

MINISTERUL EDUCAȚIEI

UNIVERSITATEA DIN PETROȘANI
FACULTATEA DE ȘTIINȚE



LUCRĂRILE CELUI DE-AL
XX - lea
SIMPOZION NAȚIONAL STUDENȚESC
„STUDENT, ȘTIINȚĂ, SOCIETATE”



PETROȘANI
12-14 mai 2022

ISSN 1843-1585

Responsabil ediție

Conf. univ. dr. Oana DOBRE-BARON

*

Redactor / Editor

Conf. univ. dr. Oana DOBRE-BARON

*

Atelier tipografie

Ec. Radu ION

SECȚIUNI

- ❖ **Economie, turism, servicii**
- ❖ **Finanțe**
- ❖ **Contabilitate**
- ❖ **Administrație publică**
- ❖ **Antreprenariat și idei de afaceri**

~ Editura UNIVERSITAS ~
PETROȘANI, 2022

Cadrul instituțional

Conf. univ. dr. Codruța DURA
Prorector probleme de învățământ

Conf. univ. dr. Imola DRIGĂ
Decan, Facultatea de Științe

Conf. univ. dr. Mirela POPESCU
Prodecan, Facultatea de Științe

Lect. univ. dr. Robert PRODANCIUC
Prodecan, Facultatea de Științe

Prof. univ. dr. V. Vilhelm KECS
Director, Departamentul de Matematică-Informatică

Conf. univ. dr. Claudia ISAC
Director, Departamentul de Științe Economice

Conf. univ. dr. Gabriela DUMBRAVĂ
Director, Departamentul de Științe Socio-Umane

*

Responsabil ediție

Conf. univ. dr. Oana DOBRE-BARON

*

Atelier tipografie

Ec. Radu ION

*

În parteneriat cu

University of Petroșani Students Union

Asociația Studenților Basarabeni din Petroșani

Liga Studenților Universității din Petroșani

Societatea Antreprenorială Studențească din Universitatea din Petroșani

*

CUPRINS

Pag.

Secțiunea ECONOMIE, TURISM, SERVICII

Bordeniuc Liuba	8
<i>Șomajul în România - nivel și dinamică</i>	
Briceag (Stoenescu) Aurelia- Mariana	15
<i>Comunitatea rurală, locul unde tradițiile se păstrează, iar oamenii se întorc la rădăcini</i>	
Doni Mihaela	21
<i>Cultura corporatistă – cauza eșecului fuziunii companiei DaimlerChrysler</i>	
Gorea Elena	29
<i>Responsabilitate socială corporativă la Lidl România</i>	
Iapără Tudor	36
<i>Impactul digitalizării în managementul resurselor umane</i>	
Ignat Florentina Magdalena	42
<i>Abuzul de poziție dominantă pe piață</i>	
Ilescu Andreea	50
<i>Etape de evoluție a fenomenului Black Friday în România</i>	
Kovalenko Nicoleta	56
<i>NFT în Economia Digitală</i>	
Maglaviceanu Patricia	62
<i>Efecte ale războiului din Ucraina asupra economiei din România</i>	
Malairos Alexandru-Simon	68
<i>Potecile tematice și traseele de cicloturism, o alternativă a dezvoltării orașului Uricani</i>	
Mocanu Oleg, Jalbă Nichita	73
<i>Salariul minim pe economie - Republica Moldova vs. România</i>	
Moisoni Eliza Ramona, Docea Alexandru	78
<i>Aspecte ale managementului organizațional</i>	
Munteanu Ana-Maria	85
<i>Turismul de recreere și agrement</i>	
Romanescu Mădălina	90
<i>Mediul de afaceri din România</i>	
Rotari Dumitru	96
<i>Perspectivile de dezvoltare ale turismului rural din România</i>	
Voica Elena Maria	99
<i>Bilanțul pandemiei asupra HoReCa</i>	

Secțiunea FINANȚE

Balazs Maria	103
<i>Performanțe ale ETF BET Patria-Tradeville</i>	
Ciorba Aurelia	108
<i>Activitatea de creditare la Banca Română pentru Dezvoltare – Groupe Société Générale</i>	
Ciornila Denisa Mihaela	114
<i>Emisiunea și circulația monedei în România</i>	
Daminescu Diana Luciana	124
<i>Tendențe privind plățile fără numerar</i>	

Donisă Andreea Claudia	132
<i>Ajutorul de stat</i>	
Fosztó (Drăgoi) Irina	140
<i>Analiza echilibrului financiar</i>	
Lazariuc Beatrice	145
<i>Fundamente și provocări ale serviciilor de e-banking</i>	
Rotari Dumitru, Cărăvan Șerban-Constantin	153
<i>Analiză comparativă privind cheltuielile și veniturile sistemului de sănătate din România și Republica Moldova</i>	
Zavedeev Cătălina	159
<i>Investițiile străine directe în economia Republicii Moldova</i>	

Secțiunea CONTABILITATE

Barbălată Dorian	168
<i>Specificul gestionării riscurilor în sistemul public</i>	
Bîtcă Mădălina Maria	175
<i>Aspecte privind fiscalitatea directă în Uniunea Europeană</i>	
Căițătu Denis-Mihai	183
<i>Considerente privind gestionarea rezultatelor la nivelul entităților economice</i>	
Cojocaru Eugenia	191
<i>Considerații privind organizarea și funcționarea Trezoreriei Statului în România</i>	
Florea Georgiana Ionela, Ilea (Mărginean) Cosmina Diana	199
<i>Documente de evidență contabilă</i>	
Mîța Veronica	206
<i>Noi dimensiuni ale profesiei contabile în contextul economiei digitale</i>	
Pătrașcu Ionathan	213
<i>Considerații privind Binomul Fizică-Contabilitate în contextul particularităților teoriei anticipatorii</i>	
Setel Marius Traian	220
<i>Importanța implementării Standardelor Internaționale de Contabilitate pentru sectorul public în România</i>	
Spătăcean Daniela Elena, Moga Iulia Denisa	226
<i>Leasing-ul ca formă de finanțare</i>	
Stoica Anca-Ioana	232
<i>Analiza rezultatului exercițiului cu ajutorul indicatorilor economico-financiari - studiu</i>	

Secțiunea ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ

Bacs Roxana, Varga Florina	240
<i>Beneficii de asistență socială și finanțări pentru serviciile sociale acordate la Agenția Județeană de Plăți și Indemnizații Sociale Hunedoara</i>	
Carp Irina Mioara	249
<i>Particularități ale comunicării în administrația publică</i>	
Colța Andrada Gabriela Sorina	255
<i>Modalități de creștere a calității serviciilor publice</i>	
David (Gavrilă) Giorgiana Teodora	261
<i>Eficientizarea comunicării în instituțiile publice și organizații</i>	

Epure (Gîngu) Mariana	269
<i>Aspecte practice privind pierderea calității de membru al partidului politic de către consilierul local</i>	
Sfinteș Virginia	274
<i>Noțiuni fundamentale folosite în managementul serviciilor publice</i>	
Socolenco Mariana	280
<i>Aspecte generale privind discriminarea - jurisprudența română versus jurisprudența europeană</i>	
Stanciu Elena-Nicoleta	287
<i>Unitatea administrativ teritorială – Județul – structuri administrative</i>	
Voicu Victoria, Pelin Dorina	291
<i>Obiective strategice în administrația publică pe exemplu județului Tulcea</i>	
Secțiunea ANTREPRENORIAL ȘI IDEI DE AFACERI	
Burz Maria-Elena, Cazangiu-Mateiu Ionuț-Daniel	298
<i>Oportunități de afaceri urmare a manifestării eco-inovării</i>	
Ciornilă Denisa Mihaela	305
<i>Planul de afaceri de afaceri al firmei S.C. Della S.R.L.</i>	
Ciubotaru Andreia	311
<i>Structuri de sprijinire a dezvoltării afacerilor</i>	
Dănilă Diana Maria	316
<i>Plan de afaceri „University Coffee”</i>	
Fosztó (Drăgoi) Irina	322
<i>Implicarea marilor companii de business în antreprenoriatul social</i>	
Fosztó (Drăgoi) Irina	330
<i>Tiparul antreprenorului și ecosistemul antreprenorial</i>	
Fosztó (Drăgoi) Irina	337
<i>Fundamentarea planului de afaceri privind înființarea firmei S.C. Ike S.R.L. Lupeni</i>	
Gherghel Bianca, Moldovan Ovidiu	346
<i>My travel buddy</i>	
Hribal Larisa, Obraz Medrea Radu	348
<i>Schimbări structurale ocupaționale ca urmare a dezvoltării economiei verzi</i>	
Măcriș Maria-Andrada	354
<i>Considerații cu privire la monitorizarea și evaluarea activităților antreprenoriale în cadrul proiectelor europene</i>	
Muntean Nicoleta	362
<i>Antreprenoriatul în contextul globalizării activității economice</i>	
Petraru Radu	368
<i>Proiect de întreprindere socială vizând incluziunea pe piața muncii a unor categorii defavorizate</i>	
Usatenco Cristina	375
<i>Femeia-antreprenor</i>	

Secțiunea
ECONOMIE, TURISM, SERVICII

Șomajul în România - nivel și dinamică

Autor: Bordeniuc Liuba
Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The link between unemployment and poverty is well known, in Romania this negative phenomenon of the economy is closely linked to the migration of young people in particular. This paper aims to present the level and dynamics of unemployment in Romania, which has become one of the biggest and most important problems facing the state, further presenting the evolution of the unemployment rate, the level of employment by age categories . , sex, environment, etc. for certain periods of time and especially during the Covid-19 virus pandemic, when the economy suffered a lot not only in Romania, but also globally.*

1. Introducere

Munca este o cale de succes. Un calcul sumar a demonstrat că din toate tipurile de activități, munca ocupă în cea mai mare parte timpul unui individ. Dacă am lua în considerare faptul că viața activă a unei persoane este de aproximativ 40 de ani, fiecare an având cam 48 de săptămâni lucrătoare, a câte 40 de ore lucrătoare pe săptămână, rezultă circa 76.800 de ore ocupate de muncă din totalul de aproape 350.000 de ore ale aceluiași ani, care reprezintă 21,9 % din timpul total. Singura activitate care ar putea ocupa mai mult timp este somnul care nu este defapt o activitate formativă, deci nu contribuie la formarea unor aptitudini, educație sau integrare socială a individului.

Clasificând piața liberă după obiectul tranzacției putem distinge piața bunurilor economice, monetară, valutară și a forței de muncă. Activitatea economico-socială generează nevoia de muncă, astfel în spațiul economic se întâlnesc cererea și oferta de muncă care formează piața muncii. Atunci când piața muncii este caracterizată printr-un excedent al ofertei de muncă în raport cu cererea de muncă se evidențiază o stare de dezechilibru numită-Șomaj. Șomajul a devenit o problemă majoră a societății care poate apărea în orice moment în viața oricărui om și care poate avea consecințe grave atât pentru oameni cât și pentru societate. Lipsa sau pierderea locului de muncă poate genera o serie largă de probleme pentru un om: probleme materiale, psihologice, familiale, sociale. Individul se confruntă astfel nu doar cu pierderi sau lipsă de venit, dar și pierderea încrederii în sine, fiind exclus de la o viață normală, devine tensionat și ajunge într-o anumită măsură o amenințare a stabilității sociale. Acest dezechilibru macroeconomic pe piața muncii îmbracă mai multe forme și cauze care au o mulțime de efecte negative asupra oamenilor și asupra economiei.

În perioada pandemiei cu virusul Covid-19 economia a avut de suferit foarte mult la nivel global. Pandemia a influențat negativ și asupra ratei șomajului care a crescut considerabil. O mulțime de angajați și-au pierdut locul de muncă, la fel ca mulți oamenii care lucrau peste hotare și au fost nevoiți din diverse motive să revină acasă. Piața muncii a fost grav afectată de pandemie iar procesul de recuperare va fi unul lent. Conform unui raport realizat de ONU, pierderea locurilor de muncă din cauza pandemiei a distrus „cinci ani de progres”. De aceea, scopul acestei lucrări este de a conoaște fenomenul șomajului, de a evidenția aspecte privind șomajul în România, pentru ca la finele lucrării să putem formula concluziile necesare ce țin de această problemă.

2. Evoluția ratei de ocupare și a ratei șomajului în România

Pe piața muncii din România predomină dezechilibru caracterizat prin faptul că cererea de muncă este inferioară ofertei de muncă la nivel sectorial. Aceste dezechilibre au fost determinate de factori economici ce au condus la scăderea cererii ca rezultat al scăderii de lungă durată, a instabilității și a incoerenței la nivel economic, de slaba eficiență a mecanismelor de ajustare a cererii și ofertei de muncă, de rigiditățile pieței muncii și de segmentarea acesteia într-o ipostază de recesiune economică profundă, ceea ce face ca venitul național să fie mai mic decât îi permite productivitatea muncii. De asemenea la baza manifestării șomajului în România un rol foarte important îl ocupa problema salariului care are un caracter rigid. Șomajul a devenit o formă principală de dezechilibru pe piața muncii din România din 1991 an în care a fost promulgată Legea numărul 1 privind protecția socială a șomerilor și reintegrarea lor profesională. Sectorul industrial folosea doar o mica parte a populației active din cadrul sectorului urban urbane – în 1930 populația urbană era de 3.051.253 persoane, iar în 1948 a ajuns la 3.713.139 persoane. Se constată că numărul șomerilor din România a crescut în prima parte a secolului ajung în anul 1937 la 10.851 de persoane, șomaj corespunzător unei creșteri economice industriale care se află abia la început.

În perioada de după primul război mondial până în 1989, în România se face cunoscut termenul **șomaj deghizat**. Nedeclararea șomajului era legată de creșterea economică industrială într-un ritm rapid, urbanizarea masivă prin aglomerarea populației în orașe și de construirea unor obiective de interes public integrate într-o strategie centralizată de utilizare a resurselor. În perioada industrializării s-a manifestat o creștere a ponderii resurselor de muncă ocupate în industrie, creștere înregistrată și în România postbelică. Creșterea industrializării a avut o influență favorabilă asupra utilizării resurselor de muncă ale țării, datorită nivelului superior al productivității din industrie față de agricultură. În agricultură, în urma procesului de modernizare s-a constatat o reducere a populației ocupate de la 74.1% în anul 1950 la 27.5% în 1989. După anul 1989 a avut loc o creștere rapidă a șomajului, cota sa crescând cu 2-3% pe an fiind cauzat de dezindustrializare¹. După 1989 ocuparea în agricultură a avut o evoluție anacronică, crescând considerabil față de tendința de scădere a acesteia pe plan mondial. Această creștere a fost datorată, în mare parte, de pierderea unui număr mare de lucrători din industrie și construcții, ceea ce i-a determinat să revină în agricultură, astfel, populația ocupată în agricultură a crescut la 37.5% în anul 1999. Iar până în 2002 a crescut cu 6.2% față de anul 1989. Preponderența serviciilor în crearea PIB și în ocuparea populației a cuprins îndeosebi comerțul, transporturile, comunicațiile și informatizarea activităților. În această situație cauza șomajului o constituie scăderea ofertei agregate cauzată de creșterea costurilor și scăderea productivității muncii și a capitalului. Pe parcursul anilor și dinamica șomajului din România au evoluat.

3. Structura șomajului și a ocupării forței de muncă.

În continuare vom analiza evoluția șomajului în România în decursul anilor din mai multe perspective.

¹Industria nu mai crește din punct de vedere cantitativ, dar se reînnoiește, trecând spre o nouă calitate, în urma unei restructurări globale, având influențe diferite în toate ramurile economiei.

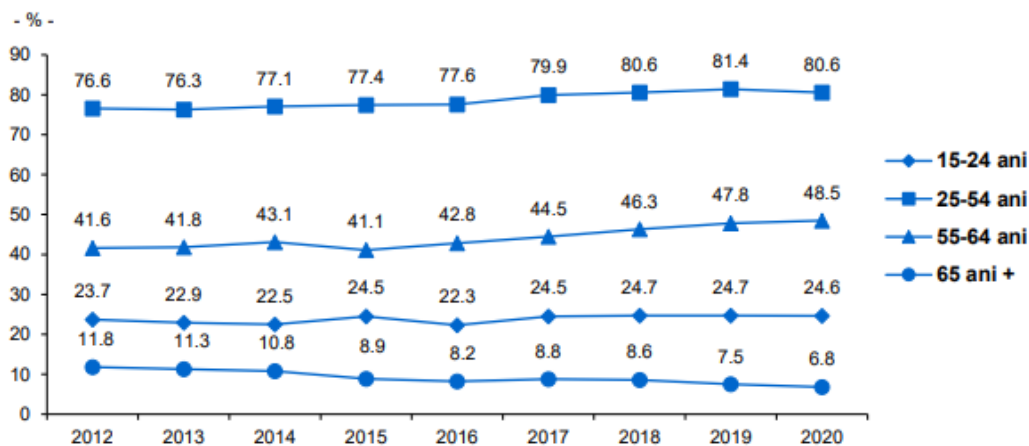


Figura nr. 1. “Evoluția ratei de ocupare a populației de 15 ani și peste, pe grupe de vârstă”²

În Figura nr. 1. putem analiza evoluția ratei de ocupare a populației de 15 ani și peste, pe grupe de vârstă în perioada anilor 2012-2020 în cadrul căreia putem observa că din anul 2012 până în 2020 a avut loc o creștere a ratei de ocupare pentru toate categoriile de vârstă. Din cadrul graficului putem determina faptul că cele mai multe persoane care au o ocupație aducătoare de venit în cadrul economico-social sunt persoanele cuprinse între vârsta de 25-54 de ani.

În ceea ce privește rata șomajului în luna iulie 2020, în formă ajustată sezonier, a fost de 5,4%, crescând cu 0,1% procentuale față de cea înregistrată în luna precedentă. De asemenea, rata șomajului la bărbați a fost cu 1,6 puncte procentuale mai mare decât la femei.

Numărul șomerilor (Figura nr. 2.) în vârstă de 15-74 ani estimat pentru luna iulie a anului 2020 a fost de 484 mii persoane, în creștere atât față de luna precedentă (474 mii persoane), cât și față de aceeași lună a anului anterior (362 mii persoane). Numărul șomerilor (în vârstă de 15-74 ani) estimat pentru luna aprilie a anului 2021 a fost de 449 mii persoane, în scădere față de luna martie (474 mii persoane).

Pe sexe, rata șomajului la bărbați a depășit-o cu 0,6 puncte procentuale pe cea a femeilor (valorile respective fiind 6,0% în cazul persoanelor de sex masculin și 5,4% în cazul celor de sex feminin).

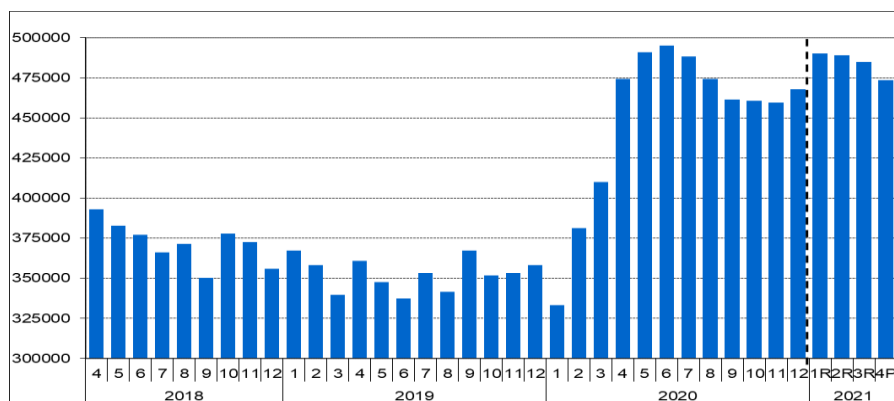


Figura nr. 2. Evoluția numărului de șomeri în perioada 2018 –2021

Sursa: Institutul Național de Statistică, Comunicatul nr. 169/01 iulie 2021

Potrivit Registrului forței de muncă la 1 ianuarie 2020, populația civilă activă se ridică la 8 493 000 de persoane, dintre care 5 481 000 erau angajați. Majoritatea angajaților lucrau în sectorul serviciilor (3 470 000 de persoane), în timp ce 1 880 000 de persoane erau angajate în industrie și sectorul construcțiilor. Numărul de angajați în agricultură, silvicultură și pescuit a fost de 131 000 de

² https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2020r.pdf

persoane. „În anul 2020, rata de ocupare a populației în vârstă de muncă (15-64 ani) a fost de 65,6%, în scădere față de anul anterior cu 0,2 puncte procentuale. Ca și în anii anteriori, rata de ocupare a fost mai mare la bărbați (74,4%, față de 56,5% la femei). Pe medii de rezidență, rata de ocupare a fost mai mare în mediul urban (67,1%, față de 63,8% în mediul rural). Rata de ocupare a tinerilor (15-24 ani) a fost de 24,6%, iar cea a persoanelor vârstnice (55-64 ani) de 48,5%.”³

În 2020, criza generată de pandemia de COVID-19 a afectat grav activități economice precum hoteluri și restaurante, servicii pentru populație (de exemplu, transport, activități culturale). Măsurile luate pentru sprijinirea companiilor și angajaților afectați (în special măsurile privind concediul) au avut un efect de atenuare asupra impactului negativ al crizei. Numărul mediu de salariați a ajuns astfel la 4,9 milioane de persoane în perioada ianuarie-noiembrie 2020, în scădere cu doar 1,0% față de perioada similară a anului precedent.

Conform Institutului Național de Statistică, rata șomajului a fost de 5,0%, în creștere față de anul precedent (3,9% în 2019). Pe sexe, variația dintre cele două rate ale șomajului a fost de 0,6 puncte procentuale (5,3% la bărbați față de 4,7% la femei), iar pe medii de rezidență de 1,4 puncte procentuale (5,8% în rural față de 4,4% în urban). Rata șomajului avea nivelul cel mai ridicat (17,3%) în rândul tinerilor (15-24 ani). Șomajul a afectat în măsură mai mare absolvenții învățământului scăzut și mediu, pentru care rata șomajului a fost de 8,1%, respectiv 5,1%. Rata șomajului a fost de doar 2,2% în cazul persoanelor cu studii superioare.

Rata șomajului de lungă durată (în șomaj de un an și peste) a fost de 1,5%, iar incidența șomajului de lungă durată (ponderea persoanelor aflate în șomaj de un an și peste în total șomeri) a fost de 29,9%. Pentru tineri (15-24 ani), rata șomajului de lungă durată (în șomaj de șase luni și peste) a fost de 8,2%, iar incidența șomajului de lungă durată în rândul tinerilor de 47,2%.

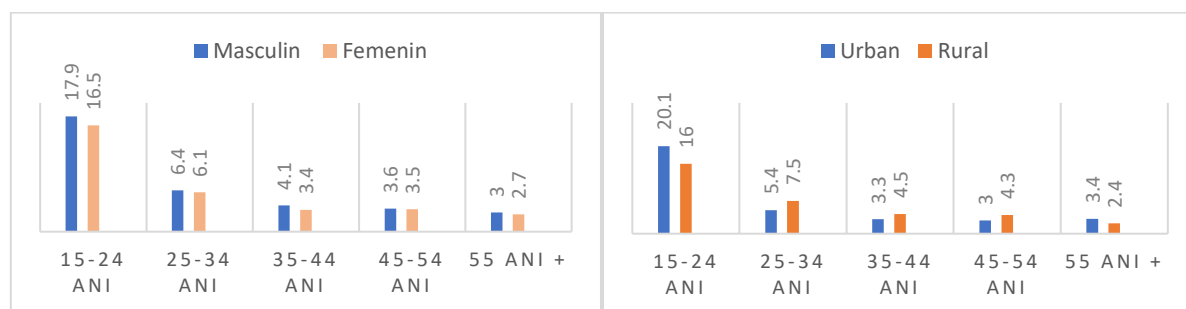


Figura nr. 3. Rata șomajului pe grupe de vârstă, sexe și medii, în anul 2020

Două seturi diferite de date privind rata șomajului sunt calculate în România. Rata șomajului OIM este calculată de Institutul Național de Statistică (INS) folosind definiția oferită de Biroul Internațional al Muncii. În martie 2021, această rată era de 5,5%. În trimestrul al treilea 2021 conform Institutul Național de Statistică, rata de ocupare a populației în vârstă de 20-64 ani a fost de 67,6%, populația activă a României era de 8227 mii persoane, din care, 7791 mii persoane erau ocupate și 436 mii persoane erau șomeri.

Rata șomajului înregistrat, determinată de Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM), se calculează pe baza numărului de șomeri înscrși în baza de date ANOFM. La sfârșitul lunii martie 2021, această rată era de 3,3%, corespunzând la 291 000 de șomeri înregistrați.

„Rata de ocupare a populației în vârstă de muncă (15-64 ani) a fost, în trimestrul III al anului 2021, de 62,3%, în scădere față de trimestrul anterior cu 0,1 puncte procentuale. Gradul de ocupare a fost mai mare la bărbați (71,2% față de 53,1% la femei) și la persoanele din mediul urban (67,2% față de 56,3% în mediul rural). Rata de ocupare a tinerilor (15-24 ani) a fost de 20,6%.

Rata șomajului în trimestrul III 2021 a fost de 5,3%, în creștere cu 0,2 puncte procentuale față de cea înregistrată în trimestrul anterior.

³ https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2020r.pdf

Pe sexe, ecartul dintre cele două rate ale șomajului a fost de 1,0 punct procentual (5,7% la bărbați față de 4,7% la femei), iar pe medii rezidențiale, de 4,5 puncte procentuale (7,9% în mediul rural, față de 3,4% în mediul urban). Pe grupe de vârstă, rata șomajului a atins nivelul cel mai ridicat (21,5%) în rândul tinerilor (15-24 ani).”⁴

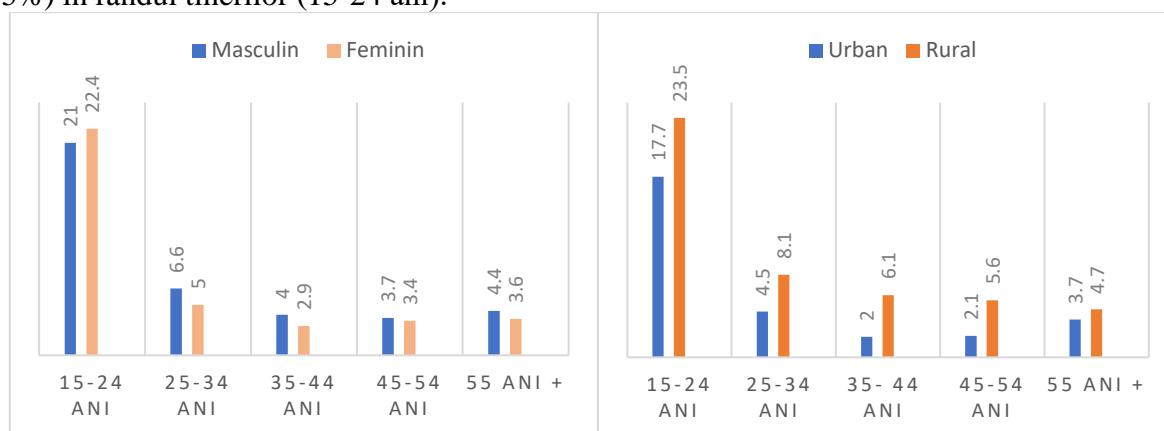


Figura nr. 4. Rata șomajului pe grupe de vârstă, sexe și medii, în trimestrul III 2021

Conform Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă, la sfârșitul lunii ianuarie 2022, rata șomajului înregistrat la nivel național a fost de 2,68%, mai mică decât cea din luna anterioară cu 0,01 pp și mai mică cu 0,66 pp decât cea din luna ianuarie a anului 2021. Numărul total de șomeri la finele lunii ianuarie 2022 a fost de 234.072 de persoane, mai mic cu 685 de persoane față de cel înregistrat la finele lunii anterioare. Din totalul șomerilor înregistrați, 57.422 au fost șomeri indemnizați și 176.650 șomeri neindemnizați. Numărul șomerilor indemnizați a scăzut cu 2.229 persoane, iar numărul șomerilor neindemnizați a crescut cu 1.544 persoane față de luna precedentă. Pe medii de rezidență, numărul șomerilor la finele lunii ianuarie se prezintă astfel: 69.828 șomeri provin din mediul urban și 164.244 șomeri provin din mediul rural. Cei mai mulți șomeri aveau între 40 – 49 de ani (60.955), urmați de cei cu vârstă între 50 și 55 ani (48.627), la polul opus aflându-se persoanele între 25 – 29 de ani.

Tabelul nr. 1.

Structura șomajului pe grupe de vârstă la finele lunii ianuarie 2022

Grupa de vârstă	Stoc la finele lunii de raportare
Total, din care:	234.072
<25 ani	27.192
între 25 și 29 ani	13.134
între 30 și 39 ani	37.314
între 40 și 49 ani	60.955
între 50 și 55 ani	48.627
peste 55 ani	46.850

Sursa: Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă Operator de date cu caracter personal nr. 497

Referitor la structura șomajului după nivelul de instruire, șomerii fără studii și cei cu nivel de instruire primar au o pondere însemnată în totalul șomerilor înregistrați în evidențele ANOFM (29,07%). Șomerii cu nivel de instruire gimnazial reprezintă 30,88% din totalul șomerilor înregistrați, iar cei cu studii universitare 4,99 %.

⁴ https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_tr3r_21.pdf

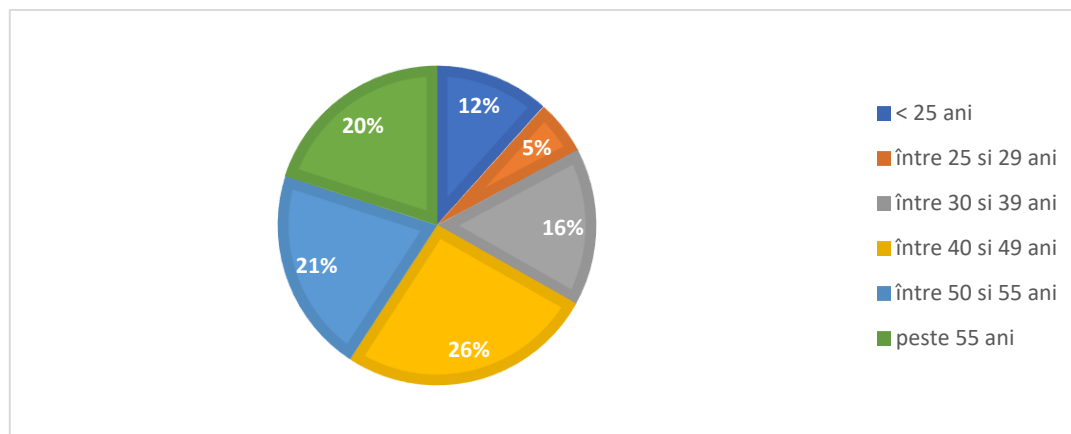


Figura nr. 5. Distribuția șomerilor pe grupe de vârstă la data de 31.01.2022

Concluzii

De-a lungul anilor putem observa că nivelul de ocupare a forței de muncă scade, iar șomajul are o tendință de creștere pe piața muncii, la baza acestui dezechilibru stau mai multe probleme apărute în timp, de exemplu: recesiune, apariția noilor tehnologii, reducând astfel necesarul forței de muncă sau alte crize cum ar fi pandemia virusului Covid-19, care a blocat activitatea, pe o perioadă, atât a instituțiilor de stat, cât și celor private. Impactul acestor probleme, în special al pandemiei au fost foarte resimțite și în România. Deși timp de doi ani de la începutul pandemiei rata șomajului a scăzut considerabil față de perioada de început, anul 2020, totuși pandemia a avut efectele ei asupra țării. În România, în special pe timpul perioadei stării de urgență instituite ca urmare a declanșării pandemiei Covid-19, multe persoane au beneficiat de ajutor de șomaj din partea statului.

De asemenea este bine cunoscut că ponderea cea mai mare în cadrul șomajului este deținută de tineri. Din păcate acest lucru este mult mai accentuat în România și în Republica Moldova față de alte state precum Austria sau Danemarca spre exemplu. Adesea acest fenomen poate fi explicat prin faptul că populația ocupată este alcătuită mai mult din persoane mai în vârstă care au dobândit în decursul vieții un nivel ridicat de formare profesională și un loc de muncă sigur, stabil și aducător de venit, unii continuând activitatea sa profesională chiar și după vârsta de pensionare din cauza pensiei prea mici, ne luând în considerare faptul că tinerii specialiști rămân practic fără loc de muncă. De astemenea, România se confruntă cu un grad ridicat al emigrării tinerilor care adesea își părăsesc țara fie din cauza lipsei de muncă, fie din cauza salariilor mizere de la locurile de muncă existente.

Nivelul și dinamica în creștere a șomajului de-a lungul anilor a devenit una dintre cele mai mari probleme cu care se confruntă statul, iar tinerii sunt nevoiți să “fugă” din țară cu speranța că peste hotarele țării vor reuși să dobândească o viață mai bună.

Bibliografie:

1. *Institutul Național de Statistică*, Comunicatul nr. 224/01 septembrie 2020
2. *Agencia Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă Operator de date cu caracter personal nr. 497*
3. https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2020r.pdf
4. https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_tr3r_21.pdf
5. <https://cotidianul.md/2019/12/07/somajul-in-randul-tinerilor-de-aproape-3-ori-mai-mare-ca-media-nationala/>
6. <https://ro.wikipedia.org/wiki/%C8%98omaj>

7. https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-23396305-somajul-randul-tinerilor-sub-24-ani-depaseste-16-adica-cinci-ori-mai-mare-decat-rata-somajului-vezi-care-putea-parte-din-motive.htm
8. <https://www.scritub.com/economie/Piata-muncii-Somajul-dezechili61211112.php>
9. https://ec.europa.eu/eures/public/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-romania_en
10. <https://www.codulmuncii.ro/homepage.html>
11. <http://www.anofm.ro/>
12. <http://www.mmuncii.ro>
13. <https://www.cnp.ro/>

Comunitatea rurală, locul unde tradițiile se păstrează, iar oamenii se întorc la rădăcini

Autor: Briceag (Stoenescu) Aurelia-Mariana
Coordonator: Lect. univ. dr. Vîrtop Sorin-Avram
Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu

***Abstract:** This paper aims to analyze how the rural community preserves local traditions and remains, in the collective memory, the place where you return, always, as far as you can be, to remember your childhood. As a research object, we took Grozești commune from Mehedinți county, which is not located in a tourist area and does not offer special living conditions to the locals. There are no jobs here, and the town is over 50 km away from the big cities in the area (Târgu Jiu, Craiova and Drobeta Turnu Severin), so it is difficult for someone to commute to work. Therefore, there would have been enough reasons to reach a massive depopulation of the locality, especially after 1989, when Romania left Communism and the borders were opened. However, Grozești is a lively commune, so to speak, the population, it is true, is slightly declining, but, during the holidays, those who go to town or even abroad come back home here.*



Populație

Conform recensământului efectuat în 2011, populația comunei Grozești se ridică la 1.990 de locuitori, în scădere față de recensământul anterior din 2002, când se înregistraseră 2.273 de locuitori. Majoritatea locuitorilor sunt români (96,53%). Pentru 3,22% din populație, apartenența etnică nu este cunoscută. Din punct de vedere confesional, majoritatea locuitorilor sunt ortodocși (73,52%), dar există și minorități de bapțiști (15,08%) și penticostali (8,14%). Pentru 3,22% din populație, nu este cunoscută apartenența confesională. (https://ro.wikipedia.org/wiki/Comuna_Groze%C8%99ti,_Mehedin%C8%9Bi)

Comuna Grozești din Mehedinți este, însă, un caz fericit și vom afla, în continuare de ce populația a scăzut atât de puțin. Există sate, în România, care au rămas pustii: „Mai multe sate din România sunt pe cale de dispariție. Depopularea localităților din zona rurală este determinată de exodul tinerilor, care caută locuri de muncă la orașe. De exemplu, populația comunei Râmeț din județul Alba din România a scăzut în 15 ani cu aproape 40 %. Depopularea satelor de munte este o realitate întâlnită peste tot în România. O analiză efectuată de Direcția Regională de Statistică Alba

arată că pe harta administrativă a județului figurează zece localități care nu mai au niciun locuitor de ani de zile. De asemenea, alte aproape 30 de localități mai au aproximativ zece locuitori, majoritatea cu vârsta peste 60 de ani. Majoritatea țărilor din Europa de est se confruntă cu această problemă demografică.” (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2015-007694_RO.html)

Administrație

Din punct de vedere al utilităților, la Grozești există trei lipsuri mari: nu au fost introduse gazele, nu este canalizare și există școli și locuințe în care toaletele sunt în curte și nu au apă curentă. S-au făcut, totuși și pași mari către civilizația modernă. Dacă, în urmă cu ceva ani, chiar și drumul județean ce străbate comuna era doar pietruit, acum, atât acesta, cât și drumurile satești și chiar ulițele sunt asfaltate. De asemenea, școlile erau vechi, dar acum sunt într-un proces amplu de modernizare: „Ca și infrastructură, stăteam foarte prost cu ea și s-a reușit să se facă, școlile sunt în lucru... cele două școli care sunt funcționale astăzi (pentru că avem pe cea de la Șușița care s-a închis). Pentru transport, avem microbuz școlar, care este de 4-5 ani, în condiții foarte bune, am mai făcut cerere și sperăm că o să obținem microbuz ecologic. Avem proiect pe care o să-l depunem acum, în luna aprilie, pentru două stații de încărcare electrice în comuna Grozești, una la Cârteni și una la Șușița și atunci am prins în proiect și achiziționarea unui microbuz electric.” (Ion Epure - viceprimar comuna Grozești)

Activități culturale și tradiții locale

La Grozești, încă se mai păstrează unele obiceiuri locale, altele, însă, au dispărut, o dată cu ultimii oameni care le-au păstrat, din străbuni, dar n-au avut cui să le dea mai departe: „Pe plan cultural, împreună cu școala și cu domniii profesori, organizăm cu elevii diferite activități culturale la sfârșit de an școlar și la serbarea de pomul de iarnă. Am renovat căminul cultural din comuna Grozești ,care arată foarte bine. De sărbători se merge cu Steaua, cu Plugușorul, cu Căprița... Cu ani în urmă era Vicleiul (a dispărut acum). Era o formație, la care participau mai mulți adulți și mergeau cu Vicleiul din casă-n casă. Eram mic, nu am prins nici eu o perioadă prea lungă. Probabil, când aveam 3-4 ani exista, încă, dar nu mai este.” (Ion Epure - viceprimar comuna Grozești)

Sărbători locale

Așa cum încă se obișnuiește prin satele Olteniei, la Grozești s-au păstrat trei evenimente culturale, legate de hramul satelor în care se desfășoară: „Evenimente culturale avem Ispasul - Înălțarea Domnului, după Paște, la 5 săptămâni și are loc în satul Șușița. Se fac așa numitele „govii” (bâlcieri), în care vin fel și fel de cetățeni cu produse și le vând, vine și o formație de muzică, sunt dansuri, se joacă, se cântă... avem la Cârteni Sfântu’ Pătru, iar la Grozești e Sfânta Maria Mică, pe 8 septembrie. Tot la fel, se fac hore, se fac fel și fel de activități în comună.” (Ion Epure - viceprimar comuna Grozești)

Fifa, instrument tradițional dispărut

Pe vremuri, femeile din Grozești erau cunoscute, în întreaga țară, pentru cântatul la fifă. Este vorba despre un instrument rudimentar de suflat, ce era întâlnit doar în județele Mehedinți și Gorj. Cuvântul provine din limba germană și era atribuit unor flaute folosite de famfarele care însoțeau soldații pe front. E posibil ca acestea să-i fi inspirat pe localnici să-și construiască respectivele instrumente, având în vedere că țara a fost, un timp, în vremea războiului, sub ocupație germană.

Despre tradiția pierdută a cântatului la fifă, din ce se mai știe, din bătrâni, ne-a vorbit viceprimarul comunei Grozești, Ion Epure: „Avem o tradiție, am fost renumiți în zona Olteniei, dacă nu și în toată țara... nu știu dacă mai există undeva... erau în Mehedinți, la noi, la Grozești și la

Stângăceaua... se făceau concursuri pentru cântatul cu fifa. Era un instrument rudimentar, la începutul instrumentelor, probabil. Se construiește din cucută, din tulpina de cucută... este asemănătoare cu cea de leuștean. Se taie la mijlocul verii, când ea este la maturitate deplină, se lasă partea de jos cu nod, înfundată, iar partea de sus vine tăiată în semicerc, pe o parte și pe cealaltă. Se suflă în ea și scoate un zgomot specific. Au fost concursuri, îmi povestea mătușa mea, în care comuna Grozești a fost pe primul loc, la bălăie cu Stângăceaua, erau renumiți.” (Ion Epure - viceprimar comuna Grozești)



Cioplitul în lemn, pe cale de dispariție

Dacă oamenii, în trecut, confecționau în gospodărie ce le era de trebuință, acum, aproape totul se cumpără. Meșteșugurile tradiționale sunt pe cale de dispariție. La Grozești unul singur s-a păstrat: cioplitul în lemn. Nu mai e, însă, ce a fost pe vremuri, când erau mulți meșteri în satul Cârțeni din Grozești. „Înainte, în zona de la vale a satului mergeam... și în dreapta și în stânga erau oameni care lucrau în lemn, făcând de la roți de car, până la linguri, fuse (de exemplu femeile făceau fuse și torceau lâna).” (Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Fundația Iubirii Culturale)

Constantin Tudor are 86 de ani și, de la 14 ani, lucrează în lemn. Omul spune, însă, că acum lingurile de lemn nu mai au căutare, puțini fiind aceia care le mai cumpără: „Tata lucra la linguri și am învățat și eu de la el. Atunci cumpăra lumea linguri, acum foarte puțin, că acum au ieșit cele de fier... Se mai vând și din astea, de lemn. O parte din ai bătrâni mai mănâncă și cu din astea de lemn, că alea de fier ard la gură...” (Constantin Tudor, cioplitor în lemn, sat Cârțeni, comuna Grozești)



Dumitru Cacalet nu mai lucrează așa mult, ca pe vremuri, iar de dus, nu se mai duce prin sate să vândă, pentru că a îmbătrânit. Acum dă lingurile altor bărbați, mai tineri, care pot umbla.

„Pleacă oamenii ăștia cu ele prin sat, cu cozi de topoare, cu linguri... femeile cer și linguri mici și linguri mari, pentru topit (slânina de porc, n.n.), pentru cazane... mai pe timpuri, meseria noastră asta era, de făcut linguri și făceam clacă, ziua, seara, ne-adunam...” (Dumitru Cacalet - cioplitor în lemn, sat Cârțeni, comuna Grozești)

Sima Tudor fasonază lemnul și îl dă în lucru. „Am o bucată de lemn și o sparg și din asta se pot face linguri, lopăți...” Bărbatul n-a învățat să facă linguri de la cap la coadă, dar dă comandă bătrânilor care știu, face și el alte obiecte din lemn, necesare în gospodărie, apoi pleacă cu toate, prin sate, să le vândă: „El îmi face linguri și eu am iapă, am căruță și fac la coade de sape, de securi și plec cu ele, să câștig și eu necesaru’.” (Sima Tudor - cioplitor în lemn, sat Cârcești, comuna Grozești)

Deși ne aflăm în era tehnologiei, pentru bătrânii cioplitori în lemn din comuna Grozești timpul pare să fi stat în loc. Ei lucrează cu aceleași scule rudimentare ca și strămoșii lor, cândva... „Majoritatea activităților erau făcute la un nivel primar, rural. Oamenii nu aveau instrumente moderne, inclusiv lingura aceasta cu picior, pe care o am făcută, nu este făcută folosind un strung. Cuțite aveau, de diferite tipuri, bardă, instrumente pe care ei și le construiau singuri.” (Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Fundația Iubirii Culturale)

Meșteșuguri dispărute

Pe vremuri, femeile din Grozești țeseau pânză de casă în război și confecționau, cu mâinile lor, atât hainele de toată ziua, cât și pe cele de sărbătoare. În prezent, țesutul nu se mai practică, toată lumea cumpărând haine gata făcute.

Un alt meșteșug dispărut este morăritul, prin care grâul și porumbul erau transformate în făină. Nu există dovezi cum funcționau morile, înainte de a fi introdusă electrificarea în zonă, dar am putut vedea, la Grozești, o moară care folosea curent electric... „Analizând moara, am observat că modul în care ea este construită este destul de rudimentar. În afara faptului că este pusă în mișcare de un motor de 220 Volți, adică mai simplu, totuși, instrumentele, roata mare, sunt de proveniență mai veche.” (Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Fundația Iubirii Culturale)

Cum am ajuns la Grozești

Cu toate că, așa cum am arătat, la Grozești trecutul pare ... mai prezent ... decât prezentul însuși, iar resursele sunt limitate, aici există o echipă de profesori și elevi care nu se dă bătută și nu așteaptă „să le pice din cer”, cum se spune. Le-am urmărit activitățile, de-a lungul timpului, proiectele în care se implică, iar când a fost să scriem, la rândul nostru, un proiect cultural, ne-am hotărât să alegem și comuna Grozești, printre cele 10 selectate în proiect, pentru a-i cunoaște și a lucra cu acești oameni deosebiți. Așa se face că, împreună cu tineri din cadrul Centrului de Cultură și Artă Cobilița, voluntari ai Asociației Pro Vertical din județul Gorj, am luat drumul spre Grozești, Mehedinți. Proiectul care a făcut posibil acest lucru se numește „Respect pentru Trecut, o șansă pentru Viitor” și este finanțat de Uniunea Europeană, prin Programul Erasmus+. În cadrul acestuia, tinerii din Gorj, împreună cu cei din Grozești, au început să lucreze în echipă. Împreună cu îndrumătorii lor și cu autoritățile locale, ei au purces la scoaterea la lumină și prezentarea, motivelor pentru care merită să vii la Grozești.



„Omul sfințește locul”

E o vorbă românească, ce spune că „Omul sfințește locul”. Ea e perfect aplicabilă, aici, la Grozești - o localitate rurală, în care, în loc să stea cu mâinile-n sân și să se vaite că nu sunt bani, profesori și elevi, atrag fonduri europene. În cadrul proiectelor pe care le implementează, ei merg în străinătate, în schimb de experiență și primesc, la rândul lor, la ei în comună, sute de străini.

„Au fost proiecte care au atins domenii culturale, cum este proiectul din spatele meu, ‘Crearea coexistenței respectului între popoare’, în care am învățat despre tradițiile, culturile, obiceiurile lor... Am avut oportunitatea de a le realiza prin Programul Erasmus+, ne-am găsit parteneri... Într-adevăr, am început prin proiectele educaționale eTwinning. Împreună cu partenerii, am învățat diferite lucruri, plecând de la informații de geografie, celebriți internaționale, schimb de bune practici, în ceea ce privește educația în școlile publice și private din Europa. (Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Asociația Paradigme Educaționale)

Sufletul acestor proiecte, profesorul Felix Godeanu, activează și în domeniul nonguvernamental, atrăgând fonduri și pe această temă, pentru comunitate.

„Cu asociația, am avut și alte tipuri de proiecte, pe formare sau de inovare... Lucrând în domeniul educațional, noi avem proiecte mai mult pe educație, însă, pe tineret, am plecat inclusiv pe proiecte culturale. Un exemplu de proiect cultural avut cu asociația a fost proiectul ‘Babel’, în care 30 de oameni din România, din cadrul parteneriatului, au plecat în Italia, unde au învățat despre muzica și tradițiile locale.” (Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Asociația Paradigme Educaționale)

Casă ce va deveni muzeu

Pentru a nu lăsa tradițiile și obiceiurile locale să piară, localnicii au început să strângă obiecte vechi, pentru a înființa o expoziție muzeală. Aceasta urmează să fie montată într-o casă veche de lemn, din satul Cârțeni, salvată de la demolare, prin implicarea unui ONG din localitate.

„Vom merge astăzi la o casă din 1848. Nu știu, în totalitate, istoria casei, dar gândind la anul în care a fost construită, știind de Revoluția de la 1848, probabil e o dovadă că, în urma unor evenimente ale Țării Românești, ale României, oamenii au simțit această libertate. Probabil, zona Cârțeniului fiind o zonă de oameni liberi, de chiaburi, cum i-au numit comuniștii, atunci au avut posibilitatea să-și folosească lemnul din pădure, au avut posibilitatea să folosească pământul de crivină, pe care-l utilizau la tencuirea pereților, împreună cu nuiele, au avut posibilitatea să se dezvolte. ... Vom încerca să facem un mini-muzeu, cu oameni importanți din sat, încercând să reproducem viața din trecut. Într-adevăr, este un proiect, sperăm să se finalizeze, este un vis...(Felix Godeanu - prof. Școala Gimnazială Grozești, Președinte Fundația Iubirii Culturale)

Concluzii

Așa cum am arătat în cele de mai sus, comunitatea rurală, fie ea cât de săracă, rămâne un magnet atât pentru cei care încă trăiesc în ea, cât și pentru cei plecați, care se întorc aici, măcar de sărbători. Pentru ca aceasta să nu se dezintegreze și să rămână acel „la țară” pe care fiecare român îl are în suflet, e nevoie, așa cum am văzut, de oameni implicați, care să creeze condiții, pe cât posibil, pentru ca vatra satului să nu fie părăsită, iar tradițiile să nu dispară. De asemenea, atragerea tinerilor din comunitate în activități este foarte importantă, pentru ca aceștia să învețe principiile cetățeniei active, care este foarte importantă, pentru a face ca societatea să se dezvolte, în orice colț de țară.

O mare oportunitate pentru tinerii din mediul rural este, așa cum am arătat, Programul Erasmus+, al Uniunii Europene: „Programul urmărește să promoveze, în toate acțiunile sale, egalitatea de șanse și de acces, incluziunea, diversitatea și echitatea. Organizațiile și participanții cu mai puține oportunități se află în centrul acestor obiective și, în vederea atingerii acestora, programul le pune la dispoziție mecanisme și resurse. Atunci când își concep proiectele și activitățile, organizațiile ar trebui să adopte o abordare favorabilă incluziunii, făcându-le accesibile unei game variate de participanți.” (<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/ro/programme-guide/part-a/priorities-of-the-erasmus-programme>)

Bibliografie:

1. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/ro/programme-guide/part-a/priorities-of-the-erasmus-programme>
2. https://ro.wikipedia.org/wiki/Comuna_Groze%C8%99ti,_Mehedin%C8%9Bi
3. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2015-007694_RO.html

Cultura corporatistă – cauza eșecului fuziunii companiei DaimlerChrysler

Autor: Doni Mihaela
Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre- Baron Oana
Universitatea din Petroșani

Abstract: Hofstede's Cultural Dimensions Theory, developed by Geert Hofstede, is a framework used to understand the business differences in culture across countries. In other words, the framework is used to distinguish between different national cultures, the dimensions of culture, and assess their impact on a business setting. This theory has also been found in the case of the DaimlerChrysler merger.

1. Dimensiunile culturii și impactul lor

Cercetătorul danez Geerd Hofstede a identificat patru dimensiuni ale culturii pentru a explica comportamentul diferit al indivizilor din diferite culturi. Cele patru dimensiuni ale culturii sunt: distanța ierarhică mare/mică, controlul incertitudinii intens/redus, individualism/colectivism și masculinitate/feminitate.

1.1. Distanța față de putere

Tabelul 1

mică	mare
<ul style="list-style-type: none">• ierarhia semnifică diferență de roluri• toată lumea este în dependență mutuală• subordonații consideră superiorii oameni ca ei• oamenii au drepturi egale• cei care dețin puterea par mai puțin puternici decât sunt în realitate• există o armonie între cei care dețin puterea și ceilalți	<ul style="list-style-type: none">• ierarhia este o inegalitate naturală• doar unele persoane sunt complet independente• superiorii sunt inaccesibili• puterea stă la baza societății• cei care dețin puterea trebuie să pară cât mai puternici• există un conflict latent între cei care dețin puterea și ceilalți

Distanța ierarhică mare/mică. Societățile care încearcă să asigure o egalitate a șanselor se caracterizează prin distanța ierarhică mică față de putere. În schimb, culturile care instituționalizează inegalitățile se caracterizează printr-o distanță ierarhică mare față de putere. Ceea ce stabilizează unele societăți occidentale este dimensiunea mare a clasei de mijloc care există în cadrul acestora, între cele două extreme, a celor foarte bogați și a celor foarte săraci. O astfel de societate, în care preponderentă este clasa de mijloc, dă impresia de egalitate, spre deosebire de societățile elitiste care mențin inegalitățile.

