



CAPITOLUL 1 DIMENSIUNEA ȘI STRUCTURA EȘANTIONULUI DE IMM-URI

Cercetarea a fost realizată prin investigarea pe bază de chestionar a unui număr de 826 companii- micro, mici și mijlocii - din toate ramurile de activitate, categoriile de vârstă și regiunile de dezvoltare, eșantion considerat reprezentativ pentru obiectivele cercetării și situația sectorului de întreprinderi mici și mijlocii din România.

Având în vedere **vârsta IMM-urilor** care au făcut obiectul anchetei, unitățile economice mai vechi de 15 ani dețin cea mai mare proporție (30,87%), fiind urmate de companiile de 5-10 ani (24,21%), organizațiile de 10-15 ani vechime (23,24%) și întreprinderile înființate în ultimii 5 ani (21,67%). Vezi figura 1.1.

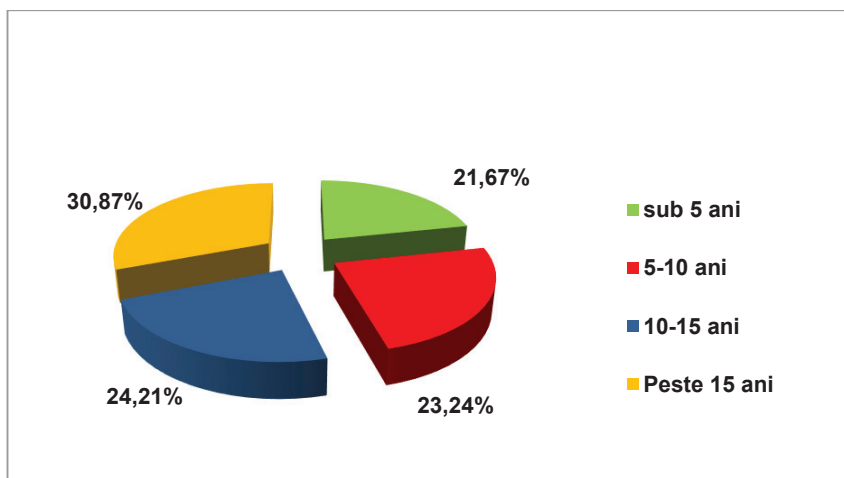


Figura 1.1
Structura eșantionului în funcție de vârsta întreprinderilor

Repartiția firmelor mici și mijlocii pe **regiunile de dezvoltare din România** este următoarea (figura 1.2): regiunea Sud – 23,73%, regiunea Sud Vest – 20,58%, București-Ilfov – 19,37%, regiunea Sud Est – 11,99%, regiunea Nord Vest – 10,90%, regiunea Nord Est – 6,17%, regiunea Centru – 5,93% și regiunea Vest – 1,33%.

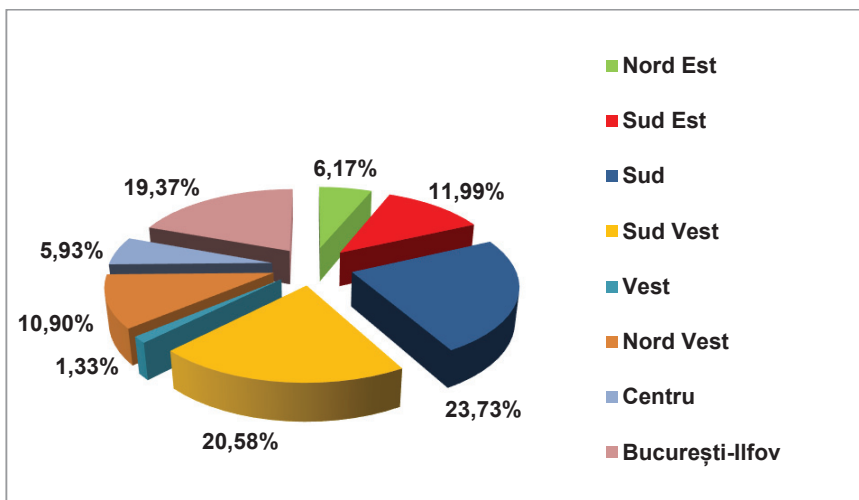


Figura 1.2

Structura eșantionului pe regiuni de dezvoltare

Luând în considerare **dimensiunea întreprinderilor**, după cum se observă și în figura 1.3, microfirmele reprezintă 75,42% din totalul IMM-urilor investigate, organizațiile mici au o pondere de 15,13%, iar companiile de mărime medie dețin un procent de 9,44%.

