



MONITORIZAREA GLOBALĂ A ANTREPRENORIATULUI

RAPORTUL DE ȚARĂ AL ROMÂNIEI, 2007



Lehel-Zoltán GYÖRFY, Ágnes NAGY, Ștefan PETE, Dumitru MATIȘ, Annamária BENYOVSZKI, Tünde Petra PETRU

MONITORIZAREA GLOBALĂ A ANTREPRENORIATULUI

RAPORTUL DE ȚARĂ AL ROMÂNIEI, 2007

Autori:

Lehel-Zoltán GYÖRFY, Ágnes NAGY,

Ștefan PETE, Dumitru MATIȘ,

Annamária BENYOVSZKI, Tünde Petra PETRU

Editura Abel

Cluj-Napoca, 2008

Experții științifici ai echipei GEM ROMÂNIA:

Liviu ILIEȘ, Ana Eugenia MATIȘ

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

**Monitorizarea globală a antreprenoriatului : Raportul de țară
al României, 2007** / Lehel-Zoltán Györfy, Ágnes Nagy,
Ștefan Pete,- Cluj-Napoca : Editura Abel, 2008
ISBN 978-973-114-085-8

I. Györfy Lehel-Zoltán

II. Nagy Ágnes

III. Pete Ștefan

351.712

Sponsori:

Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România

Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrul Național de Management Programe (CEEX), București, România

Új Kézfogás Közalapítvány, Budapesta, Ungaria

Metro Media Transilvania, Cluj-Napoca, România

Asociația Pro Oeconomica, Cluj-Napoca, România

MONITORIZAREA GLOBALĂ A ANTREPRENORIATULUI

Cuvânt înainte



Aplicarea proiectului „Monitorizarea Globală a Antreprenoriatului” în România pentru prima dată în anul 2007 a însemnat realizarea unei evaluări științifice a spiritului antreprenorial al populației adulte în conformitate cu criteriile științifice internaționale în domeniu. Proiectul GEM ne oferă o viziune de ansamblu asupra modului în care populația adultă percepe antreprenoriatul, asigurând astfel posibilitatea revizuirii programelor guvernamentale în domeniu.

Raportul de țară elaborat oferă informații utile pentru recalibrarea politicilor economice, pentru creșterea capacității întreprinzătorilor din România, în general, și a întreprinderilor noi și mici, în special, de-a face față provocărilor actuale ale economiei globale.

Pentru mine coordonarea acestui proiect de cercetare a însemnat o mare responsabilitate în cadrul Universității Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, cercetare care nu s-ar fi realizat fără implicarea tuturor membrilor echipei de cercetare, față de care îmi exprim sincere mulțumiri.

Cluj-Napoca , 2008

Conf. univ. dr. Nagy Ágnes
UBB, FSEGA, Cluj-Napoca
Coordonator proiect
GEM România 2007

CUPRINS

1	Cadrul conceptual GEM	8
1.1	Despre GEM	8
1.2	Definirea antreprenoriatului.....	9
1.3	Principalele diferențe dintre datele sondajului populației adulte GEM și datele privind înregistrarea firmelor.....	10
1.4	Pagina de internet GEM și accesul la informații.....	11
1.5	Glosar.....	11
2	Activitatea antreprenorială a României în comparație internațională	13
3	Percepții individuale privind activitatea antreprenorială în România	22
4	Condițiile cadrului antreprenorial în România în percepția experților naționali.....	27
5	Concluzii	33
6	Bibliografie	35
	Echipe naționale GEM 2007	36
	Despre autori	40

LISTA TABELELOR, FIGURILOR ȘI GRAFICELOR

LISTA TABELELOR

Tabelul 1.	Grupe de țări	14
Tabelul 2.	Procentul activității antreprenoriale în stadiu incipient, motivată de oportunitate, 2007	19
Tabelul 3.	Activitatea antreprenorială în România, 2007	22
Tabelul 4.	Corelația dintre percepțiile individuale și activitatea antreprenorială în România, 2007	23
Tabelul 5.	Indicatori de inovație ai întreprinzătorilor din România	24
Tabelul 6.	Corelația dintre activitatea antreprenorială și factorii socio-demografici	25
Tabelul 7.	Distribuția activității antreprenoriale în funcție de factorii socio-demografici (%)	26
Tabelul 8.	Condițiile cadrului antreprenorial GEM	27
Tabelul 9.	Condițiile cadrului antreprenorial GEM în 2007 în aprecierea experților naționali, valori medii	29

LISTA FIGURILOR

Figura 1.	Modelul conceptual GEM	8
Figura 2.	Procesul antreprenorial și definițiile principale GEM	9

LISTA GRAFICELOR

Graficul 1.	Relația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) și PIB/locuitor, 2007	13
Graficul 2.	Activitatea antreprenorială în stadiu incipient (TEA) în 42 de țări în 2007, pe grupe de PIB/locuitori și regiuni (interval de încredere de 95%)	16
Graficul 3.	Procentul populației aflate în diferite stadii ale implicării în afaceri administrate ca proprietar, 2007	17
Graficul 4.	Procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient (TEA) după sex, 2007	18
Graficul 5.	Procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient pe grupe de vârstă din populația cu vârsta între 18-64 ani, 2007	18
Graficul 6.	Structura activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de oportunitate în funcție de categorii de motivații	20
Graficul 7.	Condițiile cadrului antreprenorial GEM în 2007 în România, Serbia și Croația în aprecierea experților naționali, valori medii	30
Graficul 8.	Diferențele dintre valorile medii ale aprecierii experților naționali privind condițiile cadrului antreprenorial GEM dintre România și țările europene, în 2007	32

1 Cadrul conceptual GEM¹

1.1 Despre GEM

Programul de cercetare *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) a contribuit, din anul 1997, la sporirea cunoștințelor din domeniul antreprenoriatului prin colectarea anuală a datelor relevante armonizate despre antreprenoriatul țărilor din lume.

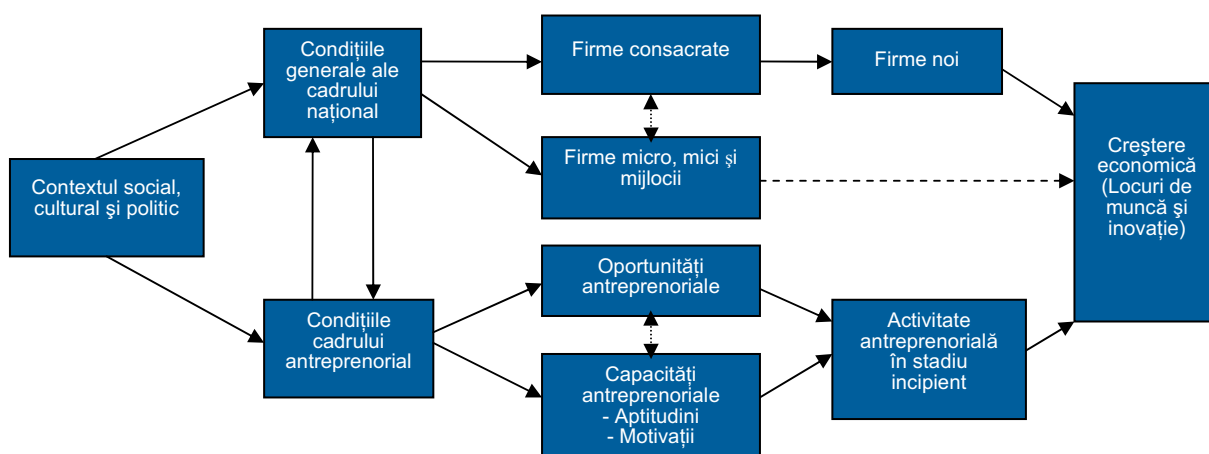
GEM se concentrează pe trei obiective principale:

- măsurarea diferențelor dintre nivelele activității antreprenoriale ale diferitelor țări,
- identificarea factorilor care determină nivelul activității antreprenoriale,
- identificarea politicilor care pot duce la creșterea nivelului activității antreprenoriale.

În analizele tradiționale creșterea economică și competitivitatea au avut rolul principal, rolul jucat de firmele noi și mici în economie fiind neglijat. În concepția GEM creșterea economică dintr-o țară este legată de rezultatele activității firmelor noi și mici, la fel ca și ale firmelor consacrate, dar acest proiect de cercetare se concentrează mai ales asupra antreprenoriatului în stadiu incipient. GEM permite o înțelegere mai clară a motivului pentru care antreprenoriatul este vital pentru întreaga economie.

Figura 1. prezintă cadrul conceptual al activității de colectare a datelor GEM. Modelul GEM susține faptul că activitatea firmelor consacrate la nivel național variază cu condițiile generale ale cadrului național, în timp ce activitatea antreprenorială variază cu condițiile cadrului antreprenorial. Contribuția unică a programului GEM este producerea seturilor de date transnaționale care permit studiul detaliat al condițiilor cadrului antreprenorial, ce reflectă caracteristicile majore ale unei economii și societăți, și de la care se așteaptă să aibă impact asupra sectorului antreprenorial, dar care nu sunt cuprinse în condițiile generale ale cadrului național².

Figura 1. Modelul conceptual GEM



Sursă: GEM, Raport Global 2007

¹ Acest capitol a fost elaborat pe baza Bosma, N., Jones, K., Erko, A., Levie, J. (2008) Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report.

² Reynolds, P.D., Autio, E., Levie, J. et al. (1998). Babson College-London Business School Global Entrepreneurship Monitor Data Collection-Analysis Strategies Operations Manual. London Business School

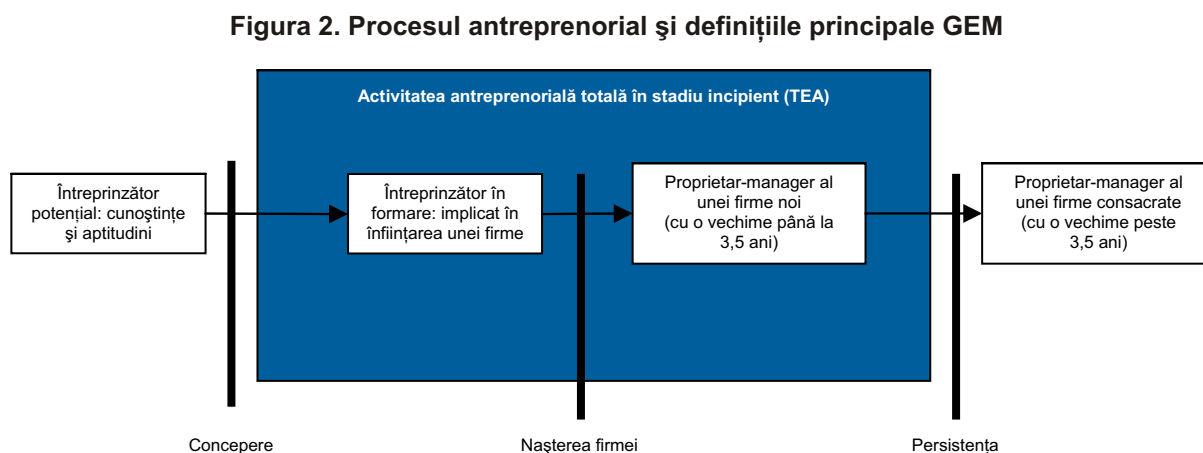
1.2 Definirea antreprenoriatului

În concordanță cu obiectivele sale, GEM privește antreprenoriatul în ansamblu și se concentrează asupra rolului persoanelor individuale în procesul antreprenorial, studiază comportamentul persoanelor individuale privind pornirea și administrarea unei afaceri. Acest aspect diferențiază GEM de alte baze de date, majoritatea lor înregistrând date la nivelul firmelor, privind înregistrarea firmelor noi. Firmele noi sunt, cel mai des, înființate de persoane individuale, care determină atitudinea antreprenorială a firmelor consacrate, indiferent de mărimea lor. Un alt aspect important este faptul că, de la începutul proiectului, antreprenoriatul este conceput ca un proces și ia în considerare persoanele din activitatea antreprenorială în diferite stadii (de la stadiul incipient, până la stadiul consacrării și al posibilei întreruperi a afacerii).

În acest context, datele GEM acoperă ciclul de viață al procesului antreprenorial și analizează persoanele individuale în momentul în care:

- își alocă resursele pornirii unei afaceri pe care doresc să o dețină ei însuși (întreprinzători în formare),
- dețin și administrează o nouă firmă care a plătit salarii pentru o perioadă mai mare de trei luni, dar nu mai mult de 42 de luni (proprietari de firme noi),
- dețin și administrează o firmă consacrată care este activ de mai mult de 42 de luni (proprietari de firme consacrate).

Figura 2. prezintă procesul antreprenorial și definițiile principale GEM.