Consecințele distanței ierarhice asupra managementului organizațiilor în țările cu o distanță ierarhică:

Tabelul 2

mică	mare
<ul style="list-style-type: none"> tendința spre descentralizare structură organizatorică aplatizată evantai redus de salarii persoanele de la niveluri inferioare au o calificare înaltă 	<ul style="list-style-type: none"> tendința spre centralizare structură organizatorică cu număr mare de niveluri ierarhice evantai larg de salarii persoanele de la niveluri inferioare au o calificare mai redusă

1.2. Evitarea incertitudinii

Controlul incertitudinii este o dimensiune culturală care măsoară "gradul de toleranță față de neliniștea provocată de evenimentele viitoare". Cu cât acest grad de toleranță este mai mare, cu atât controlul incertitudinii este mai redus și invers.

Caracteristici ale țărilor cu un control al incertitudinii intens/reduc. În țările cu un indice ridicat de control al incertitudinii se manifestă tensiune nervoasă în muncă, salariații preferă să lucreze în marile întreprinderi, se asumă mai puține riscuri personale, se preferă instrucțiunile precise și scrise, timpul reprezintă bani, se acceptă un comportament mai agresiv, se încurajează unanimitatea, se apreciază valorile și adevărurile fundamentale etc.

În schimb, în țările caracterizate printr-un control redus al incertitudinii, tensiunea în muncă este mai redusă, salariații nu ezită să-și schimbe locul de muncă, se preferă întreprinderile mici, se asumă mai multe riscuri personale, se dezaprobă un comportament agresiv, este important să-ți ascunzi emoțiile, diferențele nu sunt considerate ca niște amenințări, autoritățile trebuie să servească cetățenii etc.

Influența culturii, prin prisma acestei dimensiuni, asupra managementului. Controlul incertitudinii influențează întreaga viață din cadrul unei societăți, prin prisma ideologiilor, obiceiurilor, preferințelor, inclusiv managementul practicat la nivelul organizațiilor.

1.3. Individualism/colectivism

Dacă se analizează diferite societăți umane, se constată existența unor profunde diferențe în domeniul vieții comunitare. Aceste diferențe provin din relațiile dintre indivizi, din intensitatea relațiilor dintre indivizii unei societăți, care este influențată de perioada din copilărie, din școală etc. Prin prisma acestei dimensiuni, societățile se împart în societăți comunitare și societăți individualiste. În general societățile comunitare valorifică timpul pentru grup, în timp ce societățile individualiste valorifică timpul în favoarea vieții personale a individului.

Trăsături ale țărilor caracterizate prin:

Tabelul 3

individualism	colectivism
<ul style="list-style-type: none"> fiecare trebuie să se ocupe de propria familie folosirea frecventă a formulei „eu” identitatea se bazează pe individ forța vine din inițiativele și realizările personale a fi șef este ideal autonomia, plăcerile și securitatea financiară a indivizilor sunt întărite de către societate suntem tentați să tratăm pe toată lumea la fel 	<ul style="list-style-type: none"> ne naștem pentru a face familia să supraviețuiască folosirea frecventă a formulei „noi” identitatea depinde de apartenența la un grup social forța vine din apartenența la un grup social grupul influențează viața privată obligațiile și securitatea provin de la grupul social se tratează diferit cei care fac parte din grupul nostru social față de ceilalți

1.4. Masculinitate/feminitate

Diferențierea culturilor prin masculinitate/feminitate are la bază anumite scopuri: în general bărbații urmăresc să aibă mari șanse de a accede la posturi înalte, să obțină salarii mari, să aibă posibilitatea de a învăța și de a se perfecționa și de a rămâne la curent cu noutățile. În schimb, pentru femei este important să lucreze într-o atmosferă destinsă, să aibă siguranța că nu vor fi transferate în alte posturi mai puțin dorite, să aibă condiții de muncă bune, să aibă relații bune cu șefii și o colaborare bună cu colegii.

Trăsături ale țărilor caracterizate prin grad mai înalt de:

Tabelul 4

masculinitate	feminitate
<ul style="list-style-type: none"> rolurile bărbaților și a femeilor clar diferențiate bărbatul domină în orice situație reușita e lucrul care contează se trăiește pentru a munci banii și bunurile materiale contează 	<ul style="list-style-type: none"> rolurile bărbaților și femeilor se suprapun calitatea vieții este importantă omul și mediul sunt importante se apreciază solidaritatea ideal este de a face un serviciu

Implicația asupra managementului în țările caracterizate prin:

Tabelul 5

masculinitate	feminitate
<ul style="list-style-type: none"> interesele întreprinderii justifică influențarea vieții private a angajaților sunt puține femei în posturi calificate și bine plătite femeile în posturi calificate sunt agresive multă tensiune în muncă 	<ul style="list-style-type: none"> întreprinderile nu trebuie să influențeze viața privată se găsesc multe femei în posturi calificate și bine plătite femeile în posturi calificate nu sunt agresive puține tensiuni în muncă

2. Studiu de caz privind eșecului fuziunii companiei DaimlerChrysler

2.1. Scurtă prezentare a companiilor Chrysler și Daimler-Benz AG

2.1.1. Compania Chrysler

Chrysler Corporation a fost fondată în 1925 de Walter Chrysler din rămășițele Maxwell Motor Company. După ce a fondat compania, Walter Chrysler a folosit strategia de diversificare și ierarhie a mărcii General Motors, cu care se familiarizase când lucra în divizia Buick la General Motors. Apoi a achiziționat Fargo Trucks și Dodge Brothers Company și a creat mărcile Plymouth și DeSoto în 1928. Confruntându-se cu scăderile postbelice ale cotei de piață, productivității și profitabilității, pe măsură ce GM și Ford creșteau, Chrysler a împrumutat 250 de milioane de dolari în 1954 de la Prudential Insurance pentru plăți pentru extindere și modele de mașini moderne.

Chrysler sa extins apoi în Europa prin preluarea controlului asupra companiilor auto franceze, britanice și spaniole în anii 1960; Chrysler Europe a fost vândut în 1978 către PSA Peugeot Citroën pentru 1 dolar. Compania s-a luptat să se adapteze piețelor în schimbare, concurenței în creștere a importurilor de mașini în SUA și a reglementărilor de siguranță și de mediu din anii 1970. A început un parteneriat de inginerie cu Mitsubishi Motors și a început să vândă vehicule Mitsubishi sub marca Dodge și Plymouth în America de Nord. În pragul falimentului la sfârșitul anilor 1970, a fost salvat cu 1,5 miliarde de dolari în garanții de împrumut de la guvernul SUA. Noul CEO Lee Iacocca a fost creditat cu revenirea companiei la profitabilitate în anii 1980. În 1985, a fost creată Diamond-Star

Motors, extinzând și mai mult relația Chrysler-Mitsubishi. În 1987, Chrysler a achiziționat American Motors Corporation (AMC), care a adus marca profitabilă Jeep sub umbrela Chrysler.

2.1.2. Compania Daimler-Benz AG

Originea Grupului Mercedes-Benz are la bază un *Acord de interes reciproc* semnat la 1 mai 1924 între Benz & Cie. (fondat în 1883 de Karl Benz) și Daimler Motoren Gesellschaft (fondat în 1890 de Gottlieb Daimler și Wilhelm Maybach). Ambele companii au continuat să-și producă mărcile separate de automobile și motoare cu ardere internă până la 28 iunie 1926, când Benz & Cie. și Daimler-Motoren-Gesellschaft au fuzionat oficial - devenind Daimler-Benz AG (Aktiengesellschaft) - și au fost de acord ca, ulterior, toate fabricile să folosească numele de marcă „Mercedes-Benz” pe mașinile lor. Includerea numelui Mercedes în noul nume de marcă a onorat cea mai importantă serie de modele de automobile DMG, seria Mercedes, care au fost proiectate și construite de Wilhelm Maybach. Și-au derivat numele de la un motor din 1900, numit după fiica lui Emil Jellinek. Jellinek a devenit unul dintre directorii DMG în 1900, a comandat un număr mic de mașini de curse cu motor construite conform specificațiilor sale de către Maybach, a stipulat că motorul trebuie să poarte numele Daimler-Mercedes și a făcut noul automobil celebru prin sporturile cu motor. Acea mașină de curse a devenit mai târziu cunoscută sub numele de Mercedes 35 CP. Primul din seria de modele de producție care poartă numele Mercedes a fost produs de DMG în 1902. Jellinek a părăsit consiliul de administrație al DMG în 1909.

Numele Daimler ca marcă de automobile a fost dat de Gottlieb Daimler pentru a fi folosit de alte companii. Este sau a fost folosit în principal de Daimler Motor Company și Austro-Daimler, ulterior Steyr-Daimler-Puch, dar și, pe scurt, de Daimler Manufacturing Company și Panhard-Daimler și alții. Noua companie, Daimler-Benz, nu a obținut consimțământul pentru a include Daimler în numele său de marcă și a folosit numele Mercedes pentru a reprezenta interesul Daimler-Motoren-Gesellschaft. Karl Benz a rămas membru al consiliului de administrație al Daimler-Benz AG până la moartea sa în 1929.

Compania a fost redenumită DaimlerChrysler la achiziționarea producătorului american de automobile Chrysler Corporation în 1998 și a fost redenumită Daimler AG după cedarea Chrysler în 2007. În 2021, Daimler AG a fost al doilea cel mai mare producător auto german și al șaselea ca mărime la nivel mondial după producție. În februarie 2022, Daimler a fost redenumită Mercedes-Benz Group.

2.2. Contextul pieței, motivul și obiectivul fuziunii

În timpul anilor 1990, industria automobilelor a trebuit să facă față unei perioade de criză. De exemplu Germania s-a confruntat cu o cădere în 1993, dar în 1998 și-a revenit prin vânzarea unui număr record de 5,7 mln. de autovehicule. Această dezvoltare a fost posibilă datorită unei competiții dure în industria automobilistică și în urma unei globalizări de succes a producătorilor de mașini. Producătorii de mașini din Europa și America încercau să astupe neajunsurile dintre ei și producătorii japonezi rivali care au adus sistemul de producere a mașinilor până la perfecțiune de-a lungul deceniilor.

Au fost diverse motive pentru realizarea fuziunii. Una din ele a fost expansiunea geografică a companiilor în piețele respective. Ambele companii se combinau perfect încât Daimler-Benz avea 63% din totalul vânzărilor din Europa iar Chrysler 93% din vânzările din America de Nord. Prin fuziune companiile își cresc oportunitățile datorită folosirii facilităților reciproce, mai ales în cazul în care companiile își ating limitele cu privire la capacitățile și resursele proprii.

Ambele companii aveau puncte forte complementare: Daimler-Benz era specializată în mașini de lux, iar Chrysler era specializat în producerea autovehiculelor ieftine și accesibile. Întrucât ambii producători acționau în diverse segmente de piață, în urma fuzionării puteau să servească interesele

unui altuia și să își extindă piața fără a fi în competiție unul cu altul. De asemenea ei puteau să integreze și să învețe din cultura ambilor. Chrysler ar fi putut învăța auto-disciplina, ingineria și orientarea spre calitate, în timp ce Daimler ar fi putut învăța să fie mai flexibili.

Deci, obiectivele fuziunii erau clare: Compania Chrysler avea nevoie de sprijin financiar construind un parteneriat puternic care i-ar putea oferi asta, însă Daimler AG avea nevoie de un partener pentru a se extinde și pe alte pieți. Ar fi fost nevoie de un partener din afară pentru a nu distruge identitatea sa de brand Mercedes.

Fuziunea DaimlerChrysler a fost anunțată pe 7 mai 1998. Fuziunea se presupunea a fi una egală din partea ambelor companii. Această fuziune se presupunea că ar fi trebuit să fie una de succes. Compania fuzionată era a cincea cea mai mare din industria automobilisticii după numărul de autovehicule produse, după General Motors, Ford, Toyota și Volkswagen.

Jürgen E. Schrempp, președintele Daimler-Benz și Robert J. Eaton, președintele Chrysler Corporation au spus „Noi credem ca fuziunea dintre Chrysler Corporation și Daimler-Benz pentru a forma DaimlerChrysler, este un pas istoric cu perspective înalte. Pe termen mediu, sperăm să ne dublăm.”

Termeni de bază ai fuziunii explicați în declarația companiei DaimlerChrysler au fost:

- Compania va avea două sedii, unul la Stuttgart în Germania și altul la Michigan în SUA;
- Vor fi nouă directori cu putere de vot în cadrul companiei nou formate DaimlerChrysler;
- Fiecare acțiune Daimler va fi 1.005 acțiuni DaimlerChrysler, iar fiecare Chrysler va fi de 0.6235 acțiuni DaimlerChrysler;
- Acțiunile Daimler vor constitui 58% și cele Chrysler 42% din stocul companiei;
- Nu se vor închide uzine și nu vor fi concediați lucrători;
- Nu se va folosi numele companiei pe autovehicule, fiecare brand va rămâne: Mercedes-Benz, Chrysler, Plymouth, Jeep, Dodge, Freightliner, Sterling și Setra.

2.3. Eșecul fuziunii DaimlerChrysler

2.3.1. Fuziune sau achiziție

În mai puțin de doi ani după „fuziune egală”, devine evident faptul că a fost o achiziție. Daimler a confirmat că ChryslerGroup ar fi filiala companiei DaimlerChrysler: ”Fuziunea egală între companii a fost necesară pentru a câștiga suportul lucrătorilor de la Chrysler și a publicului american, dar niciodată nu a fost o realitate”.

De asemenea, Daimler-Benz controla majoritatea locurilor din consiliul de supraveghere. „Căsătoria” dintre cele două companii se pare că nu a fost chiar atât de egală. Asta a devenit relevant când managerii germani au preluat și locurile managerilor companiei Chrysler sau când Daimler-Chrysler a refuzat să pună și logo-ul Chrysler lângă cel al Mercedes-ului la sediul din Stuttgart. Aceasta a creat tensiune între cele 2 companii.

Fuziunea era de așteptat să schimbe industria globală, dar 3 ani mai târziu, capitalizarea de piață a companiei DaimlerChrysler era de 44 mlrd dolari, care era aproximativ de aceeași valoare a companiei Daimler-Benz înainte de fuziune. Astfel pe 3 august 2007, DaimlerChrysler vinde compania către Cerberus Capital Management. Cerbus a plătit 650 mln dolari să ia 80,1% acțiuni din companie. Chrysler a rămas cu 19,9% acțiuni din companie, ceea ce însemna 36 mlrd. de dolari la valoarea din 1998.

2.3.2. Diferențele culturale naționale

Companiile fuzionate aveau culturi corporatiste diferite bazate pe culturi naționale diferite. Keller a făcut afirmația „când vine vorba despre culturile celor două companii, ele sunt ca apa și uleiul”.

Culturile naționale sunt reflectate în cultura corporatistă a companiilor, care se reflectă în cultura organizațională, care se reflectă în modul de lucru și diferitele viziuni din cadrul companiilor. Astfel, cultura națională a jucat un rol important în eșecul fuziunii, datorită impactului culturii corporatiste, întrucât fiecare cultură organizațională își are rădăcinile în culturi naționale diferite.

Un studiu bazat pe teoria lui Hofstede a evidențiat diferențele culturale care au stat la baza eșecului mai sus amintit. Astfel, a fost determinată valoarea fiecărui indicator (Tabelul 6) care definește cultura în cazul celor două țări, SUA și Germania, iar pe baza acestor rezultate s-au putut face aprecieri.

Tabelul 6

	Germania	SUA
Distanța ierarhică	35	40
Individualism/colectivism	67	91
Incertitudine intensă/redușă	65	46
Masculinitate/feminitate	66	62
Orientare pe termen lung/scurt	31	29

Distanța ierarhică

SUA are 40%, adică se clasează cam la același nivel ca și Germania, care are un scor puțin mai scăzut, de 35%. Indexul distanței ierarhice reprezintă dependența dintre subordonați și șef. În SUA, subordonații tind să aibă un nivel mediu de dependență. Stilul de leadership din SUA este pe bază participativă. Angajații germani sunt mai autonomi și sunt mai discreți la muncă.

Individualism/colectivism

SUA are un scor destul de înalt în ce privește individualismul, în timp ce Germania are un scor mult mai scăzut, de 67%. Aceasta înseamnă că Germania este o cultură mai colectivă, iar SUA este o cultură foarte individualistă. Atenția în compania germană se focusează mai mult spre tipul „sentimentului de familie” și responsabilitate socială, pe când în SUA companiile se focusează mai mult pe competiție și individualism.

Evitarea incertitudinii

Germania are un scor de 65%, față de SUA cu 46%. Germania încearcă să evite incertitudinea. Ei preferă mai mult un studiu structurat cu obiective clare, programe și misiuni detaliate. De asemenea preferă sarcinile un singur posibil răspuns corect. Germanilor le place să fie remunerați pentru corectitudine. Lor le place să lucreze conform regulilor. Angajații în Germania sunt mai loiali firmei, decât cei din SUA către a lor.

Masculinitate/feminitate

Ambele națiuni sunt considerate a fi orientate către masculinitate. Ele nu diferă mult în această dimensiune. În SUA de exemplu un profesor e chemat după titlul său doar la universitate, în Germania însă, acesta este numit după titlul pe care îl are în orice mediu s-ar afla. De asemenea și în business, oamenii din diferite culturi trebuie să fie atenți cu referire la asta.

2.3.2. Diferențele culturale corporatiste

Tabelul 7

Aspecte ale muncii și ale management-ului	Germania	America
Relația superior-subordonat	Subordonaților li se oferă responsabilități specifice, deciziile sunt luate de către superiori	Subordonaților li se oferă responsabilități limitate, dar specifice.
Rewards	Pe termen lung-scurt, în dependență de performanță	Pe termen scurt, în dependență de performanță

Relația angajatului cu firma	Bazat pe lege și putere unională, orientare spre lucrători calificați, cu legătură emoțională față de firmă	Bazată pe înțelegeri contractuale, Independență emoțională față de companie
Descrierea job-ului	Sunt necesare detalii ale unui job specific	Sarcini elaborate, o clară distribuție a responsabilităților
Presupuneri culturale	Individualism cu elemente de colectivism relații contractuale formalism înalt	Individualism și relații contractuale

Nu au fost clarificate nici cele mai mici probleme culturale. Era clar că sunt anumite diferențe culturale, dar li s-au acordat puțină atenție pentru a ajuta oamenii să le depășească. Deci, neînțelegeri mutuale au avut loc în cadrul companiei noi, de exemplu în America s-a făcut o distincție clară între viața privată și cea profesională, iar în acest caz germanii s-au simțit ofențați. Americanii nu ar sta mai târziu la lucru pentru a socializa cu colegii săi germani. De asemenea, ei nu și-ar numi colegii pe titlul pe care-l dețin, spre deosebire de Germania.

Tendența germanilor de a se documenta înainte de întâlnire meticolos și de a lua o decizie numai după acordul superiorilor, spre deosebire de americani, care iau o decizie în urma mai multor ședințe și dezbateri. Din cauza acestor deosebiri, managerii Chrysler găseau deciziile deja luate fără ca ei să realizeze. Ei nici nu își dădeau seama când în cadrul unei discuții decizia era deja luată și când nu.

Ultimul aspect ar fi remunerațiile. Schemele diferite de remunerare erau diferite. Managerii executivi erau mai bine plătiți decât cei germani pentru aceeași muncă. De exemplu bordul Daimler-Benz câștigau 11 mln de \$ și Bob Eaton a câștigat singur 9.8 mln \$, care a spus ca cei din Europa au o problemă adevărată cu asta. Americanii erau ghidați de bani în timp ce germanii erau motivați de putere.

Eșecul fuziunii s-a datorat incapacității managerilor de a stabili o unică cultură și strategie corporatistă. Datorită dominanței germanice în DaimlerChrysler mulți angajați manageri din Chrysler și au plecat să lucreze pentru GM și Ford.

Concluzie

Teoretic, fuziunea ar fi fost un succes. Totuși, prezența împovărătoare a conflictelor și a diferențelor culturale care au fost lăsate într-o parte. Cultura națională a jucat un rol major în eșecul fuziunii, întrucât cultura națională este cea care influențează cultura corporatistă. DaimlerChrysler nu au studiat posibilitatea șocurilor culturale. Daimler și-a impus cultura sa în întregul grup, neluând în considerare și cealaltă parte a monedei, ceea ce a dus la dezbinarea companiei DaimlerChrysler.

Bibliografie:

1. <https://www.encyclopedia.com/economics/economics-magazines/daimlerchrysler-corporation>
2. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/hofstede-cultural-dimensions-theory/>
3. <https://accessispro.wordpress.com/2018/01/05/geert-hofstede-cele-5-dimensiuni-culturale/>
4. https://koaha.org/wiki/Daimler_Chrysler
5. <https://www.casestudyinc.com/daimler-chrysler-and-the-failed-merger/>

7. <https://ro.psychologyinstructor.com/cunoasteti-dimensiunile-culturale-ale-lui-hofstede-si-influenta-lor-asupra-societatii/>
8. <https://en.wikipedia.org/wiki/Chrysler>
9. https://en.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_Group

Responsabilitate socială corporativă la Lidl România

Autor: Gorea Elena
Coordonator: Conf. univ. dr. Dura Codruța
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Considering the rapid acceleration of the globalisation trend of the economic life, I believe that it becomes increasingly important for businesses to take into account both the achievement of economic objectives and the social goals, as well as the interests of human society.*

In the first paragraph of the present paper, I have described LIDL România SRL, a discount retailer which has been trading food and non-food products in Romania since 2011. The company has been awarded the Gold Level award for the last two years at the «Best Practices in Corporate Sustainability» conference organised by Romania CST Index. This confirmed the efforts made to be a responsible, sustainable, and transparent company in several areas of corporate social responsibility.

In the second paragraph, I have addressed a few facets of corporate social responsibility (CSR) strategy, communicated by LIDL România in the content of its sustainability reports. The company has a strong motivation to get involved in solving the problems existing in the world in order to have a clean environment, an educated, healthy, and happy society, as well as to be concerned that future generations should have equal access to non-renewable natural resources. This motivation gives impetus to the company to get involved in several social activities and programs that have a visibly positive impact.

1. Compania Lidl – prezentare generală

LIDL România este magazinul de origine germană care oferă românilor produse alimentare și non-alimentare de înaltă calitate într-un sortiment variat direct de la producători. Povestea LIDL s-a început în localitatea Neckarsulm din Baden-Württemberg, din Germania, unde până-n ziua de astăzi se află sediul central internațional, datorită familiei Swarz. Astăzi, în România există 11500 de magazine, peste 200 de centre logistice și 30 depozite în toată țara. De asemenea, LIDL este prezentat în 32 țări, iar din anul 2017 și 2018, LIDL a deschis filiale în SUA și în Serbia.

Tabelul de mai jos (tabelul nr. 1.1.) prezintă cei mai importanți indicatori din Bilanțul firmei LIDL România pentru ultimii 5 ani: active circulante și imobilizate, capitaluri proprii, capital social și total datorii¹. Creșterea activelor circulante în perioada 2016-2019 se datorează creșterilor tuturor componentelor, creanțele înregistrând cea mai mare valoare. Având în vedere situația generală a companiei, mai precis faptul că valoarea cifrei de afaceri înregistrează creșteri continue în ultimii 5 ani analizați, creșterile valorii stocurilor și creanțelor sunt sustenabile, deoarece compania este nevoită să-și mărească producția în urma creșterii vânzărilor.

¹ *** - <https://www.listafirme.ro/lidl-romania-scs-15300120/>

Tabelul nr. 1.1.

Bilanțul firmei LIDL România în perioada anilor 2016-2020

RON

	2016	2017	2018	2019	2020
Active imobilizate	2.166.753.535	2.765.116.788	3.556.338.930	4.269.914.884	4.555.384.109
Active circulante	125.547.578	183.003.978	230.714.852	244.479.962	89.955.221
Stocuri	2.697.120	2.697.120	12.553.781	11.286.707	11.286.707
Creanțe	116.566.965	175.431.559	215.261.420	232.324.704	78.031.199
Casa și conturi	6.283.493	4.875.299	2.899.651	868.551	637.315
Capitaluri proprii	320.865.462	309.619.864	984.890.347	1.014.971.180	608.548.098
Capital social	532.564.992	532.564.992	997.864.992	997.864.992	997.864.992
Datorii	1.971.887.013	2.638.848.887	2.801.712.210	3.489.612.837	4.035.383.676

Sursa: <https://www.listafirme.ro/lidl-romania-scs-15300120/>

LIDL România este desemnată una dintre cele mai sustenabile companii din România, prin faptul implicării și acordării investițiilor majore pentru proiectele cu impact la nivel de economie, comunitate și de mediu.

În ultimii doi ani, LIDL România confirmă poziția sustenabilă prin premiu Gold Level, având 84 de puncte din 100², conform analizei realizate de agenția de consultanță The Azores și prezentate în cadrul ediției România CST Index, în cadrul conferinței «Best Practices in Corporate Sustainability 2021».

Premiul Gold Level reprezintă recunoașterea eforturilor LIDL România de a aduna, într-un raport de sustenabilitate conform standardelor internaționale de raportare a sustenabilității GRI, toate informațiile non-financiare în forma transparentă, asumând obiectivele de investiții și performanță, în care sunt incluse patru domenii majore de responsabilitate: resurse, lanțul de aprovizionare, operațiuni, clienți, unde compania a investit cel mai mare buget.

2. Aspecte ale responsabilității sociale corporative comunicate de Lidl în rapoartele de sustenabilitate și în cele non financiare

2.1. Aspecte privind politica de protejarea a mediului ambiant

LIDL România dorește să contribuie la accesul generațiilor viitoare la resursele naturale neregenerabile, cum ar fi: apa, solul și alte resurse naturale. Astfel, compania aderă planului de acțiune la nivelul Uniunii Europene pentru reducerea poluării la zero și protejarea mediului ambiant, care presupune următoarele acțiuni³:

- reducerea cu 50% a deșeurilor și a deșeurilor din plastic din mări, și cu 30% a microplasticelor eliberate în mediu;
- reducerea cu 50% a pierderilor de nutrițienți și a utilizării produselor pentru protecția culturilor;
- reducerea cu 25% a ecosistemelor din UE în care poluarea atmosferică amenință biodiversitatea.

Principalele măsuri în combaterea cu pătrunderea plasticului și microparticulelor de plastic în apele râurilor, mărilor și oceanelor sunt următoarele:

² *** - https://www.theazores.ro/wp-content/uploads/2021/12/Romania_CST_Index_2021_Results-2.pdf

³ *** - <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/1>, pag. 20

- dispariția microplasticului din lista ingredientelor în cea mai mare parte a produselor cosmetice, în special microplasticului de tip A. Particulele solide de plastic mai mici de 5 milimetri cu efect de abraziune, precum și polimerii sintetici nonbiodegradabili solizi nu vor mai fi utilizați;
- utilizarea logoului «rețetă fără microplastic» pe produsele cosmetice, pentru identificarea acestor produse;
- căutarea înlocuitorilor plasticului care au aceleași proprietăți, dar au un impact semnificativ mai mic, ușor de identificat și după remediat.

Activitatea de bază a companiei presupune o cantitate mare de ambalaje. De aceea este practică colectarea, sortarea și reciclarea acestora. Pentru reducerea plasticului, a fost concepută strategia **REset Plastic**, prin care a fost propusă, până în anul 2025, reducerea plasticului cu 20% din ambalajele produselor de marcă proprie și care vor fi reciclabile în proporție maximă. Precum se dorește renunțarea folosirii plasticului negru în ambalarea produselor de marcă proprie până la sfârșitul anului 2021. Primele rezultate ale acestei strategii sunt⁴:

- a fost redusă densitatea foliei cu 14% pentru ambalajele croasanților cu umplutură nuga;
- a fost introdusă sticla din 100% R-Pet pentru băutura vegană Vemondo;
- a fost înlocuită plasa din plastic folosită la lămâile Bio 500 g cu plasă din celuloză;
- a fost redusă densitatea ambalajului cu 53% pentru morcovi;
- a fost redusă cantitatea plasticului folosit pentru ambalarea produselor din carne, astfel a fost constată o reducere semnificativă care variază de la 17% la 40%;
- a fost redusă cantitatea plasticului pentru ambalajul uleiului Olidor, ceea ce a condus la o reducere de 39.204 kg de plastic;
- a fost înlocuit integral ambalajul din PET al produsului de marcă proprie Budincă cu ambalajul din hârtie FSC MIX;
- a fost înlocuită fereastra din plastic a pungilor de hârtie din zona Brutăria Lidl cu una din material compostabil, deci a fost redusă cantitatea de plastic cu 23.000 kg;
- au fost introduse pungi din 100% material compostabil în zona fructelor și legumelor, ce a redus cantitatea plasticului cu 123.140 kg. De asemenea, au fost introduse săculeți reutilizabile pe care clienții pot procura din magazinele companiei;
- au fost înlocuite pungile de tip maieu de la casele de marcat cu pungi de 50 de microni;
- au fost introduse pungile din plastic reciclat și pungi din bumbac;
- au fost înlocuite pungi în care se vând bananele bio cu etichetă-bandă;
- au fost optimizate ambalajele gamei Aleste de 200 g, astfel a fost redusă cantitatea plasticului cu 4.562 kg;
- a fost înlocuit absorbantul din plastic în ambalajul produselor din carne cu absorbantul din celuloză care duce la minimizarea deșeurilor;
- au fost excluse definitiv din sortimentul său toate articolele de unică folosință din material plastic: paie, pahare, tacâmuri și farfurii;
- au fost înlocuite bonurile de la casele de marcat cu hârtia fără coloranți chimice, care este rezistentă la soare, la apă și este reciclabilă ce permite clienților să contribuie la protejarea mediului ambiant, prin aruncarea bonurilor la tomberoane destinate hârtiei. Acest material provine din lemn crescut în regim de silvicultură sustenabilă, unde managementul este certificat cu FSC, care ne permite să înțelegem că pădurile sunt gestionate în mod responsabil, iar lucrătorii forestieri muncesc în siguranță;
- a fost redusă cantitatea plasticului cu 30 de tone anual;
- a crescut numărul de produse prezentate în magazinele LIDL România care corespund politicilor de responsabilitate a companiei.

⁴ *idem* 3, pag. 35 - 46

Astfel observăm, compania încearcă să adauge cât mai multe produse realizate în mod responsabil pentru a preveni poluarea mediului ambiant. În acest mod, determină furnizorii să fie certificați și atestați **GLOBALG.A.P**, pentru a putea colabora și în viitor cu LIDL România care dorește să păstreze natura și să ofere clienților produse de calitate.

De asemenea, în lanțul de aprovizionare și producție se lucrează asupra protecției mediului ambiant. În anul 2020, a fost obținută recertificarea **ISO 5002:2018** care confirmă nivelul de eficiență și conformare cerințelor europene în eficiență energetică. A fost identificat furnizorul care asigură companiei 100% energie regenerabilă pentru 94% din consumul total de energie⁵, astfel emisii de CO₂ sunt reduse cu 95% comparativ cu anul 2018 ce contribuie semnificativ la protejarea mediului ambiant. În ciuda creșterii consumului energiei, efectele dăunătoare scad, datorită trecerii la energia regenerabilă.

O altă cauză poluării mediului ambiant este transport. LIDL România încearcă să micșoreze acest impact indirect asupra poluării. Astfel, compania încearcă să crească eficiența rutelor și modului de utilizare a transportului prin contractarea serviciilor de transport cu vehicule cu norme Euro 5 și Euro 6 (acestea reduc semnificativ emiterea gazelor cu efect de seră și de CO₂), mai mult, se caută soluții de transport care va utiliza combustibil alternativ, spre exemplu gaz natural comprimat care este prietenos cu mediul și înregistrează cu până la 77% mai puține emisii particulare fine și până la 23% mai puțin CO₂⁶. Ca rezultat, în anul 2020 au fost emise 3.490 de tone de CO₂, comparativ mai puțin decât în anul 2019, când au fost emise 3.775 de tone de CO₂⁷.

LIDL România colaborează cu CHEP România în sens de reutilizare a paletelor. Prin acest serviciu, din anul 2017 au fost obținute următoarele rezultate⁸:

- au fost salvați 1.667 de copaci de la tăiere;
- a fost redus gradul de poluare cu 2.085.349 kg de CO₂;
- a fost redusă cantitatea de deșeuri cu 189.055 kg.

Ca planuri pe viitor, compania își propune să ajungă la o stație de compost și biogaz, pentru ca produsele returnate din magazine să nu mai prezinte deșeu menajer, ci să fie transformate într-un produs care poate fi reintrodus în circuitul de utilizare.

Un alt obiectiv important pe care compania și-a propus este reducerea consumului de apă. 34% din totalul magazinelor au reușit să fie conectate la sistemul de monitorizare de la distanță a consumului de apă. Se dorește reciclarea apei pentru diferite întrebuințări, localizarea și remedierea rapidă a pierderilor.

2.2. Aspecte ale implicării în comunitate

«Oamenii și mediul sunt motivele pentru care Lidl este și rămâne implicat în societate»⁹. Compania îndreaptă toate puterile pentru rezolvarea cauzelor problemelor reale sociale din societatea românească, de aceea concentrează eforturile pe educație și mediu, astfel se străduie să îndeplinească obiectivele de acțiune prevăzute prin semnarea Pactului Global al Națiunilor Unite. Chiar și în condițiile de pandemie, întreprinderea continua să susțină proiectele și ONG-urile cu care a început să colaboreze. În acest mod, în anul financiar 2019-2020, au fost donate peste 30 de milioane de lei și sprijinite peste 90 de ONG-uri¹⁰.

Mai jos vor fi prezentate programele realizate de LIDL România în scopul rezolvării problemelor sociale a comunității din România.

⁵ *idem* 3, pag. 48

⁶ *idem* 3, pag. 33

⁷ *idem* 3, pag. 43

⁸ *idem* 3, pag. 49

⁹ *** - <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/societate>

¹⁰ *idem* 3, pag. 74

«**Școala în culori vesele**». Această companie reprezintă programul de marketing legat de o cauză. A avut loc în perioada 23 august 2021 – 5 septembrie 2021, sloganul căreia a fost 1 produs cumpărat este egal cu 1 leu donat către Teach for Romania. Fiecare copil are dreptul la educația calitativă, indiferent din ce familie provine, iar noi, adulții suntem responsabili pentru acest drept. A fost donată o sumă de 1.300.000 de lei, care au ajutat să se formeze cadrele didactice în 28 de comunități vulnerabile, pentru a oferi educația de calitate pentru 2.500 de copii.

«**Pâine și mâine**». Acest program de marketing legat de o cauză, compania realizează în fiecare an, începând cu anul 2016. Pentru fiecare jucărie cumpărată de Crăciun, LIDL România donează 1 leu către World Vision România. Astfel, toți participanții contribuie la combaterea abandonului școlar răspândit în mediile defavorizate și progresarea învățării pentru un viitor mai bun. Copiii care participă în acest program beneficiază zilnic de activitățile after-school și de o masă caldă.

«**Verde la educație pentru circulație**». Acest proiect este național și promovează o anumită problemă, iar LIDL România îl sprijină din anul 2011. Pe 28 septembrie 2019, alături de Poliția Română, în parcurile magazinelor Lidl a avut loc un joc educativ «Surprize sau Amenzi» pentru copii cu vârste cuprinse între 4 și 10 ani. Scopul acestui joc constă în învățarea și informarea copiilor, cum se trece strada în siguranță și care sunt cele mai importante reguli de circulație atât pentru mașini, cât și pentru pietoni.

«**Fondul pentru un viitor mai bun**». În anul 2020, LIDL România împreună cu Federația Fundațiilor Comunitare din România, au lansat acest proiect de marketing social pentru susținerea inițiativelor locale derulate de ONG-uri și grupuri de inițiativă civică. În primul an, programul a oferit coaching și sprijin financiar în valoare de 1.187.500¹¹ de lei pentru 49 de proiecte care încearcă să răspundă provocărilor educaționale din Brașov, Brăila, Bufta, Cluj-Napoca, Oradea și Vaslui. Deja sunt realizate 3 proiecte, și anume: prima grădină de legume din Oradea; prima școală dotată cu panouri solare din Vaslui și primul curs de alfabetizare digitală din Cluj.

«**Fundația pentru SMURD**». Aceasta este o organizație non-guvernamentală care îmbunătățește calitatea vieții persoanelor care locuiesc în România, prin «dezvoltarea sistemului integrat medical de urgență și prim ajutor»¹². Datorită sprijinului LIDL România, fundația continuă să extindă programul național de dotare a celor mai aglomerate orașe din țară cu motocicletele de intervenție urbană, dotate cu defibrilator semi-automat, balon de resuscitare, trusă cu laringoscop, aspirator de secreții și geantă medicală de urgență. Sprijinul financiar oferit de compania pentru extinderea ajutorului în județul Galați este de 60.000 de euro. Până în prezent, au fost achiziționate încă zece motociclete pentru orașele Cluj, Timișoara, Iași, Constanța și Brașov în valoare de 300.000 de euro¹³. În anul 2020, Departamentul pentru Situații de Urgență prin Fundația pentru SMURD, cu ajutorul LIDL România au achiziționat prima secție de terapie intensivă mobilă în valoare de 264.930 de dolari care ajută la preluarea pacienților în stare critică¹⁴. Această secție mobilă este realizată în construcție de tir, astfel putând să se deplaseze oriunde în țară și are capacitate pentru 12 pacienți.

«**România cu un singur chip**». Acest proiect de marketingul social a fost lansat în parteneriat cu Ambasada Sustenabilității pentru promovarea dezvoltării comunității. Astfel, vor fi măsurate decalajele existente între mediul urban și rural, pentru a înțelege unde e mai necesară contribuția pentru dezvoltarea durabilă. Vor fi reamenajate școlile din zonele defavorizate, ce face o implicare directă în calitatea educației și combaterea sărăciei din mediul rural.

«**Școala de carte și meserii**». Acest proiect face parte din învățământul profesional dual, inițiat în anul 2017 împreună cu Camera de Comerț Româno-Germană, prin care elevii din clasele a X-a și a XI-a au posibilitatea de a face practica în magazinele LIDL pentru a se familiariza cu

¹¹ *** - https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/apel-de-idei-si-proiecte-fondul-comunitati?fbclid=IwAR1_sEHmPiWLk9-wLqPxzW2fwVLURFZRwWUuhTZ0h8TcllMpoEiUiQV9yuo

¹² *** - <https://fundatiapentrusmurd.ro/>

¹³ *** - <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/fundatia-pentru-smurd-cu-sprrijinul-lidl-romania-da-in-folosinta-2-motociclete-de-interventie-urbana-in-judetul-galati>

¹⁴ *** - <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/lidl-smurd-dsu-unitate-mobila-de-terapie-intensiva>

responsabilitățile unui lucrător comercial. În anul 2019, 75 de elevi au desfășurat practica în magazinele companiei, iar în anul 2020, 64 de elevi au participat în acest proiect în regim on-line pe platforma Learning.

«**Programul Duales Studium**». Acest program de acțiuni filantropice este destinat absolvenților de liceu care au ocazia de a studia în Germania, la Facultatea de Comerț din Heilbronn, pentru a căpăta experiența și a se pregăti pentru un post de management în vânzări.

«**Educația timpurie este iubire**». În cadrul acestui proiect, cu susținerea LIDL România, Centrul Step by Step a lansat în ianuarie 2021 platforma on-line <https://educatietimpurie.net/>, care reprezintă o sursă pentru informare amplă și gratuită destinată părinților despre dezvoltarea copilăriei timpurii și educație timpurie, pentru că cea mai importantă perioadă pentru dezvoltarea creierului unui copil sunt primele 1000 de zile de viață. De asemenea, primii 6-7 ani înainte de școală reprezintă o etapă importantă de pregătire a copilului pentru a intra în învățământul obligatoriu, de aceea părinții trebuie să fie informați cum să susțină și să pregătească copilul său pentru începutul vieții lor. Pentru a sprijini acest proiect, compania lansează campanii de donații la casele de marcat din magazine. «Educația timpurie este iubirea, iar iubirea se oferă din prima zi»¹⁵.

Concluzii

Comportamentul responsabil al Lidl este bazat pe cinci arii: resurse și agricultură; lanțul de aprovizionare și procesare; operațiuni și procese; clienți și societate; angajați. Pentru LIDL România, responsabilitatea socială înseamnă programe, nu proiecte punctuale, toate gândite pe termen lung, cu rezultate pe care le putem vedea în timp. Cu fiecare program, obiectivul lor este să contribuie în mod real la rezolvarea problemelor din comunități, să ofere soluții și oportunități, de aceea compania merită dragostea și fidelitatea societății în care activează, pentru că îi pasă cu adevărat de copii, adulți, mediul ambiant și calitatea produselor oferite.

Bibliografie:

1. Dura C., Isac C., Chicajanu M., *Responsabilitatea socială corporativă. Fundamente teoretice și studii de caz*, Editura Universitas, Petroșani, 2019
2. Gangone A.D., *Responsabilitate socială corporatistă. Repere conceptuale. Abordări strategice. Particularități sociale.*, Editura Universitară, București, 2014
3. Poțincu L., Poțincu C.R., *Etică în afaceri și responsabilitate socială corporatistă*, Editura C.H.Beck, București, 2013
4. Stancu A., *Marketing și responsabilitate socială. O abordare strategică privind compania sustenabilă. Ediția II*, Editura ASE, București, 2018
5. *** - <https://www.listafirme.ro/lidl-romania-scs-15300120/>
6. *** - <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/1>
7. *** - <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/societate>
8. *** - https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/apel-de-idei-si-proiecte-fondul-comunitati?fbclid=IwAR1_sEHmPiWLk9-wLqPxxW2fwVLURFZRwWUuhTZ0h8TcllMpoEiUiQV9yuo
9. *** - <https://fundatiapentrusmurd.ro/>
10. *** - <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/fundatia-pentru-smurd-cu-sprijinul-lidl-romania-da-in-folosinta-2-motociclete-de-interventie-urbana-in-judetul-galati>
11. *** - https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/lidl_smurd_dsu_unitate-mobila-de-terapie-intensiva

¹⁵ *** - <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/lidl-sustine-importanta-educatiei-timpurii-pentru-dezvoltarea-sanatoasa-a-copiiilor-printr-un-parteneriat-strategic-cu-centrul-step-by-step?fbclid=IwAR0-aVyzRpEeYubxXfqimEXSLNfo8YxwgBuTAJ437hvpBMii8dLhYIAMARA>

12. *** - <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/lidl-sustine-importanta-educatiei-timpurii-pentru-dezvoltarea-sanatoasa-a-copiilor-printr-un-parteneriat-strategic-cu-centrul-step-by-step?fbclid=IwAR0-aVyzRpEeYubxXfqimEXSLNfo8YxwgBuTAJ437hpxBMii8dLhYIAMARA>
13. ***- [https://www.theazores.ro/wp-content/uploads/2021/12/Romania CST Index 2021 Results-2.pdf](https://www.theazores.ro/wp-content/uploads/2021/12/Romania_CST_Index_2021_Results-2.pdf)

Impactul digitalizării în managementul resurselor umane

Autor: Iapără Tudor
Coordonator: Conf. univ. dr. Ghicajanu Mihaela
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Digital transformation is generating a fierce debate among policy-makers, economists and industry leaders about its societal impact. As digitalization disrupts society ever more profoundly, concern is growing about how it is affecting issues such as jobs, wages, inequality, health, resource efficiency and security. Digital technology has caused the total re-evaluation and improvement of the procedures and systems concerning different capacities throughout businesses, and the human resource role is not an exception.*

1. Introducere

Progresul tehnologic schimbă în mod fundamental societatea în care trăim, economia și locurile de muncă pentru a aduce beneficii pe termen mediu și lung privind creșterea calității vieții, creșterea economică și tot ceea ce ne înconjoară.

Progresul se simte pe zi ce trece, este mereu în dezvoltarea de noi tehnologi, acum în zilele noastre majoritatea au telefon performant, trăim în clădiri, birouri și case inteligente care acum câțiva ani păreau imposibil de realizat.

Sistemul informatic reprezintă un set integral de componente pentru colectarea, stocarea, prelucrarea datelor și informațiilor pentru furnizarea lor, cunoștințelor și a produselor digitale și este parte integrantă în sistemul informațional. Multe companii, organizații se bazează pe sistemele informatice pentru a putea prelucra, gestiona operațiunile, pentru interacționarea lor cu clienții și furnizorii, implicit să-și facă apariția pe piață, concurând cu celelalte companii. Un exemplu elocvent, multe corporații folosesc sisteme informatice pentru a intra în contact cu potențialii clienți cu mesaje specifice pe Web; pentru a procesa costuri financiare, de asemenea pentru gestionarea resurselor umane.

Unul din rolurile esențiale ale organizațiilor este să aibă grija de cea mai importantă resursă: oamenii. Să recruteze talentele, să se asigure că pun angajatul potrivit la locul potrivit, să sprijine salariatul să-și dezvolte noi abilități și competențe, să le ofere resurse pentru a rămâne motivați și productivi, să le evalueze performanțele și să le ofere recompense. Pe scurt, să știe să facă managementul resurselor umane. Această sarcină cade pe umerii managerilor și ai specialiștilor din departamentul resurselor umane, care trebuie să fie, în același timp, mentori, strategii, negociatori, buni comunicatori, traineri, dar și birocrați, pentru că tot ei se ocupă și de partea de recrutare, angajare, gestionarea bugetelor, semnarea și transmiterea documentelor. Este multă munca, pentru că managementul resurselor umane este un proces complex, însă odată cu digitalizarea resurselor umane o parte din task-urile repetitive se fac acum automat, eliberând agenda profesioniștilor, care au mai mult timp pentru a-și dezvolta abilitățile de leadership și pentru a coordona angajații.

Am ales această temă pentru elaborarea și susținerea acestei lucrări la SIMPOZIONUL NAȚIONAL STUDENȚESC, „Student, Știință, Societate”, la ediția a-XX-a, deoarece sunt pasionat de această tehnologie, în viitor o să ader pentru dezvoltarea un produs digital care va avea ca scop să aducă beneficii și să fie folosit de către întreprinderi.

2. Scopul digitalizării în managementul resurselor umane

Digitalizarea ridică resurselor umane la un nivel complet nou. Pe de o parte aduce mai multă stabilitate și eficiență în operațiunile zilnice. Pe de altă parte ajută afacerile să fie mai dinamice și permite managerilor de resurse umane să fie mai agili și flexibili în munca lor cum ar fii:

- **Managementul organizațional**

O aplicație de gestiune a structurii companiei, cu focus pe organigramă, îți va permite să definești rolurile, funcțiile și fișele de post din cadrul organizației, dar și matricea competențelor. Odată organigrama creată, aceasta va fi accesibilă tuturor celor ce au dreptul de a o utiliza, automatizându-se fluxurile în cadrul oricărui proces resurselor umane.

- **Procesul de recrutare**

Un sistem resurselor umane performant va facilita întregul proces al recrutării. De la gestiunea surselor de recrutare și până la comunicarea rapidă, la gestionarea postărilor în social media sau în job-board-uri și până la filtrările bazei de date în funcție de criterii prestabilite sau evaluarea candidaților, automatizarea procesului de recrutare va fi benefică pentru toți membrii organizației implicați în procesul de recrutare – membri ai departamentului resurselor umane sau manageri beneficiari ai recrutării.

În același timp, candidații vor avea o experiență pozitivă, ce va contribui la un avantaj competitiv și la întărirea brandului de angajator. Totul în timp ce te asiguri că cerințele GDPR sunt integral îndeplinite.

- **Administrarea personalului**

Aplicația de resurse umane îți oferă, prin dosarul electronic al angajatului, un instrument util pentru a organiza toate informațiile legate de angajați: contracte de muncă, date personale și alte elemente ale dosarului angajatului. Vei avea posibilitatea de a accesa informațiile în formate diverse, în funcție de necesități.

Salvezi mult timp prin automatizare în cazul actualizării a diverse informații aplicabile pentru toți angajații, și îți mai ușor evidența aspectelor legale de care trebuie să te ocupi în termene stricte.

- **Salarizarea**

Calculul și plata salariilor reprezintă una dintre cele mai consumatoare de timp și de resurse activități ale departamentului resurselor umane. Softul de salarizare va reduce considerabil timpul și efortul destinat procesului, iar atunci când este achiziționat în cadrul unui program all-in-one, va fi corelat cu celelalte module interdependente: pontajul sau administrarea personalului.

În plus, atunci când aplicația utilizată include funcționalități de self service pentru angajați, comunicarea dintre management, membrii departamentului HR și angajați va fi facilitată. (<https://eu.sincronhr.com/ro/blog/management-resurse-umane-digitalizarea-proceselor-hr/>).

3. Transformarea digitală asupra resurse umane– beneficii și provocări

Departamentele de resurselor umane rămân, cel mai des, în urmă. Sondajele și studiile realizate pe acest subiect arată, în repetate rânduri, că angajații din resurse umane nu au timp să se ocupe de aceste sarcini deoarece sunt complet ocupați cu activitățile operaționale și administrative de zi cu zi. Acest lucru ridică o întrebare importantă pentru manageri de resurse umane: cum îndeplinești un rol fără a-l neglija pe celălalt?

Digitalizarea este cheia. Utilizând o analogie, digitalizarea permite rezolvarea rapidă a sarcinilor operaționale (precum ascuțirea unui topor) și permite ca efortul să fie canalizat pe tăierea lemnului. Procesele se desfășoară mai rapid și mai eficient. Cu cât un departament de resurse umane poate implementa cu succes transformarea digitală, să automatizeze procesele administrative complexe, cu atât va avea un orizont mai larg în rolului său de partener și consilier strategic.

([https://insights.tt-s.com/ro/transformarea-resurselor-umane-inceputul-unei-noi-ere-de-excelenta-in-hr -Digitalizarea creează un orizont mai larg de acțiune.](https://insights.tt-s.com/ro/transformarea-resurselor-umane-inceputul-unei-noi-ere-de-excelenta-in-hr-Digitalizarea_creeaza_un_orizont_mai_larg_de_actiune))

Creșterea productivității

Odată cu digitalizarea, productivitatea se îmbunătățește, unele locuri de muncă se înlocuiesc cu tehnologie, iar sarcinile intensive în forța de muncă sunt relocate în piețele emergente, unde forța de muncă este mai ieftină.

Din acest punct de vedere, România ar putea profita, pentru încă o vreme, de diferențialul salarial important față de țările avansate ale UE și să atragă unele activități intensive în forța de muncă dinspre țările mai avansate.

Totuși, acesta nu este un model de afaceri atractiv și nici nu reprezintă o soluție, ci mai degrabă o amăgire pe termen scurt, eventual mediu. Un alt efect al digitalizării este creșterea relocalizării.

Pe măsură ce companiile din țările avansate își îmbunătățesc productivitatea datorită digitalizării, își transferă locuri de muncă în țările mai puțin dezvoltate, cu un grad de digitalizare mai redus. (<https://www.capital.ro/avantajele-si-pericolele-digitalizarii-toti-angajatii-vor-trebuie-sa-se-adapteze-la-noua-evolutie-industrial.html>).

Potențialul extinderii economiei digitale

Un studiu McKinesy arată că România are potențialul de-a-și dezvolta masiv economia digitală (sectorul IT, sectorul e-commerce și valoarea pe care consumatorul o cheltuie pe echipamente digitale). Conform studiului, economia digitală are potențialul de-a se extinde la a reprezenta 12% din PIB până în 2025, comparativ cu 6.8% în 2018.

Creșterea rapidă a sectorului economic digital, cu 11% pe an între 2017 și 2019, rata mare de acoperire a teritoriului cu tehnologie 4G și numărul mare de absolvenți în domeniul științific, oferă posibilitatea digitalizării rapide în următorii ani.

Totuși, România are cei mai puțin specialiști în IT&C după Grecia, cu o medie de 2.3% față de media europeană de 3.9%. În ciuda faptului că contribuția economiei digitale la PIB este de aproape 6% în 2018, sectorul IT&C oferă doar 3.7%, sub Ungaria care primește 6.1% având o doar 3.1% din populație.

În timp ce între alte domenii decalajul dintre media europeană și nivelul salarizării crește, în România acesta scade, ajungând de la 23% în 2008 până la 37% în 2019.

