



Aspecte structurale ale economiei românești

Asist.univ.dr. George Ștefan,
Membru al CPE

INTRODUCERE

În prezent, provocările cele mai mari din economie nu țin atât de factori ciclici/ conjuncturali, cât de lipsa sau de capacitatea limitată de implementare a politicilor economice, inclusiv din perspectiva reglării deficitelor gemene. Un rol important în acest context ar trebui să îl aibă politicile industriale și reformele structurale, care sunt menționate încă de la începutul anilor 1990, fiind în centrul atenției de la primele acorduri de finanțare cu instituțiile internaționale, precum Banca Mondială și Fondul Monetar Internațional, dar și în diferitele recomandări de țară pe care Comisia Europeană le realizează anual, în cadrul Semestrului european.

Articolul de față analizează trei aspecte importante ale economiei românești și dorește să facă o radiografie sintetică privind: (i) poziția pe care o deține în prezent România în ceea ce privește lanțurile de valoare; (ii) unele deficiențe locale ce vizează balanța comercială, în general, și capacitatea de export, în particular; și (iii) situația privind sprijinirea antreprenoriatului, având în vedere faptul că România ocupă ultimul loc în UE în ceea ce privește numărul de companii active per capita.

Aceste aspecte sunt relevante cu atât mai mult cu cât România și-a propus ca în orizontul 2024-2026 să adopte moneda euro, fiecare dintre cele trei elemente analizate mai sus contribuind la capacitatea României de a face față cerințelor de convergență reală în vederea adoptării monedei unice europene (de exemplu, viteză de creștere a PIB, rezistență la șocuri asimetrice, integrare comercială, competitivitate etc.).

1. Specializarea / integrarea pe lanțurile de valoare

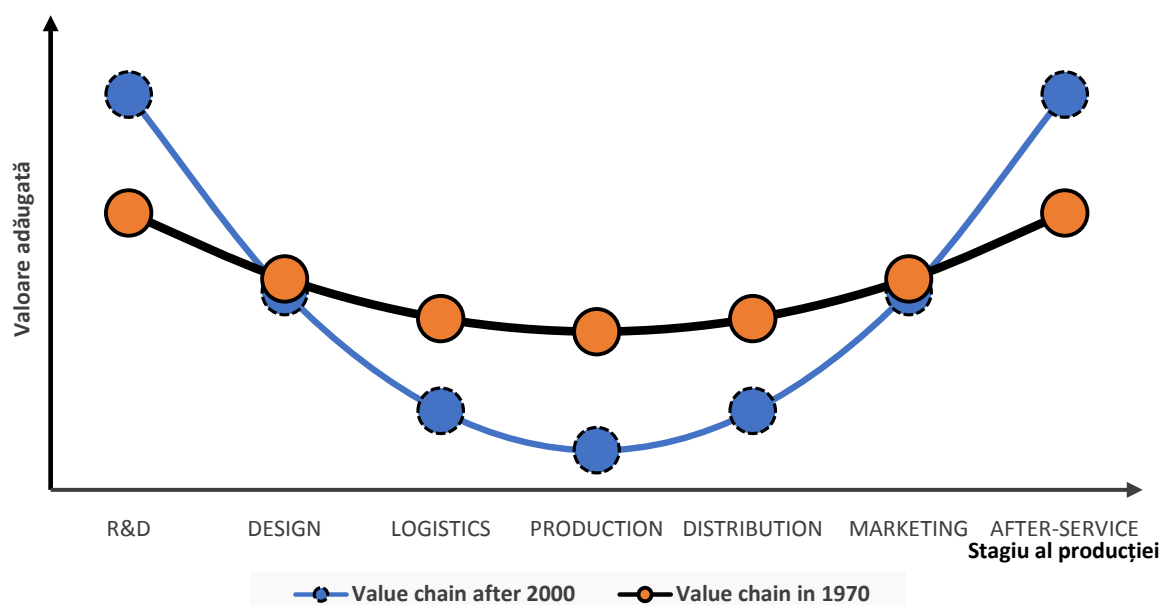
Pentru a vedea specializarea și integrarea pe lanțurile de valoare a fost necesară elaborarea unei metodologii care să poată fi aplicată pe datele existente în prezent privind generarea de valoare adăugată (VA) la nivel național și sectoriale.

CONSILIUL DE PROGRAMARE ECONOMICĂ

Astfel, pentru analiza lanțului valoric s-a plecat de la metodologia propusă de Stan Shih¹ la începutul anilor '90 și cunoscută în literatura de specialitate ca „SmileCurve” („Curba zâmbetului”). Conform acestui instrument de analiză, stagiile de producție ale unui bun pot fi împărțite în șapte categorii, prezentate în figura de mai jos. Se observă totodată că valoarea adăugată cea mai mare pe lanțul de producție este generată la capetele lanțului, iar cea mai scăzută pe segmentul de la mijlocul lanțului.

În plus, trebuie precizat că, odată cu progresul tehnologic și întărirea relațiilor comerciale la nivel global, discrepanțele între valorile adăugate în fiecare stadiu al producției s-au mărit, în sensul că zonele de la capetele curbei au reușit să capteze mai mult din valoarea adăugată, în timp ce zonele de logistică, distribuție și de manufactură captează mai puțin.

Figura 1.1. „Curba Zâmbetului”



Sursa: Stan Shih, "Empowering technology – making your life easier" (2003)

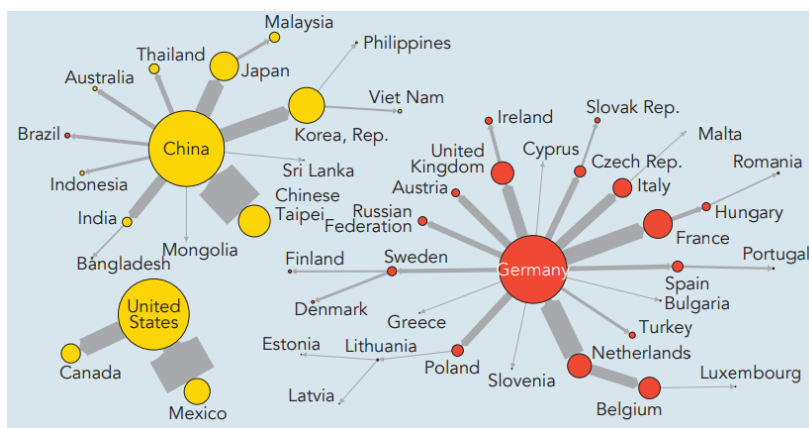
La nivel global analiza lanțurilor de valoare prezintă un interes puternic, mai ales după anii 80, când companiile multinaționale s-au extins puternic pe fondul dereglementării, liberalizării comerțului și liberalizării conturilor de capital ale țărilor.

