

SC Ecoinvest Consult SRL

Raport cantitativ

Studiu privind potențialul de dezvoltare transfrontalier

SEPTEMBRIE 2012

CUPRINS

Lista tabelelor.....	3
Lista Graficelor	4
Cap I. Metodologie.....	6
Problema de cercetare	6
Structura eşantionului	6
Metoda şi instrumentul de cercetare	7
Desfasurarea activităţii de chestionare	7
Cap II. Rezumat	8
Secţiunea 1: Contacte cu partenerii din Republica Moldova	8
Secţiunea 2: Surse de informare privind potenţialii parteneri din Republica Moldova	10
Secţiunea 3. Oportunităţi de investiţii	11
Secţiunea 4: Date de identificare	13
Cap III. Rezultate	15
Secţiunea 1: CONTACTE CU PARTENERII DIN REPUBLICA MOLDOVA	15
Secţiunea 2: SURSE DE INFORMARE PRIVIND POTENŢIALII PARTENERI DIN REPUBLICA MOLDOVA .	19
Secţiunea 3: OPORTUNITĂŢI DE INVESTIŢII	28
Secţiunea 4: DATE DE IDENTIFICARE	40
CONCLUZII	49
ANEXA 1	51

Lista tabelelor

Tabelul I.1. Eșantionul și lista de rezervă a firmelor	6
Tabel II.1. Descrierea contractelor cu partenerii din Republica Moldova	8
Tabel II.2. Motivele lipsei parteneriatelor cu Republica Moldova	9
Tabel II.3. Surse de informare cu privire la partenerii din Republica Moldova	10
Tabel II.4. Credibilitatea surselor de informare cu privire la partenerii din Republica Moldova.....	10
Tabel II.5. Tip teren/ construcție.....	11
Tabel II.6. Drumuri de acces.....	11
Tabel II.7. Tip acces.....	12
Tabel II.8. Activități potențiale realizate de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani pentru dezvoltarea relațiilor tranfrontaliere.....	13
Tabel II.9. Număr puncte de lucru	14
Tabel II.10. Nivel cifră de afaceri	14
Tabel 1.1. Descrierea contractelor cu Republica Moldova (conform subpunctelor A, B și C)	16
Tabel 3.1. Descrierea spațiilor puse la dispoziție în cazul unui parteneriat transfrontalier (8A, 8B, 8C, 8D, 8H)	32
Tabel 4.1. Obiectul de activitate și număr puncte de lucru	44

Lista Graficelor

Grafic II.1. Infrastructura terenurilor/ construcțiilor.....	12
Grafic 1.1. Relații/contacte cu partenerii de afaceri din Republica Moldova	15
Grafic 1.2. Contracte semnate cu Republica Moldova	16
Grafic 1.3. Intenție dezvoltare parteneriate cu firme din Republica Moldova.....	17
Grafic 1.4. Motivele lipsei parteneriatelor cu firme din Republica Moldova	17
Grafic 2.1. Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ca sursă de informare.....	19
Grafic 2.2. Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova ca sursă de informare	20
Grafic 2.3. Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani ca sursă de informare.....	20
Grafic 2.4. Ministerul Finanțelor Publice din România ca sursă de informare.....	21
Grafic 2.5. Asociații ale întreprinzătorilor din domeniu ca sursă de informare.....	21
Grafic 2.6. Site-uri cu liste de firme ca sursă de informare	22
Grafic 2.7. Partenerii de afaceri ca sursă de informare	22
Grafic 2.8. Reviste de profil ca sursă de informare.....	23
Grafic 2.9. Credibilitate - Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani.....	24
Grafic 2.10. Credibilitate - Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova	24
Grafic 2.11. Credibilitate - Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani.....	25
Grafic 2.12. Credibilitate - Ministerul Finanțelor Publice din România.....	25
Grafic 2.12. Credibilitate – întreprinzători din domeniu.....	26
Grafic 2.13. Credibilitate – Site-uri cu liste de firme.....	26
Grafic 2.14. Credibilitate – parteneri de afaceri.....	27
Grafic 2.14. Credibilitate – reviste de profil	27
Grafic 2.15. Credibilitate – Alte surse	28
Grafic 3.1. Tip teren/ construcție	29
Grafic 3.2. Drumuri de acces	33
Grafic 3.3. Tip de acces	34
Grafic 3.4. Energie electrică	34
Grafic 3.5. Gaze naturale	34
Grafic 3.6. Apă.....	35
Grafic 3.7. Canalizare	35

Grafic 3.9. Influența Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură în dezvoltarea parteneriatelor transfrontaliere	36
Grafic 3.10. Utilitatea organizării unor întâlniri și seminarii transfrontaliere	37
Grafic 3.11. Utilitatea organizării unor prezentări de firme din ambele țări.....	37
Grafic 3.12. Utilitatea punerii la dispoziție a unor baze de date cu firme din Republica Moldova	38
Grafic 3.13. Utilitatea punerii la dispoziție a unor topuri ale firmelor din Republica Moldova.....	38
Grafic 3.14. Utilitate bază de date cu firmele din România.....	39
Grafic 3.15. Utilitatea transmiterii periodice a stării economice din Republica Moldova către firmele din România	39
Grafic 4.1. Domeniile de activitate ale firmelor	45
Grafic 4.2. Număr puncte de lucru în Botoșani	45
Grafic 4.3 Număr puncte de lucru în alt județ.....	46
Grafic 4.4. Capitalul social 1	46
Grafic 4.5. Capitalul social 2	46
Grafic 4.6. Număr angajați.....	47
Grafic 4.7. Cifra de Afaceri la nivelul anului 2011.....	48

Cap I. Metodologie

Problema de cercetare

Problema de cercetare a prezentului studiu este reprezentată de identificarea gradului de interes a firmelor mici și mijlocii din orașele județului Botoșani cu privire la stabilirea unor relații profesionale cu firme din Republica Moldova.

Structura eșantionului

Eșantionul supus cercetării este reprezentat de firme mici și mijlocii din orașele județului Botoșani. Eșantionul a fost construit pornind de la „topul firmelor pe anul 2011” furnizat de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură din Botoșani. Au fost selectate cele mai relevante 3 domenii de activitate: comerț, agricultură și industrie și s-a obținut un total de 348 de firme.

Eșantionul ales ca fiind reprezentativ a fost selectat în urma realizării unui plan de sondaj stratificat (cu alocarea optimă și selecție cu probabilități egale). Astfel au fost selectate 150 de firme din totalul inițial. Pasul de numărare folosit a fost 3 (una din trei firme). Eșantionul final utilizat și lista de rezervă poate fi regăsită în tabelul următor:

Domeniu de activitate	Oraș	Număr firme	Număr firme de rezervă
Comerț	Botoșani	52	91
	Darabani	1	1
	Dorohoi	12	22
	Săveni	0	2
	Flămânzi	0	2
	TOTAL	65	118
Agricultură	Botoșani	11	4
	Darabani	1	0
	Dorohoi	8	2
	TOTAL	20	6
Industrie	Botoșani	50	54
	Darabani	4	4
	Dorohoi	11	12
	Săveni	0	3
	Flămânzi	0	1
	TOTAL	65	74
TOTAL		150	198

Tabelul I.1. Eșantionul și lista de rezervă a firmelor

Metoda și instrumentul de cercetare

Pentru realizarea prezentului studiu s-a utilizat ca metodă de cercetare ancheta prin chestionare la punctele de lucru a firmelor mici și mijlocii din orașele județului Botoșani.

Chestionarul a fost alcătuit din 4 secțiuni aferente **obiectivelor de cercetare**:

1. Contacte cu partenerii din Republica Moldova
2. Surse de informare privind potențialii parteneri din Republica Moldova
3. Oportunități de investiții
4. Date de contact

Chestionarul a fost în prealabil pretestat pe un eșantion format din 10 firme mici și mijlocii din județul Botoșani. Nici o modificare nu a fost adusă structurii și conținutului chestionarului după această activitate.

Desfasurarea activității de chestionare

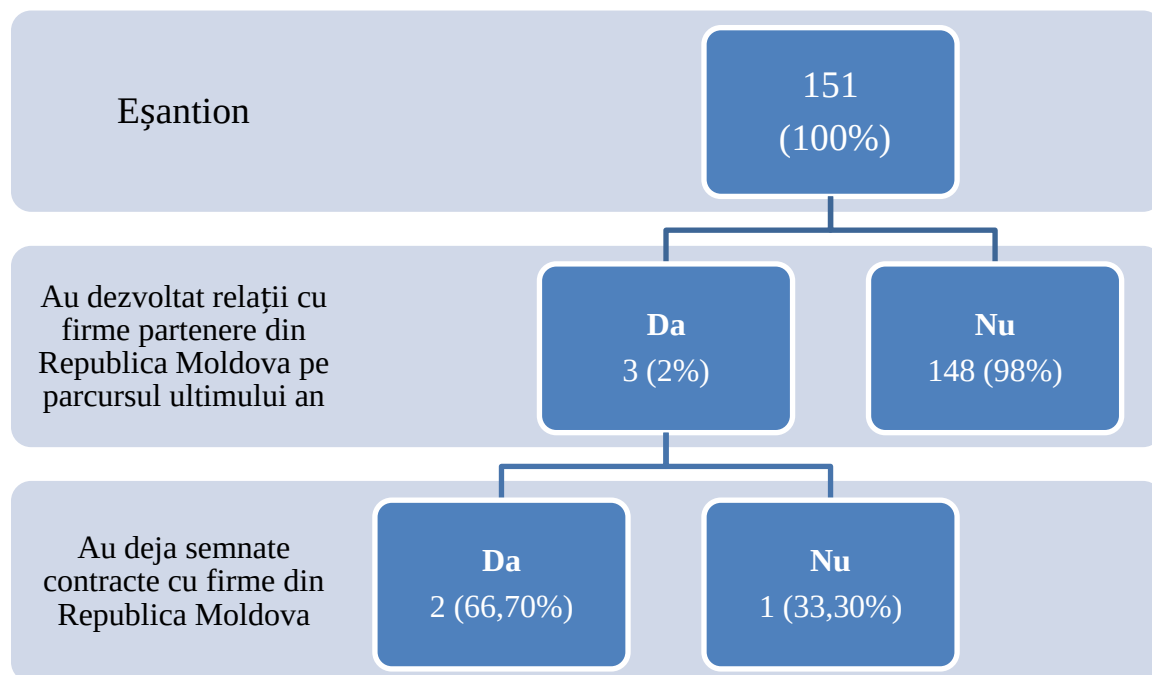
Activitatea de chestionare s-a realizat pe parcursul a 7 zile lucrătoare, timp în care au fost contactate 151 de firme din orașele județului Botoșani.

La punctele de lucru a întreprinderilor vizate au fost chestionați administratorii, managerii executivi, managerul de relații internaționale sau managerul economic, în funcție de persoana disponibilă la momentul respectiv. Operatorii nu au început activitatea de chestionare până nu au verificat dacă firma este înregistrată cu sediul social în județul Botoșani.

Operatorii au avut la dispoziție un eșantion inițial alcătuit din 150 de firme (vezi tabel M1). În cazul în care aceștia nu au reușit să intre în contact cu reprezentanții firmelor din lista inițială au apelat la lista de rezervă a firmelor. Dacă nici după parcurgerea listelor de rezervă nu s-a obținut numărul stabilit de chestionare, operatorii au luat în calcul și întreprinderi a căror nume nu se aflau pe listele de contacte, extinzând astfel și aria domeniilor de activitate stabilite inițial.

Cap II. Rezumat

Secțiunea 1: Contacte cu partenerii din Republica Moldova



La nivelul eșantionului alcătuit din 151 de firme din orașele județului Botoșani 98% dintre acestea *nu au dezvoltat* pe parcursul ultimului an relații/ contacte cu partenerii de afaceri din Republica Moldova în timp ce doar 2% dintre chestionații *au realizat* astfel de parteneriate. Dintre acestea 66,7% au deja semnate contracte cu firme din Republica Moldova. Aceste contracte aparțin domeniilor de activitate agricultură și industrie, au o durată de până în 6 luni și o valoare de până în 200.000 EUR.

Domeniu	Durată	Valoare
Agricultură	până în 6 luni	Până în 30.000 EUR
Industrie	până în 6 luni	150.001-200.000 EUR

Tabel II.1. Descrierea contractelor cu partenerii din Republica Moldova

27,20% dintre respondenți au declarat că intenționează să dezvolte parteneriate cu Republica Moldova pe parcursul următorului an, în timp ce 72,80% dintre respondenți nu intenționează să facă acest lucru.