Sursă: GEM, Raport Global 2007

În concepția GEM, plata oricăror salarii pentru mai mult decât trei luni oricărei persoane, inclusiv proprietarului, este considerată nașterea firmei. Distincția dintre *întreprinzătorii în formare și proprietarii de firme noi* depinde de durata de funcționare a firmei. Firmele care au plătit salarii pe o perioadă mai mare de trei luni și mai mică de 42 de luni, pot fi considerate firme noi. Punctul de separare de 42 de luni a fost stabilit printr-o combinație a fundamentelor teoretice și a celor operaționale³. Rata întreprinzătorilor în formare și a proprietarilor de firme noi poate fi văzută ca un indicator al activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA, *Total Early Stage Entrepreneurial Activity*) dintr-o țară, reprezentând activitatea firmelor noi. O mare parte a întreprinzătorilor în formare nu reușesc să-și pornească afacerea, totuși activitățile lor pot avea efecte asupra economiei, deoarece ele pot exercita presiuni asupra firmelor deja existente pe piață de a-și îmbunătăți activitatea.

Proprietarii de firme care au efectuat plăți și au plătit salarii pentru o perioadă mai mare de 42 de luni, sunt clasificați ca și *proprietari de firme consacrate*. Ratele ridicate ale deținerii de firme consacrate pot indica într-adevăr existența unor condiții pozitive pentru supraviețuirea firmelor. Gradul ridicat al antreprenoriatului consacrat, combinat cu un nivel scăzut al activității antreprenoriale în stadiu incipient, indică însă un nivel scăzut al dinamismului activității antreprenoriale.

1.3 Principalele diferențe dintre datele sondajului populației adulte GEM și datele privind înregistrarea firmelor

GEM este un sondaj social orientat spre persoanele individuale, decizia de implicare într-o activitate antreprenorială fiind una luată la nivel individual. Principalele diferențe dintre datele GEM și datele privind înregistrarea firmelor sunt următoarele:

- Datele GEM sunt obținute cu ajutorul unui plan de cercetare care este armonizat pentru toate țările participante. În mod unic, datele GEM permit comparații între țări. Eficiența metodei GEM este atestată de stabilitatea comparațiilor internaționale din fiecare an, la nivel național.

- GEM cercetează persoanele fizice care se află în faza de înființare a unei firme (întreprinzători în stadiu incipient), la fel ca și persoanele fizice care dețin și administrează firme existente. Aceste categorii includ, de asemenea, întreprinzătorii pe cont propriu sau alți întreprinzători care nu trebuie să se înregistreze. GEM măsoară, de asemenea, atitudinile și autopercepțiile privind antreprenoriatul. Analiza primelor faze ale procesului de pornire a unei firme noi, cât și a spiritului antreprenorial, sunt elemente esențiale pentru elaborarea politicilor de dezvoltare teritorială.

- GEM nu se ocupă cu numărarea firmelor și cu furnizarea ratelor privind firmele noi, ci cu măsurarea spiritului antreprenorial și a activității antreprenoriale în diferite faze ale ciclului de viață al firmei. Astfel, este posibil ca datele GEM să nu fie cea mai bună sursă pentru obținerea unor caracteristici

³ Majoritatea firmelor noi nu supraviețuiesc mai mult de trei sau patru ani. Acesta este principalul raționament pentru folosirea punctului de separare de 42 de luni.

de bază ale firmelor. De exemplu, pentru determinarea distribuției pe sectoare a firmelor existente sunt mai preferate datele statistice oficiale privind înregistrarea firmelor, decât datele GEM.

- Unele date, care nu sunt în general disponibile din statisticile oficiale privind înregistrările, pot fi obținute din GEM, cum ar fi, de exemplu, motivațiile antreprenoriale, gradul activităților inovative și perspectivele de dezvoltare.

1.4 Pagina de internet GEM și accesul la informații

GEM este un consorțiu de echipe naționale care fac parte din *Global Entrepreneurship Research Association* (Asociația Cercetării Globale a Antreprenoriatului). Consorțiul GEM constituie o rețea unică ce realizează un set unic de date construit pe baza unei metodologii comune, permițând comparația internațională. Datele de contact și paginile de internet ale echipelor naționale pot fi găsite la www.gemconsortium.org. Pe această pagină de internet se poate găsi și o selecție a datelor GEM. Pagina de internet GEM oferă o listă la zi a numărului crescător al articolelor științifice, evaluate academic, bazate pe datele GEM.

1.5 Glosar

Principalii indicatori descriși în acest raport sunt:

Ratele activității antreprenoriale ale populației adulte

Rata întreprinzătorilor în formare	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din întreprinzători implicați în mod activ în înființarea unei firme pe care o vor deține singuri sau cu alții, firmă care nu a plătit salarii și nu a efectuat alte plăți proprietarului în ultimele 3 luni.
Rata proprietarilor de firme noi	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din proprietarii și managerii de firme noi, care dețin și administrează o firmă aflată în funcțiune, care a plătit salarii sau a efectuat orice alte plăți către proprietari pentru o perioadă mai mare de 3 luni, dar mai mică de 42 de luni.
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din antreprenorii în stadiu incipient sau din proprietarii-managerii de firme noi.
Rata proprietarilor de firme consacrate	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din proprietari-manageri de firme consacrate, care dețin și administrează o firmă care a plătit salarii sau a efectuat orice alte plăți către proprietar pentru o perioadă mai mare de 42 de luni.
Rata generală a activității antreprenoriale	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din persoanele care sunt implicate în activitatea antreprenorială în stadiu incipient sau care sunt proprietari-manageri ai unei firme consacrate.
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient cu perspective de dezvoltare	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din întreprinzători în stadiu incipient sau proprietari-manageri ai unei firme noi și care previzionează că vor angaja cel puțin 20 de persoane în următorii 5 ani.
Rata întreruperii afacerii	Procent din populația cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, formată din persoanele care, în ultimele 12 luni și-au întrerupt activitatea antreprenorială prin vânzarea, prin închiderea afacerii sau prin orice alt mod de întrerupere a relației de proprietar-manager cu firma. Notă: aceasta nu este o măsură a ratei eșecului în afaceri.

Caracteristicile activității antreprenoriale în stadiu incipient

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de oportunitatea îmbunătățirii propriei situații financiare	Procent din persoanele implicate în activitatea antreprenorială în stadiu incipient, care susțin că principalul motiv al implicării lor în această afacere este dobândirea independenței sau creșterea venitului, mai degrabă decât menținerea venitului actual.
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient cu perspective de dezvoltare	Procentaj al întreprinzătorilor în stadiu incipient care previzionează că vor angaja cel puțin 20 de persoane în următorii 5 ani.
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient orientată spre piața produselor noi	Procentaj al întreprinzătorilor în stadiu incipient care susțin că produsul sau serviciul lor este nou pentru cel puțin o parte a clienților și că nu există multe firme care să ofere același produs sau serviciu.
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient orientată spre export	Procentaj al întreprinzătorilor în stadiu incipient care susțin că cel puțin 25% din clienții lor provin din țări străine.

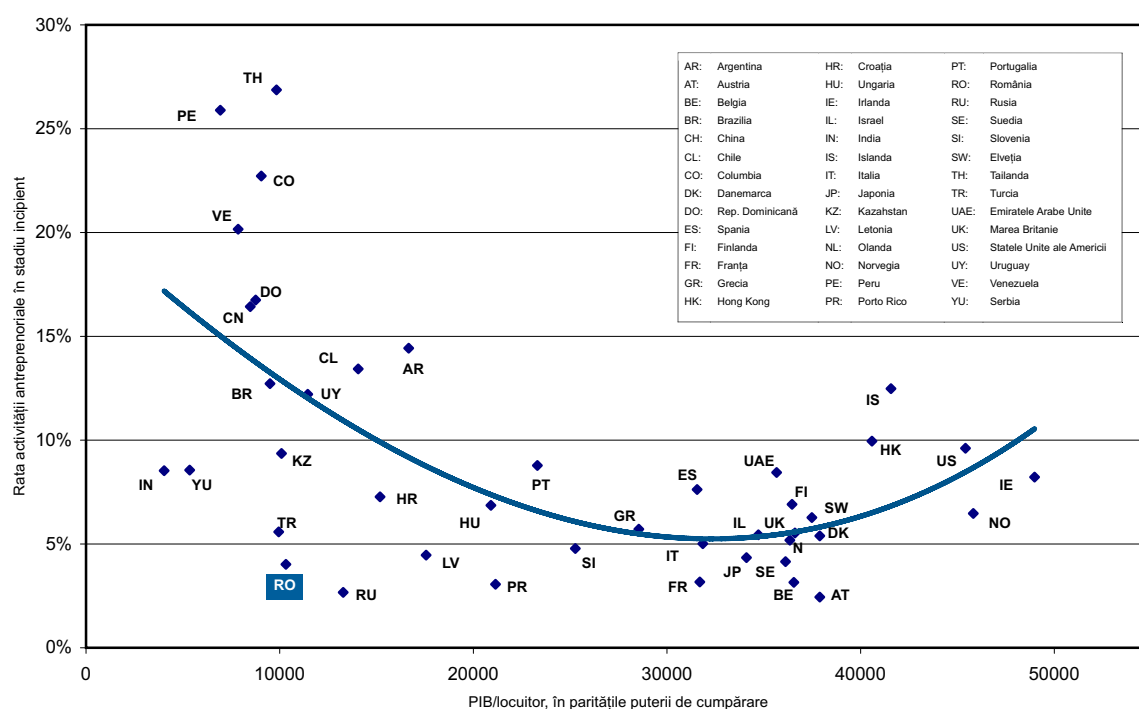
Percepțiile antreprenoriale

Oportunități percepute	Procentaj al populației cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani (persoanele individuale care sunt implicate în orice stadiu al activității antreprenoriale fiind excluse), care consideră că în zona în care locuiesc există oportunități bune pentru a porni o nouă afacere.
Aptitudini percepute	Procentaj al populației cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani (persoanele individuale care sunt implicate în orice stadiu al activității antreprenoriale fiind excluse), care consideră că au cunoștințele și aptitudinile necesare pentru a porni o afacere.
Rata activității antreprenoriale potențiale	Procentaj al populației cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani, care nu sunt implicați în activitatea antreprenorială, dar care au o percepție pozitivă a propriilor capacități antreprenoriale și a oportunităților antreprenoriale în zona în care trăiesc.
Rata intenției antreprenoriale	Procentaj al populației cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani (persoanele individuale care sunt implicate în orice stadiu al activității antreprenoriale fiind excluse), formată din persoane care intenționează să pornească o afacere în următorii trei ani.
Rata fricii de eșec	Procentaj al populației cu vârsta cuprinsă între 18-64 ani (persoanele individuale care sunt implicate în orice stadiu al activității antreprenoriale fiind excluse), care indică faptul că frica de eșec ar împiedica-o să pornească o afacere.

2 Activitatea antreprenorială a României în comparație internațională⁴

Contribuția antreprenoriatului la dezvoltarea economică este un fapt universal acceptat în literatura de specialitate. Rapoartele GEM din anii precedenți au demonstrat existența unei relații sistematice, de forma U, între nivelul dezvoltării economice a unei țări, respectiv nivelul și tipul activității antreprenoriale. *Graficul 1.* ilustrează această relație de forma U dintre nivelul PIB/locuitor și nivelul activității antreprenoriale în stadiu incipient. Ratele activității antreprenoriale în stadiu incipient din 2007 sunt obținute din sondajele anuale GEM, realizate pe eșantioane reprezentative ale populației naționale adulte din 42 de țări.

Graficul 1. Relația dintre rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA) și PIB/locuitor, 2007



Sursă: GEM, Raport Global 2007

În țările cu niveluri scăzute ale PIB/locuitor, economia națională este caracterizată prin existența multor firme mici. Odată cu creșterea indicatorului PIB/locuitor, industrializarea și economiile de scară permit firmelor mari și consacrate să satisfacă cererea crescută a piețelor în dezvoltare și să le sporească rolul relativ în economie. Un factor important pentru realizarea creșterii PIB/locuitor este stabilitatea macroeconomică și politică. Creșterea rolului firmelor mari poate fi acompaniată de scăderea numărului firmelor noi, deoarece un număr tot mai mare de persoane își găsesc locuri de muncă stabile în întreprinderile mari, crescând astfel costul de oportunitate al eventualelor decizii individuale de acceptare a statutului de întreprinzător.

⁴ Acest capitol a fost elaborat pe baza Bosma, N., Jones, K., Erko, A., Levie, J. (2008) Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report.

Astfel, pentru țările cu niveluri scăzute ale PIB/locuitor, o scădere a ratei activității antreprenoriale în stadiu incipient poate fi un semn bun, mai ales dacă este acompaniată de creștere economică și de stabilitate politică. Odată cu creșterea economică și a nivelului de trai⁵, rolul jucat de sectorul antreprenorial poate crește, deoarece mai multe persoane pot accesa resurse pentru a porni afaceri pe cont propriu într-un mediu economic care permite exploatarea oportunităților.