După cum se vede în figura de mai jos, la nivel global există în prezent trei noduri mari în ceea ce privește lanșurile glovale de producție: Germania, China și SUA care de-a lungul timpului și-au

¹ Stan Shih, fondatorul companiei ACER, a propus conceptul în anul 1992 după ce a analizat lanțul de valoare și a observat că la ambele capete ale acestuia valoarea adăugată a produsului este mai ridicată comparativ cu partea de mijloc lanțului.

întărit această poziție (2000 comparativ cu 2015), numărul de noduri importante secundare reducându-se. România intră în lanțul de producție din Europa, fiind legată de Germania, principalul nod de pe continent. Alte noduri importante sunt Franța, Italia, Olanda și Irlanda. De asemenea, pe regiunea Asia-Pacific China și SUA domină.

Figura 1.2. Noduri importante la nivel mondial din perspectiva lanțurilor de producție



Sursa: Measuring and Analyzing the Impact of GVCs on Economic Development (pag.51), 2017²

O mai bună integrare în lanțurile globale de valoare contribuie pozitiv la dezvoltarea economică a unei țări, mai ales dacă aceasta se realizează în segmentele de la capetele lanțurilor. Dincolo de crearea de locuri de muncă în economiile locale, un beneficiu important apare pentru firmele din economiile emergente, care se pot integra în aceste lanțuri de valoare pe fondul avantajelor comparative pe care le au în vederea realizării unui anumit segment din lanț (de exemplu, design sau logistică, marketing etc.). Acest lucru le facilitează integrarea în economia globală și le ajută să fie mai competitive, mai dinamice și, totodată, contribuie la transfer de tehnologie din economiile Occidentale către economiile în curs de dezvoltare. (Pietrobelli și Rabellotti 2010).

Totuși, diferite studii realizate de-a lungul timpului de organizațiile internaționale precum OECD, Organizația Mondială a Comerțului, Fondul Monetar Internațional sau Banca Mondială arată că aceste beneficii nu apar de la sine, automat, ci de locul pe care o economie națională îl ocupă pe lanțul de valoare – la capetele lanțului (cu VA ridicată) sau la mijlocul lanțului (cu VA scăzută). Avantajele comparative cu care sunt înzestrate statele au făcut ca țările dezvoltate să se specializeze pe realizarea activităților cu valoare adăugată ridicată, în timp ce statele în curs de dezvoltare sunt concentrate pe zona de manufactură și asamblare.

²<https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/07/tcgp-17-01-china-gvcs-complete-for-web-0707.pdf>

Tabel 1. Segmente ale lanțului de producție

Segmente din lanțul de producție	Valoare adăugată	Loc de desfășurare
Cercetare-dezvoltare	Ridicată	Țări dezvoltate
Design	Medie	Țări dezvoltate
Logistică	Medie	Țări în curs de dezvoltare
Producție	Scăzută	Țări în curs de dezvoltare
Distribuție	Medie	Țări în curs de dezvoltare
Marketing & Comercializare	Medie	Țări dezvoltate
After-service	Ridicată	Țări dezvoltate

De asemenea, această distribuție ridică anumite probleme pentru că, pe de-o parte, pe fondul costurilor de producție mai ridicate, statele dezvoltate se confruntă cu delocalizări din zona manufacturieră către țările cu salarii mai mici și, pe de altă parte, statele în curs de dezvoltare sunt îngrijorate de faptul că economia depinde prea mult de activitățile din zona cu valoare adăugată scăzută, cu venituri mai reduse.

Datele folosite pentru analizarea poziției unui stat în lanțul de valoare global au fost colectate de la Eurostat și se referă la valoarea adăugată generată în economie, cu excepția activităților financiare și de asigurări, calculate la costul factorilor. Ultimele date disponibile în formă completă au fost cele din anul 2015.

Potrivit modalității de calculare a Eurostat³, valoarea adăugată la costul factorilor (value added at factor cost) reprezintă venitul brut din activități de exploatare după ajustarea cu valoarea subvențiilor și a impozitelor indirecte. Aceasta poate fi calculată plecând de la următoarea formulă:

$VA_{cf} = \text{cifra de afaceri} + \text{producția capitalizată} + \text{alte venituri din exploatare} + \text{modificarea stocurilor} - \text{achiziții de bunuri și servicii} - \text{alte impozite pe produse care sunt legate de cifra de afaceri, dar care nu sunt deductibile} - \text{taxe și impozite legate de producție}.$

În mod alternativ, $VA_{cf} = \text{Excedentul brut de exploatare} + \text{Cheltuielile de personal}.$

Mai departe, pe baza unei metodologii dezvoltate de autori s-au încadrat contribuțiile la VA realizate de activitățile economice din România și alte state din Europa Centrală și de Est în unul dintre cele 7 stagii ale producției. În componența lanțului de producție avem sectoarele:

- Cercetare și Dezvoltare și Servicii post-vânzare care oferă o VA ridicată;
- Design, Marketing & Comercializare care oferă o VA medie spre ridicată;
- Logistică și Distribuție care oferă o VA medie spre scăzută
- Manufactură și Asamblare care aduc o VA scăzută.

Rezultatele obținute

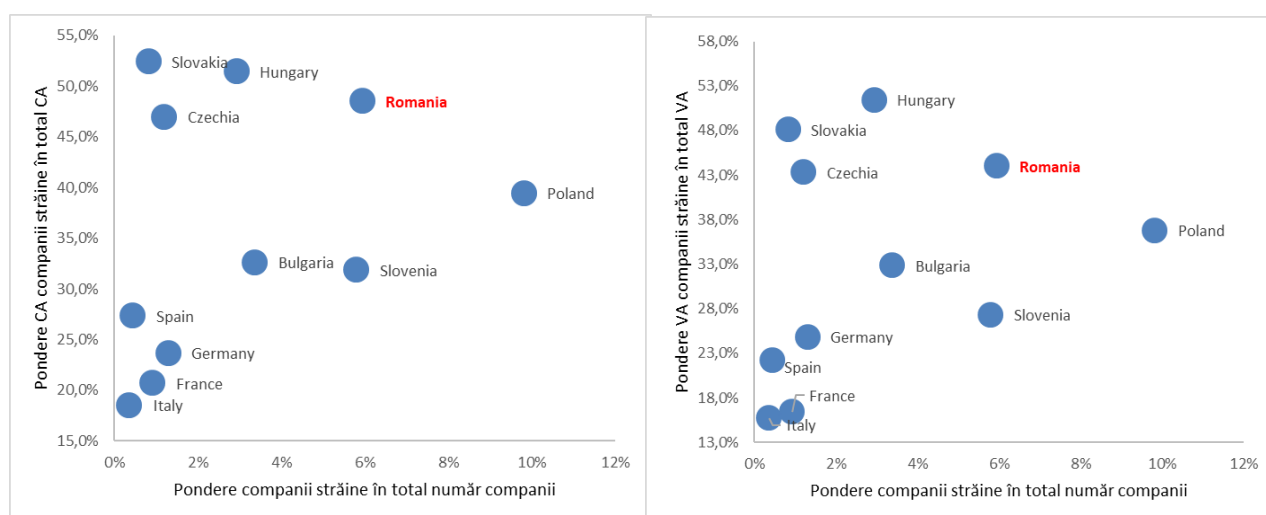
Ultimele date disponibile oferite de către Eurostat (2016) indică faptul că sectorul de business din România (exceptând activitățile financiare și asigurările) producea o VA la costul factorilor de 60,4

