

## INSTRUMENTE INOVATIVE ÎN FINANȚAREA IMM

**Viorica CERBUȘCA**

*Academia de Studii Economice a Moldovei*

Financial instruments are defined as any tools that are used by SME or financial intermediaries to acquire funds. There is a one important rule: different SME target group need various financial schemes and lines. These varied from microcredit through public credit guarantee fund and from mutual credit guarantee association to venture capital and others. There is not a unique tool of financing SMEs. The need depends basically on the stage of maturity and size of enterprises.

Un stat în dezvoltare presupune creșterea numărului de antreprenori, care activează pe piața internă și cea externă. Aceștia, pe parcursul întregii activități, au nevoie de resurse financiare pentru a face față cererii și nevoilor consumatorului, mereu în schimbare. Problema finanțării este actuală pentru toate întreprinderile mici, indiferent dacă sunt create și activează într-o țară cu economie dezvoltată sau în tranziție. Astfel, resursele întreprinderii sunt, adeseori, insuficiente pentru acoperirea deficitului de finanțare atât pe termen scurt, adică pentru capitalul circulant, cât și pe termen lung, pentru investiții.

Oferta de fonduri redusă pe piața de capital este cauzată și de faptul că economiile populației nu sunt încurajate să fie investite pe piața de capital nu numai din cauza dobânzilor ridicate, dar și a neîncrederii în mecanismele și instituțiile pieței de capital. În prezent, investirea în locuințe, autoturisme și alte bunuri patrimoniale este o alternativă mai atractivă decât investirea în titluri financiare. Prin urmare, una dintre problemele principale ale sectorului IMM autohton este identificarea surselor externe alternative de finanțare a activității lor.

Lipsa de informație credibilă asupra solvabilității IMM ridică bariere în finanțarea sectorului, cauza fiind, de obicei, lipsa birourilor de informații privind creditele și imperfecțiunea regulamentelor cu privire la divulgarea informației financiare sau neaplicarea lor. În multe țări sărace, piețele de capital sunt inexistente sau nelichide, ceea ce exclude emisiile publice. Pe de altă parte, antreprenorii dispun de competențe de gestiune limitate și capacități insuficiente pentru a primi capitaluri de risc.

În prezent, se aplică următoarele metode de susținere financiară a întreprinderilor mici:

1) Asigurarea cu resurse creditare:

- prin alocarea creditelor, inclusiv în condiții preferențiale;
- prin acordarea garanțiilor acoperite cu credite;
- prin alocarea subvențiilor.

2) Investirea în IMM prin intermediul participării prin cotă în patrimoniul întreprinderii (fonduri de capital de risc).

3) Leasingul care permite întreprinderilor într-un mod special să aloce resurse creditare pentru achiziționarea fondurilor fixe.

4) Autosusținerea micilor întreprinzători, care are loc prin:

- asocierea subiecților micului business într-o societate de creditare și asigurare mutuală, în uniuni de credit. Societățile menționate se instituie în bază de asociere pentru a satisface necesitățile membrilor lor;
- susținerea micilor întreprinzători de către marii agenți economici, cu care întrețin relații strânse.

5) Prestarea altor tipuri de servicii ce completează susținerea financiară (instruire, consulting, înzestrare informațională), destinată IMM. De exemplu, familiarizarea specialiștilor de la întreprinderi cu metodele de elaborare a business-planurilor, utilizarea și controlul mijloacelor financiare creditare, ducerea tratativelor cu investitorii potențiali etc.

În Republica Moldova oportunitățile de finanțare a IMM sunt destul de limitate, activitățile antreprenoriale fiind finanțate preponderent de familie și prieteni, ulterior intervenind băncile comerciale, care, spre regret, rămân a fi reticente în ce privește creditarea micilor întreprinzători.

Un instrument alternativ de satisfacere a nevoilor de modernizare a întreprinderilor reprezintă operațiunile de leasing, care sunt sursă importantă de finanțare comercială, ca urmare a necesității dotării agenților economici cu echipamente moderne. Leasingul este o soluție pentru dificultățile legate de obținerea facilităților bancare de credit și de garanții, precum și pentru cerințele băncilor de a obține garanții corespunzătoare pentru creditele acordate.

