

PROCESUL DE ÎNFIINȚARE A ÎNTRINDERILOR ÎN ROMÂNIA

ASIST. UNIV. DRD. RADU VASILICĂ

Universitatea din Pitești, Facultatea de Științe Economice,

Juridice și Administrative, Pitești, str. Republicii, nr.71, decanat

Telefoane: 0721.55.65.33, 0248.223.464

E-mail: raduvasilica@yahoo.com

This article is about the process of setting up the Romanian enterprises and the dynamic of the new set up companies in the last 16 years. We analyzed the main issues that have to be solved in order to start up a new business and we wrote about the economical and juridical problems that they confront. We also enounced the steps to be made in order to see a new firm born and developing it's activities.

Conceptul de întreprindere

În accepțiunea majorității specialiștilor, întreprinderea este unitatea de bază a economiei unei țări sau a unui grup de țări (întreprinderea multinațională), constituită cu scopul de a produce bunuri materiale, de a presta servicii sau de a furniza informații necesare satisfacerii nevoilor umane, urmărind obținerea unui profit. Sub aspect etimologic, noțiunea de întreprindere provine din limba franceză, de la cuvântul *entreprendre*, care înseamnă a întreprinde o acțiune, a fi angajat în derularea unei activități.

Întreprinderea se definește prin subiect, obiect, mijloace și scop. Subiectul întreprinderii este reprezentat de grupul de persoane fizice sau juridice (întreprinzătorii) care se organizează potrivit legislației în vigoare din fiecare țară, în timp ce obiectul de activitate este constituit din procesele de realizare și valorificare pe piață a bunurilor, serviciilor sau informațiilor. Mijloacele sunt, de fapt, factorii de producție ai întreprinderii (de natură financiară, materială, sau umană), iar scopul sau misiunea firmei este obținerea unui profit care să-i permită reluarea proceselor economice la un nivel superior, acest lucru fiind condiționat de realizarea unor bunuri și servicii capabile să satisfacă cerințele consumatorilor pe piață.

Luând în considerare aceste elemente, *întreprinderea*, privită în sens general, va reprezenta acel grup de persoane fizice sau juridice, care, organizate în limitele legii și dispunând de mijloacele necesare, concep și realizează procese de muncă în concordanță cu tehnologiile stabilite, astfel încât să transforme factorii de producție în bunuri materiale, servicii sau informații, având ca scop satisfacerea unor nevoi umane, în paralel cu obținerea unui profit cât mai ridicat²²⁸.

²²⁸ Roșca C.- coordonator, „Economia și gestiunea întreprinderii”, Editura Certi, Craiova, 2004, pag.33

Considerații economice privind înființarea întreprinderilor

Întrucât întreprinderea este considerată „celula de bază” a activității economice, procesul de creare a noilor firme reprezintă o caracteristică definitorie a economiei de piață, având efecte catalizatoare asupra tuturor proceselor economice.

Crearea unei noi unități economice reprezintă un act de curaj din partea întreprinzătorului, el fiind cel care va trebui să depună toate eforturile și capacitățile sale astfel încât, utilizând mijloacele de care dispune sau pe care le poate atrage, să reușească atingerea obiectivelor ce au fost stabilite la momentul înființării. Pentru a pune în funcțiune societatea, un întreprinzător trebuie să aibă dorința de a o crea, să aibă clar conturat obiectul de activitate al firmei și să dispună de resursele necesare. Așadar, înființarea unei întreprinderi are ca punct de pornire inițiativa unor persoane, viitori asociați sau acționari, care vor fi membrii fondatori.

Conturarea ideii de pornire în elaborarea proiectului este foarte importantă, ea putând rezulta fie din observații directe asupra pieței și identificarea unor oportunități, fie pe baza unor studii prealabile mai aprofundate cu privire la dinamica pieței, a tehnologiilor de fabricație sau prin utilizarea unor rezultate ale cercetării științifice, care pot asigura obținerea avantajului competitiv. Se poate constitui astfel ca punct de plecare în crearea unei societăți identificarea unor segmente de piață nesatisfăcute sau satisfăcute parțial de către produsele existente, segmente care pot asigura necesarul de dezvoltare ulterioară al firmei nou-înființate. În studiile inițiale trebuie analizată utilitatea socială a bunurilor și serviciilor ce vor fi produse și, pe această bază, va fi ales obiectul de activitate și dimensiunea corectă a societății și a capitalului social necesar. De asemenea, trebuie anticipate condițiile, favorabile sau nefavorabile, ce vor influența funcționarea organismului economic, facilitățile sau restricțiile rezultate din actele normative, amplasarea optimă a firmei, dotările ce se impun, precum și calitatea factorului uman ce va face parte din întreprindere.