³ Versiunea în engleză: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Value_added_at_factor_cost

miliarde de euro. Din această sumă, valoarea de 26,55 miliarde este produsă de către companiile cu capital majoritar străin, ceea ce reprezintă o pondere a acestora în total VA de 44%, o valoare relativ ridicată comparativ cu ponderea companiilor străine în țările dezvoltate precum Germania(24,5%), Franța(16,4%), Italia(15,8%) sau Spania (22,2%).

Situația este însă obișnuită pentru țările din Europa Centrală și de Est, după cum se observă și în cazul Cehiei (43,3%), Poloniei(36,8%) Ungariei (51,4%) și al Slovaciei (48,1%).Ponderi apropiate se înregistrează și în ceea ce privește cifra de afaceri sau numărul de salariați.

Figura 1.3. Ponderea companiilor străine în total VA și CA (2016)

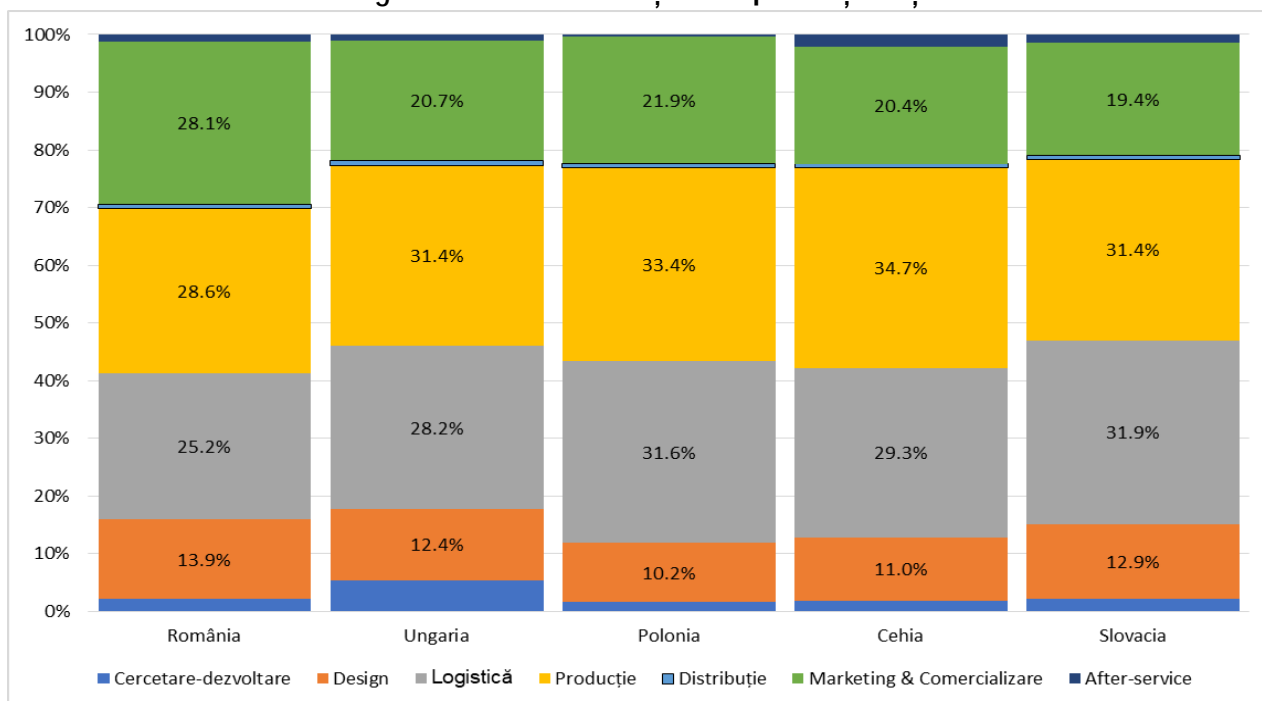


Sursa: Eurostat[fats_g1a_08]

Utilizând metodologia de clasificare a activităților economice în funcție de VAcf pe care firmele o realizează, cunoscută în literatura de specialitate și ca „*smiling curve*” putem observa modul în care companiile din România sunt distribuite pe lanțul de producție..

Putem observa că și în cazul României, la fel cum se întâmplă și în țările din grupul Vișegrad, mai mult de 90% din VA este produsă în sectoarele cu VA medie și scăzută. Trebuie notat faptul că poziționarea geografică a acestor state (apropierea față de Vest) a facilitat intrarea mai timpurie a companiilor din țările Europei de Vest pe piețele Cehiei, Poloniei și a Ungariei față de România, iar acesta ar putea fi principalul motiv pentru care sectorul de producție este mai dezvoltat în aceste țări comparativ cu cel din România.