Dintre motivele pentru care chestionații nu intenționează să încheie contracte cu firme din Republica Moldova pot fi menționate următoarele în ordinea descrescătoare a alegerii lor de către respondenți:

Motiv	Procent
Lipsa informațiilor privind potențialii parteneri din Republica Moldova	60,40%
Taxele vamale	39,60%
Legislația din România privitoare la parteneriate externe	26,40%
Mediul economic din Republica Moldova	16,00%
Legislația din Republica Moldova privitoare la parteneriate externe	15,10%
Alt motiv	15,10%
Instabilitatea politică din Republica Moldova	11,30%
Distanța față de cel mai apropiat punct de trafic marfă;	9,40%
Influențele culturii rusești asupra mediului de afaceri din Republica Moldova	2,80%

Tabel II.2. Motivele lipsei parteneriatelor cu Republica Moldova

Alte motive pentru care chestionații nu intenționează să stabilească parteneriate transfrontaliere (15,10%):

- lipsa fondurilor necesare unui asemenea parteneriat;
- lipsa posibilităților;
- lipsa timpului pentru informarea suplimentară;
- lipsa interesului cu privire la astfel de parteneriate;

Secțiunea 2: Surse de informare privind potențialii parteneri din Republica Moldova

Surse de informare	Media
Site-uri cu liste de firme	2,29
Partenerii de afaceri	2,11
Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani	1,88
Asociații ale întreprinzătorilor din domeniu	1,77
Reviste de profil	1,67
Ministerul Finanțelor Publice din România	1,65
Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani	1,63
Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova	1,22
Altă sursă	1,15

Tabel II.3. Surse de informare cu privire la partenerii din Republica Moldova

În topul preferințelor chestionaților cu privire la sursele de informare despre potențialii parteneri de afaceri din Republica Moldova se află site-urile cu liste de firme cu o medie de 2,29, partenerii de afaceri cu o medie de 2,11 și Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani cu o medie de 1,88.

Surse de informare	Media
Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani	2,95
Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani	2,79
Ministerul Finanțelor Publice din România	2,64
Partenerii de afaceri	2,6
Site-uri cu liste de firme	2,54
Asociații ale întreprinzătorilor din domeniu	2,35
Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova	2,07
Reviste de profil	2,04
Altă sursă	0,56

Tabel II.4. Credibilitatea surselor de informare cu privire la partenerii din Republica Moldova

În topul celor mai credibile surse de informare cu privire la potențialii parteneri de afaceri din Republica Moldova se situează: Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani cu o medie de 2,95, Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani cu o medie de 2,79 și Ministerul Finanțelor Publice din România cu o medie de 2,64.

Secțiunea 3. Oportunități de investiții

Tip teren/construcție	Procent
Non-respondenți	72,20%
Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	14,60%
Teren arabil	5,30%
Liber pentru construcții	4%
Clădire/ teren plasat într-o zonă industrială	2,00%
Altă destinație	1,30%
Greenfield	0,70%
Pășune	0,00%

Tabel II.5. Tip teren/ construcție

În eventualitatea în care Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar putea sprijini accesarea unor fonduri pentru parteneriate transfrontaliere firmele chestionate ar putea contribui cu clădiri cu destinație de birouri și spații comerciale (14,60%), cu teren arabil (5,30%), cu spații libere pentru construcții (4%), cu clădiri/terenuri plasate în zone industriale (2%), cu Greenfield (0,70%) și alte spații precum: spații pentru animale și bazine piscicole (1,3%).

Drum acces	Procent
Drum Județean	40,50%
Drum Național	33,30%
Drum European	14,30%
Drum Comunal	11,90%

Tabel II.6. Drumuri de acces

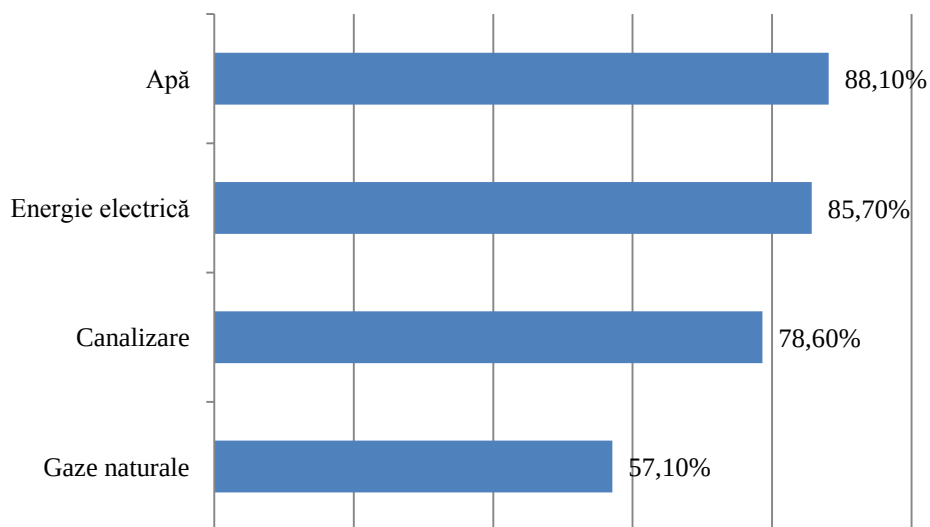
Spațiile aduse ca și contribuție în cazul unui parteneriat transfrontalier au predominant acces la drumuri județene. (40,50%)

Tip acces	Procent
Direct	83,30%
Indirect	16,70%

Tabel II.7. Tip acces

Tipul accesului spațiilor aduse ca și contribuție în cazul unui parteneriat transfrontalier este predominant direct (83,30%).

Infrastructura acestor spații poate fi caracterizată astfel:



Grafic II.1. Infrastructura terenurilor/ construcțiilor

88,10% dintre spații au acces la apă, 85,70% au energie electrică, 78,60% au canalizare și 57,10% dispun și de gaze naturale.

Alte informații relevante:

- 95,40% dintre chestionați consideră că deschiderea unui punct de trafic marfă ar facilita dezvoltarea parteneriatelor transfrontaliere.
- 93,40% dintre respondenți consideră că implicarea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din Republica Moldova și cele din România.

- În rândul activităților potențiale pe care Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani le-ar putea realiza pentru facilitarea dezvoltării parteneriatelor transfrontaliere, cele mai utile și foarte utile din punctul de vedere al chestionaților se pot identifica în tabelul ce urmează:

Activități potențiale	Util și foarte util	Puțin și foarte puțin util
Organizarea unor întâlniri și seminarii cu reprezentanți ai mediului de afaceri din ambele țări	67,60%	7,30%
Organizarea unor prezentări de firme din ambele țări	65,50%	7,90%
Punerea la dispoziție a unor baze de date cu firme din R. Moldova	61,60%	11,20%
Realizarea unei baze de date cu firmele din România interesate de un parteneriat cu firme din R. Moldova pentru a putea direcționa potențialii investitori din R. Moldova	61%	10,60%
Punerea la dispoziție a unor topuri ale firmelor din R. Moldova	45%	15,20%
Transmiterea periodică către firmele din România asupra stării economice a R. Moldova	42,40%	28,50%

Tabel II.8. Activități potențiale realizate de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani pentru dezvoltarea relațiilor tranfrontaliere

Secțiunea 4: Date de identificare

Chestionarea s-a realizat pe un eșantion format din 151 de întreprinderi mici și mijlocii din orașele județului Botoșani.

Realizând o clasificare a domeniilor de activitate a firmelor chestionate putem declara că:

- 51% comerț
- 23,84% industria prelucrătoare
- 9,94% agricultură, silvicultură și pescuit
- 4,63% alte activități
- 3,97% activități de servicii
- 2,64% sănătate
- 0,66% hotel

Rezultatele cu privire la numărul punctelor de lucru ale întreprinderilor mici și mijlocii pot fi observate în tabelul ce urmează:

Nr. Puncte de lucru	Botoșani	Alt oraș	Altă țară
Nici un punct de lucru	1,33%	94,04%	0%
1 punct de lucru	68,33%	3,98%	0%
2 puncte de lucru	20,67%	1,98%	0%
Mai mult de 2 puncte de lucru	9,33%	0%	0%

Tabel II.9. Număr puncte de lucru

Dintre respondenți 97,70% sunt întreprinderi private, 2,60% sunt întreprinderi cu capital mixt majoritar privat și 0,70% întreprinderi cu capital mixt majoritar de stat. De asemenea, 96,00% dintre aceștia au declarat un capital social românesc, 2,60% capital social străin și 1,30% capital mixt, majoritar românesc.

Din eșantionul firmelor chestionate 68,20% au până în 9 persoane angajate, 16.6% între 10 și 30 de persoane, iar restul de 15,20% au un număr de angajați peste 31 de persoane.

Firmele chestionate se situează în următoarele astfel în următoarele niveluri ale cifrei de afaceri la nivelul anului 2011:

Nivel cifră de afaceri	Procent
Până în 30.000 EUR	39,70%
31.000 – 50.000 EUR	17,20%
51.000 – 100.000 EUR	10,60%
100.001 – 150.000 EUR	5,30%
150.001 – 200.000 EUR	4,60%
200.001 – 300.000 EUR	5,30%
300.001 – 500.000 EUR	2,60%
500.001 – 1.000.000 EUR	4,60%
Peste 1.000.000 EUR	9,90%

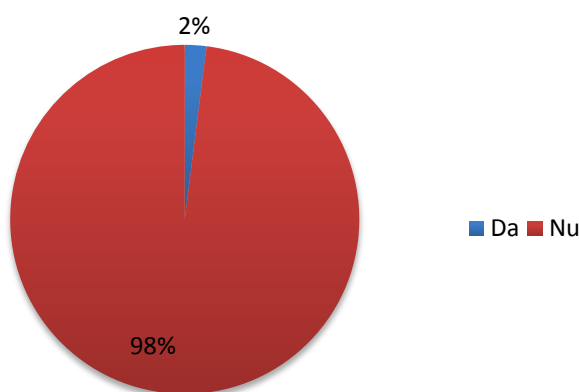
Tabel II.10. Nivel cifră de afaceri

Cap III. Rezultate

În urma interpretării datelor din chestionar, au fost obținute următoarele rezultate:

Secțiunea 1: CONTACTE CU PARTENERII DIN REPUBLICA MOLDOVA

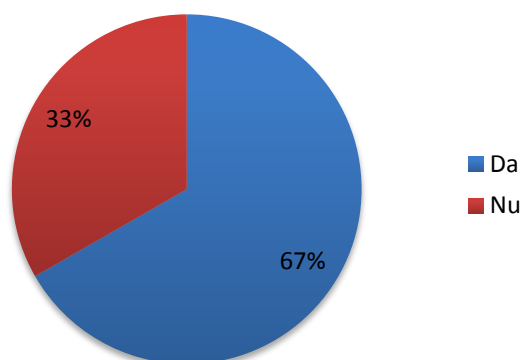
1. Pe parcursul ultimului an, firma dvs. a dezvoltat relații/contacte cu parteneri de afaceri din Republica Moldova?



Grafic 1.1. Relații/contacte cu partenerii de afaceri din Republica Moldova

Conform graficului 2% dintre respondenți (3 respondenți) au dezvoltat pe parcursul ultimului an relații/contacte cu parteneri de afaceri din Republica Moldova, în timp ce 98% dintre aceștia (148 de respondenți) nu au dezvoltat astfel de relații.

2. Firma are deja semnate contracte cu firme partenere din Republica Moldova?



Grafic 1.2. Contracte semnate cu Republica Moldova

La cea de-a doua întrebare au răspuns doar chestionații care la întrebarea precedentă au răspuns afirmativ. Din cadrul acestora, 67% (2 respondenți) au deja încheiate contracte cu firme partenere din Republica Moldova în timp ce 33% dintre aceștia (1 respondent) nu au astfel de contracte încheiate.

3. Cum ar putea fi descrise aceste contracte?:

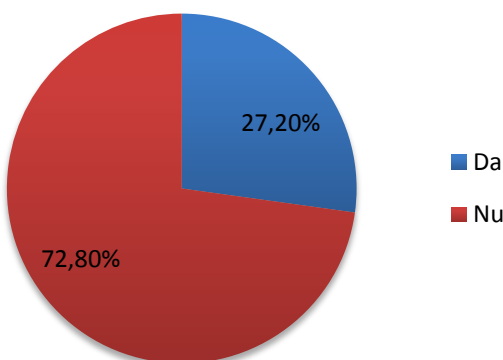
A treia întrebare a chestionarului a fost alcătuită din 3 subpuncte (A, B și C) pentru a reuși să surprindă natura contractelor încheiate. La această întrebare au răspuns doar respondenții care au declarat că au semnate contracte cu firme partenere din Republica Moldova.

Cei doi respondenți care au răspuns afirmativ la întrebarea cu numărul 2, au încheiate contracte din domenii precum agricultură și industrie cu o durată de până în 6 luni. Valorile acestor contracte: până în 30.000 EUR și 150.001 – 200.000 EUR.

A. Domeniu	B. Durată	C. Valoare
Agricultură	până în 6 luni	Până în 30.000 EUR
Industrie	până în 6 luni	150.001-200.000 EUR

Tabel 1.1. Descrierea contractelor cu Republica Moldova (conform subpunctelor A, B și C)

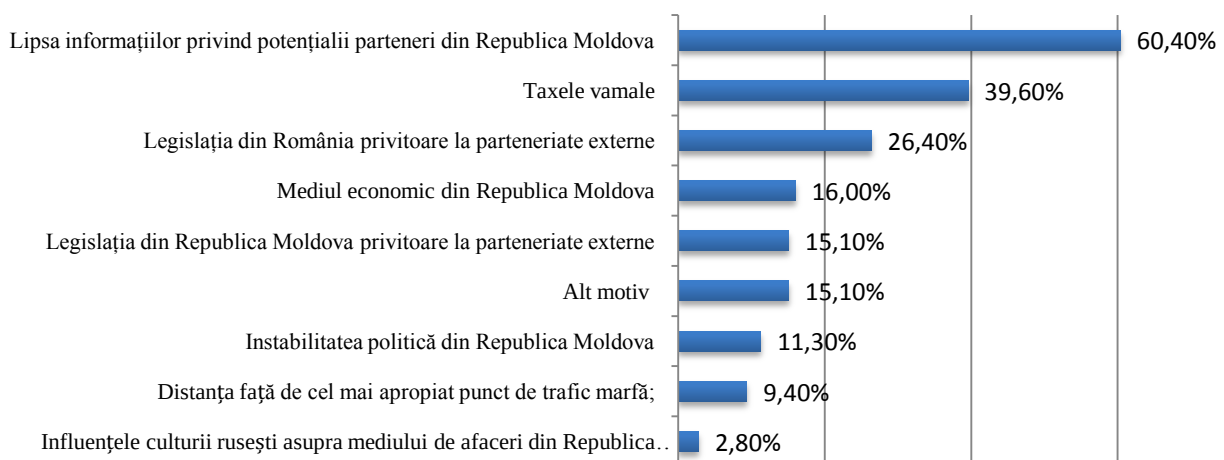
4. Pe parcursul următorului an, intenționați să dezvoltați parteneriate cu firme din Republica Moldova?