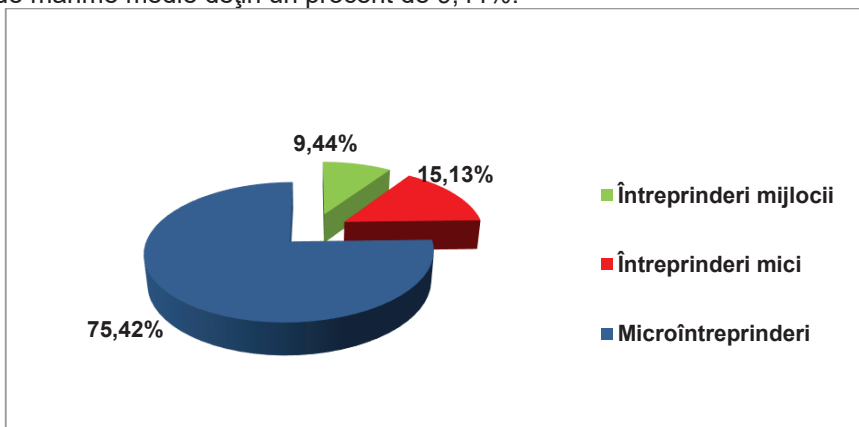


Figura 1.3

Structura eșantionului în funcție de dimensiunea companiilor

În ceea ce privește **forma de organizare juridică a agenților economici** (figura 1.4.), 80,99% din entități sunt societăți cu răspundere limitată, 10,77% dintre IMM-uri au diverse forme juridice, iar 8,23% din companii sunt societăți pe acțiuni.

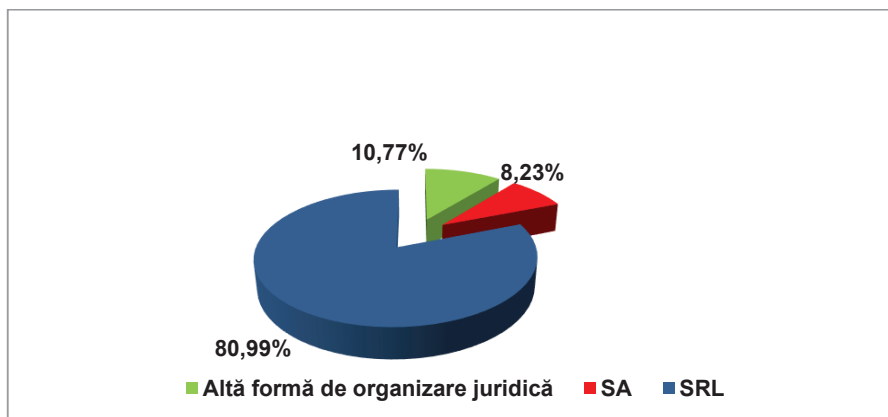


Figura 1.4

Structura eșantionului în funcție de forma juridică a IMM-urilor

Dacă încadrăm întreprinderile pe **ramuri de activitate**, eșantionul de IMM-uri are următoarea structură: 45,88% dintre companii sunt industriale, 25,67% din firme aparțin sectorului comerțului, 21,79% dintre unitățile economice activează în servicii, 2,66% din organizații operează în domeniul transporturilor, 2,54% își desfășoară activitatea în construcții și 1,45% dintre entități sunt din turism. Multe dintre organizații vizează mai multe domenii de activitate, datorită faptului că se focalizează pe identificarea și valorificarea oportunităților de afaceri, care reprezintă o caracteristică de bază a IMM-urilor atât în România cât și în alte țări. Menționăm că pentru fiecare firmă a fost luat în considerare codul CAEN al domeniului de activitate principal. Reprezentarea grafică a distribuției IMM-urilor pe ramuri de activitate este realizată în figura 1.5.