Figura 1.4. Structura lanțului de producție în țările ECE



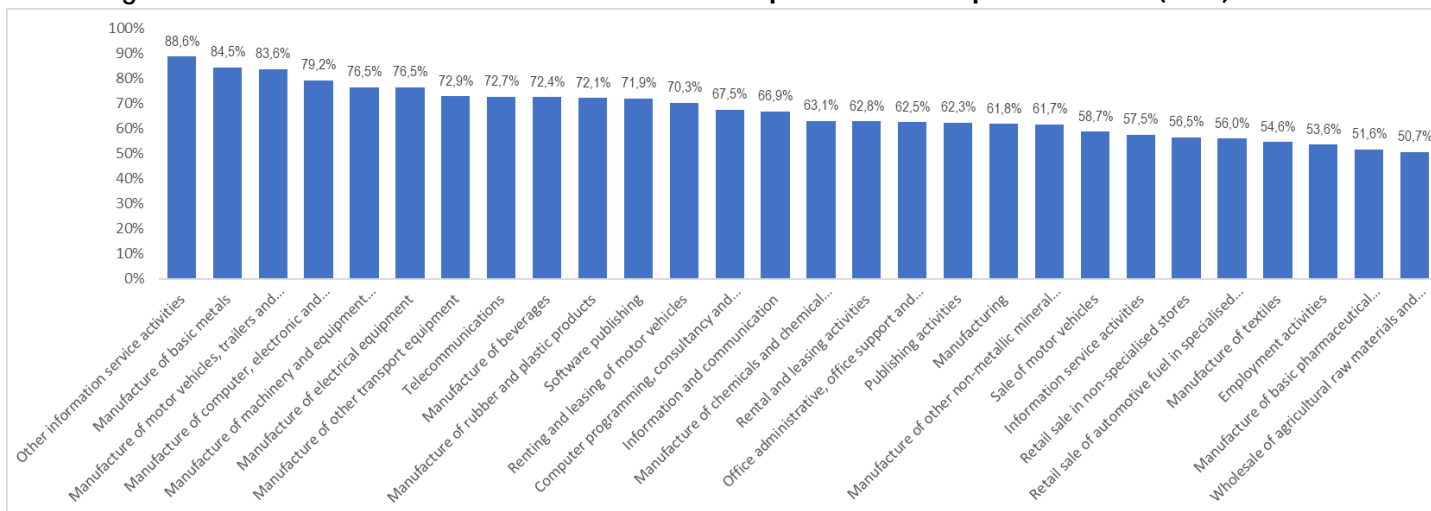
Sursa: Eurostat, date din 2015

Dintre țările analizate mai sus putem observa că sectorul Design este cel mai dezvoltat în cazul României cu o pondere de 13,9% în lanțul de valoare, iar companiile străine au o pondere de 67%. În acest sector se încadrează și activitățile de telecomunicații și IT unde chiar dacă majoritatea acestor companii practică servicii de „outsourcing” în România, VA de către un angajat în aceste sectoare este mult mai mare față de medie, pe cale de consecință și salariile obținute de angajații acestui sector sunt mult mai mari decât media.

Cadrul fiscal încurajant din acest domeniu este principalul element care a contribuit la crearea unui HUB regional în România, iar ponderea companiilor străine în acest sector este considerabil mai mare față de celelalte state din Europa Centrală și de Est. Un alt factor care a contribuit la atragerea investițiilor străine înspre acest sector îl constituie economiile de scară, cu cât numărul companiilor de pe piață este mai mare cu atât cele care vor să intre pe această piață este și el mai mare, în principal deoarece produsul oferit satisface cererea globală nu pe cea regională și astfel nu putem vorbi de suprasaturație, iar al doilea motiv este specializarea forței de muncă. Atragerea de investiții străine în acest sector de activitate (cu VA medie spre ridicată) a permis României să urce pe lanțul valoric al producției.

Analiza ar trebui realizată mai în profunzime în sectorul industriei prelucrătoare, deoarece în acest sector există cea mai mare concentrare a companiilor cu capital majoritar străin și anume 10,5 miliarde de euro (VA la costul factorilor) din cele 16,94 miliarde de Euro, adică o pondere de 61,8% este produsă de companiile străine. În figura de mai jos am prezentat sectoarele de activitate în care companiile străine produc mai mult de 50% din VA la prețul factorilor realizată pe ramură, plecând de la producția de metale de bază, mașini și echipamente de transport, echipamente electrice, telecomunicații, cauciuc și produse plastice, băuturi, și până la produse textile, software și activități de recrutare.

Figura 1.5. Sectoare de activitate cu cea mai mare VA produsă de companiile străine (2016)

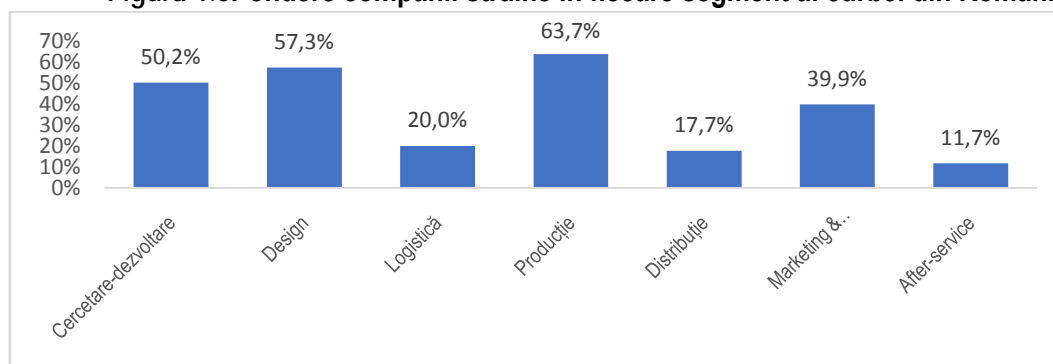


Sursa: Eurostat, Calcule proprii, date 2016

Sectorul *medium high tech* este dominat de companiile străine în principal din cauza faptului că aici se încadrează și producția de mașini, echipamente și utilaje, iar în aceste activități companiile străine dețin o pondere de 84% din total VA produsă. Același lucru poate fi observat și pentru producția de echipamente electrice, produse chimice, produse din plastic și cauciuc, unde prezența companiilor străine este mai ridicată decât media sectorului.

Și în cazul României la fel ca și în cazul celorlalte state ale Europei Centrale și de Est este exploatat avantajul comparativ al forței de muncă relativ ieftină și astfel avem o delocalizare a activităților de producție intensive în factorul muncă dinspre statele dezvoltate din Vest spre Estul Europei.

Figura 1.6 Pondere companii străine în fiecare segment al curbei din România



Sursa: Eurostat

Pe lângă avantajul comparativ al forței de muncă ieftine din Centrul și Estul Europei, delocalizarea activității presupune și un transfer de know-how. Acesta poate fi și principalul motiv pentru care în sectorul Logisticii și al Distribuției ponderea companiilor străine este relativ redusă, în jurul valorii de 20%, nefiind necesar un transfer de know-how, iar companiile autohtone reușind să se integreze destul de bine și să satisfacă cererea pentru acest segment al lanțului de producție.