Potențialul de extindere există, doar că pentru a culege roadele dezvoltării economiei digitale, statul trebuie să intervină pentru a se asigura că cetățenii dezvoltă competențele digitale necesare.

Telemunca

Digitalizarea promite optimizarea proceselor, creșterea productivității și reducerile de costuri cu personalul. Experții Deloitte ne avertizează că în spatele digitalizării accelerate, există incertitudini și o lipsă de transparență care ar putea avea efecte majore asupra mediului de afaceri și asupra relațiilor de muncă.

Digitalizarea poate fi văzută și ca mutarea muncii la distanță, ceea ce aduce cu sine anumite riscuri pe care încă nu le-am cuantificat îndeajuns. Se poate pune problema din punct de vedere juridic, unde avem o politică de confidențialitate și de protecție a datelor foarte serioasă, care dacă nu este respectată poate atrage consecințe majore asupra companiei.

Mutarea muncii la distanță, în regim telemuncă a fost una dintre realitățile vieții în timpul pandemiei, cât și dinaintea acesteia.

„Multe companii experimentau destul de serios înainte de pandemie cu munca de acasă: companii în care capacitatea birourilor era la 80%, nu 100%, pentru că celorlalți le lăsausă opțiunea de-a munci de acasă”, a explicat sociologul Ștefan Guga.

Totuși, în pandemie, telemunca a fost una dintre marile ajustări prin care un segment considerabil din România a trebuit să treacă. Dacă în 2019, 0.6% din totalul salariaților lucrau de acasă, fie în regim permanent, fie prezentându-se câteva zile pe săptămână și la birou, în Iulie 2020, după 4 luni de la începutul pandemiei, procentul angajaților a urcat la 24% din total.

Conform unui sondaj TVR din aprilie 2021, 9 din 10 români ar prefera să continue să lucreze de acasă. Printre motivele continuării lucrului de acasă ar fi reducerea timpului petrecut pentru a se deplasa la locul de muncă, cât și o dorință de-a fi mai aproape de familie.

Lucrul de acasă este benefic și pentru angajatori care reduc astfel cheltuielile cu spațiile de birouri.

„Pe termen scurt am văzut o reducere a cheltuielilor cu utilitățile, spațiile de birouri care nu sunt folosite au fost gestionate ca atare, nu au mai fost încălzite. Însă pe termen lung, în loc să ne fie necesar pentru 100 de oameni un spațiu de o mie de metri, vom observa că ne putem descurca cu 800-700 de metri. Biroul va deveni un loc unde lumea va veni în cazul în care este necesară interacțiunea directă, dacă au loc ședințe”, a detaliat și Cătălin Iorgulescu, de la Asociația Business Service Leaders.

Creșterea numărului de angajați în regim de telemuncă a fost substanțială, iar la pachet a venit cu mai multe provocări pentru angajați.

Conform datelor Eurofound, din ian/feb 2021, 62% dintre români au avut cel puțin câteodată momente în care s-au simțit stresați în legătură cu situația de locul de muncă în timpul acestora liber, iar 26.1% s-au declarat a fi frecvent sau în permanență stresați.

De asemenea, 29% dintre români au lucrat peste program cel puțin o zi pe săptămână pentru a-și îndeplini atribuțiile de la muncă pe care nu reușeau să le termine în timpul de lucru alocat.

Faptul că lucrătorul este acasă, între pereții locuinței sale, nu reprezintă un garant pentru sănătatea și siguranța acestuia. De-a lungul acestei perioade, lucrătorii s-au plâns de probleme musculare și psihologice, din cauza lipsei echipamentelor adecvate, din cauza programului de lucru lung și neregulat și lipsa echilibrului dintre viața personală și cea profesională.

Flexibilitatea programului de lucru este bine-venită și ar putea ajuta lucrătorul să se simtă mai bine, să ia pauze când acesta consideră că este nevoie, dar condiții clare trebuie formulate pentru a evita munca suplimentară/peste program și pentru a preveni afecțiunile psihologice și fizice care pot apărea.

Digitalizarea este un proces iminent pe care nu putem să-l prevenim, dar care poate fi gestionat pentru a servi intereselor populației. România are potențialul de dezvoltarea al economiei digitale, doar că vine la pachet cu multe provocări.

Numărul scăzut de tineri și numărul general al populației cu competențe digitale de bază reprezintă un prim obstacol când ne gândim la echitatea sistemului. Reglementarea telemuncii și respectarea legilor în vigoare reprezintă un altul, care dacă gestionat cum trebuie, pot oferi lucrătorilor un nivel de bunăstare ridicat. Digitalizarea este aici, acum depinde de cum vom mitiga riscurile acesteia.

Digitalizarea poate contribui la creșterea inegalităților

Teoretic, persoanele care-și vor pierde locurile de muncă vor trebui să fie ajutate pentru a se reintegra pe piața de muncă, pentru a se adapta noilor condiții și de-a deveni mai rezilienți în fața schimbărilor de paradigmă.

„Fără competențe digitale dobândite pe scară largă și certificate corespunzător, procesul digitalizării rămâne unul formal și riscă să contribuie la creșterea/adâncirea inegalităților din societate și la excluderea unei bune părți a populației din interacțiunile cu statul și administrația. Școala și serviciile publice trebuie să servească toți cetățenii, asigurându-le acces în mod egal și uniform”, arată Asociația Oamenilor de Afaceri din România (AOAR).

Comisia Europeană ne reamintește că România nu stă foarte bine din punct de vedere al competențelor digitale. O analiză din 2020 situează România pe locul 26/28 din punct de vedere al

Indexului Economiei Digitale și Societății Digitale (DESI), care sumarizează indicatorii privind performanța digitală a Europei și urmărește progresul țărilor UE.

Conform analizei, România nu a progresat foarte mult în ultimii 5 ani, lucru ce ar putea îngreuna foarte mult procesul de digitalizare, cât și de protecție a muncitorilor care se vor afla într-o poziție vulnerabilă.

Riscurile digitalizării

Digitalizarea are efecte și asupra mobilității forței de muncă, facilitând combinarea muncii cu viața privată. În principiu, formele mobile de muncă pot fi avantajoase pentru angajați și angajatori deopotrivă, dar pentru aceasta este nevoie de includerea în contractele de muncă a unor specificații suplimentare, care să trateze cu claritate particularitățile legate de specificul muncii la distanță.

Pe lângă șansele oferite de era digitalizării, există, de asemenea, riscuri: o concentrare sporită a datelor în mâinile câtorva monopoluri capabile să se sustragă controlului de stat, o intensificare a decalajului digital și polarizarea societății, exacerbarea importanței pregătirii permanente comparativ cu cea a educației inițiale, eroziunea locurilor de muncă, dar și a limitelor dintre viața profesională și cea privată, accelerarea și intensificarea muncii și accentuarea stresului.

În cazul în care mașinile vor prelua tot mai multe sarcini, se vor putea pierde o întreagă gamă de abilități și competențe, fizice, manuale, chiar și intelectuale.

Concluzii

Transformarea digitală generează o dezbatere aprinsă în rândul factorilor de decizie, economiștilor și liderilor din industrie cu privire la impactul ei asupra societății. Pe măsură ce digitalizarea perturbă societatea din ce în ce mai profund, îngrijorarea crește cu privire la modul în care afectează probleme precum locurile de muncă, salariile, inegalitatea, sănătatea, eficiența resurselor și securitatea.

Avansarea tehnologiilor digitale precum dispozitivele electronice, sistemele informatice, tehnologiile mobile sau internetul etc., cunoscută în prezent sub denumirea de a patra revoluție industrială, generează oportunități reale pentru organizații de a-și concentra activitățile pe competențele de bază și obiectivele realizabile. Era inevitabil ca managementul resurselor umane (HRM) să adopte un astfel de progres care a influențat drastic activitatea și managementul întreprinderilor. Tehnologia digitală a determinat reevaluarea și îmbunătățirea totală a procedurilor și sistemelor privind diferitele capacități din cadrul afacerilor, iar rolul HR nu este o excepție.

Digitalizarea devine din ce în ce mai importantă pentru funcția de resurse umane care are capacitatea de a face, de a simplifica, accelerează și economisește activitățile pe care le desfășoară. Cu toate acestea, aceste transformări digitale beneficiile trebuie cântărite, luând în considerare și implicațiile negative, cum ar fi securitatea datelor probleme. Factorii tehnologici, organizatorici și de oameni sunt esențiali pentru implementarea cu succes a noilor tehnologii digitale în cadrul organizației, dar este la fel de important să putem îndeplini anumite condiții.

În concluzie, putem spune că prin această lucrare am realizat doar o privire de ansamblu asupra cei mai importanți factori pentru succesul digitalizării managementului resurselor umane și consecințele acesteia. Această lucrare poate reprezintă o bază pentru aprofundarea ulterioară a cunoștințelor în acest domeniu încercând să înțelegem cum acești factori poate fi cel mai bine echilibrat în implementarea noilor tehnologii de resurse umane.

Bibliografie:

1. Managementul resurselor umane digitalizarea proceselor, accesat pe <https://eu.sincronhr.com/ro/>

2. Transformarea resurselor umane- începutul unei noi ere de excelență în HR, accesat pe <https://insights.tt-s.com/ro/>
3. Avantajele și pericolele digitalizării – toți angajații vor trebui să se adapteze la noua evoluție industrial, accesat pe <https://www.capital.ro/>
4. Digital transformation/ understanding the impact of digitalization on society, accesat pe <https://reports.weforum.org>

Abuzul de poziție dominantă pe piață

Autor: Ignat Florentina Magdalena
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Often, out of a desire to gain a dominant position in the market, to attract as many customers as possible and to eliminate current and potential competitors, economic operators resort to a series of illegal actions and acts that have a negative effect on the competitive environment. Unfortunately, these effects are felt not only by other competitors, but also by consumers and even society as a whole.*

1. Definirea conceptului de abuz de poziție dominantă

Noțiunea de „abuz” trebuie înțeles în sensul că nu poziția dominantă a unei firme este interzisă, ci numai practicile interzise ale unei firme cu poziție dominantă: practicarea unor prețuri excesive sau a unor prețuri de ruinare; refuzul de a trata cu anumiți beneficiari, impunerea unor contracte inechitabile; limitarea producției, a distribuției sau dezvoltării tehnologice etc. Dificultatea constă în *stabilirea abuzului*, dacă există, luându-se în discuție doar efectele comportamentului firmei. În asemenea spețe nu sunt prevăzute derogări, ca în cazul înțelegerilor, sancțiunea este pronunțată de Comisie care poate aplica și amenzi sau penalități.

În România, Legea concurenței nr. 21/1996 nu definește în mod sistematizat și complet, noțiunea de abuz de poziție dominantă, limitându-se ca, pe calea descrierii, în art. 6 să arate că "este interzisă folosirea în mod abuziv a unei poziții dominante deținute de către unul sau mai mulți agenți economici pe piața românească ori pe o parte substanțială a acesteia, prin recurgerea la fapte anticoncurențiale care au ca obiect sau pot avea ca efect afectarea activității economice ori prejudicierea consumatorilor".

Într-o definiție doctrinară, "abuzul de poziție dominantă reprezintă manifestarea discreționară a unui agent economic, având o putere mare de piață, manifestare concretizată în impunerea unor condiții dezavantajoase agenților economici cu o putere mai mică sau în încercarea de a-i scoate de pe piață pe agenții economici considerați concurenții lui. În mod concret, agentul economic care are o poziție dominantă pe piață va abuza de ea prin impunerea de prețuri, stabilirea de condiții inegale la prestații echivalente, utilizarea de prețuri de ruinare, etc"¹.

Într-o altă definiție, de această dată, restrânsă doar la poziția dominantă, Curtea de Justiție a Comunităților Europene a decis, într-o speță supusă atenției sale, că "poziția dominantă este situația de forță economică deținută de o întreprindere care îi conferă putința de a împiedica menținerea unei concurențe efective pe piața în cauză, asigurându-i posibilitatea unor comportamente independente, într-o măsură apreciabilă, atât față de concurenții săi, cât și față de clienții săi și finalmente față de consumatori"².

Lipsa unei definiții legale este explicată de doctrină prin complexitatea acestei forme de practică anticoncurențială și prin diversitatea modalităților practice prin care se poate realiza, enumerate însă nu limitativ, ci doar cu titlu exemplificativ în art. 6 din Legea concurenței, după cum urmează: "Art. 6. (1) Este interzisă folosirea în mod abuziv de către una sau mai multe întreprinderi

¹ http://www.info-legal.ro/index.php/articole/Formele_abuzului_de_pozitie_dominanta

² http://www.info-legal.ro/index.php/articole/Formele_abuzului_de_pozitie_dominanta

a unei poziții dominante deținute pe piața românească sau pe o parte substanțială a acesteia. Aceste practici abuzive pot consta în special în:

a) impunerea, în mod direct sau indirect, a unor prețuri inechitabile de vânzare ori de cumpărare sau a altor condiții inechitabile de tranzacționare și refuzul de a trata cu anumiți furnizori ori beneficiari;

b) limitarea producției, comercializării sau dezvoltării tehnologice în dezavantajul consumatorilor;

c) aplicarea în raporturile cu partenerii comerciali a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând, în acest fel, unora dintre ei un dezavantaj concurențial;

d) condiționarea încheierii contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte;

e) practicarea unor prețuri excesive sau practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților, ori vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni;

f) exploatarea stării de dependență în care se găsește o altă întreprindere față de o asemenea întreprindere sau întreprinderi și care nu dispune de o soluție alternativă în condiții echivalente, precum și ruperea relațiilor contractuale pentru singurul motiv că partenerul refuză să se supună unor condiții comerciale nejustificate.

Se prezumă, până la proba contrară, că una sau mai multe întreprinderi nu se află în poziție dominantă, în situația în care cota sau cotele cumulate pe piața relevantă, înregistrate în perioada supusă analizei, nu depășesc 40%."

2. Formele abuzului de poziție dominantă

Abuzul de poziție dominantă poate îmbrăca următoarele forme³:

1. Impunerea unor prețuri nejustificate de mari

O întreprindere care deține o cotă importantă dintr-o anumită piață poate îngreuna concurența pe acea piață. O poziție dominantă este considerată comportament anticoncurențial atunci când întreprinderea se folosește de poziția sa în mod **abuziv** pentru a elimina concurența.

Aceste practici abuzive pot consta în special în⁴:

- impunerea unor prețuri nejustificate de mari
- câștigarea de noi clienți prin practicarea unor prețuri menținute artificial la un nivel scăzut, în dezavantajul firmelor concurente de dimensiuni mai mici
- împiedicarea accesului pe piață a firmelor concurente, obligând consumatorii să cumpere un produs asociat, în mod artificial, cu un alt produs mai popular și mai cerut
- refuzul de a trata cu anumiți clienți sau practicarea unor reduceri speciale pentru clienții care au drept furnizor unic sau principal întreprinderea aflată în poziție dominantă
- condiționarea vânzării unui anumit produs de vânzarea altuia.

Practica prețurilor inechitabile, fie că sunt prea ridicate, fie că sunt exagerat de scăzute - impuse într-o manieră abuzivă, dezvăluie strategia unei întreprinderi de a urmări exclusiv maximizarea profiturilor sale. Curtea de Justiție a Comunităților Europene a stabilit că o întreprindere care beneficiază de o situație de monopol administrativ exploatează abuziv această poziție atunci când ea "pretinde pentru serviciile sale redevențe disproporționate în raport cu valoarea economică a prestației furnizate". Cea de a doua variantă a textului art 6. lit.a, privește ipoteza refuzului de a trata cu anumiți furnizori sau beneficiari. În dreptul comunitar această practică a fost consacrată doar jurisprudențial ca modalitate a tratamentului inechitabil aplicat în raporturile comerciale. Consiliul Concurenței a precizat că abuzul sancționat astfel constă în refuzul

³ http://www.info-legal.ro/index.php/articole/Formele_abuzului_de_pozitie_dominanta

⁴ http://ec.europa.eu/competition/consumers/abuse_ro.html

nejustificat de a furniza marfă, de a cumpăra, de a acorda licențe sau de a permite accesul la anumite facilități esențiale. Se distinge așadar, în primul rând, refuzul unei întreprinderi aflate în poziție dominantă de a livra marfă, dar numai cu condiția ca această conduită să afecteze concurența prin excluderea unor concurenți. În termeni similari, se analizează și refuzul de a cumpăra, în ipoteza în care beneficiarul este posesor de poziție dominantă sau simplu dominant în raporturile sale cu furnizorul. În al doilea rând, refuzul de a trata se poate analiza în raport de îndeplinirea de către beneficiari a unor criterii impuse de furnizori. Dacă aceste criterii sunt obiective fiind determinate de natura specifică a produsului și sunt aplicate nediscriminatoriu nu suntem în prezența săvârșirii nici unei practici de excluziune.

În fine, este vorba despre blocarea intrării unui nou concurent pe piață prin refuzul de a-i acorda licențe sau de a-i asigura utilizarea unei infrastructuri ori a unei rețele, în termenii consacrați de dreptul concurenței, de a-i permite accesul la anumite facilități esențiale. Deținătorul unui astfel de mijloc esențial nu numai că este ținut să îl pună la dispoziția potențialilor competitori, dar trebuie să o facă în condiții de preț rezonabile și nediscriminatorii.

2. Limitarea producției, distribuției sau dezvoltării tehnologice în dezavantajul utilizatorilor ori consumatorilor

Similar textului CE legea pune în chestiune așa-numitele acțiuni de secare a pieței, de limitare artificială a activității întreprinderilor prin impunerea de quota, prin refuzul de a furniza produse indispensabile concurenților, prin cumpărarea și neutralizarea unei tehnologii concurente celei exploatare de întreprinderea dominantă, prin clauze de exclusivitate sau de fidelizare excesivă, ori prin acordarea de diverse avantaje comerciale.

În ceea ce privește aplicarea dreptului intern al concurenței se poate semnală sancționarea unei întreprinderi care își organizase activitatea pe baza unei decizii în care printre altele se specifică "pentru asigurarea desfacerii integrale producției proprii se interzice livrarea sau procesarea de produse ce constituie materie primă la producătorii concurenți". Atât Consiliul Concurenței, cât și instanța de contencios administrativ au apreciat că fapta cade sub incidența art.6 lit. b. din Legea concurenței, întrucât dispoziția în cauză limitează distribuția în dezavantajul utilizatorilor și consumatorilor. Asemenea practici limitează exercițiul general al concurenței, creând mai cu seamă, când deja există, diverse bariere la intrare, obstacole importante în calea unor noi competitori.

3. Aplicarea, în privința partenerilor comerciali, a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel, un dezavantaj în poziția concurențială

Această practică este o traducere fidelă a art. 82 lit. c din Tratatul de la Roma și sancționează abuzul prin discriminare. Dreptul concurenței nu sancționează discriminarea per se ci numai dacă aceasta constituie formă de manifestare a abuzului de putere economică. Discriminarea abuzivă se poate realiza prin diferite modalități, de la cele mai brutale până la cele mai voalate și aparent justificate.

4. Condiționarea încheierii unor contracte de acceptare, de către parteneri, a unor clauze stipulând prestații suplimentare care, nici prin natura lor și nici conform uzanțelor comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte

Această practică este o traducere fidelă a art. 82 lit. d, așa-numitele contracte legate. Întrucât vânzările legate pot fi în anumite condiții pro-concurențiale și benefice ele nu sunt prohibite per se, ci dar dacă practicate fiind de un operator posesor al poziției dominante, li se dovedește inechivoc efectul nociv asupra concurenței.

5. Practicarea unor prețuri excesive sau practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților, sau vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni

Textul imperativ prevăzut de acest punct este alcătuit din 2 variante. Prima -practicarea prețurilor excesiv de mari sau ruinător de mici, iar cea de a doua variantă sancționează exporturile

la preț de dumping realizate de un agent economic aflat în poziție dominantă, dar numai cu condiția ca minusurile provenite din acest procedeu să fie acoperite din prețurile majorate pe piața internă.

Practicarea unor prețuri excesive reprezintă acea situație în care cel care abuzează de poziția sa dominantă solicită clienților săi (chiar fără să impună) prețuri de vânzare ce depășesc cu mult costurile efective, plus un profit rezonabil. Aprecierea că un preț este excesiv se face prin comparație între prețul ridicat și un preț format din costul de producție plus un profit rezonabil. Se impune precizarea faptului că practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților a înregistrat abordări diferite, în jurisprudența americană față de cea comunitară.

Astfel în unele spețe înregistrate în practica judiciară europeană s-a decis că stabilirea unor prețuri la un nivel scăzut pentru o perioadă lungă de timp cu intenția de a elimina de pe piață pe concurenții săi, constituie abuz de poziție dominantă. În schimb, în practica judiciară relevantă americană, s-a conturat teoria potrivit căreia dacă agentul sau agenții economici care practică prețuri de ruinare nu au posibilitatea de a-și recupera în perioada următoare pierderile înregistrate în intervalul de timp în care a practicat prețurile de ruinare.

Trebuie subliniat faptul că nu în toate situațiile practicarea unor prețuri de ruinare pe o perioadă mai lungă de timp trebuie calificată ca o manifestare a unei intenții frauduloase a agenților pot fi înregistrate situații în care din motive obiective, campanii promoționale, lichidare de stoc, se pot practica prețuri scăzute sub costuri, fără a se urmări eliminarea de pe piață a concurenților.

Cât privește vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunere unor prețuri majorate consumatorilor interni reprezintă o formă gravă de dumping la export, dar care spre deosebire de dumpingul tipic este prohibit doar dacă o astfel de practică este însoțită sau urmată de majorări de prețuri la intern cu scopul special de a recupera pierderile înregistrate la export.

6. Exploatarea stării de dependență în care se găsește un alt agent economic față de un asemenea agent sau agenți economici și care nu dispune de o soluție alternativă în condiții echivalente, precum și ruperea relațiilor contractuale pentru singurul motiv că partenerul refuză să se supună unor condiții comerciale nejustificate

Acest complex de fapte anticoncurențiale are mai multe componente care trebuie examinate fiecare în parte. Astfel, exploatarea abuzului de dependență economică poate fi săvârșit de către unul sau mai mulți agenți economici dacă sunt întrunite următoarele condiții:

- ✓ să existe o dependență economică;
- ✓ agentul economic victimă a acestei forme de abuz să nu aibă o alternativă în condiții echivalente;
- ✓ să se manifeste o exploatare abuzivă a situației de dependență, fie prin impunerea unor prețuri diferite și nejustificate, fie prin refuzul de a vinde, fie prin ruperea nejustificată a relațiilor comerciale;
- ✓ să se producă un efect anticoncurențial sau să fie prejudiciați consumatorii.

În ceea ce privește cealaltă componentă de realizare a abuzului de poziție dominantă incriminat, respectiv ruperea relațiilor contractuale pentru singurul motiv că partenerul refuză să se supună unor condiții comerciale nejustificate se impune următoarea precizare: ruptura brutală, abuzivă a unor raporturi contractuale doar pe considerentul opoziției manifestate de co-contractant față de un tratament comercial incorect, poate fi decisa atât de un operator aflat de un operator aflat în poziție dominantă, cât și de un operator care nu este lider de piață, dar care prin ponderea sa economică este superior partenerilor contractuali din relațiile sale verticale.

Analiza efectelor abuzului de poziție dominantă este dificilă și consumatoare de timp, în mare parte datorită faptului că același tip de comportament poate avea în același timp atât consecințe benefice cât și negative asupra manifestării concurenței funcție de circumstanțe.

În țările în dezvoltare, abuzul de poziție dominantă, împreună cu cartelurile, pot afecta în mod serios consumatorii și afacerile. Bunurile și serviciile de strictă necesitate fac subiectul unor practici anticoncurențiale prin care se interzice blocarea accesului pe piață sau creșterea prețurilor.

Lipsa unor astfel de politici ar duce la reducerea dinamismului pieței și a mobilității persoanelor și a afacerilor. Dimpotrivă, prezența unor astfel de politici face ca, prin realizarea obiectivelor concurenței, să se îmbunătățească accesul la produsele dorite de consumatori, iar afacerile să-și crească eficiența. La aceasta se adaugă, reducerea sărăciei și facilitarea accesului la serviciile de sănătate.

Fiecare țară are propriile realități politico-economice, grad de dezvoltare și structuri ale piețelor ceea ce face ca modul de abordare al politicilor anticoncurențiale să cunoască unele deosebiri. Oricum, instituțiile însărcinate cu supravegherea concurenței pe piață utilizează aceleași instrumente pentru a determina dacă un actor de pe piață realizează un abuz de poziție dominantă. Punctul de plecare în analiză îl reprezintă cota de piață deținută. Apoi se analizează dacă există bariere la intrare, ieșire pe/de pe piață, relațiile cu concurenții.

Pentru ca relațiile de concurență între firme să nu fie distorsionate nu este suficient ca acestea să nu se înțeleagă între ele, să nu abuzeze de poziția lor dominantă sau să fie implicate într-un proces de concentrare care poate deveni primejdios. Este necesar și ca relații de concurență să nu fie alterate, deformate de existența ajutoarelor de stat sau de persistența anumitor monopoluri în favoarea întreprinderilor publice sau private beneficiind de avantaje privilegiate.

3. Studiu de caz: investigații privind un posibil abuz de poziție dominantă în care a fost implicată compania ORANGE

Povestea Orange în România începe în anul 1997 când a fost efectuat primul apel în rețeaua Dialog. Apoi, în 2002, Dialog și Alo devin Orange. În prezent Orange este un operator de telecomunicații ce oferă servicii integrate. Cu peste 10 milioane de clienți și o cifră de afaceri de 1,1 miliarde de euro în 2018, Orange este lider de piață în România⁵. Orange apreciază că conectează 1 din 2 români și oferă o gamă extinsă de soluții de comunicare clienților, atât utilizatori individuali, cât și companii, de la servicii de voce, date fixe și mobile sau servicii TV și până la soluții de smart home și servicii financiare mobile⁶.

Ambiția companiei de a deveni alegerea #1 pentru conectivitate, divertisment digital și servicii digitale pentru familiile și afacerile din țară se reflectă în demersurile pe care le desfășoară constant, precum identificarea unor servicii simple și inovative, care să-i ajute pe clienți să comunice și să interacționeze mai bine.

În 2019 compania a primit cea de-a șaptea certificare consecutivă Top Employer, fiind singura companie de telecomunicații din România care obține această certificare din partea institutului independent Top Employers Institute.

Brandul Orange



Orange este “mai aproape de tot ce e important pentru tine”. Aceasta este promisiunea: de a-i aduce pe clienți mai aproape de ceea ce este esențial pentru ei, de a-i ajuta să rămână mereu conectați și în pas cu tehnologia, oferindu-le cea mai bună experiență de comunicare. Ne dorim să fim alături de clienți cu cele mai importante resurse ale noastre: angajații, rețeaua și brandul Orange.

⁵ <https://www.orange.ro/newsroom/despre>

⁶ idem

Acuzarea Orange de abuz de poziție dominantă

Prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 213/21.03.2016 a fost declanșată din oficiu o investigație având drept obiect posibila încălcare a art. 6 alin. (1) din Legea Concurenței nr. 21/1996 (republicată, cu modificările și completările ulterioare) și a art. 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE) de către Orange România SA prin fapte susceptibile a constitui un tratament discriminatoriu pe piața plăților prin mesaje scurte prin intermediul telefonului mobil, respectiv pe piața mesajelor scurte publicitare prin intermediul telefonului mobil.

Indiciile deținute de către Consiliul Concurenței ce au dus la declanșarea investigației au constat în date și informații privind aplicarea de către Orange a unui tratament discriminatoriu în ceea ce privește întreprinderile active pe piețele menționate anterior (exemplu: aplicarea unor condiții diferite pentru cazuri similare, tarifarea unor servicii în mod diferențiat, refuzul nejustificat de a încheia anumite contracte sau de a active anumite numere scurte, acordarea unor exclusivități).

Mai exact, s-a cercetat relația contractuală dintre Orange România și Simplus Invest SRL începută în 2009 referitoare la plățile prin SMS pentru bunuri și servicii digitale, precum și pentru bunuri și servicii non-digitale și transmiterea de SMS publicitare.

Conform constatărilor Consiliului Concurenței, "în perioada 2011-2015, Orange a adoptat măsuri de natură a limita accesul întreprinderii Simplus la propria rețea de telefonie mobilă, în vederea furnizării de către aceasta a serviciilor de transmitere a mesajelor comerciale prin intermediul numerelor scurte (având ca obiect atât efectuarea de plăți, cât și transmiterea de mesaje publicitare).

Din analiza efectuată, a rezultat faptul că Orange se implica în ceea ce privește relațiile contractuale dintre agregatori și beneficiari, aceștia din urmă fiind și clienți ai Orange pentru serviciile de comunicație furnizate (telefonie mobilă, internet).

Pentru dezvoltarea anumitor proiecte complexe, proiecte care implicau transmiterea de mesaje publicitare prin intermediul numerelor scurte, Orange selecta agregatorii cu care colabora și era interesată ca aceștia să activeze pe piața din aval în conformitate cu interesele sale.

Probele la dosarul cauzei arată că măsurile Orange, măsuri de natură de a limita accesul Simplus la rețeaua proprie de telefonie mobilă, au fost luate deoarece Simplus activa pe piața din aval în conformitate cu propriile interese, independente de voința Orange.

O serie de documente interne ale Orange au relevat faptul că comportamentul Simplus deranja Orange astfel că, aceasta din urmă a decis luarea unor măsuri împotriva Simplus menite a-i corecta comportamentul – *Simplus este partenerul care ne creează sistematic probleme și trebuie să înțeleagă că trebuie să pună în aplicare solicitările noastre*. Dintre măsurile luate de Orange împotriva Simplus au fost reținute:

- nu a răspuns solicitărilor Simplus privind acordarea de sfaturi pentru proiecte noi;
- la anumite solicitări, soluționarea venea după luni de așteptare;
- neactivarea unor servicii pe care alți agregatori le desfășurau;
- necomunicarea deciziilor Orange."⁷

Analiza acțiunilor Orange au condus la concluzia existenței unui abuz de poziție dominantă⁸.

În urma investigațiilor întreprinse, Consiliul Concurenței a decis că Orange România a încălcat art. 6 alin. (1) din Legea Concurenței nr. 21/1996 (republicată, cu modificările și completările ulterioare) și art. 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE) prin

⁷ Decizia nr.72 din 17.12.2018 privind sancționarea întreprinderii Orange România SA pentru încălcarea prevederilor art. 6 alin. (1) din Legea Concurenței nr. 21/1996 republicată, cu modificările și completările ulterioare și a art.102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, www.consiliulconcurenței.ro

⁸ Orange a fost identificată ca găsindu-se în poziție dominantă în condițiile în care cota sa pe piața relevantă era de 100%, Orange fiind unica entitate care putea acorda accesul agregatorilor la propria sa rețea de telefonie mobilă, în vederea transmiterii către/de către clienții săi a mesajelor comerciale prin intermediul numerelor scurte. Deasemenea, la acea dată, (în intervalul 2011-2015) Orange era principalul furnizor de telefonie mobilă din România, cu o cotă de piață de peste 40%, Vodafone ca principal competitor având cote de piață între 28-33%.

"săvârșirea unui abuz de poziție dominant în perioada 8.02.2011-28.10.2015, prin adoptarea unor măsuri de natură a limita accesul întreprinderii Simplus Invest SRL la propria rețea de telefonie mobilă, necesar furnizării către partenerii comerciali a accesului la numerele scurte al căror drept de utilizare este acordat Orange România SA, în vederea transmiterii de mesaje comerciale către/de către clienții Orange România SA."⁹. Compania este sancționată cu amendă în cuantum de 64.915.183,19 lei (aproximativ 14 milioane euro), reprezentând 1,21% din cifra de afaceri realizată în anul 2017.

Temeiul unei astfel de hotărâri/sancțiuni a avut la bază o serie de fapte săvârșite de Orange România SA considerate a avea caracter intenționat, precum:

- fapta săvârșită a fost considerată a face parte "dintr-un plan de ansamblu" al companiei Orange, ca urmare a denaturării concurenței în cadrul pieței pe care acționează, în acest caz agregatorii;
- gravitatea faptei a fost considerată una medie, partenerul prejudiciat, în speță SimpluS Invest SRL, fiind doar limitat în a accesa rețeaua Orange, refuzul venit din partea Orange nefiind unul total, fapt ce a permis firmei prejudiciate să fie activă pe piață întreaga perioadă analizată;
- dimensiunea încălcării (chiar dacă Orange a justificat că fapta poate fi constatată doar în cazul unui singur partener, Consiliul Concurenței a considerat că acest lucru "nu reprezintă o motivare justificată pentru acordarea unor circumstanțe atenuante");
- repetabilitatea (compania Orange fiind sancționată de Consiliul Concurenței nr. 2/14.02.2011 pentru o faptă similară);

Hotărârea emisă de Consiliul Concurenței a avut ca temei atât o serie de demersuri efectuate de Orange prin care a dovedit că nu dorește continuarea unui astfel de comportament anticoncurențial, din care pot fi enumerate:

- ✓ participarea Orange la crearea și dezvoltarea pieței agregatorilor;
- ✓ demersuri efectuate în sensul prevenirii faptelor anticoncurențiale, precum și în sensul remedierii oricăror efecte negative.

Instituția a apreciat că acțiunile Orange ar fi diminuat în mod semnificativ capacitatea acestui integrator de a concura pe piață, cifra de afaceri a Simplus diminuându-se în perioada 2012 - 2015 de aproximativ 5 ori¹⁰.

Reacția companiei Orange România SA la decizia Consiliului Concurenței

Evident că decizia Consiliului Concurenței a nemulțumit compania Orange România SA care a avut atât o reacție declarativă, cât și o atacare a deciziei în instanță.

“Orange România a fost sancționată de către Consiliul Concurenței pentru reacția legitimă și justificată de a stopa practicile comerciale înșelătoare ale unui furnizor de servicii. Reamintim că demersurile de stopare a comportamentelor frauduloase reprezintă o practică recomandată și aplicată în România și la nivel european.

Respectul pentru client și lege sunt principii fundamentale ale activității Orange. Suntem hotărâți să ne protejăm în mod legal clienții ori de câte ori interesele acestora vor fi afectate. Orange va folosi toate mijloacele legale pentru a contesta această sancțiune.”¹¹

Într-adevăr, până la această dată nu există o decizie definitivă și irevocabilă prin care să se stabilească dacă decizia Consiliului Concurenței este legitimă, procesul fiind pe masa instanței.

⁹ http://www.consiliulconcurentei.ro/wp-content/uploads/2019/09/decizia_cc_nr_72_din_17122018_site.pdf

¹⁰ Dumitrache Adrian, *Orange câștigă în fața Concurenței pentru suspendarea unei amenzi de peste 13 milioane euro pentru abuz de poziție dominantă*, <https://www.profit.ro/stiri/orange-castiga-in-fata-concurentei-pentru-suspendarea-unei-amenzi-de-peste-13-milioane-euro-pentru-abuz-de-pozitie-dominanta-19290112>.

¹¹ Vasilache Adrian, *UPDATE Consiliul Concurenței a amendat Orange cu 14 milioane de euro pentru abuz de poziție dominantă / Orange susține că a acționat legitim stopând practicile înșelătoare ale unui furnizor de servicii și anunță că va contesta amenda*, <https://economie.hotnews.ro/stiri-telecom-22900351-consiliul-concurentei-amendat-orange-aproximativ-14-milioane-euro-pentru-abuz-pozitie-dominanta.htm>

Așa cum s-a mai menționat pe parcursul lucrării, Orange România SA nu a fost, în opinia Consiliului Concurenței, la prima abatere, compania mai fiind amendată anterior pe aceeași temă cu o amendă de 64,92 milioane de lei (circa 13,5 milioane de euro) pentru acuzația de abuz de poziție dominantă în relația cu firma SC Netmaster Communications SRL.¹²

Concluzii

Protecția concurenței prezintă un interes deosebit la nivelul economiei naționale, dar și european care s-a confruntat și se confruntă cu abuzul de poziție dominantă, înțelegerile și concentrările anticoncurențiale, practici neloiale care au drept rezultat înrăutățirea mediului concurențial. Adeseori, din dorința de a obține o poziție dominantă pe piață, de a atrage cât mai mulți clienți și de a elimina concurenții actuali și potențiali, agenții economici recurg la o serie de acțiuni și fapte ilegale care au un efect negativ asupra mediului concurențial. Din păcate, aceste efecte sunt resimțite nu numai de ceilalți competitori, dar și de consumatori și chiar de societate în ansamblu.

În lucrarea de față, este prezentat spre exemplificare, cazul companiei Orange România, aflată de-a lungul timpului în atenția organismelor însărcinate cu supravegherea respectării condițiilor concurențiale. Din păcate, deciziile Consiliului Concurenței ce au vizat Orange România ca fiind o companie ce-a manifestat un comportament anticoncurențial s-au adeverit astfel că aceasta a fost obligată de-a lungul timpului, în urma mai multor decizii, la plata unor amenzi ce au însumat milioane euro pentru încălcările legislației.

Bibliografie:

1. Dumitrache Adrian, *Orange câștigă în fața Concurenței pentru suspendarea unei amenzi de peste 13 milioane euro pentru abuz de poziție dominantă*, <https://www.profit.ro/stiri/orange-castiga-in-fata-concurentei-pentru-suspendarea-unei-amenzi-de-pest-13-milioane-euro-pentru-abuz-de-pozitie-dominanta-19290112>.
2. Moșteanu Tatiana, *Prețuri, echilibru concurențial și bunăstare socială*, Ed. Economică, București, 2001
3. ***, *Legea concurenței nr. 21 din 10 aprilie 1996*, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 742 din 16 august 2005
4. Vasilache Adrian, *UPDATE Consiliul Concurenței a amendat Orange cu 14 milioane de euro pentru abuz de poziție dominantă / Orange susține că a acționat legitim stopând practicile înșelătoare ale unui furnizor de servicii și anunță că va contesta amenda*, <https://economie.hotnews.ro/stiri-telecom-22900351-consiliul-concurentei-amendat-orange-aproximativ-14-milioane-euro-pentru-abuz-pozitie-dominanta.htm>
5. http://www.info-legal.ro/index.php/articole/Formele_abuzului_de_pozitie_dominanta
6. www.consiliulconcurentei.ro
7. http://www.info-legal.ro/index.php/articole/Formele_abuzului_de_pozitie_dominanta
8. http://ec.europa.eu/competition/consumers/abuse_ro.html
9. <https://www.orange.ro/newsroom/despre>

¹² Dumitrache Adrian, *Orange câștigă în fața Concurenței pentru suspendarea unei amenzi de peste 13 milioane euro pentru abuz de poziție dominantă*, <https://www.profit.ro/stiri/orange-castiga-in-fata-concurentei-pentru-suspendarea-unei-amenzi-de-pest-13-milioane-euro-pentru-abuz-de-pozitie-dominanta-19290112>.

Etape de evoluție a fenomenului Black Friday în România

Autor: Ilescu Andreea
Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** In this paper I present the phenomenon of Black Friday which is specific to electronic commerce. After a presentation of the beginnings of the phenomenon at international level, we presented with statistical data several editions of Black Friday. I concluded the paper by emphasizing the importance of this topic on the development of the online environment.*

1. Introducere

Prima dată când s-a înregistrat folosirea termenului de “Vinerea Neagră” sau “Black Friday” a fost în anul 1869, în vinerea din 24 Septembrie, și nu a avut nicio legătură cu ideea de shopping, ci se referea la o criză financiară ce e avut loc în acea vreme. Doi specialiști în finanțe cunoscuți ca a fi nemiloși atunci, Jay Gould și Jim Fisk, au pus la cale un plan de a cumpăra cât mai mult aur posibil din rezervele naționale, în speranța de a-i crește prețul metalului prețios, pentru ca mai apoi să îl vândă la prețuri exorbitante. În acea vineri din anul 1869, conspirația a fost într-un final dată publicității, iar bursa a căzut atât de mult, încât toată lumea de pe Wall Street a avut de suferit. Mii de oameni, de la baroni, la simpli fermieri au avut pierderi uriașe¹.

Termenul de “Black Friday” cunoaște o faimă aparte în anii 1960 și deja este prezent și în presa națională americană, în ziare și la televizor. Adjectivul “black” (negru) se referă la marile lanțuri de magazine care treceau de la “roșu” la “negru” în organizarea contabilă, care în vremea aceea era efectuată manual. Contabilii scriau cu cerneală roșie pierderile pe care le aveau magazinele lor și cu cerneală neagră profiturile pe care acestea le înregistrau². Acest lucru, profitul, se realiza începând cu vinerea de după Thanksgiving, deoarece oamenii începeau să cheltuiască în neștire pe marfa care deja se găsea la reducere.

2. Black Friday în România

Conceptul Black Friday a apărut în Statele Unite de aproape un secol iar în România a început să se dezvolte în 2011, fiind implementat de trei magazine online cu produse IT: eMAG, Flanco și AseSoft Distribution. În acea perioadă românii alocuau doar 65 de euro pentru produsele IT, spre deosebire de alte state precum Ucraina cu 100 de euro și Germania cu 600 de euro. Astfel, prin formele moderne de promovare se încerca și o educație a utilizatorilor IT, iar decizia de a cumpăra un nou calculator era făcută în momentul în care s-a stricat cel vechi, nu pentru că a apărut un model nou din acea gamă. Pe lângă creșterea vânzărilor, unul din motivele inițierii acestei strategii de vânzare a fost cel de educare a cetățenilor pentru a investi în propria tehnologie IT.

Așadar, prima ediție Black Friday din România, din 2011, a depășit așteptările comercianților, reușind să stârnească apetitul consumatorilor, care au profitat de reducerile de până la 60 %, și au achiziționat laptopuri, calculatoare, televizoare și electrocasnice.

Black Friday „Marea zi a reducerilor”, a crescut enorm în 2013, 2014 și 2015. La fel sau înmulțit și controversate și nemulțumirile, pe internet apărând în fiecare an print-screen-uri cu prețuri care nu

¹ <https://www.history.com/news/whats-the-real-history-of-black-friday>

scădeau cât de mult promitea comerciantul sau care erau crescute artificial înainte. Produsele cu adevărat interesante au în general reduceri mai mici, cam de 10-20 %.

De vinerea neagră se cumpără mai ales electrocasnice și electronice și aici marea problemă ține de faptul că pe parcursul anului mării comercianți au multe campanii de reducere. Dacă în 2012-2013 erau la modă tabletele ,acum cele mai cautate sunt televizoarele și smartphone-urile, în timp ce tabletele sunt în scădere liberă de popularitate.

Astăzi, Black Friday a ajuns la a opta ediție în România și lucrurile s-au schimbat mult în acest timp. Sunt de domeniul trecutului îmbulzelile din magazinele fizice, tot mai mulți români plătesc cu cardul și, de la an la an, numărul celor care spun că vor să cumpere ceva este în creștere. Compania care vinde cel mai mult este eMAG care, la primul Black Friday, a vândut de 34 milioane lei, iar anul acesta estimează de 12 ori mai mult. Că Black Friday este de interes o arată și topul căutărilor pe Google pentru întreg anul 2017, în țară. Pe locul patru s-a situat ”Emag Black Friday”, iar în clasamentul evenimentelor anului ”Black Friday” a fost pe trei, după Bacalaureat și Evaluarea națională.

De la an la an campaniile de Black Friday sunt tot mai lungi, unele alegând să se înceapă la 1 noiembrie sau chiar la a doua jumătate a lui octombrie. EMAG cel mai mare retailer local online, ține Vinerea Neagră doar o singură zi, dar are campanii de reducere și în weeke-end.

În plus dacă până acum 5 ani părea o surpriză ca retailerii electro-IT să aibă în ofertă și autoturisme, acum sunt mai mulți care au în ofertă mașini. Anul acesta va fi în oferta de la Black Friday și un autoturism BMW i8, care în mod normal costă peste 800.000 de euro.

3Black Friday - Scurt istoric al celor zece ediții

Black Friday 2011

Acum nouă ani foarte puțină lume auzise de Black Friday, termenul fiind cunoscut mai ales de cei pasionați de tehnologie. Conceptul a fost pentru prima oară vizibil în țară în 2011 când însă desfășurarea a fost dezlănțată, nu a existat o strategie clară și doar câteva magazine online au fost "pe fază" (în frunte cu eMAG). Practic, unele magazine online pur și simplu au pus un banner negru vineri dimineața și au scăzut câteva prețuri, văzând că rivalii porniseră o campanie de Vinerea Neagră. A fost un Black Friday timid și cu totul slab față de ce avea să vină.

Black Friday 2012

Lucrurile s-au schimbat radical în 2012 când s-a comunicat masiv pe tema "sărbătorii reducerilor". Mai mult decât atât, Black Friday s-a extins în multe domenii din afara electro-IT-ului, exemple fiind biletele la concerte, încălțăminte, anvelopele, parfumurile, imobiliarele, mobila, accesoriile de baie și multe altele. Multe site-uri au "picat", coletele au ajuns și după mai bine de 20 de zile, însă au existat și mulți oameni care și-au luat produse care i-au mulțumit. Black Friday era abia la început. 2012 a fost primul an în care HotNews.ro a făcut LIVE TEXT în ziua de Black Friday.

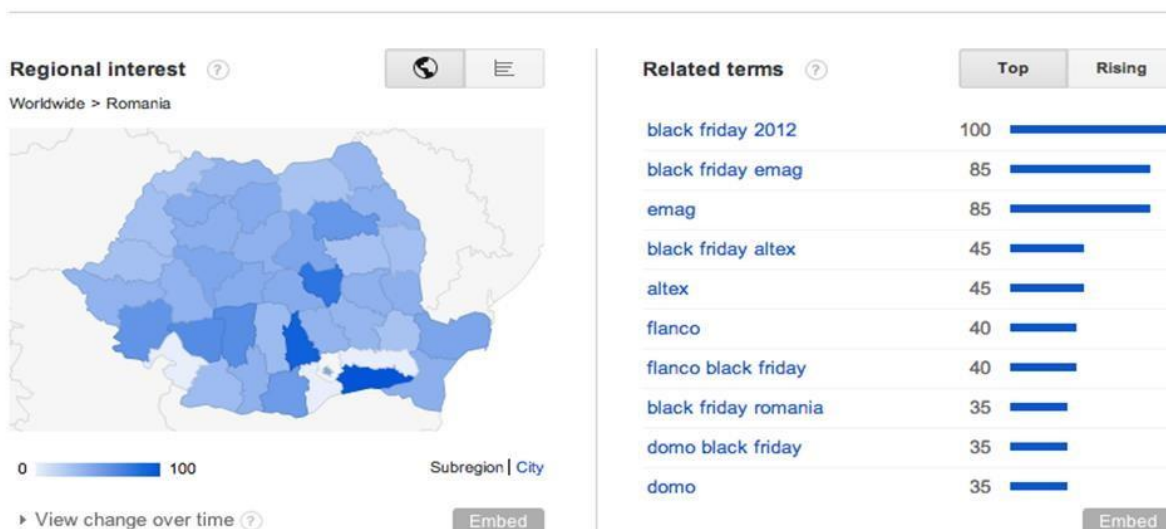


Figura 1
Statistică privind vânzările de Black Friday în România în anul 2012

Black Friday 2013

În 2013, Black Friday a fost intens pregătit și vânzările au crescut puternic. Pentru prima oară s-a petrecut în două "valuri": unul pe 21 noiembrie, altul pe 28 noiembrie, o serie de magazine anunțând un "Black Week" care ținea opt zile între aceste date. Marea schimbare a venit fiindcă o serie de magazine online, începând cu Evomag care a anunțat printre primii, dar mai ales eMAG, cel mai influent retailer online, au decis să devanseze Vinerea Neagră cu o săptămână. Tot în 2013 marketingul a atins noi culmi, unele magazine alegând să vândă de Vinerea Neagră produse excentrice care nu au legătură cu specificul acelor companii. Spre exemplu, eMAG a avut autoturisme pe site și a publicat un film în care o mașină era pusă într-o uriașă cutie, ca și când ar fi fost orice alt tip de produs. Și retailerul DOMO a vândut autoturisme și motociclete.

Black Friday 2014

Black Friday ajunsese la maturitate la capitolul strategii de marketing și magazinele și-au dat seama că lumea este atât de mult atrasă de reduceri, încât va cheltui sume mari pe care poate fără să existe "presiunea" unei campanii nu le-ar fi cheltuit. Și la ediția din 2014 lumea s-a îmbulzit în magazine, atât în cele fizice, cât și pe cele online. Magazinele electro-IT erau pline începând cu orele 6-7.00, iar în reportajele TV au fost intervievați oameni care nu veniseră cu un plan anume, ci au cumpărat ce le-a căzut la mână, fără a ști măcar dacă produsele erau cu adevărat la discount.

Marketingul a fost extins la maxim și au anunțat campanii de Black Friday magazine din majoritatea domeniilor, însă "sărbătoarea" dura la foarte puține magazine doar o zi și în majoritatea locurilor era prelungită la trei zile. Au fost și campanii care se refereau la o întreagă „Săptămână Neagră" (Black Week).

Black Friday 2015

În 2015 a fost o situație specială și s-a comunicat ceva mai puțin și mai discret, dat fiind contextul creat de tragedia din clubul Colectiv și chiar și de atentatele de la Paris.

Vânzările au crescut și tot mai multe magazine au intrat în joc. S-au înmulțit campaniile de Black Friday pe parcursul anului, a existat și unul de vară, dar și diverse campanii apropiate ca denumire de Black Friday. Conceptul s-a diluat mult, fiind folosit pe tot timpul anului.

La produsele cu adevărat atractive reducerile au fost de 10-20% și stocurile au fost mici, mulți plângându-se că nici nu au apucat să pună produsul în coșul virtual și deja figura ca fiind epuizat.

Însă față de alți ani stocurile cu gadget-uri cu prețuri bune - smartphone-uri, smartwatch-uri - au fost ceva mai mari și mulți au scris că au reușit să-și cumpere, însă doar în primele minute după începerea promoțiilor.

Black Friday 2016

A crescut numărul de magazine care au participat, iar cele consacrate și-au crescut vânzările. eMAG a livrat peste un milion de produse în valoare de 302 milioane lei, pe Fashion Days s-au cumpărat și genți de peste 6.000 de lei, iar pe F64 s-a vândut un obiectiv foto de 17.000 de lei. Foarte populare au fost smartphone-urile premium care pe câteva magazine au avut reduceri importante, modele de 2.000-3.000 de lei putând fi cumpărate la 1.500-1.800 lei de cei care s-au mișcat repede și le-au pus în "coșul electronic" în primele minute.

Tot mai multi romani plăteau cu cardul, de exemplu, pe eMAG, 26% dintre comenzi au fost achitate în acest mod, mult dacă ținem cont că ponderea era de sub 12% în 2012. Datele procesatorului de plăți PayU au arătat că au fost cu 67% mai multe tranzacții online față de 2015 și valoarea coșului mediu de cumpărături a fost de 602 lei între 18 și 20 noiembrie.

Black Friday 2017

Și în acel an unele magazine au anunțat campanii încă de la 1 noiembrie și câteva online (cel mai cunoscut fiind EvoMag) au anunțat și o campanie de Black Friday gândită special pentru companii. În plus, tot ei au organizat un "American Black Friday" pe 24 noiembrie, data Black Friday în SUA în acel an.

Multe magazine importante au început să negocieze reducerile cu diverșii furnizori încă de la început de an, iar pregătiri intense s-au derulat în ultimele trei luni. Tot mai importante au devenit discuțiile între retaileri și companiile de curierat, fiindcă mereu sunt mulți oameni care nu-și primesc pachetele nici după 10-15 zile. Companii precum FAN Curier, Cargus sau Sameday aveau probleme cu recrutarea angajaților în unele zone ale țării și trebuie să-și facă din timp planurile și să stabilească termene cât mai realiste de livrare cu retailerii ale căror produse le transportă.