O dată precizată ideea cu privire la mobilul înființării societății, trebuie întocmite anumite studii de specialitate, care să contribuie la fundamentarea ideii de proiect. Dintre aceste studii putem menționa: planul de afaceri, calculele de amplasament, studiile de fezabilitate sau studiile tehnico-economice, prin intermediul cărora se vor defini elementele necesare adoptării deciziei de constituire a firmei, cu o bună fundamentare din punct de vedere tehnico-economic.

În cadrul acestor analize, care pot fi realizate de către întreprinzător sau de către o firmă specializată de marketing, trebuie definite, ca elemente de bază, produsul/serviciul, piața de desfacere, modul de cuplare piață-produs, obiectivele comerciale, resursele financiare, materiale și umane necesare, forma juridică de constituire a întreprinderii, precum și analiza financiară a oportunității deciziei de creare a societății. În situația unui bun/serviciu nou, vor fi stabilite calitățile și funcțiile pe care acesta trebuie să le îndeplinească, în comparație cu produsele deja existente pe piață, evidențiind elementele novatoare pe care acesta le aduce. Precizarea pieței și a cuplului produs-piață necesită anticiparea cererii pe care o vor avea aceste produse/servicii, segmentarea pieței respective pe categorii de clienți, precum și identificarea posibililor concurenți, direcți sau indirecti. Studiarea cuplului produs-piață trebuie realizată pe anumite eșantioane ale viitorilor clienți din segmentul de piață vizat, pentru a putea constata în ce măsură produsul este viabil și va reuși să se impună pe piață.

Cunoașterea relației produs-piață permite stabilirea obiectivelor comerciale referitoare la: prețul practicat, cifra de afaceri și cota de piață deținută. Obiective comerciale notabile sunt și atribuirea unei denumiri corespunzătoare noului produs, dar și organizarea campaniei de promovare a acestuia printr-o politică publicitară capabilă să aleagă cele mai potrivite canale și mijloace de comunicare și informare a consumatorilor. Totodată, vor fi procurate elementele necesare punerii în practică a ideii de afaceri, fiind stabilite în acest scop resursele materiale și umane necesare atingerii obiectului de activitate, în funcție de dimensiunea gândită pentru viitoarea întreprindere.

Proiectul de creare a unității economice va conține și o analiză financiară a viitoarei afaceri, ținând cont de forma juridică aleasă. Această analiză va trebui să răspundă, în esență, dacă viitoarea întreprindere va fi rentabilă și dacă, sub aspect financiar, va exista posibilitatea practică de punere în funcțiune a firmei, prin asigurarea coerenței între mijloacele materiale și umane și obiectivele propuse. Analiza financiară preliminară va presupune și efectuarea unui calcul prealabil pentru lunile primului an privind cheltuielile și încasările, pentru a avea o imagine cu privire la diferențele lunare ce vor exista între acestea. La cheltuieli se vor trece, printre altele, valorile corespunzătoare achiziționării de materii prime, sumele necesare plății salariilor și contribuțiilor sociale, amortizarea mijloacelor fixe, dobânzi, în timp ce la partea de încasări se vor trece veniturile estimate, potrivit cifrei de afaceri. Se poate aprecia că activitatea este rentabilă doar dacă pe perioada previzionată soldul dintre încasări și plăți, profitul, va fi pozitiv. Profitabilitatea se va calcula și sub formă relativă, ca raport între beneficiul obținut și capitalurile investite. Din acest punct de vedere firma va fi rentabilă dacă rata de profitabilitate astfel calculată va depăși nivelul ratei dobânzii de pe piața monetară.

Există mai multe modalități de demarare a unei afaceri: crearea unei firme noi, cumpărarea uneia deja existente, franșizarea și altele. Însă, indiferent de modalitatea aleasă, ca etapă de pregătire a dezvoltării firmei este întocmirea unui plan de afaceri care va fi instrumentul managerial de acțiune ce presupune o gândire de perspectivă asupra dezvoltării întreprinderii, pornind de la obiectivele acesteia. Acest plan de afaceri va trebui să conțină informații despre: asigurarea resurselor necesare, alegerea unui amplasament potrivit pentru întreprindere (în funcție de apropierea față de sursele de aprovizionare și de piețele de desfacere), informații cu privire la bunurile furnizate și la piața țintă, ca și despre concurența din domeniu, organizarea procesului de management, metodele de producție, gestiune, comercializare și marketing folosite și informații financiare despre activitatea firmei. Planul de afaceri trebuie să asigure și o buna organizare internă, care să stabilească funcțiunile interne ale întreprinderii (tehnică, comercială, administrativă etc.), cu precizarea posturilor necesare, a atribuțiilor de executat și a responsabilităților fiecărui post de lucru.