CONSILIUL DE PROGRAMARE ECONOMICĂ

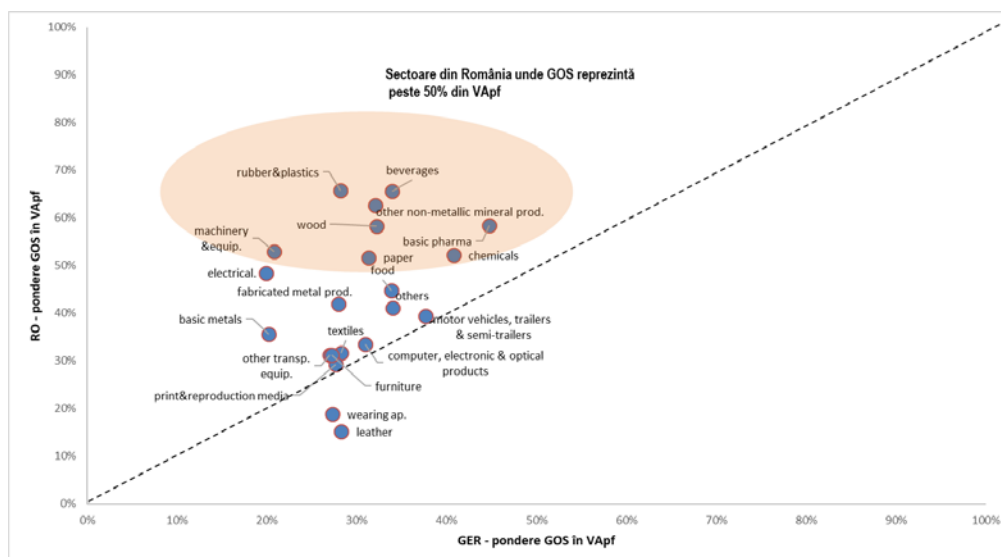
O ultimă perspectivă asupra problematicii se leagă de sectoarele care pot fi considerate atractive în România comparativ cu țările dezvoltate. Pentru aceasta am realizat o comparație sectorială între ponderea din valoarea adăugată care revine firmelor străine (surplus operațional brut) din fiecare sector în România, și cât la sută revine investitorului în Germania. Diferența dintre valoarea adăugată și surplusul operațional fiind reprezentată de renumerația salariaților.

Datele sunt prezentate în Figura 1.7. Linia punctată reprezintă practic o curbă de indiferență între ceea ce privește decizia investitorului de a alege România sau Germania ca loc pentru realizarea investiției. Se observă că **aproximativ în toate sectoarele selectate (cu excepția fabricării articolelor de îmbrăcăminte și fabricării produselor din piele) investitorul obține un profit operațional mai mare în România comparativ cu Germania, unele dintre sectoare fiind chiar extrem de rentabile din această perspectivă.**

De exemplu, din valoarea adăugată la costul factorilor în sectoare precum cauciuc și plastice sau băuturi, în România, aproximativ 70% se duce către surplusul operațional brut al investitorului străin, în timp ce 30% merge către remunerația salariaților. În același timp, dacă investitorul ar fi în Germania, ponderile ar fi distribuite invers, respectiv 30% către surplus operațional brut și 70% către remunerația salariaților.

Altfel spus, din perspectiva ponderii profitului operațional brut în total VA, toate sectoarele care sunt la stânga liniei punctate sunt sectoare în care realizarea investiției în România ar fi mai rentabilă.

Figura 1.7 Surplus operațional brut România vs. Germania (2016)



Sursa: prelucrări pe baza datelor Eurostat

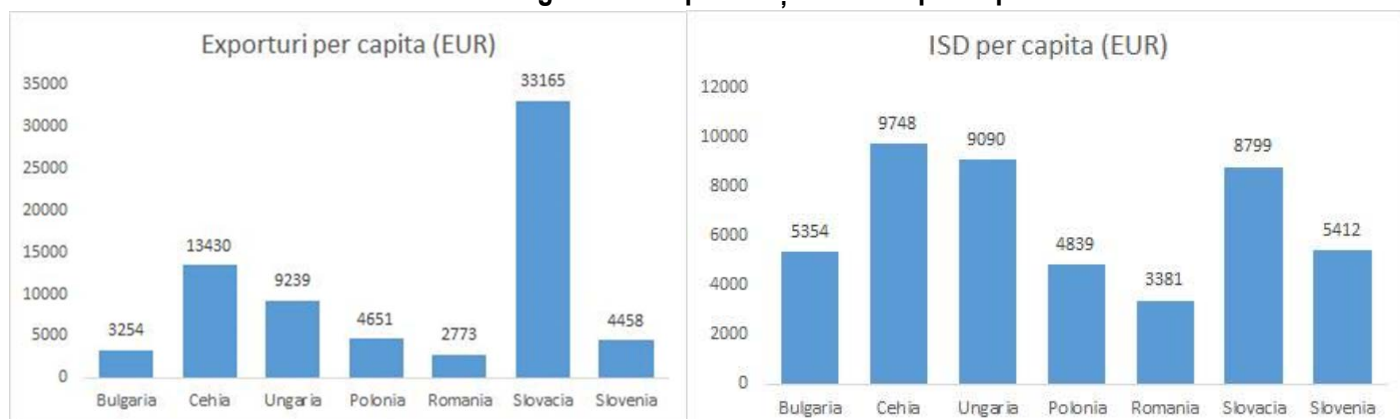
2. Comerțul exterior

La finalul anului 2018, exporturile României erau de peste 67,7 miliarde euro, cu peste 30 de miliarde euro mai mari comparativ cu anul 2010 și cu 10 miliarde de euro peste nivelul celor din 2016. Chiar dacă ritmul de creștere a fost unul încurajator, sprijinit de mai mulți factori (deprecierea treptată a monedei naționale, îmbunătățirea structurii exporturilor din perspectiva intensității tehnologice a bunurilor exportate, revenirea cererii externe din partea zonei euro, diversificarea regiunilor către care s-au orientat exportatorii), în România persistă în continuare probleme structurale importante, unele dintre acestea fiind analizate în paragrafele următoare.

Graficul de mai jos arată faptul că exporturile per capita realizate de companiile din România sunt cele mai mici din regiune, concomitent cu nivelul stocului de ISD per capita, care de asemenea ne poziționează pe ultimul loc din regiunea Europei Centrale și de Est.

Nivelurile cele mai ridicate ale ISD per capita se înregistrează în Cehia, Ungaria și Slovacia, în timp ce exporturile cele mai ridicate per capita sunt în aceleași state, cu mențiunea că pe primul loc se situează Slovacia, urmată de Cehia și Ungaria.