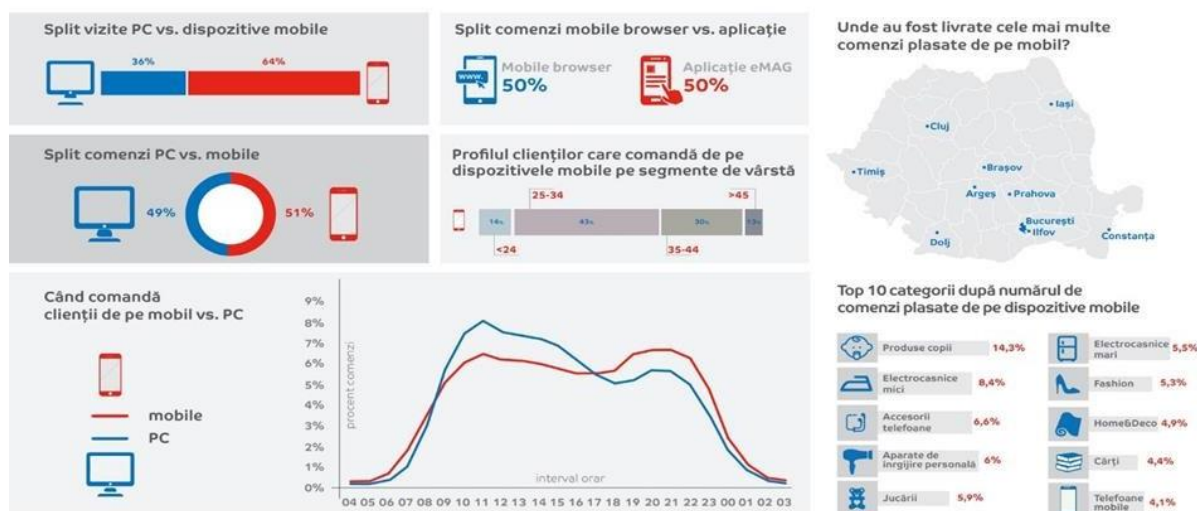


Figura 2

Aspecte privind profilul clienților care comandă de pe telefoanele mobile

Și în 2017 eMAG a vândut cel mai mult, stabilind un nou record de 360 milioane lei. S-au vândut și mașini de zeci de mii de euro, televizoare de mii de euro și genți de mii de lei.

Black Friday 2018

Datele Asociației Magazinelor Online arătau că valoarea cumpărăturilor online a crescut cu 30% față de 2017. Cele mai multe vânzări au fost realizate din categoriile de produse pentru casă și

îngrijirea casei, electrocasnice mici, îngrijire personală, fashion, televizoare, telefoane, anvelope și jucării. Modalitățile de livrare au fost diversificate, astfel peste 70% dintre cumpărători au optat pentru livrare prin curier și 30% în showroom sau oficii poștale. Aproape 35% dintre cumpărători au plătit cu cardul.

Numărul de tranzacții online a crescut cu 60% față de ediția 2017 a Black Friday, în timp ce, ca valoare, creșterea a fost de 40%, arătau datele procesatorului de plăți PayU. Dacă se iau în calcul toate cumpărăturile online – plătite atât online cât și cu numerar la livrare, atunci PayU estima că valoarea totală a tranzacțiilor realizate în ziua de Black Friday a depășit un miliard de lei. Cea mai mare tranzacție a fost de aproape 130.000 lei, cineva cumpărând aur de acești bani.

Black Friday 2019

Câteva mii de magazine online au avut campanie de Black Friday, dar elementul de spectacol pe seama căruia s-a glumit cel mai mult a fost Ferrari-ul ”la promoție” pe care eMAG îl avea cu o reducere de 45.000 de euro (de la 308.000 euro, la 263.000 de euro).

În rest, comercianții au raportat creșteri pe toată linia: de exemplu pe platforma eMAG vânzările s-au apropiat de 499 milioane lei, iar datele PayU indicau o creștere cu 26% a plăților cu cardul, spre 198 milioane lei. Valoarea medie a coșului de cumpărături a fost de 572 lei, iar al celui în rate de 1.018 lei, mai arătau datele PayU.

Plata cu cardul a atins o nouă pondere record, multe site-uri au avut chiar și peste 80% din trafic de pe mobil și au fost și comenzi în care coșul de cumpărături a fost cu adevărat plin, sumele fiind mari. De exemplu, a existat o comandă de 30.000 de lei constând în aparatură foto, dar și o comandă de 71.000 de lei constând în blendere.

Internetul a fost ”inundat” de articole cu titluri exagerate despre ofertele de Black Friday. Se vorbea despre ”produse la preț de pomană” și ”produse la preț de mană cerească”.

Black Friday 2020

Primul Black Friday în pandemie a adus o creștere puternică a comerțului online: spre exemplu la eMAG aproape 55% dintre comenzi au fost plătite cu cardul, iar la EvoMag, 65%. Datele PayU au arătat că valoarea totală a volumelor tranzacționate online a crescut cu 78% și valoarea medie a coșului de cumpărături a fost de 647 lei.

În țara noastră există și păreri contradictorii. Unele voci spun că reducerile nu au fost chiar atât de mari precum au anunțat comercianții și că scăderea prețurilor a fost în multe cazuri artificială. Nenumărați bloggeri au scris pe conturile lor despre acest lucru. Pe de altă parte, sa spus că stocurile au fost prea mici pentru o asemenea campanie. Ce-i drept, cele mai multe dintre magazinele online vânduseră aproape toate produsele aflate la reduceri încă din primele ore ale nopții. Cel mai mult au avut de câștigat magazinele care au profitat de emblema Black

Friday pentru a-și lichida stocurile vechi, iar aici vorbim de firme de haine precum Inditex, sub umbrela căreia se află marca Zara, Bershka, Pull&Bear, Massimo Dutti, sau cele precum H&M. Acestea au scos la reduceri colecțiile mai vechi pe care oricum nu le mai cumpăra nimeni.

Reușit sau nu, experimentul Black Friday în România dovedește că există suficienți bani în economia țării noastre, chiar dacă românii își cumpără lucruri mai mult în perioada reducerilor. Practic, oricum cumpărăturile de sărbători trebuiau făcute în scopul cadourilor, doar că acestea au fost devansate cu o lună. Fenomenul reducerilor a prins și în hipermarketuri, unde românii sunt foarte atenți la promoții. Aici se vede deja fenomenul ”călcatului în picioare” specific americanilor, atunci când se deschide un magazin nou și multe produse se află la promoție, românii devenind agresivi chiar și pentru o sticlă de ulei.

Concluzii

În viziunea specialiștilor care se ocupă de analiza fenomenului Black Friday și de campaniile online, comoditatea și accesibilitatea sunt pe primul loc ca motivație a românilor de a face cumpărături pe internet. Comerțul online sau e-commerce cum mai este știut se află într-o continuă creștere. Cum oamenii au tot mai puțin timp la dispoziție, preferă să ocolească magazine offline, statul la coadă, sau încercarea produselor în cabina de probă, când este mult mai ușor și mai comod să achiziționeze toate produsele de acasă sau de la serviciu, cu un singur click, să primească produsele la domiciliu unde le pot proba în voie, în intimitatea casei lor. Trăim într-o lume nebună în care fiecare minut contează, așadar de ce să mai pierzi timpul cu vechiul stil de cumpărături offline, adică în magazine, când astăzi se poate simplifica totul.

Bibliografie:

1. www.blackfridaydeathcount.com
2. www.capital.ro/comertul-online-din-romania-in-continua-expansiune.1
3. www.ecommerce.shopmania.ro/ecommerce-marketing/mit-sau-realitate-despre-viitorul-comertului-electronic
4. www.economie.hotnews.ro/stiri-it-22814499-black-friday-2018-istoria-unui-fenomen-care-crescut-uimitor-cumparau-romanii-acum-sapte-ani-cumpara-acum.htm

NFT în Economia Digitală

Autor: Kovalenko Nicoleta
Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana
Universitatea din Petroșani

Abstract: *This paper aims to present the latest products of the digital economy, namely NFTs. Both praised and criticized, they certainly represent a new stage in the digital age.*

Introducere

Economia digitală este un concept inovativ ce exprimă toate procesele economice, tranzacțiile, interacțiunile și activitățile (locuri de muncă) care se bazează pe tehnologiile digitale. Mai mult ca atât, aceasta este considerată a patra revoluție industrială, ceea ce denotă faptul că în scurt timp a devenit un fenomen progresist.

Economia digitală se bazează mai mult pe oricare dintre numeroasele instrumente digitale utilizate în lumea economică de astăzi. Scopul economiei digitale este să modernizeze industria tradițională, să ofere alegeri mai variate consumatorilor și să promoveze incluziunea socială, dar toate acestea se pot realiza numai prin intermediul și cu ajutorul implementării tehnologiilor digitale.

Avantajele economiei digitale:

- Economisești timp când comanzi de pe internet, totul este pus la dispoziția ta, doar cu un singur click, nu mai aștepti cu săptămânile și nu te mai deplasezi prin magazine. Este foarte simplu, comod și rapid, te bucuri de toate produsele comandate și vei avea timp să faci tot ce îți-ai propus.
- Ai acces la multă informație diversă, despre produse și servicii, și în plus mai multe funcții, cum ar fi: să compari prețurile, să analizezi producătorii, produsele cu componența sa. Toate acestea le poți efectua fără să mergi prin locații, ca să te consulți sau să te interezi despre preț, marcă și produs.
- Minimizezi costurile și nu trebuie să închiriezi spații scumpe pentru depozitare sau vânzare. Ca producător poți trimite direct de pe linia de producție la consumator sau din depozite, fabrici mai mici și nu mai ai nevoie de puncte de desfacere fizice, de magazine și spații comerciale care au chirii foarte costisitoare.
- Economia digitală permite o personalizare mai simplă, individuală și cât mai creativă, cu o gamă largă de alegere și încercare a tot ce e mai nou și interesant. Cu ajutorul unor aplicații web, dar și cu o imaginație cât mai bogată poți crea ceva nemaipomenit. Toate serviciile și produsele sunt de acum personalizabile, alegi chiar tot ce îți place și cum îți place.
- Generează un volum uriaș de date, de unde și o privire de ansamblu mai bună, ai oportunitatea de a înțelege ce se întâmplă cu economia, poți să analizezi și să descoperi comportamente de consum, modalități de a vinde și de a promova produse mai ușor către anumite grupuri de clienți sau de potențiali clienți.
- Permite să muncești de acasă, ai o flexibilitate, siguranță și calitate, iar aceste trei lucruri pe care economia digitală le garantează te ajută să te dezvolti din mai multe puncte de vedere.

Dezavantajele economiei digitale:

- Nu se mai respectă legislația muncii. Economia digitală a creat deja un trend puternic legat de freelancing. Firmele au costuri mai mici cu freelanceri, flexibilitate mai mare, însă pot să renunțe oricând la angajați și să îi lase fără loc de muncă și fără niciun ajutor.

- Predomină monopolul. Multe aspecte ale economiei digitale au fost dominate de către firme care dețin monopolul. Spre exemplu: Amazon e lider la vânzări on-line global, multe firme trec prin Amazon ca să ajungă să-și vândă bine produsele. Facebook și Google au dezvoltat și ele o loialitate față de brand și un market share în piețele lor, de unde și monopolul și profitabilitatea crescută.
- În scopuri publicitare, politice se mai folosesc diferite operațiuni murdare, dar și ilegale, ceea ce duc la apariția problemelor de securitate, ce țin de viața privată, adică se colectează tot mai multe date despre clienți, utilizatori pentru a produce aceste operațiuni.
- Repercusiuni asupra mediului înconjurător. Economia digitală nu reprezintă o soluție eco. Centrele de date folosesc electricitate, care duce la emisii de CO₂. Ea mai încurajează și o așa numită cultură a aruncatului când nu mai ai nevoie de x lucru. Nu știi la ce se referă cultura aceasta? An de an se tot lansează telefoane, computere, lumea e încurajată, dar mai mult forțată să cumpere prin diverse reclame, tehnici de marketing sau din cauza unor trend-uri, iar de aici se ajunge la consumul de foarte mult material „raw” și la poluare excesivă în timpul producției de bunuri de consum din sfera electronică.

Impactul economiei digitale asupra României

Progresul economiei digitale din România îl reprezintă un sector IT relativ dezvoltat care contribuie cu ceva mai mult de 5% la formarea PIB, dar care, prin trend-ul de creștere accelerat din următorii ani, va ajunge la aproximativ 10% din PIB, atrăgând investiții majore de peste 2 miliarde de Euro.

România se situează pe locul 27 din cele 27 de state membre ale UE în ediția din 2021 a Indicelui economiei și societății digitale (DESI). În ceea ce privește capitalul uman, România se situează pe locul 26, obținând un punctaj sub medie pentru majoritatea indicatorilor. România se situează pe locul 10 în privința conectivității și pe locul 25 în UE în ceea ce privește integrarea tehnologiei digitale în activitățile întreprinderilor.

Contribuția NFT-urilor în economia digitală

Cea mai mare contribuție în economia digitală din ultimii doi ani o dețin NFT-urile (Non-fungible token).

Un token nefungibil (NFT) este o unitate de date neinterschimbabilă stocată într-un blockchain, o formă de registru digital, care poate fi vândută și comercializată. Tipurile de unități de date NFT pot fi asociate cu fișiere digitale, cum ar fi fotografiile, videoclipuri etc. Deoarece fiecare token este identificabil în mod unic, NFT-urile diferă de majoritatea criptomonedelor, cum ar fi Bitcoin, care sunt fungibile.

Registrele NFT pretind că furnizează un certificat public de autenticitate sau o dovadă a proprietății, dar drepturile legale transmise de un NFT pot fi incerte. NFT-urile nu restricționează partajarea sau copierea fișierelor digitale subiacente, nu transmit neapărat dreptul de autor asupra fișierelor digitale și nu împiedică crearea NFT-urilor cu fișiere asociate identice.

NFT-urile au fost folosite ca un activ speculativ și au atras critici din ce în ce mai mari pentru costul energiei și amprenta de carbon asociate cu validarea tranzacțiilor blockchain, precum și utilizarea frecventă a acestora în escrocherii artistice. Piața NFT a fost, de asemenea, comparată cu o schemă Ponzi.



Figura 1. Ilustrație a unui token nefungibil generat de un contract inteligent (un program conceput pentru a executa automat termenii contractului)

➤ Caracteristici

Un NFT este o unitate de date, stocată pe un tip de registru digital numit blockchain, care poate fi vândută și tranzacționată. NFT poate fi asociat cu un anumit activ digital sau fizic, inclusiv, dar fără a se limita la, artă, melodii și momente importante din sport și o licență de utilizare a activului într-un scop specificat. Un NFT (și, dacă este cazul, licența asociată de utilizare, copiere sau afișare a activului suport) poate fi tranzacționată și vândută pe piețele digitale. Natura extralegală a tranzacționării cu NFT are ca rezultat, de obicei, un schimb informal de proprietate asupra activului care nu are nicio bază legală pentru executare și, astfel, adesea conferă puțin mai mult decât utilizarea ca simbol al statutului.

NFT-urile funcționează ca jetoanele criptografice, dar spre deosebire de criptomonede precum Bitcoin sau Ethereum, NFT-urile nu sunt interschimbabile și, prin urmare, nu sunt fungibile. În timp ce toți bitcoinii sunt egali, fiecare NFT poate reprezenta un activ subiacent diferit și, prin urmare, poate avea o valoare diferită. NFT-urile sunt create atunci când blockchain-urile concatenează înregistrările care conțin hashuri criptografice - seturi de caractere care identifică un set de date - pe înregistrări anterioare, creând un lanț de blocuri de date identificabile. Acest proces de tranzacție criptografică asigură autentificarea fiecărui fișier digital prin furnizarea unei semnături digitale care urmărește proprietatea NFT. Legăturile de date care fac parte din înregistrările NFT, care, de exemplu, pot indica detalii despre locul în care este stocată arta asociată, pot fi afectate de deteriorarea legăturilor.

➤ Drepturile de autor

Proprietatea asupra unui NFT nu acordă în mod inerent drepturi de autor sau drepturi de proprietate intelectuală asupra activului digital pe care NFT pretinde că îl reprezintă. Cineva poate vinde un NFT care reprezintă opera sa, dar cumpărătorul nu va primi neapărat drepturi de autor asupra acelei lucrări, astfel încât vânzătorul poate crea NFT-uri suplimentare ale aceleiași lucrări. Deci, un NFT este doar o dovadă a proprietății separată de dreptul de autor. Potrivit specialistului în drept Rebecca Tushnet, „Într-un fel, cumpărătorul dobândește tot ceea ce lumea artei crede că a achiziționat. Cu siguranță nu dețin drepturile de autor asupra operei subiacente decât dacă aceasta este transferată în mod explicit”.

➤ Istoria NFT-urilor

Primul „NFT” cunoscut, Quantum, a fost creat de Kevin McCoy și Anil Dash în mai 2014. Acesta constă într-un clip video realizat de soția lui McCoy, Jennifer. McCoy a înregistrat videoclipul pe blockchain-ul Namecoin și l-a vândut lui Dash pentru 4 USD, în timpul unei prezentări live pentru conferința *Seven on Seven* de la Noul Muzeu din New York City. McCoy și Dash s-au referit la tehnologie ca fiind „grafică monetizată”. Acest lucru a legat în mod explicit un marker blockchain nefungibil și tranzacționabil de o operă de artă, prin metadata în lanț (activate de Namecoin). Acest lucru este în contrast cu „monedele colorate” cu mai multe unități, fungibile, fără metadata ale altor blockchain și contrapărți.

În octombrie 2015, primul proiect NFT, Etheria, a fost lansat și demonstrat la DEVCON 1 din Londra, prima conferință pentru dezvoltatori Ethereum, la trei luni după lansarea blockchain-ului Ethereum. Majoritatea celor 457 de plăci hexagonale cumpărabile și tranzacționabile ale Etheria au rămas nevândute timp de mai bine de cinci ani, până la 13 martie 2021, când interesul reînnoit pentru NFT a declanșat o frenezie de cumpărare. În 24 de ore, toate plăcile versiunii curente și ale unei versiuni anterioare, fiecare codificată la 1 ETH (0,43 USD la momentul lansării), au fost vândute pentru un total de 1,4 milioane USD.

Termenul „NFT” a obținut o utilizare mai largă doar cu standardul ERC-721, propus pentru prima dată în 2017 prin intermediul Ethereum GitHub, după lansarea diferitelor proiecte NFT în acel an. Standardul a coincis cu lansarea mai multor proiecte NFT, inclusiv Curio Cards, CryptoPunks (un proiect de tranzacționare cu personaje de desene animate unice, lansat de studioul american Larva Labs pe blockchain-ul Ethereum) și cărți de schimb rare Pepe.

Piața NFT a cunoscut o creștere rapidă în 2020, valoarea sa triplatându-se la 250 milioane USD, iar în primele trei luni ale anului 2021, peste 200 de milioane USD au fost cheltuiți pentru NFT.

În 2020, Oficiul de brevete și mărci comerciale din SUA a primit trei cereri de mărci comerciale pentru NFT. În 2021, numărul cererilor de mărci înregistrate a crescut la peste 1200. În ianuarie 2022, Oficiul de brevete și mărci comerciale din SUA a primit 450 de cereri de mărci comerciale legate de NFT. Lista tot mai mare de mărci înregistrate pentru NFT include NYSE, Star Trek, Panera, Walmart, Elvis Presley, Sports Illustrated, Ticketmaster și Yahoo.

➤ Fișiere asociate în mod obișnuit cu NFT-urile

Arta digitală

Curatorul și istoricul de artă american Tina Rivers Ryan, care este specializat în lucrări digitale, a spus că muzeele de artă nu sunt în general convinse că NFT-urile au „relevanță culturală de durată.” Ryan compară NFT-urile cu moda net art înaintea bulei dot-com. Nu există mijloace centralizate de autentificare pentru a preveni vânzarea operelor digitale furate și contrafăcute ca NFT, deși case de licitații precum Sotheby's, Christie's și diverse muzee și galerii din întreaga lume au început colaborări și parteneriate cu artiști digitali precum Refik Anadol, Dangiuz și Sarah Zucker, vânzând NFT-uri asociate cu opere de artă digitale (prin platforme NFT) și prezentând acele lucrări de artă (asociate cu NFT-urile respective) atât în galerii virtuale, cât și pe ecrane, monitoare și televizoare din viața reală.

De asemenea, licitațiile importante ale NFT-urilor legate de arta digitală au primit o atenție considerabilă a publicului. Lucrarea intitulată Merge a artistului Pak a fost cea mai scumpă NFT, cu un preț de licitație de 91,8 milioane USD și Everyday: the First 5000 Days, a artistului Mike Winkelmann (cunoscut profesional ca Beeple), a doua cea mai scumpă, cu 69,3 milioane USD, în 2021.

Unele colecții NFT, inclusiv EtherRocks și CryptoPunks sunt exemple de artă generativă, în care multe imagini diferite sunt create prin asamblarea unei selecții de componente simple de imagine în diferite combinații.



Figura 2. Artă generativă

Jocuri

NFT-urile pot reprezenta active în joc. Unii consideră că acestea pot fi controlate „de către utilizator” în loc de dezvoltatorul jocului dacă pot fi tranzacționate pe piețele terțe fără permisiunea dezvoltatorului jocului.

CryptoKitties a fost un joc online blockchain de succes, în care jucătorii adoptă și schimbă pisici virtuale. Monetizarea NFT-urilor în cadrul jocului a strâns o investiție de 12,5 milioane de dolari, unele pisici vânzându-se cu peste 100.000 de dolari fiecare. În urma succesului său, CryptoKitties a fost adăugat la standardul ERC-721, care a fost creat în ianuarie 2018 (și finalizat în iunie). Un joc online similar bazat pe NFT, Axie Infinity, a fost lansat în martie 2018.

În octombrie 2021, Valve Corporation a interzis aplicațiile de pe platforma sa Steam dacă acele aplicații folosesc tehnologia blockchain sau NFT pentru a schimba valoare sau artefacte de joc.

În decembrie 2021, Ubisoft a anunțat Ubisoft Quartz, „o inițiativă NFT care permite oamenilor să cumpere articole digitale rare, folosind criptomonede”. Anunțul a stârnit critici, cu o rată a dislike-ului de 96% față de videoclipul de anunț YouTube, care de atunci a fost nelistat. Unii dezvoltatori Ubisoft și-au exprimat și îngrijorarea cu privire la anunț. Raportul anual 2022 al Game Developers Conference a afirmat că 70% dintre dezvoltatorii chestionați au declarat că studiourile lor nu au niciun interes în integrarea NFT-urilor sau criptomonedelor în jocurile lor.

Muzică

În februarie 2021, NFT-urile au generat aproximativ 25 de milioane USD în industria muzicală, artiștii vânzând opere de artă și muzică ca jetoane NFT. Pe 28 februarie 2021, muzicianul de dans electronic 3LAU a vândut o colecție de 33 de NFT pentru un total de 11,7 milioane USD pentru a comemora aniversarea de trei ani a albumului său Ultraviolet. Pe 3 martie 2021, a fost realizat un NFT pentru a promova albumul When You See Yourself al trupei Kings of Leon. Alți muzicieni care au folosit NFT includ rapperul american Lil Pump, Grimes, artistul vizual Shepard Fairey în colaborare cu producătorul de discuri Mike Dean și rapperul Eminem.

Film

În mai 2018, 20th Century Fox a colaborat cu Atom Tickets și a lansat postere digitale Deadpool 2 în ediție limitată pentru a promova filmul. În martie 2021, documentarul lui Adam Benzine din 2015 numit Claude Lanzmann: Specters of the Shoah a devenit primul film și film documentar scoase la licitație ca NFT.

Alte proiecte din industria cinematografică care utilizează NFT includ anunțul că va fi lansată o colecție exclusivă de lucrări de artă NFT pentru Godzilla vs. Kong și regizorul Kevin Smith a anunțat în aprilie 2021 că viitorul său film de groază Killroy Was Here va fi lansat ca NFT. Filmul din 2021 Zero Contact, regizat de Rick Dugdale și cu Anthony Hopkins în rol principal, a fost, de asemenea, lansat ca NFT. În aprilie 2021, un NFT asociat cu partitura filmului Triumph, compus de Gregg Leonard, a fost primul NFT creat pentru o partitură de lungmetraj.

În noiembrie 2021, regizorul de film Quentin Tarantino a lansat șapte NFT bazate pe scene din Pulp Fiction. Miramax a intentat ulterior o acțiune în justiție, susținând că drepturile lor de film au fost încălcate și că contractul inițial din 1993 cu Tarantino le-a dat dreptul de a bate NFT-uri în legătură cu Pulp Fiction.

➤ Critici și probleme asociate NFT-urilor

Depozitare în afara lanțului

Ilustrarea unei arte digitale legate de un jeton nefungibil a fost copiată. O astfel de acțiune este legală, deoarece arta în sine este sun licențată.

NFT-urile care reprezintă artă digitală, în general, nu stochează fișierul de artă asociat pe blockchain din cauza dimensiunii mari a unui astfel de fișier. Un astfel de simbol funcționează ca un certificat de proprietate, cu o adresă web care indică piesa de artă în cauză; acest lucru face totuși arta în sine vulnerabilă. Deoarece NFT-urile sunt separate din punct de vedere funcțional de lucrările de artă subiacente, oricine poate salva cu ușurință o copie a unui fișier imagine legat în acest fel de la un NFT, de exemplu, folosind meniul disponibil într-un browser web printr-un clic dreapta. Susținătorii

NFT disprețuiesc această duplicare a operei de artă NFT drept „mentalitate de clic dreapta”. Un colecționar citat de Vice a comparat valoarea unui NFT achiziționat (spre deosebire de o copie necumpărată a activului suport) cu cea a unui simbol de statut „pentru a arăta că își pot permite să plătească atât de mult”.

Ingrijorari privitoare la mediu

Achizițiile și vânzările NFT au la bază un consum ridicat de energie și de emisii de gaze cu efect de seră, asociate cu tranzacțiile blockchain. Deși toate formele de tranzacții Ethereum au un impact asupra mediului, impactul direct al tranzacției depinde și de mărimea ei. De asemenea, protocolul necesar pentru a reglementa și a verifica tranzacțiile blockchain pe rețele precum Ethereum consumă o cantitate mare de energie electrică. Mai mult decât atât, există întrebări conceptuale, cum ar fi dacă estimarea amprentei de carbon pentru o achiziție de NFT ar trebui să includă o parte din cererea curentă de energie a rețelei de bază sau doar impactul marginal al acelei achiziții specifice. O analogie ar putea fi amprenta de carbon asociată cu un pasager suplimentar pe un anumit zbor al unei companii aeriene.

Taxe pentru artist și cumpărător

Platformele de vânzări percep taxe artiștilor și cumpărătorilor pentru baterea, listarea, revendicarea și vânzările secundare. Analiza piețelor NFT din martie 2021, imediat după vânzarea „Everydays: the First 5000 Days” de la Beeple cu 69,3 milioane USD, a constatat că majoritatea lucrărilor de artă NFT se vindeau cu mai puțin de 200 USD, iar o treime se vinde cu mai puțin de 100 USD. Cei care vindeau NFT sub 100 USD plăteau taxe de platformă între 72,5% și 157,5% din această sumă. În medie, onorariile reprezintă 100,5% din preț, ceea ce înseamnă că astfel de artiști plăteau în medie mai mulți bani în taxe decât făceau din vânzări.

Plagiat și fraudă

Au existat cazuri de artiști ale căror lucrări s-au vândut de către alții ca NFT, fără permisiune. După ce artista Qing Han a murit în 2020, identitatea ei a fost asumată de un fraudator și o serie de lucrări ale acesteia au devenit disponibile pentru cumpărare ca NFT. În mod similar, un vânzător care se dădea drept Banksy a reușit să vândă un NFT presupus făcut de artist pentru 336.000 de dolari în 2021; vânzătorul în acest caz restituind banii după ce cazul a atras atenția presei. Ușurința de a crea lucrări NFT plagiare, împreună cu anonimatul baterii NFT-urilor, face dificilă acțiunea în justiție împotriva plagiatorilor NFT.

Concluzii

Economia digitală este în strânsă legătură cu NFT-urile deoarece, urmărind evoluția NFT-urilor, putem spune că ele vor prelua puterea asupra economiei și societății digitale în viitor.

În cele din urmă, NFT relevă doar un mod generic de a reprezenta proprietatea asupra unui produs digital unic. Cu cât lumea avansează și devine mai digitală, NFT-urile pot ajuta mult ca economia digitală să prospere. Cel mai curios este faptul că noi nu știm ce ne rezervă ziua de mâine, și nu ne putem imagina ce pot să întreprindă acești dezvoltatori creativi de NFT, fiind atât de dotați din punct de vedere al abilităților, dar și al tehnologiilor.

Bibliografie:

1. <https://ethereum.org/ro/nft/>
2. <https://ro.theastrologypage.com/digital-economy>
3. <https://www.eppgroup.eu/ro/ce-ne-propunem/prioritati/oamenii-in-centrul-economiei-digitale>
4. https://romania.representation.ec.europa.eu/news/indicele-economiei-si-societatii-digitale-desi-2021-raportul-pentru-romania-2021-11-12_ro
5. https://en.wikipedia.org/wiki/Non-fungible_token

Efecte ale războiului din Ucraina asupra economiei din România

Autor: Maglaviceanu Patricia

**Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The war in Ukraine creates significant social and security challenges for Romania. The first consequences of the war are already being seen as the price of food, fossil gas and electricity has risen considerably. The International Monetary Fund (IMF) has significantly revised its estimates for the growth of the Romanian economy this year, from 4.8% as it estimated in autumn, to 2.2%. In the coming months, Romania is likely to need significant institutional, logistical and financial support from the European Union in order to overcome the side effects of the war in Ukraine.*

Introducere

România face parte din categoria țărilor europene care reușesc să se redrezeze rapid după efectele pandemiei. La baza acestei afirmații stau statisticile publicate de Institutul Național de Statistică, dar și de BNR. În 2021, PIB-ul a atins un nivel record de 240 miliarde de euro, cu 21 miliarde de euro mai mare față de anul 2020, atunci când a fost atins vârful crizei economice provocate de pandemia de COVID-19. Cu toate acestea, se pare că impactul pe care virusul l-a avut în economie va dura cel puțin până în trimestrul IV al acestui an și ar putea fi resimțit chiar și în anul 2023. Specialiștii susțin că în perioada 2022-2023, țara noastră se va confrunta cu 3 mari probleme: deficitul bugetar, deficitul de cont curent și inflația, însă pe lângă toate aceste probleme, nimeni nu prevedea la începutul lunii martie, că ceea ce are să înceapă în Ucraina, v-a afecta o populație întreagă.

1. Există șansa unei invazii ruse în România?

Războiul din Ucraina creează provocări sociale și de securitate semnificative pentru România pe care asistența UE le va atenua doar parțial, dar, în același timp, duce la o stabilitate politică temporară. România a fost în mod tradițional preocupată de potențiala agresiune rusă, explicând sprijinul ferm al țării pentru NATO și cererile frecvente pentru o prezență mai mare a trupelor NATO în țară. O invazie rusă a României este improbabilă având în vedere că Moscova dorește cel mai probabil să evite o confruntare directă cu orice stat membru NATO. Totuși, poziția neclintită a României față de Rusia și sprijinul său pentru sancțiuni dure ale UE împotriva Moscovei și prezența crescută a NATO în regiunea Mării Negre fac țara vulnerabilă la represaliile neconvenționale din partea Rusiei. Aceasta ar putea include atacuri cibernetice împotriva instituțiilor statului român, a infrastructurii și a companiilor private. De asemenea, România ar putea fi supusă campaniilor de dezinformare și altor încercări de destabilizare din partea guvernului rus sau a grupărilor pro-ruse, fie direct, fie în Moldova vecină, care nu este membră NATO.

România are o graniță terestră de 614 de kilometri (aproximativ 381 de mile) cu Ucraina, ceea ce înseamnă că războiul se apropie din ce în ce mai mult de România, pe măsură ce Rusia își intensifică atacurile în vestul Ucrainei.

România are și litoralul Mării Negre, adică dacă Moscova va ajunge să controleze

sudul Ucrainei ca parte a unei strategii de a priva Kievul de acces la mare, România și Rusia vor împărți o graniță maritimă mai mare. (Rusia controlează de facto Crimeea, la Marea Neagră, dar România și Uniunea Europeană nu recunosc pretenția Moscovei asupra teritoriului.) Acest lucru va crește riscul unei confruntări provocate în mod deliberat sau accidental între marinele ruse și române și, eventual, va constrânge camera de explorat pentru hidrocarburi în Marea Neagră.

România este îngrijorată că conflictul din Ucraina s-ar putea extinde și la Moldova vecină, pentru că Rusia ar putea în cele din urmă să folosească teritoriul separatist pro-rus al Transnistriei pentru a lansa un asalt asupra orașului ucrainean Odessa. Chiar dacă Rusia nu invadează Republica Moldova, ar putea încerca să destabilizeze guvernul pro-european al Republicii Moldova. Acest lucru ar crește instabilitatea politică și neliniștea socială în vecinul mai mic al României, care într-un scenariu mai escalator s-ar putea răspândi din Moldova în România. În timp ce o parte a structurii politice și militare a României susține aprofundarea cooperării în domeniul apărării cu Moldova, criticii ideii susțin că acest lucru ar putea duce la fricțiuni inutile cu Rusia.

La mijlocul lunii martie, directorul Direcției Naționale de Securitate Cibernetică a României, Dan Cîmpean, a declarat că țara se confruntă cu o „creștere spectaculoasă” a numărului de atacuri cibernetice care vizează infrastructura sa de la începutul războiului.

Amenințarea rusă a redus disputele interne din cadrul guvernului de coaliție al României, aceasta înseamnă că Bucureștiul nu se va confrunta cu o criză politică, precum prăbușirea surpriză a guvernului iar guvernul va putea vorbi cu o singură voce la Uniunea Europeană cu privire la chestiuni precum aplicarea și punerea în aplicare a sancțiunilor împotriva Rusiei, acordarea de sprijin financiar Ucrainei, locuințe solicitanților de azil și acordarea de sprijin politic și financiar pentru Moldova. Dar chiar dacă mediul politic al României va fi mai stabil, guvernul va trebui să se confrunte cu provocările economice emergente.

2. Care sunt consecințele războiului asupra economiei din România?

Războiul din Ucraina contribuie la prețurile deja ridicate ale energiei în România, ceea ce ar putea încetini activitatea în sectorul de producție, deoarece companiile se confruntă cu costuri de exploatare în creștere. Între timp, prețurile ridicate ale combustibilului ar putea avea un impact negativ asupra companiilor de transport, crescând probabilitatea întreruperilor lanțului de aprovizionare, iar o reducere a venitului disponibil în gospodăriile românești ar putea avea ca rezultat reducerea consumului intern (vânzările cu amănuntul s-au contractat deja cu 1% de la an la an în ianuarie), slăbind și mai mult creșterea economică și deschizând ușa tulburărilor sociale.

Guvernul României încearcă să atenueze toate aceste riscuri prin plafonarea prețurilor la energie, dar acest lucru va veni în detrimentul cheltuielilor publice mari care vor înrăutăți deficitul fiscal al Bucureștiului.

În următoarele luni, România va avea probabil nevoie de sprijin instituțional, logistic și financiar semnificativ din partea Uniunii Europene pentru a face față migrantilor, dar se va confrunta în continuare cu provocări. De decenii, România s-a confruntat cu o emigrare semnificativă, ceea ce înseamnă că are o experiență limitată în primirea unui număr mare de solicitanți de azil. În timp ce guvernul român a oferit drepturi de ședere și locuințe migrantilor din Ucraina care doresc să rămână în țară și transport gratuit celor care doresc să meargă în alte părți ale Uniunii Europene, o parte semnificativă a asistenței vine din partea organizațiilor neguvernamentale și eforturile de organizare la nivel de bază, rezultând o anumită lipsă de coordonare. Drept urmare, în următoarele săptămâni, este probabil că Bucureștiul va cere Bruxellesului ajutor logistic și financiar sporit pentru a face față migrantilor. Uniunea Europeană analizează în prezent mecanisme legale pentru a acorda solicitanților de azil care provin din Ucraina permise de muncă și de ședere pe termen lung. Bruxelles-ul caută, de asemenea,

modalități de a facilita continuarea educației copiilor ucraineni în blocul european. În timp ce aceste măsuri UE vor atenua într-o oarecare măsură povara României, țara ar putea avea dificultăți în implementarea acestor măsuri UE din cauza deficiențelor sale logistice și instituționale. Într-un interval de timp mai lung, există riscul unor episoade izolate de rasism și discriminare, care, într-un scenariu mai escalator, ar putea deveni proteste antiguvernamentale mai ample sau chiar violență țintită, dacă românii simt că migrații generează criminalitate sau concurează cu ei pentru locuri de muncă și ajutor de stat.

Într-un discurs din 17 martie, președintele României Klaus Iohannis a spus că țara sa va primi „atât de mulți refugiați cât este nevoie”. Pe 21 martie, guvernul român a anunțat că peste 515.000 de oameni au sosit din Ucraina de la începutul războiului, aproximativ 80.000 optând pentru a rămâne în România, în timp ce restul își continua călătoria în alte părți ale Uniunii Europene. Potrivit cifrelor oficiale, dintre solicitanții de azil care au ales să rămână în România aproximativ 30.000 sunt copii.

Fondul Monetar Internațional (FMI) și-a revizuit semnificativ estimările privind creșterea economiei românești în acest an, de la 4,8% cât estima în toamnă până la 2,2%, arată cel mai nou raport "World Economic Outlook", publicat de instituția financiară internațională.

România ar urma să înregistreze o inflație de 9,8% în acest an și 5,3% anul viitor, mai arată raportul. Raportul menționează că forța economiei României va depinde de evoluția noilor variante ale COVID-19 și de războiul din regiune. Capacitatea României de a absorbi fondurile UE va fi esențială pentru o dezvoltare durabilă și ecologică. Presiunile asupra inflației din partea sectorului energetic și a piețelor alimentare pun la încercare redresarea și necesită acțiuni echilibrate din partea BNR. Creșterea prețurilor la alimente și energie, precum și scăderea remitențelor ar putea însemna o redresare mai îndelungată pentru segmentele vulnerabile ale populației. Economia României a suferit cele mai ample "corecții" ale prognozelor de creștere în urma izbucnirii războiului din Ucraina, reiese din rapoartele realizate de economiștii marilor bănci prezente pe piața locală. Asta rezultă din cifrele și rapoartele oficiale pe care băncile le fac pentru investitorii lor.

3. Raportul Raiffeisen Bank

Potrivit unui raport Raiffeisen research, PIB-ul României ar urma să înregistreze un avans de doar 3% în acest an, față de prognoza anterioară de 4,8% – cel mai redus ritm din rândul statelor din centrul, estul și sudul Europei. (Figura 1)

Putem menționa faptul că majorarea produsului intern brut al României se află sub media țărilor din regiunea sud-estică. Acest lucru poate însemna că țara noastră trebuie să fie atentă la deciziile de politică economică și monetară pentru a nu suferi o descreștere de amploare a PIB-ului.

4. Raportul ING Bank

După ce și-au ajustat recent previziunile, în contextul creșterii economice mult mai slabe înregistrată de România în 2021, analiștii ING au revizuit din nou cifrele pentru acest an. (Figura 2). Putem observa conform analizei că până în anul 2023, se vor vedea efecte majore în PIB datorită crizei create în Ucraina.

5. Perspective economice și energetice

Încă de când luptele din Ucraina persistau zi și noapte, specialiștii au expus o serie de probleme și măsuri care urmează a fi luate în lunile următoare pentru a se remedia la nivelul României aceste probleme legate de preț, încălzire, etc.:

- creșterea inflației și scăderea creșterii economice - încă de dinaintea războiului din Ucraina se preconiza o încetinire a creșterii economice și o creștere a inflației. În contextul actual, aceste tendințe se pot accentua în mod serios. (Figura 3)
- sistarea sau îngreunarea alimentării cu gaze naturale și petrol din Federația Rusă;
- legea offshore. Se discută tot mai mult despre grăbirea procesului adoptării acestei legi offshore care să permită începerea exploatărilor de gaze naturale în Marea Neagră;
- finalizarea (sau, pe viitor, și construcția) de noi (micro)hidrocentrale;
- reînceperea unor exploatări de cărbune pentru necesarul de energie

Real GDP forecasts

Global	GDP (real, % yoy)			
	2020	2021e	2022f	2023f
Euro area	-6.5	5.2	3.3 (4.0)	2.5
Austria	-6.7	4.9	3.5 (4.5)	2.1 (2.2)
Central Europe				
Czechia	-5.8	3.3	3.6 (4.1)	3.7
Hungary	-5.2	7.1	3.5 (4.5)	3.5
Poland	-2.7	5.7	3.9 (4.3)	4.0
Slovakia	-4.4	3.0	3.5 (4.4)	4.5 (6.0)
Slovenia	-4.2	7.1	3.7 (4.5)	3.5
Southeastern Europe				
Albania	-4.0	8.8	4.1 (4.4)	4.0
Bosnia a. H.	-3.2	6.8	3.0 (3.6)	3.4 (3.5)
Bulgaria	-4.2	4.5	3.2 (4.0)	3.0 (4.0)
Croatia	-8.1	10.4	4.0 (4.4)	4.1
Kosovo	-5.3	10.4	4.0 (4.7)	4.0
Romania	-3.7	5.6	3.0 (4.7)	4.0 (4.5)
Serbia	-0.9	7.5	4.0 (4.5)	4.0
Eastern Europe				
Belarus	-0.9	2.3	0.0 (0.5)	2.0
Russia	-3.0	4.6	-1.5 (1.5)	0.0 (1.4)
Ukraine	-3.8	3.2	-15.0 (3.7)	3.2

Refinitiv, RBI/Raiffeisen Research
Red (green) denotes a downward (upward) revision compared to previous baseline

Figura 1

Se poate observa ca România ocupă poziția a 6-a din cadrul țărilor din sud-estul Europei, iar avansul de doar 3%, nu este unul încurajator, comparativ cu celelalte țări. Pentru 2023 estimările indică o majorare de 1% față de anul precedent.



THINK Economic

Home Markets Macro Sectors Forecasts Meet the team

Growth (GDP)

%YoY	1Q22F	2Q22F	3Q22F	4Q22F	2022F	2023F	2024F
Bulgaria	2.8	3.0	3.3	3.4	3.0	3.2	3.0
Croatia	2.8	3.3	2.9	3.6	3.2	3.2	2.5
Hungary	6.8	5.4	5.2	3.4	5.2	3.8	3.5
Poland	6.9	3.5	2.0	1.4	3.2	4.2	3.2
Romania	1.7	1.4	2.0	3.9	2.3	4.5	4.0
Turkey	1.0	2.6	3.7	4.3	3.0	4.0	4.0
Serbia	5.9	5.2	4.6	4.4	5.0	4.2	3.0

Notă: Această prognoză a fost publicată înainte de revizuirea datelor INS

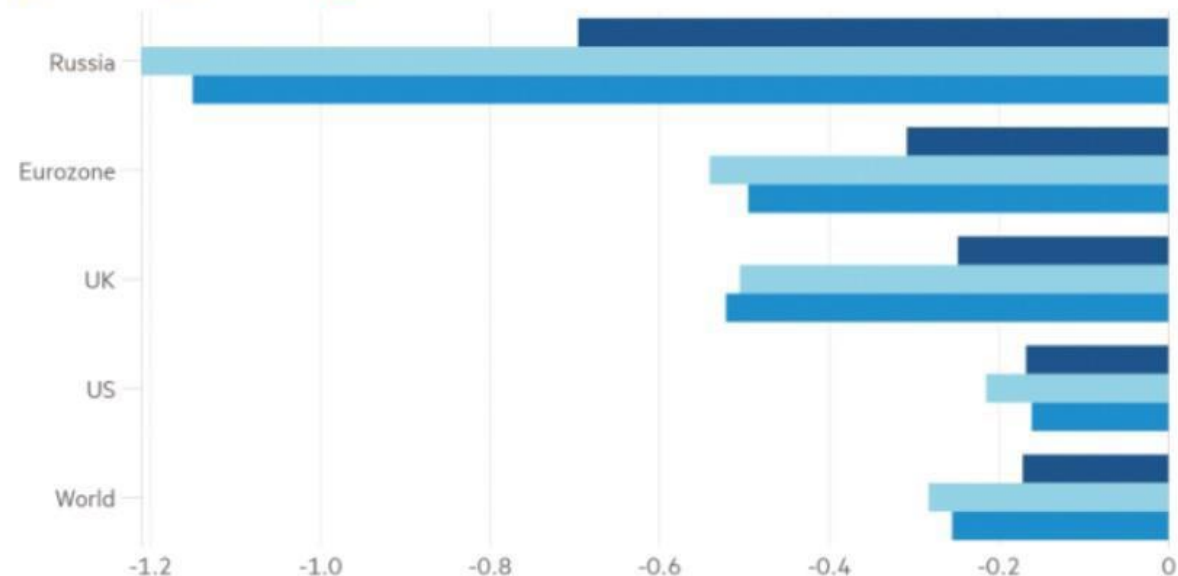
Figura 2

Analiștii ING sunt mult mai drastici, preconizând un avans de doar 2,3%. Scenariul pare mai optimist pentru cei doi ani viitori în cazul României unde se estimează că va avea loc o creștere de 4%.

Estimated impact of Ukraine crisis on global economic growth

% change in gross domestic product from no conflict baseline

2022 2023 2024



Source: Oxford Economics

Figura 3

Figura 3 ne aduce o reprezentare la nivel mondial a PIB-ului.

Estimările celor de la Oxford Economics ne arată că în anul 2023 vor avea loc consecințe mai ample în sfera economică datorită crizei ucrainene dar și că se vor prelungi și în anul 2024, afectând cel mai tare Rusia, urmată de zona europeană și Marea Britanie. Nici SUA nu scapă de efectele acestor conflicte care perturbă viața economică globală, așadar producându-se un efect de tip fluture în multe state datorită secolului globalizării și al interdependenței în care ne aflăm.

Concluzii

Războiul din Ucraina va genera schimbări profunde și în arhitectura relațiilor de securitate din zonă și chiar de pe glob, în fluxurile economice zonale și globale, poate genera o criză alimentară din cauza perturbării exporturilor de cereale de care depind unele state (cum ar fi Egiptul), dar va crea și crize umanitare și sociale majore. Cel puțin societățile din preajma conflictului nu vor mai fi aceleași, o lungă perioadă de timp.

Personal, consider că ceea ce se întâmplă în anul 2022 între Rusia și Ucraina nu este ceva normal, moral sau firesc, dar cum mereu „viața bate filmul”, ne-a fost dat să trăim o realitate cruntă. Mai crunt este faptul că în mod evident, ca țară, vom avea foarte mult de suferit din punct de vedere economic, iar deciziile luate cu mai bine de un deceniu în urmă, precum cel de a închide exploatarea minieră, sau de a-i lăsa pe alții să extragă petrol din Marea Neagră, abia acum se resimt.

Bibliografie:

1. https://adevarul.ro/news/eveniment/impactul-razboiului-ucraina-romaniei-1_6238cbaf5163ec42717f6c8c/index.html
2. <https://cursdeguvernare.ro/razboiul-reface-calculele-economice-romania-va-suferi-cele-mai-mari-corectii-din-regiune.html>
3. <https://insse.ro/cms/>
4. <https://worldview.stratfor.com/>
5. <https://www.imf.org/en/Home>

Potecile tematice și traseele de cicloturism, o alternativă a dezvoltării orașului Uricani

Autor: Malairos Alexandru-Simon
Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Capitalizing on the tourist potential of Uricani, based on mountain tourism can be an alternative that will bring several benefits for the inhabitants of this area, for the economic development of the city but also for this its promotion. Mountain tourism must be considered as the main opportunity for which the city has it and which can become a dynamizing component of a dead economy with the closure of mining operations in this area. The development of mountain tourism will lead implicitly to the development of the area from all points of view, the main benefits being the creation of new jobs, attracting places for investors but especially tourists both from the country and from abroad.*

1. Scurt istoric al orașului Uricani

Orașul Uricani este situat în partea de sud-vest a Depresiunii Petroșani, județul Hunedoara la poalele versanților sudici ai munților Retezat și a versanților nordici ai munților Vâlcan, pe Jiul de Vest la altitudini de 650- 750 m deasupra nivelului Mării Negre, situându-se în primele 10 orașe ale României cu suprafață teritorială ocupată de 25.141 ha.¹

Numele localității Uricani se presupune a se trage de la localitățile Hobița și Uric din Hațeg, ca urmare a procesului de roire (colonizare) a locuitorilor din Țara Hațegului. Aceasta este o ipoteză plauzibilă, așa cum reiese din lucrarea lui Romulus Vuia, Țara Hațegului și regiunea Pădurenilor. După anul 1918 se va folosi numai denumirea de Uricani. După Marea Unire din anul 1918, Uricaniul va cunoaște și el același proces istoric prin care va trece România interbelică. Va fi abandonată denumirea de Uricani - Hobiceni, păstrându-se doar cea de Uricani. Sfârșitul celui de-al doilea război mondial și intrarea sub regimul comunist controlat direct de Moscova, va duce la amplificarea procesului de exploatare a resurselor naturale, în principal a cărbunelui. Consecința directă va fi creșterea treptată a populației și construirea blocurilor de locuințe pentru aceștia.

După anul 1964 localitatea Uricani devine un oraș cu o populație de peste 4000 de locuitori iar acesta are în subordine administrativă două localități: satul Câmpul lui Neag și satul Valea de Brazi.

Accesul spre Uricani se realizează prin intermediul DN66A care este modernizat până în punctul turistic Câmpușel și în curs de modernizare spre Băile Herculane, șosea care va lega Transilvania de sud-vestu României, pe Valea Cernei spre cunoscuta stațiune bimilenară Băile Herculane. Orașul Uricani este situat în vestul Depresiunii Petroșani și la 125 km de Deva care este reședința județului.

2. Cadrul actual al valorificării cicloturismului și potecilor tematice

Turismul este un act care implică o călătorie temporară și care presupune efectuarea unor cheltuieli. El e definit ca fiind un fenomen socio-economic în continuă expansiune, generat de

¹ Monografie turistică, Uricani 2019

nevoia umană de cunoaștere, recreere și recuperare fizico-psihică în condițiile unei civilizații solicitante, dar cu posibilități materiale superioare pentru majoritatea populației.²

La nivelul Uniunii Europene există un trend pozitiv privind practicarea turismului activ, în special în rândul statelor dezvoltate. În ultimii 20 ani, una dintre formele de turism active care a înregistrat creșteri semnificative o reprezintă cicloturismul numit și turismul pe bicicletă, asociat de cele mai multe ori cu alte forme de turism de nișă (turism gastronomic, ecoturismul, agroturismul, turism sportiv sau turism cultural). Chiar și România a început să devină o destinație tot mai apreciată și căutată de aventurierii pe două roți, potențialul cicloturistic românesc fiind localizat cu precădere în zonele montane și submontane, dar și de-a lungul marilor râuri. Se estimează că România atrage anual aproximativ 3.000–4.000 cicloturști străini și sub 1.000 cicloturști români care fac sistematic ieșiri mai lungi (peste 3 zile), aproximativ 4.000 – 5.000 cicloturști români de weekend (maxim 3 zile) și peste 20.000 români care fac excursii pe bicicletă ocazionale în scop recreativ. Totodată, și la nivelul țării noastre s-au făcut progrese importante privind promovarea și utilizarea bicicletei ca mijloc de transport alternativ în ultimii ani.

Potențialul natural al României reprezentat mai ales prin numeroase arii protejate pe care le deține, poate contribui la dezvoltarea cicloturismului, dar lipsa infrastructurii turistice specifice, face ca această categorie să întârzie și să se dezvolte și pe teritoriul țării noastre. La momentul actual, în țara noastră turismul pe bicicletă sau cicloturismul este încă foarte puțin dezvoltat în comparație cu celelalte țări europene, din mai multe puncte de vedere:

- calitatea și cantitatea infrastructurii cicloturistice;
- numărul de practicanți ;
- materialele promoționale și informative.

3. Trasee de cicloturism și poteci tematice

3.1. Traseul cicloturistic „Drumul lui Neag”

Cu plecare din orașul Uricani, pe ruta DN 66A până în locația Câmpușel, traseul cicloturistic „Drumul lui Neag” se dorește a fi un traseu cicloturistic complex care va avea ca punct de start orașul Uricani. Acesta va continua spre localitățile Valea de Brazi, Câmpul lui Neag, Buta Sat, zona turistică Câmpul Mielului ajungând în punctul final Câmpușel prin parcurgerea a 27 km iar reîntoarcerea se realizează tot pe șoseaua DN 66A.