Toate fostele țări socialiste prezintă o activitate antreprenorială în stadiu incipient situată sub curba de forma U. În România, s-a înregistrat una dintre cele mai scăzute rate ale activității antreprenoriale în stadiu incipient (4,0%). Împreună cu Rusia și Letonia, această rată este una dintre cele mai scăzute dintre țările cu venit mediu și scăzut.

Ratele activității antreprenoriale depind, de asemenea, de caracteristicile demografice, culturale și instituționale ale unei țări (Swedberg, 2000; Verheul et al., 2002; Wennekers, 2006). *Graficul 1.* reflectă unele dintre aceste dimensiuni, concentrându-se și pe caracteristicile geografice. Un grup de țări UE-15 este situat împreună la nivelul inferior al curbei de formă U. Țările din Europa de Est și Asia Centrală se situează în partea stângă, sub curbă, oamenii din aceste țări nu sunt atât de implicați în activități antreprenoriale ca și cei din țările din America Latină, cu niveluri similare ale PIB/locuitor.

Graficul 1. demonstrează faptul că antreprenoriatul ar trebui studiat acceptând diferențele dezvoltării (sau prosperității) economice și în context regional. Astfel, putem categoriza cele 42 de țări participante la GEM în trei grupe majore de țări. Primul criteriu de diferențiere se referă la gradul de prosperitate economică. Folosim diferențierea pe care Banca Mondială o face între țările cu venit ridicat și cele cu venit mediu și scăzut. O a doua diferențiere s-a realizat pe baza unei dimensiuni regionale, cu separarea țărilor cu venit mediu și scăzut din Europa și Asia de cele din America Latină și Caraibe⁶.

Tabelul 1. Grupe de țări

Țările cu venit ridicat
Austria, Belgia, Danemarca, Finlanda, Franța, Grecia, Hong Kong, Islanda, Irlanda, Israel, Italia, Japonia, Olanda, Norvegia, Portugalia, Porto Rico, Slovenia, Spania, Suedia, Elveția, Emiratele Arabe Unite, Marea Britanie, Statele Unite ale Americii
Țările cu venit mediu și scăzut - Europa și Asia
China, Croația, Ungaria, India, Kazahstan, Letonia, România , Rusia, Serbia, Tailanda, Turcia
Țările cu venit mediu și scăzut - America Latină și Caraibe
Argentina, Brazilia, Chile, Columbia, Republica Dominicană, Peru, Uruguay, Venezuela

Sursă: GEM, Raport Global 2007

⁵ Conform calculelor GEM acest nivel critic al dezvoltării economice este estimat la 32000 USD/locuitor (PPP).

⁶ Grupul combinat al Europei și Asiei rezultă dintr-o acoperire limitată a țărilor GEM 2007 în Asia de Sud și Asia de Sud-Est, altfel Europa, Asia Centrală și Asia de Sud-Est ar fi format un grup separat.

Această clasificare reflectă diferențele dintre caracteristicile instituționale, demografice, de cultura antreprenorială și gradul prosperității economice. Acestea pot fi percepute ca și caracteristici importante care influențează spiritul antreprenorial al persoanelor dintr-o țară.

Caracteristicile instituționale implică dezvoltarea instituțiilor în general (Boettke & Coyne, 2006), dar și reglementările privind înființarea, menținerea și dezvoltarea unei afaceri, și existența unui sistem al asigurărilor sociale în funcțiune, care ar putea împiedica pe indivizi să se implice în activitatea antreprenorială (Bosma et al., 2005; Hessels et al., 2007; Van Stel et al., 2007).

Caracteristicile demografice joacă un rol important în influențarea spiritului antreprenorial. În țările cu o populație cu un grad accentuat de îmbătrânire există mai puține firme noi decât în țările cu o populație tânără (și în creștere).

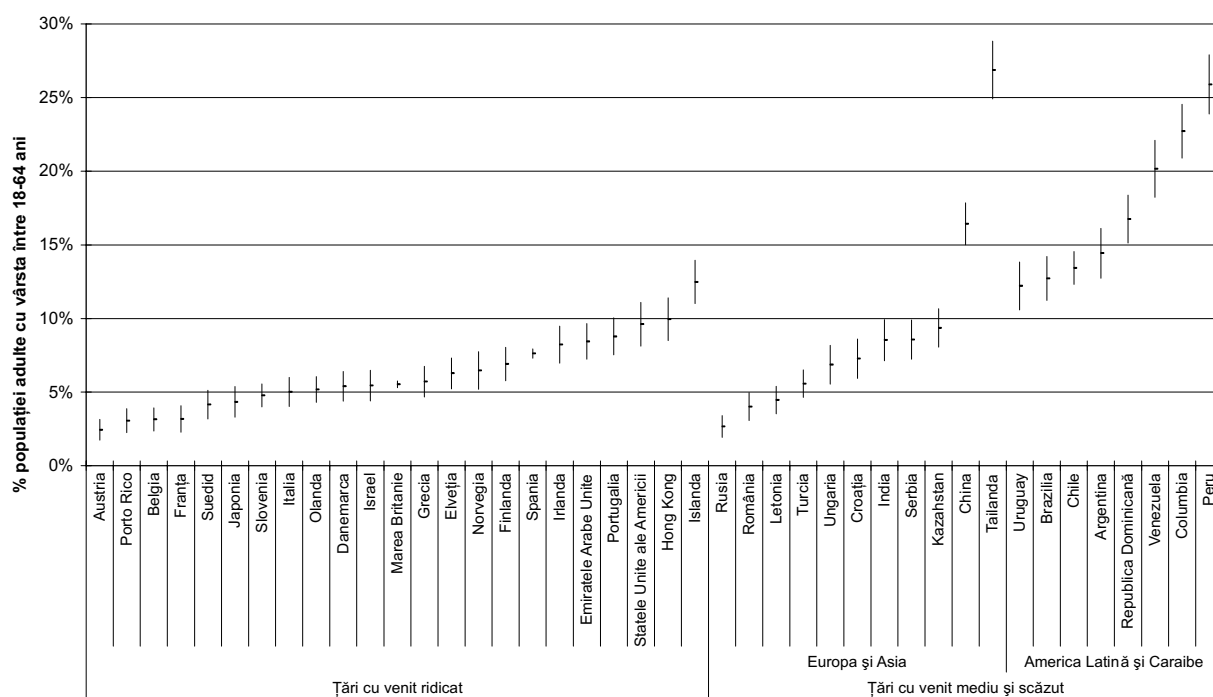
Cultura antreprenorială are o componentă istorică puternică și determină gradul în care înființarea sau menținerea unei afaceri este considerată a fi un eveniment normal sau special, sau dacă este o practică acceptată sau privită cu neîncredere (Tominc & Rebernik, 2007).

Gradul prosperității economice determină existența alternativelor în ceea ce privește locurile de muncă. În general, țările cu performanțe economice mai bune au mai multe locuri de muncă (și mai bine plătite). Un aspect mai specific al prosperității economice este stadiul tehnologiei. Economii care au acces la tehnologiile avansate sunt mai bine dotate pentru a realiza tranziția către o economie antreprenorială (Wennekers et al., 2005).

Graficul 2. prezintă ratele activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA). Fiecare țară participantă la GEM 2007 este grupată pe baza nivelului PIB/locuitor și a regiunii, ordonată în cadrul grupului în ordine crescătoare a estimației punctuale naționale pentru TEA. Dacă barele verticale de orice parte a estimației punctuale pentru TEA în cazul oricărei două țări nu se suprapun, ele au rate TEA diferite statistic⁷.

⁷ Semnificația statistică se referă la un calcul al gradului în care se așteaptă ca valoarea medie de 95 din 100 de răspunsuri din sondaj să ofere rezultate reale. Acest grad este prezentat în *Graficul 2.* prin bare verticale pe fiecare parte a fiecărui punct de date. Dacă intervalele de încredere (reprezentate de barele verticale) a două țări privind TEA nu se suprapun, diferența dintre ratele TEA nu este semnificativă statistic la nivelul 0,05.

Graficul 2. Activitatea antreprenorială în stadiu incipient (TEA) în 42 de țări în 2007, pe grupe de PIB/locuitori și regiuni (interval de încredere de 95%)

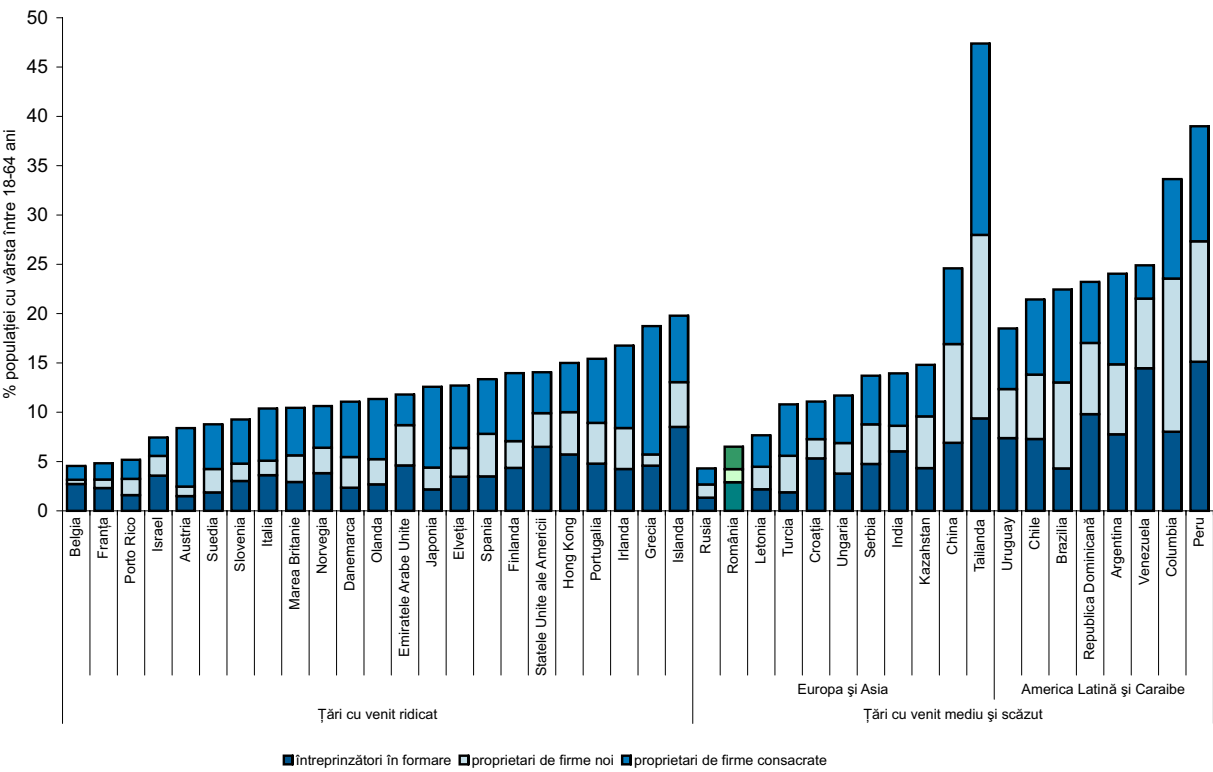


Sursă: GEM, Raport Global 2007

Graficul 2. arată faptul că majoritatea țărilor europene cu venit ridicat au rate TEA relativ scăzute. Majoritatea țărilor europene și asiatice cu venituri medii și scăzute au rate comparabile cu cele ale țărilor cu venit ridicat. Graficul arată, de asemenea, faptul că există diferențe între cele două grupe ale țărilor cu venit mediu și scăzut. Ratele TEA în Europa și Asia sunt mai scăzute decât cele din America Latină și țărilor din Caraibe, cu excepția Chinei și a Tailandei.

Procentul populației angajate în înființarea sau administrarea propriei afaceri este un alt mod de a măsura activitatea antreprenorială a unei țări. Graficul 3. prezintă procentul populației aflate în diferite stadii ale implicării în afaceri administrate ca proprietari. Activitatea antreprenorială în stadiu incipient (întreprinzătorii în formare și proprietarii de firme noi) este semnificativ mai mare în țărilor din America Latină, decât în țărilor europene cu venit ridicat.