Ca instrument financiar, leasingul a avut un rol important în stimularea investițiilor în activele de producție din întreaga lume. În țările-membre ale OSCE, leasingul deține o cotă de 15-30% în totalul investițiilor efectuate în capitalul fix. În țările în curs de dezvoltare acest indicator oscilează între 1% și 15%. Însă, potențialul real se face simțit anume în țările în curs de dezvoltare, fiindcă majoritatea companiilor din aceste țări nu dispun de resurse necesare pentru procurarea mijloacelor fixe din cont propriu, iar finanțarea bancară este adeseori inaccesibilă.

Există și forme inovaționale de leasing, caracterizate prin particularități ale tehnicii de realizare. În această categorie intră:

*Lease-back* – un contract în care furnizorul se identifică cu utilizatorul. În acest caz, instituția financiară cumpără bunul de la însuși utilizator, căruia i-l dă imediat spre folosință cu promisiunea de revânzare în favoarea vânzătorului, la sfârșitul perioadei de folosință.

Atractivitatea operațiunii derivă din faptul că fondurile (credit pe termen lung) sunt oferite societății care are deja bunul în proprietate, dar căreia îi lipsesc, spre exemplu, lichiditățile pentru a-l administra. Bunul, în această situație, servește drept garanție pentru instituția creditară atât timp cât utilizatorul nu și-a achitat datoria, operația de lease-back având funcția de împrumut ipotecar. O variantă a contractului de *lease-back* este leasingul (denumit și *lease - back furnizor*) utilizat în relațiile dintre comercianții francezi. Potrivit convenției de leasing combinat, o întreprindere vinde unei societăți de leasing produsele pe care le-a realizat, iar aceasta din urmă le pune la dispoziție în baza unui contract de leasing întreprinderii producătoare, dându-i totodată posibilitatea să le închirieze, la rândul său, unor terți, în baza unor contracte de locațiune (în fapt, sublocațiune) de drept comun.

*Leasingul experimental* se folosește ca o formă de promovare a vânzărilor. Bunul care face obiectul unui astfel de contract este închiriat pe perioade scurte de timp, de câteva luni, în mod experimental, cu condiția ca după expirarea perioadei prevăzute în contract acestea să fie cumpărate dacă corespund cerințelor sau să fie restituite dacă prezintă neajunsuri.

*Time-sharings*-a adoptat în practică din considerente de rentabilitate economică, practicându-se pentru produse cu cost ridicat sau cu uzură morală rapidă. Pentru intensificarea utilizării lor se practică sistemul închirierilor pe timpuri partajați simultan de mai mulți utilizatori. Se practică în turism prin închirierea bazelor materiale, în cazul tehnicii de calcul sau al unor mijloace de transport moderne.

*Leasingul acționar* (credit bail) reprezintă o tehnică financiară folosită în scopul satisfacerii cerințelor IMM în atragerea de fonduri. Operațiunea este oarecum asemănătoare contractului de *lease-back*, presupunând următoarele etape:

- 1) o societate pe acțiuni mică sau mijlocie își majorează sau își constituie capitalul propriu prin *emiterea de (noi) acțiuni* care sunt subscrise de un fond de investiții;
- 2) fondul de investiții cedează, în locație, acțiuni societății emitente, care, în schimb, va vărsa periodic o sumă de bani cu titlu de chirie;
- 3) la expirarea contractului societatea emitentă are posibilitatea de a-și *răscumpăra* propriile acțiuni la un preț convenit cu fondul de investiții, ținându-se cont și de vărsămintele efectuate prin plata chiriei.

Leasingul reprezintă o activitate relativ nouă pentru economia Republicii Moldova și, cu toate că primele afaceri din domeniu au fost înregistrate încă în anii '90, iar Legea cu privire la leasing a fost adoptată în 1996, aportul operațiunilor de leasing în PIB continuă să fie nesemnificativ. Dată fiind necesitatea operațiunilor de leasing în dezvoltarea economică a țării, în anul 2005 a fost adoptată o nouă Lege cu privire la leasing. Extinderea naturii subiecților și a obiectelor de leasing, echivalarea dobânzii de leasing cu rata dobânzii stabilită de băncile comerciale sunt principalele prevederi ce au creat o situație favorabilă atât pentru companiile de leasing, cât și pentru clienții acestora.