Figura 2.1. Exporturi și stoc ISD per capita

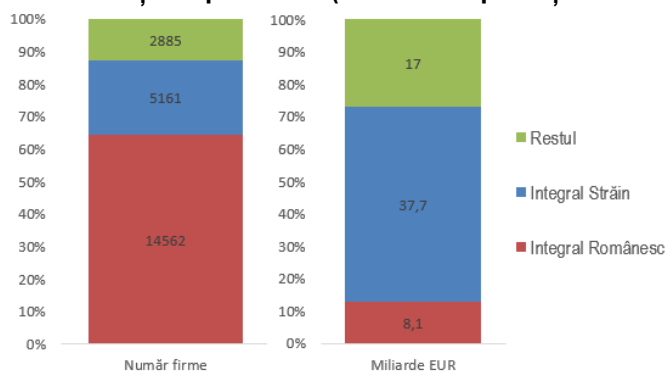


Sursa: prelucrări pe baza datelor Eurostat, UNCTAD și BNR

În plus, datele la nivelul anului 2017 ne arată că distribuția exporturilor în rândul companiilor din România este una extrem de inegală atât în ceea ce privește capitalul (străin/autohton) cât și în ceea ce privește ponderea exportului realizat de primele 1000 de companii în total exporturi. Astfel, la finalul anului 2017, dintr-un total 22608 firme, în jur de 5160 erau cu capital integral străin, în timp ce peste 14560 de companii erau cu capital integral românesc.

Totodată, trebuie remarcat că toate **companiile străine – chiar dacă reprezintă doar 23% din total număr exportatori-**, realizau în anul 2017 peste 60% din exporturi (aproape 38 miliarde euro potrivit INS), în timp ce companiile cu capital integral românesc (64,4% din total companii) realizează 13% din valoarea totală a exporturilor (sau 8,1 miliarde euro).

CONSILIUL DE PROGRAMARE ECONOMICĂ

Figura 2.2. Distribuția exporturilor (număr companii și valoare totală)


Sursa: INS

Un al doilea aspect se referă la inegalitatea exporturilor și la faptul că această inegalitate s-a păstrat de-a lungul anilor. Se constată că în România primele 100 de companii (respectiv 0,04% din total companii) realizează 50% din total exporturi, ceea ce înseamnă că restul de 99,96% din companii împart diferența de 50% din exporturi. Și mai important, primele 1000 de companii cu cele mai mari exporturi (respectiv 4,4% din total companii exportatoare) au realizat în 2017 aproape 83% din totalul exporturilor, ceea ce înseamnă că restul de 17% din exporturi este realizat de 95,6% din totalul companiilor.

Tabel 2 Distribuția exporturilor după numărul de firme (% în total exporturi)

	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Primele 5 firme</i>	15,25	14,42	12,69	12,4	13,32
<i>Primele 10 firme</i>	20,25	19,6	17,83	17,4	18,69
<i>Primele 20 firme</i>	27,88	27,23	25,78	25,1	26,4
<i>Primele 50 firme</i>	41,45	40,08	39,39	38,83	40,05
<i>Primele 100 firme</i>	51,56	50,25	49,86	49,89	50,9
<i>Primele 200 firme</i>	61,65	60,88	60,63	60,7	61,37
<i>Primele 500 firme</i>	74,13	73,98	73,66	73,77	74,38
<i>Primele 1000 firme</i>	82,52	82,47	81,95	82,26	82,84

1.

Sursa: INS

Un al treilea aspect are în vedere legătura dintre importurile realizate de România și importanța pe care o au companiile străine în economia României. Cea mai mare pondere în importuri o au bunurile de capital și cele intermediare, urmate de bunurile finale de consum și mașini. Datele Eurostat arată că importurile de bunuri de capital (BK) și intermediare (BI) reprezintă în jur de 75% din total importuri în România (peste 62,5 miliarde euro din importuri totale de 82,8 miliarde euro), iar cea mai mare parte a deficitului de balanță comercială provine din deficitul la bunuri intermediare și de capital.

CONSILIUL DE PROGRAMARE ECONOMICĂ

Astfel, deficitul în ceea ce privește comerțul cu bunuri de capital a fost în România de 4,13 miliarde euro în anul 2018, iar deficitul cu bunuri intermediare de 9,6 miliarde euro, deficitul cumulat al celor două categorii de bunuri ajungând la 13,7 miliarde euro, dintr-un deficit total al balanței comerciale de 15,4 miliarde euro.⁴

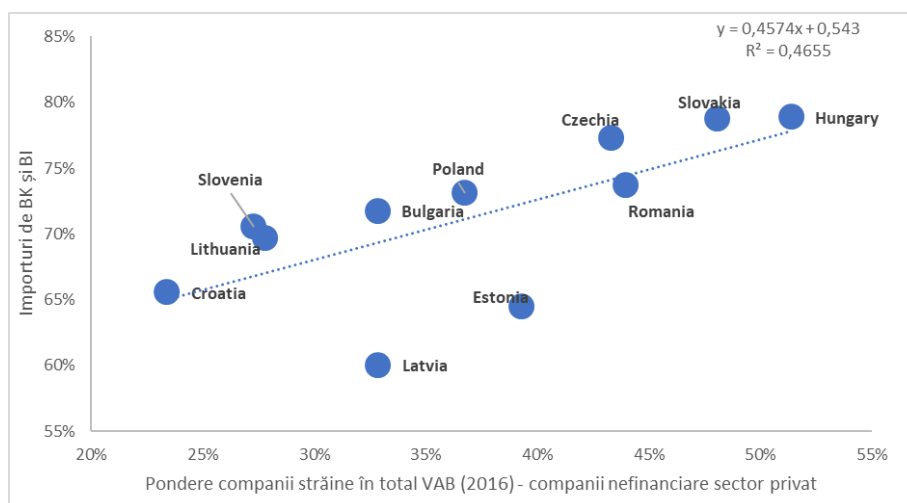
Tabel 4. Valoarea importurilor pe categorii de bunuri

	Importuri totale	Bunuri capital	Bunuri intermediare	Bunuri consum și auto	Altele	Pondere BK și BI	Pondere Bunuri consum și auto
Bulgaria	32105	4222	19299,7	7398,5	1184,8	73,3%	23,0%
Czechia	155912,9	34421,2	89719,6	31497,5	274,6	79,6%	20,2%
Hungary	103057,4	16166,2	63392,1	19688,1	3811	77,2%	19,1%
Poland	225689,5	36616,2	127899,7	57548,1	3625,5	72,9%	25,5%
Romania	82855,8	12250,8	50298,6	19949,2	357,2	75,5%	24,1%
Slovenia	35773,6	5006,2	20211,7	10537,5	18,2	70,5%	29,5%
Slovakia	79718	13944,5	50074,3	15534,1	165,1	80,3%	19,5%

Sursa: Eurostat; datele sunt prezentate în mii euro

Analizând mai departe, se constată o legătură importantă între ponderea importurilor de bunuri de capital și intermediare și importanța pe care o au în economie companiile străine. Așa cum s-a arătat în prima secțiune a lucrării de față, aproximativ 45% din totalul valorii adăugate din economia României este realizată de companiile străine și, în general, prezența semnificativă a acestora în economie generează importuri importante de bunuri de capital și intermediare care să fie utilizate pentru a produce bunuri și servicii în România, care ulterior fie sunt exportate fie sunt consumate pe piața internă.