Elemente juridice privind înființarea întreprinderilor

O opțiune foarte importantă a întreprinzătorului este cea legată de alegerea celei mai potrivite forme juridice pentru viitoarea întreprindere. În România, potrivit legislației existente, pot fi adoptate următoarele forme juridice, fiecare prezentând caracteristici proprii, avantaje și dezavantaje: PF- persoană fizică autorizată, AF- asociație familială, RA- regie autonomă, OC- organizație cooperatistă, sau SC- societate comercială. Formele cele mai simple de organizare a unei activități economice le constituie comercianții-persoane fizice și asociațiile familiale, care, reglementate prin Decretul-lege nr.54/1990, nu solicită un capital inițial, prezintă formalități simplificate de înființare și autorizare și oferă o serie de avantaje fiscale. În cazul în care se dorește punerea în funcțiune a unor firme cu

formalități juridice evaluate, profilate pe activități comerciale mai importante, se poate alege una dintre cele cinci forme de societăți comerciale prevăzute de Legea nr.31/1990: SNC- societatea în nume colectiv, SCS- societatea în comandită simplă, SCA- societatea în comandită pe acțiuni, SA- societatea pe acțiuni sau SRL- societatea cu răspundere limitată.

Din punct de vedere statistic, pe perioada 1990 – 28 februarie 2006, dintr-un total de 1442185 de comercianți înmatriculați la Registrul Comerțului, 364299 (adică aproximativ 25%) erau comercianți-persoane fizice și asociații familiale, 1326 (circa 0,1%) erau regii autonome, 5390 (0,37%) organizații cooperatiste, iar restul de 1071164 de firme (adică 74,27%), au fost înmatriculări de societăți comerciale, împărțite astfel: 1005854 de SRL, 32643 de SNC, 31109 de SA și 1558 de SCS²²⁹. Ca număr de înmatriculări, se observă dominația clară a societăților comerciale, iar în cadrul acestora, preponderența absolută a societăților cu răspundere limitată, ce dețin aproape 70% din numărul total de comercianți înmatriculați până în prezent. Această situație se datorează caracteristicilor favorabile ale SRL-urilor, care îmbină fericit atât trăsături ale societăților de persoane (divizarea capitalului în părți sociale, condiții simple de înființare), cât și trăsături ale societăților de capitaluri (răspunderea limitată a proprietarilor).

Din punct de vedere al formei de proprietate asupra capitalului social se disting trei categorii de întreprinderi: cu capital privat, cu capital de stat și cele cu capital mixt, rezultate din combinarea, în diferite proporții, a capitalului privat cu cel public. Pe perioada 1990 - februarie 2006, situația statistică²³⁰ se prezintă astfel: din numărul total de 1442185 de agenți economici înmatriculați, majoritatea covârșitoare, adică 1429940, reprezentând 99,15% din total, este formată din întreprinderile proprietate privată, având în structură 364299 de persoane fizice și asociații familiale, 1060251 de societăți comerciale private și 5390 de organizații cooperatiste. Unitățile economice aflate în proprietatea statului sunt în număr de 3685, reprezentând 0,255% din total, împărțite în 1326 RA și 2359 SC publice, iar sectorul mixt este format din 8560 de societăți comerciale, care dețin o pondere de 0,595% din totalul întreprinderilor românești.

Procedura de constituire a societăților comerciale comportă trei etape: una consensuală, una judiciară și una de publicare, înmatriculare și înregistrare a firmei. *Etapa consensuală* are ca obiect întocmirea înscrisurilor constitutive, având la bază principiul libertății de asociere a părților contractante, care, în Legea 31/1990, este formulat astfel: „în vederea efectuării de acte de comerț, persoanele fizice și juridice se pot asocia și pot constitui societăți comerciale, cu respectarea dispozițiilor prezentei legi”. *Etapa juridică* constă în controlul de legalitate exercitat de instanța teritorială competentă, care va autoriza funcționarea legală a societăților comerciale după proceduri diferite, în funcție de tipul de societate pentru care s-a optat. Stadiul final al constituirii întreprinderii, și anume *etapa de publicitate, înmatriculare și înregistrare* a firmei, se realizează prin îndeplinirea cerințelor de publicitate a documentelor constitutive ale societății în Monitorul Oficial, înmatricularea la Registrul Comerțului și înregistrarea fiscală.