Lungimea traseului „Drumul lui Neag” este de 54 km, având o diferență de altitudine de 474 m iar gradul de dificultate fiind mediu. Acest traseu se poate realiza în 6 ore și are mai multe puncte de popas:

- Popas Bilugu – 5,6 km de la plecarea din orașul Uricani (bancă de odihnă și izvor amenajat);

- Popas Valea de pești – 7,1 km (filigorie, bănci și izvor amenajat);

- Popas Brădet – 8,4 km (bănci, izvor amenajat);

- Popas Câmpu lui Neag – 9,6 Km (filigorie, terasă, alimentație publică);

- Popas Alunii Negri – 12,8 km (izvor, alimentație publică - pensiunea Retezat, punct informare turistică, punct Salvamont);

- Popas Cheile Scocului și Gârbovu – 22 km (izvor);

- Popas Câmpușel – 27 km (filigorie, bănci, izvor amenajat, alimentație publică, camping). Finalizarea drumului de acces spre localitatea Băile Herculane va transforma acest traseu cicloturistic local în traseu cicloturistic regional și se va derula pe o distanță de 117 km.

Obiectivele turistice aflate pe traseul cicloturistic ”Drumul lui Neag” sunt:

- Biserica Sf Gheorghe din Valea de Brazi – 2,5 km;

² Minciu R., Baron P., Neacșu N., *Economia Turismului*, Universitatea Independentă “Dimitrie Cantemir”, București, 1991

- Cascada Firizoni – 4,5 km;
- Barajul Valea de pești – 7,1 km;
- Popasul Brădet este locul unde se află două troițe, monolitul cu Crucea haiducului Neag, o cruce de piatră în amintirea localnicilor ce au murit în primul război mondial, o statuie cu busturile lui Decebal și Traian – 8,4 km;
- Biserica de rit vechi de la Lacul de la Câmpu lui Neag – 9 km;
- Biserica Sf. Arhangheli Mihai și Gavrilă de la Câmpu lui Neag – 11 km;
- Zona turistică Aluni Negri este locația unde se află Parcul de aventură Pârâul Negrului, Cheile Negrului, peștera lui Stanci (amenajată), peștera Alunii Negrii, pensiunea Retezat, Punctul Salvamont Valea Jiului loc unde turiștii se pot informa și despre potențialul zonei – 12,8 km;
- Zona turistică Gura Butei – Cheile Buții, Canionul Valea Mării, Cascada Mării, Cascada Lazăru, Complexul turistic Cheile Buții – 14 km;
- Cheile Scocului – 22 km;
- Cheile Scorotei – 24 km;
- Peștera cu corali – 24 km;
- Peștera nr. 4 – 24 km;
- Peștera Dâlma cu brazi – 24 km;
- Peștera nr. 5 – 24 km;
- Peștera Zeicului aflată pe Cheile Scorotei;
- Câmpușel – 27 km;
- Campingul de la Valea Iarului, Câmpușel – 27 km. Traseul va avea semnele de marcaj cicloturistic cu pictograma „cicloturism” în varianta „rutieră”, ca semne comune, și simbolul „C” ca semn de individualizare.

Elementele suplimentare ce pot figura pe marcajele cicloturistice sunt: indicativ traseu, siglă traseu, coordonatele GPS ale locației, destinație (principală, proximală, altele) cu distanța până la aceasta, denumirea traseului, siglă finanțator, schița zonei, alte elemente.



Foto 1.1. Peștera Zeicului

3.2. Poteca tematică Dodoconi – Valea de Brazi (Traseul liliacului)

Plecarea pe această potecă tematică se află pe DN 66A, la 3 km de orașul Uricani, mai precis între localitățile Valea de Brazi și Câmpu lui Neag. Accesul se realizează pe drumul asfaltat ce duce spre cătunul Dodoconi (aproximativ 2 km asfalt) după care umează poteca ce traversează culmea Dodoconi, trece pe lângă peștera Dodoconi (L = 170 m, D = +4), aceasta putând fii vizitată de doritori. Peștera Dodoconi, este o peșteră folsilă, ușoară ce poate fi vizitată doar cu lanterna frontală, nenecesitând echipament speologic. Traseu continuă spre

Nord traversează valea seacă a Dodoconilor (vale calcaroasă), unde se pot observa câteva sorburi naturale și ajunge în poienile situate deasupra cheilor Valea de Brazi, după care coboară în drumul forestier Tulișa. De aici traseul continuă până în satul Valea de Brazi la DN 66A.

Este un traseu ușor cu grad de dificultate mediu iar lungimea acestuia este de 7 km având o diferență de nivel $\geq 300\text{m}$ și care nu se recomandă să fie parcurs iarna.

Prin parcurgerea traseului Liliacului turistul va putea observa tradițiile și meșteșugurile din zonele Dodoconi și Valea de Brazi: păstoritul, oieritul, albinărit, realizarea țuici (în sezonul de toamnă este specific pentru locuitorii acestei zone), etc., va putea vizita peștera Dodoconi și peșterile aflate în cheile Valea de Brazi (recomandate turiștilor de CNIPT Uricani sunt peștera Biserica și peștera Calului fiind ușor accesibile) și va vedea frumoasele sălașe realizate din lemn în urmă cu un secol, aflate pe culmile Dodoconi și Valea de Brazi.

Echipamentul recomandat: ghetă impermeabile, lanternă, haine de ploaie.

Poteca tematică „Traseul liliacului” poate fi parcursă la pas și are un grad de dificultate ușor.

Deoarece traseul Liliacului se derulează de-a lungul unui drum asfaltat, apoi o potecă întreținută, nu există pasaje cu risc de alunecare sau cădere în gol.

Timpul recomandat de parcurgere a traseului și vizitare este de 3 – 5 ore.

Poteca tematică a fost marcată cu semnul liliac pe fond alb și va începe de la DN 66A, unde se dorește și montarea unui panou informativ de mărime 1000mm x 800mm.

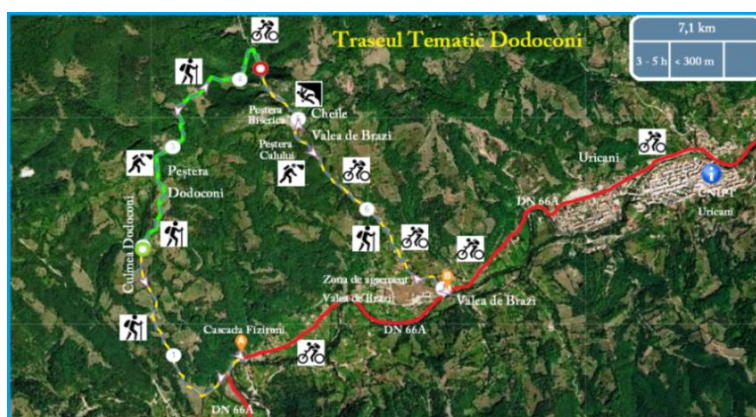


Foto 1.2. Traseul tematic Dodoconi

3.3. Poteca tematică Podul din Găuroane

Plecarea va avea loc din DN 66A zona Câmpușel și va urma cursul secat al văii Găuroane prin Cheile Găuroane (pe unele hărți fiind notată Scocului) până la podul natural de sub căldarea glaciară Găuroane. Acesta este cea mai mare căldare glaciară dezvoltată în calcare sub acțiunea ghețarilor în perioada Wurm (ultima glaciațiune) din România. Din acest punct traseul va continua spre Vest unde se va intersecta cu traseul turistic ce urcă spre Vf. Iorgovanu, marcat cu triunghi roșu. Din acest punct vizitatorul poate alege variante de a vizita Vf. Iorgovanu sau de a reveni la Câmpușel la Campingul Valea Iarului.

Campingul se află localizat la Câmpușel, lângă DN 66A, în apropierea Casei de vânatoare Câmpușel, pe malul drept al Jiului de Vest, sub falnicile creste ale Iorgovanului, în poiana de la intrarea în valea Iarului, departe de zgomotul mașinilor, între munți, sub cerul liber și doar la câțiva km de oraș.

Este o tabără inedită, cu corturi suspendate pe punți din lemn, iar locația pare desprinsă din povești, iar turiștii ce vizitează acest loc au parte de tot ce le poate oferi natura. În poiana din Valea Iarului turiștii vor putea să aleagă să se cazeze în unul din cele 7 corturi suspendate pe punți din

lemn, iar serile le pot petrece la un foc de tabără. Campingul din Valea Iarului este punctul de plecare în mai multe trasee turistice și poteci tematice: Vf. Iorgovanu, Valea Soarbele, locul de unde izvorăsc Jiul de Vest și Cerna, spre peșterile și avenele din zonă, Paradisul verde din Cheile Iarului sau trasee spre munții Vâlcan – Creasta Oslea.



Foto 1.3. Camping Valea Iarului

Concluzii

În concluzie, practicarea acestor forme noi de turism a început să apară, dar în timp acestea trebuie să cunoască o serie complexă de investiții. Cicloturismul, cunoscut și sub denumirea de Mountain-Bike, a contribuit la creșterea atractivității turiștilor, în oraș existând o lungime de 150 de km a acestor tipuri de trasee iar în timp se dorește crearea și altor trasee mai ales în zona Retezatului Mic. Nici turismul pedestru nu a încetinit să prindă contur, deoarece traseele deja existente i-a determinat pe turiști să practice această formă de turism recreativă, care le permite să studieze îndeaproape flora, fauna, solul și să se bucure de aerul nepoluat, bogat în oxigen, conținând o cantitate apreciată de ioni negativi de oxigen. În largă paletă a formelor de turism, turismul montan deține un loc aparte, muntele fiind dintotdeauna o destinație preferată pentru refacere, odihnă, aventură sau alte nevoi socio – cultural.

Bibliografie:

1. Minciu R., Baron P., Neașu N., *Economia Turismului*, Universitatea Independentă „Dimitrie Cantemir”, București, 1991
2. *** *Monografie turistică*, Uricani 2019
3. <https://cnipturicani.ro/>
4. <http://orasuluricani.ro/>

Salariul minim pe economie - Republica Moldova vs. România

Autori: Mocanu Oleg, Jalbă Nichita
Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Wages are the face of every country. All countries have a different economy and state budget, so each country has different salaries for its inhabitants. However, less developed countries have a huge gap compared to developed ones. This is why the minimum wage is regulated in many countries. However, in countries such as Romania and the Republic of Moldova, its level is not sufficient to ensure a decent standard of living for those who benefit from it.*

1. Salariul – abordări conceptuale

Salariul, ca formă de plată a forței de muncă, se aplică din timpurile cele mai îndepărtate. Încă în Codul de legi al lui Hammurabi din Babilonul antic (mileniul II î. e. n.) apare fenomenul „muncii salariate,” fenomen generat, pe de o parte, de perioadele de timp în care se efectua un mai mare volum de muncă, care nu putea fi acoperit exclusiv prin munca sclavilor și, pe de altă parte, ca urmare a constituirii categoriei sociale de oameni liberi, care puteau fi angajați în câmpul muncii contra unei sume de bani, stabilite și reglementate legal.

Categoria economică de salariu își are originea în latinescul *salarium* care, în esență, semnifică rația de sare alocată unui ostaș. Ulterior, această noțiune a fost extinsă și utilizată pentru a exprima prețul plătit lucrătorilor care prestau diferite activități în folosul altor persoane.

Fondatorul doctrinei „justiției sociale”, Toma d’Aquino (1225-1274 e.n.), considera în lucrarea sa „*Suma Theologiae*” (1266) că lucrătorul angajat trebuie să obțină contra muncii prestate altei persoane un „salariu just”. Acest salariu trebuie să-i permită să trăiască el și membrii familiei sale inapți de muncă, la scara poziției pe care o ocupă în structura claselor sociale. Teoria „salariului just” nu și-a pierdut actualitatea nici în epoca în care trăim, cu toate că de la elaborarea sa au trecut peste șapte sute de ani.

Fondatorul doctrinei liberalismului economic clasic, Adam Smith (1723-1790), scria în opera sa „*Avuția națiunilor. Cercetare asupra naturii și cauzelor sale*” (1776): „Un angajat trebuie să poată trăi întotdeauna din munca sa, iar salariul trebuie să fie, cel puțin, suficient pentru a-l întreține. Salariul trebuie să fie, de cele mai multe ori, chiar ceva mai mare decât atât; altfel ar fi imposibil pentru muncitor să întemeieze și să întrețină o familie, iar cursul vieții, al unor asemenea muncitori, n-ar putea dura mai mult de o generație.”¹ Autorul „*Avuției națiunilor...*” a subliniat și faptul că salariul este unicul venit bazat pe muncă. Celelalte venituri – profitul, renta și dobânda – sunt venituri create de munca suplimentară a angajaților.

Alt fondator al liberalismului economic clasic, David Ricardo (1772-1823), afirma în lucrarea sa „*Despre principiile economiei politice și ale impunerii*” (1817), că salariile trebuie lăsate la concurența liberă și loială de pe piața muncii. Legea cererii și ofertei de muncă este cea care va funcționa și pentru forța de muncă, la fel ca pentru orice altă marfă. D. Ricardo distinge și un „preț de piață” al muncii, care reprezintă suma de bani plătită în mod real pentru folosirea forței de muncă conform raportului dintre cererea și oferta de brațe de muncă. Într-adevăr, la prima vedere, salariul muncitorului apare ca preț al muncii. Dar aceasta este numai în aparență, pentru că, de fapt, esența salariului este alta. Ea constă în înțelegerea deosebirilor dintre forța de muncă și muncă, a faptului că muncitorul vinde patronului nu munca, ci forța de muncă.

Paul Samuelson, laureat al Premiului Nobel pentru economie (1970), subliniază că „omul este mai mult decât o marfă,” el își „închiriază serviciile pe baza unui preț,” care este „de la distanță cel mai important preț.” De aceea, la stabilirea salariului trebuie să se țină seama de specificul mărfii - forța de muncă.

2. Tipurile și formele salariului

Există următoarele trei **tipuri de salariu**: salariul brut, salariul net și salariul minim brut pe țară.

Salariul brut cuprinde sumele de bani ce exprimă salariul de bază și toate adaosurile salariale provenite din muncă.

Salariul net rezultă din cel brut după ce se scad reținerile obligatorii conform legislației în vigoare.

Salariul minim brut pe țară este salariul fixat pe cale legală pentru a garanta salariaților din categoriile defavorizate un venit care să corespundă minimumului de trai. Se stabilește prin hotărârea Guvernului țării respective, după consultarea sindicatelor și a patronatelor. În cazul în care programul normal de muncă este mai mic de 8 ore pe zi, salariul minim brut pe țară se raportează la numărul mediu de ore lunar, conform programului legal de lucru aprobat. Angajatorul nu poate negocia și stabili salarii de bază prin contractul individual de muncă sub salariul minim brut pe țară.

Salariul minim brut pe țară are forța legii și este aplicabil sub pedeapsa sancțiunilor penale sau a altor sancțiuni specifice. Salariul minim este salariul considerat ca suficient pentru satisfacerea nevoilor vitale de alimente, îmbrăcăminte, educație ale salariaților, ținând cont de dezvoltarea economică, socială și culturală a fiecărei țări.

Formele salariilor. În componența veniturilor angajaților salariul ocupă locul prioritar. În țările industrial avansate circa 70-80% din populația economic activă sunt persoane salariate, iar salariul acestora constituie 50- 70% din Produsul Intern Brut (P.I.B.).

Salariul se manifestă în două forme principale: salariul nominal și salariul real.

Salariul nominal reprezintă suma de bani pe care o primește salariatul, peste intervale regulate de timp, pentru forța de muncă închiriată. Mărimea salariului nominal, care are o tendință generală de creștere, este influențată de mai mulți factori: nivelul de dezvoltare economică a țării, raportul dintre cererea și oferta de forță de muncă, nivelul productivității muncii, politica de salarizare ș. a. Salariul nominal se calculează raportând fondul total de salarii la numărul de salariați.

Salariul real poate fi definit ca fiind cantitatea de bunuri materiale și servicii, care poate fi procurată la un moment dat cu salariul nominal. Deci salariul real nu depinde de suma de bani pe care salariatul o primește drept salariu nominal, ci de cantitatea de alimente, obiecte de primă necesitate și lucruri de confort, devenite esențiale prin obișnuință și pe care și le poate procura cu această sumă de bani. Creșterea prețului alimentelor și al obiectelor de primă necesitate determină puterea de cumpărare a salariului nominal. Mărimea salariului real depinde de următorii doi factori: a) mărimea salariului nominal și b) nivelul prețurilor la bunurile de consum și tarifelor pentru serviciile prestate.

3. Salariul minim brut pe economie în România și Republica Moldova

3.1. România

În România, în conformitate cu Codul Muncii, salariul de bază minim brut la nivel național este stabilit prin Hotărârea Guvernului după consultarea cu sindicatele și organizațiile patronale. Nivelul salariului minim brut pe țară nu modifică drepturile salariale prevăzute în contractele colective de muncă, contractele individuale de muncă sau alte acte normative. Cu toate acestea,

angajatorii sunt obligați să garanteze plata unui salariu brut lunar cel puțin egal cu salariul minim brut pe țară. Ca urmare, atunci când rata salariul minim este modificată, angajatorii trebuie să crească toate salariile în consecință. Acest lucru poate fi o provocare pentru companiile mici și micro-întreprinderi în cazul în care, sistemele de plăți bonus sunt subdezvoltate sau chiar absente. Există însă și o parte pozitivă, un salariu minim mai mare elimină atât subsalarizarea lucrătorilor cât și proporția celor care primesc salariile „în plic”.

Salariul minim din România a crescut cel mai mult în ultimii ani în comparație cu alte țări din UE. Suma s-a dublat, dar rămâne unul dintre cele mai mici salarii din Europa. Din 2010 până în 2018, salariul minim a crescut cu peste 200%. Deci, din acest punct de vedere, România se află pe primul loc la nivel european. Și din 2010 aproape în fiecare an o creștere a salariului minim a fost mai mult decât evidentă, cifrele nu ar trebui să surprindă. Ca valoare, aceasta înseamnă o creștere de puțin peste 1200 de lei, adică echivalentul a 260 de euro. În ciuda tuturor acestor creșteri procentuale, România continuă să se numere printre țările cu cel mai mic salariu minim din Europa: puțin peste 400 de euro pe lună.

În 2018, România se afla pe un antepenultimul loc la valoarea salariului minim brut pe economie, cu 409 euro la 1 ianuarie. Însă, creșterea poziției față de anul anterior nu s-a datorat creșterii reale (a salariului minim net), ci artificiului guvernului de la 1 ianuarie 2018 de a muta contribuțiile sociale de la angajator la angajat, adică pentru a lua valoarea costului salarial total (salariul brut) și a o muta în salariul brut. Acest lucru a fost evidențiat și de faptul că, în ceea ce privește sumele nete pentru 2018, România avea al doilea cel mai mic salariu net (243 EUR), după vecina sa Bulgaria (202 EUR).

Creșteri ale salariului minim pe economie au avut loc în fiecare an și începând cu 1 ianuarie 2022, salariului de bază minim brut pe țară garantat în plată, este majorat cu 10,8% de la 2.300 lei la 2.550 lei lunar. Respectiva hotărâre menționează: „Începând cu data de 1 ianuarie 2022, salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată, prevăzut la art. 164 alin. (1) din Legea nr. 53/2003 - Codul muncii, republicată, cu modificările și completările ulterioare, se stabilește în bani, fără a include sporuri și alte adaosuri, la suma de 2.550 lei lunar, pentru un program normal de lucru în medie de 167,333 ore pe lună, reprezentând 15,239 lei/oră.”

3.2. Republica Moldova

În Republica Moldova statul reglementează retribuirea muncii salariaților din unități, indiferent de tipul lor de proprietate și forma de organizare juridică, prin stabilirea mărimii salariului minim pe țară, quantumului minim garantat al salariului în sectorul real și a salariului tarifar pentru categoria I de salarizare a salariaților din sectorul bugetar, altor norme și garanții de stat, prin stabilirea sistemului și condițiilor de salarizare a salariaților din instituțiile și organizațiile finanțate de la buget, prin reglarea fondurilor de salarizare a salariaților din întreprinderile monopoliste.

În 2013, salariul minim de 71 euro în Moldova era mai mic chiar decât în India (74 euro), China (98 euro), Indonezia (139 euro), Rusia (119 euro) și nu cu mult mai mare decât în Bangladesh (49 euro) sau Laos (59 euro), care au cele mai joase salarii minime în Asia. Asta în condițiile în care costurile de trai în Asia sunt semnificativ mai mici decât minimumul de subzistență în Moldova. La 01 ianuarie 2016 salariul minim în RM a crescut la 89 euro, întrecând astfel salariul minim din Rusia care constituia 80 euro, situație creată de creșterea nivelului inflației din această țară la 14,5%.

Cuquantumul minim garantat al salariului pentru sectorul privat este stabilit prin Hotărâre de Guvern, iar în fiecare an acesta este reexaminat. Reexaminarea cuquantumului minim este efectuată având ca premisă modificarea indicelui prețului de consum și a ratei de creștere a productivității muncii la nivel național. Începând cu 1 mai 2018, cuquantumul minim garantat al salariului în sectorul real se stabilește în mărime de 2610 lei pe lună, calculat pentru un program complet de lucru de 169

ore în medie pe lună, cu 230 lei mai mult decât în anul 2017. Majorarea salariului minim are un impact pozitiv asupra răspândirii relațiilor neoficiale de salarizare, diminuând incidența acestui proces, astfel amplificând încasările de contribuții sociale pe termen mediu. Astfel, prin măsurile luate, statul protejează populația încadrată în câmpul muncii, precum și asigură venituri mai mari pentru forța de muncă puțin calificată, vulnerabilă la efectele sărăciei, asigurând pentru fiecare angajat un salariu minim și nicidecum mai mic decât limita stabilită de guvern.

Începând cu 1 ianuarie 2021, salariul minim pe economie în Moldova este de 2935 lei (735 RON) pe lună sau 17,37 lei (4,35 RON) pe oră, calculat pentru un program complet de lucru de 169 de ore pe lună. În 2021, salariul minim garantat de către lege a crescut cu 5,7 % față de 2020, când constituia 2775 de lei. O mărire care, spun reprezentanții statului, ar fi trebuit să aibă loc în mai 2020, dar a fost amânată de criza pandemică. Anterior, el a constituit 2610 lei în 2019.

Am putea să ne oprim la cifre și la dinamica creșterii de la independență încoace, însă cu adevărat relevantă aici este întrebarea: „Este sau nu salariul minim în Moldova *suficient* pentru angajatul de rând?”. Raportat la mărimea *coșului minim de consum*, în baza căruia se calculează și care depășește lejer 2000 de lei pe lună, e foarte puțin - mai ales după majorarea prețurilor la alimente din ultimul an, a tarifelor pentru serviciile comunale și la carburanți.

Moldova încă e restanțieră la acest capitol, garantând cetățenilor săi un salariu minim aproape similar cu cel din Belarus - echivalentul a 150 de euro. Comparat cu țări ca Ucraina, unde acesta e 197 de euro, sau România, unde el constituie 466 de euro, salariul minim în Moldova poate fi pe bună dreptate considerat *insuficient*.

Dacă vă întrebați totuși ce salariu net primesc angajații în Moldova, atunci să excludem din salariul mediu brut de 7943,0 lei contribuția la fondul social de 6% și cea la fondurile de asigurare medicale de 4,5% și, astfel, obținem o bază impozabilă de 7130,43 lei.

Din această sumă, calculăm impozitul pe venit pentru persoanele fizice de 12% și obținem un venit net de 6274,77 lei. Adicional, știm că fiecare angajat cu un venit mai mic de 30 mii de lei beneficiază de o scutire personală în valoare de 18.000 de lei anual plus scutirile pentru copii, dacă e cazul.

Altfel spus, 18.000 din salariul anual sunt scutiți de impozitul pe venit fiind impozitat doar restul sumei. Dacă aplicăm toate aceste deduceri și scutiri, obținem un salariu mediu net de circa 6274,77 de lei moldovenești ceea ce reprezintă 1.584 lei românești sau circa 320 euro.

Acest calcul ne arată diferența mare în ceea ce privește nivelul de salarizare din cele două țări. Dacă România are printre cele mai mici valori ale salariului minim brut pe economie între statele membre ale UE, în cazul Republicii Moldova decalajul este și mai mare. Luând în considerare mărimile nete, quantumul salariului minim din România se apropie de cel al salariului mediu pe economie din Republica Moldova.

Concluzie

În concluzie, considerăm că e binevenit ca Republica Moldova să-și revizuiască politicile și modul de calculare a salariului minim pe economie, astfel încât fiecare cetățean să aibă șansa la un trai decent, demn, salariul minim fiind o pârgie de protecție financiară pentru persoanele cu venituri mici.

Bibliografie:

1. Blanovschi A., *Salariul: abordări conceptuale, tipuri de salarii, modalități de salarizare*, Administrarea Publică, nr. 1, 2013, pp. 53-61, disponibil pe: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Salariul_abordari%20conceptuale%20tipuri%20de%20salarii%20modalitati%20de%20salarizare.pdf

2. Cebotari A., *Salariul minim în Republica Moldova. Aspecte economice*, Studia Universitatis Moldaviae, 2018, nr. 2(112), pp. 117-124, disponibil pe: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/117-124_0.pdf
3. Florea Ianc M., Ciurlău L., *Evolution of Gross Minimum Wage Increase Economy in Romania*, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 1/2018, pp. 97-104, disponibil pe: https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2018-01/13_Florea.pdf
4. Moraru C., Nancu D., *The Evolution of Wage in Romania*, „Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series, Volume XVIII, Issue 1 /2018, pp. 196-199, disponibil pe: <https://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2018/08/14.pdf>
5. <https://leaveboard.com/ro/salariu-minim-pe-economie/>
6. [https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30 Statistica sociala/30 Statistica sociala__03 FM__SAL010__serii anuale/SAL010100.px/?rxid=5aad211e-2f63-43c6-9796-f49f4cefe6cf&fbclid=IwAR0Yj2EccR8aM4jAhEb11FAmHPXNentV58Te9vRR8ZFXEebcKjMdLfw9xA](https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__03FM__SAL010__serii%20anuale/SAL010100.px/?rxid=5aad211e-2f63-43c6-9796-f49f4cefe6cf&fbclid=IwAR0Yj2EccR8aM4jAhEb11FAmHPXNentV58Te9vRR8ZFXEebcKjMdLfw9xA)
7. http://www.mmuncii.ro/j33/images/Date_lunare/s5-15.pdf

Aspecte ale managementului organizațional

Autor: Moisoni Eliza Ramona, Docea Alexandru
Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Organizations need direction to reach their social and economic objectives. Managers can provide the direction for organizations through a set of abilities and qualities. Different styles of management have been adopted over time with some are more efficient than others. The best style of management is not necessarily the most positive but rather the one that is best focused on the people that create the organization and business type. Through a management based on objectives and a deep understanding of leadership qualities, today's managers can perform their guiding act with more clarity and support from their team members.*

Introducere

Managerii se găsesc peste tot, în întreprinderi mici și mari, asociații de voluntari, agenții guvernamentale, școli, spitale și oriunde oamenii lucrează împreună pentru o cauză comună. Chiar dacă titlurile postului variază de la lider de echipă la șef de departament, lider de proiect, președinte, administrator și multe altele, oamenii din aceste locuri de muncă împărtășesc o responsabilitate comună - ajutându-i pe alții să facă cea mai bună muncă. Îi numim manageri pe persoanele care supraveghează, sprijină și ajută în mod direct la activarea eforturilor de muncă pentru a atinge obiectivele de performanță ale indivizilor, echipelor sau chiar ale unei organizații în ansamblu.

O organizație în care indivizi din medii diverse, calificări educaționale diferite și interese variate se reunesc pentru a lucra spre un obiectiv comun se numește organizație. Angajații trebuie să lucreze în strânsă coordonare unii cu alții și să facă tot posibilul pentru a atinge obiectivele organizației. Este esențial să gestionezi bine angajații pentru ca aceștia să se simtă indispensabili pentru organizație. Managementul organizației ajută la extragerea a ce este mai bun din fiecare angajat, astfel încât să îndeplinească sarcinile în intervalul de timp dat. Managementul organizației leagă angajații împreună și le oferă un sentiment de loialitate față de organizație.

1. Stiluri de management

Arta de a reuni angajații pe o platformă comună și de a extrage tot ce este mai bun din ei se referă la un management eficient al organizației.

Managementul joacă un rol important în întărirea legăturii dintre angajați și pentru a-i face să lucreze împreună ca o singură unitate. Este responsabilitatea conducerii să se asigure că angajații sunt mulțumiți de responsabilitățile lor de serviciu și, în cele din urmă, acționează la cel mai bun nivel.

Conducerea trebuie să-și înțeleagă bine angajații și să se străduiască din greu să le îndeplinească așteptările pentru o ambianță fără stres la locul de muncă.

Fiecare lider are un stil unic de a trata angajații (fie că sunt noi veniți, fie că fac deja parte din echipă). Diversele moduri de a trata subordonații la locul de muncă se numesc stiluri de management.

Superiorii trebuie să decidă asupra cursului viitor de acțiune în funcție de cultura și condițiile existente la locul de muncă. Natura angajaților și mentalitatea lor afectează și stilul de management al muncii.

În stilul autocratic de lucru, superiorii nu iau în considerare ideile și sugestiile subordonaților. Managerii, liderii și superiorii au responsabilitatea exclusivă de a lua decizii fără să-și deranjeze prea

mult subordonații. Angajații sunt total dependenți de șefii lor și nu au libertatea de a lua decizii pe cont propriu. Subordonații într-un astfel de stil de lucru pur și simplu aderă la liniile directoare și politicile formulate de șefii lor. Ei nu au un cuvânt de spus în deciziile conducerii. Orice superiori consideră că este potrivit pentru organizație, devine în cele din urmă politicile companiei. Angajații le lipsește motivația în stilul autocratic de lucru.

În Figura nr. 1 putem observa o reprezentare grafică a stilurilor de conducere ca o fluctuație între trei stiluri principale.

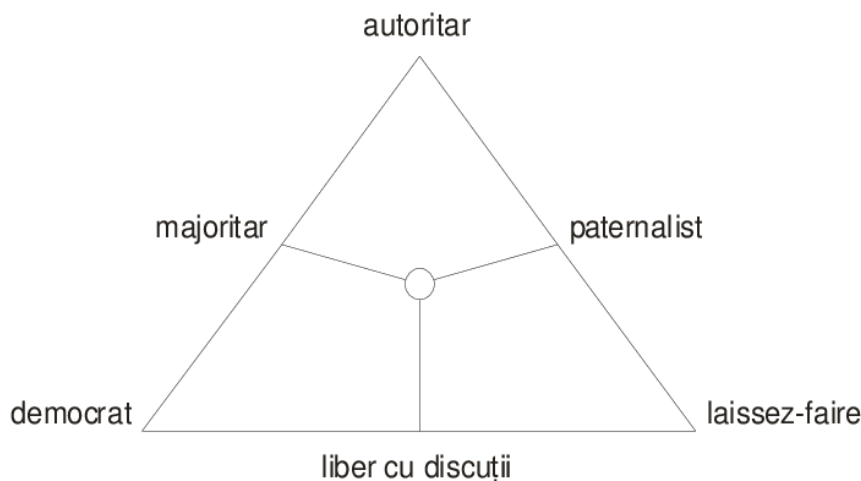


Figura nr. 1.

Sursa: Stiluri de conducere (adaptat după Maier 1957)

În stilul paternalist de lucru, liderii decid ce este mai bine atât pentru angajați, cât și pentru organizație. Politicile sunt concepute pentru a beneficia angajații și organizația. Sugestiile și feedback-ul subordonaților sunt luate în considerare înainte de a decide ceva. Într-un astfel de stil de lucru, angajații se simt atașați și loiali față de organizația lor. Angajații rămân motivați și se bucură de munca lor, în loc să o trateze ca pe o povară.

În stilul democratic de lucru, superiorii salută feedback-ul subordonaților. Angajații sunt invitați ca la un forum deschis pentru a discuta avantajele și dezavantajele planurilor și ideilor.

Stilul democratic de lucru asigură o comunicare eficientă și sănătoasă între management și angajați. Superiorii ascultă ce au de spus angajații înainte de a finaliza ceva.

Într-un stil liberal de lucru (laissez-faire), managerii sunt angajați doar de dragul organizației și nu contribuie prea mult la organizație. Angajații iau decizii și gestionează singuri munca. Persoanele care au visul de a deveni mari în organizație și doresc să facă ceva inovator de fiecare dată îi eclipsează pe alții care merg la birou pentru distracție. Angajații nu depind de manageri și știu ce este corect sau rău pentru ei.

În managementul prin stilul de lucru al supervizării și prezenței, managerii se tratează pe ei înșiși ca pe o parte esențială a echipei și sunt ascultători eficienți. Superiorii interacționează mai des cu angajații pentru a afla preocupările și sugestiile acestora. Într-un astfel de stil de lucru, liderul este mai mult un mentor pentru angajații săi și îi ghidează ori de câte ori este nevoie. Managerii nu se închid în birouri; în schimb, se plimbă pentru a afla ce se întâmplă în jurul lor și în organizație.

2. Abilitățile manageriale

Succesul și eșecul unei organizații este direct proporțional cu eficacitatea managementului. Superiorii trebuie să împărtășească o relație sănătoasă cu angajații pentru ca aceștia să poată lucra

pentru organizație la cel mai bun nivel. Liderii trebuie să dobândească anumite seturi de abilități pentru o funcționare eficientă:

- Managementul trebuie să fie imparțial față de angajații săi. Regulile și politicile ar trebui să fie aceleași pentru toată lumea. Favoritismul este un nu strict la locul de muncă. Niciunui angajat nu ar trebui să i se acorde favoruri speciale.

- Liderii trebuie să promoveze discuții sănătoase la locul de muncă. Un lider face ca angajații să lucreze în echipă pentru ca ei să se cunoască mai bine. Sunt încurajate întâlnirile de dimineață sau întâlnirile săptămânale pentru ca angajații să vină în față cu problemele lor. Problemele nu trebuie lăsate nesupravegheate.

- Întâlnirea cu angajații separat în spații închise ar fi mai bine să fie evitate. Discuțiile pe o platformă comună sunt mai fructuoase și generează rezultate mai bune. Un manager eficient face cunoștință cu angajații o dată pe săptămână sau pe lună, conform programului. Întâlnirile prea formale sunt un stres pentru angajat, managerii pot să detensioneze astfel de întâlniri. Un manager popular le permiteți angajaților chiar să-și aducă și ceștile de cafea. Indivizii nu se deschid prea mult în discuțiile formale.

- Superiorii trebuie să se asigure că angajații nu se bat între ei generând diferite conflicte. Conflictele trebuie evitate la locul de muncă, deoarece nu se poate obține nimic productiv din ele. Un manager eficient se asigură că indivizii nu au probleme unul cu celălalt și că au relații bune. În cazuri de conflicte, conducerea trebuie să intervină și să rezolve imediat diferențele. Angajații pot fi puși să stea față în față și lăsați să discute lucruri dintre ei.

- Managerul se asigură că angajații respectă regulile și reglementările organizației. Sunt stabilite obiective clare pentru angajați. Țintele trebuie să fie predefinite, iar angajații trebuie să știe ce ar trebui să facă la locul de muncă. Disciplina trebuie menținută la locul de muncă. Angajații trebuie să vină la lucru la timp și trebuie luate măsuri stricte împotriva celor care nu respectă politicile organizației.

- A fi un bun ascultator este o altă abilitate a managerului. Conducerea trebuie să interacționeze mai des cu angajații. Astfel de inițiative contribuie în mare măsură la motivarea angajaților și îi fac să rămână în organizație pentru o perioadă mai lungă de timp.

„Abordarea Hitler” nu funcționează în scenariul actual. Superiorul poate fi un mentor pentru angajații săi, mai degrabă decât un șef strict. Angajații pot fi ghidați în munca lor. Superiorul încearcă să îi ajute în sarcinile lor. Acesta poate să îi ajute să iasă din probleme cu soluții inovatoare.

- Un lider bun motivează angajații din când în când. Acesta proiectează planuri și scheme de stimulente profitabile pentru a scoate la iveală tot ce este mai bun din angajați. Managerul eficient apreciază de fiecare dată când angajații fac o treabă bună.

Unii manageri îi încurajează pe subordonați să sărbătorească petreceri de naștere și festivaluri importante la locul de muncă. Angajații trebuiesc lăsați să se bucure împreună. La asemenea activități trebuie să participe și seniorii.

Analizați periodică a performanței angajaților este necesară. Asigurați-vă că angajații sunt mulțumiți de responsabilitățile lor. Atribuțiile care le sunt atribuite trebuie să fie în funcție de interesele și specializarea lor. Angajații care nu au performanțe până la nivelul cerut trebuie să fie tratați cu răbdare.

- Liderii trebuie să promoveze programele de formare necesare pentru a îmbunătăți abilitățile angajaților existenți. Activitățile de team building întăresc, de asemenea, legătura dintre angajați.

Un manager se asigură că angajații își ating obiectivele și că organizațiile obțin profituri. Salariile trebuie distribuite la timp. Angajații trebuie să fie mulțumiți de munca lor. De asemenea trebuie încurajată comunicarea eficientă la locul de muncă. Comunicarea mai multă prin e-mailuri ajută la o mai bună activitate de management.

3. Managementul prin obiective

Un management eficient este foarte important pentru a extrage tot ce este mai bun din angajați și pentru a-i face să lucreze ca o unitate unică spre un obiectiv comun.

Termenul Management by Objectives a fost inventat de Peter Drucker în 1954.

Procesul de stabilire a obiectivelor în organizație pentru a oferi un sentiment de direcție angajaților se numește management prin obiective. Acesta se referă la procesul de stabilire a obiectivelor pentru angajați, astfel încât aceștia să știe ce ar trebui să facă la locul de muncă. Managementul prin obiective definește rolurile și responsabilitățile angajaților și îi ajută să-și elaboreze viitorul curs de acțiune în organizație. Managementul prin obiective ghidează angajații să își atingă mai bine nivelul înalt și să atingă obiectivele în intervalul de timp stabilit. Procesul de management prin obiective ajută angajații să-și înțeleagă îndatoririle la locul de muncă.

Rezultatele cheie sunt concepute pentru fiecare angajat în funcție de interesul, specializarea și calificarea educațională a acestuia. Angajații sunt clari în ceea ce privește ce se așteaptă de la ei.

Procesul de management prin obiective conduce la angajați mulțumiți. Acest proces evită nepotrivirea locului de muncă și confuziile inutile mai târziu.

Angajații contribuie în felul lor la atingerea scopurilor și obiectivelor organizației. Fiecare angajat are propriul său rol la locul de muncă. Fiecare se simte indispensabil pentru organizație și în cele din urmă dezvoltă un sentiment de loialitate față de organizație. Angajații tind să rămână în organizație pentru o perioadă mai lungă de timp și să contribuie mai eficient. Acestora le place la locul de muncă și nu tratează munca ca pe o povară. Managementul prin obiective asigură o comunicare eficientă între angajați. De asemenea acesta conduce la o atmosferă pozitivă la locul de muncă.

Managementul prin obiective conduce la ierarhii bine definite la locul de muncă și asigură transparență la toate nivelurile organizației. Un supervisor al oricărei organizații nu ar interacționa niciodată direct cu directorul general în cazul unor întrebări. El sau ea trebuie să se întâlnească mai întâi cu șeful său de raportare, care apoi transmite mesajul seniorului său și așa mai departe. Fiecare angajat are o percepție clară cu privire la poziția sa în organizație.

Procesul de management prin obiective conduce la angajați foarte motivați și dedicați.

Procesul management prin obiective stabilește un punct de referință pentru fiecare angajat. Superiorii stabilesc obiective pentru fiecare dintre membrii echipei. Fiecare angajat primește o listă de sarcini specifice.

O limitare a procesului de management prin obiective este că uneori ignoră cultura dominantă și condițiile de lucru ale organizației. Se pune mai mult accent pe ținte și obiective. Se așteaptă doar ca angajații să-și atingă obiectivele și să atingă obiectivele organizației, fără să se deranjeze prea mult cu privire la circumstanțele existente la locul de muncă. Se așteaptă de la angajați ca ei să performeze și să respecte termenele limită. Procesul de management prin obiective tratează uneori indivizii ca simple mașini de muncă.

Procesul de management prin obiective mărește comparațiile între indivizi la locul de muncă. Angajații tind să depindă de politicile urâte și de alte sarcini neproductive pentru a-și eclipsa colegii. Angajații fac doar ceea ce le cer superiorii lor. Munca lor este lipsită de inovație, creativitate și uneori devine și monotună.

4. Leadership și control

O organizație în care indivizi din medii diferite, calificări educaționale și interese variate se reunesc pe o platformă comună pentru a atinge anumite obiective se numește organizație.

Arta de a gestiona angajații și de a extrage tot ce este mai bun din ei se referă la leadership. Angajații nu ar trebui să-și trateze munca ca pe o povară pentru a-și oferi cel mai bun nivel la locul de muncă.

O conducere eficientă le permite angajaților să lucreze împreună ca o unitate spre un scop comun.

Se spune pe bună dreptate că succesul și eșecul unei organizații depind de liderul acesteia.

Leadership-ul încurajează angajații să contribuie eficient la succesul echipelor lor, precum și al organizației. O conducere eficientă ajută angajații să lucreze împreună în strânsă coordonare la locul de muncă și să se străduiască din greu pentru a îndeplini sarcinile în intervalul de timp prevăzut.

O nepotrivire a posturilor la locul de muncă duce la o politică ineficientă și în cele din urmă la demotivarea angajaților.

Un lider bun nu impune munca angajaților. Rolurile și responsabilitățile trebuie delegate în funcție de interesul și specializarea indivizilor.

Leadershipul oferă angajaților săi un sentiment de direcție. Fiecare persoană știe ce ar trebui să facă la locul de muncă.

O conducere eficientă reduce șansele de politici controversate și conflicte în organizație. Angajații rămân într-o organizație pentru o perioadă mai lungă de timp sub îndrumarea unor lideri capabili.

Angajații au nevoie de cineva care să-i îndrume și să-i corecteze ori de câte ori greșesc. Un lider bun este cel care îi ajută pe indivizi în sarcinile lor și îi motivează să ofere rezultate de fiecare dată. Leadership-ul eficient contribuie foarte mult la întărirea legăturii dintre angajați și îi face să înfrunte cu un zâmbet chiar și cele mai grele momente.

În scenariul actual, liderii ar trebui să fie mai degrabă mentori decât să fie șefi stricți. „Abordarea Hitler” nu funcționează în situația existentă. Este esențial ca liderul să interacționeze mai des cu angajații, să se aplece asupra lor și să se aștepte ei de la un lider, precum și de la organizație. Un lider ia inițiativa și îi ajută să iasă dintr-o gândire de rutină.

Un lider trebuie să acționeze ca un pilon constant de sprijin pentru angajați. Indivizii trebuie să fie capabili să contacteze liderul în momentele dificile. Un lider nu disconsideră problemele angajaților lor și nu le critică. Problemele nu trebuie lăsate neabordate.

În cazuri de conflicte, un lider trebuie să intervină și să rezolve imediat diferențele. Oamenii trebuie lăsați să stea față în față și să discute între ei problemele lor. Imparțialitatea este o altă abilitate necesară pentru un lider.

Un lider ar trebui să fie un model bun pentru angajați și în același timp o sursă de inspirație pentru ei. Un lider află adesea ce fac membrii echipei și urmăresc munca lor. Evaluările performanței sunt esențiale. Liderii cer angajaților să îi țină la curent cu activitățile lor. Apreciază de asemenea dacă vreunul dintre membrii echipei a făcut un lucru bun. Persoanele care nu performează până la nivelul notat trebuie tratate cu răbdare și grijă.

Liderii nu trebuie să fie duri cu angajații, să le înțeleagă problemele. Să nu se aștepte ca o persoană să participe la birou de ziua lui de naștere sau de aniversare. Este bine ca liderii să fie și realiști.

În concluzie, leadershipul încurajează angajații să aibă încredere în mentorii lor și să se bazeze mereu pe ei la locul de muncă.

5. Dezvoltarea organizației

Un sistem care reunește indivizi din medii diferite, interese variate și specializări pe o platformă comună pentru ca aceștia să lucreze ca o singură unitate și să atingă anumite obiective predefinite se numește organizație.

O organizație trebuie să facă bani pentru supraviețuirea ei. Este esențial ca angajații să își realizeze potențialul cel mai bun și, în cele din urmă, să crească productivitatea organizației.

Dezvoltarea organizației se referă la diferitele modalități și proceduri de creștere a productivității și eficacității unei organizații. Dezvoltarea organizației include diferite tehnici care ajută atât angajații, cât și organizația să se adapteze într-un mod mai bun la circumstanțe în schimbare.

Conceptul de dezvoltare a organizației permite organizației să atingă țintele și să atingă obiectivele într-un ritm mult mai rapid. Angajații ca urmare a dezvoltării organizației răspund mai bine la schimbările din cultura muncii. Dezvoltarea organizației îi ajută pe angajați să se concentreze pe locurile lor de muncă și să contribuie în cel mai bun mod posibil.

Managementul poate gestiona angajații într-un mod mai bun ca urmare a dezvoltării organizației.

În mod ideal, se crede că Kurt Lewin este părintele dezvoltării organizației.

Când este organizația gata pentru dezvoltare?

- Primul Pas - Nemulțumiți de scenariul actual: Angajații nu sunt mulțumiți de scenariul actual și simt nevoia unei schimbări în procesele organizației.

- Al doilea pas - Sugerarea schimbărilor: În al doilea pas, angajații discută între ei diferitele opțiuni care ar ajuta organizația să se descurce mai bine în viitorul apropiat.

- Al treilea pas - Aplicarea proceselor: Sunt aplicate diverse politici și proceduri pentru a ajuta organizația să răspundă mai eficient la schimbările externe și interne.

Un model în șase pași pentru înțelegerea organizării a fost propus de Weisbord

Scopurile și obiectivele organizației trebuie să fie clar definite. Angajații trebuie să fie conștienți de îndatoririle și funcțiile lor în organizație. Indivizii trebuie să știe ce se așteaptă de la ei la locul de muncă.

Este esențial să se împartă munca între indivizi în funcție de interesele, specializarea, experiența și calificarea educațională. Nepotrivirea oamenilor în posturile de muncă ar trebui evitată deoarece duce la angajați demotivați. Lasă-i pe indivizi să decidă ce pot face cel mai bine.

Angajații trebuie să împărtășească o relație cordială între ei. Conflictele și neînțelegerile inutile duc la o ambianță negativă la locul de muncă. Ar trebui să existe o coordonare între diferitele departamente pentru rezultate mai bune. Transparența este o necesitate la toate nivelurile. Indivizii trebuie să discute între ei problemele înainte de a ajunge la concluziile finale. Departamentele trebuie să se sprijine reciproc în activitatea lor.

Este important ca cei care performează bine să fie apreciați. Cei care se descurcă bine trebuie admirați în fața tuturor pentru a-i motiva și a aștepta la fel de la ei de fiecare dată. Conducerea trebuie să-i facă pe cei neperformanți să-și dea seama de greșelile lor și să le ceară să-și ridice performanțele. Nu ar trebui criticați, ci ei trebuie tratați cu răbdare și grijă. Angajatorul trebuie să le ofere oportunități, dar totuși, dacă nu performează la nivelul obiectivului, ei pot fi pedepsiți.

Liderii ar trebui să fie mai mult ca mentori și trebuie să ofere angajaților un sentiment de orientare. Ei ar trebui să-i unească pe angajați și să scoată tot ce este mai bun din ei. Superiorii trebuie să fie o sursă de inspirație pentru subordonați.

Liderii pot promova programe de formare pentru a îmbunătăți abilitățile angajaților și pentru a-i ajuta să facă față provocărilor și schimbărilor din organizație cu cea mai mare hotărâre. Ei trebuie să își planifice bine resursele.

Concluzii

Managementul organizației se referă la arta de a reuni oamenii pe o platformă comună pentru a-i face să lucreze spre un obiectiv comun predefinit.

Managementul organizației permite utilizarea optimă a resurselor prin planificare și control meticulos la locul de muncă.

Managementul organizației oferă angajaților un sentiment de direcție. Indivizii sunt bine conștienți de rolurile și responsabilitățile lor și știu ce ar trebui să facă în organizație.

Un management eficient asigură profitabilitatea organizației. În concluzie, managementul organizației se referă la gestionarea eficientă a organizației, precum și a angajaților acesteia. Managementul organizației oferă angajaților un sentiment de siguranță și unitate.

Este necesar un management eficient pentru o mai bună coordonare între diferitele departamente. Angajații îndeplinesc sarcinile în intervalul de timp stipulat ca urmare a unui management eficient al organizației.

Angajații rămân loiali față de locul lor de muncă și nu tratează munca ca pe o povară. Managementul eficient al organizației duce la o atmosferă pașnică și pozitivă la locul de muncă.

Bibliografie:

1. <https://hbr.org/2005/03/what-great-managers-do>
2. <https://managemagazine.com/blogtalk/leadership-management/most-popular-leadership-management-articles-managemagazine-2017/>
3. https://www.academia.edu/12386377/managementul_organizatiei
4. <https://www.entrepreneur.com/topic/management>
5. <https://www.forbes.com/sites/victorlipman/2018/03/02/management-is-10-work-and-90-people/?sh=6b566ff26f0c>
6. <https://www.managementstudyguide.com/organization-management-articles.htm>

Turismul de recreere și agrement

Autor: Munteanu Ana-Maria

Coordonator: Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela

Universitatea din Petroșani

***Abstarct:** This paper provides details on recreational and leisure tourism. Several categories of these forms of tourism are presented, such as educational, sports, adventure tourism and many more. Leisure tourism has the main purpose of recreation, treatment and other health purposes.*

În forma sa cea mai generală, turismul de agrement poate fi caracterizat astfel: este deplasarea oamenilor în timpul liber către alte teritorii în scopul refacerii resurselor fizice și psihice. Aproape toate tipurile de turism se încadrează în această definiție largă. Dar principalul antipod al turismului de agrement este turismul de afaceri. În general, toate mișcările în spațiu cu scopul de a câștiga bani, îndeplinirea oricăror sarcini și muncă nu se referă la recreere. Și toate celelalte călătorii cu scopul de a se distra și, astfel, de a-și recupera resursele sunt recreative. Astfel, esența turismului, în mare, se reduce la îndeplinirea unei funcții recreative în viața omului. Călătoriile sunt necesare pentru a umple rezervele de forță mentală și fizică. Dar nu toate călătoriile sunt pe deplin favorabile pentru relaxare productivă. Aici apare o astfel de caracteristică a locului în care călătorește, ca o posibilă oportunitate de a răspunde nevoilor turistului. În acest caz, despre turism merită să vorbim nu doar din partea consumatorului de servicii turistice, ci și din partea organizatorului acestora. La urma urmei, turismul este și o zonă de afaceri. Și aici este necesar să vorbim despre resursele recreative ale turismului, care includ nu numai caracteristicile naturale ale locului, ci și create artificial de oamenii care proiectează un produs turistic.

Oamenii au început să călătorească în mod deliberat în scop de recreere abia în 1841, de fapt, de atunci se poate vorbi despre apariția unei noi forme de agrement - turistic și recreativ. Turismul satisface nevoia de relaxare a oamenilor printr-o schimbare de peisaj. Oamenii au început să meargă în mod special și să meargă în locuri unde se pot relaxa, odihni, evada din agitația obișnuită. Așa a apărut turismul de agrement. Aceasta este o formă specială de activitate, în timpul căreia o persoană își recuperează resursele.

Turism și recreere: general și special... În prezent, există o problemă terminologică foarte complexă - problema relației dintre conceptele de „turism” și „recreere”. De câteva decenii în urmă, oamenii de știință încearcă să separe aceste concepte. Cu toate acestea, problema rămâne nerezolvată. În cadrul acestui paragraf, vom încerca să determinăm caracteristicile generale și speciale ale recreerii și turismului, care sunt evidențiate și recunoscute de majoritatea specialiștilor.

Recreere definită de obicei ca „odihnă, refacerea forței umane cheltuite în procesul muncii”. În același timp, conceptul de recreere este mai puțin cunoscut și colorat emoțional în comparație cu odihna și, prin urmare, mai precis. Acesta îndeplinește mai bine obiectivele cercetării empirice și aplicate, în timp ce odihna este mai convenabilă de utilizat ca concept fundamental împreună cu categoria de „muncă”.