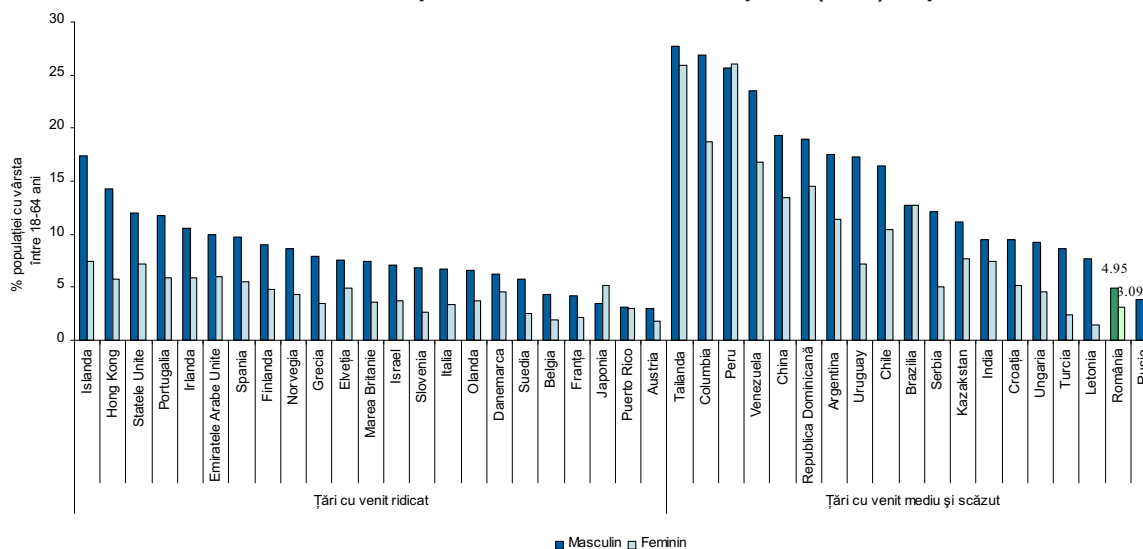
Graficul 3. Procentul populației aflate în diferite stadii ale implicării în afaceri administrate ca proprietar, 2007



Sursă: GEM, Raport Global 2007

Graficul 4. prezintă procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient după sex. În România 4,95% dintre bărbații cu vârsta între 18-64 de ani sunt implicați în activitatea antreprenorială în stadiu incipient, acest procent în cazul femeilor este de 3,09%. Valorile medii corespunzătoare ale țărilor europene sunt de 8,1%, respectiv 3,9%.

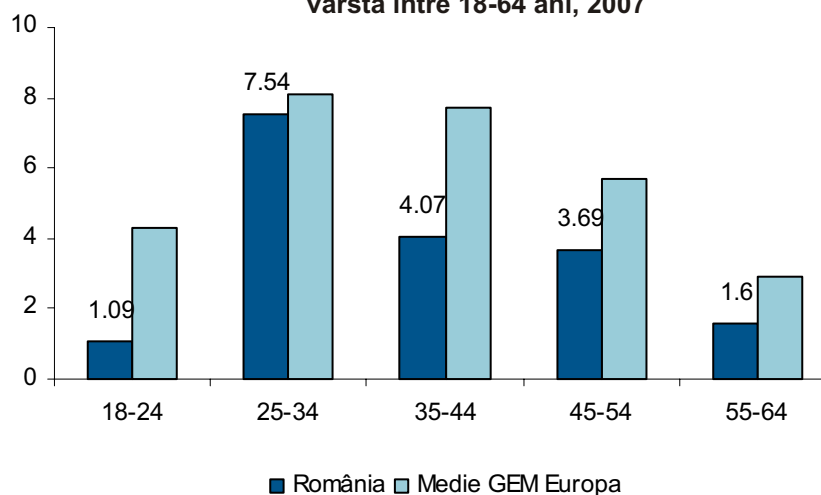
Graficul 4. Procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient (TEA) după sex, 2007



Sursă: GEM, APS 2007

Următorul grafic prezintă procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient din fiecare categorie de vârstă a populației adulte. Se poate observa că procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient în categoria de vârstă 25-34 de ani corespunde procentului mediu din țările europene, iar în cazul celorlalte categorii de vârstă acest procent este mult mai mic.

Graficul 5. Procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient pe grupe de vârstă din populația cu vârsta între 18-64 ani, 2007



Sursă: GEM, APS 2007

O parte a persoanelor sunt implicate în activitatea antreprenorială din cauza recunoașterii unor oportunități atractive de afaceri, iar alții sunt implicați în antreprenoriat deoarece nu văd un alt mod de a-și câștiga existența. Pentru cei care sunt atrași în antreprenoriat, pot fi identificate două motive majore de oportunitate: independența și creșterea veniturilor. Celelalte motive ale implicării în activitatea antreprenorială sunt necesitatea și menținerea nivelului de venit actual.

Tabelul 2. prezintă procentul populației implicate în activități antreprenoriale în stadiu incipient motivate de oportunitate în fiecare țară. Țările cu o rată crescută a antreprenariatului motivat de oportunitate sunt în principal țări cu venituri ridicate. În aceste țări se așteaptă ca oportunitățile să fie mai numeroase, iar persoanele pot avea mai multe posibilități privind câștigarea existenței. Chile și Uruguay sunt singurele țări cu venit mediu și scăzut cu o rată a antreprenariatului motivat de oportunitate relativ ridicată, în timp ce nici o țară cu venit ridicat nu are o rată sub 50% a activității antreprenoriale în stadiu incipient, motivată de oportunitate.

Tabelul 2. Procentul activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de oportunitate⁸, 2007

Grupul 1: Mai puțin de 50% oportunitate		Grupul 2: Mai mult de 50% oportunitate	
Serbia	29%	Israel	52%
Rusia	30%	Belgia	53%
India	33%	Uruguay	54%
Brazilia	39%	Spania	54%
Turcia	40%	Japonia	55%
Republica Dominicană	40%	Franța	55%
Croația	41%	Irlanda	56%
Letonia	42%	Portugalia	56%
China	44%	Marea Britanie	59%
Columbia	44%	Chile	62%
Argentina	44%	Statele Unite ale Americii	62%
Peru	45%	Porto Rico	63%
Kazahstan	46%	Grecia	63%
Venezuela	47%	Hong Kong	64%
România	48%	Emiratele Arabe Unite	65%
Ungaria	48%	Olanda	66%
Tailanda	49%	Norvegia	66%
		Austria	67%
		Elveția	69%
		Italia	70%
		Finlanda	73%
		Slovenia	77%
		Islanda	78%
		Suedia	79%
		Danemarca	81%

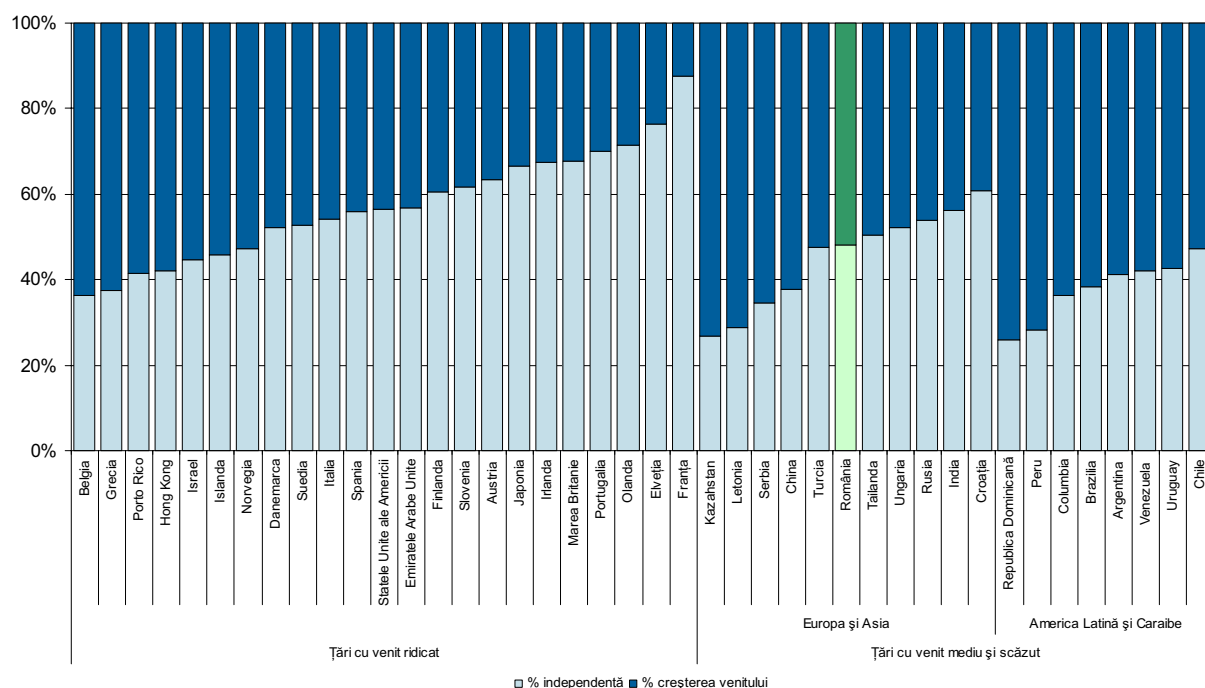
Sursă: GEM, Raport Global 2007

⁸ Exclusiv motivațiile mixte (necesitate și oportunitate).

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient, motivată de oportunitate a României, de 48%, este una dintre cele mai ridicate din țările cu venit mediu și scăzut. Considerăm că acest fapt este rezultatul creșterii economice recente, care a făcut să scadă antreprenoriatul motivat de necesitate, generând, pe de altă parte, noi oportunități de afaceri. Pare mai probabil ca populația României să profite de aceste noi oportunități de afaceri, decât în trecutul apropiat, rezultatele noastre evidențiază faptul că 45% din întreprinzătorii implicați în diferite stadii ale activității antreprenoriale sunt întreprinzători în formare. Totuși, rata întreprinzătorilor în formare și a celor care și-au încetat activitatea antreprenorială anul trecut este una dintre cele mai scăzute din țările Europei Centrale. Nu este însă de neglijat nici efectul probabil al dezvoltării economice asupra creșterii costului de oportunitate privind decizia de începere și continuare a activităților antreprenoriale în privința perspectivelor viitoare ale antreprenoriatului din România motivat de oportunitate. Pe de altă parte, criza recentă care se conturează la nivel global ar putea cauza o creștere a antreprenoriatului motivat de necesitate.

În ceea ce privește cele două categorii de motivații ale oportunității în cadrul activității antreprenoriale în stadiu incipient, *Graficul 6*. arată faptul că în majoritatea țărilor cu venit ridicat independența este cea mai importantă motivație a antreprenoriatului de oportunitate. Acest fapt sugerează că în aceste țări există modalități alternative de câștigare a venitului. Pe lângă angajarea plătită un factor important poate fi reprezentat și de disponibilitatea asistenței sociale (Bosma et al., 2005; Van Stel et al., 2007).

Graficul 6. Structura activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de oportunitate în funcție de categorii de motivații



Sursă: GEM, Raport Global 2007

În toate țările din America Latină și din Caraibe din GEM 2007 numărul întreprinzătorilor în stadiu incipient motivați de oportunitate, care au ca scop principal creșterea veniturilor, este mai mare decât numărul întreprinzătorilor motivați de obținerea independenței. Țările cu venit mediu și scăzut din Europa și Asia au atât proporții ridicate, cât și scăzute ale întreprinzătorilor motivați de obținerea independenței.

În România numărul întreprinzătorilor în stadiu incipient motivați de oportunitate care au ca scop principal creșterea veniturilor este aproape egal cu numărul întreprinzătorilor motivați de obținerea independenței. Procentul întreprinzătorilor în stadiu incipient motivați de oportunitatea creșterii venitului este de 24,62%, în timp ce a celor motivați de obținerea independenței este de 22,97%. Aceste valori sunt sub nivelul înregistrat în cadrul țărilor europene, de 26,8%, respectiv de 32,8%.

3 | Percepții individuale privind activitatea antreprenorială în România⁹

Toate fostele țări socialiste din Europa Centrală și de Est prezintă o activitate antreprenorială în stadiu incipient situată sub forma U, prezentată mai sus (*Graficul 1.*). În România s-a constatat una dintre cele mai scăzute rate ale activității antreprenoriale în stadiu incipient (4,0%). Împreună cu Rusia și Letonia, această rată este una dintre cele mai scăzute dintre țările cu venit mediu și scăzut. Doar 6,5% din populația României se află în diferite stadii de implicare în afaceri ca manageri și proprietari. Aceasta este, după Rusia, cea de-a doua cea mai scăzută rată dintre țările cu venit mediu și scăzut. Aproape jumătate dintre acești întreprinzători sunt întreprinzători în formare (2,9% din populația activă). Rata proprietarilor de firme noi în rândul populației cu vârsta între 18-64 de ani (1,3%) este cea mai scăzută din rândul țărilor cu venit mediu și scăzut. În *Tabelul 3.* sunt prezentate ratele diferitelor stadii ale activității antreprenoriale din România în anul 2007, cât și principalele rate legate de motivația antreprenorială în stadiu incipient.

Tabelul 3. Activitatea antreprenorială în România, 2007

Activitate antreprenorială	Procentul populației cu vârsta între 18-64 ani
Rata întreprinzătorilor în formare	2,9
Rata proprietarilor de firme noi	1,3
Rata proprietarilor de firme consacrate	2,5
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient	4,0
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de oportunitatea îmbunătățirii propriei situații financiare ¹⁰	2,7
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient motivată de necesitate ¹¹	0,6

Sursă: GEM, APS 2007

Aceste rate scăzute ale României pot fi explicate prin lipsa tradiției, activității și educației antreprenoriale înaintea anilor '90, în timpul perioadei socialiste, mediul antreprenorial nefavorabil în perioada de tranziție a anilor '90, precum și acceptarea de către populație a locurilor de muncă ce prezintă un grad mai mic de risc, oferite de firmele mari, în perioada de creștere economică, după anul 2000.