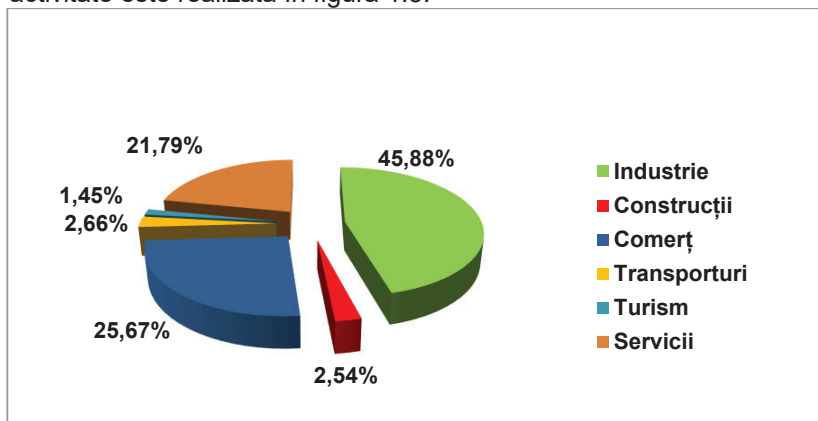


Figura 1.5

Structura eșantionului pe domenii de activitate

În legătură cu modul de derulare a analizei pe bază de chestionar trebuie făcute următoarele **precizări de ordin metodologic**:

Deoarece printre obiectivele anchetei se numără identificarea unor elemente de esență pe baza cărora se operaționalizează afacerile, aspectelor pozitive și negative ale funcționării IMM-urilor, percepțiilor întreprinzătorilor/ managerilor cu privire la mediul economic, vulnerabilităților activităților etc., **ancheta nu s-a proiectat în varianta proporțională**, care presupune reproducerea în eșantion a proporțiilor tipologiilor din populația de referință. Astfel, de exemplu, dacă s-ar fi utilizat metoda cotelor proporționale, ar fi trebuit să fie selectate și incluse în eșantion peste 90% microîntreprinderi, din care aproximativ 40% să activeze în sectorul serviciilor. O astfel de structură de investigare ar fi avut un grad de relevanță scăzut, deoarece comportamentul microîntreprinderilor care își desfășoară activitatea în servicii este relativ similar din punct de vedere managerial, investițional, al resurselor umane, etc., și în schimb, ar fi existat prea puține informații din zone de activitate CAEN în care operează un număr mai redus de firme. Din acest motiv **s-a preferat varianta de sondaj de tip stratificat - optim**, prin care s-a redus în cadrul eșantionului ponderea straturilor omogene (de exemplu întreprinderi care au ca obiect de activitate serviciile) și s-a majorat în schimb ponderea straturilor eterogene (de exemplu s-a suplimentat în compensație stratul firmelor cu activitate industrială). Această modalitate de construcție a eșantionului **asigură o calitate mai bună a informațiilor și un grad superior de cunoaștere a realităților investigate**.

