

## Alexandra Can: „Trebuie ca la posturi de conducere să nimerească cei mai buni, cu experiență bogată, adevărați profesioniști, cei care nu vor politiza măsurile propuse”

Interviul „Monitorul de Business” cu Alexandra Can, directorul general al fabricii de marochinărie „Artima”



„Sectorul real demult simțea că apasă criza, despre aceasta trebuia să știe și Guvernul, dar ei au liniștit lumea că criză nu va fi”

**MB: Cum a resimțit criza întreprinderea pe care o conduceți?**

AC: S-a simțit că vine criza imediat după inundațiile din 2008. Am ieșit și cu o propunere la patronatul nostru pentru a introduce niște modificări de moment ce ar minimaliza efectele crizei, inspirate din toate izvoarele posibile, oameni de știință, teorii ale dezvoltării economice, experiența altor țări, seminare etc.

De la început, ei au fost cam sceptici, dar

până la urmă au căzut de acord cu noi. Sectorul real demult simțea că apasă criza, despre aceasta trebuia să știe și Guvernul (puterea), dar ei au liniștit lumea că criză nu va fi. Noi ne-am pregătit pentru ea. Când a început să scadă leul comparativ cu euro de la 16-17 lei la 14, noi, exportatorii am înțeles că ne va fi foarte greu. Nu mai încasezi aceeași sumă în lei pentru produsele vândute, respectiv nu faci față plăților interne, nu poți achita salariile, impozitele, scade rentabilitatea.

Pe lângă criza economică, ne-a mai afectat și introducerea vizelor pentru cetățenii europeni români, în sensul că ei nu mai puteau să-și exercite datoriile față de agenții noștri economici, „Artima”, „Romanița”, deoarece, de exemplu, reprezentantul nemților era cetățean român care venea și verifica calitatea produsului, materiei prime, respectarea standardelor etc.

La acest moment, dacă comparăm cu 2005-2006, volumul producției a scăzut cu 35%, din peste 700 de oameni avem doar 300 de oameni angajați. În plus, colaborez cu mai mulți agenți economici: „Romanița”, „Artima” și în condiții de sub-contract cu 12 întreprinderi mici. Acum am rămas o singură întreprindere – „Artima”.

## Știri pe scurt

Întruniți la inițiativa mediului de afaceri, mai mulți reprezentanți ai asociațiilor de business din Republica Moldova, comunitatea de experți și centre de consultanță în afaceri, au inițiat în regim de urgență o dezbatere asupra mediului de reglementare a exporturilor, practicilor existente la trecerea vămilor și problemele existente în privința regimului de import, export și procedurile vamale. Au fost constatate un șir de probleme existente în acest domeniu, care vor fi prezentate Guvernului imediat după investirea în funcție a acestuia.

Această ședință a avut loc în cadrul Agenției Naționale de Business, care reprezintă o platformă comună a circa 27 asociații de business, întrunind peste 55% din toate asociațiile existente în Republica Moldova. Asociațiile de Business care au sprijinit lansarea acestui proces analizează problemele mediului de afaceri și formulează soluții și politici pentru a le putea rezolva.

Mai multe informații despre Agenda de Business puteți găsi la: [www.business.viitorul.org](http://www.business.viitorul.org).

*Continuare în pagina 2*

*Continuare din pagina 1*

**„Am pierdut toate rezervele financiare pe care le-am acumulat”**

Am pierdut toate rezervele financiare pe care le-am acumulat și începusem și trei proiecte pentru dezvoltarea întreprinderii, dar ele au fost stopate, care la 70%, care la 50%. Acum, acești bani nu mai pot fi folosiți. Am început să plătim ceea ce era necesar la moment, noi nu ne-am putut permite să nu achităm salariile, impozitele ori să nu cumpărăm materie primă. Am apelat și la credite bancare, să completăm mijloacele circulante. Statul ar putea să ia exemplu și în caz de criză economică să își revizuiască cheltuielile, să stabilească ce este absolut necesar, dar și ce este un lux.

**MB: Cu ce se ocupă „Artima”?**

**AC:** Noi activăm în Republica Moldova din 1945. Noi producem mărfuri din compartimentul industriei ușoare, mai precis valize, genți de călătorie. Această nișă a pieții o deținem de vreo 10-12 ani, deoarece avem o piață bună de desfacere peste hotarele țării, dar în fond putem produce accesorii pentru îmbrăcăminte, portmonee, curele, rucsacuri etc.