Limitele recreerii sunt foarte largi. Acoperă activitatea recreativă pe termen scurt și activitățile recreative pe termen lung în perioada vacanțelor și vacanțelor anuale de muncă, precum și odihna săptămânală. În primul caz, recreerea nu depășește cadrul vieții de zi cu zi, activitățile de producție umană, în al doilea, implică o lungă schimbare a modului obișnuit de viață. Atât primul, cât și al doilea tip de recreere sunt necesare pentru viața normală a unei persoane, indiferent de statutul său social.

Cel mai mare segment al turismului internațional sunt călătoriile în scop de recreere, reprezentând 60% din volumul mondial al turismului internațional.

Turism de agrement: turism cu scopul principal de recreere, tratament și alte scopuri de sănătate. Concept *recreere*(recuperare) acoperă toate tipurile de recreere.

Cele mai frumoase locuri sunt alese pentru călătorii pentru recreere. Există multe locuri pe pământ unde natura însăși le apare turiștilor ca o operă de artă. Fie că este vorba de puternicele cascade Niagara din America de Nord, Lacul Baikal din Siberia sau fiordurile pitorești din Norvegia. Fiecare dintre aceste locuri provoacă o dorință inepuizabilă a oamenilor de a vedea acest miracol cu ochii lor.

Respectul pentru natură și conservarea acesteia pentru generațiile viitoare este esențial pentru politica statelor care urmăresc să dezvolte sectorul turismului al economiei. În Canada, de exemplu, se acordă multă atenție creării de parcuri naționale. Unele dintre ele sunt asociate cu evenimente istorice sau viețile unor personalități proeminente istorice și de stat, în timp ce altele servesc exclusiv scopului conservării naturii și creării de „colțuri liniștite” în care generațiile prezente și viitoare pot lua o pauză de la zgomotul orașului și se pot bucura de natură.

Oaspeții parcurilor naționale au trasee special concepute care pot fi urmate de un ghid sau pot face o plimbare independentă cu ajutorul unui ghid turistic. Turiștii vin în parcurile naționale pentru a vedea păduri dese, lacuri pitorești, râuri de munte și ghețari, pentru a observa viața păsărilor și a animalelor sălbatice în mediul lor natural, pentru a admira frumusețea florilor sălbatice, pentru a respira aerul vindecător al pădurii.

În turismul de agrement, una dintre principalele metode de îmbunătățire a sănătății este **climatoterapie**. Efectul benefic al climatoterapiei asupra organismului este determinat de factori precum poziția zonei deasupra nivelului mării, gradul de distanță față de mare, presiunea atmosferică, temperatura aerului, circulația și umiditatea aerului, precipitații, intensitatea radiației solare etc. Principalele direcții ale climatoterapiei: *helioterapie, aeroterapie și talasoterapie*.

Stațiunile de talasoterapie folosesc de obicei apă încălzită dacă apa naturală a mării nu este suficient de caldă. Dar dacă plănuiești o excursie într-un loc obișnuit de vacanță pe coasta mării, este extrem de important să ținem cont de diferența de temperatură dintre aer și apă. Apa se încălzește mai lent decât pământul, prin urmare primăvara, când temperatura medie a aerului atinge 20 de grade Celsius, apa din mare este încă rece - nu mai mare de 15 grade, iar înotul în mare este periculos pentru sănătate. Toamna, dimpotrivă, aerul este mai degrabă răcoros, iar apa mării continuă să păstreze căldura verii. În Tunisia, de exemplu, apa în martie este mult mai rece decât în octombrie.

De asemenea, este important în alegerea perioadei din an pentru vizitarea unei anumite zone, iar pentru vizitarea țărilor cu climat tropical, este extrem de important să evidențiem perioadele cele mai puțin favorabile. Thailanda, de exemplu, este de obicei caldă și umedă, perioada cea mai uscată și cea mai favorabilă pentru vizitare este din noiembrie până în februarie. În martie, devine deja insuportabil de cald, iar din iunie până în octombrie plouă muson.

În turismul de agrement, este utilizat pe scară largă **terapia peisajului**- o metoda de tratament balnear, care folosește un efect benefic asupra corpului sejurului unei persoane într-o zonă cu un peisaj frumos. Acest lucru contribuie la normalizarea funcțiilor sistemului nervos, la o dispoziție veselă, la îmbunătățirea somnului și a apetitului.

În turismul de agrement, resursele naturale și climatice sunt utilizate în mod activ. Bucurați-vă de același succes în stațiuni *balneologice*, unde se aplică diverse metode de influență a izvoarelor minerale curative asupra corpului uman. A oferit *cura cu noroi*- aplicații de nămol medicinal de diverse origini. Sunt utilizate *ape termale*- ape subterane cu o temperatură de 20 de grade și peste. Implementat pe scară largă *hidroterapia*- (hidromasaj, duș circular, scăldat în cascadă etc.). În construcție *parcuri acvatic*. Din cele mai vechi timpuri, oamenii au remarcat efectele benefice ale mediului acvatic asupra sănătății umane. Acum, parcuri acvatice au început să fie create peste tot în marile centre turistice (SUA, Franța, Japonia, Spania, Turcia, Italia, Finlanda etc.).

La Sankt Petersburg, de exemplu, pentru aniversarea a 300 de ani a orașului, este planificată

crearea unui imens parc acvatic, care poate fi vizitat de 8.600 de turiști pe zi. Va fi un centru universal de recreere și divertisment - un parc acvatic interior care oferă înot în piscine cu un pârau și valuri oceanice, sărituri în apă de la trambulină, schi pe tobogane cu apă, băi cu hidromasaj, etc. La Moscova, un centru similar a fost deja deschis și este popular în rândul populației.

Sub influența favorabilă a naturii înconjurătoare, ca urmare a procesului de comunicare și contact direct cu beneficiile naturale, vindecarea are loc în corpul uman însuși, starea sa emoțională și mentală se îmbunătățește. Inspectarea monumentelor culturii umane îmbogățește inteligența umană, familiaritatea cu obiceiurile și tradițiile altor popoare contribuie la întrepătrunderea culturilor și la dezvoltarea înțelegerii reciproce între națiuni.

Turismul de agrement oferă o mare varietate de activități sportive și de agrement pentru a umple timpul liber și, din anumite motive, include turism precum *excursie, alpinism, aventură, vânatoare, pescuit, distracție, sport, exotic, ecologic etc.*

Până la începutul mileniului trei, turismul de excursie a suferit schimbări. Tururile regulate de vizitare a obiectivelor turistice de grup sunt considerate un fel de carte de vizită un tour operator serios. Dar, în prezent, în turismul de ieșire din Rusia, să ofere și să implementeze călătorii garantate, excursii de vizitare a obiectivelor turistice doar câteva companii pot.

Călătoriile în străinătate capătă din ce în ce mai mult caracteristicile unui individ decât ale unei călătorii de grup, excursiile în întregime nu mai sunt planificate din timp, turiștii la fața locului decid singuri unde să meargă și ce să vadă. Traseele de excursie, de regulă, acoperă mai multe orașe și oferă ocazia de a face cunoștință cu cele mai remarcabile monumente.

Categoriile turismului de recreere și agrement:

Turism specializat. Spre deosebire de turiștii obișnuiți, călătorii din această categorie au un scop anume, iar șederea lor se concentrează de obicei pe acest scop, fie că este participarea la sport, vizionarea păsărilor sau animalelor, participarea la trasee pentru cai, vizitarea unui număr de locuri asociate unui anumit eveniment istoric. Organizarea acestui tip de turism necesită un tour operator de înaltă calificare. De obicei, astfel de grupuri sunt însoțite de un specialist pe o problemă de interes pentru turiști, care are cunoștințe aprofundate despre subiect și poate oferi explicații în timpul călătoriei.

Turism educațional. Călătoriile în scopul educației, dezvoltării profesionale sunt relativ noi în turismul internațional. Cele mai populare excursii de învățare a limbilor străine sunt în special în Marea Britanie și alte țări vorbitoare de limbă engleză.

Turism sportiv. Sarcina principală a acestor tururi este de a oferi turiștilor oportunități de a practica sportul ales. Tururile sportive sunt împărțite în două tipuri: active și pasive. În primul caz, baza este angajarea în orice fel de sport, în al doilea - interesul pentru sport, de exemplu, participarea la competiții.

Turism de aventură este un fel de recreere și oferă nu numai șederea turiștilor într-un loc atractiv pentru aceștia, ci și o activitate neobișnuită. Turismul de aventură este împărțit în mai multe tipuri:

1. Expediții de camping;
2. Tururi de safari (vânătoare, pescuit, prinderea fluturilor etc.)
3. Călătoria pe mare și fluviu (yachting).

O caracteristică specifică a unui astfel de turism este obținerea diferitelor licențe (pescuit de vânatoare, import de trofee), precum și asigurarea securității, care necesită instructori de înaltă calificare. Acest tip de turism are un cost destul de ridicat, putând fi catalogat drept o vacanță de elită.

Turism exotic. Acest tip de turism este asociat cu călătoriile în țări exotice, către insulele din Oceanul Pacific și Atlantic, sau cu călătoriile într-un mod neobișnuit. Cel mai incredibil și mai scump tur de până acum este un zbor în spațiu. După zborul primului turist Denis Tito într-o navă spațială rusă, călătoria în spațiu nu mai pare un vis îndepărtat. S-a făcut deja o listă cu cei care doresc să facă o scurtă călătorie în spațiu pe nava rusă Buran, gata să plătească 100 de mii de dolari pentru această călătorie exotică.

Un exemplu de turism exotic este o excursie în Arctica pe spărgătoare de gheață confortabile, cu saună, piscină, săli de conferințe. Spărgătorul de gheață este echipat cu bărci și elicoptere pentru excursii. Mulți oameni care doresc să se familiarizeze cu Lumea subacvatică și călătorește pe un submarin. În Germania, o fostă celulă de închisoare este populară printre turiști, unde te poți simți ca un prizonier.

Turism ecologic, sau cum se numește în mod obișnuit prescurtat *ecoturism*, a atras multă atenție în ultimii ani. Pentru locuitorii Europei și Americii, călătoria prin ariile naturale protejate a devenit una dintre cele mai comune forme de recreere. Principala diferență a acestui tip de turism este că accentul călătoriilor este pus pe mediul natural, iar turiștii se străduiesc să nu deterioreze complexele naturale, să promoveze conservarea naturii și să îmbunătățească bunăstarea populației locale. Ecoturismul urmărește să creeze stimulente economice pentru conservarea mediului. Aceasta este o gamă largă de călătorii - de la mici tururi educaționale pentru școlari până la programe turistice regulate. Veniturile primite din acest tip de turism pot fi parțial direcționate către măsuri de protecție a mediului.

Turismul social- subvenționate din fonduri alocate de stat pentru nevoi sociale. Scopul turismului social nu este acela de a face profit, ci de a sprijini persoanele cu venituri mici să-și realizeze dreptul la vacanță.

Obiectele naturale care pot satisface nevoia oamenilor de recreere includ:

- țărături de mări, râuri, diverse corpuri de apă;
- zone de pădure și luncă;
- munți și poalele dealurilor;
- junglă și deșerturi.

Pe baza lor, parcuri naționale, rezervații, zonele de stațiune, se formează infrastructura necesară.

Formele turismului de agrement sunt:

- Turismul ecvestru-echitație;
- Turismul de aventură sau extrem-speoturism, alpinism, mountain-bikeing, parapantă;
- Turismul pentru practicarea sporturilor de iarnă-schi, schi de tură;
- Turismul pentru sporturi nautice-surfing, scufundări, caiac, canoe, rafting.

România dispune de un bogat potențial turistic și oferă o gamă largă de propuneri turistice de interes general sau tematice. Activitățile în aer liber sunt practicate cu entuziasm în România, de multă vreme. De fapt, cuvântul „turism” înseamnă pentru români drumeții montane, practicându-se atât sporturi de vară (alpinism, ciclism, mountain-biking), cât și sporturi de iarnă (schi), dar și sporturi nautice (surfing, schi nautic și scufundări, caiac și canoe pe râuri și lacuri).

Bibliografie:

- 1) Boghean Carmen, *Economia turismului – note de curs*
- 2) Slusariuc Gabriela, *Economia turismului – note de curs*
- 3) <https://www.scribub.com/geografie/turism/Tipurile-de-turism-practicate72911.php>
- 4) <https://ro.scribd.com/doc/85184340/TIPURILE-%C5%9EI-FORMELE-DE-TURISM>
- 5) <https://amikamoda.ru/ro/rekreacionnyi-turizm-rekreacionnyi-turizm-i-osobyevidy.html>
- 6) <https://prosemenov.ru/ro/soderzhanie-i-ponyatie-rekreacionnogo-turizma-rekreacionnyi/>
- 7) <https://areal-tur.ru/ro/moskva/kontrolnaya-rabota-rekreacionnyi-turizm-ponyatie-oturizme-turizm-i.html>
- 8) <https://liviaioana22.wordpress.com/2009/06/23/formele-turismului-de-agrement/>
- 9) <https://hotel-all.ru/ro/africa/rekreacionnyi-turizm-kak-vid-turizma-kontrolnaya->

- [rabota/](#)
- 10) <https://ishvetsov.ru/ro/priodno-rekreacionnyi-turizm-rekreacionnyi-turizm-ponyatie-rekreacionnoi/>
 - 11) <https://ro.scribd.com/document/492610015/Turismul-de-Recreere-Si-Agrement>
 - 12) <https://atelim.com/1-oferta-si-producia-turistic-delimitri-conceptuale.html?part=6>
 - 13) <https://www.cheilecibinului.ro/activitati-de-agrement/>
 - 14) <https://clujtourism.ro/activitati-de-agrement/>
 - 15) <https://pdfcoffee.com/activitati-de-agrement-turistic-pdf-free.html>
 - 16) <https://ro.scribd.com/document/415584782/Principalele-Forme-de-Agrement>
 - 17) <https://liviaioana22.wordpress.com/2009/06/23/turismul-de-agrement-in-romania/>
 - 18) <http://www.skytrip.ro/agrement.html>
 - 19) <https://ishvetsov.ru/ro/turizm-kak-odin-iz-vidov-otdyha-sovremennaya-industriya-turizma/>

Mediul de afaceri din România

Autor: Romanescu Mădălina
Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina
Universitatea din Petroșani

Abstract: "What do you need to start a business?" Three simple things: to know your product better than anyone, to know your customers and to have a burning desire to succeed."

Experiența reformei din România a arătat că stabilitatea macroeconomică nu poate fi atinsă decât prin implementarea eficientă a unui pachet complet de reforme, care să creeze un mediu de afaceri sănătos.

În general, pentru a înființa o societate în România, nu este nevoie de nici o aprobare specială. Cu toate acestea, în anumite domenii de activitate, este necesară o autorizație din partea organelor competente. Procedura generală de înființare a unei societăți presupune îndeplinirea unor anumite proceduri legale: obținerea deciziei judecătorești, înregistrarea la Registrul Comerțului, etc.

O persoană care investește în România are la dispoziție un număr de opțiuni privind modul de realizare a investiției. Această poate alege într-o societate cu răspundere limitată, societate pe acțiuni, un parteneriat, precum și o filială sau reprezentanță.

Înființarea, funcționarea, dizolvarea, fuziunea, divizarea și lichidarea societăților comerciale sunt prevăzute în Legea nr. 31/1990 și în ordonanță de urgență nr. 76/2001, privind simplificarea formalităților de înregistrare și acordarea autorizațiilor de funcționare, creându-se o procedură unificată de înregistrare și autorizare a societăților comerciale.

Etapele parcurse pentru constituirea unei societăți și actele necesare pentru constituire:

1. Stabilirea locului/spațiului unde societatea va avea sediul principal și, dacă este cazul, a sediilor secundare.

a) se poate face într-un spațiu proprietatea unuia sau a mai multor asociați ori aflate în folosința acestora;

b) se pregătesc/obțin acte doveditoare pentru spațiu: extras de carte funciară de la proprietari; contract de închiriere, subînchiriere, comodat; avizul favorabil al proprietarilor sau chiriașilor din locuințele cu care se învecinează spațiul în cauza (pe orizontală și verticală).

2. Se stabilește denumirea (firma) societății și, dacă este cazul, emblemă societății.

a) firma și emblemă se stabilește de asociați și trebuie să se deosebească de firma și emblemă altor societăți;

b) firma și emblemă trebuie să fie scrise în primul rând în limba română;

c) firma și emblemă se verifică la Oficiul Registrului Comerțului din județul unde se stabilește sediul firmei, eliberându-se dovadă înregistrării și rezervării acestora pe o perioadă de 3 luni;

3. Se întocmește actul constitutiv corespunzător formei juridice de societate pe care asociații au ales-o.

a) pentru întocmirea actului constitutiv asociații pot contacta: un avocat, un notar sau se pot adresa Biroului de consultanță din cadrul Camerelor de Comerț și Industrie Județene;

b) la întocmirea actului constitutiv sunt necesare:

- acte de identificare a asociaților, administratorilor sau reprezentanților persoane fizice: pașaport, carte de identitate;
- acte de identificare a asociaților, administratorilor sau reprezentanților persoane juridice: statut, certificat de înmatriculare/înregistrare fiscală, certificat de bonitate bancară;
- certificat de cazier judiciar pentru fondatorii, administratorii și reprezentanții cetățeni străini.

4. Se semnează actul constitutiv, sub formă autentică, la un birou notarial public.
 - a) semnarea se poate face direct de către toți asociații sau prin împuternicit cu procura specială autentică;
 - c) cetățenii străini care nu cunosc limba română semnează în prezența unui interpret autorizat.
5. Se depun aporturile în numerar, la o banca sau C.E.C. și se pregătesc actele de proprietate pentru aporturile în natură.
6. Se achita taxa judiciară și taxa de timbru.
7. Se pregătește dosarul cu toate actele necesare și se depune la Oficiul Registrului Comerțului din județul unde s-a stabilit sediul firmei.
8. La Oficiul Registrului Comerțului are loc:
 - verificarea dosarului;
 - controlul legalității actelor și autorizarea înmatriculării societății, de către judecătorul delegat de Tribunalul teritorial;
 - transmiterea spre publicare în Monitorul Oficial al României a încheierii judecătorului delegat;
 - înmatricularea societății;-eliberarea certificatului de înmatriculare și a încheierii judecătorului delegat.
9. Înregistrarea fiscală a societății și obținerea codului fiscal de la Administrația financiară teritorială.
10. Obținerea avizelor și autorizațiilor necesare funcționării societății.

Tipuri de societăți comerciale:

Societățile comerciale cu sediul în România sunt persoane juridice române. Societățile comerciale se vor constitui în una dintre următoarele forme:

- a) societate în nume colectiv;
- b) societate în comandită simplă;
- c) societate pe acțiuni ;
- d) societate în comandită pe acțiuni;
- e) societate cu răspundere limitată.

Societatea în Nume Colectiv, cunoscută că S.N.C., se constituie în baza Legii 31/1990, având următoarele caracteristici:

Asociați

Societatea în nume colectiv va putea funcționa cu minim 2 asociați și maxim nelimitat răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale. Aceștia pot fi persoane fizice sau persoane juridice.

Asociații în societatea în nume colectiv se pot obliga la prestații în muncă cu titlu de aport social, dar care nu pot constitui aport la formarea sau la majorarea capitalului social. Dreptul de a reprezenta societatea aparține fiecărui administrator, afară de stipulație contrară în actul constitutiv.

Constituirea

Societatea în nume colectiv se constituie prin contract de societate. Formă autentică a actului constitutiv este obligatorie. Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori. Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile ori care au fost condamnate pentru infracțiuni contra patrimoniului prin nesocotirea încrederii, infracțiuni de corupție, delapidare, infracțiuni de fals în înscrisuri, evaziune fiscală, infracțiuni prevăzute de Legea nr. 656/2002 pentru prevenirea și sancționarea spălării banilor, precum și pentru instituirea unor măsuri de prevenire și combatere a finanțării actelor de terorism, republicată, sau pentru infracțiunile prevăzute de prezenta lege.

Societatea în nume colectiv este obligată să verse integral la data constituirii capitalul social subscris. Nu există o valoare minimă pentru capitalul social. Societatea este persoană juridică de la data înmatriculării în registrul comerțului. Înmatricularea se efectuează în termen de 24 de ore de la data pronunțării încheierii judecătorului delegat prin care se autorizează înmatricularea societății.

Societatea în Comandita Simplă, cunoscută ca S.C.S., se constituie în baza Legii 31/1990, având următoarele caracteristici:

Asociații

Asociații comanditați în societatea în comandită simplă răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale. Aceștia pot fi persoane fizice sau persoane juridice.

Asociații comanditari răspund numai până la concurența capitalului social subscris. Aceștia pot fi persoane fizice sau persoane juridice.

Asociații comanditați se pot obliga la prestații în muncă cu titlu de aport social, dar care nu pot constitui aport la formarea sau la majorarea capitalului social.

Administrarea societății este încredințată unuia sau mai multor asociați comanditați. Asociații comanditați care, fără consimțământul scris al celorlalți asociați, întrebunțează capitalul, bunurile sau creditul societății în folosul său sau în acela al unei alte persoane este obligat să restituie societății beneficiile ce au rezultat și să plătească despăgubiri pentru daunele cauzate.

Nici un asociat comanditat nu poate lua din fondurile societății mai mult decât i s-a fixat pentru cheltuielile făcute sau pentru cele ce urmează să le facă în interesul societății. Asociatul comanditat care contravine acestei dispoziții este răspunzător de sumele luate și de daune.

Se va putea stipula, prin actul constitutiv, că asociații comanditari pot lua din casa societății anumite sume pentru cheltuielile lor particulare.

Comanditarul poate încheia operațiuni în contul societății numai pe baza unei procuri speciale pentru operațiuni determinate, dată de reprezentanții societății și înscrisă în registrul comerțului. În caz contrar, comanditarul devine răspunzător față de terți nelimitat și solidar, pentru toate obligațiunile societății contractate de la data operațiunii încheiate de el.

Comanditarul poate îndeplini servicii în administrația internă a societății, poate face acte de supraveghere, poate participa la numirea și la revocarea administratorilor, în cazurile prevăzute de lege, sau poate acorda, în limitele actului constitutiv, autorizarea administratorilor pentru operațiunile ce depășesc puterile lor.

Comanditarul are, de asemenea, dreptul de a cere copie de pe situațiile financiare anuale și de a controla exactitatea lor prin cercetarea registrelor comerciale și a celorlalte documente justificative.

Constituirea

Societatea în comandită simplă se constituie prin contract de societate. Forma autentică a actului constitutiv este obligatorie. Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori. Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile ori care au fost condamnate pentru infracțiuni contra patrimoniului prin nesocotirea încrederii, infracțiuni de corupție, delapidare, infracțiuni de fals în înscrisuri, evaziune fiscală, infracțiuni prevăzute de Legea nr. 656/2002 pentru prevenirea și sancționarea spălării banilor, precum și pentru instituirea unor măsuri de prevenire și combatere a finanțării actelor de terorism, republicată, sau pentru infracțiunile prevăzute de prezenta lege.

Societatea în comandită simplă este obligată să verse integral la data constituirii capitalul social subscris. Societatea este persoană juridică de la data înmatriculării în registrul comerțului. Înmatricularea se efectuează în termen de 24 de ore de la data pronunțării încheierii judecătorului delegat prin care se autorizează înmatricularea societății.

Societatea pe Acțiuni, cunoscută ca S.A., se constituie în baza Legii 31/1990, având următoarele caracteristici:

Acționari

Societatea pe acțiuni va putea funcționa cu minim 2 acționari, care răspund numai până la concurența capitalului social subscris. Capitalul social minim este de 90.000 lei. Acționarii pot fi persoane fizice sau persoane juridice. În cazul în care societatea are mai puțin de 2 acționari pe o perioadă mai lungă de 9 luni, orice persoană interesată poate solicita instanței dizolvarea societății. Societatea nu va fi dizolvată dacă, până la rămânerea definitivă a hotărârii judecătorești de dizolvare, numărul minim de acționari prevăzut de prezența lege este reconstituit.

Constituirea

Societatea pe acțiuni, se constituie prin contract de societate și statut. Contractul de societate și statutul pot fi încheiate sub formă unui înscris unic, denumit act constitutiv. Formă autentică a actului constitutiv este obligatorie când societatea pe acțiuni se constituie prin subscripție publică. Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori. Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile ori care au fost condamnate pentru infracțiuni contra patrimoniului prin nesocotirea încrederii, infracțiuni de corupție, delapidare, infracțiuni de fals în înscrisuri, evaziune fiscală, infracțiuni prevăzute de Legea nr. 656/2002 pentru prevenirea și sancționarea spălării banilor, precum și pentru instituirea unor măsuri de prevenire și combatere a finanțării actelor de terorism, republicată, sau pentru infracțiunile prevăzute de prezența lege.

Societatea pe acțiuni se constituie prin subscriere integrală și simultană a capitalului social de către semnatarii actului constitutiv sau prin subscripție publică. În cazul unei subscrieri integrale și simultane a capitalului social de către toți semnatarii actului constitutiv, capitalul social vărsat la constituire nu va putea fi mai mic de 30% din cel subscris. Diferența de capital social subscris va fi vărsată:

- pentru acțiunile emise pentru un aport în numerar, în termen de 12 luni de la data înmatriculării societății;
- pentru acțiunile emise pentru un aport în natură, în termen de cel mult 2 ani de la data înmatriculării.

Când societatea pe acțiuni se constituie prin subscripție publică, fondatorii vor întocmi un prospect de emisiune în care se va stabili dată închiderii subscripției. Prospectul de emisiune semnat de fondatori în formă autentică va trebui depus, înainte de publicare, la oficiul registrului comerțului din județul în care se va stabili sediul societății. Prospectele de emisiune care nu cuprind toate mențiunile sunt nule. Subscriitorul nu va putea invoca această nulitate, dacă a luat parte la adunarea constitutivă sau dacă a exercitat drepturile și îndatoririle de acționar.

Societatea este persoană juridică de la data înmatriculării în registrul comerțului. Înmatricularea se efectuează în termen de 24 de ore de la data pronunțării încheierii judecătorului delegat prin care se autorizează înmatricularea societății.

Societate în Comandită pe Acțiuni (SCA)

Asociați

Asociații comandități în societatea în comandită pe acțiuni răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale

Asociații comanditari răspund numai până la concurența capitalului social subscris. Aceștia pot fi persoane fizice sau persoane juridice.

Asociații comandități se pot obliga la prestații în muncă cu titlu de aport social, dar care nu pot constitui aport la formarea sau la majorarea capitalului social.

Administrarea societății este încredințată unuia sau mai multor asociați comandități. Asociații comandități care, fără consimțământul scris al celorlalți asociați, întrebunțează capitalul, bunurile sau creditul societății în folosul său sau în acela al unei alte persoane este obligat să restituie societății beneficiile ce au rezultat și să plătească despăgubiri pentru daunele cauzate.

Nici un asociat comanditat nu poate lua din fondurile societății mai mult decât i s-a fixat pentru cheltuielile făcute sau pentru cele ce urmează să le facă în interesul societății. Asociatul comanditat care contravine acestei dispoziții este răspunzător de sumele luate și de daune.

Se va putea stipula, prin actul constitutiv, că asociații comanditai pot lua din casă societății anumite sume pentru cheltuielile lor particulare.

Comanditarul poate încheia operațiuni în contul societății numai pe baza unei procuri speciale pentru operațiuni determinate, dată de reprezentanții societății și înscrisă în registrul comerțului. În caz contrar, comanditarul devine răspunzător față de terți nelimitat și solidar, pentru toate obligațiunile societății contractate de la dată operațiunii încheiate de el.

Comanditarul poate îndeplini servicii în administrația internă a societății, poate face acte de supraveghere, poate participa la numirea și la revocarea administratorilor, în cazurile prevăzute de lege, sau poate acordă, în limitele actului constitutiv, autorizarea administratorilor pentru operațiunile ce depășesc puterile lor.

Comanditarul are, de asemenea, dreptul de a cere copie de pe situațiile financiare anuale și de a controla exactitatea lor prin cercetarea registrelor comerciale și a celorlalte documente justificative.

Constituirea

Societatea în comandită pe acțiuni se constituie prin contract de societate și statut. Contractul de societate și statutul pot fi încheiate sub formă unui înscris unic, denumit act constitutiv. Formă autentică a actului constitutiv este obligatorie când societatea în comandită pe acțiuni se constituie prin subscripție publică. Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori. Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile ori care au fost condamnate pentru infracțiuni contra patrimoniului prin nesocotirea încrederii, infracțiuni de corupție, delapidare, infracțiuni de fals în înscrisuri, evaziune fiscală, infracțiuni prevăzute de Legea nr. 656/2002 pentru prevenirea și sancționarea spălării banilor, precum și pentru instituirea unor măsuri de prevenire și combatere a finanțării actelor de terorism, republicată, sau pentru infracțiunile prevăzute de prezența lege

Societatea este persoană juridică de la dată înmatriculării în registrul comerțului. Înmatricularea se efectuează în termen de 24 de ore de la dată pronunțării încheierii judecătorului delegat prin care se autorizează înmatricularea societății.

Societatea cu Răspundere Limitată

Societatea cu Răspundere Limitată, cunoscută că S.R.L., se constituie în baza Legii 31/1990, având următoarele caracteristici:

Asociați Societatea cu răspundere limitată va putea funcționa cu unu sau maxim 50 de asociați care răspund numai până la concurență capitalului social subscris. Aceștia pot fi persoane fizice sau persoane juridice. O persoană fizică sau o persoană juridică nu poate fi asociat unic decât într-o singură societate cu răspundere limitată.

Constituirea

Societatea cu răspundere limitată se constituie prin contract de societate și statut. Contractul de societate și statutul pot fi încheiate sub formă unui înscris unic, denumit act constitutiv. Formă autentică a actului constitutiv este obligatorie când printre bunurile subscrise că aport la capitalul social se află un imobil;

Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați Fondatori. Nu pot fi fondatori persoanele care, potrivit legii, sunt incapabile ori care au fost condamnate pentru infracțiuni contra patrimoniului prin nesocotirea încrederii, infracțiuni de corupție, delapidare, infracțiuni de fals în înscrisuri, evaziune fiscală, infracțiuni prevăzute de Legea nr. 656/2002 pentru prevenirea și sancționarea spălării banilor, precum și pentru instituirea unor măsuri de prevenire și combatere a finanțării actelor de terorism, republicată, sau pentru infracțiunile prevăzute de prezența lege

Capitalul social al unei societăți cu răspundere limitată nu poate fi mai mic de 200 lei și se divide în părți sociale egale, care nu pot fi mai mici de 10 lei. Părțile sociale nu pot fi reprezentate prin titluri negociabile. Societatea cu răspundere limitată este obligată să verse integral la dată constituirii capitalul social subscris. În societatea care se înființează de către un asociat unic, valoarea aportului în natură va fi stabilită pe baza unei expertize de specialitate.

Societatea este persoană juridică de la data înmatriculării în registrul comerțului. Înmatricularea se efectuează în termen de 24 de ore de la data pronunțării încheierii judecătorului delegat prin care se autorizează înmatricularea societății. Încheierile judecătorului delegat privitoare la înmatriculare în registrul comerțului sunt executorii și sunt supuse numai apelului. Termenul de apel este de 15 zile și curge de la data pronunțării încheierii pentru părți și de la data publicării încheierii

Funcționarea

Dreptul de a reprezenta societatea aparține fiecărui administrator, afară de stipulație contrară în actul constitutiv. Dacă actul constitutiv dispune că administratorii să lucreze împreună, decizia trebuie luată în unanimitate; în caz de divergență între administratori, vor decide asociații care reprezintă majoritatea absolută a capitalului social.

Asociații care reprezintă majoritatea absolută a capitalului social pot alege unul sau mai mulți administratori dintre ei, fixându-le puterile, durata însărcinării și eventuală lor remunerație, afară numai dacă prin actul constitutiv nu se dispune altfel. Cu aceeași majoritate asociații pot decide asupra revocării administratorilor sau asupra limitării puterilor lor, afară de cazul în care administratorii au fost numiți prin actul constitutiv.

Asociatul care, într-o operațiune determinată, are, pe cont propriu sau pe contul altuia, interese contrare acelorale ale societății, nu poate lua parte la nici o deliberare sau decizie privind această operațiune.

Când aportul la capitalul social aparține mai multor persoane, acestea sunt obligate solidar față de societate și trebuie să desemneze un reprezentant comun pentru exercitarea drepturilor decurgând din acest aport.

Asociatul care a depus că aport una sau mai multe creanțe nu este liberat cât timp societatea nu a obținut plata sumei pentru care au fost aduse. Dacă plata nu s-a putut obține prin urmărirea debitorului cedat, asociatul, în afară de daune, răspunde de suma datorată, cu dobânda legală din ziua scadenței creanțelor.

Pentru aprobarea situației financiare anuale și pentru deciziile referitoare la introducerea acțiunii în răspunderea administratorilor este necesar votul asociațiilor reprezentând majoritatea capitalului social.

Asociatul care, fără consimțământul scris al celorlalți asociați, întrebuințează capitalul, bunurile sau creditul societății în folosul său sau în acela al unei alte persoane este obligat să restituie societății beneficiile ce au rezultat și să plătească despăgubiri pentru daunele cauzate.

Nici un asociat comanditat nu poate lua din fondurile societății mai mult decât i s-a fixat pentru cheltuielile făcute sau pentru cele ce urmează să le facă în interesul societății. Asociatul comanditat care contravine acestei dispoziții este răspunzător de sumele luate și de daune.

Bibliografie:

1. Stanciu Cârpenaru, *Contracte civile și comerciale*, Editura Hamangiu, București, 2009
2. Stanciu Cârpenaru, Gh. Piperea, S. David, *Legea societăților*, ed.5, Editura CH. Beck, București, 2014
3. Stanciu Cârpenaru, *Tratat de drept comercial român*, Editura Universul Juridic, București, 2019

Perspectivile de dezvoltare ale turismului rural din România

Autor: Rotari Dumitru
Coordonator: Slusariuc Gabriela
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Rural tourism is probably the most spectacular form of tourism in Romania for the last 25 years. Romanian rural tourism is a form of tourism that can be in competition with any developed European tourism country. Romania is very well positioned internationally, in terms of agrotourism and rural tourism. In Europe, for over 20 years it has been in the top 10 countries with developed agrotourism and rural tourism, along with France, Austria, Spain, Italy, Greece, or worldwide, California (USA), Brazil, Taiwan, Philippines . The growing number of agrotourism pensions, the special natural environment, the well-preserved traditions and customs are assets in favor of rural tourism of agrotourism in our country.*

Introducere

Turismul se numără printre fenomenele ce s-au impus în epoca contemporană, dezvoltarea sa spectaculoasă constituind o trăsătură caracteristică a secolelor XX și XXI. Turismul este considerat la moment o activitate la fel de importantă precum altele desfășurate în sectoare-cheie ca: agricultura, industria, comerțul, prestarea serviciilor. Turismul rural – ca formă alternativă de turism – actualmente, atât la noi în țară, în Uniunea Europeană, dar și în multe alte state, se numără printre cele mai dinamice forme de călătorie, constituind avantaje atât pentru turiști, cât și pentru comunitățile-gazdă. De asemenea, acesta conduce la creșterea rolului serviciilor în viața economică de la sate, deoarece societățile în care predomină serviciile ocupă treptat locul celor în care dominantă este agricultura. Turismul rural contribuie semnificativ la creșterea veniturilor individuale și colective prin ocuparea mai bună a forței de muncă, prin încurajarea antreprenoriatului, probleme considerate stringente în ultimul timp.

1. Definirea conceptului de turism rural

Agroturismul este acea forma de turism în care persoana (sau grupul) se deplasează, cazează și își desfășoară activitatea într-un cadru natural, în mediul rural. Agroturismul este capabil să valorifice excedentul de cazare existent în gospodăria țărănească prin implicarea turiștilor în viața gospodăriei și furnizarea acestora de servicii și activități (masă, cazare, interacțiune cu mediul socio-natural) proprii gospodăriei țărănești, fără a-i conturba acesteia specificul. Turismul rural îmbrățișează toate activitățile turistice derulate în mediul rural, având drept scop valorificarea potențialului natural și uman al satelor.¹

2. Retrospectiva turismului rural în România

În România, începuturile acestei forme de turism au fost semnalate din anii 1920 – 1930, dar abia în 1972 – 1973 s-a încercat revitalizarea acestuia. Astfel în 1972, Ministerul Turismului elaborează un ordin 297/72 în urma căruia Centrul de Cercetare pentru Promovare Turistică

¹ <https://ro.wikipedia.org/>

Internațională procedează la identificarea și selectarea unor localități rurale reprezentative pentru satele românești ce urmau a fi lansate în turism.²

Prin Ordinul Ministerului Turismului nr. 744/16 iulie 1973, au fost declarate "sate turistice" în număr de 14 așezări rurale din 10 județe ale țării: Bogdan Vodă (Maramureș), Fundata și Sirnea (Brașov), Sibiel (Sibiu), Vatra Moldoviței (Suceava), Poiana Sarată (Bacău), Recas (Timiș), Tismana (Gorj), Vaideeni (Vâlcea).

Prin Hotărârea Guvernului nr.438/1990, s-a înființat Comisia Zonei Montane din România ale cărei atribuții au fost preluate, după 1993, de către Federația Română pentru Dezvoltarea Montană și de către Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural (ANTREC), afiliată din 1994 la EUROGITES (Federația Europeană de Turism Rural, care coordonează întreaga activitate de promovare și dezvoltare în domeniu).³

Dupa 1990 libera inițiativa a început să se manifeste și în domeniul turismului, la început timid însă treptat a dobândit o arie de activitate din ce în ce mai largă, aceasta și datorită contractelor cu firme și organizații internaționale din domeniu.

3. Situația actuală și oportunități de dezvoltare ale turismului rural în România

România oferă mari oportunități dezvoltării turismului rural, în general, și agroturismul, în special, dispunând de un cadru construit rural pitoresc, cu case și gospodării confortabile, cu oameni ospitalieri ce au o tradiție culturală și artistică proprie, cu meșteșugari și artizani talentați, cu o zestre etno-folclorică deosebită.

În realitățile cotidiene, România are un potențial turistic foarte mare, datorită amplasării sale geografice reușite. Turismul rural în această zonă este o sferă destul de nouă (în sensul activității economice), din care cauză, acesta nu este valorificat în măsură mare. Cu toate acestea, turismul rural are oportunități de dezvoltare majore, întrucât această formă a călătoriilor ia tot mai mare amploare, devenind tot mai dezvoltată și cu un accent considerabil în formarea economiei țării și prestigiului acesteia.

Luând în considerare că oamenii tot mai des aleg ca obiectiv turistic locurile verzi, în apropierea naturii în locul orașelor aglomerate și resorturilor scumpe, regiunile cu un mare potențial turistic sunt cele muntoase, de pădure, câmpii și de litoral (în afara plajelor publice). Totodată, turiștii sunt atrași de locuri cu istorie și tradiție unică, care se valorifică până în prezent de către localnici. Astfel regiunile sau orașele cu un mare potențial de dezvoltare a turismului rural sunt : Bucovina, Vatra Dornei, județele Harghita, Covasna, Hunedoara, Mureș, Neamț, Brig, Suceava, Maramureș, Brașov.

De asemenea, este inevitabil ca turismul rural să continue să se dezvolte în ritm rapid, deoarece acesta are o importanță majoră pentru regiunile unde acesta se practică, îmbunătățind economia și nivelul de trai al localnicilor. Importanța acestei forme a turismului este exemplificată mai clar în tabelul de mai jos⁴:

Importanța economică a turismului rural						
Mijloc de diversificare a structurilor economice	Mijloc de valorificare a resurselor	Creator și utilizator de venit național	Stimulator al investițiilor	Creator de locuri de muncă	Componentă a relațiilor externe	Mijloc de promovare a țării pe plan extern

² <https://www.creeaza.com/afaceri/turism/Definirea-turismului-rural616.php>

³ <https://www.rasfoiesc.com/business/afaceri/turism/TURISM-RURAL-AGROTURISM-ECOTUR66.php>

⁴ Botezatu Angela, *Managementul promovării turismului rural în Republica Moldova*, Chișinău, 2016

4. Conferința Internațională de Turism Rural. Vatra Dornei, 23 – 25 mai 2019

De asemenea cu ajutorul întâlnirilor științifice, forumurilor, meeting-urilor la care se discută problema turismului rural, amplifică gradul de interesare a populației față de acest domeniu, sporindu-i popularitatea și importanța științifică și spirituală a acestuia.

În perioada 23 – 25 mai 2019, la Vatra Dornei s-a desfășurat cea de-a XXI-a ediție a Conferinței științifice internaționale „Turismul rural românesc în context internațional. Actualitate și perspective”. La eveniment au participat aproximativ 50 de invitați, printre care cercetători științifici, cadre didactice universitare, doctoranzi, consultanți, cu preocupări în cercetarea fenomenului turistic din spațiul rural. De asemenea, au mai fost prezenți specialiști, practicieni, manageri de pensiuni turistice și agroturistice.⁵

Au fost înscrise un număr de 41 lucrări științifice, având 72 autori, ce au urmărit următoarea tematică:

- Turismul rural și agroturismul în contextul dezvoltării durabile la nivel național, regional și global;
- Tradiționalism vs. modernism în turismul rural;
- Strategii naționale și regionale de dezvoltare a turismului rural;
- Managementul și marketingul e-turismului;
- Comportamentul prestatorilor și consumatorilor de servicii de turism rural;
- Rolul legislației în domeniu în promovarea și dezvoltarea turismului rural;
- Turismul rural din perspectiva multidisciplinară și interdisciplinară: economie, drept, psihologie, antropologie, etnografie, folclor etc.
- Bune practici internaționale.

Concluzie

Turismul rural este o posibilitate de a dezvolta regiunile rurale cu potențial major datorat așezării geografice și istorice ale acestora. Din păcate aceasta formă de turism este încă slab dezvoltată în România, dar are perspective bune pentru a fi valorificată într-un mod și mai amplu. În mare parte, problema turismului rural în România este finanțarea, ajutorul și valorificarea lejeră din partea statului și lipsa unui marketing bun. Cu toate acestea, există regiuni în care turismul rural s-a dezvoltat mai mult și deja reprezintă o parte importantă a economiei locale (centrul, nord-vestul și nordul țării).

Bibliografie:

4. Botezatu Angela, *Managementul promovării turismului rural în Republica Moldova*, Chișinău, 2016
5. Mtei Daniela, *Turismul rural, teorie și realitate*, Iași, 2005
6. <https://www.creeaza.com/afaceri/turism/Definirea-turismului-rural616.php>
7. <https://www.rasfoiesc.com/business/afaceri/turism/TURISM-RURAL-AGROTURISM-ECOTUR66.php>
8. <https://ro.wikipedia.org/>
9. <https://www.gazetadeagricultura.info/>

⁵ <https://www.gazetadeagricultura.info/>

Bilanțul pandemiei asupra HoReCa

Autor: Voica Elena Maria
Coordonator: Prof. Romanescu Felicia
Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani

Abstract: *A more technical definition of the horeca would be: the set of equipment and machinery, products, accessories, human resources and services that are used in this industry, from equipment, people, food, consumables, furniture, textiles, software and computing technology.*

Horeca este de fapt o abreviere pentru 3 cuvinte Hoteluri, Restaurante și Cafenele (Catering) folosit cel mai mult în Europa și anume în Scandinavia (Suedia, Norvegia, Danemarca, Islanda și Finlanda), Benelux (Olanda, Belgia și Luxemburg) și Franța. Acest termen este folosit în industria ospitalității pentru a transmite foarte clar o activitate ce se referă simultan la servicii de cazare și alimentație (mâncare și băutură).

Pandemia este o epidemie care se extinde pe un teritoriu foarte mare, într-o țară, în mai multe țări sau continente. În decursul istoriei omenirii multe boli infecțioase au provocat pandemii, unele cu consecințe devastatoare: ciuma, variola, tifosul, holera, febra galbenă, tuberculoza, gripa, coronavirusul.

Epidemia actuală de COVID-19 a izbucnit la sfârșitul anului 2019 și a fost declarată pandemie de Organizația Mondială a Sănătății (OMS) la 11 martie 2020. Este prima pandemie cauzată de un coronavirus.

Afacerile din acest domeniu au suferit, într-adevăr, scăderi mari de activitate în anul 2020, când pandemia COVID-19 a atras restricții de funcționare. Multe firme, însă, nu au putut aplica la schema HoReCa și din cauza lipsei autorizațiilor, cel puțin în București.

Un studiu realizat de analistul financiar Iancu Guda, la solicitarea principalelor organizații de patroni din sectorul HoReCa, arată următoarele:

- Scăderea vânzărilor la nivel sectorial este de 39%, de la 26 miliarde de lei în 2019 la doar 16 miliarde de lei în 2020.
- 8 din 10 firme HoReCa au raportat scăderi ale vânzărilor.
- În ceea ce privește situația pe județe, s-au raportat scăderi la nivelul întregii țări, însă de intensități diferite. Cele mai mari scăderi s-au înregistrat în Cluj (-50%), București și Timiș (-44%), iar cele mai mici în Constanța (-23%) și Tulcea (-9%).
- Profitul absolut la nivel de industrie a scăzut de 4 ori, de la 3,58 miliarde de lei în 2019, la doar 0,84 miliarde de lei în 2020, astfel că marja netă de profit a scăzut la 5%.
- Dacă, în 2019, 1 din 10 companii aveau pierderi, în 2020, 4 din 10 companii din cele 11 sectoare de activitate din HoReCa au înregistrat pierderi.

Companiile active în sectorul HoReCa au raportat pe parcursul anului 2020 o scădere a vânzărilor cu 39% și profituri de 4 ori mai mici comparativ cu anul anterior.

Cifra de afaceri din industria HoReCa a scăzut în anul 2020 cu 35% față de 2019, la 17,9 miliarde de lei, în comparație cu 27,5 miliarde de lei în 2019, ca urmare a pandemiei, relevă o analiză Termene.ro realizată pe baza situațiilor financiare raportate de companiile din România. Numărul de angajați din industria hotelurilor și a restaurantelor s-a redus pe parcursul anului 2020 de la 186.000 la 150.000, o scădere de 19% în raport cu anul anterior.

Nivelul cumulată al pierderilor nete din HoReCa a crescut cu 220% în 2020 până la 2,3 miliarde de lei, față de 710 milioane lei în 2019. Profitul net înregistrat de firmele din industria

HoReCa aflate pe plus a scăzut cu 46,5% până la 2,49 miliarde de lei în 2020, în raport cu 4,65 miliarde lei în 2019.

Industria ospitalității este sectorul care a înregistrat cea mai mare creștere a pierderilor nete în anul 2020, de 220%, fiind urmată de industria de evenimente (creștere a pierderilor nete cu 169% în 2020 față de 2019) și de sectorul informațiilor și al comunicațiilor: +81%, avans al pierderilor nete.

În ceea ce privește evoluția cifrei de afaceri, doar industria de evenimente, grav afectată de pandemie, a înregistrat o scădere mai mare decât operatorii din HoReCa, cu un declin total de 38% în 2020 față de 2019.

Evoluția industriei HoReCa la nivel național

Potrivit analizei Termene.ro, la nivelul industriei HoReCa din București, în anul 2020 a fost raportată o scădere a cifrei de afaceri cu 39,7% în raport cu 2019 și un declin al numărului de angajați cu 20% în anul pandemiei.

În Brașov, unul dintre cele mai puternice județe ca număr de operatori și angajați în industria ospitalității, a fost raportată o scădere totală a cifrei de afaceri în HoReCa de 37%, și un declin al numărului de angajați de 23,8% în 2020 față de 2019.

Scăderile sunt în aceeași linie și în Cluj: 34% declin al afacerilor din HoReCa, o scădere de 25% a numărului de angajați și o creștere record a pierderilor nete de 452% în anul pandemiei.

Industria HoReCa din Constanța a raportat în anul 2020 o scădere a cifrei de afaceri de 22% și un declin de 16% al numărului de angajați, în timp ce scăderea veniturilor pentru operatorii HoReCa din județul Iași este de 35%, iar declinul numărului de angajați este în linie cu media națională, minus 24%.

O tendință similară se observă și în județul Timiș: industria HoReCa a pierdut 41% din venituri și 24% dintre angajați.

Cum s-a adaptat industria HoReCa în contextul pandemiei

În ultimul an, inovația, adaptarea companiilor și sectorul delivery au menținut pe linia de plutire multe business-uri din industria HoReCa. Concret, în timpul pandemiei, 47% din piața restaurantelor a fost generată de servicii de delivery.

Rezultatele analizei Termene.ro sunt confirmate și de studiul National Foodservice Research, realizat de Hospitality Culture Institute. Valoarea totală anuală a pieței de mâncare gătită și băuturi out of home (restaurante standard, fast-food, cantine, pub-uri și supermarket-uri) în cinci dintre cele mai mari orașe din țară (București, Timișoara, Iași, Cluj și Brașov) s-a ridicat, în 2020, la 10,2 miliarde de lei – o scădere de 29% față de nivelul înregistrat în 2019. Potrivit studiului, cele cinci orașe reprezintă 60% din totalul pieței, ceea ce duce industria ospitalității la o valoare de 17 miliarde de lei în anul 2020. Valoarea este în linie cu rezultatele publicate astăzi de Termene.

De asemenea, industria HoReCa are o contribuție semnificativă la evoluția unor companii ce dezvoltă afaceri în domenii conexe, precum agricultură, furnizori locali de ingrediente, producători și distribuitori de materie primă în bucătărie, importatori și distribuitori de produse alimentare, prestatori de servicii dedicate industriei, precum și sisteme de gestiune, curățenie, transport, logistică, ambalaje.

Astfel, conform organizației patronale HORA și membrilor Alianței Pentru Turism (APT), aportul HoReCa la PIB este de aproximativ 5,07% astfel:

- impact financiar direct (valoare adăugată) – 3,42%;
- impact social (salarii angajați și aport consum) – 0,91%;
- impact financiar indirect (furnizori și investiții) – 0,74%.

Ca soluții de revenire din criză, abia acum a fost pus în dezbatere publică apelul de proiecte pentru granturile de ajutor de stat HoReCa. Prin schema de ajutor de stat, operatorii a căror activitate a fost afectată în contextul pandemiei de COVID-19 pot beneficia de compensarea a 20% din pierderile suferite în 2020 față de 2019, dar nu mai mult de 800.000 euro pe întreprindere unică.

Bibliografie:

1. https://economedia.ro/analiza-bilantul-pandemiei-asupra-horeca-afacerile-au-scazut-cu-35-iar-numarul-de-angajati-s-a-redus-cu-36-000-cum-s-a-descurcat-industria-ospitalitatii-in-cele-mai-mari-orase.html#.Ym_5OTVRVPY;
2. <https://www.mediafax.ro/economic/impactul-pandemiei-asupra-industriei-horeca-cifra-de-afaceri-din-acest-sector-a-scazut-cu-35-20129790>,
3. <https://ro.wikipedia.org/wiki/HoReCa>

Secțiunea
FINANȚE

Performanțe ale ETF BET Patria-Tradeville

Autor: Balazs Maria
Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** In this paper I presented the BET Patria Tradeville ETF on the capital market and we have presented its evolution in recent years. We found out how the trading price of the pandemic with Coronavirus and the war in Ukraine was influenced.*

1. Introducere

Piețele de capital sunt specializate în domeniul tranzacțiilor cu active financiare pe termen mediu și lung. Aceste titluri financiare sunt reprezentate în principal de acțiuni și obligațiuni. Pe piața de capital apare o relație directă între posesorul de fonduri (investitorul) și cel aflat în căutare de resurse financiare și care va emite titluri, urmând ca în schimb să primească fondurile de care are nevoie. În literatura de specialitate, se folosesc de către unii autori noțiuni diferite pentru a descrie structura pieței. Spre exemplu, în literatura franceză, în locul noțiunii de piață financiară se folosește cea de piață a capitalurilor, aceasta incluzând piața creditului, piața valorilor mobiliare (numită în acest caz piață financiară) și piața monetară.

