



## ANEXA 1

### Perspective privind evoluția piețelor cu creștere economică accelerată

Comerțul internațional va fi factorul determinant al expansiunii globale în următorii 10 ani, piețele cu ritm rapid de creștere economică (*rapid-growth markets - RGMs*) urmând a influența semnificativ piața mondială.

Este tot mai clar faptul că economia globală conturată după criza din ultimii ani are însușiri diferite față de cea din anul 2008. Astfel, noua economie mondială este mai globalizată și mai interconectată, având o influență mai puternică asupra piețelor cu creștere economică accentuată. Statele și organizațiile care pot valorifica noile oportunități comerciale ce decurg din aceste caracteristici vor deține o mai bună poziție pe piață, care le va asigura o creștere economică puternică și susținută.

Estimările analiștilor indică o evoluție a ritmului de creștere pe piețele RGMs de la 4,7% în anul 2012 la 6,0% în 2014, însă cu anumite rezerve. Cu toate acestea, piețele RGMs evoluează diferit chiar și la nivel regional. Ritmul accelerat de creștere economică din aceste țări este dat de creșterea populației cu venituri medii și dezvoltarea sectorului privat.

Economia mondială este, în prezent, mult mai globalizată, iar comerțul global va constitui principalul factor de creștere în următoarea decadă. Piețele RGMs vor juca un rol cheie în economia globală, schimburile comerciale dintre aceste piețe se vor intensifica generând noi oportunități reciproce, care vor fi valorificate, de asemenea, și de către piețele dezvoltate, prin creșterea exporturilor acestora către piețele RGMs.

Deși neuniformă, refacerea activității economice care a început la finele anului 2012 devine un factor determinant al redresării economice globale. Extinderea schimburilor comerciale - între țările vecine, între țările RGMs și între aceste țări și statele dezvoltate - stimulează creșterea economică la nivel global. Viteza de creștere, însă, variază, atât de la o țară la alta, cât și de la o regiune la alta. Fiecare țară se află la un anumit nivel de dezvoltare și posedă propria moștenire economică și stoc de resurse. Țările RGMs au adoptat o strategie comercială proprie în scopul obținerii creșterii economice. Tranziția economică pe care o parcurg rezidă în aplicarea avantajului comparativ, acesta având la bază fie costul scăzut al forței de muncă, fie terenurile fertile sau solurile bogate în resurse. Ritmul lent de creștere din țările dezvoltate și sporirea influenței piețelor RGMs asupra economiei globale stimulează comerțul dintre acestea. Multe guverne din țările RGMs negociază de mult timp eliminarea barierelor comerciale și ale distorsiunilor pieței în eforturile lor de a pătrunde pe piețe mai mari, cu prețuri mai scăzute și oportunități antreprenoriale. În același timp, își îmbunătățesc infrastructura în scopul facilitării comerțului transfrontalier, dar și al comerțului transcontinental.

Importanța crescândă a economiilor RGMs și a angajamentelor acestora față de dezvoltarea comerțului sunt, de departe, forțele care vor remodela profund producția și cererea la nivel mondial.

Criza economică globală din perioada 2008 - 2009, a accelerat schimbarea polului de influență și de putere economică dinspre piețele mature spre țările în curs de dezvoltare. Această schimbare - determinată de lanțurile de distribuție, integrarea economică, concentrarea regională și tehnologie - va remodela structura comerțului și impactul acesteia asupra infrastructurii de transport, serviciilor, echipamentelor, operațiunilor și cadrului juridic și de reglementare a schimburilor comerciale.

Îmbunătățirea infrastructurii și inovarea tehnologică, facilitarea accesului la resursele de apă și de energie, telecomunicațiile, etc. transformă natura oportunităților din țările RGMs. Interacțiunea dintre îmbunătățirea infrastructurii și tehnologia informațională fac posibile noi modele de afaceri și de marketing. Inovarea duce la creșterea eficienței pieței.

Țările RGMs vor deveni o forță dominantă în comerțul global în următoarea decadă. Comerțul acestor țări se va concentra, în special, pe relația cu Asia, Orientul Mijlociu și Africa. Proliferarea acordurilor comerciale în ultimii ani a generat o diminuare a barierelor comerciale și o creștere puternică a schimburilor comerciale regionale și trans-regionale. Țările RGMs vor deveni mai dependente reciproc și mai puțin dependente de piețele dezvoltate, ceea ce le va asigura o mai mică vulnerabilitate în perioadele de activitate mai slabă sau de volatilitate a piețelor financiare din țările dezvoltate.