Primele companii cu servicii exclusiv de leasing au apărut în anul 2002, stimulând vânzarea de bunuri de calitate înaltă și micșorarea fluxului de marfă ieftină și necalitativă.

Actualmente, în Republica Moldova activitatea de leasing declarată este desfășurată de 113 companii, dintre care 13 se poziționează ca operatori pe piața financiară, cu activitate cvasiexclusiv de leasing, care prin promovare s-au clasat ca ofertanți de produse financiare.

Lider la capitolul produse propuse în leasing este MAIB-Leasing, urmat de EuroLeasing și IMC Leasing. Numărul redus de produse pentru alte companii (unele limitându-se doar la automobile) se datorează specificului cererii pe piața națională.

Dat fiind faptul că unitățile de transport constituie o marfă lichidă pe piața Republicii Moldova, iar prețul oricărui autoturism, indiferent de vârstă și marcă, poate fi stabilit fără dificultate, influențează atractivitatea produselor menționate față de echipament (utilaj), care necesită resurse financiare mai mari. În prezent, puțini operatori pot oferi servicii de leasing pe perioade mai mari de 5 ani, printre ei fiind doar MAIB-Leasing și IMC Leasing. În aceste condiții, companiile sunt în căutarea unor „bani mai lungi” și în condiții mai avantajoase.

Din sistematizarea informației cu privire la activitatea desfășurată de companiile de leasing se estimează că piața este în creștere în medie cu 70-80% anual. Aceste ritmuri intense de creștere sunt înregistrate, în special, începând cu anul 2005, până atunci creșterea fiind mai temperată, constituind până la 50%.

În pofida dezvoltării ascendente a operațiunilor de leasing, acestea, spre regret, nu sunt direcționate spre segmentul întreprinderilor nou-create. Practica internațională demonstrează că un rol important în promovarea creării și în susținerea dezvoltării IMM le revine Incubatoarelor de Business, prin intermediul cărora antreprenorii cu idei de afaceri pot obține asistență materială, logistică și consultativă necesară pentru înființarea și dezvoltarea rapidă și eficientă a unei afaceri. Fiind bine conceput, un business incubator (BI) poate asigura întreprinderilor capacitatea necesară pentru a se dezvolta, a ieși din faza de incubare și a satisface condițiile unei activități competitive. Astfel, în esență, BI contribuie la creșterea numărului IMM și la sporirea viabilității acestora, la utilizarea mai eficientă a resurselor (de muncă, de producere, tehnologice, naturale), la introducerea și implementarea noilor tehnologii și a elementelor de know-how, la crearea și consolidarea relațiilor de business, la asigurarea ocupării forței de muncă.

Un incubator de afaceri este, de altfel, o instituție specializată care oferă spațiu, asistență consultativă și financiară unor întreprinderi cu nevoi specifice: start-up, inovaționale, create și gestionate de femei sau tineri etc.

Sarcinile unui incubator de afaceri eficient trebuie să reprezinte:

- crearea și dezvoltarea unui sistem profesional de informare și consultanță;
- implementarea programelor de educație și instruire a locatarilor;
- oferirea condițiilor favorabile tinerilor care doresc să inițieze afacerea personală;
- promovarea cercetărilor științifice și tehnice;
- sporirea volumului exportului și promovarea produselor ce substituie importurile.

Istoria dezvoltării incubatoarelor de afaceri în Republica Moldova este foarte scurtă și datează cu sfârșitul anilor '90. Fiind un concept nou, business-incubatoarele din Republica Moldova se află în faza de „penetrare pe piață”, iar experiența slab dezvoltată în domeniu, lipsa specialiștilor, precum și a unui mecanism concret de implementare face ca business-incubatoarele existente să lupte pentru supraviețuire, neavând suficient potențial pentru a susține și a dezvolta afaceri noi.