**MB: Cine sunt clienții dvs.?**

**AC:** Noi producem și pentru Belgia, Italia, România, Germania etc. Nu lucrăm în loan (împrumut), dar nici nu vindem produsul totalmente în nume propriu, deoarece într-o unitate de produs de-al nostru intră între 80 și 126 de denumiri de materii prime, ori în Moldova dacă găsim 2,3, maximum 4 poziții, care ar fi pungii ori elastice pentru ambalaj, etc. Deoarece în fond noi nu producem carton, cutii pentru ambalaj, deoarece la exterior ele poate și se aseamănă, dar conținutul diferă, astfel cutiile noastre de carton, până ajung în Germania, se fac praf și toată producția este prăfuită și murdară și nu mai poate fi vândută. De aceea, clienții au dreptul să-și verifice produsul la orice stadiu.

Între timp, laț de ce materia primă este în mare parte importată, 80% o asigură clientul, altele 20% le cumpărăm noi. În așa caz, misiunea partenerilor noștri este să se asigure că noi utilizăm materia primă procurată standard, cu certificat ecologic. Dacă produsul nostru nu trece de controlul calității superioare, atunci el nu poate fi exportat, deci nici vândut.

**MB: Să înțelegem că fiecare din acești parteneri poate să vină să se asigure personal de calitatea produselor?**

**AC:** La înțelegere. Dacă produsul este complex din punct de vedere tehnologic (de exemplu, acum noi trebuie să facem o valiză care este deocamdată unică, prin care acul trebuie să străbată carcasa de fier și nu pur și simplu să

coase, ci să împletească), atunci chiar noi îi rugăm să vină să verifice. Sunt multe probleme când nu putem însuși tehnologiile noi, deși suntem foarte capabili, există totuși teme tehnologice care în fosta URSS nu au fost cunoscute. Noi nu le putem ști pe toate. Dar nu e doar cazul nostru, atunci când cumpărătorul verifică produsul la orice stadiu.

**MB: Întreprinderea dumneavoastră este orientată doar pe piața externă, ori și pe cea internă?**

**AC:** Noi suntem orientați spre toate piețele, de este vorba de CSI, UE ori SUA. Important e să avem ce câștiga.

Pentru Moldova, producem în jur de 4-5%, putem produce și 100%, dar nu ne cumpără nimeni mărfurile. O fabrică mare ca a noastră într-o săptămână ar îndestula cererea de un an a țării. De aceea, noi lucrăm pe comandă concretă, cu garanție de plată.

Dacă producem un model sub 300 de unități, atunci el nu mai este rentabil, deoarece nu este tehnologizat. Vă imaginați, dacă noi începem să producem un model, trebuie să o facem minimum câteva zile, deoarece de exemplu pentru a face o mie de bucăți, în prima zi vom face 50, a doua 100 iar a treia deja 350, adică într-un fel în progresie geometrică.

Am putea deschide un mic grup, care ar face produse de tipul „Puma” ori „Samsonite” (deoarece aceste produse la noi se aduc cu bucata, nu angro și se distribuie la câteva magazine), dar în Moldova deja există vreo câteva firme mici care fac producție și încearcă să supraviețuiască, noi nu avem niciun interes să îi distrugem. Nouă, din contra, ne-ar părea bine ca pe piață să fie mai multe întreprinderi de acest fel, deoarece poți să cooperezi cu ei, nu ar fi necesar atunci pentru un anumit gen de acțiune să cumperi niște utilaje foarte costisitoare, munca ar fi astfel divizată.

**„În industria ușoară sunt circa 60 de mii de locuri de muncă, adică efectul social al acestei ramuri este unul destul de înalt, mai ales că 80-85% sunt femei, care nu își pot lăsa copiii și să plece”**

**MB: Cum credeți, de ce la noi, în pofida cererii, nu se produc ambalaje de calitate?**

**AC:** De vină sunt tehnologiile. Noi am fi foarte bucuroși să avem companii care ne-ar vinde aceste produse, astfel vom eficientiza și cheltuielile, ceea ce ne va permite să facem față concurenței. Acum, de exemplu, am găsit pe cineva care trebuie să verifice dacă cutia lor de carton, la o fricțiune de o durată nu mai mică de trei zile fără întrerupere, nu face praf, care ar deteriora produsul nostru.

*Continuare în pagina 3*



Să sperăm că acum poate vom avea o politică de protejare a investițiilor, o liberalizare, încurajare a dezvoltării business-ului anume în sfera producerii, deoarece această sferă creează locuri de muncă pentru acele persoane care nu pot pleca peste hotare și pe care îi poți învăța să facă niște lucruri. Deoarece acei care pot face altceva se descurcă și fără ajutorul nostru. În industria ușoară sunt circa 60 de mii de locuri de muncă, adică efectul social al acestei ramuri este unul destul de înalt, mai ales că 80-85% sunt femei, care nu își pot lăsa copiii și să plece.