2. Indicii bursieri - aspecte teoretice și mod de constituire

Un indice bursier¹ este o măsură statistică a modificărilor într-un portofoliu de acțiuni reprezentând o parte din piața globală. Indicii bursieri servesc unei serii de scopuri pe piețele financiare globale. În general, aceștia îi ajută pe investitori să evalueze starea piețelor și să compare rentabilitatea investițiilor specifice. Astfel, analizând performanța indicilor, se poate avea o imagine generală a pieței bursiere. Investitorii pot urmări indici bursieri, pentru a măsura performanța globală a pieței bursiere și investițiile într-o anumită perioadă. În mod ideal, o modificare a prețului unui indice reprezintă o schimbare proporțională a acțiunilor incluse în acest indice.

3. Evoluția ETF BET Patria Tradeville - Primul ETF românesc

Societatea de Administrare a Investițiilor Patria Asset Management² face parte din grupul Patria Bank, iar obiectul de activitate este administrarea fondurilor de investiții.

Patria Asset Management administrează cinci fonduri deschise de investiții, dintre care un fond listat la bursa de tip ETF (Exchange Traded Fund). Astfel, SAI administrează două fonduri de obligațiuni, Patria Obligatiuni și Patria Euro Obligatiuni (denominate în RON, respectiv EUR), și două fonduri diversificate cu expunere pe acțiuni listate la Bursa de Valori București, Patria Global și Patria Stock (ambele denominate în RON).

De asemenea, compania administrează și ETF BET Patria-Tradeville, fond listat la bursa care are ca obiectiv replicarea structurii și performanței indicelui BET - cel mai important indice al Bursei de Valori București.

¹ <https://admiralmarkets.com/ro/education/articles/forex-basics/indici-bursieri>

² <https://bvb.ro/FinancialInstruments/Details/FinancialInstrumentsDetails.aspx?s=TVBETETF>

ETF BET Patria-Tradeville este administrat pasiv și investește doar în companiile care fac parte din indicele BET (și, într-o proporție foarte redusă, în depozite bancare). Fondul este destinat atât investitorilor individuali care vor să-și diversifice economiile într-un mod simplu, prin investiții indirecte într-un coș cu cele mai importante acțiuni listate la bursa, cât și investitorilor instituționali, locali și internaționale, care vor să beneficieze de performanțele indicelui BET.

ETF BET-Patria Tradeville (simbol bursier TVBETETF), singurul fond tranzacționat la Bursa de Valori București, ajungea la 5.210 investitori pe 14 martie 2022, de la 4.051 pe 31 decembrie 2021, ceea ce reprezintă o creștere cu 1.159 de investitori sau 28,6%, potrivit calculelor efectuate de ZF pe baza datelor publicate la BVB³.

Cea mai mare pondere a investitorilor prezenți în ETF este reprezentată de persoane fizice, mai precis 5.176, urmate de persoane juridice, respectiv 34. Fondul oferă expunere pe bursa locală prin replicarea indicelui principal BET, din care fac parte cele mai lichide 19 companii listate pe piața de capital din România.



Figura 1. Evoluția pe perioada 2018-2022 a ETF BET Patria Tradeville

Asa cum se observă în figura 1, evoluția acestui ETF a crescut de la 10 lei la 17 lei în anul 2022. Această creștere nu a fost continuă și se observă în grafic scăderea cu aproape 30 % în martie 2020, perioada de început a pandemiei.

³ <https://www.zf.ro/burse-fonduri-mutuale/etf-bet-patria-tradeville-inregistreaza-peste-1-100-de-investitori-20631447>



Figura 2. Evoluția pe o perioadă de 1 an al ETF BET Patria Tradeville

În figura 2, este prezentată evoluția ETF Bet Patria în ultimul an și se observă că valoarea lui a crescut de la 15,5 lei la 17,7 lei în anul 2022. Această creștere nu a fost continuă și se observă în grafic scăderea cu aproape 25 % în martie 2022, datorită războiului din Ucraina.

4. Politica de investiții

Politica de investiții⁴ a Fondului prevede plasarea banilor, cu predilecție, în acțiuni care se afla în componenta indicelui BET. Comitetul Indicilor BVB elaborează reguli cu privire la indicii dezvoltati de BVB, decide cu privire la compoziția indicelui BET, efectuează ajustările ca urmare a evenimentelor corporative și informează publicul larg cu privire la orice modificări sau evenimente. Administratorul Fondului va monitoriza deciziile Comitetului Indicilor BVB și va ajusta structura și componența Fondului în așa fel încât eroarea de compoziție să fie cât mai redusă și să nu depășească 15%. Structura indicelui de referință BET, pe care fondul îl replica, este stabilită conform Manualului indicelui BET. SAI a realizat propria analiză privind factorii de mediu, sociali, de guvernare pentru fiecare emitent, rezultând un scoring al riscurilor de durabilitate la nivel de emitent, ce a fost ponderat mai departe cu deținerea fiecărui emitent în activul fondului pentru determinarea nivelului de risc general de durabilitate la nivelul fondului. În urma analizei, SAI consideră că efectul probabil al riscurilor legate de durabilitate asupra randamentului ETF BET Patria-Tradeville este scăzut.

Strategia investitională a Fondului⁵ este replicarea integrală și directă și prevede plasarea cu predilecție a resurselor financiar-monetare în acțiuni care se afla în componenta indicelui BET, în așa fel încât, eroarea de compoziție să nu depășească 15%. BET este un indice ponderat cu capitalizarea bursieră a societăților incluse în coșul indicelui. Ca atare, expunerea investitorilor la riscul de contraparte este redusă la emitentii din componența BET și la băncile în care este menținută componenta de numerar.

Fondul va replica structura indicelui BET în așa fel încât eroarea de compoziție să nu depășească 15%. Din cauza costurilor de depozitare, custodie, administrare, dar și a altor costuri,

⁴ <https://www.patriafonduri.ro/fonduri/patria-etfbet/documente>

⁵ <https://www.patriafonduri.ro/fonduri/patria-etfbet/documente>

venituri și restricții tehnice pe care societatea le va intampina, este posibil sa existe o diferenta între randamentul portofoliului Fondului tranzactionabil calculat pe baza prețurilor de piață și randamentul indicelui de referința replicat de acesta, calculate pentru aceeași perioada. În coșul indicelui BET sunt incluse 15 societăți, fiind posibil ca numărul acestora sa crească în viitor ca urmare a listarii la BVB de noi societăți. În cazul evenimentelor corporative care au un impact semnificativ asupra prețului în piață a acțiunilor incluse în coșul indicelui BET, se va proceda la ajustarea periodica si operationala a indicelui, astfel incat sa se asigure continuitatea valorilor indicelui. Ponderea fiecărei acțiuni în coșul indicelui BET este determinată de capitalizarea de piață a fiecărei societăți în parte, ajustată cu factorul de free float și factorul de reprezentare.

- Eroarea de compoziție - va fi minimizata, pe cat posibil, prin optimizarea componentei de numerar a portofoliului Fondului în funcție de cheltuielile acestuia, valoarea sa maximă fiind de 15%;
- Eroarea de replicare - va fi minimizata, pe cat posibil, prin menținerea erorii de compoziție în limite cât și prin reducerea costurilor cu administrarea și funcționarea indicelui
- Eroarea de preț - va fi minimizata prin menținerea erorii de compoziție și reducerea costurilor și administrarea indicelui, precum și prin identificarea a cel puțin un intermediar autorizat care sa desfășoare activitatea de formator de piață pe piața secundară pentru unitățile de fond ale ETF BET Patria-Tradeville.

Constituenti indice - BET		
Societate	Pret	Var. (%)
ALRO S.A.	1,5900	0,32 ▲
AQUILA PART PROD COM	0,8200	0,00 ■
BANCA TRANSILVANIA S.A.	2,3750	0,42 ▲
BRD - GROUPE SOCIETE GENERALE S.A.	17,0800	0,47 ▲
BURSA DE VALORI BUCURESTI SA	28,8000	-0,35 ▼
C.N.T.E.E. TRANSELECTRICA	19,2000	0,79 ▲
CONPET SA	77,6000	0,00 ■
Digi Communications N.V.	42,3000	0,24 ▲
FONDUL PROPRIETATEA	2,0600	0,49 ▲
MedLife S.A.	19,2600	-0,10 ▼
OMV PETROM S.A.	0,4760	0,63 ▲
ONE UNITED PROPERTIES	1,3380	0,45 ▲
PURCARI WINERIES PUBLIC COMPANY LIMITED	9,2400	0,98 ▲
S.N. NUCLEARELECTRICA S.A.	43,7000	0,00 ■
S.N.G.N. ROMGAZ S.A.	43,4000	0,00 ■
S.N.T.G.N. TRANSGAZ S.A.	241,0000	1,05 ▲
SOCIETATEA ENERGETICA ELECTRICA S.A.	9,1600	0,44 ▲
Sphera Franchise Group	16,0000	0,00 ■
TERAPLAST SA	0,7320	0,14 ▲
TTS (TRANSPORT TRADE SERVICES)	19,3400	-0,31 ▼

Figura 3. Componenta BET in 5 mai 2022

Din categoria principalelor aspecte care afectează capacitatea ETF BET Patria-Tradeville de a replica în totalitate performanta indicelui fac parte: costurile de administrare și funcționare, cererile de subscriere sau rascumparare ale unitatilor care produc necesitatea efectuării de

modificări în portofoliu, existența de acțiuni cu ponderi foarte mic, existența de acțiuni cu lichiditate și/sau free-float scăzut, eventualele modificări în structura indicelui, precum și suspendarea pe diverse perioade a uneia sau mai multor acțiuni și funcționarea greoaie sau imposibilitatea funcționării mecanismelor de arbitraj.

Concluzii

In concluzie, piata de capital a fost influentata negativ din cauza pandemiei de Coronavirus si de cel mai recent eveniment, razboiul din Ucraina, avand efecte nefavorabile asupra tranzactionarii valorilor mobiliare.

Bibliografie:

1. <https://admiralmarkets.com/ro/education/articles/forex-basics/indici-bursieri>
2. <https://bvb.ro/FinancialInstruments/Details/FinancialInstrumentsDetails.aspx?s=TVBETETF>
3. <https://www.patriafonduri.ro/fonduri/patria-etfbet/documente>
4. <https://www.zf.ro/burse-fonduri-mutuale/etf-bet-patria-tradeville-inregistreaza- peste-1-100-de-investitori-20631447>

Activitatea de creditare la Banca Română pentru Dezvoltare – Groupe Société Générale

Autor: Ciorba Aurelia
Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The history of BRD - Groupe Société Générale began in 1923, with the establishment by law of the National Society for Industrial Credit as a public institution, and is currently the third largest bank by assets in Romania. The purpose of the new institution was to finance the first phases of the development of the industrial sector in Romania. The Romanian Bank for Development is one of the most prestigious and traditional banks in the Romanian banking environment. BRD grants short-term loans whose repayment period does not exceed 12 months, medium-term loans with a repayment period of between 1 and 5 years and long-term loans with a repayment period exceeding 5 years.*

1. Prezentarea BRD - Groupe Société Générale

Istoria BRD a început în 1923, odată cu înființarea prin lege a *Societății Naționale pentru Credit Industrial* ca instituție publică. Statul deținea 20% din capitalul social și BNR 30%. Restul de 50% era deținut de persoane particulare, printre care și un grup de foști directori ai Marmorosch Bank&Co, prima bancă modernă din România. Scopul noii instituții era finanțarea primelor faze ale dezvoltării sectorului industrial în România. După cel de-al doilea război mondial, în baza Legii privind naționalizarea din 11 iunie 1948, Societatea Națională pentru Credit Industrial a fost naționalizată și redenumită *Banca Națională pentru Investiții*.

În 1957, după reorganizarea sistemului financiar, când s-a introdus o specializare rigidă pe sectoare, Băncii de Credit pentru Investiții i s-a oferit o poziție de monopol în România în domeniul asigurărilor finanțării pe termen mediu și lung al investițiilor din toate sectoarele industriale, cu excepția agriculturii și industriei alimentare, fiind redenumită *Banca de Investiții*.

Majoritatea finanțărilor oferite de Banca Mondială, pe toată această perioadă, au fost derulate prin Banca pentru Investiții și în acest mod o parte din angajații B.R.D. au câpătat experiență în analiza proiectelor de investiții prin metode utilizate de organizațiile financiare internaționale.

La 1 decembrie 1990, Banca Română pentru Dezvoltare a fost înființată ca o bancă comercială cu statutul legal de companie pe acțiuni, preluând activele și pasivele Băncii de Investiții.

Banca Română pentru Dezvoltare este una din băncile de prestigiu și cu tradiție în mediul bancar românesc. Acționând pe baza unor strategii și politici flexibile, cu prudența impusă de evoluția mediului economic, B.R.D. a reușit să se adapteze cerințelor economiei de piață actuale, concomitent cu dezvoltarea sa permanentă sub aspect organizațional, patrimonial și financiar.

La începutul anului 1999, Banca Română pentru Dezvoltare a devenit prima bancă privatizată din sistemul bancar românesc, prin achiziționarea de către Groupe Société Générale a pachetului majoritar de acțiuni (51%). Banca are sediul central în București și este înregistrată la Registrul Comerțului, ca societate pe acțiuni, sub numărul J40/608/1991. Banca deține pentru desfășurarea activității bancare licență emisă de Banca Națională a României și licență pentru operațiuni valutare.

În 2001, BRD a fost listată la Bursa de Valori București, în prima categorie, devenind rapid una dintre cele mai tranzacționate societăți. În anul 2003, Banca Română pentru Dezvoltare a devenit BRD – Groupe Société Générale în urma unei campanii de rebranding.

Banca acceptă depozite de la populație și oferă credite, efectuează plăți în România și în străinătate, oferă servicii de schimb valutar și servicii bancare atât pentru clienții persoane juridice, cât și pentru persoane fizice. BRD oferă întreaga gamă de servicii bancare destinate persoanelor fizice și juridice prevăzută prin lege. BRD deține, de asemenea, participații majoritare și minoritare la societăți românești și străine. Deoarece operațiunile desfășurate de Bancă nu diferă semnificativ în privința riscurilor și a veniturilor aduse, și având în vedere că mediul legislative, natura serviciilor oferite, procedurile, ca și tipurile de clienți și metodele folosite sunt omogene pentru toate activitățile desfășurate de Bancă, aceasta operează ca unică entitate de afaceri.

Pe parcursul activității sale, BRD Groupe Société Générale s-a evidențiat prin inovație, marcând numeroase premii:

- Robo, automatul de plata a facturilor în formă de robot ce a contribuit la degrevarea ghișeelor de o mare parte din trafic. Robo a reușit să preia peste 60% din volumul facturilor plătite cu cash. Există 800 astfel de automate instalate în rețeaua BRD, care realizează aproximativ 13 milioane de operațiuni pe an;
- MYBRD Mobile, prima soluție de mobile banking care permite plățile către un număr de telefon;
- “BRD Express”, cel mai ambițios proiect de dezvoltare a unei rețele bancare de pe piață românească. Acesta a definit un concept nou de agenție bancară în relația cu clienții persoane fizice, care se bazează pe trei caracteristici-cheie: proximitatea față de clientela potențială, simplitatea și rapiditatea operațiunilor și confortul clientului; din conceptul BRD Express au derivat aplicații precum BRD Blitz, agenția din mediul rural, și BRD 24h, agenția automatizată;
- Singura bancă din România care și-a extins rețeaua, în medie, cu mai mult de 1 agenție pe zi. La sfârșitul anului 2006, rețeaua băncii numără 600 de unități. În prezent, banca are peste 880 de unități;
- BRD este singura bancă din România care a stabilit un record mondial de emiteri, în cadrul organizației VISA, cu peste 500.000 de carduri emise în 2 luni, în decembrie 2005 și ianuarie 2006.
- Lansarea primului card Black din țară și unicul, la momentul lansării, din Europa Centrală și de Est;
- BRD a acordat primul credit prin Programul "Prima Casa", demarat în iulie 2009;
- BRD a lansat primele carduri personalizate din România - A la Carte – precum și primele carduri contactless.
- Singura bancă din România prezență în topul mondial al factoringului.

Banca	Active 2021	Creștere active 2021 vs 2020
1. Banca Transilvania	125 mld. lei	+21,0%
2. BCR	90,2 mld. lei	+10,1%
3. BRD	67 mld. lei	+8,7%
4. ING Bank	59,3 mld lei	+10,8%
5. Raiffeisen Bank	59,2 mld. lei	+15,4%
6. UniCredit Bank*	-	-
7. CEC Bank	50,6 mld. lei	+22,5%
8. Alpha Bank**	18,8 mld. lei	+5,0%
9. OTP Bank	18,5 mld. lei	+25,0%
10. EximBank***	-	-

Sursa: Medrega Claudia, Cine conduce topul băncilor mari după active în 2021, Ziarul financiar, 28.03.2022

Figura nr.1. Cele mai mari 10 bănci de pe piața bancară românească

Sistemul bancar românesc cuprindea în anul 2020 un număr de 34 de bănci dintre care mai mult de jumătate cu o cotă de piață de sub 1%. Cele mai mari 10 bănci de pe piața locală dețin împreună o cotă de piață cumulată de aproape 86% din sistemul bancar local, iar BRD se menține în acest top pe locul 3, cu o cotă de piață de 11% (în ușoară scădere față de nivelul înregistrat în anul 2019 de 11,3%). În anul 2021 locul 3 în topul băncilor mari după active revine tot BRD care a ajuns la active de 67 miliarde lei, în creștere cu 8,7% față de 2020, banca românească cu capital francez menținându-se în continuare pe podium.

2. Activitatea de creditare la BRD

BRD prin toate unitățile sale acordă credite sau alte angajamente pe termen scurt a căror durată de rambursare nu depășește 12 luni, pe termen mediu cu o durată de rambursare cuprinsă între 1 și 5 ani, pe termen lung, cu o durată de rambursare care depășește 5 ani.

Pot beneficia de credite sau alte angajamente persoanele juridice care au deschise conturi la unitățile băncii. Sucursalele și agențiile pot acorda credite și alte angajamente clienților care au sediul social pe raza teritorială a județului în care unitatea băncii își desfășoară activitatea sau în localitățile cele mai apropiate din județele limitrofe în care nu există alte unități BRD, cât și clienților care au sediul social în alte localități dar au deschise subunități pe raza teritorială a județului respectiv.

Banca analizează și urmărește împrumutații de la acordarea creditului și până la rambursarea integrală a acestuia. În vederea cunoașterii și evaluării situației economico-financiare, prezentate și de perspectivă a persoanelor fizice, băncile analizează activitatea acestora pe baza surselor de informații. Analiza aspectelor economico-financiare urmărește stabilirea unui diagnostic al situației economico-financiare, absolut necesar pentru luarea deciziei de creditare.

Activitatea de analiză presupune următoarele aspecte:

- analiza bilanțului contabil;
- analiza veniturilor;
- analiza cheltuielilor;
- analiza contului de profit și pierdere;
- analiza fluxurilor de fonduri ale perioadelor expirate;
- analiza fluxurilor de lichidități pe perioada următoare.

La credite și la alte angajamente acordate, banca percepe dobânzi și/sau comisioane ale căror nivele se stabilesc și aprobă de Comitetul de Direcție. Cererile de credite sau alte angajamente se analizează, se însușesc și se aprobă de unitățile băncii, pe baza documentelor prezentate de solicitanți, potrivit competențelor aprobate de Consiliul de Administrație sau Comitetul de Direcție, după caz.

Valoarea creditelor, destinația, duratele de creditare, garanțiile, dobânzile, comisioanele, condițiile de rambursare a creditelor, precum și alte clauze se stabilesc prin contractele încheiate între bancă și clienții săi.

Creditele oferite persoanelor fizice sunt:

1. Credite pentru nevoi personale:

- Descoperit autorizat de cont
- Expresso
- Espresso NonStop
- Creditul 45
- Creditul pentru nevoi personale garantat cu ipotecă, destinat românilor care lucrează în străinătate

2. **Credite auto** - permite finanțarea oricărui tip de autovehicul nou sau de ocazie, din producția internă sau din import:

- Credite pentru achiziționarea unui autovehicul Dacia/Renault/Nissan
- Credite pentru achiziționarea unui alt model de autovehicul

3. Credite imobiliare:

- Habitat
- Habitat Plus
- Habitat ipotecar
- Habitat Extra
- Leasing Tailor-Made

Creditele acordate persoanelor juridice:

1. Credite pentru cheltuieli de aprovizionare, producție și desfacere sub formă de linie de credit - creditul asigură împreună cu celelalte fonduri, acoperirea cheltuielilor pe care clientul le face pentru producție și transformarea acestora în mijloace bănești prin încasarea mărfurilor livrate, lucrărilor executate, serviciilor prestate și reluarea continuă a activității. Creditul se pune la dispoziție sub formă de linie de credit pentru acoperirea diferenței de fonduri între capitalul circulant necesar desfășurării activității într-o perioadă determinată și fondurile proprii ale clientului și cele atrase, cu caracter minim și permanent. Se acordă pe o perioadă de până la 12 luni.

2. Credite pentru nevoi sezoniere - creditele pentru nevoi sezoniere se acordă pentru efectuarea cheltuielilor care intervin, în scopul creării de stocuri pentru funcționarea neîntreruptă a activității clientului în condiții sezoniere de aprovizionare, producție, transport și desfacere. Stocurile care pot face obiectul creditului privesc:

- articole de îmbrăcăminte, încălțăminte, jucării și alte articole, produse de clienții care, deși nu desfășoară activitate sezonieră, realizează produsele finite respective pe stoc și care urmează să se livreze în sezon;
- produsele animale sau agricole care constituie materie primă specifică industriei textile (lână, bumbac, in, cânepă) sau celei alimentare (legume, fructe, hamei) care de regulă se recoltează numai în anumite perioade ale anului;
- produsele de carieră și balastieră care se aprovizionează, de regulă, de societățile de construcții în trimestrul 2 și 3 în vederea decongestionării vârfului de trafic din perioadele următoare și evitarea perioadei timpului friguros când nu poate avea loc extragerea lor;
- alte mărfuri care se aprovizionează, produc, transportă sau se desfac în condiții sezoniere.

3. Credite pentru nevoi temporare - se acordă pentru efectuarea unor cheltuieli cu aprovizionarea materiilor prime, materiale, combustibili, mărfuri, pe perioade limitate, pentru necesitățile curente de aprovizionat și care temporar sunt mai mari decât posibilitățile proprii de plată ale clientului.

4. Credite pentru export și pentru producția de export - obiectul creditării îl reprezintă stimularea producției pentru export și stimularea încasării producției livrate la export. Creditul asigură, împreună cu celelalte fonduri ale împrumutatului, acoperirea cheltuielilor de aprovizionare, producție și desfacere a produselor destinate exportului, precum și încasarea contravalorii produselor exportate și a cheltuielilor ocazionate de export.

5. Credite pentru descoperire de cont - creditul se acordă pentru:

- acoperirea decalajului intervenit în execuția fluxului de venituri și cheltuieli ca urmare a întârzierilor în încasarea mărfurilor livrate, lucrărilor executate sau serviciilor prestate, pe o durată de maxim 30 de zile. Pentru solicitări mai frecvente, în cadrul aceluiași trimestru, duratele cumulate nu pot depăși 45 de zile;
- ordine de vânzare valută, pe o durată de maxim 4 zile calendaristice.

6. Credite pentru dezvoltare (de investiții) în completarea surselor proprii - creditul se acordă pentru realizarea investițiilor, în completarea surselor proprii, a surselor din bugetul de stat și/ sau bugetele locale și din fondurile speciale, necesare acoperirii cheltuielilor prevăzute în proiectele de investiții aprobate, pentru:

- realizarea de noi obiective și/sau capacități de producție;
- dezvoltarea, modernizarea și/sau re tehnologizarea obiectivelor de investiții, a capacităților de producție, utilajelor, mașinilor și instalațiilor, a clădirilor și construcțiilor existente;
- realizarea de investiții publice de interes local;
- procurarea de mașini, utilaje și mijloace de transport;
- procurarea de animale de producție, reproducție, precum și animale de muncă;
- plantații pomicole, viticole și alte specii;
- asigurarea utilităților necesare funcționării obiectivelor și capacităților noi sau existente;
- cumpararea de active fixe (clădiri, construcții, unități de producție, etc.)
alte acțiuni de investiții.

Anul 2021 a însemnat pentru BRD o activitate de creditare intensă, o performanță dinamică în activitatea de finanțare a companiilor (+26,3%), determinată atât de segmentul IMM (+22,8% în dinamică anuală), cât și de cel al companiilor mari (+28,5% în dinamică anuală), respectiv +38% credite noi acordate segmentului retail, cu cea mai bună producție anuală de credite de consum înregistrată vreodată.

Această tendință pozitivă a continuat și în perioada imediat următoare, astfel încât în primele luni ale anului 2022 BRD a avut cea mai bună producție de credite către persoane fizice din toată activitatea sa. Soldul net al creditelor pe segmentul retail a crescut cu +5,1%, susținut atât de segmentul persoanelor fizice, cât și de cel al investitorilor mici. Producția de credite pentru persoane fizice a înregistrat o creștere consistentă de +27% în primul trimestru al anului 2022 față de aceeași perioadă a anului trecut, determinată de dinamica puternică a creditelor noi pentru locuințe (+139%).

De asemenea, începutul anului 2022 a marcat pentru bancă un avans puternic al creditelor acordate companiilor (+18% în dinamică anuală), determinată atât unei creșteri solide a creditelor acordate companiilor mari (+13% în dinamică anuală), cât mai ales activității dinamice pe segmentul IMM-urilor (+30% în dinamică anuală). De asemenea, performanță solidă a înregistrat banca și în activitatea de leasing (+17% în dinamică anuală), toate acestea conducând la creșterea cu 9% a soldului de credite la finalul lunii martie 2022 față de aceeași perioadă a anului 2021.

3. Concluzii

Activitatea de creditare a băncii este una din activitățile de bază ale acesteia. Este activitatea care la ora actuală aduce contribuția cea mai mare la veniturile băncii, ponderea veniturilor din dobânzi în total venituri fiind mare. Este și o consecință a cererii mari de credit din partea agenților economici care se confruntă cu o mare nevoie de lichidități din cauza unei capitalizări slabe și a fondurilor pe care le pot mobiliza insuficiente .

Poate mai mult decât în alte activități, în activitatea de creditare riscul este prezent în permanență și sub multiple forme. Riscul activității este amplificat și de faptul că beneficiarii de credite au o gamă foarte largă de activități, fiecare cu particularitățile sale specifice și acționează în domenii economice foarte diverse .

Bibliografie:

1. Apostu, S.A., *Analiza statistică a riscului de creditare în România*, Editura Universitară, București, 2017
2. Barbu, T.C., Boitan, I.A., *Băncile în economia globală. Evoluții, provocări, perspective*, Editura ASE, București, 2020
3. Bistriceanu, G., *Noțiuni bancare fundamentale*, Editura Economică, Ediția a II-a, București, 2014
4. Căpraru, B., *Activitatea bancară. Sisteme, operațiuni și practice*, Ediția a II-a, Ed. CH Beck, București, 2014

5. Cocriș, V., Chirleşan, D., *Managementul bancar și analiza de risc în activitatea de creditare*, Editura Junimea, Iași, 2011
6. Dedu, V., Nițescu, D.C., Turcan, C., *Produse și servicii bancare*, Editura Economică, București, 2015
7. Goicovici, A.J., *Creditele pentru consum și de investiții imobiliare: comentarii și explicații*, Editura C.H. Beck, București, 2014
8. Medrega C., *Cine conduce topul băncilor mari după active în 2021*, Ziarul financiar, 28.03.2022
9. Nedelescu, M., Ungureanu, M.A., Ungureanu, D. *Produse și servicii bancare*, Editura Universitară, București, 2019
10. <https://www.arb.ro/creditarea-solutia-de-recuperare-a-decalajelor/>
11. <https://www.wall-street.ro>
12. <https://www.brd.ro>

Emisiunea și circulația monedei în România

Autor: Ciornila Denisa Mihaela

Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre- Baron Oana
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The currency is one of the symbols of a state's sovereignty, along with the flag, coat of arms, anthem, and stamp. The National Bank of Romania, the only institution in our country authorized to issue monetary insignia, has a valuable historical and artistic heritage, which exceeds, by its significance, the simple material considerations, constituting riches of Romanian culture and tradition.*

1. Circulația monetară pe teritoriul României

În regiunile vestice de pe coasta Mării Negre, primele necesități monetare au fost asigurate de emisiunile de monede-vârfuri de săgeți, turnate în tipare bivalve din bronz. Aceste însemne premonetare au fost realizate de cetățile grecești din această zonă și răspândite în întreaga regiune. Pentru a anula posibila întrebuințare a săgeților ca armă, tubul acestora se umplea cu plumb. Datate de la mijlocul sec. VI î.Chr. până în primele decenii ale sec. V î.Hr., aceste obiecte respectau un standard de greutate, conform descoperirilor din Dobrogea de la Jurilovca, Enisala, Vișina, Nuntași și Constanța.

Monedele cetăților vest-pontice

Primele monede bătute pe actualul teritoriu al României sunt emisiunile orașelor grecești vest-pontice care apar la aproximativ două secole după apariția primelor monede în Asia Mică. Histria este primul oraș unde este documentată emisiunea de monedă proprie.

Cele mai vechi monede au fost emise în jurul anului 480/475 î.Chr., fiind vorba de monede din argint, turnate. Monedele au pe avers simbolul orașului (vulturul pe delfin spre stânga) și legenda ΙΣΤΡΙΑ (ISTRIA) încadrate într-un pătrat adâncit, iar pe revers două capete umane alăturate și inversate.

Ulterior, aproximativ între 450-350 î.Chr., Histria a emis și monede din bronz. Acestea sunt încadrate în două tipuri: primul, cu o roată cu patru spițe pe avers și cu legenda ΙΣΤ (IST) pe revers, iar al doilea cu reprezentarea zeului fluvial Istros pe avers și emblema cetății pe revers. Alte emisiuni din bronz mai târzii (care pot fi datate până în sec. I î.Chr.) îi reprezintă pe avers pe zeii Helios, Demetra, Hermes și Apollo. Ultimele emisiuni din perioada autonomă a orașului, datate până spre jumătatea sec. I d.Chr., o reprezintă pe zeița Athena pe avers și un caduceu cu legenda ΙΣΤΡΙΑ (ISTRIA) pe revers.

Al doilea oraș pontic care a bătut monedă este Callatis. Iconografia monedelor din argint callatiene este evident influențată de emisiunile lui Alexandru cel Mare. Pe avers, este figurat Heracles cu blana leului din Nemea pe cap, iar pe revers tolba cu arc, măciuca și spicul de grâu, cu legenda ΚΑΛΛΑΤΙΑ (CALLATIA). Perioada de emisiune a acestor monede pare să fi fost scurtă, mai exact, de la domnia lui Alexandru cel Mare (336-323) și până în anul 313 î.Chr.

Datate de la sfârșitul sec. III î.Chr. până spre mijlocul sec. I î.Chr., monedele din bronz callatiene cunosc o evoluție iconografică mult mai diversificată decât cele din argint. Pe avers sunt reprezentate zeitățile Dionysos, Demetra, Heracles, Athena, Hermes și Artemis, iar pe revers atributele specifice fiecărei divinități de pe avers, legenda orașului și/sau numele divinității, contramărci sau nume de magistrați.

Orașul Tomis bate monedă începând cu a doua jumătate a sec. III î.Chr. Exceptând staterii de tip Alexandru cel Mare și Lysimach, acest oraș bate numai monedă din bronz, foarte variate din punct de vedere iconografic. Primele monede îl reprezintă pe Apollo pe avers și trepiedul împreună cu legenda TOMI pe revers, eventual cu aplicarea de contramărci. Alte tipuri reprezintă capul lui Zeus pe avers și pe revers acvila și două jumătăți de cai; capul lui Hermes și un spic pe avers și caduceul pe revers; sau capetele lui Castor și Pollux alăturate pe avers, cu doi cai la trap pe revers. Pe reversul monedelor se întâlnește adesea numele orașului împreună cu o mare varietate de sigle și abrevieri de magistrați monetari.

Toate cele trei cetăți vest-pontice au bătut monedă de tip Filip II și Alexandru cel Mare. Este vorba de stateri și tetradrahme ale căror reprezentări și legende sunt identice cu originalele. Diferite sunt doar siglele atelierelor de emisiune.

Circulația monedelor bătute în aceste orașe depășește cu mult regiunea lor de influență. În afară de Dobrogea, monedele au ajuns în sudul Moldovei și Câmpia Muntenă, dar și în nord-estul Bulgariei sau sud-vestul Transilvaniei.

Încă din prima jumătate a sec. V î.Chr., în regiunile extracarpatică și, mai puțin, cele intracarpatică, au circulat monede emise și de alte orașe grecești din bazinul Mării Negre, Mării Marmara și nordul Mării Egee.

Moneda macedoneană și elenistică

Circulația monedei emise de regii macedoneni în teritoriile din bazinul Dunării Inferioare a fost influențată direct de puterea politică pe care au avut-o aici începând cu jumătatea sec. IV î.Chr.

Monedele lui Filip al II-lea și Alexandru cel Mare (stateri, tetradrahme și monede din bronz) au circulat îndeosebi în regiunile extracarpatică; mult mai rar se regăsesc în Transilvania unde sunt, în general, descoperiri izolate. Cele mai frecvente sunt descoperirile de tetradrahme care, în cazul celor de tip Filip al II-lea, au fost identificate ca fiind emisiuni postume. De multe ori, acestea au fost descoperite împreună cu monede de la Alexandru cel Mare. Ele sunt bătute fie de orașele vest-pontice, fie pătrund pe căile comerciale din sudul Dunării. Este important de remarcat că cetățile vest-pontice au continuat să emită monede proprii, știută fiind politica tolerantă a regilor macedoneni în materie monetară.

Monedele macedonene din aur, argint și bronz au avut o răspândire mai largă decât cea a teritoriilor care vor fi fost controlate în mod direct, la un anumit moment, de Alexandru cel Mare și urmașii săi. Ele se întâlnesc și în Transilvania, mai ales în zona Munților Orăștie, dar și în Moldova.

Moneda geto-dacilor

Asemenea tuturor civilizațiilor europene de la periferia lumii greco-romane, monedele geto-dacice preiau nu numai stilul și iconografia monedelor elenistice și romane, dar și tehnologia de confecționare a acestora.

Cel mai frecvent prototip imită tetradrahma tip Filip II, cu efigia lui Zeus laureat pe avers, iar pe revers cu reprezentarea unui călăreț și legenda cu numele regelui macedonean. Alte prototipuri grecești sunt răspândite regional, după cum urmează:

- Alexandru cel Mare;
- Filip III Arrhidaios;
- regele peon Audoleon;
- orașul Larissa din Thessalia;
- tetradrahmele Macedonia Prima;
- un tip greco-roman cu capul ianiform (cu două fețe).

Moneda romană

Moneda romană pătrunde la nordul Dunării Inferioare la începutul sec. I î.Chr. pe căi comerciale sau ca pradă de război. Trecerea de la moneda de tip greco-macedonean la cea romană are loc treptat, în cursul primei jumătăți a acestui secol, în împrejurările consolidării puterii romane în nordul Balcanilor.

Denarul este cea mai răspândită monedă în epoca Republicană târzie și în regiunile periferice lumii romane. Pentru regiunile geto-dacice, răspândirea denarului roman trebuie să fi fost și o prelungire a tradiției folosirii monedei de argint greco-macedonene. Prezența acestor monede se datorează atât relațiilor cu lumea sud-dunăreană, cât și contrafacărilor locale.

Primele ateliere geto-dacice de tip roman sunt documentate arheologic după anul 70 d.Chr. Ștanțele monetare găsite în mediul geto-dacic (în localități din județele Sibiu, Hunedoara și Galați) redau denari romani de o calitate atât de bună încât sunt greu de deosebit față de originale.

Istoria monetară a regiunilor nord-dunărene devine sinonimă cu istoria monedei romane o dată cu formarea provinciilor Moesia Inferior și Dacia. Între cele două provincii există unele diferențe în ceea ce privește circulația monetară. În timp ce în Dacia predomină moneda imperială ca mijloc de schimb, monedele provinciale sunt mult mai frecvente în Moesia Inferior. Fenomenul este explicabil prin aceea că în Dacia nu există niciun centru care să bată monedă provincială, însă în Moesia Inferior, cetățile grecești bat încă monedă proprie. Alături de monedele emise de orașele grecești, o largă circulație au avut-o monedele bătute la Viminacium care a primit sub Gordian III (238-244), o dată cu titlul de colonie, și dreptul de a emite monedă.

Moneda din aur tip Koson

Monedele de tip Koson sunt emisiuni din aur, având greutate medie de 8,40 g, ceea ce apropie monedele de staterul grecesc sau de aureusul roman. Emisiunile din argint sunt mai rare.

Pe avers este reprezentat un magistrat între doi lictori mergând spre stânga, legenda ΚΟΣΩΝ (KOSON), iar în câmpul din stânga, în fața primului lictor, apare uneori monograma BR sau BA. Pe revers este ilustrată o acvilă cu aripile deschise, ținând în gheare un sceptru și o cunună.

Asupra originii acestor monede circulă mai multe interpretări:

- Brutus ar fi bătut moneda în anul 42 î.Chr. pentru plata mercenarilor geto-daci;
- Moneda ar fi fost bătută de regele geto-dac Cotiso și ar fi datată 31-29 î.Chr.;
- Moneda ar fi fost bătută de un conducător geto-dac de la sud de Carpați sau chiar din sudul Dunării;
- Moneda ar fi un fals modern, fiind bătută în sec. XVI-XVII, într-o epocă în care falsificarea monedelor antice era un fenomen relativ răspândit în Transilvania.

Monedele emise în Țara Românească

Cele mai vechi monede din Țara Românească datează din timpul domniei lui Vladislav I Vlaicu (1364-cca 1377). Sistemul monetar introdus de acesta în jurul anului 1365 cuprindea trei valori: ducați, cu o greutate medie de 1,05 grame, dinari (0,70 grame = 2/3 ducat) și bani (0,35 grame = 1/2 dinar = 1/3 ducat). Primele monede ale Țării Românești prezintă pe avers, de regulă, un scut despăcat, având în primul câmp opt fascii, iar pe revers un coif închis, surmontat de o acvilă conturată, cu cruce în cioc.

O primă intervenție majoră asupra sistemului instituit de Vladislav I are loc în timpul domniei lui Dan I (cca 1383-1386). În această perioadă, se renunță la nominalul mare, denumirea acestuia fiind preluată de dinar, iar greutatea scăzută la 0,50 grame. Banul se bătea după un standard redus la 0,21 grame încă din vremea lui Radu I (cca 1377-cca 1383).

Monetăria Țării Românești a atins apogeul sub Mircea cel Bătrân (1386-1418). În primul deceniu de domnie, acesta a emis ducați după sistemul lui Dan I, dar în anii 1395-1396, pe fondul luptelor pentru tron cu Vlad Uzurpatorul, le ajustează greutatea până la 0,35 grame. Prin reforma monetară efectuată după 1396, crește greutatea (0,48 grame) și titlul ducatului muntean.

Urmașii lui Mircea cel Bătrân continuă să-și exercite dreptul regal de a bate monedă, dar treptat, în condițiile în care, din punct de vedere politic și economic, Imperiul Otoman își întărește poziția la Dunăre, producția monetară scade, încetând cu totul în timpul domniei lui Basarab Țepeluș (1477-1481).

Până la crearea sistemului monetar modern din anul 1867, se mai înregistrează doar două încercări de a emite monedă. Prima are loc în anul 1658 când Mihnea III (1658-1659) a bătut șilingi

cu propria efigie. A doua încercare datează din anul 1713 când, celebrând 25 de ani de domnie, Constantin Brâncoveanu realizează o serie de monede-medalii din aur și argint.

Monedele emise în Moldova

În a doua jumătate a secolului al XIV-lea, consolidarea independenței Moldovei creează premise favorabile emiterii de monede proprii. Petru I Mușat (1375-1391) este cel care, în anul 1377, constituie sistemul monetar moldovenesc, alcătuit din groși și jumătăți de gros din argint. Emisiunile acestuia poartă pe avers stema Moldovei, capul de bour cu o stea între coarne, iar pe revers un scut despicat, având în câmpul I șase fascii, iar în câmpul II un număr variabil de flori de crin.

Alexandru cel Bun (1400-1432) a introdus în circulație un nominal nou, dublu-grosul, care este emis până la sfârșitul domniei asociate a lui Iliaș I și Ștefan II (1436-1442).

O adevărată reformă a sistemului monetar din Moldova are loc în timpul lui Ștefan cel Mare (1457-1504). Acesta păstrează standardul stabilit în timpul celei de-a treia domnii a lui Petru III Aron (1455-1457), dar utilizează argint de bună calitate, ceea ce reflectă o perioadă de stabilitate economică.

În secolul al XV-lea, fără a se putea stabili deocamdată în timpul cărui domnitor, în Moldova au circulat și monede emise de Cetatea Albă. Aceste piese au pe avers stema țării, iar pe revers o cruce cu brațele egale și legenda ASPROKASTROU.

Monetăria moldovenească din secolul al XVI-lea se caracterizează printr-o frecventă schimbare a sistemului utilizat, determinată de nevoia de adaptare la diversele conjuncturi politice. În timpul scurtei sale domnii, Despot Vodă (1561-1563) a încercat să introducă în Moldova un sistem occidental. El a bătut taleri de argint și ducați de aur, cărora li se adaugă și piese mărunte: dinari din argint și mangări din bronz. Ulterior, Ioan Vodă cel Cumplit (1572-1574) a emis monede mari de bronz, echivalente asprilor otomani de argint, primele emisiuni cu legendă în limba română. Un caz special în istoria monetară a Moldovei medievale îl reprezintă Eustratie Dabija (1661-1665). Domnitorul a instalat o „bănărie” la Suceava unde, începând cu anul 1662, a bătut șilingi de bronz, dar a și falsificat, pe scară largă, diverse monede europene.

Monedele emise în Transilvania

Circulația monetară din Transilvania reflectă statutul pe care această provincie l-a avut de-a lungul timpului: parte a Regatului maghiar, principat autonom sub suzeranitate otomană și, ulterior, habsburgică.

Carol Robert (1307-1342), profitând de bogatele resurse miniere din Transilvania, a înființat primele monetării, la Cluj, Sibiu și Lipova, în care a bătut florini de aur și groși, respectiv dinari de argint. Ulterior, în timpul lui Ludovic cel Mare, au mai fost deschise încă două ateliere monetare, la Baia Mare și Brașov.

După transformarea Transilvaniei în principat autonom sub suzeranitate turcească (1541), principii transilvăneni au emis monedă în nume propriu. Noul sistem monetar a derivat din cel al Regatului maghiar, cu unele influențe germane și poloneze. Au fost bătute de preferință monede cu valoare ridicată, precum ducați de aur, taleri de argint sau dubli taleri. Uneori, multiplii ducăților și talerilor aveau forme neobișnuite (semilună, stea, pătrat, sau hexagon), fiind destinați mai puțin circulației, cât mai ales tezurării. De asemenea, se cunosc piese imprimate numai pe o singură parte a flanului monetar.

Numărul mare de emisiuni de aur se explică atât prin existența unor importante zăcăminte aurifere pe teritoriul Transilvaniei, cât și prin obligația de a plăti tributul către Înalta Poartă în monedă cu valoare ridicată. Baterea emisiunilor de argint reprezenta, în schimb, o adaptare la sistemul monetar central european.

În a doua jumătate a secolului al XVII-lea s-au înființat monetării noi, la Alba Iulia, Făgăraș și Aiud. Odată cu recunoașterea internațională a intrării Transilvaniei sub stăpânire habsburgică (1699), numărul monetărilor locale a scăzut, rămânând în funcțiune doar cele de la Baia Mare (până în 1851) și Alba Iulia (până în 1871). Acestea au emis monede în sistem austriac sau maghiar.

Circulația monetară în Țările Române în secolele XVII-XVIII

La mijlocul secolului al XVII-lea, ca o consecință a declinului politic în care se aflau, Țara Românească și Moldova nu mai băteau monedă proprie decât sporadic. Drept urmare, piața monetară din Țările Române a ajuns să fie deschisă către numeroase monede emise în întreaga Europă.

În această epocă s-a impus talerul-leu olandez, o monedă de argint foarte populară în întreg Imperiul Otoman datorită titlului ridicat și însemnelor foarte clar reprezentate. Această monedă a circulat în Țările Române până în a doua jumătate a secolului al XVIII-lea, când a fost înlocuită de talerii Mariei Tereza și de cei spanioli. Popularitatea talerului-leu era însă atât de mare, încât s-a ajuns ca, după încetarea efectivă a circulației sale, să fie identificat cu însăși noțiunea de monedă. Astfel a apărut în Țările Române o monedă de calcul numită leu, divizată în 40 parale, o monedă fictivă, fără circulație efectivă. Așadar, prețurile erau exprimate în lei și în parale, în timp ce plata efectivă se făcea în diferite monede din aur sau din argint, de diverse proveniențe: Austria, Turcia, Rusia, Spania etc.

Deși numele de „leu” făcea referire la moneda olandeză, împărțirea în 40 de parale era, însă, de influență otomană. Începând cu anul 1687, sultanul Süleyman II, în încercarea de a rezolva criza monetară prin care trecea Imperiul Otoman în epocă, a emis un nominal mare din argint, cunoscut sub numele de piastru (turc. guruş), divizat în 40 parale (turc. para) care a avut o mare răspândire și în Țările Române.

Prima emisiune comună pentru Țara Românească și Moldova s-a produs în cursul războiului ruso-turc, când, la Sadagura (lângă Cernăuți) s-a bătut, între anii 1772-1774, o serie de monede având reprezentate pe avers stemele celor două Țări Române figurate sub coroana Imperiului rus, iar pe revers cifra împărătesei Ecaterina II.

Regulamentul Organic (1831-1832)

Regulamentul Organic a încercat o nouă unificare a cursurilor monetare din Principate. Cursul monedelor era reglementat într-o manieră unică atât pentru Țara Românească, cât și pentru Moldova, prin instituirea a două etaloane, care erau raportate la leul de calcul, împărțit în 40 parale. Etalonul de aur era ducatul olandez, evaluat la 31 lei și 20 parale, iar etalonul de argint, sfanțul (moneda austriacă de 20 kreuzeri), cu valoarea de 2 lei și 10 parale.

Românul și romanatul

În ciuda existenței leului de calcul, la venirea pe tronul Principatelor Unite a domnitorului Al. I. Cuza, piața românească era dominată în continuare de cursul haotic al monedelor străine. În consecință, a fost inițiat un proiect pentru baterea unei monede naționale.

Asupra denumirii unității monetare au existat în epocă numeroase dezbateri. S-a propus numele de român, după modelul francului francez, denumire sub care a fost obținut și acordul unor bănci franceze pentru creditarea primei emisiuni a Principatelor Unite.

Proiectul final din anul 1860 stabilea, însă, un alt nume, pe acela de romanat, care era divizat în decime sau bani (a zecea parte dintr-un romanat) și centime sau bănișori (a suta parte dintr-un romanat). Monedele din aur și argint urmau să aibă gravată efigia domnitorului pe avers, cu legenda ALEXANDRU IOAN I. DOMNU PRINCIPATELOR-UNITE, iar pe revers, armele țării, cu legenda ÎN UNIRE TĂRIA. Proiectul nu a fost însă finalizat pentru că Napoleon III nu a sprijinit până la capăt emiterea unei monede naționale românești, deoarece nu dorea să provoace o reacție ostilă a Imperiului Otoman.

2. Istoria leului

Instituirea monedei naționale a constituit materializarea unuia dintre dezideratele statului român aflat la începuturile modernizării sale și s-a concretizat într-o afirmare simbolică a independenței sale, înainte ca acest statut să îi fie consacrat ca urmare a victoriilor obținute pe câmpul de luptă și să fie înscrise în tratate internaționale.

În anul 1867 a fost adoptată *Legea pentru înființarea unui nou system monetar și pentru fabricarea monetelor naționale*, iar la 24 februarie 1870 s-a inaugurat prima monetărie a statului, sediul acesteia aflându-se în locul unde se ridică astăzi clădirea Muzeului Țăranului Român, pe Șoseaua Kiseleff.

Inaugurarea moneteriei s-a făcut prin fabricarea a două tipuri de monedă: una din aur, cu valoarea de 20 lei (tiraj 5.000 de piese) și alta din argint, cu nominalul de 1 leu (tiraj 400.000 de piese). Aversul monedelor purta efigia regelui Carol I și inscripția „CAROL I DOMNUL ROMANIEI”, iar reversul, valoarea nominală și anul emiterii, în interiorul unei cununi defrunzede stejar și laur, simboluri ale bravurii și gloriei strămoșilor.

Aceste două emisiuni au și valoare de simbol, deoarece au fost bătute înainte de obținerea Independenței și, în ciuda împotrivirii Imperiului Otoman, poartă efigia domnitorului pe avers.

Cu ocazia aniversării a 40 de ani de domnie a regelui Carol I a fost bătută o emisiune monetară jubiliară alcătuită din 7 nominaluri, dintre care cele de 1 și 5 lei erau din argint, iar cele de 12½ lei, 20, 25, 50 și 100 de lei din aur. Monedele s-au comandat Monetăriei Regale a Belgiei, machetele și matritele lor fiind realizate de gravorul șef al acesteia, Alphonse Michaux. Efigia regelui Carol I este reprezentată atât pe aversul, cât și pe reversul monedelor de 1, 5, 20 și 100 lei, în două variante. Pe avers apare portretul din 1906, înconjurat de inscripția „CAROL I REGE AL ROMANIEI 1866-1906”, iar pe revers portretul din 1866, inscripția circulară „CAROL I DOMNUL ROMANIEI” și valoarea nominală.

Pe aversul monedelor de 12½ lei, 25 lei și 50 lei, este reprezentat portretul din 1906 al regelui, îmbrăcat în uniformă militară de paradă. Reversul pieselor de 12½ lei și 25 lei ilustrează un vultur cu zbor deschis, care poartă o panglică cu inscripția „PRIN STATORNICIE LA ISBINDA”. Pe reversul piesei de 50 lei regele este înfățișat călare, în uniformă de campanie, cu mantie și glugă, în timpul Războiului de Independență.

În 1927, în cadrul manifestărilor dedicate aniversării a 5 ani de la încoronarea, la Alba-Iulia, a regelui Ferdinand I și a reginei Maria, s-a decis emiterea unor monede aniversare din aur. Deși acest proiect a fost inițiat încă de la începutul anului 1927, a fost finalizat abia în 1928. Machetele și matritele au fost realizate de Marcel Dammann, un cunoscut medalist francez. Emisiunea este compusă din patru monede: 20 lei, 25 lei, 50 lei și 100 lei. Aversul pieselor de 20 lei și 100 lei înfățișează capul laureat al regelui Ferdinand, cu inscripția „FERDINAND I REGELE ROMANILOR 1922”, iar pe revers este reprezentată stema țării (scutul mijlociu), inscripția „ROMANIA” și valoarea nominală, de 20 lei respectiv 100 lei. Piesele de 25 și 50 lei poartă pe cele două fețe efigiile încoronate ale regelui Ferdinand și reginei Maria. Pe avers, portretul regelui este înconjurat de inscripția „FERDINAND I REGELE ROMANILOR”, alături de valoarea nominală, iar pe revers, efigia reginei este însoțită de legenda „MARIA REGINA ROMANILOR 1922”.

Baterea monedelor a fost încredințată Monetăriei Regale din Londra (Royal Mint), iar monedele au ajuns la București în luna august 1928.

Înscriindu-se în tradiția emisiunilor jubiliare din anii 1906 și 1927 / 1928, Banca Națională a României a inițiat în anul 1937 o emisiune de monede din aur, alcătuită din șase piese. Lansată doi ani mai târziu, ea a fost dedicată centenarului nașterii Regelui Carol I, cu toate că portretul acestuia nu apare pe niciuna dintre monede.

Proiectele au fost comandate sculptorului și medalistului Emil W. Becker, colaborator al monetăriei statului (reînființată în 1935), care a executat în acest scop 60 de proiecte. Cele 12 după care s-au realizat machetele și matritele au fost alese chiar de regele Carol al II-lea. Emisiunea din anul 1939 însuma câte două variante de monede de 20 și 100 lei și două piese mari, fără valoare nominală, denumite „galbeni de podoabă”, echivalente cu 12 ducăți. Aversul celor patru monede figurează efigia regelui Carol al II-lea și legenda „CAROL II REGELE ROMÂNILOR”. Pe revers, stema țării apare în patru compoziții diferite, alături de inscripția „ROMANIA”, valoarea nominală (20 lei respective 100 lei) și anul emisiunii: 1939. Pe aversul

„galbenilor de podoabă”, regele Carol al II-lea este reprezentat călare în uniforma escortei regale. Pe revers, stema mică a Regatului României apare alături de reprezentarea Lupoacei (Lupa Capitolina) pe o variantă și de un cosaș, pe cea de a doua.