Figura 2.3. Relația dintre importuri de bunuri de capital și intermediare și prezența capitalului străin



Sursa: prelucrări pe baza datelor Eurostat

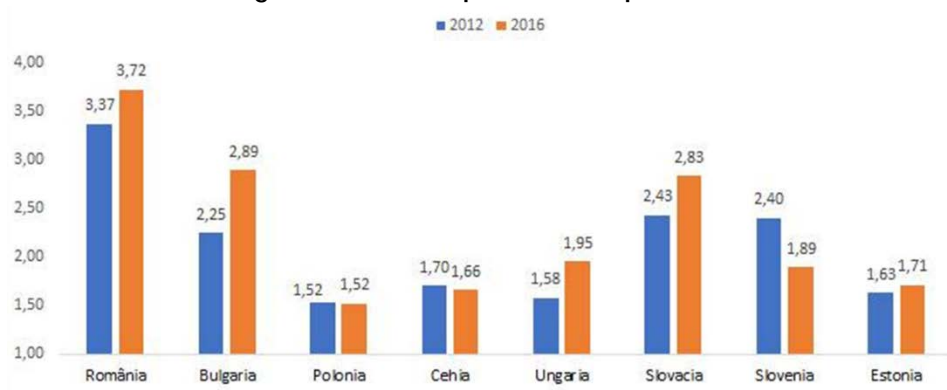
⁴Date agregate pe baza Eurostat, cod [ext_st_28msbec]

CONSILIUL DE PROGRAMARE ECONOMICĂ

Un ultim aspect tratat se referă la numărul de firme exportatoare, care în România este considerabil mai mic comparativ cu celelalte state din regiune. Problema principală se referă la numărul extrem de mic de firme care ies pe piețele externe comparativ cu numărul firmelor care sunt importatoare. România are cea mai mare rată în ceea ce privește numărul de firme importatoare raportat raportat la numărul de firme exportatoare.

Cele mai recente date disponibile arată că în România există un raport de **o firmă exportatoare la 4 importatoare**, în timp ce în celelalte state acest raport este mult mai mic (a se vedea figura de mai jos).

Figura 2.4. Rata exportatori - importatori

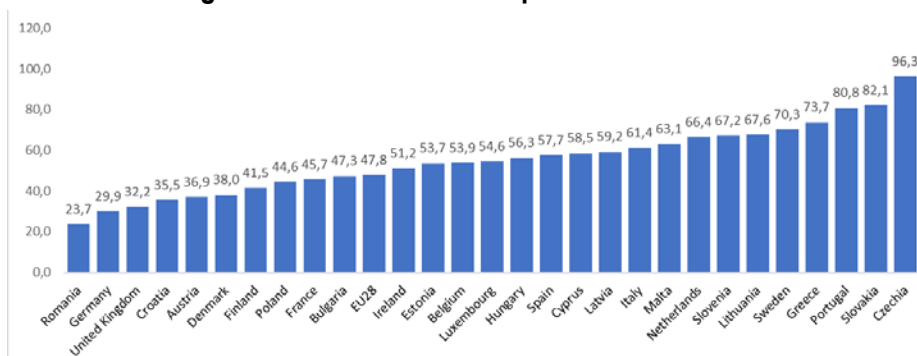


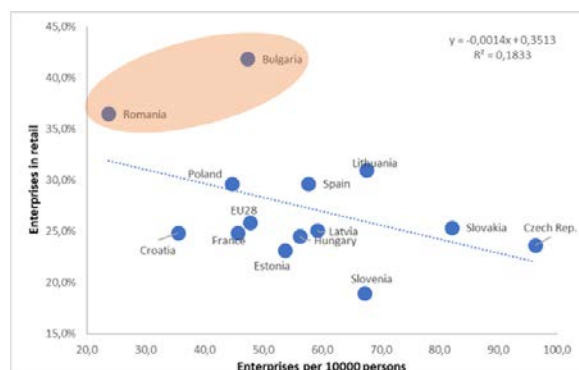
Sursa: INS, Eurostat (ext_tec01)

3. Mediul antreprenorial și incubatoarele de afaceri

Cea de-a treia secțiune a lucrării de față tratează inițiativa antreprenorială și câteva aspecte privind companiile din România. Datele Eurostat arată că România se află pe ultimul loc în ceea ce privește numărul de companii active la 10000 de locuitori, la jumătate comparativ cu media Uniunii Europene și sub statele din regiune. De asemenea, un număr important din aceste companii – peste 35% din companiile active – activează în sectorul comerțului cu amănuntul și cu ridicata, cu 10 puncte procentuale peste media UE.

Figura 3.1. Numărul de companii la 10000 de locuitori





Sursa: prelucrări pe baza datelor Eurostat

În acest context, un rol important îl are suportul pentru creșterea numărului de companii, nu neapărat prin acordarea de ajutoare de minimis pentru companii sau start-up-uri, ci și prin crearea de incubatoare / centre de afaceri care să sprijine prin diferite servicii / facilități companii nou-înființate, de la generarea unei idei de afaceri la consolidarea unei companii sustenabile.

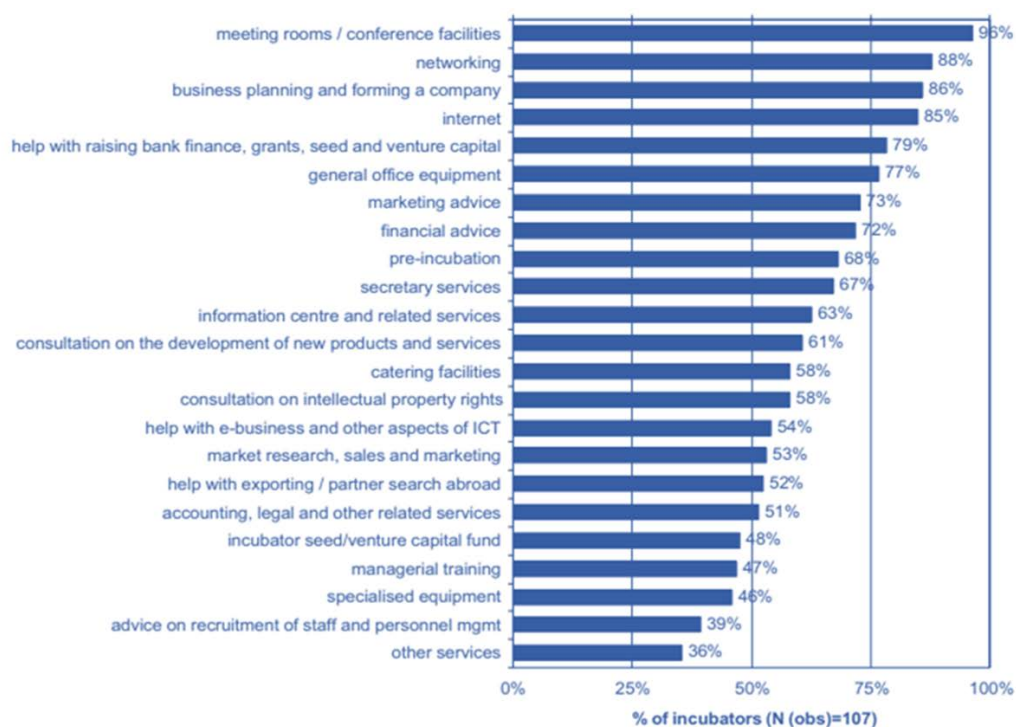
Aceasta cu atât mai mult cu cât companiile care iau naștere în incubatoarele de afaceri sau în acceleratoare, huburi de afaceri, de obicei, sunt companii din sectoare cu valoare adăugată ridicată, care pot contribui la o mai bună specializare a economiei către segmente cu valoare adăugată superioară celei din zonele de manufactură, asamblare, logistică sau distribuție, segmentele care sunt dominante în prezent, așa cum s-a arătat în secțiunea 1 a lucrării.