Grafic 1.3. Intenție dezvoltare parteneriate cu firme din Republica Moldova

La această întrebare 27,20% dintre respondenți au declarat că intenționează să dezvolte parteneriate cu Republica Moldova pe parcursul următorului an, în timp ce 72,80% dintre respondenți nu intenționează să facă acest lucru.

5. Ce vă împiedică să luați în considerare un posibil parteneriat cu firme din Republica Moldova?



Grafic 1.4. Motivele lipsei parteneriatelor cu firme din Republica Moldova

Chestionații care au răspuns negativ la întrebarea precedentă au fost rugați să motiveze alegerea lor prin intermediul unei întrebări cu răspuns multiplu.

Conform rezultatelor, principalele motive pentru care participanții în cadrul acestui chestionar nu intenționează ca în viitorul apropiat să dezvolte parteneriate cu alte firme din Republica Moldova se află: lipsa informațiilor privind potențialii parteneri din Republica Moldova (60,4%), taxele vamale (39,60%) și legislația din România cu privire la parteneriatele externe (26,40%).

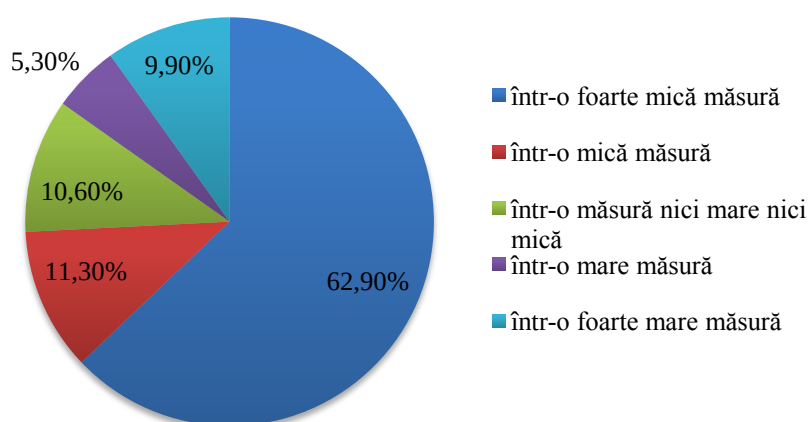
Într-un procent de 15,10% chestionații au oferit alte variante de răspuns acestei întrebări. Printre sugestiile lor se numără următoarele motivații:

- lipsa fondurilor necesare unui asemenea parteneriat;
- lipsa posibilităților;
- lipsa timpului pentru informarea suplimentară;
- lipsa interesului cu privire la astfel de parteneriate;

Secțiunea 2: SURSE DE INFORMARE PRIVIND POTENȚIALII PARTENERI DIN REPUBLICA MOLDOVA

6. De unde se informează firma dvs. cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova?

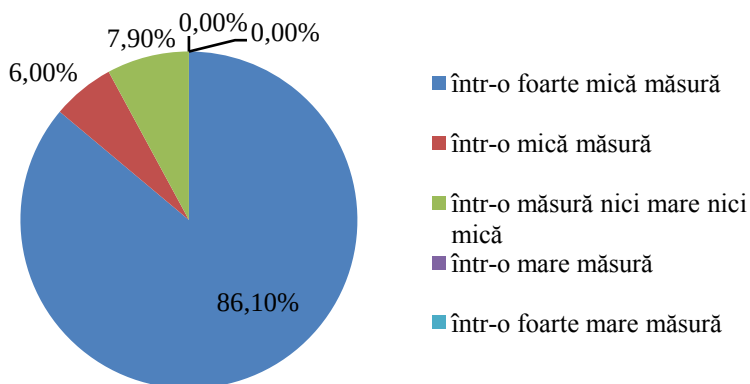
a. de la Camera de Comerț,Industrie și Agricultură Botoșani



Grafic 2.1. Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ca sursă de informare

Conform acestor rezultate, *Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani* este utilizată ca sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova *într-o mică și foarte mică măsură* de către 74,20% dintre chestionați și *într-o mare și foarte mare măsură* de către 15,20% dintre chestionați.

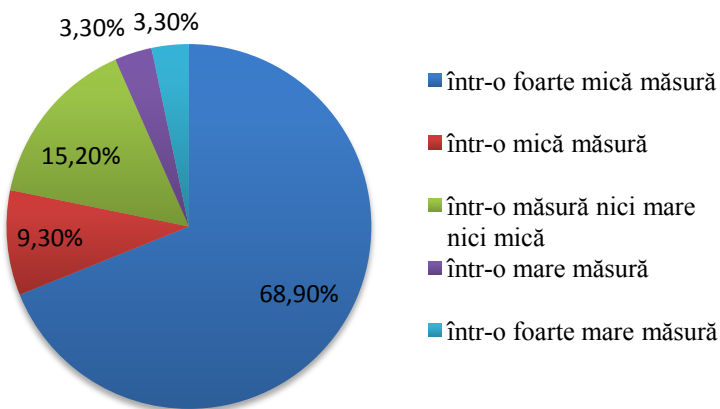
b. de la Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova



Grafic 2.2. Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova ca sursă de informare

Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova este utilizată ca sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova într-o *mică și foarte mică măsură* de către 92,10% dintre chestionați și într-o *mare și foarte mare măsură* de către 0% dintre chestionați.

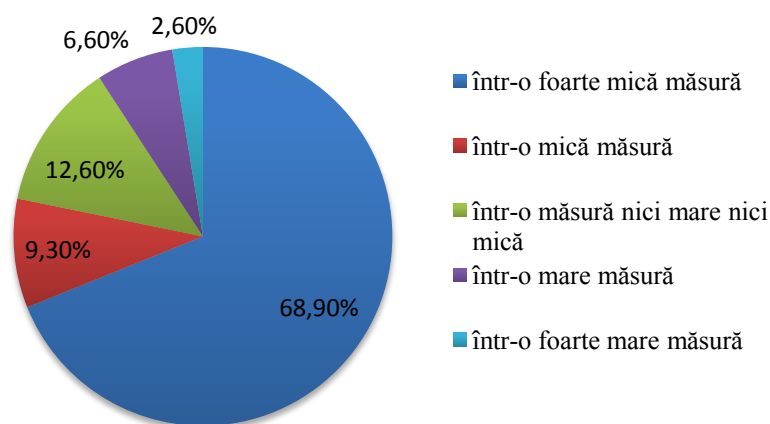
c. de la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani



Grafic 2.3. Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani ca sursă de informare

Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani este utilizat ca sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova într-o *mică și foarte mică măsură* de către 78,20% dintre chestionați și într-o *mare și foarte mare măsură* de către 6,60% dintre chestionați.

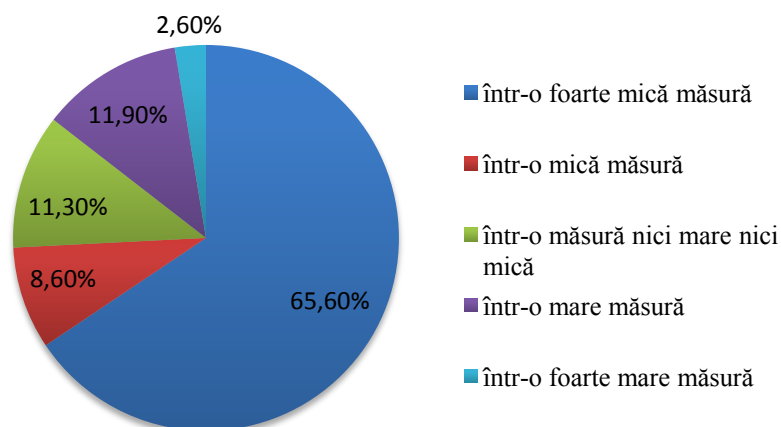
d. de la Ministerul Finanțelor Publice din România



Grafic 2.4. Ministerul Finanțelor Publice din România ca sursă de informare

Ministerul Finanțelor Publice din România este utilizat ca sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova într-o mică și foarte mică măsură de către 78,20% dintre chestionați și într-o mare și foarte mare măsură de către 9,20% dintre chestionați.

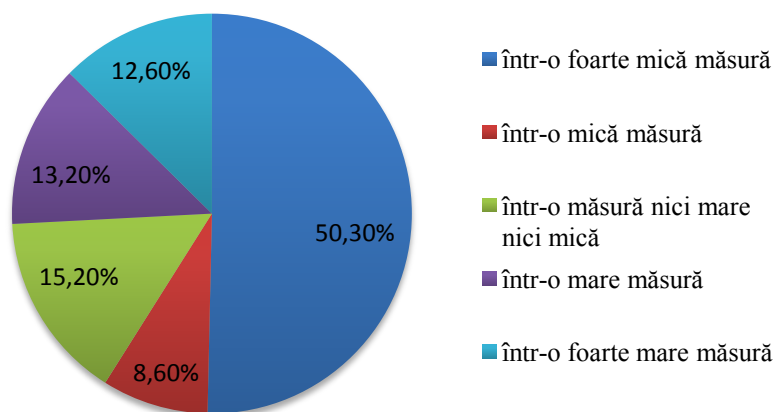
e. de la asociații ale întreprinzătorilor din domeniul în care activez



Grafic 2.5. Asociații ale întreprinzătorilor din domeniu ca sursă de informare

Asociațiile întreprinzătorilor din domeniul de activitate al chestionaților sunt utilizate ca sursă de informare într-o mică și foarte mică măsură de către 74,20% dintre aceștia și într-o mare și foarte mare măsură de 14,5% dintre respondenți.

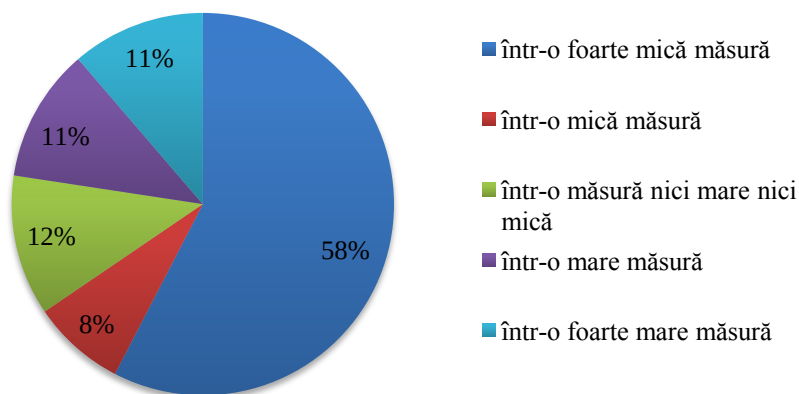
f. de pe site-uri cu liste de firme



Grafic 2.6. Site-uri cu liste de firme ca sursă de informare

Site-urile cu liste de firme sunt utilizate ca sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova *într-o mică și foarte mică măsură* de către 58,90% dintre chestionați și *într-o mare și foarte mare măsură* de către 25,80% dintre chestionați.