Deciziile indivizilor de a înființa o firmă sunt influențate de mai mulți factori: percepția oportunităților în mediul lor, dacă au suficiente cunoștințe și abilități, dacă ei cunosc alte persoane angajate în activități antreprenoriale și o refractaritate redusă de a fi implicați în activitatea antreprenorială prin teama de eșec (Bosma, N., Jones, K., Erkkö, A., Levie, J., 2008).

În România 28,3% din populația cu vârsta între 18-64 de ani simte teama de eșec ca fiind un factor care-l oprește să devină întreprinzător, 29,4% consideră că au cunoștințele și aptitudinile necesare pentru a porni o afacere, 41,6% cunosc o persoană care a pornit o afacere în ultimii 2 ani, 46,6% ar prefera ca toată lumea să aibă un standard de viață uniform, 26,2% văd o bună oportunitate în pornirea unei afaceri în următoarele 6 luni, 61% consideră că pornirea unei afaceri este o bună alegere în carieră, 62,5% cred că cei care au succes în pornirea unei afaceri noi au un nivel înalt de statut și respect și 50,4% consideră că afacerile noi de succes sunt bine promovate de către mass media.

⁹ Acest capitol a fost elaborat pe baza articolului Nagy, Á., Matis, D., Györfy, L.Z., Benyovszki, A., Petru, T.P., (2008), Main Characteristics of Entrepreneurial Activity in Romania.

¹⁰ Exclusiv motivațiile mixte (necesitate și oportunitate).

¹¹ Exclusiv motivațiile mixte (necesitate și oportunitate).

Tabelul 4. arată corelația dintre percepția individuală și activitatea antreprenorială în România. În ciuda ratei înalte de eșec din România, întreprinzătorii în stadiu incipient, proprietarii de firme consacrate, precum și întreprinzătorii în stadiu incipient motivați de oportunitate nu consideră că teama de eșec reprezintă un obstacol în activitatea lor antreprenorială. Măsura în care oamenii se percep a fi capabili, măsura în care ei cred că au abilitățile și cunoștințele de a porni o afacere, este legată de nivelul activității antreprenoriale în stadiu incipient, la fel de mult ca și de activitatea antreprenorială în formare. De asemenea, corelații semnificative au fost descoperite cu proprietarii de firme consacrate.

Tabelul 4. Corelația dintre percepțiile individuale și activitatea antreprenorială în România, 2007

	Întreprinză- tori în formare	Proprietari de firme noi	Proprietari de firme consacrate	Activitate antrepreno- rială totală în stadiu incipient	Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient motivată de oportunitate	Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient motivată de necesitate
Teama de eșec i-ar face pe oameni să nu pornească o afacere	-0,043	-0,041	-0,078(**)	-0,058(*)	-0,079(**)	0,031
Are cunoștințele / abilitățile necesare pornirii unei afaceri	0,200(**)	0,104(**)	0,192(**)	0,226(**)	0,214(**)	-0,022
Cunoaște o persoană care a pornit o afacere în ultimii doi ani	0,166(**)	0,086(**)	0,120(**)	0,188(**)	0,163(**)	0,049
Toți locuitorii preferă standardul de viață uniform	0,060(*)	-0,069(*)	0,029	0,023	0,007	0,002
Vede oportunități bune pentru pornirea unei afaceri în următoarele 6 luni	0,156(**)	0,037	0,142(**)	0,156(**)	0,134(**)	-0,022
Pornirea unei afaceri este considerată a fi o bună alegere în carieră	-0,015	0,01	0,018	-0,008	0,002	-0,044
Multe reflectări în mass media pentru noile afaceri	0,047	-0,003	0,043	0,041	0,057	-0,043

** Corelația este semnificativă la nivelul de 0,01 (test bilateral).

* Corelația este semnificativă la nivelul de 0,05 (test bilateral).

Sursă: GEM, APS 2007

Persoanele implicate în activități antreprenoriale cunosc mai mulți întreprinzători, în conformitate cu așteptările noastre, acest lucru este în corelație semnificativă cu fiecare stadiu al antreprenoriatului.

În baza analizelor de corelație, putem afirma că întreprinzătorii care au devenit întreprinzători din necesitate văd, de asemenea, oportunități bune unei afaceri pentru pornirea de afaceri în următoarele șase luni. Nici o corelație semnificativă nu a fost găsită la nivelul de 0,05 între orice fel de activitate antreprenorială și aprecierea acoperirii prin mass media a afacerilor, la fel ca și în cazul considerării pornirii unei noi afaceri să fie apreciată de societate ca o bună alegere a carierei. Întreprinzătorii care au devenit întreprinzători din necesitate nu indică o corelație semnificativă la nivelul de 0,05 cu nici una din variabilele menționate mai sus.

Cercetarea arată că cel mai mare număr de întreprinzători în stadiu incipient, ca și cel al proprietarilor de firme consacrate, se axează pe servicii (35,9%, respectiv 48%), urmată de industria prelucrătoare (35,2%, respectiv 30,7%). Implicarea proprietarilor de firme consacrate în servicii de afaceri este aproape la fel de mare ca cea a întreprinzătorilor în formare (19,1%, respectiv 25,1%), în timp ce industria extractivă este mai puțin vizată. Se poate observa că întreprinzătorii sunt orientați către piețele interne. 64,8% dintre întreprinzătorii în formare și 53,3% dintre proprietarii de firme consacrate realizează mai puțin de un sfert din cifra de afaceri în urma vânzărilor către clienți din străinătate.

Tabelul 5. compară inovația, intensitatea concurenței și nivelul noutății tehnologice.

În cazul întreprinzătorilor în stadiu incipient, la fel ca și în cazul proprietarilor de firme consacrate, înclinația spre inovare este scăzută. Astfel, ei trebuie să se confrunte cu o competiție acerbă. Un alt indicator important al inovației unei afaceri se referă la tehnologiile utilizate și la procesele de producție. Putem observa că majoritatea întreprinzătorilor în stadiu incipient (76,9%) și aproape toți proprietarii de firme consacrate (93,3%) folosesc o tehnologie care este disponibilă de o perioadă mai mare de cinci ani.

Tabelul 5. Indicatori de inovație ai întreprinzătorilor din România

		Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient	Proprietari de firme consacrate
Noutatea produsului/ serviciilor oferite	Pentru toți	6,5	4,0
	Pentru unii	29,8	11,5
	Pentru nici unul	63,7	84,5
Competitori	Mulți	68,4	76,4
	Puțini	29,6	20,9
	Câțiva	2,0	2,6
Tehnologie	De ultimă oră	0,0	1,4
	Nouă	23,1	5,3
	Disponibilă de o perioadă mai mare de cinci ani	76,9	93,3

Sursă: GEM, APS 2007

Vom studia următoarele caracteristici socio-demografice ale întreprinzătorilor: sex, vârstă, venitul gospodăriei, nivel educațional, ocupație, zona de reședință. În conformitate cu tabelul de corelație prezentat mai jos (*Tabelul 6.*), activitatea antreprenorială este corelată în mod semnificativ cu aproape toți factorii socio-demografici menționați, cu excepția activității antreprenoriale în stadiu incipient, motivată de necesitate.

Tabelul 6. Corelația dintre activitatea antreprenorială și factorii socio-demografici

Factori socio-demografici	Proprietari de firme consacrate	Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient	Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient, motivată de oportunitate	Activitate antreprenorială totală în stadiu incipient, motivată de necesitate
Sex	-0,053(**)	-0,047(**)	-0,052(**)	-0,023
Vârstă	0,043(*)	-0,04(*)	-,047(*)	0,025
Venitul gospodăriei	0,119(***)	0,139(***)	0,144(***)	-0,026
Nivel educațional	0,039	0,071(***)	0,078(***)	-0,002
Ocupație	-0,115(***)	-0,111(***)	-0,093(***)	-0,035
Zona rurală/urbană	0,072(***)	0,072(***)	0,071(***)	0,011

*** Corelația este semnificativă la nivelul de 0,01 (test bilateral).

** Corelația este semnificativă la nivelul de 0,05 (test bilateral).

* Corelația este semnificativă la nivelul de 0,10 (test bilateral).

Sursă: GEM, APS 2007

Întreprinzătorii din România sunt, în majoritatea lor, bărbați. Participarea femeilor este mai ridicată în rândurile celor implicați în activitate antreprenorială în stadiu incipient, decât în rândul proprietarilor de firme consacrate. Întreprinzătorii în stadiu incipient pot fi, cel mai adesea, găsiți în grupa de vârstă cuprinsă între 25-34 de ani, în timp ce proprietarii de firme consacrate aparțin cel mai frecvent grupei de vârstă cuprinsă între 35-44 de ani. În conformitate cu așteptările noastre, întreprinzătorii în stadiu incipient, motivați de necesitate reprezintă categoria cu vârsta cea mai înaintată.

Tabelul 7. Distribuția activității antreprenoriale în funcție de factorii socio-demografici (%)

		Implicați în activitate antreprenorială totală în stadiu incipient	Implicați în activitate antreprenorială în stadiu incipient, motivată de oportunitate	Implicați în activitate antreprenorială în stadiu incipient, motivată de necesitate	Proprietari de firme consacrate
Sex	Masculin	61,3	65,2	65,0	66,1
	Feminin	38,7	34,8	35,0	33,9
Vârsta	18-24 ani	4,2	4,1	0,0	0,0
	25-34 ani	48,2	56,3	18,7	17,7
	35-44 ani	22,3	17,7	33,4	48,6
	45-54 ani	18,8	15,2	33,6	15,2
	55-64 ani	6,5	6,7	14,3	18,4
Venitul gospodăriei	Partea inferioară de 33%	13,7	2,5	66,4	8,2
	Partea mijlocie de 33%	21,3	22,9	13,1	21,1
	Partea superioară de 33%	65,0	74,6	20,6	70,6
Nivel educațional	Nici unul	0,0	0,0	0,0	0,0
	Nivel primar	0,0	0,0	0,0	4,5
	Liceu	2,6	0,0	3,0	0,0
	Postliceal	48,4	40,6	88,6	51,7
	Facultate	49,0	59,4	8,4	43,9S
Situația ocupatională	Normă întreagă	84,6	89,3	80,1	91,5
	Jumătate de normă	2,4	2,4	0,0	3,2
	Șomer	0,0	0,0	0,0	0,0
	Pensionar sau handicapat	5,0	0,0	14,3	4,5
	Student	5,5	8,3	0,0	0,0
	Casnică/casnic	2,4	0,0	5,7	0,8
Zona rurală/ urbană	Rurală	22,8	18,9	32,8	18,1
	Urbană	77,2	81,1	67,2	89,1

Sursă: GEM, APS 2007

Există o discrepanță mare între întreprinzătorii în stadiu incipient, motivați de oportunitate și de necesitate, în ceea ce privește partea inferioară și superioară a veniturilor gospodărești. La partea inferioară, oamenii tind să fie întreprinzători motivați de necesitate, una dintre constrângerile majore pentru activitatea lor antreprenorială fiind alegerea limitată a angajării și a accesului la resurse financiare. În mod contrar, la partea superioară de venituri (întreprinzători în stadiu incipient motivați de oportunitate și proprietari de firme consacrate), oamenii tind să fie întreprinzători în stadiu incipient motivați de oportunitate, din moment ce își pornesc propria afacere când percep un câștig potențial evident într-o nouă afacere. Ei au mai multe resurse financiare pentru a profita de oportunitățile de pe piață. Discrepanța dintre întreprinzătorii cu venituri medii este mică. Procentul celor care au obținut o diplomă la facultate este similar, atât în cazul întreprinzătorilor în stadiu incipient, cât și al proprietarilor de firme consacrate, în timp ce segmentele cele mai largi ale întreprinzătorilor în stadiu incipient, motivați de necesitate sunt cei cu diplome postliceale. Cei mai mulți dintre întreprinzătorii în stadiu incipient și proprietarii de firme consacrate, sunt angajați cu normă întreagă. Cea mai mare parte a întreprinzătorilor locuiește în zona urbană.

4 Condițiile cadrului antreprenorial în România în percepția experților naționali¹²

GEM este un program de cercetare care se axează pe unul din principalii stimulatori ai creșterii economice, antreprenoriatul. De asemenea, este recunoscut pe scară largă faptul că antreprenoriatul este una din cele mai importante forțe care modelează schimbările din mediul economic¹³. Pe de altă parte, activitatea economică se desfășoară în cadrul unui sistem economic mai larg care trebuie să furnizeze resurse necesare, stimulente, piețe și instituții de asistență pentru dezvoltarea firmelor noi. În cadrul modelului conceptual GEM, acest fapt este reprezentat de *condițiile cadrului antreprenorial* (*Entrepreneurial Framework Conditions*, EFC). Politicile și programele guvernamentale care susțin firmele noi și în creștere, împreună cu o educație antreprenorială solidă, în școli și universități, toate contribuie la dezvoltarea antreprenoriatului, care joacă un rol important în creșterea competitivității economiei pe plan mondial.