Beneficiari ai unui incubator de afaceri pot fi antreprenorii, care corespund condițiilor locatare, în cadrul segmentelor de piața definite:

1. ELIRI INC – incubator inovativ, trebuia să atragă resurse financiare pentru oferirea spațiului. Formal, exista o metodă de creștere a ideilor noi inovaționale care sunt vândute companiilor interesate.
2. În 2001, incubatorul de afaceri „IMPULS” din Bălți și-a început activitatea, fiind creat inițial în cadrul filialei Camerei de Comerț și al municipalității orașului. Spre deosebire de ELIRI, acest incubator poate fi considerat un exemplu clasic care oferă un set întreg de servicii, cum ar fi: arenda spațiilor, servicii de secretariat, sală de conferință, cursuri de instruire etc.
3. În 2003 a fost construit incubatorul de afaceri din Cahul. Inițial, a fost un centru de incubare, care a oferit servicii de instruire pentru antreprenori și asistență în probleme de management al afacerilor, după care – ca un incubator virtual având acces limitat la dezvoltarea ramurilor noi.
4. Un alt exemplu este incubatorul de afaceri din cadrul „Casei Antreprenoriatului din Ungheni”. A fost fondat în 2004 cu susținerea programului TACIS, cu o suprafață de 1200 m<sup>2</sup>, dintre care 700 m<sup>2</sup> sunt pentru officii.

5. În 2005 a fost creat și primul incubator de afaceri academic ASEM, fiind considerat de succes în domeniul dat.

Practica internațională demonstrează că incubatoarele de afaceri, dacă sunt gestionate eficient, reprezintă adevărate fabrici de afaceri.

Dată fiind importanța și impactul acestor instituții pe plan internațional, începând cu anul 2004 Guvernul Republicii Moldova beneficiază de asistența tehnică și financiară a Guvernului Norvegiei, care, prin intermediul Fundației SINTEF, implementează „SINTEF2Your Business”. Proiectul respectiv are drept obiectiv general crearea business incubatoarelor pe teritoriul Republicii Moldova.

Primul incubator creat cu suportul proiectului este amplasat în raionul Soroca, fiind lansat în decembrie 2009. Business-incubatorul este unul clasic și are drept obiectiv generarea IMM de succes, generarea și participarea în proiecte de afaceri relevante.

Cel puțin 60% din întreprinderile incubate vor fi tipic orientate spre producere, 30% vor lucra în piața serviciilor tehnice, în timp ce restul vor acorda servicii de contabilitate, juridice sau în alte domenii necesare.

Cu atât mai mult, profilul se va baza pe locatarii care sor susține întreprinderile mai mari din regiune. Incubatorul de afaceri va genera întreprinderi – furnizori sau sub-furnizori ai întreprinderilor deja existente, precum și ai unităților de afaceri locale bine stabilite.

În încheiere, incubatorul va fi inovativ de afaceri, tehnologie generală, volum de producere eficient, industrializare, capital minim / investiții de lucru maxime.

Este de menționat că, în întreaga lume, legăturile dintre universitate și întreprinderile private se consolidează. Guvernul poate ajuta să creeze un mediu favorabil pentru construirea parteneriatului, inclusiv a parteneriatului cu universitatea și instituțiile de cercetare. Acest parteneriat ajută la acordarea serviciilor de consultanță, asigură accesul la sursele bibliografice și stabilirea relațiilor pe termen lung cu universitatea.

Incubatorul de afaceri va stabili relații de cooperare foarte strânsă cu universitatea și instituțiile de învățământ din republică.

Un termen financiar nou pentru Republica Moldova este „Investitorul informal”, cunoscut și ca „business angel”, care, de fapt, este pe larg utilizat în societățile economic dezvoltate. Țările aflate în perioadă de tranziție au rămas în urmă în ceea ce privește investițiile și sunt încă preocupate de problema finanțării bancare. În mediul de afaceri al anilor 1900, investitorii din statele dezvoltate (în calitate de furnizori ai capitalului cu risc) au început să fie implicați în investiții de capital cu risc.