Având în vedere că până în prezent a existat o oarecare specializare în IT și că există un ecosistem de afaceri semnificativ în acest sector, o atenție importantă trebuie acordată activităților de IT (aplicații, platforme, optimizări) care pot fi integrate ulterior în alte sectoare de activitate, cum ar fi de exemplu integrarea în agricultură, auto, sănătate, inclusiv servicii publice pentru populație / companii – reorientând astfel dinspre activitățile tradiționale de *outsourcing*.

Activitatea de incubare are de obicei trei faze, prezentate mai jos:

- (a) **Pre-incubare** – sprijinirea antreprenorilor în dezvoltarea ideii de business, a modelului de business și a planului de afaceri astfel încât antreprenorul să poată să ajungă în faza de start-up.
- (b) **Incubare** – această etapă începe o dată cu înființarea start-up-ului și se termină atunci când compania se poate auto-susține și poate opera pe piața liberă fără sprijin extern. Ea durează de obicei până la trei ani, iar în această perioadă incubatorul oferă acces la finanțare, sprijin administrativ, servicii de resurse umane, contabilitate, legal, spațiu de lucru, acces la parteneri de lucru și rețea de firme etc.
- (c) **Post-incubare** – această etapă se termină atunci când compania ajunge să dobândească independență operațională și financiară și își poate desfășura activitatea economică fără sprijin. Totuși, această etapă poate avea în continuare nevoie de sprijin, dar de natură să îmbunătățească procesul de producție, introducerea unor inovații sau internaționalizare.

Figura 2.2. Facilitățile oferite de incubatoarele de afaceri



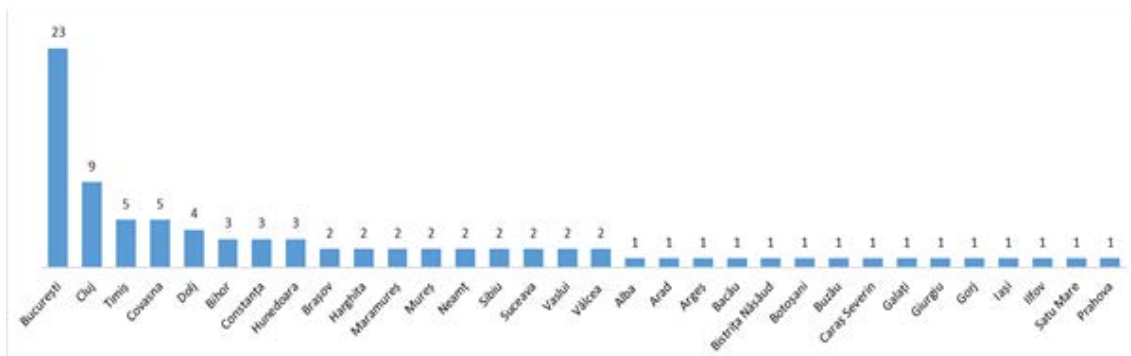
Sursa: Comisia Europeană (2002)

România este în spatele altor țări din Europa Centrală și de Est din perspectiva creării de incubatoare de afaceri. De exemplu, în Polonia și Cehia primele incubatoare au fost fondate la mijlocul anilor 90, în timp ce în România prima măsură dedicată incubatoarelor de afaceri a fost creată în 2002, când a fost realizat *Programul național multianual pe perioada 2002-2012 de înființare și dezvoltare de incubatoare tehnologice și de afaceri*, pentru ca mai apoi, în 2006, să se adopte *Strategia pentru sprijinirea dezvoltării rețelei de incubatoare de afaceri* (HG 290/2006).

Efectele acestor măsuri au fost însă limitate, până în 2010 creându-se în jur de 60 de incubatoare / centre / huburi de afaceri, iar în prezent aproximativ 90 de incubatoare de afaceri sunt active. Acesta este un număr redus comparativ cu nevoile mediului de afaceri, chiar dacă adițional au fost mai multe programe și măsuri care au vizat sprijinirea start-up-urilor și IMM-urilor, precum programul SRL-D, Programul START, programul EMPRETEC, programul pentru Tineri Debutanți, Femeia Manager, dar și programul START-UP Nation, mai recent. Comparativ, țări precum Cehia și Polonia au de 3-4 ori mai multe incubatoare de afaceri active.

Noua lege a incubatoarelor de afaceri a fost adoptată în anul 2016 însă aceasta a avut un impact foarte redus de la implementare. Sub această lege (Legea nr. 102/2016) doar 3 incubatoare au primit Titlul de funcționare din partea Ministerului pentru Mediul de afaceri, Comerț și Antreprenoriat, respectiv: Ilfov Business HUB (județul Ilfov), Incubator de Afaceri Sf. Gheorghe (Covasna) și Galeia Hub (București).

Figura 2.3. Incubatoare / centre / clustere / huburi de afaceri



În prezent funcționează aproximativ 88 de incubatoare / centre / huburi de faceri în România, cele mai multe dintre acestea fiind în București (23) și în județul Cluj (9), urmate de Timiș și Covasna (câte 5 fiecare). De asemenea, 10 din 41 de județe sunt fără nici un incubator de afaceri: Mehedinți, Harghita, Ialomița, Dâmbovița, Vrancea, Olt, Teleorman, Călărași, Brăila, Sălaj (reprezentând 13% din populație).