Cele zece condiții ale cadrului antreprenorial (EFC) au fost identificate de către Comitetul de Proiectare a Cercetării Consorțiului GEM (*GEM Consortium Research Design Committee*), acestea fiind prezentate în *Tabelul 8*¹⁴.

Tabelul 8. Condițiile cadrului antreprenorial GEM

EFC1: Susținerea financiară
Disponibilitatea resurselor financiare, a capitalurilor proprii și a împrumuturilor pentru firme noi și în dezvoltare, incluzând alocațiile și subvențiile.
EFC2: Politicile guvernamentale
Gradul în care politicile guvernamentale, reflectate în impozite și taxe sau reglementări, sau aplicarea lor, sunt neutre din punctul de vedere al mărimii firmelor sau încurajează firmele noi și în dezvoltare. Studiile empirice au arătat că există două subdimensiuni distincte ale acestei condiții. Prima acoperă gradul în care firmele noi și în dezvoltare sunt prioritizate în politicile guvernamentale, în general. A doua se referă la reglementarea firmelor noi și în dezvoltare.
EFC3: Programele guvernamentale
Prezența și calitatea programelor pentru sprijinirea firmelor noi și în dezvoltare, la toate nivelele administrative (național, regional, județean, local).
EFC4: Educația și perfecționarea
Gradul în care perfecționarea din domeniul creării sau administrării firmelor mici, noi sau în dezvoltare este încorporată în sistemul educațional și de perfecționare la toate nivelele. Studiile empirice au arătat că există două subdimensiuni distincte ale acestei condiții: educația și perfecționarea antreprenorială la nivelul învățământului primar și secundar, respectiv educația și perfecționarea antreprenorială postliceală.
EFC5: Transferul cercetării și al dezvoltării
Gradul în care cercetarea și dezvoltarea unei țări contribuie la apariția noilor oportunități de afaceri și disponibilitatea acestora pentru firmele noi, mici și în dezvoltare ¹⁵ .
EFC6: Infrastructura comercială și profesională
Prezența serviciilor comerciale, juridice, de contabilitate, respectiv a serviciilor instituțiilor care favorizează sau promovează apariția firmelor noi, mici sau în dezvoltare.
EFC7: Gradul de deschidere al pieței interne
Gradul în care acordurile comerciale trec printr-o schimbare continuă. Studiile empirice au arătat că există două subdimensiuni distincte ale acestei condiții: schimbarea pieței, adică gradul în care piețele se schimbă de la an la an și gradul de deschidere al pieței, adică gradul în care firmele noi pot intra liber pe piețele existente.

¹² Aspectele teoretice ale acestui capitol au fost elaborate pe baza Bosma, N., Jones, K., Erkkö, A., Levie, J. (2008) Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report.

¹³ Acs, Z.J., Armington, C., Robb, A., Measures of Job Flow Dynamics in US Economy. Upper Marlboro, Maryland, US Bureau of the Census, Center for Economic Studies, 1999.

¹⁴ Vezi Levie, J. și Erkkö, A. (2007) Entrepreneurial Framework Conditions and National-Level Entrepreneurial Activity: Seven-Year Panel Study. Lucrare prezentată la cea de-a treia Conferință a Cercetării GEM, Washington, Octombrie.

¹⁵ Nivelul relativ al cercetării și dezvoltării și estimările fondului cunoștințelor acumulate sunt acoperite de „Tehnologie” ca și o condiție a cadrului național general.

EFC8: Accesul la infrastructura fizică
Ușurința accesului la resursele fizice disponibile - comunicare, facilități, transport, teren sau spațiu - la un preț ce nu discriminează firmele noi, mici sau în dezvoltare ¹⁶ .
EFC9: Normele culturale și sociale
Gradul în care normele culturale și sociale existente încurajează (sau nu descurajează) acțiunile individuale ce pot duce la apariția noilor moduri de a realiza afaceri sau activități economice și care pot duce la o dispersare a prosperității și a venitului personal. Studiile empirice au arătat că există două subdimensiuni distincte ale acestei condiții: cultura antreprenorială națională (gradul în care cultura națională încurajează antreprenoriul) și respectul față de întreprinzători (gradul în care întreprinzătorii se bucură de un statut social ridicat).
EFC10: Protejarea drepturilor de proprietate intelectuală
Gradul în care proprietatea intelectuală a firmelor noi și în dezvoltare este protejată prin lege.

Sursă: GEM, Raport Global 2007

Încă de la început, Consorțiul GEM a ales o metodologie de măsurare a condițiilor cadrului antreprenorial care completează măsurile existente (de exemplu, cea creată de Banca Mondială) pentru a ușura procesul de înregistrare a firmelor.

În fiecare an echipele naționale GEM chestionează un grup de experți atent selectați (în medie 36 de experți pe țară) pentru a clasifica condițiile cadrului antreprenorial pe o scară de la 1 la 5 (1-absolut fals, 5-complet adevărat). Experții sunt aleși pe baza experienței lor în cel puțin o condiție a cadrului antreprenorial, pot fi strategii politici, întreprinzători, cadre universitare, jurnaliști specializați în mediul de afaceri, etc. Răspunsurile lor sunt combinate folosind analiza factorială, care sunt comparabile între țările GEM.

Colecția datelor experților implică o metodologie și un eșantion cu totul diferit față de eșantionul aleatoriu al populației adulte, care este folosit pentru a obține măsurile activității antreprenoriale descrise în capitolele anterioare ale acestui raport.

Tabelul 9. prezintă valorile medii ale aprecierii experților naționali privind condițiile cadrului antreprenorial GEM în 2007.

Aprecierile experților naționali privind cele zece condiții ale cadrului antreprenorial plasează România pe locul 20 din cele 31 de țări participante la NES (*National Expert Survey*). Cele mai slabe poziții ocupate de România sunt la capitolul susținerii întreprinderilor noi prin politici guvernamentale și al infrastructurii fizice. Cele mai bune poziții sunt atinse la evaluarea eficienței educației antreprenoriale. Deși România se află pe locul al 9-lea în privința schimbării spectaculoase a piețelor de bunuri și servicii de la un an la altul, trebuie menționat că o instabilitate ridicată a piețelor poate fi nepotrivită inițiativelor antreprenoriale.

¹⁶ Prezența și calitatea resurselor fizice sunt acoperite ca și o condiție a cadrului național general.

Tabelul 9. Condițiile cadrului antreprenorial GEM în 2007 în aprecierea experților naționali, valori medii (1 - absolut fals, 5 - complet adevărat)

		România	Locul ocupat de România (GEM 31 țări ¹⁷)	Medie GEM Europa ¹⁸	Medie GEM (31 țări)
EFC1	Suport financiar pentru firme noi și în dezvoltare	2,78	15	2,9	2,9
EFC2	Susținerea întreprinderilor noi prin politici guvernamentale	2,12	26	2,7	2,6
	Favorizarea creării și dezvoltării firmelor prin reglementările politicilor guvernamentale	2,24	19	2,6	2,5
EFC3	Programe guvernamentale pentru firme noi	2,36	23	2,8	2,7
EFC4	Eficacitatea educației primare și secundare privind dezvoltarea culturii antreprenoriale	2,25	12	2,2	2,1
	Nivelul educației antreprenoriale în învățământul superior	2,92	13	2,9	2,9
EFC5	Transfer de cercetare și dezvoltare	2,2	24	2,6	2,6
EFC6	Infrastructura profesională și comercială	3,01	24	3,3	3,3
EFC7	Schimbarea pieței	3,29	9	2,9	2,9
	Bariere de intrare pe piețe	2,56	22	2,7	2,7
EFC8	Infrastructura fizică	3,22	27	3,7	3,8
EFC9	Suportul culturii naționale	2,66	22	2,9	3
	Atitudini privind antreprenoriatul	3,34	24	3,4	3,6
EFC10	Drepturi de proprietate intelectuală	2,78	18	3,2	3,1

Sursă: GEM, NES 2007, Raportul GEM al Finlandei 2007

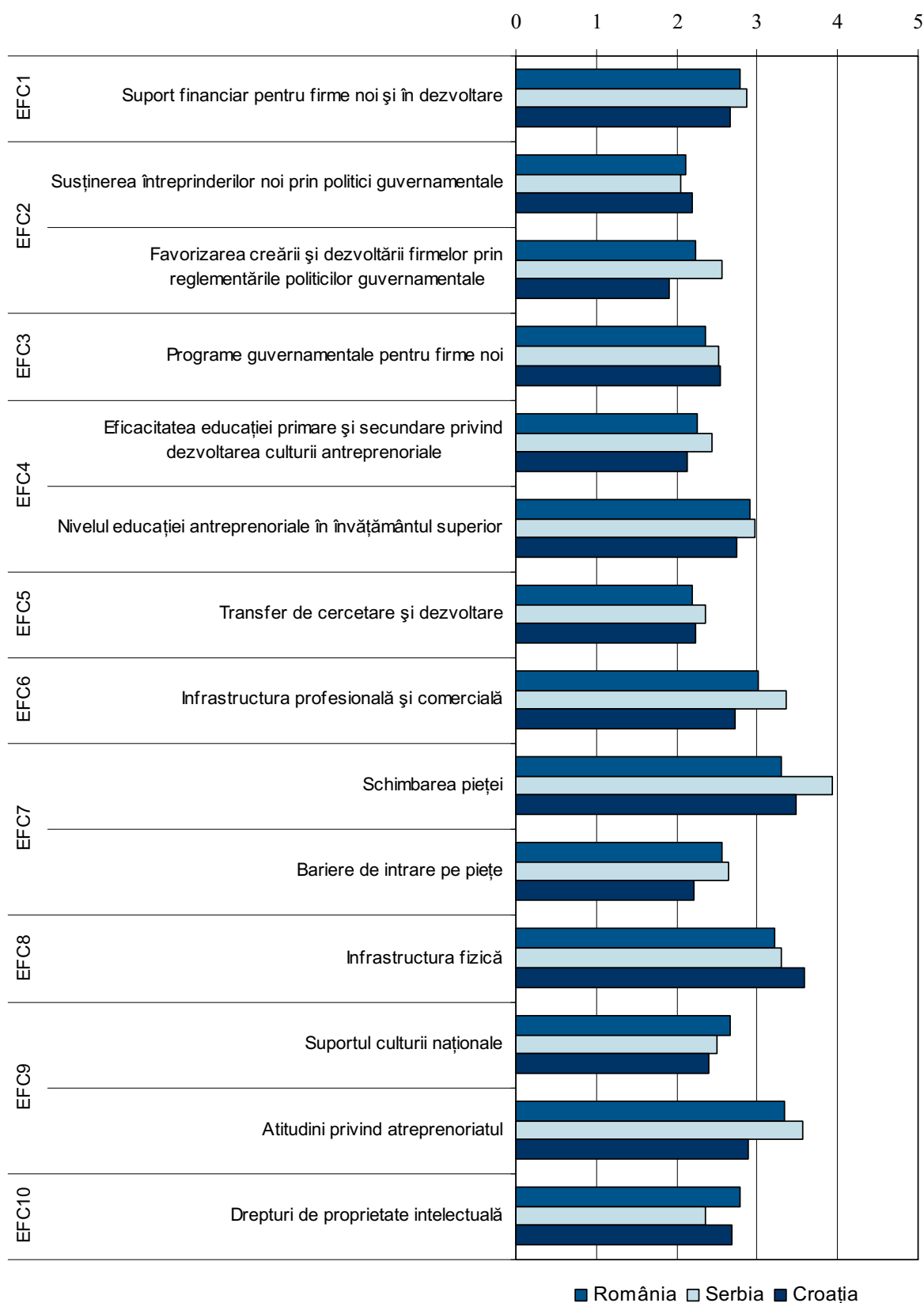
Valorile medii ale aprecierii condițiilor cadrului antreprenorial privind țările cu venit mediu și scăzut din Europa sunt prezentate în *Graficul 7*.

Aprecierile experților din România, Serbia și Croația, în general, nu diferă în mod semnificativ. Toate cele trei țări sunt văzute de către experții lor ca având piețe cu instabilitate ridicată (cea mai ridicată valoare medie fiind a Serbiei, 3,93). Atitudinile privind antreprenoriatul și infrastructura fizică sunt apreciate la rândul lor ca fiind peste medie (3,00) în toate cele trei țări. Neajunsurile cadrului antreprenorial în cele trei țări se conturează în primul rând în susținerea întreprinderilor noi prin politici guvernamentale, în favorizarea creării și dezvoltării firmelor prin reglementările politicilor guvernamentale (în special în Croația), în programe guvernamentale pentru firme noi (în special în România), în eficacitatea educației primare și secundare privind dezvoltarea culturii antreprenoriale, în transferul de cercetare și dezvoltare, în existența barierelor de intrare pe piețe (în special în Croația), în suportul culturii naționale, respectiv în protejarea drepturilor intelectuale (în special în Serbia).