În mod concret, înființarea unei societăți presupune: rezervarea unicității denumirii viitoarei firme la Oficiul Registrului Comerțului (ORC), întocmirea actelor constitutive (contractul

²²⁹ Date preluate din „Sinteza statistică - Operațiuni în Registrul Central al Comerțului”, elaborată de către Oficiul Național al Registrului Comerțului, București, februarie 2006.

²³⁰ Idem 2.

de societate și statutul), depunerea în bancă (vărsarea) capitalului social subscris, dobândirea cazierului fiscal pentru asociați/acționari și pentru administratori și obținerea unui extras de informare pentru spațiul în care societatea își va constitui sediul social. Următorul pas va fi depunerea la Oficiul Registrului Comerțului a unui dosar care să conțină: cererea tip, în care se va specifica modalitatea de impozitare aleasă, formularul de autorizare a tipului de activități desfășurate conform Nomenclatorului CAEN, actele constitutive, dovada rezervării unicității denumirii, dovada vărsării capitalului, speciemenle de semnătură ale administratorilor, cazierul fiscal, dovada de spațiu și altele. La șapte zile de la înregistrarea dosarului se va elibera de către ORC certificatul de înregistrare al societății, precum și încheierea judecătorului delegat de admitere a constituirii societății comerciale. În termen de cincisprezece zile de la încheierea actului constitutiv, la solicitarea fondatorilor sau a administratorilor, se va face înmatricularea societății, fie pe baza încheierii judecătorului delegat, fie printr-o hotărâre judecătorească definitivă. Înmatricularea coincide cu dobândirea personalității juridice a firmei. Ultimul pas este înregistrarea societății la organele fiscale în raza cărora se află sediul social și întocmirea formalităților fiscale, în termen de maxim 15 zile de la data înmatriculării.

Statistica numărului înmatriculărilor pe perioada 1991-2005 relevă următoarea situație:

- Tabel nr.1, numărul înmatriculărilor la Registrul Comerțului²³¹ -

Anul	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Nr.înmatriculări	95840	137456	117078	137445	65479	62089	55663	63878
Pondere (%)	6,65	9,53	8,12	9,53	4,54	4,31	3,86	4,43

Anul	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
Nr.înmatriculări	57197	57291	61265	84780	123582	144284	157375	1442185
Pondere (%)	3,97	3,97	4,25	5,88	8,57	10,00	10,90	100

Așadar, anii de vârf în privința numărului de societăți înmatriculate au fost, în ordine, 2005, 2004, 1992 și 1994, iar explicațiile țin în primul rând de conjunctura economică specifică. În ceea ce privește domeniile de activitate, la înmatriculări conduce detașat domeniul comerțului cu amănuntul, având, la 28.II.2006, un număr de 476860 de societăți, reprezentând 33% din total, urmând apoi comerțul cu ridicata cu 191138 de firme, adică 13,25% din numărul total.

Pentru a stimula înființarea de întreprinderi, autoritățile au promovat anumite facilități. Astfel, pentru studenții care vor să-și deschidă o afacere în scopul aplicării cunoștințelor teoretice acumulate, s-a reglementat, prin HG nr. 166/2003, acordarea, în anumite condiții, a unor înlesniri de ordin fiscal, prin scutirea de la plata unor taxe și tarife. Ca urmare, la data de 30.09.2004, fuseseră înființate 6950 de firme beneficiind de aceste condiții, în care fondatori erau 7366 de studenți români. Tot ca o facilitate, în octombrie 2004 a fost emisă o Ordonanță de Urgență prin care Guvernul a hotărât simplificarea formalităților de înregistrare a întreprinderilor, prin modificarea Legii nr. 359/2004. Conform acestui act normativ, o firmă care nu are nevoie de avize speciale de mediu se poate înregistra în numai trei zile.

²³¹ „Sinteza statistică - Operațiuni în Registrul Central al Comerțului”, elaborată de către Oficiul Național al Registrului Comerțului, București, februarie 2006.

Bibliografie:

1. Bărbulescu C., Gavrilă T., Badea F., „Economia și gestiunea întreprinderii”, Editura Economică, București, 1999
2. Moceanu M.M., „Societatea comercială”, Editura „Tribuna Economică”, București, 2005
3. Roșca C., Pandelică I., Vasilică R., „Economia și gestiunea întreprinderii”, Editura Certi, Craiova, 2004
4. West A., „Planul de afaceri”, Editura Teora, București, 2000
5. Institutul Național de Statistică, „Anuarul Statistic al României”, București, 2004
6. Oficiul Național al Registrului Comerțului, „Sinteza statistică – Operațiuni în Registrul Central al Comerțului”, București, februarie 2006.
7. *** Legea nr.31/1990 privind înființarea și funcționarea societăților comerciale
8. *** www.onrc.ro