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



ASPECTE SEMNIFICATIVE

- Eșantionul prezentat, prin dimensiunile sale - 826 de întreprinderi mici și mijlocii - este semnificativ pentru România.
- Distribuția pe grupe de vârstă este echilibrată, cea mai redusă proporție de firme fiind deținută de întreprinderile înființate în ultimii 5 ani (21,67%), iar cea mai mare pondere de IMM-uri investigate consemnându-se în rândul organizațiilor mai vechi de 15 ani (30,87%)
- Eșantionul cuprinde companii din toate cele 8 regiuni de dezvoltare ale României, firmele din regiunea de Sud având ponderea cea mai ridicată (23,73%).
- Microîntreprinderile dețin în cadrul eșantionului o pondere mai redusă decât în economia României, pentru a permite analiza unui număr mai ridicat de subiecți din cadrul firmelor mici și IMM-urilor de dimensiune medie.
- SRL-urile reprezintă marea majoritate a întreprinderilor mici și mijlocii din eșantion (80,99%).
- Numărul firmelor din industrie, comerț, servicii, transporturi, construcții și turism formează eșantioane reprezentative pe fiecare domeniu de activitate.
- Ancheta a fost proiectată în varianta de sondaj de tip stratificat - optim, în vederea asigurării unei mai bune calități a informațiilor și a unui grad superior de cunoaștere a realităților investigate.
- Eșantionul de IMM-uri investigat este reprezentativ pentru România, ca mărime și structură, asigurând un suport informațional adecvat formulării de constatări și concluzii temeinic fundamentate.

**ROMÂNIA ARE
NEVOIE DE OAMENI
CU ÎNCREDERE ÎN EI.
ȘI DE O BANCĂ
PREGĂTITĂ SĂ-I
SUSȚINĂ.**

oamenicuincredere.bcr.ro

BCR 



CAPITOLUL 2 CARACTERISTICILE ESENȚIALE ALE ÎNȚREPRINZĂTORILOR INVESTIGAȚI

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

Potrivit cercetării noastre, întreprinzătorii români prezintă următoarele caracteristici:

Pe grupe de vârstă, cele mai ridicate procentaje le dețin întreprinzătorii de 45-60 de ani (39%) și cei de 35-45 de ani (27,91%), iar la polul opus se află respondenții care au sub 25 de ani (1,79%). De asemenea, vârsta medie a întreprinzătorilor este de 45,55 ani la nivelul eșantionului, 46,75 ani pentru persoanele de sex masculin și de 43,30 ani pentru femei. Structura pe vârste este favorizantă dezvoltării sectorului de IMM-uri, întrucât aproximativ 1/2 din întreprinzători au mai puțin de 45 de ani, având deci în față cel puțin două decenii de activitate întreprenorială. În acest context, menționăm și ponderea ridicată (20,21%) a întreprinzătorilor tineri, cu vârste cuprinse între 25 și 35 ani. Detalii în figura 2.1.

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

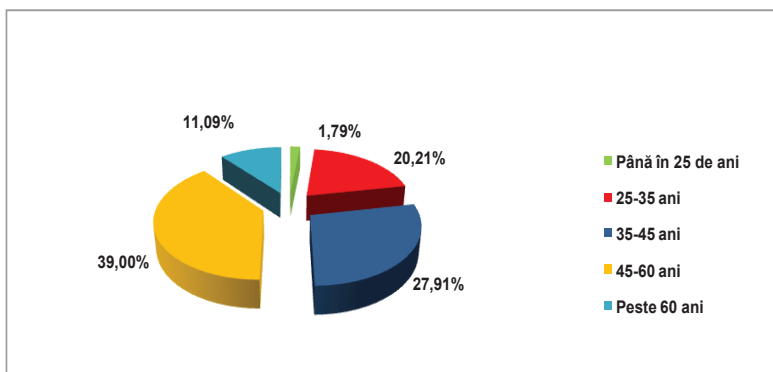


Figura 2.1
Structura întreprinzătorilor în funcție de vârstă

Având în vedere **pregătirea profesională**, se observă că persoanele instruite în domeniul economic dețin o pondere de 36,32% din totalul respondenților, devansând numărul inginerilor, tehnicienilor, muncitorilor calificați, juriștilor, profesorilor, informaticienilor, etc. Vezi figura 2.2.