¹⁷ Austria, Belgia, Brazilia, Chile, China, Danemarca, Elveția, Emiratele Arabe Unite, Finlanda, Grecia, Hong Kong, India, Irlanda, Islanda, Israel, Italia, Kazahstan, Marea Britanie, Norvegia, Peru, Porto Rico, Republica Dominicană, România, Rusia, Serbia, Slovenia, Spania, Statele Unite ale Americii, Turcia, Venezuela.

¹⁸ Austria, Belgia, Croația, Danemarca, Elveția, Finlanda, Grecia, Irlanda, Islanda, Italia, Marea Britanie, Norvegia, România, Serbia, Slovenia, Spania, Turcia.

**Graficul 7. Condițiile cadrului antreprenorial GEM în 2007 în România, Serbia și Croația în
aprecierea experților naționali, valori medii (1 - absolut fals, 5 - complet adevărat)**



Pe lângă o comparație în termeni absoluți a aprecierilor privind condițiile cadrului antreprenorial cu fostele țări socialiste din Balcani, participante în GEM NES (Croatia și Serbia) am efectuat și o comparație a aprecierilor experților din România cu media aprecierilor din țările europene.

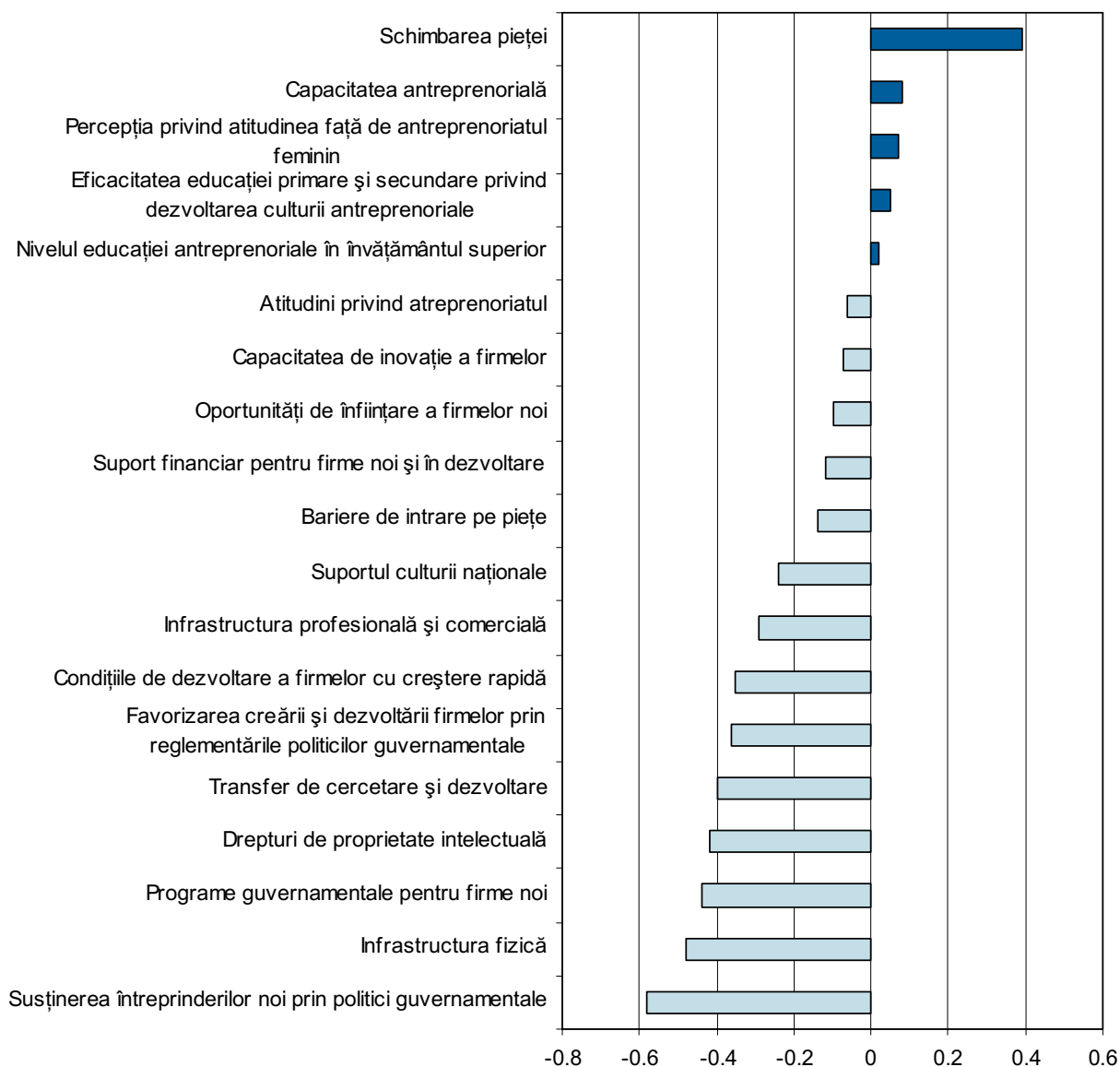
Graficul 8. ilustrează diferențele dintre valorile medii ale României și ale țărilor europene privind aprecierea experților naționali, cu detalierea câtorva dintre condițiile amintite în tabelul de mai sus.

Experții din România au apreciat mai favorabil capacitatea antreprenorială, percepția privind atitudinea față de antreprenoriatul feminin și eficacitatea educației, fără ca aceste diferențe să fie mari față de media aprecierilor experților naționali din țările europene. Piețele din România sunt văzute, la rândul lor, mult mai instabile decât cum sunt văzute piețele din alte țări ale Europei, în general.

Diferențe minore negative față de media țărilor europene se înregistrează în privința aprecierii atitudinii privind antreprenoriatul, capacitatea de inovare a firmelor, oportunități de înființare a firmelor noi, suportul financiar pentru firme noi și în dezvoltare, bariere de intrare pe piețe.

Experții din România sunt însă mult mai puțin mulțumiți de sprijinul culturii naționale față de întreprinzători, de infrastructura profesională și comercială, de condițiile de dezvoltare a firmelor cu creștere rapidă, de favorizarea creării și dezvoltării firmelor prin reglementările politicilor guvernamentale, de modul în care drepturile de proprietate intelectuală sunt protejate, de sprijinul firmelor noi și al celor în dezvoltare de către programele guvernamentale decât, în general, experții din alte țări europene.

**Graficul 8. Diferențele dintre valorile medii ale aprecierii experților naționali privind condițiile
cadrului antreprenorial GEM dintre România și țările europene, în 2007¹⁹**



Sursă: GEM, NES 2007

Cele mai mari diferențe relative ale cadrului antreprenorial românesc și european pot fi considerate însă a fi cele legate de infrastructura fizică și de susținerea întreprinderilor noi și în dezvoltare prin politici guvernamentale.

În România un eșantion reprezentativ de 2046 de adulți (dintre care 1739 cu vârsta între 18-64 ani) a fost interviuat prin utilizarea unui chestionar GEM standard. Acest sondaj a fost efectuat pentru a stabili comportamentul antreprenorial și atitudinile populației adulte din România.

În România s-a constatat una din cele mai scăzute rate ale activității antreprenoriale în stadiu incipient (4,0%). Împreună cu Rusia și Letonia, această rată este una dintre cele mai scăzute în țările cu venit mediu și scăzut care au participat la sondajul global (42 de țări). Doar 6,5% din populația activă a României se află în diferite stadii de implicare în afaceri ca manageri și proprietari. Aproape jumătate dintre ei sunt întreprinzători în formare (2,9%). Ponderea proprietarilor de firme noi în cadrul populației cu vârsta între 18-64 de ani (1,3%) este cea mai scăzută din țările cu venit mediu și scăzut. Aceste rate scăzute pot fi explicate prin lipsa tradiției activității și educației antreprenoriale dinainte de anii '90 (în timpul perioadei socialiste), prin mediul antreprenorial nefavorabil în perioada de tranziție a anilor '90, precum și prin acceptarea de către populație a locurilor de muncă mai puțin riscante oferite de firmele mari în perioada creșterii economice după anul 2000. Poate fi constatat o persistență a aversiunii populației față de riscul antreprenorial.

În cazul României proporția de 48% a activităților antreprenoriale în stadiu incipient este motivată doar de oportunitate, această rată fiind una dintre cele mai ridicate dintre țările cu venit mediu și scăzut. Considerăm acest fapt ca fiind un rezultat al creșterii economice, care cauzează o reducere a antreprenoriatului motivat de necesitate, pe de altă parte generând și noi oportunități de afaceri. Este mai probabil ca populația României să se folosească de aceste noi oportunități de afaceri decât în trecutul apropiat, rezultatele noastre evidențiază faptul că 45% din întreprinzătorii implicați în diferite stadii ale activității antreprenoriale sunt întreprinzători în formare. Bazându-ne pe considerații anterioare legate de curba U - GEM, trebuie amintit însă că creșterea economică recentă a României, pe lângă apariția unor noi oportunități de afaceri, va crește și costul de oportunitate al inițiativelor antreprenoriale individuale. Factorul cheie pentru recunoașterea oportunității este creșterea veniturilor și independența, în proporție aproape egală.

Rata întreprinzătorilor în formare și a celor care au renunțat la afacere în ultimul an, este una dintre cele mai scăzute din țările Europei Centrale. În ciuda ratei ridicate a eșecului antreprenorial din România, întreprinzătorii în stadiu incipient, proprietarii de firme consacrate, precum și întreprinzătorii în stadiu incipient, motivați de oportunitate, nu consideră că, în general, teama de eșec constituie un obstacol al activității lor antreprenoriale. S-au găsit corelații semnificative între măsura în care oamenii se cred capabili, cred că au aptitudinile și cunoștințele necesare pentru a demara o afacere, pe de o parte, și statutul de întreprinzători în stadiu incipient, în formare și cei consacrați, pe de altă parte.

În cazul întreprinzătorilor în stadiu incipient, la fel ca și în cazul întreprinzătorilor consacrați, înclinația spre inovare este scăzută. Astfel, ei trebuie să se confrunte cu o competiție acerbă. Un alt indicator important al gradului de inovație al unei afaceri se referă la tehnologiile folosite și la procesele de producție. Putem observa că majoritatea întreprinzătorilor în stadiu incipient (76,9%) și aproape toți întreprinzătorii consacrați (93,3%) utilizează tehnologii care sunt disponibile de o perioadă mai mare de cinci ani.

Întreprinzătorii din România sunt cu precădere (aproape 2/3) bărbați. Întreprinzătorii în stadiu incipient pot fi găsiți, cu cea mai mare frecvență, în grupele de vârstă cuprinse între 25-34 de ani. Întreprinzătorii care au demarat o afacere din necesitate reprezintă cea mai înaintată categorie de vârstă. Există o discrepanță mare în privința veniturilor pe gospodărie a întreprinzătorilor în stadiu incipient motivați de oportunitate și de necesitate, în favoarea primei categorii.

Ponderea persoanelor care au studii universitare este cea mai ridicată în cazul întreprinzătorilor în stadiu incipient, cât și a întreprinzătorilor consacrați, în timp ce cei mai mulți dintre cei care au pornit afacerea din necesitate au nivel educațional postliceal.

În fiecare an echipele naționale GEM chestionează un grup de experți atent selecționați (în medie 36 de experți pe țară) pentru clasificarea a cinci aspecte diferite ale reglementărilor firmelor noi și în dezvoltare, pe o scară de la 1 la 5. Experții sunt aleși pentru experiența lor în cel puțin o condiție a cadrului antreprenorial, pot fi strategii politici, întreprinzători, cadre universitare, jurnaliști specializați în mediul de afaceri, etc. Aprecierile experților naționali privind cele zece condiții ale cadrului antreprenorial plasează România pe locul 20 din cele 31 de țări participante la NES. Cele mai slabe poziții ocupate de România sunt la capitolul susținerii întreprinderilor noi prin politici guvernamentale și al infrastructurii fizice. Deși mediile aprecierilor experților nu depășesc nota 3 la acest capitol, cele mai bune poziții ale României sunt atinse la capitolul evaluarea eficienței educației antreprenoriale. Totuși, în general, aprecierile experților naționali descriu un cadru antreprenorial mai favorabil decât unul, care în sine ar putea constitui o explicație la activitatea antreprenorială foarte scăzută a României. Astfel, îmbunătățirea infrastructurii fizice, comunicarea mai eficientă a programelor guvernamentale, continuarea procesului de debirocratizare și mediatizarea succeselor antreprenoriale pot aduce pe termen lung o îmbunătățire semnificativă a activității antreprenoriale în România.