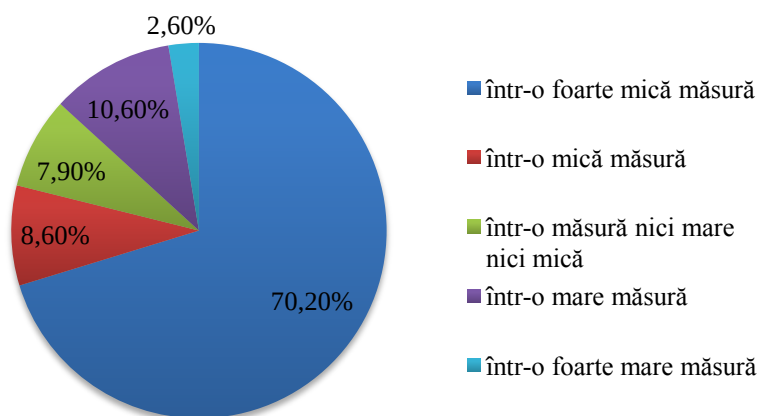
g. de la partenerii de afaceri



Grafic 2.7. Partenerii de afaceri ca sursă de informare

Partenerii de afaceri ai chestionaților sunt considerați sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova *într-o mică și foarte mică măsură* (66%) și *într-o mare și foarte mare măsură* (22%).

h. din reviste de profil



Grafic 2.8. Reviste de profil ca sursă de informare

Revistele de profil sunt utilizate ca sursă de informare cu privire la firmele din Republica Moldova într-o mică și foarte mică măsură de către 78,8% dintre chestionați și într-o mare și foarte mare măsură de către 13,2% dintre aceștia.

i. altă sursă

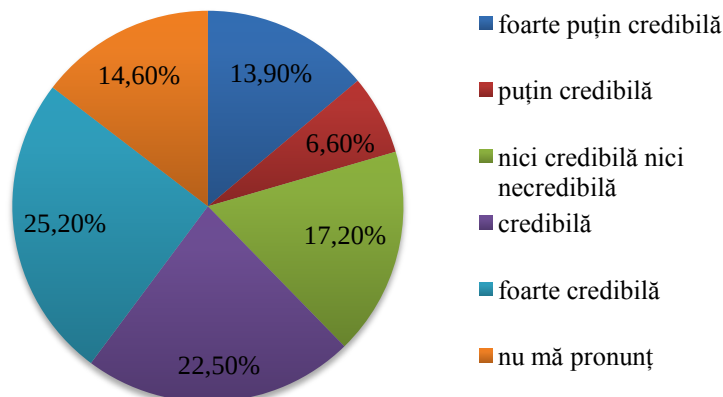
Persoanele chestionate, pe lângă variantele de răspuns pe care le-au avut la dispoziție au propus și alte surse de informare cu privire la potențialii parteneri de afaceri din Republica Moldova. Dintre acestea se pot menționa următoarele:

- persoane fizice cu cunoștințe în Republica Moldova
- Internet

7. Cât de credibile vi se par sursele de informare precizate mai sus?

În cadrul acestei întrebări respondenții au fost rugați să precizeze gradul de încredere pe care îl acordă surselor de informare menționate în întrebarea precedentă.

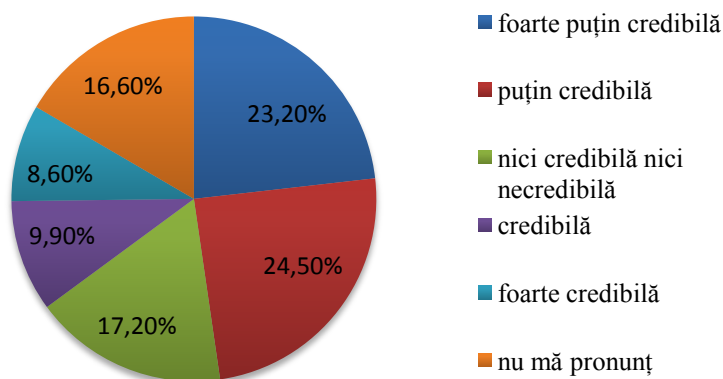
a. Camera de Comerț,Industrie și Agricultură Botoșani



Grafic 2.9. Credibilitate - Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani

Interpretând rezultatele obținute s-a putut constata că respondenții consideră **Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani** o sursă de informare *credibilă și foarte credibilă* în proporție de 47,40% în timp ce 20,50% dintre respondenți consideră aceeași sursă *puțin și foarte puțin credibilă*. La această întrebare, 14,60% dintre respondenți au refuzat să se pronunțe.

b. Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova

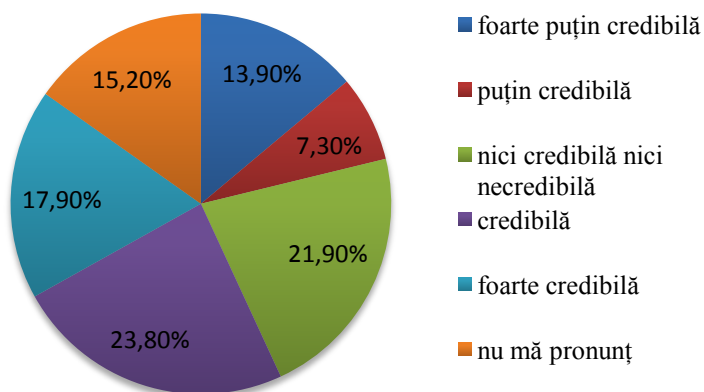


Grafic 2.10. Credibilitate - Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova

Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova este considerată de 18,5% dintre respondenți drept o sursă de informare *credibilă și foarte credibilă*. 47,70% dintre chestionați

consideră această sursă de informare *puțin și foarte puțin credibilă*. 16,60% dintre respondenți au refuzat să se pronunțe.

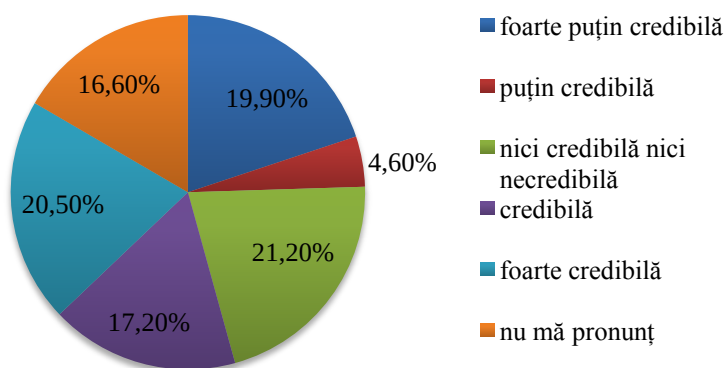
c. Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani



Grafic 2.11. Credibilitate - Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani

Conform acestor rezultate, **Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani** este considerat de 41,70% din respondenți o sursă de informare cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova *credibilă și foarte credibilă*. 21,20% dintre chestionați consideră această sursă de informare *puțin și foarte puțin credibilă*. 15,20% au refuzat să se pronunțe.

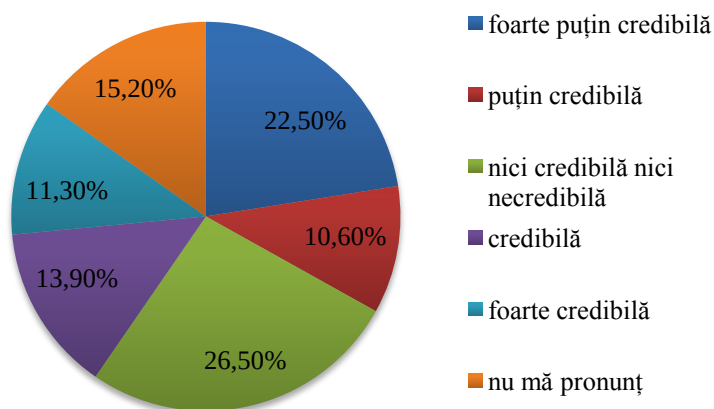
d. Ministerul Finanțelor Publice din România



Grafic 2.12. Credibilitate - Ministerul Finanțelor Publice din România

Ministerul Finanțelor Publice din România este considerat de 37,70% dintre respondenți drept o sursă de informare *credibilă și foarte credibilă*. 24,50% dintre chestionați consideră această sursă de informare *puțin și foarte puțin credibilă*. 16,60% dintre respondenți au refuzat să se pronunțe.

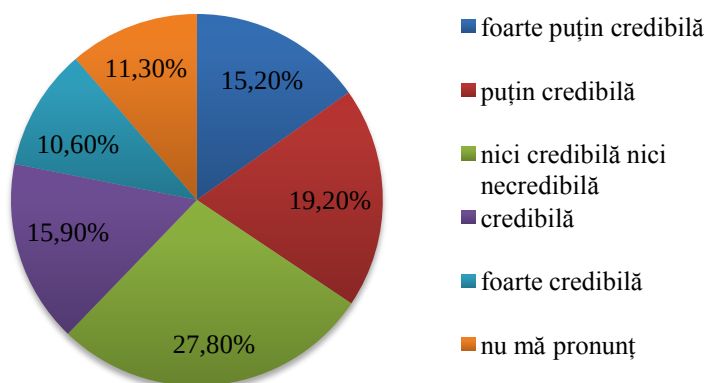
e. asociații ale întreprinzătorilor din domeniul în care activez



Grafic 2.12. Credibilitate – întreprinzători din domeniu

25,20% dintre chestionați consideră *întreprinzătorii din domeniul în care activează* drept o sursă de informare *credibilă și foarte credibilă*. 33,10% dintre respondenți consideră că pentru o informare cu privire la potențialii parteneri de afaceri din Republica Moldova, această sursă este *puțin și foarte puțin credibilă*. 15,20% dintre respondenți nu s-au pronunțat.

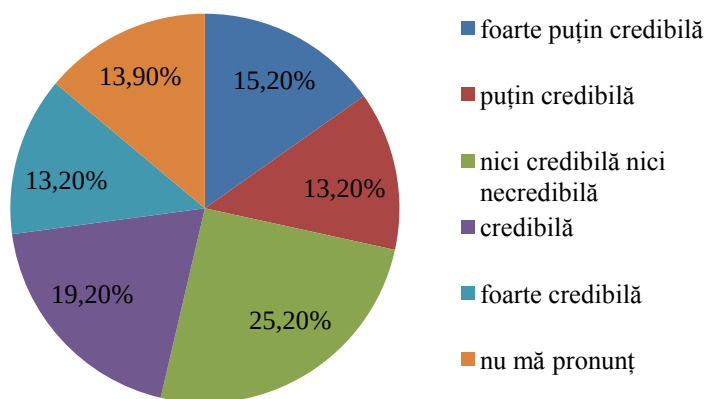
f. site-uri cu liste de firme



Grafic 2.13. Credibilitate – Site-uri cu liste de firme

Site-urile cu liste de firme sunt considerate de către 26,50% dintre respondenți drept surse de informare *credibile și foarte credibile*. 34,40% dintre chestionați consideră această sursă de informare *puțin și foarte puțin credibilă*. 11,40% nu și-au exprimat opinia cu privire la această sursă.

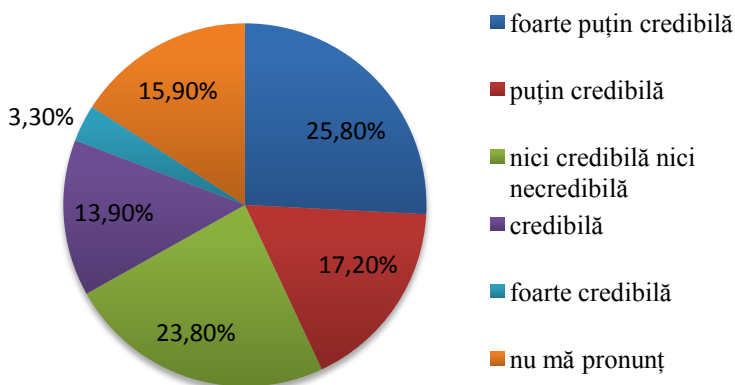
g. partenerii de afaceri



Grafic 2.14. Credibilitate – parteneri de afaceri

Conform informațiilor prezente în acest grafic, 32,40% dintre respondenți consideră informațiile cu privire la posibilele parteneriate cu firme din Republica Moldova, obținute de la **partenerii de afaceri**, ca fiind *credibile și foarte credibile*. Un procent de 28,4% dintre chestionați consideră această sursă *puțin și foarte puțin credibilă*. 13,90% dintre respondenți nu și-au exprimat opinia cu privire la credibilitatea partenerilor de afaceri ca sursă de informare.

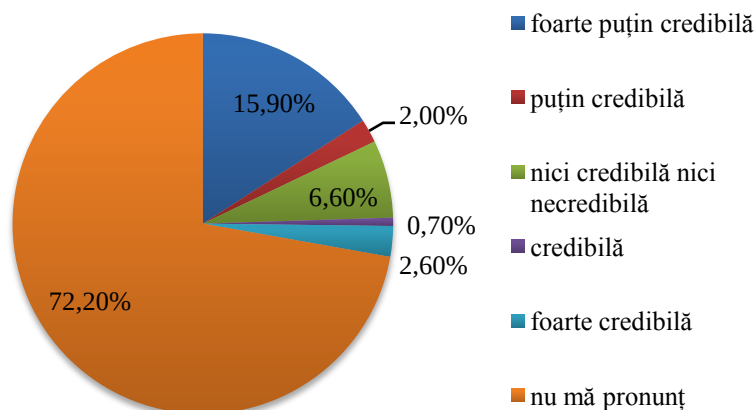
h. reviste de profil



Grafic 2.14. Credibilitate – reviste de profil

17,20% dintre respondenți consideră **revistele de profil** o sursă de informare *credibilă și foarte credibilă*. 43% dintre chestionați consideră această sursă *puțin și foarte puțin credibilă*. 15,90% dintre respondenți nu și-au exprimat părerea cu privire la credibilitatea acordată revistelor de profil ca sursă de informare.

i. altă sursă



Grafic 2.15. Credibilitate – Alte surse

Atle sursele de informare cu privire la posibile relații profesionale între firme din România și Republica Moldova sunt considerate *credibile și foarte credibile* de 3,3% dintre chestionați și *puțin și foarte puțin credibile* de 17,9% dintre chestionați. Un procent de 72,20% dintre respondenți nu au oferit un răspuns la această întrebare.

Secțiunea 3: OPORTUNITĂȚI DE INVESTIȚII

8. În eventualitatea în care, Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar putea sprijini accesarea unor fonduri pentru parteneriate transfrontaliere, ce ar putea firma dumneavoastră pune la dispoziție?