Piețe cu ritm accelerat de creștere economică prioritară pentru România:

Țara	Rata de creștere a PIB (%)				Rata inflației (%)			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Polonia	1,5	2,8	3.3	3.6	1.7	2.5	2.5	2.5
Rep. Cehă	- 0,5	1,9	2.7	3.0	2.2	1.9	2.2	2.1
Turcia	3,5	5,4	5.2	5.2	6.7	5.4	5.0	4.6
Ucraina	1,1	4,4	4.3	3.9	5.0	6.0	5.5	5.5
Federația Rusă	3,5	4,0	4.1	4.1	6.2	5.4	5.7	5.4



## ANEXA 2

### **Expunere de motive privind orientarea strategica fundamentala**

"Gândiți mai întâi la scară mică" (*'Think small first'*) este principiul fundamental al actualei politici comunitare, aplicabilă în sfera afacerilor mici și mijlocii, care a fost statuată în documentul strategic al Comisiei Europene '*Small Business Act for Europe*', în anul 2008. În situația socio-economică din prezent a României, principiul '*Think small first*' poate fi extins, într-un mod util pentru decidenții politici, sub forma: "Priviți mai întâi la nivel local". Principala particularitate demografică a României, care o singularizează în rândul țărilor comunitare, este procentul foarte mare al populației rurale: cca. 46% din totalul populației.

Argumentația ce susține pertinent utilitatea acestei interpretări extensive este următoarea:

1. O țară este bogată numai în măsura în care are comunități locale prospere, bazate pe onestitate și spirit antreprenorial manifest, dar și pe o administrație publică deschisă afacerilor. Deși România beneficiază, în general, de o economie funcțională de piață, există numeroase disfuncționalități ale acesteia manifestate într-o serie de sectoare economice, în special în mediul rural și în micile orașe, acolo unde funcționează mai ales economii de subzistență și unde administrația publică se dovedește a nu fi suficient de receptivă la nevoile antreprenoriale locale. Desigur că există și excepții, dar acestea au o pondere redusă la scară națională.

2. IMM-urile au de jucat, în primul rând, un rol socio-economic local. De asemenea, în majoritatea lor, aceste întreprinderi nu au vocație de creștere și dezvoltare a afacerii, rămânând pe întreaga durată de viață în aceeași clasă de mărime în care au fost create (în general, aceea de microîntreprindere). Privite în context local, IMM-urile constituie într-adevăr, "coloana vertebrală a unei economii" (naționale sau europene), prin "însurubarea" multor economii locale în care funcționează "nenumărate" întreprinderi private micro, mici sau mijlocii. Dar, în țara noastră, există un dezechilibru accentuat în ceea ce privește repartizarea întreprinderilor la nivel local, anumite zone polarizând un număr relativ mare de IMM-uri, în timp ce în multe altele funcționează puține întreprinderi, îndeosebi din categoria microîntreprinderilor.

3. În contextul globalizării tot mai accentuate, nicio economie națională nu poate funcționa în mod autarhic, ci numai interconectată cu alte economii la nivel regional sau mondial. Cu toate acestea, în prezent, foarte puține IMM-uri autohtone fac afaceri dincolo de hotarele românești.

Acestor probleme, reale și majore, ale economiei românești actuale, guvernul și factorii implicați în consolidarea sectorului IMM sunt practic obligați să le găsească soluții viabile și să le implementeze în cadrul unor politici publice adecvate, nu neapărat exhaustive, ci mai degrabă cât mai bine focalizate. Drept urmare prezenta strategie guvernamentală privind dezvoltarea IMM-urilor este orientată, cu preponderență, înspre asigurarea condițiilor necesare:

- a) unei bune funcționări a economiilor locale de piață;
- b) **abordării cu succes, de către operatorii noștri economici, a unor piețe externe de interes, în special mai puțin competitive la nivel global.**





**Correspondența dintre direcțiile de acțiune și principiile SBA**

Cod	Direcții de acțiune (SGIMMMA 2020)	Principii aplicabile ( <i>Small Business Act for Europe 2008</i> )
DA1	Srijinirea antreprenoriatului	<u>Principiul I</u> Crearea unui mediu în care antreprenorii și întreprinderile familiale să poată prospera și unde spiritul antreprenorial este recompensat <u>Principiul II</u> Asigurarea posibilității pentru antreprenorii cinstiți care au dat faliment de a beneficia în mod rapid de o a doua șansă
DA2	Accesul IMM-urilor la finanțare adecvată	<u>Principiul VI</u> Facilitarea accesului IMM-urilor la finanțare și punerea în aplicare a unui cadru juridic și comercial care să favorizeze punctualitatea plăților cu ocazia tranzacțiilor comerciale
DA3	Accesul IMM-urilor la abilități/ competențe și inovare	<u>Principiul VIII</u> Promovarea ameliorării competențelor în interiorul IMM-urilor și a tuturor formelor de inovație
DA4	Accesul IMM-urilor la piețe	<u>Principiul VII</u> Srijinirea IMM-urilor pentru a beneficia mai mult de oportunitățile oferite de piața internă a U.E. <u>Principiul IX</u> Ajutarea IMM-urilor să transforme provocările în materie de mediu în oportunități <u>Principiul X</u> Încurajarea și srijinirea IMM-urilor pentru a profita de creșterea piețelor
DA5	Reactivitatea administrației publice la nevoile IMM-urilor	<u>Principiul III</u> Definirea regulilor după principiul „Gândeți mai întâi la scară mică” <u>Principiul IV</u> Asigurarea reactivității administrațiilor la nevoile IMM-urilor <u>Principiul V</u> Adaptarea instrumentelor puterilor publice la nevoile IMM- urilor: Facilitarea participării IMM-urilor la achizițiile publice și exploatarea mai judicioasă a posibilităților oferite IMM-urilor de a beneficia de ajutoare de stat