Geneza termenului „Angel” se trage din Broadway, unde a fost folosit pentru a descrie persoanele bogate care ofereau mijloace bănești pentru realizarea producțiilor teatrale. În 1978, William Wetzel, profesor la Universitatea din New Hampshire și fondator al Centrului pentru Cercetare de risc, a finalizat un studiu de pionierat a modului în care antreprenorii și-au majorat capitalul, utilizând termenul „Angel” pentru a descrie investitorii care i-au sprijinit.

Investitorii neformali sunt adeseori antreprenori pensionari sau directori de firme, care pot fi interesați în a investi în activități antreprenoriale fără a avea un interes pur monetar. Ei sunt provocați prin dorința de a fi la curent cu evoluțiile într-un domeniu aparte, de a valorifica și a transmite experiența de muncă generației tinere de antreprenori. Astfel, avantajul de care beneficiază întreprinderile derivă în special din consultanța oferită de către „tutore”, sfaturile cărora și contactele cu care sunt extrem de valoroase pentru un novice.

Fondurile de investire de capital cu risc, de obicei, adună banii de la investitorii publici și privați și-i repartizează în diferite investiții (proiecte) cu scopul de a micșora riscul și de a mări veniturile. Deci, fondurile de investire de capital cu risc sunt mediatori între investitori și companiile-țintă. Ei calculează un comision pentru informație și expertiză, dar, de asemenea, sunt gata să împartă riscul. „Business angels” sunt mai puțin formali. Ei investesc direct în companii. De obicei, deschid anumite cluburi sau rețele, scopul acestora fiind rețeaua, schimbul de informație și mai degrabă posibilitatea de investire sindicală decât colectarea formală și investirea de capital. Dacă există reguli identice de piață (cerere și ofertă) folosite de fondurile cu capital cu risc, nu putem spune același lucru despre piața „investitorilor informali”. Mason și Harrison se contrazic susținând că piața de capital a „investitorilor informali” este, în multe cazuri, o piață „invizibilă”, „business angels” dorind să rămână anonimi.

Investitorii neformali își investesc fondurile proprii, spre deosebire de fondurile de capital cu risc, care gestionează resursele altora, acoperind golul de finanțare a start-up și situându-se între „prietenii și familia” (uneori umor dat de acronimul FFF, care înseamnă în engleză „friends, family, fools”). Băncile nu vor accepta

aceste proiecte din cauza riscului ridicat, iar fondurile tradiționale de capital cu risc nu sunt interesate de investițiile mai mici de 1 mln. Euro. Astfel, investițiile neformale sunt, adeseori, o soluție extrem de avantajoasă, atât pentru întreprinzător, cât și pentru investitor.

De exemplu, în SUA numai în anul 2007 capitalul alocat de „business angels” s-a ridicat la aproximativ 450.000 dolari SUA. Industria software a atras cea mai mare parte a investițiilor, deținând 27% din totalul investițiilor, fiind urmată de cea a serviciilor de sănătate, echipamente medicale (19 %) și biotehnologie (12%).

„Business angels” își asumă un risc extrem de ridicat, iată de ce ele sunt în căutare de investiții cu un randament ridicat. De obicei, „business angels” sunt persoane, care, pe lângă faptul că investesc în afaceri care să le aducă un venit mare peste o perioadă de timp, contribuie cu idei și experiență la dezvoltarea afacerilor start-up.

Investițiile neformale sunt extrem de valoroase atât pentru IMM, cât și pentru întreaga societate. Or, ele contribuie direct și eficient la dezvoltarea armonioasă a sectorului, la introducerea noilor tehnologii și la stimularea producerii de bunuri și servicii cu o valoare adăugată înaltă.

**Bibliografie:**

1. SME Access to Finance in the New Member States, Analytical Report, Flash Eurobarometer 184.
2. Joe Hadzima. All Financing Sources Are Not Equal // Boston Business Journal.
3. Financing SMEs and Entrepreneurs, Policy Brief, Nov., 2006, OECD.
4. The SME Financing Gap, Theory and evidence, OECD.
5. Analiza pieței de microfinanțare, BIS.
6. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
7. [www.odimm.md](http://www.odimm.md)
8. [www.businessportal.md](http://www.businessportal.md)

*Prezentat la 29.03.2010*