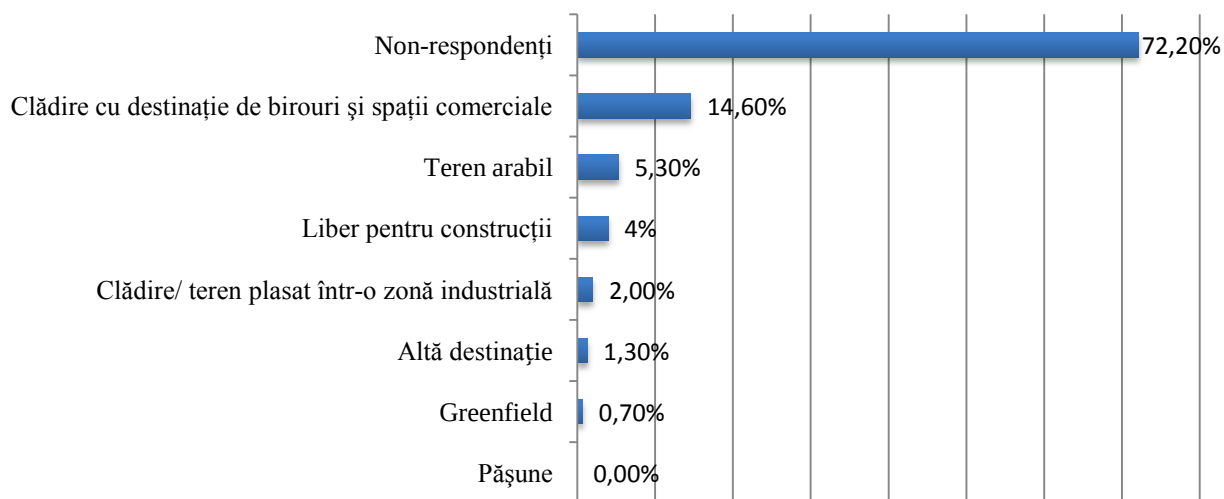
Pentru o corectă descriere a investițiilor firmelor chestionate în cazul unui parteneriat transfrontalier sprijinit de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani prin accesarea de fonduri, întrebarea cu nr. 8 a fost alcătuită din mai multe subpuncte:

- A. Tip teren/ construcție
- B. Suprafață totală (mp)
- C. Localizare: stradă, localitate
- D. Drumuri de acces: drum european, drum național, drum județean, drum comunal
- E. Tip acces: direct, indirect
- F. Infrastructură: energie electrică, gaze naturale, apă, canalizare
- G. Distanța față de cel mai apropiat/ cea mai apropiată

La această întrebare au oferit răspuns 27,90% dintre chestionați (42 din 151), restul de 72,20% nu dispun de oportunități de investiții în cazul unui parteneriat transfrontalier, prin urmare nu au oferit răspunsuri la această întrebare.

Prin culegerea și centralizarea datelor au fost obținute următoarele rezultate:

A. Tip teren/ construcție



Grafic 3.1. Tip teren/ construcție

14,60% dintre respondenții acestei întrebări ar contribui în cazul unui parteneriat transfrontalier cu clădiri cu destinație de birouri și spații comerciale, 5,30% dintre aceștia cu teren arabil, 4% cu spații libere pentru construcții, 2% cu clădiri/terenuri plasate în zone industriale, 0,70% cu Greenfield. 1,3% dintre respondenți (2 din 42) au declarat că în cazul unui astfel de parteneriat pot contribui cu: spații animale și bazine piscicole.

Nr. crt	Teren/ constructie	Suprafață	Stradă	Localitate	Distanță Punct vamal (km)	Distanță Aeroport (km)	Distanță cale ferată (km)	Distanță Spital (km)	Distanță zonă de locuit (km)
1	Bazine piscicole	1000	-	Curtești	5	30	5	5	99
2	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	140	Armeana	Botoșani	100	60	99	5	5
3	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	35	Calea Națională 256	Botoșani	50	30	2	1	0
4	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	440	Calea Națională 60	Botoșani	160	40	5	3	1
5	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	2000	Șoseaua Iașului	Botoșani	160	40	10	10	2
6	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	120	Calea Națională 111	Botoșani	200	45	2	2	1
7	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	200	-	Curtești	50	40	4	3	0
8	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	600	Calea Națională 79 (Pod de Piatră)	Botoșani	55	25	2	1	0
9	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	25	Calea Națională 65	Botoșani	65	25	1	1	0
10	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	120	George Enescu 16	Botoșani	60	25	5	1	0
11	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	146	George Enescu, nr.4	Botoșani	70	60	5	1	0

12	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	4500	Alexandru Gheorghiu FN	Dorohoi	150	50	4	1	0
13	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	200	Bulevardul Victoriei	Dorohoi	25	50	2	1	1
14	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	100	-	Dorohoi	30	50	2	2	1
15	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	150	Aleea Criva, nr.3	Dorohoi	35	50	3	1	0
16	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	300	01 Decembrie	Dărăbani	20	50	35	40	1
17	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	140	Bulevardul Victoriei 58 A	Dorohoi	30	50	3	0	0
18	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	100	Dimitrie Frutuna	Dorohoi	40	50	31	1	0
19	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	12000	Mobilei	Botoșani	2	25	0	2	0
20	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	3000	Manolești Deal	Botoșani	1	35	1	1	0
21	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	670	Sat Radeni	Comuna Frumușica	70	35	35	35	0
22	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	40	Varnav nr.22, sc. C	Botoșani	60	45	5	1	0
23	Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale	280	Centrul Vechi	Botoșani	70	45	3	1	0
24	Clădire/ teren plasat într-o zonă industrială	6000	Ocolitor Pacea	Botoșani	60	35	5	5	1

25	Clădire/ teren plasat într-o zonă industrială	400	Ion Pilat	Botoșani	30	30	2	1	0
26	Clădire/ teren plasat într-o zonă industrială	2000	I. C. Brătianu	Botoșani	60	50	10	5	0
27	Greenfield	50000	-	Ezer, Ungheni	10	10	10	10	0
28	Liber pentru construcții;	100	Catamarasti Deal	Botoșani	60	20	5	4	0
29	Liber pentru construcții;	1800	-	Răchiți	50	25	5	3	0
30	Liber pentru construcții;	400	-	Curtești	60	25	5	5	0
31	Liber pentru construcții;	2000	Savenilor	Botoșani	65	30	5	3	0
32	Liber pentru construcții;	2000	Constantin Dobrogeanu	Dorohoi	50	50	2	2	1
33	Liber pentru construcții;	200	-	Botoșani	40	35	15	5	1
34	Spații casierie animale	300	Alea Nouă, Nr. 9	Botoșani	40	40	20	5	5
35	Teren arabil	300	Independenței	Botoșani	30	99	5	6	2
36	Teren arabil	1000	-	Răchiți	60	55	8	6	1
37	Teren arabil	500	Dobosari	Botoșani	50	50	2	300	11000
38	Teren arabil	3000	-	Cișmea	50	60	5	5	0
39	Teren arabil	900	-	Flămânzi	80	15	5	5	0
40	Teren arabil	260000	-	Hudești	30	80	40	40	15
41	Teren arabil	4000	-	Dărăbani	20	100	35	35	2
42	Teren arabil	40000	-	Hudești	20	60	35	40	5

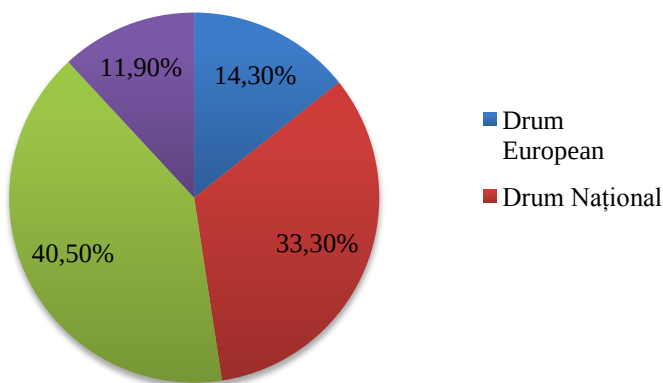
Tabel 3.1. Descrierea spațiilor puse la dispoziție în cazul unui parteneriat transfrontalier (8A, 8B, 8C, 8D, 8H)

Aceste spații posibil a fi aduse de către respondenți ca și contribuție în cadrul unui parteneriat transfrontalier sprijinit de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani aparțin în proporție de 52, 38% persoanelor juridice și în proporție de 28,57% persoanelor fizice. 19,05% dintre respondenți nu au oferit informații cu privire la proprietarii spațiilor declarate.

De asemenea, spații sunt localizate astfel:

- 52,35% Botoșani (22 spații)
- 16,67% Dorohoi (7 spații)
- 7,15 Curtești (3 spații)
- 4,76% Răchiți (2 spații)
- 4,76% Hudești (2 spații)
- 4,76% Dărăbani (2 spații)
- 2,38% Flămânzi (1 spațiu)
- 2,38% Cișmea (1 spațiu)
- 2,38% Ezer (1 spațiu)
- 2,38% Comuna Frumușica (1 spațiu)

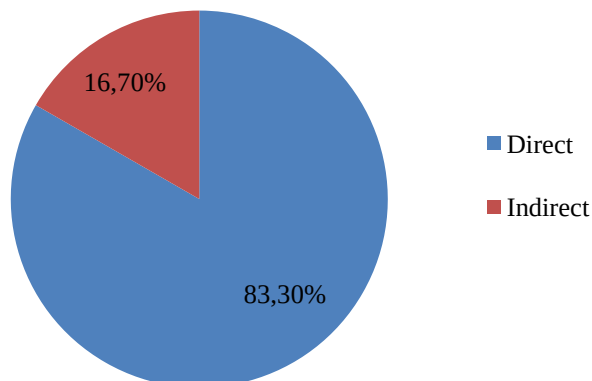
E. Drumuri de acces



Grafic 3.2. Drumuri de acces

Conform rezultatelor prezente în acest grafic, 40,50% dintre spațiile puse la dispoziție de chestionați în cazul unui parteneriat transfrontalier au acces la drum județean, 33,30% la drum național, 14,30% la drum european și 11,90% dintre spații au acces la drum comunal.

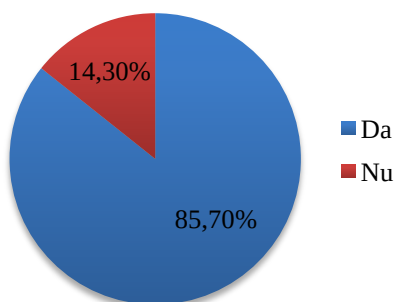
F. Tip acces



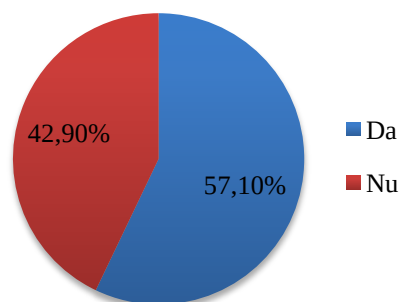
Grafic 3.3. Tip de acces

83,30% dintre spațiile declarate au acces direct la drum, în timp ce pentru 16,70% dintre spații drumul de acces se situează la distanțe între 10 și 1000 m.

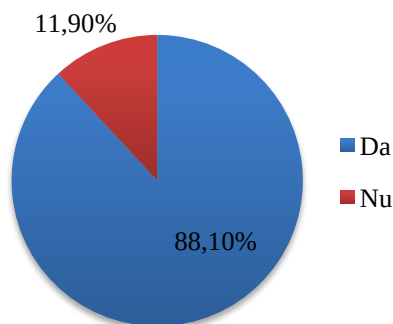
G. Infrastructură



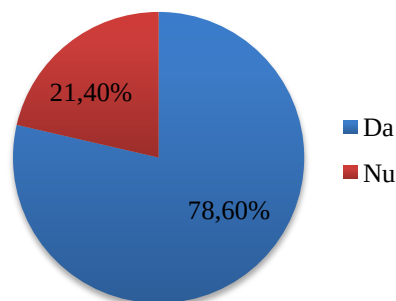
Grafic 3.4. Energie electrică



Grafic 3.5. Gaze naturale



Grafic 3.6. Apă

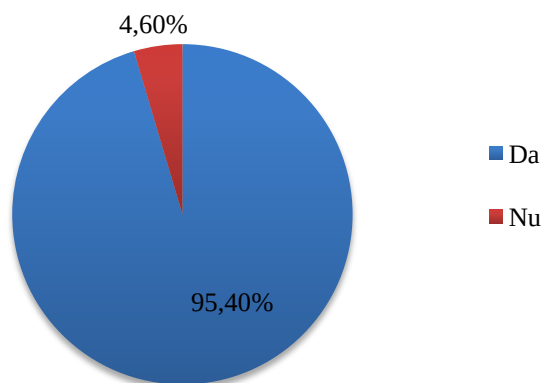


Grafic 3.7. Canalizare

Conform acestor informații se pot constata că spațiile declarate dispun de următoarele utilități:

- 85,70% au energie electrică;
- 57,10% au gaze naturale;
- 88,10% au apă;
- 78,60% au sistem de canalizare.

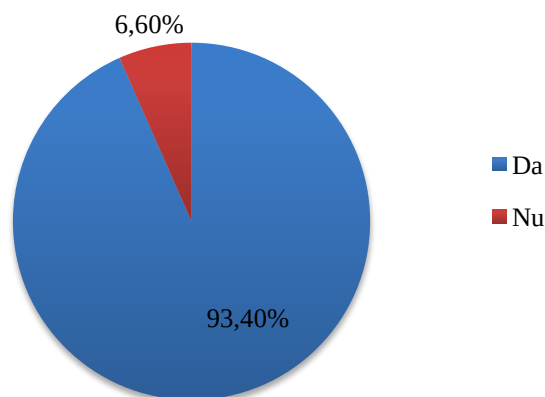
9. Considerați că deschiderea unui punct de trafic marfă la Stâncă Costești ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova?