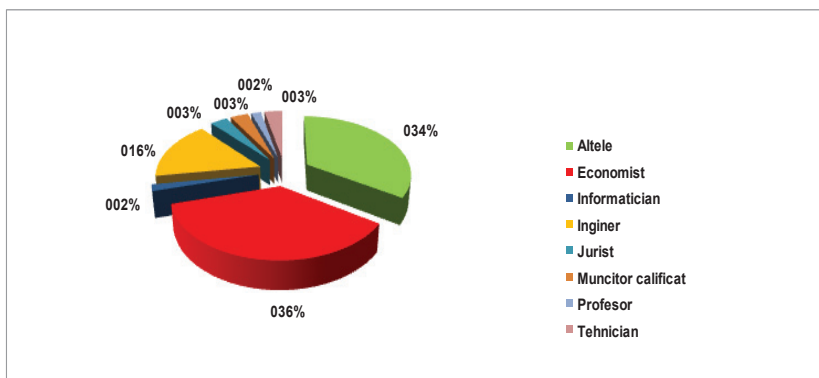


Figura 2.2
Structura întreprinzătorilor în funcție de pregătirea profesională

Încadrarea întreprinzătorilor în funcție de **gen** (figura 2.3) relevă predominanța bărbaților (71,19%). Structura pe sexe din România este ceva mai echilibrată față de cea din U.E., având în vedere că doar aproximativ un sfert din totalul întreprinzătorilor europeni sunt femei. Întrucât în România persoanele de gen feminin reprezintă circa 51% din populație, o astfel de configurație relevă un grad mai ridicat de valorificare a potențialului acestora comparativ cu țările din Uniunea Europeană și America de Nord.

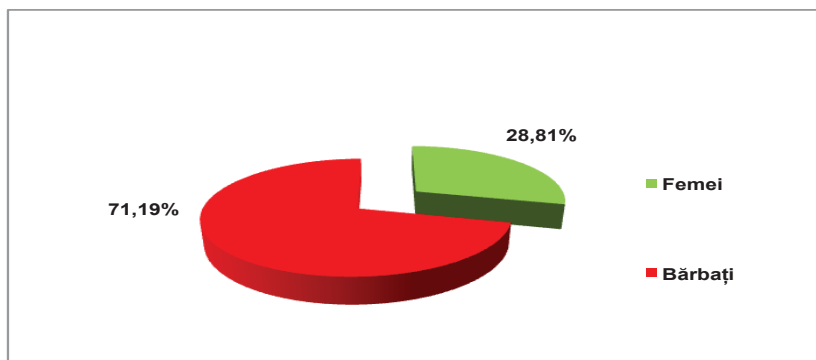


Figura 2.3
Structura pe sexe a întreprinzătorilor

Luând în considerare **starea civilă** a persoanelor investigate, după cum se poate vedea și în figura 2.4, se constată preponderența întreprinzătorilor căsătoriți (83,17%).

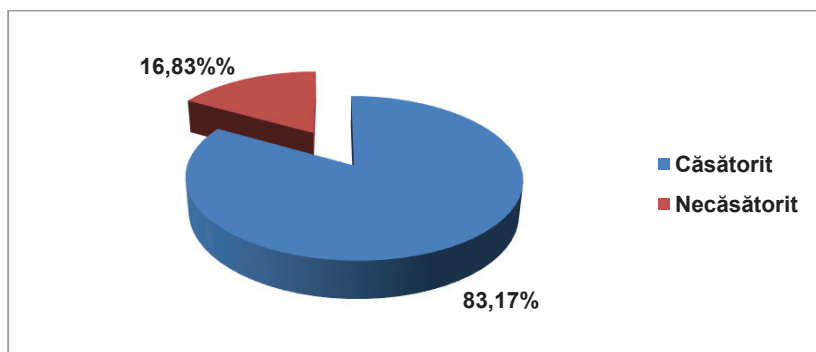


Figura 2.4
Structura întreprinzătorilor în funcție de starea civilă

Din punctul de vedere al **studiilor** realizate, cei mai mulți întreprinzători au pregătire superioară (68,53%), iar 30,52% au absolvit masteratul, 7,27% au urmat diverse studii postuniversitare și 2,33% au doctoratul. Vezi informațiile din figurile 2.5 și 2.6. Această situație denotă un grad ridicat de intelectualizare a întreprinzătorilor, ceea ce reprezintă o premisă favorabilă pentru amplificarea performanțelor IMM-urilor în perioada următoare și pentru trecerea la economia bazată pe cunoștințe.