: Centre for Enterprise & Economic Development Research, 1999 (leader of moldovan team of researchers E.Aculai).

44. Storey D.J. *Entrepreneurship and the new firm.* – L., Croom Helm, 1982.

45. Szabo Z. *The impact of the crisis on the SME sector in Romania. The back-up of innovation and entrepreneurship development.* Romanian Journal of Economics, 2011-2-5. . 90-108.

46. Torres O., *Les PME, Dominos.* Evreux : Flammarion., 1999.

47. U.S. *Small Business Administration. Small Business Act,* [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: <http://www.sba.gov/about-sba-services/7590/561121>, www.sba.gov/size.

48. . . :
 . – . , 1995, . 157-169.

49. , E. . În:

« :
 » (, ,
2-3 , 2011). 001.92+330.1, p.121-122.

50. . P . Rev. Studii
Economice. ULIM. Nom. 1-2 (iunie) 2011, p. 103-109.

51. . :
« -89», 1998. – ISBN 5-86894-149-7. - 336 .

52. :
90- . – :
(- 90-) - , 1997.
– 65.292 20, . 366-375.

53. . . . - : (. . . . -) - , 1997. - 65.292 20, .7-21.
54. : - , 1997. - ISBN 5-86225-316-5. - 608 .
55. : « » - : (. . . . - 90-) - , . - 65.292 20,,1997, .264-280.
56. , , , , : , Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung, Essen, Germany, 2003.
57. : : (. . . . - 90-) - , 1997.- 65.292 20, .138-147.
58. , 1976. - 390 .
59. , , : - , 1991.
60. : În: « : , , »

» (, , 2-3 , 2011).
001.92+330.1, p.138-141.

61. . . , . . .
« »: ,
« », 1993.

62. - .
- ,
, 2012.

63. . .
« », 2007-2013, «
», . , 12-16.09. 2011.

64. . .
III -
, , 20-21 2012 .
- , 2012,
.39 [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: <http://www.e-edu.by/main/departments/business/conference/conference.pdf>

65. / . « »
(: . – ISBN 5 88055-019-2, 1998. – 352 .) . –

66. . .
, . 3, 2010 . [Accesat 25.05. 2013].
Disponibil:
http://www.auditfin.com/fin/2010/3/10_14/10_14%20.pdf

67. . - .:
: (-
90-)/ , 1997. – 65.292 20, .236-251. 3. -

68. : 5-
- . - : « » , 1996. – ISBN 5-900727-11-4, .71-110.
69. , - , No3(21)–2012 . [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: <http://ecsocman.hse.ru/hsedata/2012/10/11/1246963414/2.pdf>
70. , 1995. – ISBN 5-900727-08-4, . 170-181.
71. : - : , 1993-352 . – ISBN 5-7133-0614-3
72. " -2009" (GEM). « » 17 (5095) [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: http://www.nisse.ru/business/interview/interview_369.html
73. ? (). : , .2 (14), 2012, .102-124.
74. : , 2007 . [Accesat 25.05. 2013]. Disponibil: <http://www.samorodok.org/schum.pdf>

75. , .
 (, .) . : , 1982. -
 455 .
 76. , . . :

[Accesat 15.05. 2013].

Disponibil: <http://www.mathnet.ru/links/831614b3987fb547574248856a247137/ufn2572.pdf>

Complexul Editorial....