Grafic 3.8. Facilitate deschidere punct trafic marfă Stâncă Costești

Conform rezultatelor obținute la această întrebare, 95,40% dintre respondenți consideră utilă pentru dezvoltarea parteneriatelor transfrontaliere deschiderea unui punct de trafic marfă la Stâncă Costești. 4,60% dintre respondenți nu consideră că deschiderea unui punct de marfă ar influența dezvoltarea parteneriatelor între România și Republica Moldova.

10. Considerați că implicarea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova?



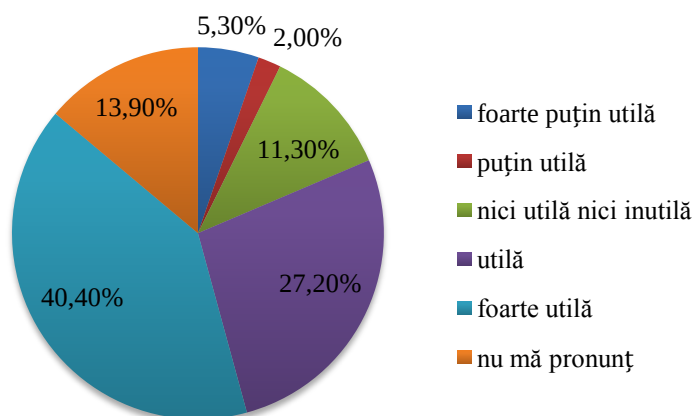
Grafic 3.9. Influența Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură în dezvoltarea parteneriatelor transfrontaliere

93,40% dintre respondenți consideră că implicarea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova, în timp ce 6,60% dintre aceștia nu sunt de acord cu această afirmație.

11. Vă rugăm să precizați cât de utile considerați următoarele activități potențiale ale Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani pentru a facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova.

La această întrebare au răspuns doar chestionații care la întrebarea precedentă au răspuns afirmativ.

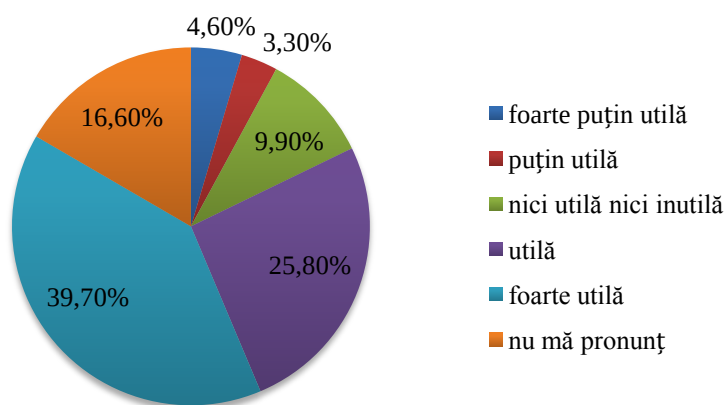
- a. Organizarea unor întâlniri și seminarii cu reprezentanți ai mediului de afaceri din ambele țări



Grafic 3.10. Utilitatea organizării unor întâlniri și seminarii transfrontaliere

Conform rezultatelor obținute, 67,60% dintre chestionații consideră că organizarea unor întâlniri și seminarii cu reprezentanți ai mediului de afaceri din România și Republica Moldova ar fi *utile și foarte utile* în timp ce un procent de 7,30% consideră astfel de evenimente *puțin și foarte puțin utile*. 13,90% dintre chestionați nu și-au exprimat opinia cu privire la această afirmație.

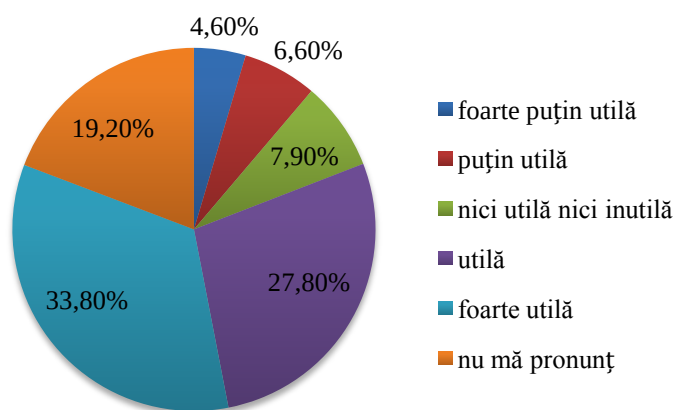
- b. Organizarea unor prezentări de firme din ambele țări



Grafic 3.11. Utilitatea organizării unor prezentări de firme din ambele țări

65,50% dintre respondenți consideră *utile și foarte utile* posibilele prezentări de firme din România și Republica Moldova. 7,90% consideră această activitate *puțin și foarte puțin utilă* în timp ce 16,60% dintre respondenți nu au oferit un răspuns.

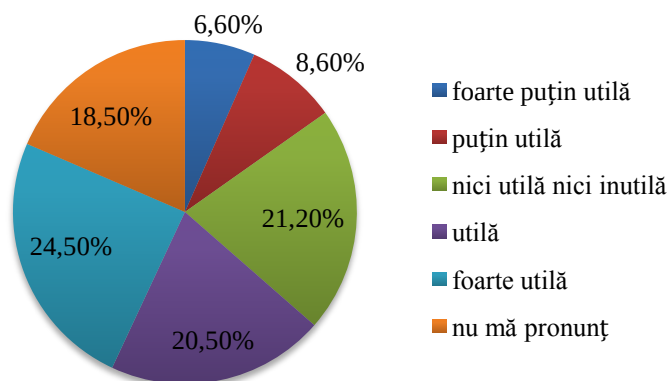
c. Punerea la dispoziție a unor baze de date cu firme din R. Moldova



Grafic 3.12. Utilitatea punerii la dispoziție a unor baze de date cu firme din Republica Moldova

Chestionații consideră acest eventual ajutor din partea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani *util și foarte util* în proporție de 61,60%. 11,20% dintre respondenți consideră această soluție *puțin și foarte puțin utilă*. 19,20% dintre chestionați nu și-au exprimat opinia.

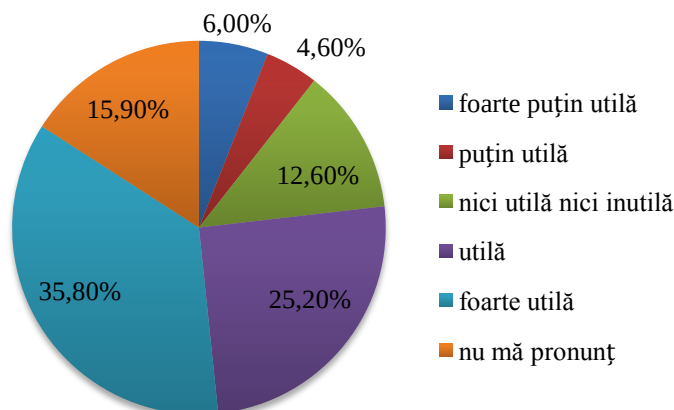
d. Punerea la dispoziție a unor topuri ale firmelor din R. Moldova



Grafic 3.13. Utilitatea punerii la dispoziție a unor topuri ale firmelor din Republica Moldova

45% dintre chestionați consideră *utilă și foarte utilă* posibilitatea de a avea acces la un top al firmelor din Republica Moldova. 15,20% dintre respondenți consideră această idee *puțin și foarte puțin utilă*. 18,50% dintre chestionați nu au avut nici o opinie cu privire la această soluție.

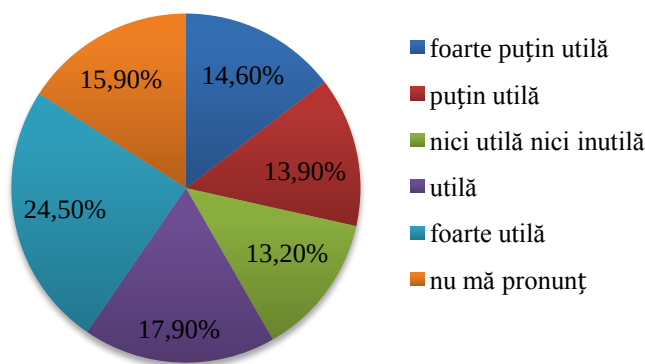
e. Realizarea unei baze de date cu firmele din România interesate de un parteneriat cu firme din R. Moldova pentru a putea direcționa potențialii investitori din R. Moldova



Grafic 3.14. Utilitate bază de date cu firmele din România

61% dintre respondenți consideră *utilă și foarte utilă* posibilitatea creării unei baze de date a firmelor din România interesate de parteneriate cu firme din Republica Moldova. 10,60% dintre respondenți consideră această soluție *puțin și foarte puțin utilă*. 15,90% dintre ei nu și-au exprimat punctul de vedere cu privire la acest aspect.

f. Transmiterea periodică către firmele din România asupra stării economice a R. Moldova



Grafic 3.15. Utilitatea transmiterii periodice a stării economice din Republica Moldova către firmele din România

42,40% dintre respondenți consideră *utilă și foarte utilă* informarea periodică cu privire la starea economică a Republicii Moldova. 28,50% dintre aceștia consideră această informație *puțin și foarte puțin utilă*. 15,90% dintre respondenți nu și-au exprimat opinia cu privire la această posibilă soluție pentru crearea unor viitoare relații transfrontaliere.

De asemenea, chestionații au propus si alte variante pentru crearea unor viitoare relații între firmele din România și cele din Republica Moldova: informații cât mai detaliate și schimburi de experiență.

Secțiunea 4: DATE DE IDENTIFICARE

Obiectul de activitate și numărul punctelor de lucru

Nr. Crt.	Obiect de activitate	Nr. puncte lucru Botoșani	Nr. puncte lucru în alte județe	Județ	Număr puncte lucru în alte țări
1	Activități de inginerie și consultanță tehnică	1	0		0
2	Activități în ferme mixte	1	0		0
3	Activități în ferme mixte	2	0		0
4	Activități veterinare	1	0		0
5	Acvacultură în ape dulci	5	0		0
6	Agricultură	1	0		0
7	Alimentație publică	3	0		0
8	Articole îmbrăcăminte	1	0		0
9	Autoservice	1	0		0
10	Baruri și alte activități de servire a băuturilor	1	0		0
11	Blanărie	1	0		0
12	Bobinaj motoare electrice	1	0		0
13	Bobinări și reparații frigidere	1	0		0
14	Carburanți automobile	1	0		0
15	Comerț	1	0		0
16	Comerț	1	0		0
17	Comerț	1	0		0
18	Comerț	2	0		0
19	Comerț	1	0		0
20	Comerț	1	0		0
21	Comerț	1	0		0
22	Comerț	1	0		0
23	Comerț	2	0		0
24	Comerț	2	0		0
25	Comerț	1	0		0
26	Comerț	1	0		0
27	Comerț	1	0		0

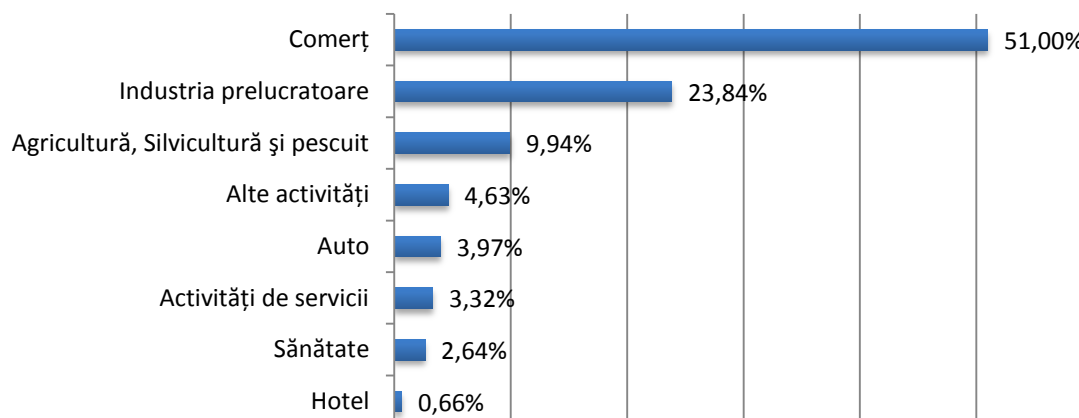
28	Comerț	1	1	Suceava	0
29	Comerț	1	0		0
30	Comerț	1	0		0
31	Comerț	1	0		0
32	Comerț	2	0		0
33	Comerț	1	0		0
34	Comerț	30	0		0
35	Comerț	1	0		0
36	Comerț	1	0		0
37	Comerț	1	0		0
38	Comerț	3	0		0
39	Comerț	1	0		0
40	Comerț	1	0		0
41	Comerț	10	0		0
42	Comerț	1	0		0
43	Comerț	2	0		0
44	Comerț	1	0		0
45	Comerț	1	0		0
46	Comerț	1	0		0
47	Comerț	0	1	Iași	0
48	Comerț	1	0		0
49	Comerț	2	0		0
50	Comerț	1	0		0
51	Comerț	1	0		0
52	Comerț - Componente calculatoare	1	0		0
53	Comerț - Tâmplărie PVC	2	0		0
54	Comerț (mase plastice)	2	0		0
55	Comerț Corpuri lumnate și articole electrice	1	0		0
56	Comerț cu amănuntul	1	0		0
57	Comerț cu amănuntul	1	0		0
58	Comerț cu amănuntul	1	0		0
59	Comerț cu amănuntul	2	0		0
60	Comerț cu amănuntul	1	0		0
61	Comerț cu amănuntul al calculatoarelor	2	0		0
62	Comerț cu amănuntul în magazine specializate	5	0		0
63	Comerț cu articole și echipament sportiv	1	0		0