- Acs, Z.J., Armington, C. & Robb, A. (1999), Measures of Job Flow Dynamics in US Economy. Upper Marlboro, Maryland, US Bureau of the Census, Center for Economic Studies.
- Boettke, P. & Coyne, C. (2006), Entrepreneurship and Institutions. The Entrepreneurial Process: Volume 1. Praeger Perspectives Series. M. Minniti (ed.), Praeger Press, Westport, CT.
- Bosma, N.S., Hessels, J.H., Hunt, S.A. & Wennekers, A.R.M. (2005), Early-stage entrepreneurial activity in the European Union: some issues and challenges, EIM SCALES-paper N200502, EIM: Zoetermeer.
- Bosma, N.S., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. (2008), Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report.
- Hessels, J., van Stel, A., Brouwer, P. & Wennekers, S. (2007), Social Security Arrangements and Early-Stage Entrepreneurial Activity, Comparative Labour Law & Policy Journal, 28(4), 743-774.
- Nagy, Á., Matis, D., Györfy, L.Z., Benyovszki, A. & Petru, T.P., (2008), Main Characteristics of Entrepreneurial Activity in Romania, Entrepreneurship and Economic Growth International Conference 28-29th March, 2008, ISBN 978-973-114-061-2, pp.108-114.
- Swedberg, R. (2000), Entrepreneurship: The Social Science View, Oxford, Oxford University Press.
- Tominc, P. & Rebernik, M. (2007), Growth Aspirations and Cultural Support for Entrepreneurship: A Comparison of Post-Socialist Countries, Small Business Economics, 28, pp.239-255.
- Van Stel, A.J., Storey, D.J. & Thurik, A.R. (2007), The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship, Small Business Economics, 28, pp.171-186.
- Wennekers, A.R.M., van Stel, A.J., Thurik, A.R. & Reynolds, P.D. (2005), Nascent entrepreneurship and the level of economic development, Small Business Economics, 24(3): 293-309.
- Wennekers, A.R.M. (2006), Entrepreneurship at country level; Economic and non-economic determinants. ERIM Ph.D. Series Research in Management, Erasmus University Rotterdam.

Echipe naționale GEM 2007

Echipa	Instituția	Membrii echipei	Sponsori	Institutul de sondaje
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Valeria Romero	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Banco Rio	MORI Argentina
Austria	FH JOANNEUM (University of Applied Sciences) Universitatea Graz	Gerhard Apfelthaler Ursula Schneider Martin Neubauer Eva Maria Tusini Thomas Schmalzer	FH JOANNEUM GesmbH - University of Applied Sciences Wirtschaftskammer Österreich - Austrian Federal Economic Chamber Federal Ministry of Economics and Labour AWO - Außenwirtschaft Österreich - Austrian Foreign Trade Promotion Organisation AWS - Austria Wirtschaftsservice Zukunftsfonds Steiermark	OGM -Österreichische Gesellschaft für Marketing
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Sabine Vermeulen	Flemish Government (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen, en Innovatie)	TNS Dimarso
Brazil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL) MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia	Instituto Bonilha
Chile	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo	Jorge Miguel Carrillo Germán Echeopar José Ernesto Amorós Massiel Guerra	Santander Universidades (Grupo Santander) Universidad Adolfo Ibáñez -Centro de Entrepreneurship Universidad del Desarrollo Facultad de Economía y Negocios	Benchmark
Regional Teams: Región Antofagasta	Regional Universities: Universidad Católica del Norte	Regional Members: Gianni Romani Chocce Miguel Atienza Úbeda	Reginal Sponsors: Coporación para el Desarrollo Productivo (CDP)	
Región Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa Maria	Cristóbal Fernandez Juan Tapia Jorge Cea	Universidad Católica del Norte-Centro de Emprendimiento y de la Pyme Universidad Técnico Federico Santa Maria-Departamento de Industrias, Economía y Negocios	
Región del Bío-Bío	Universidad del Desarrollo	Olga Pizarro Stiepovic José Ernesto Amorós	Universidad del Desarrollo-Facultad de Economía y Negocios	
Region del los Ríos	Universidad Austral de Chile	Christian Felzensztein Pablo Díaz Madariaga	Universidad Austral de Chile - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jian Gao Lan Qin Juan Cheng Xibao Li Wei Zhang	Beijing Municipal Science & Technology Commission	SINOTRUST Marketing Research and Consulting Ltd.
Columbia	Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes	Jorge Jiménez Liyis Gómez Rodrigo Varela Juan Pablo Corrales	Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes CONFENALCO VALLE SENA	Centro Nacional de Consultoría
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship CEPOR - SME Policy Centre, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics	Puls, d.o.o., Zagreb
Denmark	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Kim Klyver Hannes Ottosson Kent Wickstrøm	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA) National Agency for Enterprise and Construction	Institut for Konjunkturanalyse
Dominican Republic	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán	Grupo Vicini Independent Financial Center of the Americas Consejo Nacional de Competitividad Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana Cámara de Diputados de la República Dominicana	Gallup República Dominicana
Finland	Turku School of Economics Imperial College London	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Pia Arenius Erkko Autio	Ministry of Trade and Industry	TNS Gallup Oy

Echipa	Instituția	Membrii echipei	Sponsori	Institutul de sondaje
France	EM LYON	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas	Hellenic Bank Association	Datapower SA
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Bernard Suen Sandy Yip Rosanna Lo	The Chinese University of Hong Kong The Asia-Pacific Institute of Business	The Chinese University of Hong Kong Center for Communication Research
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Krisztián Csapó Gábor Kerékgyártó	Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA)	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény- kutató Intézet
Iceland	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers, New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Capacent Gallup
India	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour Saha	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Ireland	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfás NDP Gender Equality Unit of the Department of Justice, Equality and Law Reform	IFF
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute
Italy	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson Anna Canato	Ernst & Young	Target Research
Japan	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co., Ltd. (SSRI)
Kazakhstan	Innovative University of Eurasia	Guzal Baimuldinova Vilen Elisseev Zauresh Omarova Natalya Smernitskaya Denis Valivach	USAID	BRiF Research Group
Latvia	The TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Vyacheslav Dombrovsky Andrejs Jakobson	TeliaSonera AB	Latvijas Facti
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Norway	Bodoe Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjoern Willy Aamo Erik Pedersen	Ministry of Local Government and Regional Development Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodoe Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Keiko Nakamatsu Yonamine Armando Borda Reyes Liliana Uehara Uehara Jessica Alzamora Ruiz	Universidad ESAN	SAMIMP Research
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação, S. A.	Augusto Medina Duglas Thompson Sara Medina Anders Hyttel Miguel Taborda Inês Luis Anónio Vieira	IAPMEI (Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento) BES (Banco Espírito Santo)	GFK Metris

Echipa	Instituția	Membrii echipei	Sponsori	Institutul de sondaje
Puerto Rico	Entrepreneurship Development Program University of Puerto Rico School of Business Rio Piedras	Luis Rivera Oyola Joaquin Villamil Jaquelina Rodriguez Mont Juan M. Roman Bartolome Gamundi David Zayas Anibal Baez Enid Flores Maritza Espina Marcos Vidal Laura Gorbea Jorge L. Rodriguez	Compañía de Comercio i Exportación de Puerto Rico Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico DISUR INTECO Pontifice Universidad Catolica de Puerto Rico	El Dia Directo Research Technologies
Romania	Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Universitatea Babeș-Bolyai	Ágnes Nagy László Szerb Lehel-Zoltán Györfy Matiș Dumitru Ștefan Pete Mircea Comșa Annamária Benyovszki Tünde Petra Petru Mircea Solovastu, Răzvan Mustață Zsuzsánna-Ágnes Nagy	Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului, Centrul Național de Management Programe (CEEX) Új Kézfogás Közalapítvány/Foundation Fundația Pro Oeconomica Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Universitatea Babeș-Bolyai Metro Media Transilvania	Metro Media Transilvania
Russia	Saint Petersburg Team	Olga Verhovskaya Vassily Dermanov Valery Katkalo Maria Dorokhina	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	O+K Marketing and Consulting Levada-Center
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepureno Olga Obraztsova Tatiana Alimova Maria Gabelko	State University - Higher School of Economics, Moscow	
Serbia	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Marić	Executive Council of Vojvodina Province - Department for privatization, entrepreneurship and small and medium enterprises, Novi Sad Chamber of Commerce of Serbia, Belgrad Chamber of Commerce of Vojvodina, Novi Sad	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o., Subotica
Slovenia	Institute of Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministry of Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS
Spain	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras	Dirección Gral. Política PYMEs Instituto de Empresa	Instituto Opinómetro S.L.
Regional Teams: Andalucía Asturias Canary I. Castille Leon Castille la Mancha Catalonia C. Valenciana Extremadura Galicia Madrid Murcia Navarra Basque Country Ceuta Melilla	Regional Universities: Cádiz Oviedo Las Palmas & La Laguna León Castille la Mancha Autónoma de Barcelona Miguel Hernández Fundación Xavier de Salas Santiago de Compostela Autónoma de Madrid Murcia Pública de Navarra Deusto & Basque Country Granada Granada	Regional Team Directors José Ruiz Navarro Juan Ventura Victoria Rosa M. Batista Canino Mariano Nieto Antolín Miguel Ángel Galindo Martín Carlos Guallarte José M ^a Gómez Gras Ricardo Hernández Mogollón J. Alberto Díez de Castro Eduardo Bueno Campos Antonio Aragón Sánchez Iñaki Mas Erice Iñaki Peña Legazkue Lázaro Rodríguez Ariza María del Mar Fuentes	Cámaras de Comercio Junta de Andalucía Gob. del Principado de Asturias Gob. de Canarias, Cabildo Fondo Social Europeo Centros de Innovación Europeos (Navarra, Murcia, C y León) Generalitat de Catalunya Junta de Extremadura Air Nostrum, CEG, BEC Galicia IMADE, FGUAM Fundación Caja Murcia Eusko Ikaskuntza Instituto Vasco de Competitividad FESNA Universidad de Granada and others	
Sweden	ESBRI - Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Mikael Samuelsson	Confederation of Sweden Enterprise (Svenskt Näringsliv) NUTEK - Swedish Agency for Economic and Regional Growth VINNOVA - Swedish Governmental Agency for Innovation Systems	SKOP
Switzerland	University of St. Gallen IMD EPFL	Thierry Volery Heiko Bergmann Benoit Leleux Georges Haour Marc Gruber	CTI / KTI Seco	gfs.bern

Echipa	Instituția	Membrii echipei	Sponsori	Institutul de sondaje
Thailand	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Kelvin Willoughby Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
Turkey	Yeditepe University	Nilüfer Eriçan Esra Karadeniz	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademete Research and Strategic Planning
United Arab Emirates	Zayed University	Kenneth J Preiss Declan McCrohan Raed Daoudi	Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders	IPSOS-STAT (Emirates)
United Kingdom	London Business School	Rebecca Harding	BERR Enterprise Directorate One North East North West Development Agency, Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South of England Development Agency South East Development Agency Doncaster District Council Barking and Dagenham District Council	IFF
	Northern Ireland Unit: Small Business Research Center, Kingston University	Mark Hart	InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council	
	Scotland Unit: Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde	Jonathan Levie	Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise	
	Wales Unit: National Entrepreneurship Observatory for Wales Cardiff University, University of Glamorgan	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Wales European Funding Office Walsh Assembly Government	
United States	Babson College	I.Elaine Allen William D. Bygrave Marcia Cole	Babson College	Opinion Research Corporation (ORC)
	George Mason University	Zoltan Acs		
	Bodo Graduate School of Business	Erlend Bullvaag		
Uruguay	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Jorge Pablo Regent Vitale Leonardo Veiga Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
Venezuela	IESA - Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Dupouy Rebeca Vidal Aramis Rodríguez	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
GEM Global Coordination Team	London Business School	Michael Hay Mark Quill Mick Hancock Chris Aylett Jackline Odoch	London Business School Babson College	
	Babson College	William D. Bygrave Maria Minniti Marcia Cole Jeff Seaman		
	Utrecht University	Niels Bosma		
	Imperial College	Erkko Autio		

DESPRE AUTORI



drd. Lehel-Zoltán GYÖRFY

Asistent universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România
Manager asistent proiect GEM România



dr. Ágnes NAGY

Conferențiar universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România
Membru al Consiliului de Administrație al Băncii Naționale a României



dr. Ștefan PETE

Conferențiar universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România
Consilier de Conturi, Curtea de Conturi a României



dr. Dumitru MATIȘ

Profesor universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România
Decan al Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, România



drd. Annamária BENYOVSZKI

Asistent universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România



drd. Tünde Petra PETRU

Asistent universitar, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Cluj-Napoca, România

The image features a dark blue background. A light blue outline of Romania is centered in the upper half. A large, light blue magnifying glass is positioned in the lower-left quadrant, with its lens focused on the southern part of the Romanian map. The handle of the magnifying glass extends towards the bottom-left corner.

**MONITORIZAREA GLOBALĂ A ANTREPRENORIATULUI
RAPORTUL DE ȚARĂ AL ROMÂNIEI, 2007**