## ANEXA 6

### Domenii prioritare de dezvoltare economică a IMM-urilor la orizontul anului 2020

Ținând seama de stadiul dezvoltării IMM-urilor în România, creșterea competitivității acestora se traduce și prin identificarea de oportunități de dezvoltare extensivă a acestora pe piețe clasificate, în scopul asigurării unei creșteri durabile a produsului intern brut.

Astfel din această perspectivă se poate aborda și realizarea obiectivului subordonat 3 „sprijinirea prioritară a IMM-urilor direct productive și/sau creative din ramurile: industrie, agricultură, turism, construcții, transporturi și servicii cu potențial creativ”.

1. În ceea ce privește oportunitățile de dezvoltare pentru sprijinirea prioritară a IMM-urilor direct productive, în tabelul de mai jos sunt ierarhizate sintetic diviziunile CAEN care corespund secțiunii economice a industriei prelucrătoare:

Nr.	Diviziune CAEN	Denumire CAEN Rev. 2	Clasa de oportunitate
1	10	Industria alimentară	A <sup>-</sup>
2	13	Fabricarea produselor textile	A <sup>-</sup>
3	15	Tăbăcirea și finisarea pieilor; fabricarea articolelor de voiaj și marochinărie, harnașamentelor și încălțăminte; prepararea și vopsirea blănurilor	A <sup>-</sup>
4	21	Fabricarea produselor farmaceutice de bază și a preparatelor farmaceutice	A <sup>-</sup>
5	23	Fabricarea altor produse din minerale nemetalice	A <sup>-</sup>
6	25	Industria construcțiilor metalice și a produselor din metal, exclusiv mașini, utilaje și instalații	A <sup>-</sup>
7	27	Fabricarea echipamentelor electrice	A <sup>-</sup>
8	32	Alte activități industriale n.c.a.	A <sup>-</sup>
9	14	Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	B <sup>+</sup>
10	17	Fabricarea hârtiei și a produselor din hârtie	B <sup>+</sup>
11	18	Tipărire și reproducerea pe suporturi a înregistrărilor	B <sup>+</sup>
12	28	Fabricarea de mașini, utilaje și echipamente n.c.a	B <sup>+</sup>

Încadrarea în clase a IMM-urilor din perspectiva dezvoltării extensive competitive este următoarea:

- ⌚ Clasa A - oportunitate clară
- ⌚ Clasa A<sup>-</sup> - oportunitate clară cu posibilitatea de a trece în clasa inferioară
- ⌚ Clasa B<sup>+</sup> - oportunitate moderată, consolidată cu posibilitatea de a trece în clasa superioară

🕒 Clasa B - oportunitate moderată

🕒 Clasa B - oportunitate moderată cu posibilitatea de a trece în clasa inferioară

În ceea ce privește oportunitățile de dezvoltare pentru sprijinirea prioritară a IMM-urilor creative menționate deasemenea în obiectivul subordonat 3, crearea IMM-urilor trebuie concentrată pe servicii prestate întreprinderilor și în special pe cele cu potențial creativ, pentru a atinge valoarea indicatorului de convergență care se referă la raportul cifrei de afaceri a companiilor din comerțul cu ridicata și amănuntul din total cifră de afaceri comerț și servicii. În UE, acest indicator are valoarea de 48 - 50% în timp ce în România scade foarte încet. În anul 2011, valoarea era 64,3% .

2. Domeniile creative de mare interes pentru stimularea creării și dezvoltării de IMM-uri sunt:

Nr.	Diviziune CAEN	Denumire CAEN Rev. 2
1	58	Activități de editare
2	59	Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune; înregistrări audio și activități de editare muzicală
3	62	Activități de servicii în tehnologia informației
4	63	Activități de servicii informatice
5	71	Activități de arhitectură și inginerie; activități de testări și analiză tehnică
6	72	Cercetare-dezvoltare
7	73	Publicitate și activități de studiere a pieței
8	74	Alte activități profesionale, științifice și tehnice
9	85	Învățământ
10	86	Activități referitoare la sănătatea umană
11	87	Servicii combinate de îngrijire medicală și asistență socială, cu cazare
12	90	Activități de creație și interpretare artistică
13	91	Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale
14	93	Activități sportive, recreative și distractive