64	Comerț cu componente calculator	1	0	0
65	Comerț cu piese auto	1	0	0
66	Comerț cu piese auto, prestări servicii	2	0	0
67	Comerț distribuții energie	1	0	0
68	Comerț feronerie	1	0	0
69	Comerț instalații	1	0	0
70	Comerț îmbrăcăminte	1	0	0
71	Comerț îmbrăcăminte și încălțăminte	1	0	0
72	Comerț în agricultură	14	0	0
73	Comerț în magazine specializate	1	0	0
74	Comerț piese auto	1	0	0
75	Comerț piese auto	1	0	0
76	Comerț piese auto	1	0	0
77	Comerț piese auto	1	0	0
78	Comerț și agricultură	1	0	0
79	Comerț și distribuție utilaje și piese agricultură	1	0	0
80	Comerț și restaurant	1	0	0
81	Comerț tâmplărie PVC	2	0	0
82	Comerț-piese auto	1	0	0
83	Componente calculator	1	0	0
84	Confecții	1	0	0
85	Confecții mobilă	2	0	0
86	Confecții textile	1	0	0
87	Construcții drumuri	30	0	0
88	Construcții tuneluri și poduri	1	1	București 0
89	Croitorie comandă și retuș	1	0	0
90	Cultivarea cerealelor	0	0	0
91	Cultivarea cerealelor	1	0	0
92	Cultivarea cerealelor și plantelor	1	0	0
93	Cultivarea strugurilor	2	0	0
94	Cultură vegetală, creșterea animalelor	2	0	0
95	Distribuție băuturi alcoolice	2	2	Neamț, Suceava 0
96	Fabricare confecții textile	1	0	0
97	Fabricare încălțăminte	1	0	0
98	Fabricare mobilă	3	0	0

99	Fabricarea altor produse din cauciuc	1	0	0
100	Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte	1	0	0
101	Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte pentru lucru	2	0	0
102	Fabricarea articolelor din materiale plastice pentru construcții	2	0	0
103	Fabricarea articolelor din materiale plastice pentru construcții	1	0	0
104	Fabricarea articolelor din materiale plastice pentru construcții (tâmplărie PVC)	2	1	Rădăuți, Suceava 0
105	Fabricarea de pâine și produse de patiserie	1	0	0
106	Fabricarea jucăriilor	1	0	0
107	Fabricarea mobilei	1	0	0
108	Fabricarea pâinii	1	0	0
109	Fabricarea pâinii	5	0	0
110	Fabricarea pâinii	2	0	0
111	Fabricarea prăjiturilor și a produselor de patiserie	3	0	0
112	Farmacie	1	0	0
113	Farmacie	1	0	0
114	Firmă pentru animale	1	0	0
115	Hotel	1	0	0
116	Industrie	1	0	0
117	Instalații	1	0	0
118	Instalații electrice	2	0	0
119	Internet cafe	1	0	0
120	IT	1	0	0
121	Lucrări de vopsitorie, zugrăveli și montări de geamuri	1	0	0
122	Lucrări instalații electrice și tehnico-sanitare	1	0	0
123	Magazin alimentar	1	0	0
124	Magazin alimentar	2	0	0
125	Marochinărie	1	0	0
126	Mobilă	1	0	0

127	Morărit	2	0	0
128	OP Medicină generală	1	0	0
129	Patiserie	2	0	0
130	Pescuit în ape dulci	2	0	0
131	Piese auto	1	0	0
132	Pregătirea fibrelor și filarea fibrelor vegetale	1	0	0
133	Prelucrarea cărnii	2	0	0
134	Preparare carne	1	0	0
135	Prestări servicii	3	0	0
136	Prestări servicii	1	0	0
137	Prestări servicii agricole	2	0	0
138	Producție	1	0	0
139	Producție articole marochinărie	1	0	0
140	Producție confecții textile	1	0	0
141	Producție mobilă, comerț electrocasnice și mobilă	17	1	Burdujeni, Suceava
142	Produse cosmetice și de parfumerie	1	0	0
143	Reparații și întreținere auto	2	0	0
144	Silvicultură	1	2	Iași
145	Silvicultură și activități forestiere	1	0	0
146	Stații de epurare	2	1	Buzău
147	Tâmplărie Pvc și aluminiu	1	0	0
148	Tâmplărie Pvc și aluminiu	4	2	Suceava
149	Tipografie	1	0	0
150	Transport auto, construcții drumuri	1	0	0
151	Vânzări piese auto	2	0	0

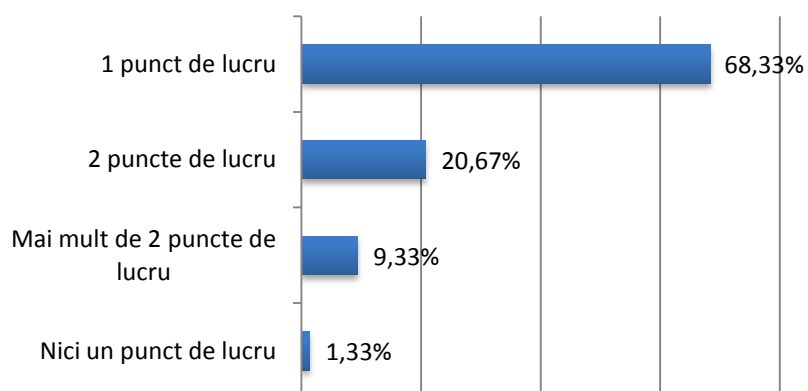
Tabel 4.1. Obiectul de activitate și număr puncte de lucru



Grafic 4.1. Domeniile de activitate ale firmelor

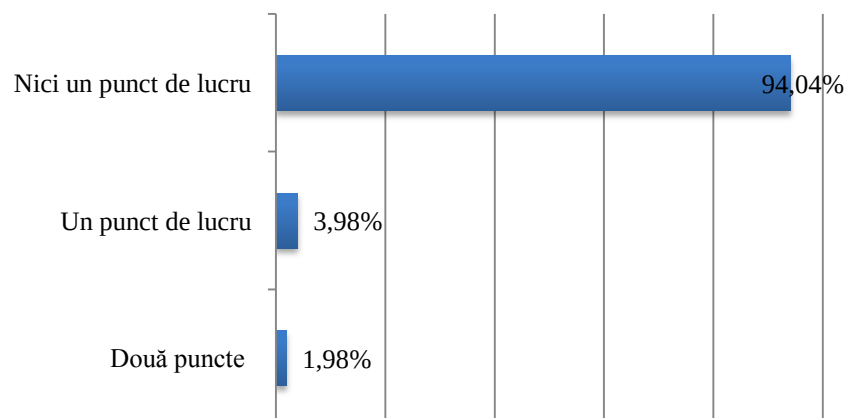
Realizând o clasificare a domeniilor de activitate a firmelor chestionate putem declara că:

- 51% comerț
- 23,84% industria prelucrătoare
- 9,94% agricultură, silvicultură și pescuit
- 4,63% alte activități
- 3,97% activități de servicii
- 2,64% sănătate
- 0,66% hotel



Grafic 4.2. Număr puncte de lucru în Botoșani

Conform acestor informații, dintre firmele chestionate 68,33% dețin un punct de lucru în județul Botoșani, 20,67% 2 puncte de lucru și 9,33% mai mult de două puncte de lucru. Un procent de 1,335 dintre chestionați nu au nici un punct de lucru în județul Botoșani.

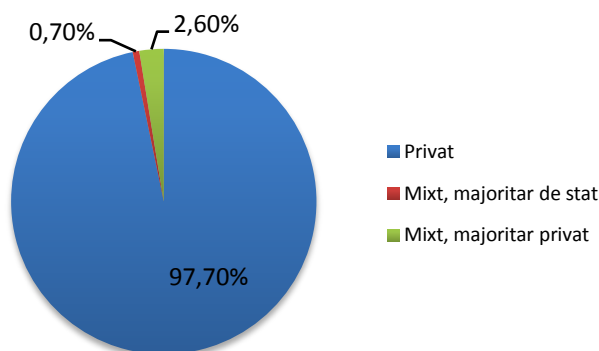


Grafic 4.3 Număr puncte de lucru în alt județ

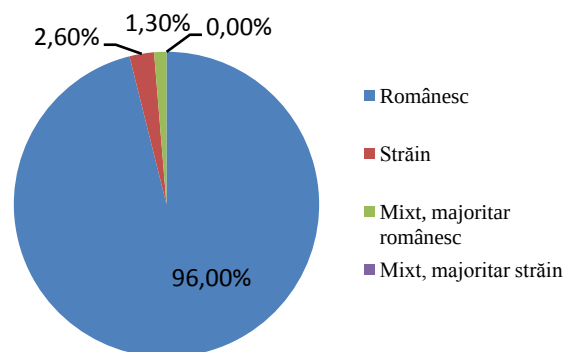
De asemenea, 94,04% dintre chestionați nu au puncte de lucru în alte județe, în timp ce un procent de 5,96% dintre chestionați au unul sau două puncte de lucru în alte județe.

Nici unul dintre chestionați nu au puncte de lucru în afara țării.

19. 20. Capital social:



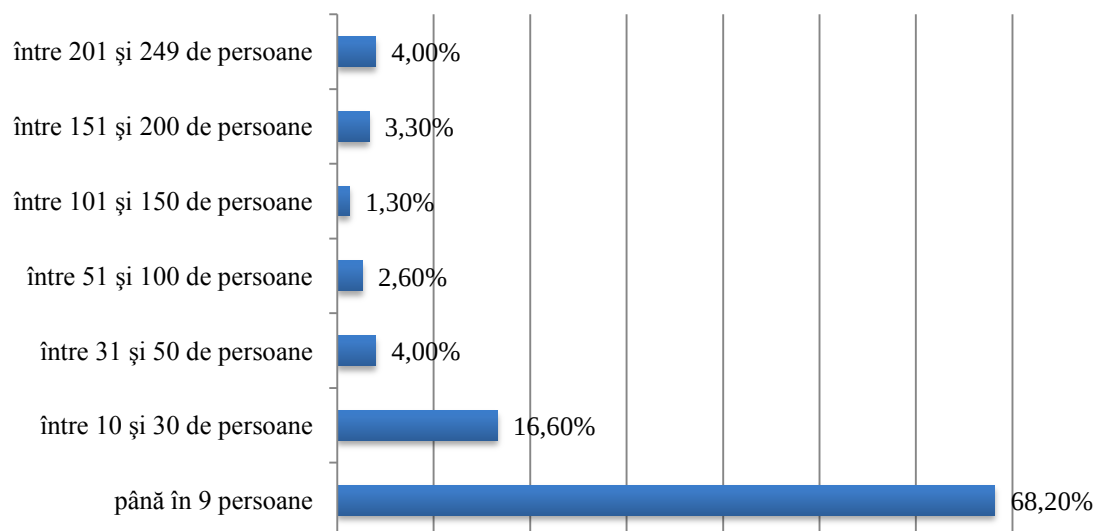
Grafic 4.4. Capitalul social 1



Grafic 4.5. Capitalul social 2

Dintre respondenți 97,70% sunt întreprinderi private, 2,60% sunt întreprinderi cu capital mixt majoritar privat și 0,70% întreprinderi cu capital mixt majoritar de stat. De asemenea, 96,00% dintre aceștia au declarat un capital social românesc, 2,60% capital social străin și 1,30% capital mixt, majoritar românesc.