#### **MB: Scăderea de 35% a fost cauzată oare doar de criza mondială?**

**AC:** Prima problemă a scăderii volumelor a fost exodul masiv (din 2005) a oamenilor în afară. De asemenea, din cauza crizei, deoarece foarte mult au fost afectați clienții noștri, s-au micșorat vânzările. Efectul crizei a fost unul destul de grav, noi ajunsesem de exemplu la un salariu mediu de 3500 de lei în prima jumătate a anului 2008, acum nivelul salariului a scăzut de două ori, deoarece celelalte cheltuieli, să le spunem constante, au rămas (energie electrică, pază, sector mecanic și altele). Cine găsește ceva mai bun, pleacă. Însă, ceva mai bun în Republica Moldova practic nu este. Dacă pleacă, pleacă să lucreze la negru, fără carnet de muncă.

#### **„Ei nu au făcut nimic”**

#### **MB: Cum a reacționat totuși Guvernul la propunerile dvs. anti-criză?**

**AC:** Încă în iulie am ieșit, din numele patronatului, cu 28 de puncte, o scrisoare, înaintată Guvernului. Răspunsul a venit cu mare întârziere, ni s-a răspuns punct cu punct, dar formal și evaziv, că legea este așa și că pe viitor vom examina. Cu toate că Guvernul avea dreptul încă înaintea alegerilor din iulie, să ia niște decizii prin intermediul ordonanțelor, fără a trece prin procedura legislativă obișnuită, ei nu au făcut nimic. Noi nu am cerut cine știe ce, noi am cerut niște măsuri ce puteau fi implementate fără prejudicii pentru stat, ca să menținem pe linia de plutire întreprinderile exportatoare ce au garanții de vânzare.

În genere, mi se creează impresia că astăzi funcționarii publici sunt înfricoșați să-și asume niște responsabilități. Posibil că nu au susținere din partea șefilor, ori consideră greșit că sunt mici și nu știu nimic. În viziunea mea, din contra, cei mai mici văd primii ce și cum se întâmplă, analizează și după

aceasta merg la șefii ierarhic superiori cu problemele și eventualele soluții.

Eu zic că acum Guvernul și structurile lui nu vor politizate, ceea ce e foarte important. Trebuie ca la posturi de conducere să nimerească cei mai buni, cu experiență bogată, adevărați profesioniști, cei care nu vor politiza măsurile propuse spre implementare.

Marin Gurin  
Monitorul de Business

#### **Clasamentul celor mai mari companii din economia RM**

Societatea „Moldovagaz” și Uzina Metalurgică de la Râbnița sunt cele mai mari companii din economia R. Moldova, după cifra de afaceri. Acestea sunt după rezultatele TOP-50 cei mai mari jucători din economie, realizat de Revista de Analiză și Rating.

Printre primele zece cele mai mari companii din Moldova, conform clasamentului, figurează Societatea „Moldtelecom” (3); RED Union Fenosa (4); Compania Orange Moldova (5); Compania „Energocom” (6); Compania „Tirex-Petrol” (7); „Tirotext” (8); Concernul „Sherif” (9) și Fabrica de ciment din Râbnița (10).

Clasamentul TOP-50 este dominat de întreprinderile din domeniul resurselor energetice, care ocupă nouă poziții din primele 20, telecomunicații (5 din 20), siderurgie (două), materiale de construcție (două) și doar câte una din domeniul industriei alimentare și cel al băuturilor răcoritoare.

Industria vitivinicolă este practic inexistentă în acest clasament. Cel mai important producător este „Kvint” din Tiraspol (locul 28) și apoi mândria națională – „Cricova”, care se situează pe locul 50.

Prezența mică a companiilor mari producătoare de mărfuri de consum denotă încă o dată în plus și slaba dezvoltare a industriei moldovenești.

Potrivit studiului, nicio întreprindere din Moldova nu este pregătită pentru a trece pragul unei afaceri cu vânzări anuale de un miliard de dolari. Cel mai aproape de acest punct este „Moldovagaz”, dar creșterea majoră a vânzărilor din ultimii ani se datorează în special unor prețuri tot mai mari la gaze, susțin autorii studiului. Clasamentul a fost realizat doar pentru economia reală, excluzând sectorul financiar.

DECA-press

Acest material apare în cadrul programului „Consolidarea mediului privat de afaceri în RM” prin Agenda Națională de Business, cu sprijinul CIPE (SUA). Acest material reflectă doar opiniile autorilor săi.



[www.cipe.org](http://www.cipe.org)

Centrul Internațional pentru Inițiativă Privată  
1155 15th Street, NW Suite 700, Washington,  
D.C. 20005, USA



[www.viitorul.org](http://www.viitorul.org)

Institutul pentru Dezvoltare și Inițiativă Sociale (IDIS) „Viitorul”  
Str. Iacob Hâncu 10/1, Chișinău MD-2005 Republica Moldova  
tel. +373 22 22 18 44 fax. +373 22 24 57 14  
[office@viitorul.org](mailto:office@viitorul.org)