21. Mărimea firmei (număr de persoane angajate):

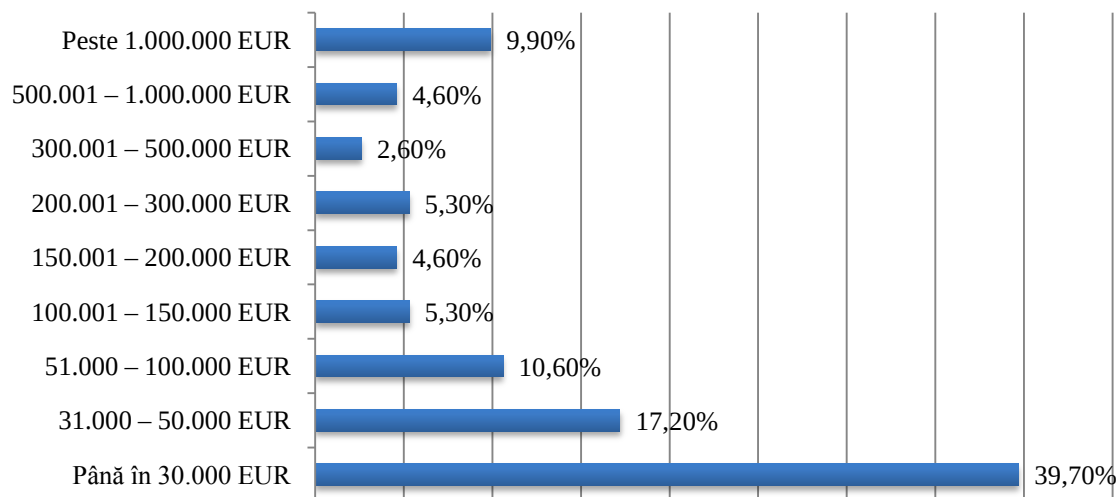


Grafic 4.6. Număr angajați

Din eșantionul firmelor chestionate situația numărului de angajați este următoarea:

- până în 9 persoane - 68,20% (103 din 151)
- între 10 și 30 de persoane - 16,6% (25 din 151)
- între 31 și 50 de persoane - 4,00% (6 din 151)
- între 51 și 100 de persoane - 2,60%(4 din 151)
- între 101 și 150 de persoane - 1,30% (2 din 151)
- între 151 și 200 de persoane - 3,30% (5 din 151)
- între 201 și 249 de persoane - 4,00% (6 din 151)

22. Cifra de afaceri la nivelul anului 2011:



Grafic 4.7. Cifra de Afaceri la nivelul anului 2011

Conform răspunsurilor primite la ultima întrebare a chestionarului 39,70% dintre firmele respondente au avut o cifră de afaceri de până în 30.000 EUR la nivelul anului 2011, 17,20% între 31.000-50.000 EUR, 10,60% între 51.000 și 100.000. 9,90% dintre respondent și au declarat o cifra de afaceri peste 1.000.000 EUR.

CONCLUZII

În urma interpretării acestor rezultate pot fi trase următoarele concluzii:

Secțiunea 1: Contacte cu partenerii din Republica Moldova

- Majoritatea chestionaților nu au dezvoltat relații/ contacte cu partenerii de afaceri din Republica Moldova (98%) în ultimul an.
- Doar 2 din totalul de 151 de respondenți au dezvoltat parteneriate cu firme din Republica Moldova și au, la momentul chestionării, încheiate contracte cu firme din domenii precum agricultură și industrie. Aceste contracte au valori până în 200.000 EUR și au o durată de până la 6 luni.
- 78% dintre chestionați nu intenționează să încheie parteneriate cu firme din Republica Moldova în viitorul apropiat în timp ce doar 27,20% ar fi interesați de o astfel de colaborare.
- Principalele motive care provoacă rețineri cu privire la parteneriatele transfrontaliere sunt: lipsa informațiilor privind potențialii parteneri din Republica Moldova, taxele vamale și legislația din România cu privire la parteneriatele externe.

Secțiunea 2: Surse de informare privind potențialii parteneri din Republica Moldova:

- Principalele 3 surse de informare utilizate într-o mare și foarte mare măsură de chestionați pentru informarea cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova, sunt: site-urile cu liste de firme, partenerii de afaceri și Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani.
- Principalele 3 surse de informare considerate ca fiind cele mai credibile cu privire la informarea transfrontalieră sunt: Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani, Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani și Ministerul Finanțelor Publice din România.

Secțiunea 3:

- În eventualitatea în care Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar sprijini accesarea unor fonduri pentru parteneriatele transfrontaliere 14,60% dintre respondenți ar contribui cu clădiri de birouri și spații comerciale, 5,30% teren arabil, 4% teren liber pentru construcții, 2% cu clădiri/terenuri plasate în zone industriale și 0,70% cu Greenfield. Un procent de 72,20% dintre respondenți nu ar contribui cu nimic în cazul unei asemenea situații.
- Spațiile puse la dispoziție în cazul unui parteneriat transfrontalier au predominant acces direct la drumuri județene și naționale, dispun de energie electrică (85,70%), gaze naturale (57,10%), apă (88,10%) și canalizare (78,60%).

- Chestionații consideră în proporție de 95,40% utilă pentru dezvoltarea parteneriatelor deschiderea unui punct de trafic marfă la Stânca Costești.
- Majoritatea respondenților (93,40%) consideră că implicarea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova.
- Respondenții consideră că organizarea unor întâlniri și seminarii cu reprezentanții mediului de afaceri din România și Republica Moldova ar putea fi una dintre principalele activități organizate de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani care ar facilita dezvoltarea parteneriatelor transfrontaliere (67,60%). De asemenea, aceștia ar considera utile în acest scop organizarea unor prezentări de firme din ambele țări (65,5%) și punerea la dispoziție a unor baze de date cu firme din Republica Moldova (61,60%).

ANEXA 1

Operator.....

Data interviului.....

Număr chestionar.....

Vă mulțumim că ați acceptat să participați la studiul nostru de piață. Pornind de la rezultatele sale, factorii interesați vor putea să se adapteze mai bine cerințelor dumneavoastră.

Filtru 1: Se solicită administratorul firmei sau managerul executiv sau managerul de relații internaționale sau managerul economic, în această ordine.

☐ Da

☐ Nu

Dacă „**da**”, se continuă cu filtrul 2; Dacă „**nu**”, STOP interviu.

Filtru 2: Se verifică faptul că firma este înregistrată cu sediul social în județul Botoșani.

☐ Da

☐ Nu

Dacă „**da**”, se continuă cu întrebarea 1; Dacă „**nu**”, STOP interviu.

Secțiunea 1

„CONTACTE CU PARTENERI DIN REPUBLICA MOLDOVA”

1. Pe parcursul ultimului an, firma dvs. a dezvoltat relații/contacte cu parteneri de afaceri din Republica Moldova?

☐ Da ☐ Nu

Dacă „**da**”, se continuă cu întrebarea 2, dacă „**nu**”, mergi la întrebarea 4;

2. Firma are deja semnate contracte cu firme partenere din Republica Moldova?

☐ Da ☐ Nu

Dacă „**da**”, se continuă cu întrebarea 3, dacă „**nu**”, mergi la întrebarea 4;

3. Cum ar putea fi descrise aceste contracte?:

A. Domeniu

☐ Agricultură

☐ Comerț

☐ Industrie

☐ Altul (vă rugăm specificați).....

B. Durată

- ☐ până în 6 luni
☐ 6 – 12 luni
☐ 13 – 24 luni
☐ mai mult de 24 de luni

C. Valoare

- ☐ Până în 30.000 EUR
☐ 31.000 – 50.000 EUR
☐ 51.000 – 100.000 EUR
☐ 100.001 – 150.000 EUR
☐ 150.001 – 200.000 EUR
☐ 200.001 – 300.000 EUR
☐ 300.001 – 500.000 EUR
☐ 500.001 – 1.000.000 EUR
☐ Peste 1.000.000 EUR

4. Pe parcursul următorului an, intenționați să dezvoltați parteneriate cu firme din Republica Moldova?

☐ Da ☐ Nu

Dacă „da”, se continuă cu secțiunea 2, dacă „nu”, mergi la întrebarea 5;

5. Ce vă împiedică să luați în considerare un posibil parteneriat cu firme din Republica Moldova?

- ☐ Lipsa informațiilor privind potențialii parteneri din Republica Moldova;
☐ Distanța față de cel mai apropiat punct de trafic marfă;
☐ Taxele vamale;
☐ Legislația din România privitoare la parteneriate externe;
☐ Legislația din Republica Moldova privitoare la parteneriate externe;
☐ Mediul economic din Republica Moldova;
☐ Influențele culturii rusești asupra mediului de afaceri din Republica Moldova;
☐ Instabilitatea politică din Republica Moldova;

☐ Alt motiv (vă rugăm specificați).....

Secțiunea 2

„SURSE DE INFORMARE PRIVIND POTENȚIALII PARTENERI DIN REPUBLICA MOLDOVA”

6. De unde se informează firma dvs. cu privire la potențialii parteneri din Republica Moldova?

(1 = într-o f. mică măsură 5 = într-o f. mare măsură)

a. de la Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani

1 2 3 4 5

b. de la Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova

1 2 3 4 5

c. de la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani	1	2	3	4	5
d. de la Ministerul Finanțelor Publice din România	1	2	3	4	5
e. de la asociații ale întreprinzătorilor din domeniul în care activez	1	2	3	4	5
f. de pe site-uri cu liste de firme	1	2	3	4	5
g. de la partenerii de afaceri	1	2	3	4	5
h. din reviste de profil	1	2	3	4	5
i. altă sursă (vă rugăm specificați)	1	2	3	4	5

7. Cât de credibile vi se par sursele de informare precizate mai sus?

(1 = foarte puțin credibile 5 = foarte credibile)

a. de la Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani	1	2	3	4	5
b. de la Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova	1	2	3	4	5
c. de la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Botoșani	1	2	3	4	5
d. de la Ministerul Finanțelor Publice din România	1	2	3	4	5
e. de la asociații ale întreprinzătorilor din domeniul în care activează firma	1	2	3	4	5
f. de pe site-uri cu liste de firme	1	2	3	4	5
g. de la partenerii de afaceri	1	2	3	4	5
h. din reviste de profil	1	2	3	4	5
i. altă sursă (vă rugăm specificați)	1	2	3	4	5

Secțiunea 3

„OPORTUNITĂȚI DE INVESTIȚII”

8. În eventualitatea în care, Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar putea sprijini accesarea unor fonduri pentru parteneriate transfrontaliere, ce ar putea firma dumneavoastră pune la dispoziție?

A. Tip teren/ construcție:

- ☐ Liber pentru construcții;1
☐ Teren arabil;2
☐ Pășune;3
☐ Clădire cu destinație de birouri și spații comerciale;4
☐ Clădire/ teren plasat într-o zonă industrială;5
☐ Greenfield;6

☐ Altă destinație (vă rugăm
specificați).....7

B. Suprafață totalămp

C. *Localizare:*

Stradă Localitate

D.

Proprietar

...

E. Drumuri de acces:

- ☐ Drum European
☐ Drum Național
☐ Drum Județean
☐ Drum Comunal

F. Tip acces:

☐ Direct
☐ Indirect (ex.: 100 de m până
la...)

G. Infrastructură:

Energie electrică	da	nu
Gaze naturale	da	nu
Apă	da	nu
Canalizare	da	nu

H. Distanța față de cel mai apropiat/ cea mai apropiată:

Punct vamal	Km
Aeroport	Km
Cale ferată	Km
Spital	Km
Zonă de locuit	Km

9. Considerați că deschiderea unui punct de trafic marfă la Stânca Costești ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova?

☐Da

☐Nu

10. Considerați că implicarea Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani ar facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova?

☐Da

☐Nu

Dacă „da”, se continuă cu întrebarea 11, dacă „nu”, mergi la secțiunea 4;

11.Vă rugăm să precizați cât de utile considerați următoarele activități potențiale ale Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Botoșani pentru a facilita dezvoltarea parteneriatelor dintre firmele din România și cele din Republica Moldova

(1 = foarte puțin utilă, 2 = puțin utilă, 3 = nici utilă dar nici inutilă, 4 = utilă, 5 = foarte utilă)

a. Organizarea unor întâlniri și seminarii cu reprezentanți ai mediului de afaceri din ambele țări	1	2	3	4	5	99
b. Organizarea unor prezentări de firme din ambele țări	1	2	3	4	5	99
c. Punerea la dispoziție a unor baze de date cu firme din R. Moldova	1	2	3	4	5	99
d. Punerea la dispoziție a unor topuri ale firmelor din R. Moldova	1	2	3	4	5	99
e. Realizarea unei baze de date cu firmele din România interesate de un parteneriat cu firme din R. Moldova pentru a putea direcționa potențialii investitori din R. Moldova către cei interesați	1	2	3	4	5	99
f. Transmiterea periodică către firmele din Romania asupra stării economice a R. Moldova	1	2	3	4	5	99
g. Altul (vă rugăm specificați).....	1	2	3	4	5	99

Secțiunea 4

DATE DE IDENTIFICARE

12.Numele firmei

13.Adresa sediului social.....

.....

14. Funcția persoanei respondente.....

15. Telefon de contact

16. E-mail de contact.....

17. Site-ul oficial al firmei.....

18.Obiectul de activitate:.....

19.Capital social:

- ☐ Privat
- ☐ Mixt, majoritar de stat
- ☐ Mixt, majoritar privat

20.Capital social:

- ☐ Românesc
- ☐ Străin
- ☐ Mixt, majoritar românesc
- ☐ Mixt, majoritar străin

21.Mărimea firmei (număr de persoane angajate):

- ☐ până în 9 persoane
- ☐ între 10 și 30 de persoane
- ☐ între 31 și 50 de persoane
- ☐ între 51 și 100 de persoane
- ☐ între 101 și 150 de persoane
- ☐ între 151 și 200 de persoane
- ☐ între 201 și 249 de persoane

22. Număr puncte de lucru....., din care:

- ☐ În județul Botoșani.....
- ☐ În alte județe.....
(vă rugăm specificați).....
- ☐ În alte țări.....
(vă rugăm specificați).....

23. Cifra de Afaceri la nivelul anului 2011:

- ☐ Până în 30.000 EUR
- ☐ 31.000 – 50.000 EUR
- ☐ 51.000 – 100.000 EUR
- ☐ 100.001 – 150.000 EUR
- ☐ 150.001 – 200.000 EUR
- ☐ 200.001 – 300.000 EUR
- ☐ 300.001 – 500.000 EUR
- ☐ 500.001 – 1.000.000 EUR
- ☐ Peste 1.000.000 EUR

FINAL. VĂ MULȚUMIM FRUMOS!