Majoritatea celor 1.800 de monede ale emisiunii (300 de bucăți din fiecare model) au fost oferite demnitarilor și apropiaților Casei Regale.

O emisiune cu structură similară a fost lansată și în 1940, dedicată, de această dată, aniversării a 10 ani de domnie a regelui Carol al II-lea. Tirajul acesteia a fost de 500 de exemplare pentru fiecare variantă.

3. Monede și bancnote puse în circulație

Leul (sg. leu, pl. lei) reprezintă unitatea monetară a României, având ca subdiviziune banul (sg. ban, pl. bani). Caracteristicile recente ale monedei românești sunt:

- La data de 1 iulie 2005, moneda națională a României, leul, a fost denominată astfel încât 1 leu nou echivalează cu 10 000 lei vechi.
- Leii vechi au avut putere circulatorie până la data de 31 decembrie 2006.
- Toate bancnotele sunt imprimate pe polimer, având grafica și culoarea dominantă asemănătoare cu cea a vechilor bancnote.
- Noua serie de bancnote cuprinde două noi valori, cea de 200 lei și cea de 500 lei.
- Dimensiunile noilor bancnote sunt identice cu cele ale bancnotelor euro.
- Monedele metalice au aceeași compoziție ca monedele euro, însă au dimensiuni și greutate diferite de acestea.

În prezent, monedele și bancnotele emise și puse în circulație de BNR sunt:

- Moneda de 1 ban
- Moneda de 5 bani
- Moneda de 10 bani
- Moneda de 50 bani
- Bancnota de 1 leu
- Bancnota de 5 lei
- Bancnota de 10 lei
- Bancnota de 20 lei
- Bancnota de 50 lei
- Bancnota de 100 lei
- Bancnota de 200 lei
- Bancnota de 500 lei

4. Emisiunea de monede cu caracter numismatic

Conform Legii 312 din 28 iunie 2004 privind Statutul Băncii Naționale a României, aceasta elaborează programul de emisiune a bancnotelor și monedelor, astfel încât să se asigure necesarul de numerar, în strictă concordanță cu nevoile reale ale circulației bănești. De asemenea, Banca Națională a României asigură tipărirea bancnotelor și baterea monedelor și ia măsuri pentru păstrarea în siguranță a celor care nu sunt puse în circulație, precum și pentru custodia și distrugerea, când aceasta este necesară, a matrițelor, cernelurilor și a bancnotelor și monedelor retrase din circulație.

Un alt atribut stipulat în Legea nr. 244/1998 privind abilitarea BNR de a pune în circulație emisiuni monetare cu caracter numismatic din metale prețioase, dă posibilitatea Băncii Naționale a României de a pune în circulație, în scop numismatic, monede din metale prețioase cu diferite valori nominale cu ocazia unor evenimente speciale sau aniversări.

Tirajul unor astfel de emisiuni este în general redus, iar monedele, ambalate în capsule de metacrilat transparent, sunt fi însoțite de un certificat de autenticitate înseriat, redactat în limbile română și engleză, semnat de Guvernatorul Băncii Naționale a României și Casierul central, precum și de un pliant de prezentare a respectivei emisiuni monetare.

Monedele puse în circulație de Banca Națională a României pot fi achiziționate în scop numismatic de persoanele fizice și juridice interesate, deținerea și circulația acestora fiind permisă potrivit art. 2 din Ordonanța nr. 45/1998 a Guvernului României, aprobată prin Legea nr.244/1998. Monedele au putere circulatorie pe teritoriul României. Grafica monedelor este protejată prin înregistrare la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci din România. Falsificarea sau contrafacerea acestor monede din aur constituie infracțiune și se pedepsește conform legii.

Punerea în circulație, în scop numismatic, a monedelor se realizează prin ghișeele sucursalelor Băncii Naționale a României dar în prezent un stoc limitat de piese este disponibil pentru rezervări online.

Monedele și medaliile cu caracter numismatic puse în circulație în anul 2021 au fost:

- 200 de ani de la nașterea lui Vasile Alecsandri, data emisiunii 20 Decembrie 2021



- 100 de ani de la înființarea Operei Naționale din București, data emisiunii 8 Noiembrie 2021



- 100 de ani de la nașterea Regelui Mihai I al României și replică proof după medalia jubiliară Ardealul Nostru, data emisiunii 11 Octombrie 2021



- 100 de ani de la înființarea Institutului „Cantacuzino”, data emisiunii 11 Octombrie 2021



- 500 de ani de la Scrisoarea lui Neașu din Câmpulung, cel mai vechi document păstrat scris în limba română 13 Septembrie 2021



- 200 de ani de la nașterea lui Ion C. Brătianu, data emiterii 2 August 2021



- 100 de ani de relații diplomatice între România și Japonia , data emiterii 7 Iulie 2021



- Campionatul European de Fotbal 2020, data emiterii 11 Noiembrie 2021



- 150 de ani de la nașterea lui Theodor Pallady, data emiterii 4 Mai 2021



- 200 de ani de la Revoluția din 1821 condusă de Tudor Vladimirescu, data emiterii 16 Aprilie 2021





Tot în cadrul emisiunii numismatice a BNR, dar mult mai rar se înscriu și seturile de monetărie, după cum se observă din informațiile prezentate în Tabelul 1 acestea fiind în număr de 5.

Tabelul 1

Seturi de monetărie

Denumirea emisiunii numismatice	Data emisiunii	Tiraj
80 de ani de la inaugurarea Muzeului Național al Satului „Dimitrie Gusti”	03.05.2016	250
Set de monetărie 2015: 375 de ani de la tipărirea Pravilei de la Govora	23.11.2015	250
Set de monetărie 2014: 150 de ani de la înființarea Școlii Naționale de Arte Frumoase (astăzi Universitatea de Arte București)	12.05.2014	500
Set de monetărie 2013: 200 de ani de la înființarea, la Iași, a Școlii de inginerie, de către Gheorghe Asachi (astăzi Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi”)	11.11.2013	1000
Set de monetărie 2012: 100 de ani de la începerea construirii clădirii Muzeului Etnografic Românesc (astăzi Muzeul Național al Țăranului Român)	15.10.2012	1000

Sursa: <https://www.bnr.ro/Numismatica-726.aspx>

Concluzii

Descoperirile arheologice au arătat faptul că încă de la apariția monedei, aceasta a fost bătută și s-a utilizat în cadrul schimbului și pe teritoriile care formează astăzi România. Leul, moneda națională a României, chiar dacă mai tânăr decât monedele altor țări, a parcurs un drum sinuos, emisiunea acestuia cunoscând multiple modificări de formă și fond. Astăzi, Banca Națională a României, singura entitate care emite monede și bancnote realizează și emisiunea de monede, medalii și seturi de monetărie cu caracter numismatic, acestea având rolul de a puncta momentele importante din istoria națională.

Bibliografie:

<https://romfilatelia.ro/magazin/produs/colectii-anuale/2013/colectia-numismatica-a-bancii-nationale-a-romaniei-monede-romanesti-din-aur/>

<https://www.bnr.ro/Numismatica-726.aspx>

<https://www.bnr.ro/Circula%c8%9bia-monetara-pe-teritoriul-Romaniei-13684.aspx>

Tendențe privind plățile fără numerar

**Autor: Daminescu Diana Luciana,
Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola
Universitatea din Petroșani**

Abstract: *Along with the rapid development of technology and digitalization, payment systems have also been has undergone significant changes. Noncash payment instruments can be divided into three categories: paper-based, card-based and electronic-based and most cashless payments are made using checks, credit and debit cards and the electronic payment system. Over the past several decades, new electronic payment instruments have been introduced so we are witnessing today a significant increasing in popularity of noncash transactions within the payments industry.*

1. Introducere

Plățile fără numerar reprezintă acum cea mai mare parte a plăților de consum în multe țări cu diferite niveluri economice de dezvoltare. Nu numai consumatorii, ci și întreprinderile și intermediarii financiari consideră plățile fără numerar din partea consumatorilor o formă mai convenabilă și mai ieftină decât cea cu numerar: numerarul nu aduce nici un câștig, el trebuie să fie păstrat în condiții de siguranță, trebuie să fie transportat în mod fizic la un anumit risc pentru proprietari și la costuri considerabile.

Posibilitatea de a efectua plăți electronice sigure, eficiente, competitive și inovatoare este un element de importanță crucială dacă se dorește ca firmele, consumatorii și comercianții să profite din plin de avantajele pieței unice, cu atât mai mult în contextul actual de trecere de la comerțul fizic la cel electronic. Modul în care se comercializează bunurile și serviciile în Europa cunoaște o schimbare fundamentală. În condițiile în care cetățenii și firmele din UE sunt din ce în ce mai activi în afara țării de origine, posibilitatea de a recurge la plăți electronice care funcționează fără probleme dincolo de granițe le simplifică foarte mult viața de zi cu zi. Pornind de la rezultatele obținute în domeniul plăților de retail, Europa are ocazia de a avansa către tehnologiile viitorului în materie de plăți, indiferent dacă este vorba despre plata cu cardul, pe internet sau de pe telefonul mobil.

În acest proces, un prim pas important este zona unică de plăți în euro (SEPA), care se bazează pe premisa că nicăieri în UE nu trebuie să existe diferențe între plățile de retail electronice în euro transfrontaliere și cele interne. Proiectul SEPA acoperă principalele instrumente de plăți de retail: operațiunile de transfer credit, de debitare directă și cardurile de plată. Pornind de la această bază, SEPA ar trebui să constituie un catalizator pentru crearea unei piețe europene a plăților competitivă și inovatoare, în două sensuri. În primul rând, este vorba despre proporția tot mai ridicată a plăților online sau pe internet (plățile electronice) și a plăților efectuate de pe telefonul mobil. Ceea ce schimbă în mod special peisajul plăților este utilizarea masivă a telefoanelor inteligente, care duce la apariția unor noi aplicații pentru plăți; este, de pildă, cazul portmoneelor electronice, care înlocuiesc numerarul și chiar cardurile, sau al biletelor virtuale pentru transportul în comun, stocate în telefon. În această privință, instrumentele de plată paneuropene utilizate în cadrul SEPA pot constitui baza unui proces de inovare care să ducă la dezvoltarea unor modalități de plată mai integrate și mai sigure. În al doilea rând, standardele și normele existente elaborate în cadrul SEPA pot fi rePLICATE în cazul instrumentelor de plată în alte monede, în acest mod extinzându-se frontierele pieței unice și la operațiuni de plată în alte monede decât euro.

Avantajele unei integrări mai accentuate a pieței ar decurge în principal din patru elemente:

1) Un grad mai mare de concurență – într-o industrie de rețea, cum este cea a plăților, accesul pe piață al noilor entități sau al noilor concurenți din alte state membre este facilitat prin integrare. Pe baza standardelor deschise comune, furnizorii de servicii își pot oferi soluțiile de plată existente în mai multe țări. Astfel, se extinde baza comercială a acestor furnizori și se creează noi stimulente pentru inovare. Ca urmare, costurile și prețurile aferente furnizării plăților vor coborî. De asemenea, concurența sporită ar putea reduce dominația actuală pe piața cardurilor a celor două sisteme internaționale existente.

2) O mai mare transparență și mai multe posibilități de a alege pentru consumatori – dacă va exista o gamă mai largă de servicii concurente, utilizatorii de plăți vor putea alege acele instrumente și acei furnizori care răspund cel mai bine nevoilor lor. În prezent, consecințele la nivel de costuri ale alegerilor pe care le fac consumatorii nu sunt întotdeauna evidente pentru aceștia[2]. Din cauza costurilor ascunse, deseori se recurge la cea mai costisitoare metodă de plată, iar costurile se răsfrâng indirect asupra tuturor consumatorilor, prin creșterea prețurilor. O piață integrată și transparentă ar orienta însă consumatorii către cele mai eficiente instrumente de plăți.

3) Mai multă inovare – o piață integrată accentuează efectele de scară. Aceasta înseamnă că entitățile de pe piață vor avea mai multe posibilități de a face economii de costuri sau de a-și crește veniturile. În plus, stimulentele pentru inovare din partea noilor entități intrate pe piață vor fi mai mari, iar aria geografică a inovării va crește.

4) Siguranța sporită a plăților și mai multă încredere din partea clienților – în spiritul progreselor înregistrate în privința siguranței plăților la punctul de vânzare, o piață integrată va spori siguranța și încrederea consumatorilor în plățile la distanță, de exemplu plățile electronice și cele efectuate de pe telefonul mobil.

O piață integrată a serviciilor de plăți în UE ar putea genera, ca produs secundar, date administrative care să fie utilizate pentru elaborarea unor statistici armonizate. Astfel s-ar ameliora calitatea și ar crește gradul de acoperire al statisticilor UE, fără costuri suplimentare pentru firme și cu investiții limitate din partea comunității statistice.

Instrumentele de plată fără numerar prezintă o serie de avantaje comparativ cu utilizarea numerarului, acestea fiind pe larg utilizate în țările dezvoltate. Cel mai frecvent utilizate instrumente de plată în practica internațională sunt: cardul de plată, transferul de credit și debitarea directă. În vederea facilitării utilizării transferului de credit și a cardurilor se utilizează serviciile de gestiune a conturilor de plăți de la distanță din gama e-payments (internet-payments, mobile-payments, etc.) pentru efectuarea plăților.

Cel mai utilizat instrument de plată în este cardul de plată, iar debitarea directă deține o pondere modestă comparativ cu media europeană.

În vederea sporirii nivelului de utilizare a instrumentelor și serviciilor de plată fără numerar, este importantă cunoașterea avantajelor utilizării acestora:

a) *cardurile de plată* se caracterizează prin:

- economisirea timpului – achitățile se realizează direct cu cardul de plată, nefiind necesară retragerea preventivă a numerarului/ pot fi efectuate tranzacții on-line prin intermediul platformelor de comerț electronic;
- comoditate – la procurarea mărfurilor/serviciilor de mare valoare atât în țară, cât și peste hotare achitățile se realizează direct din contul plătitorului, nefiind necesară deținerea numerarului;
- lipsa comisioanelor- la achitarea mărfurilor/serviciilor prin intermediul cardurilor de la plătitor nu se percep comisioane.

b) *debitarea directă* - reprezintă serviciul de plată care permite plătitorului să nu se deplaseze la oficiile prestatorului de servicii de plată pentru efectuarea plăților, precum și îl scutește de la necesitatea evidenței achităților serviciilor comunale, toate plățile fiind inițiate și realizate de către prestator pe baza consimțământului acordat de către plătitor beneficiarului plății;

c) *transferul de credit* – reprezintă instrumentul de plată care permite efectuarea în mod rapid, sigur și confortabil a transferului mijloacelor bănești dintr-un cont în altul la indicația plătitorului;

d) sistemele automatizate de deservire la distanță (*internet-payments, mobile-payments, etc.*) – permit efectuarea plăților de la distanță (de la orice calculator/ dispozitiv mobil, din orice colț al lumii) din contul curent, nefiind necesară deplasarea plătitorului la oficiile prestatorului de servicii de plată. Această modalitate de efectuare a plăților permite eficientizarea timpului personal și gestionarea simplă a operațiunilor de plată.

2. Cauzele utilizării limitate a plăților fără numerar

Mulți consumatori retrag numerarul din conturile lor bancare pentru cheltuielile curente. În unele cazuri, plata cu numerar are loc aproape imediat la sediu băncii, când de exemplu, consumatorii plătesc chitanțele lor pentru utilități la oficiul bancar de numerar. În alte cazuri, legătura dintre retragerea numerarului și cheltuieli este mai puțin imediată – atunci când consumatorii plătesc în numerar pentru cumpărături la supermarket, cu toate că ei pot utiliza terminalul POS cu același card de plată ca și la bancomate (ATM).

Ceea ce este remarcabil despre acest comportament este faptul că infrastructura necesară pentru aceste plăți potențiale fără numerar există. De asemenea, oricare ar fi tranzacțiile neformale în care pot fi angajați consumatorii, numerarul retras de la ATM-uri provine din venitul formal (conform definiției) și consumatorul nu are nici un interes vizibil în ascunderea cheltuielilor aferente.

Prin compararea retragerii de numerar de la ATM-uri cu plățile fără numerar prin carduri de plată și transferuri directe noi obținem ideea în ce măsură este posibil de mărit plățile fără numerar fără infrastructură adițională sau necesitatea de a reglementa tranzacțiile neformale. E evident că plățile fără numerar pot crește considerabil chiar dacă consumatorii pur și simplu își schimbă comportamentul său privind plăți, fără necesitatea de a reglementa tranzacțiile neformale sau schimba modul în care economisesc și cheltuie remitențele.

În același timp, consumatorii trebuie să schimbe comportamentul privind plățile într-un mod mult mai amplu pentru a trece de la numerar la plăți fără numerar. Nu există nici o tradiție privind eliberarea cecurilor cu scopul plății cheltuielilor personale (cum este în țările anglo-saxone) sau de a face transferuri directe de la un cont bancar la altul (ca în multe țări continentale europene). În România, transferurile directe pot fi actual făcute prin intermediul internet banking-ului – care cere acces la internet, precum și un grad anumit de alfabetizare de calculator – și la mai multe ATM-uri unde consumatorii trebuie să se simte confortabil în timpul efectuării tranzacțiilor lor financiare în loc public.

Pentru plățile prin card magazinele au nevoie nu numai de terminalele POS, dar și de asemenea de personal care le poate ușor utiliza. Mai mult ca atât, multe magazine angajează în tranzacții neformale (de exemplu, o parte de plăți salariale) și, prin urmare, preferă plăți în numerar. Ca urmare, se pare că consumatorilor li se spune de multe ori în mod deschis că terminalele POS “nu funcționează”.

E interesant că în 2015 s-au făcut cu mult mai multe plăți fără numerar decât prin retragerile de la ATM-uri prin țările străine de către români. Această observație sugerează că cel puțin pentru un oarecare grup ales de moldoveni care călătoresc peste hotare se simte destul de confortabil cu plățile prin card ca să se adapteze la deprinderile de plată ale țărilor lor de destinație. Desigur, acestea pot fi de asemenea niște reacții la comisioanele relative înalte pentru retragerea numerarului de la ATM-uri peste hotare .

Pare puțin probabil, de altfel, că acest grup ar include mulți emigranți români care folosesc carduri de plată românești peste hotare pentru a cheltui veniturile sale străine. În schimb, emigranții români care sunt stabiliți cu trai în străinătate probabil contează pe folosirea mai mult cardurilor străine în România – unde retragerile de numerar au fost mai înalte numai moderat decât plățile fără numerar . În orice caz, obiceiurile de plată par a fi susceptibile de se schimba în conformitate cu stimulentele în schimbare.

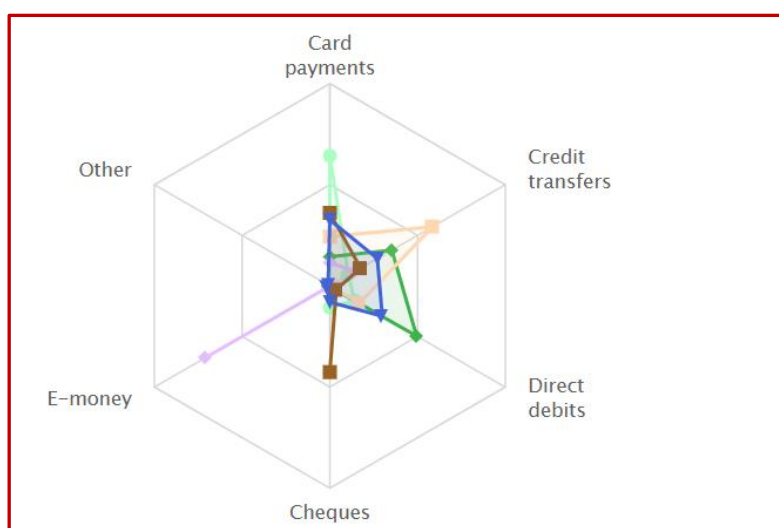
În ceea ce privește intervențiile politice posibile, aceste observații sugerează că o strategie de lungă durată pentru educație financiară arată promițător. Băncile comerciale pot să dorească continuarea marketingului activ privind serviciile de plată fără numerar adresată consumatorilor. În măsura în care consumatorii doresc să folosească metodele de plată fără numerar, iar întreprinderile insistă pe numerar, stimulentele adresate întreprinderilor trebuie să fie analizate în scopul înțelegerii dacă infrastructura cu costuri scăzute, limitele obligatorii privind plățile în numerar, sau stimulentele fiscale sunt modalități eficiente de recompensare pentru plăți fără numerar mai atractive.

3. Aspecte privind plățile fără numerar

Piața plăților de retail în euro este una dintre cele mai mari din lume și include milioane de firme și sute de milioane de cetățeni. Conform statisticilor furnizate de Banca Centrală Europeană (BCE), în 2009, numai în zona euro s-au efectuat aproape 58 de miliarde de operațiuni de plată. Avantajele economice ale integrării acestei piețe sunt considerabile. De exemplu, există studii care sugerează că migrarea către SEPA în cazul operațiunilor de transfer credit, debitare directă și al cardurilor de plată ar putea genera beneficii directe și indirecte de peste 300 de miliarde EUR în cursul unei perioade de șase ani. În prezent, gradul de integrare a plăților la nivel european variază semnificativ între diferitele instrumente de plată (operațiunile de transfer credit, debitare directă și carduri de plată) și canale (plăți electronice sau de pe telefonul mobil) utilizate.

Consumatorii și firmele din zona euro utilizează o mare varietate de metode de plată. În anul 2018, plățile prin card au reprezentat aproape jumătate din numărul total al plăților fără numerar din întreaga zonă a monedei unice.

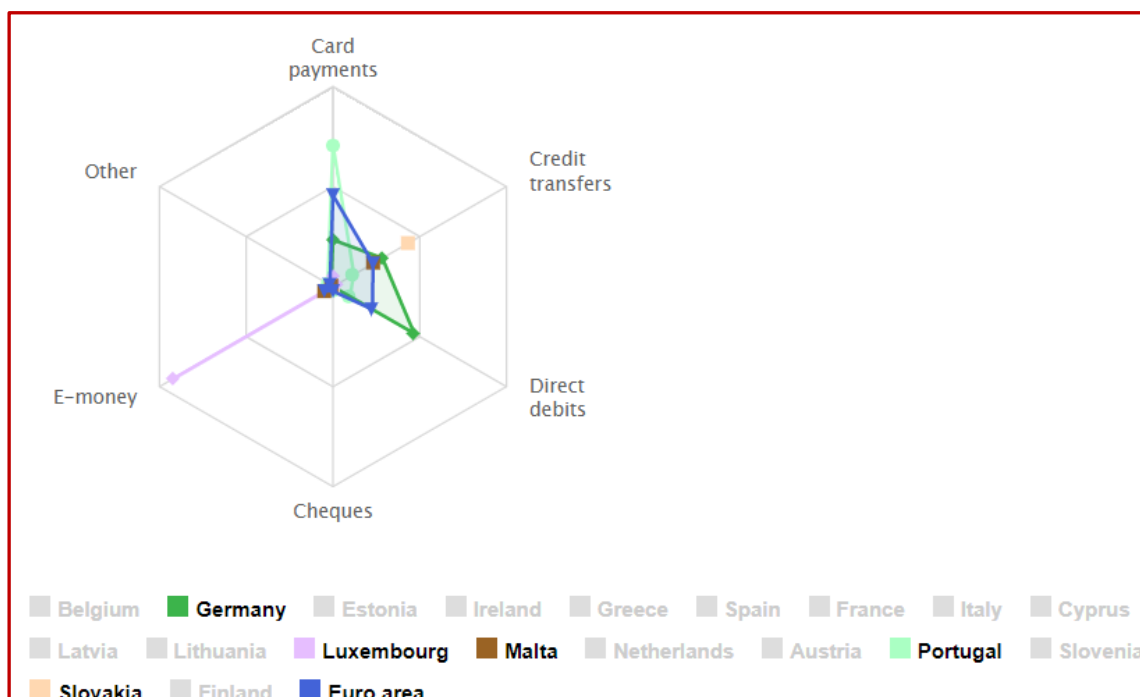
Transferurile credit și debitările directe s-au clasat pe locurile al doilea și, respectiv, al treilea în rândul celor mai utilizate metode de plată fără numerar, reprezentând aproximativ 23% fiecare, în timp ce banii electronici și cecurile au însumat circa 7%. Cu toate acestea, popularitatea relativă a fiecărui tip de serviciu de plată încă variază considerabil de la o țară a zonei euro la alta. În 2018, plățile prin card au reprezentat puțin peste 70% din totalul plăților fără numerar în Portugalia, comparativ cu aproximativ 23% în Germania. Transferurile credit sunt deosebit de populare în Slovacia, reprezentând aproape 44% din numărul total al plăților fără numerar în 2018, față de numai 2,4% în Luxemburg.



Sursa: <https://www.euro-area-statistics.org/statistics-insights/payment-statistics?lg=ro>

Figura 1. Ponderea numărului total al plăților fără numerar în funcție de metoda de plată 2008

Popularitatea cecurilor a scăzut în ultimul deceniu, acestea deținând o pondere de doar 2,3% în totalul plăților fără numerar în 2018, comparativ cu 8% în 2008. O țară – Franța – a reprezentat aproape 85% din totalul cecurilor emise în zona euro în 2018. Numărul plăților prin card efectuate de consumatori și firme s-a majorat cu peste 200% în ultimul deceniu, cu o medie de 121 de plăți prin card pe cap de locuitor în 2018, comparativ cu 56 în 2008. Cu toate acestea, valoarea medie a fiecărei plăți prin card s-a redus constant, de la 54 EUR în 2008 la 44 EUR în 2018. Și în acest caz însă, există diferențe semnificative între țări. În timp ce cetățenii care trăiesc în Finlanda au efectuat, în medie, 332 de plăți prin card pe cap de locuitor în 2018, în Germania, Grecia și Italia media a fost de numai 64, 59 și, respectiv, 53 de plăți prin card pe cap de locuitor. Cu alte cuvinte, cetățenii din Finlanda și-au utilizat cardurile de cinci ori mai des decât cei din Germania și de șase ori mai des decât cei din Italia. Valoarea medie a fiecărei plăți prin card variază între circa 17 EUR în Letonia și 70 EUR în Cipru. Graficele interactive de mai jos prezintă date pentru fiecare țară din zona euro.



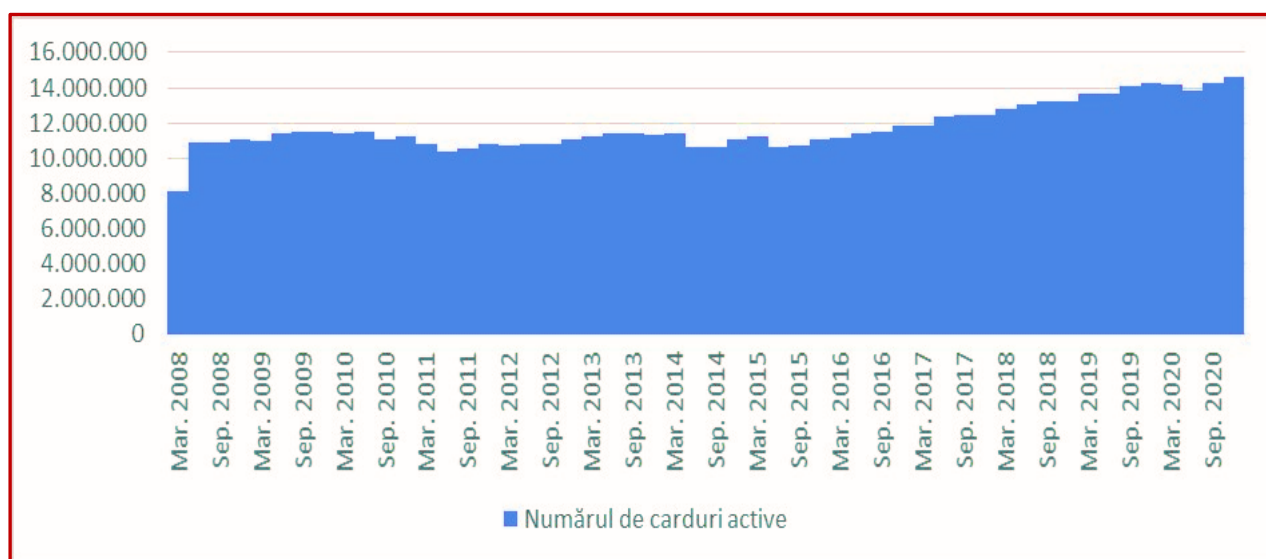
Sursa: <https://www.euro-area-statistics.org/statistics-insights/payment-statistics?lg=ro>

Figura 2. Ponderea numărului total al plăților fără numerar în funcție de metoda de plată 2018

Conform datelor prezentate în figura nr. 3 trendul ușor de creștere a numărului de carduri active ascunde și potențialul uriaș în domeniu. Se știe că înlocuirea numerarului pentru achiziționarea de bunuri și servicii s-a dovedit un proces anevoios, fapt consemnat și într-o hotărâre a Camerei Deputaților din anul 2014 în care se constată că în România se utilizează cu preponderență numerarul, adică “în aproximativ 95% din totalul plăților de vânzare cu amănuntul”. În timp ne așteptăm la o creștere a numărului de carduri, a frecvenței utilizării acestora cu consecința diminuării volumului plăților de vânzare cu amănuntul realizate în numerar.

Având în vedere anxietatea provocată de pandemia COVID-19 în ceea ce privește utilizarea de monede și bancnote, s-a declanșat o teamă de contagiune care a determinat evitarea plăților în numerar. Analizând cauzalitatea diverșilor factori, autorii Husain Asim, Jain Rashank și Kumar Satsangi Akshay Husain au arătat că menținerea stării de sănătate este factorul motivațional și protectiv care încurajează plățile fără numerar. Pandemia COVID-19 a adus, fără doar și poate, modificări în comportamentul cetățenilor. Perioadele de restricții instituite de autorități au generat diverse modificări: reducerea posibilităților de utilizare a plăților în numerar, utilizarea platformelor de vânzare de pe internet, migrarea către plățile online, utilizarea de plăți contactless.

În general, cheltuielile au crescut mult în încercarea de a face provizii cu bunurile de strictă necesitate pentru casă și, de asemenea, în anticiparea imposibilității de a frecventa comerțanții cu amănuntul.



Sursa: György Attila, *Tendințe privind reducerea utilizării plăților în numerar în perioada de pandemie*, RFPC nr. 2, 2021, pp. 26-35

Figura 3. Numărul de carduri active în România (2008-2020)

În România, datele Băncii Naționale a României evidențiază faptul că ritmul de creștere moderată din anul premergător pandemiei a fost înlocuit cu un ritm mult mai mare (ajungând la peste 21% în ianuarie 2021).

Tabelul 1. Indicatorii tranzacțiilor fără numerar și infrastructura aferentă

	Croația	Lituania	Ungaria	Rep.Cehă	Polonia	Bulgaria	România	Ucraina	Moldova
Transferuri de credit pe cap de locuitor	68,5	60,3	55,4	54,3	51,4	26,6	10,1	-	4,6
Debituri directe pe cap de locuitor	4,7	4,8	6,7	13,5	0,6	0,8	0,5	-	0,02
Plăți prin card pe cap de locuitor	51,4	58,6	36,4	46,0	48,7	9,0	11,5	19,7	1,8
Retrageri de numerar de la ATM pe cap de locuitor	23,3	22,8	10,8	17,2	19,7	12,6	11,0	15,6	5,6
Terminale ATM pe 1 milion de locuitori	992	438	494	421	533	777	577	744	273
Terminale POS pe 1 milion de locuitori (mii)	23,0	13,4	10,6	9,6	10,4	10,5	6,5	4,6	3,4
Numerar în circulație (procent de la M1)	9,3	11,2	33,0	15,4	21,4	32,7	33,6	65,0	66,0
Numerar în circulație (procent de la PNB)	5,6	3,7	11,0	10,1	7,5	12,2	5,6	17,7	15,6

Sursa: Banca Națională a Moldovei, Banca Centrală Europeană, Banca Națională a Ucrainei

Această tendință este specifică perioadelor de criză și se poate pune pe seama dorinței oamenilor de a-și face rezerve de numerar pentru orice eventualitate și modificării frecvenței cu care agenții economici ajung la sediile agențiilor bancare pentru realizarea de operațiuni de retragere/depunere de numerar.

Conform tabelului de mai sus se poate vedea cum tranzacțiile diferă de la o țară la alta, fiecare țară având infrastructură diferită, dezvoltare diferită și populație diferită din această cauză și numărul tranzacțiilor diferă.

Concluzii

Utilizarea numerarului în locul transferurilor electronice trebuie descurajată având în vedere numeroasele efecte negative pe care le poate avea atât din perspectivă bugetară, cât și din perspectivă sanitară. În cazul României, demersurile legislative în această direcție au început cu peste două decenii în urmă, vizând diverse tipuri de tranzacții și plăți. Acest efort constant și continuu a dat roade, fapt surprins de diverși indicatori din economie.

În paralel, criza provocată de pandemia COVID-19 a adus în prim-plan argumentele de ordin sanitar care vin să întregească arsenalul de argumentații pentru descurajarea utilizării numerarului. Studiarea bilanțelor contabile de la spitalele din linia întâi de luptă cu COVID-19 arată o migrare accelerată în direcția eliminării numerarului.

Paradoxal, răspunsul oamenilor la numeroasele necunoscute aduse de pandemie s-a materializat și prin comportamente care să reflecte un regres: crește numerarul aflat în circulație, cresc anumite plăți în numerar. Analiza mai aprofundată a datelor ne arată că aceste anomalii sunt de scurtă durată și trebuie puse pe seama mișcărilor de acomodare la noile realități.

Din punct de vedere al consumatorilor, vedem un mare potențial pentru utilizarea plăților fără numerar mai extensiv, chiar și în condițiile actuale. Infrastructura necesară este destul de disponibilă pe scară largă, cel puțin în apropierea zonelor urbane (conturi bancare, carduri de plată, internet banking, terminale ATM "plus", terminale POS în mai multe magazine, etc.). În timp ce plățile fără numerar sunt mult mai scumpe decât retragerea de numerar de la bancomat, comoditatea plăților fără numerar ar trebui să compenseze costurile monetare suplimentare pentru mulți. Cu toate acestea, se pare că o schimbare majoră față de plăți fără numerar depinde de abilitatea consumatorilor de a depăși obiceiurile de plăți persistente care nu mai sunt adecvate, având în vedere o disponibilitate tot mai mare a instrumentelor noi de plată.

Din punct de vedere al comercianților, costul de a oferi plăți prin card cu ajutorul terminalelor POS duce la o îngrijorare. Tarifele de servicii comerciale (și comisioanele interbancare pe care le plătesc) sunt ridicate în comparație cu standardele internaționale. De fapt, ele sunt atât de ridicate încât să facă plăți prin card neatractive pentru comercianți în raport cu cele cu numerar numai în baza costului tranzacției – în afara de orice activități neoficiale în care unii comercianți se pot angaja. Ca urmare, se pare ca comercianții spun consumatorilor deseori că "terminalul POS nu funcționează".

Din punct de vedere al băncilor comerciale, afacerea de "achiziționare" – furnizarea și deservirea terminalelor POS de către comercianți – pare să aibă o nevoie de a fi consolidate suplimentar pentru a realiza economiile a producției în masă. Aceasta poate fi util pentru explorarea posibilității înființării a unei companii unice de servicii, deținute de către toate părțile interesate, ceea ce ar oferi terminalele POS comercianților și ar vinde serviciile sale în condițiile transparente pentru toate părțile interesate.

Din punct de vedere al autorităților fiscale, dacă consumatorii au insistat asupra utilizării cardurilor de plată pe scară largă, aceasta ar putea crea presiuni asupra întreprinderilor în vederea reglementării activităților economice informale. Colectarea impozitelor ar putea crește – ceea ce poate justifica stimulente fiscale pentru plățile prin card cum ar fi rambursarea parțială a TVA sau o loterie fiscală în care adeverințele pentru plăți prin card vor participa în mod automat. Cu toate că astfel de

stimulente au fost aplicate în alte câteva țări, noi nu am găsit nici o poveste de succes clar în care colectarea impozitelor a fost consolidată într-un mod durabil.

Datele prezentate au arătat că și măsurile cu conotații financiare pot fi susținute cu argumente din diverse domenii. În mod particular, pandemia poate reprezenta un aliat puternic pentru convingerea cât mai multor persoane să îmbrățișeze plățile electronice în detrimentul numerarului. De asemenea, modalitățile de plată fără numerar prezintă o serie de avantaje comparativ cu utilizarea numerarului, acestea fiind pe larg utilizate în țările dezvoltate. Cel mai frecvent utilizate sunt: cardul de plată, transferul de credit și debitarea directă. În vederea facilitării utilizării transferului de credit și a cardurilor se utilizează serviciile de gestiune a conturilor de plăți de la distanță din gama e-payments (internet-payments, mobile-payments, etc.) pentru efectuarea plăților.

Bibliografie:

1. Bird, Richard, Pierre-Pascal Gendron, *The VAT in Developing and Transitional Countries*. Cambridge University Press, 2007
2. Dunning Thad, Felipe Monestier, Rafael Piñeiro, Fernando Rosenblatt, Guadalupe Tuñón, *Positive vs. Negative Incentives for Compliance: Evaluating a Randomized Tax Holiday in Uruguay*, 2015, SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2650105>
3. Fookon Jonas, Thomas Hemmelgarn, Benedikt Herrmann, *Improving VAR Compliance - Random Awards for Tax Compliance*, *Taxation Papers* 51, 2014
4. György Attila, *Tendențe privind reducerea utilizării plăților în numerar în perioada de pandemie*, *RFPC* nr. 2, 2021, pp. 26-35, <https://mfinante.gov.ro/documents/35673/1669126/Pages+from+rfpc+202102+interior+corectat.pdf>
5. Husain Asim, Jain Rashank, Kumar Satsangi Akshay, *COVID-19 Effect on Consumer Payment Systems: Establishing Cause & Effect Relationship*, *Proceedings of International Conference on the 'New normal' in Management, Social Sciences & Economic Development*, Amity University, India, 5-6 November 2020, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3738932
6. Lin Jun, Jiang Wenqian, Shi Yang, Cai Weiwen, *Metagenomic Sequencing Revealed the Potential Pathogenic Threats of Banknotes*, *ACS Omega*, 6(5), pp. 3499–3507, January 27, 2021, <https://doi.org/10.1021/acsomega.0c04546>
7. Marzoli Filippo et al., *A systematic review of human coronaviruses survival on environmental surfaces*, *Science of the Total Environment*, vol. 778, 2021
8. European Union DG Competition, *Survey on Merchants' Costs of Processing Cash and Card Payments*, Luxembourg, 2015
9. European Commission DG Competition, *Competition enforcement in the payment card market*, 2016, http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/enforcement_en.html
10. Banca Națională a Moldovei
11. Banca Centrală Europeană
12. Banca Națională a Ucrainei
13. Banca Națională a României
14. <https://mfinante.gov.ro/>
15. <https://www.euro-area-statistics.org>

Ajutorul de stat

Autor: Donisă Andreea Claudia
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** The COVID-19 epidemic carries the risk of a severe recession affecting the entire EU economy, with consequences for businesses, jobs and households. The authorities aid granted to S.M.E.s against the background of the COVID-19 pandemic has the role of supporting them in the effort to overcome the current situation.*

1. Definirea conceptului de ajutor de stat

Apariția reglementărilor în domeniul ajutorului de stat, acum mai mult de 50 de ani, se datorează subvenționării excesive acordate sectoarelor cărbunelui și oțelului în perioada celui de-al doilea război mondial. Astfel, o dată cu înființarea Comunității Europene a Cărbunelui și Oțelului, prin Tratatul de la Paris din 1951, a fost inserată o prevedere prin care se stipula că este interzisă acordarea de ajutoare de stat.

Existența unui mediu concurențial în care intervențiile Statelor Membre să poată fi realizate fără respectarea unor reguli comune, va determina apariția unei piețe fragmentate, va stopa creșterea și dezvoltarea economică a întregii Piețe Unice și, nu în ultimul rând, va determina o concurență acerbă între Statele Membre în acordarea de subvenții. Existența legislației în domeniul ajutorului de stat este esențială pentru funcționarea și protecția Pieței Unice, mai ales în condițiile în care pe această piață funcționează foarte multe companii care furnizează bunuri și servicii pentru peste 500 milioane de consumatori.

Conform articolului 107 al Tratatului de funcționare al Uniunii Europene (TFUE), în categoria ajutorul de stat intră ajutoarele considerate compatibile cu piața internă, respectiv:

- ajutoarele cu caracter social acordate consumatorilor individuali, cu condiția ca acestea să fie acordate fără discriminare în funcție de originea produselor;
- ajutoarele destinate reparării pagubelor provocate de calamități naturale sau de alte evenimente extraordinare;
- ajutoarele destinate să favorizeze dezvoltarea economică a regiunilor în care nivelul de trai este anormal de scăzut sau în care există un grad de ocupare a forței de muncă extrem de scăzut, precum și a regiunilor prevăzute la articolul 349, avându-se în vedere situația lor structurală, economică și socială;
- ajutoarele destinate să promoveze realizarea unui proiect important de interes european comun sau să remedieze perturbări grave ale economiei unui stat membru;
- ajutoarele destinate să faciliteze dezvoltarea anumitor activități sau a anumitor regiuni economice, în cazul în care acestea nu modifică în mod nefavorabil condițiile schimburilor comerciale într-o măsură care contravine interesului comun;
- ajutoarele destinate să promoveze cultura și conservarea patrimoniului, în cazul în care acestea nu modifică în mod nefavorabil condițiile schimburilor comerciale și de concurență în Uniune într-o măsură care contravine interesului comun;

- alte categorii de ajutoare stabilite prin decizie a Consiliului, care hotărăște la propunerea Comisiei.

Transferul resurselor de stat poate lua multe forme, cum ar fi subvențiile directe, împrumuturile, garanțiile, investițiile directe în capitalul întreprinderilor și prestațiile în natură. Un angajament ferm și concret de a asigura disponibilitatea ulterioară a resurselor de stat este, de asemenea, considerat un transfer de resurse de stat. Nu trebuie să aibă loc un transfer pozitiv de fonduri; este suficientă renunțarea la veniturile de stat.

În cazul în care autoritățile publice sau întreprinderile publice furnizează bunuri sau servicii la un preț sub prețul pieței sau investesc într-o întreprindere în vreun mod care nu respectă testul operatorului în economia de piață, aceasta implică o renunțare la resurse de stat (precum și acordarea unui avantaj).

În orice caz, un transfer de resurse de stat are loc atunci când, într-un anumit caz, autoritățile publice nu percep valoarea normală în cadrul sistemului lor general pentru permiterea accesului la domeniul public sau la resursele naturale ori pentru acordarea anumitor drepturi speciale sau exclusive.

2. Cadrul temporar pentru măsuri de ajutor de stat de sprijinire a economiei în actualul context al pandemiei de COVID-19

Pandemia de COVID-19 are un impact major asupra economiilor, atât la nivel mondial, cât și al statelor membre ale Uniunii Europene, "iar un răspuns economic coordonat al statelor membre și al instituțiilor UE este esențial pentru a atenua repercusiunile negative asupra economiei UE". Atât oferta a cunoscut un șoc prin perturbarea lanțurilor de aprovizionare, cât și cererea ca urmare a scăderii cererii consumatorilor, afectând deopotrivă angajatorii și angajații; acestora li se adaugă un efect negativ creat de incertitudinea privind planurile de investiții și impactul constrângerilor de lichiditate asupra întreprinderilor. Impactul negativ asupra sectoarelor economiei a fost variat, cele mai afectate fiind sectoarele sănătății, al turismului, al culturii, al comerțului cu amănuntul și al transporturilor.

Pe lângă efectele imediate asupra mobilității și schimburilor comerciale, epidemia de COVID-19 afectează, de asemenea, tot mai mult întreprinderile din toate sectoarele și întreprinderile de toate tipurile, și anume atât întreprinderile mici și mijlocii („IMM-urile”), cât și întreprinderile mari. Impactul se resimte, de asemenea, pe piețele financiare mondiale, existând preocupări legate mai ales de lichidități.

Lichiditățile insuficiente nu sunt singura problemă pe care o pot întâmpina întreprinderile, acestea putând suferi pagube importante ca urmare a epidemiei de COVID-19. Caracterul excepțional al epidemiei de COVID-19 înseamnă că aceste pagube nu ar fi putut fi prevăzute, sunt de o amploare semnificativă și, prin urmare, întreprinderile trebuie să facă față unor condiții extrem de diferite de condițiile de piață în care funcționează în mod normal. În aceste circumstanțe excepționale, chiar și întreprinderile sănătoase, care sunt bine pregătite pentru a face față riscurilor inerente desfășurării normale a activității, se pot confrunța cu dificultăți de așa amploare încât viabilitatea lor ar putea fi subminată.

Pentru a putea beneficia de ajutoare pentru a-și susține I.M.M.-urile, statele membre trebuie să notifice Comisia Europeană demonstrând că măsurile de ajutor de stat sunt necesare, adecvate și proporționale pentru remedierea unei perturbări grave a economiei statului membru în cauză.

Măsurile temporare de ajutor de stat includ:

- A. Ajutoare sub formă de granturi directe, avansuri rambursabile sau avantaje fiscale

- B. Ajutoare sub formă de garanții pentru împrumuturi
- C. Ajutoare sub formă de subvenționare a ratelor dobânzii pentru împrumuturi
- D. Ajutoare sub formă de garanții și împrumuturi care sunt canalizate prin intermediul instituțiilor de credit sau al altor instituții financiare
- E. Asigurarea creditelor la export pe termen scurt
- F. Sprijin pentru activitățile de cercetare și dezvoltare privind coronavirusul (pentru a depăși criza sanitară actuală, sub formă de granturi directe, avansuri rambursabile sau avantaje fiscale)
- G. Sprijin pentru construirea de instalații de testare și modernizarea acestora (proiectarea și testarea produselor utile pentru combaterea pandemiei de COVID-19, până la prima utilizare industrială)
- H. Sprijin pentru fabricarea de produse relevante pentru combaterea pandemiei de COVID-19 (sub formă de granturi directe, avantaje fiscale, avansuri rambursabile și garanții de acoperire a pierderilor)
- I. Sprijin clar direcționat, acordat sub formă de amânare la plata impozitelor și/sau de suspendare a contribuțiilor de asigurări sociale (pentru sectoarele, regiunile sau tipurile de întreprinderi care sunt afectate cel mai grav de pandemie)
- J. Sprijin clar direcționat, acordat sub formă de subvenții salariale pentru salariați

Statele membre trebuie să se angajeze să evite cumularea nejustificată de măsuri de sprijin pentru aceleași întreprinderi, în vederea limitării sprijinului la ceea ce este necesar pentru a răspunde nevoilor reale ale acestora. În plus, cadrul temporar vine în completarea altor numeroase posibilități aflate deja la dispoziția statelor membre pentru a atenua impactul socioeconomic al pandemiei de COVID-19, în conformitate cu normele UE privind ajutoarele de stat.

3. Coordonate ale schemei de ajutor de stat acordat României

Comisia Europeană a aprobat o schemă de ajutoare a României în valoare de 16 miliarde RON (aproximativ 3,3 miliarde EUR) ce vizează susținerea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) în contextul pandemiei de COVID-19. Schema a fost aprobată în temeiul cadrului temporar adoptat de Comisie la 19 martie 2020, astfel cum a fost modificat la 3 aprilie 2020.

În cadrul acestei scheme, se acordă sprijin sub formă de:

- Granturi directe
- Garanții de stat ce vizează creditele de investiții și finanțarea capitalului de lucru

Sprijinul acordat în temeiul acestei scheme este accesibil IMM-urilor care se confruntă cu dificultăți ca urmare a impactului economic al pandemiei de COVID-19.

Comisia a constatat că măsurile notificate de România respectă condițiile prevăzute în cadrul temporar. În special:

- în ceea ce privește granturile directe, sprijinul per întreprindere nu va depăși 800 000 EUR, astfel cum se prevede în cadrul temporar;
- în ceea ce privește garanțiile de stat:
 - valoarea împrumuturilor subiacente per întreprindere acoperită de o garanție este limitată astfel cum se prevede în cadrul temporar,
 - garanțiile sunt limitate la maximum șase ani și
 - primele pentru comisioanele de garantare nu depășesc nivelurile prevăzute de cadrul temporar.

Comisia a concluzionat că măsurile notificate de România sunt necesare, adecvate și proporționale pentru a remedia o perturbare gravă a economiei unui stat membru și cu condițiile

prevăzute în cadrul temporar. Pe acest temei, Comisia a aprobat măsurile în temeiul normelor UE privind ajutoarele de stat.

Furnizorul de ajutor de stat este Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene (MIPE) prin Autoritatea de management a Programului operațional Competitivitate (AM POC). Ajutorul se acordă în cadrul Programului operațional Competitivitate (POC) 2014-2020 și din alte fonduri externe nerambursabile și buget de stat.

Ajutorul de stat se acordă după cum urmează:

- a) microgranturi în suma fixă pentru capital de lucru
- b) granturi pentru capital de lucru

Bugetul total alocat este echivalentul în lei a sumei de 1.007.031.250 euro, din care 850.000.000 euro FEDR și 157.031.250 euro fonduri de la bugetul de stat împărțit între cele 2 măsuri după cum urmează:

- 1. Măsura 1- Microgrant în sumă fixă**, sub formă de cost unitar: echivalentul în lei al sumei de 100.000.000 euro, din care 85.000.000 euro fonduri europene nerambursabile, 15.000.000 euro fonduri de la bugetul de stat. Valoarea maximă a ajutorului este echivalentul în lei al sumei de 2.000 euro/beneficiar de ajutor de stat, acordabil o singură dată, într-o singură tranșă, sub formă de cost unitar.

Beneficiarii de ajutor de stat ai măsurii 1 sunt:

- a) IMM-uri care fac dovada prin situațiile financiare depuse că nu dețin salariați cu contract individual de muncă la data de 31.12.2019;
- b) PFA/Întreprinderi individuale/Întreprinderi familiale, alți profesioniști, care desfășoară profesii liberale reglementate prin acte cu putere de lege și ONG-uri cu activitate economică în unul din domeniile de activitate prevăzute;
- c) persoanele fizice autorizate/cabinete medicale individuale din domeniul sănătății, dacă au fost implicate în transportul, echiparea, evaluarea, diagnosticarea și tratamentul pacienților diagnosticați cu COVID-19, care nu au beneficiat de stimulentele medicale acordate în baza Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 43/2020 pentru aprobarea unor măsuri de sprijin decontate din fonduri europene, ca urmare a răspândirii coronavirusului COVID-19, pe perioada stării de urgență.

Beneficiarii ajutorului de stat îndeplinesc criteriile generale de eligibilitate enumerate anterior și următoarele criterii de eligibilitate specifice:

- a) au desfășurat activitate curentă/operațională pe perioada cel puțin a unui an calendaristic înainte de data depunerii cererii de finanțare, cu excepția PFA/cabinete medicale individuale pentru care începerea activității poate să aibă loc până la data de 1.02.2020;
- b) au obținut o cifră de afaceri în exercițiul financiar anterior depunerii cererii de finanțare de cel puțin echivalentul în lei a 5.000 euro la data depunerii cererii de finanțare, care au fost înființați în anul 2019, cu o cifră de afaceri mai mică de 5.000 euro, pentru care plafonul minim al cifrei de afaceri se calculează prin înmulțirea numărului de luni întregi de activitate din anul 2019 cu suma de 415 euro;
- c) au obținut o cifră de afaceri în exercițiul financiar anterior depunerii cererii de finanțare de cel puțin echivalentul în lei a 5.000 euro la data depunerii cererii de finanțare;
- d) își mențin activitatea pe o perioadă de cel puțin 6 luni de la acordarea formei de sprijin sub formă de microgrant.

Beneficiarii măsurii 1 pot utiliza alocările pentru susținerea unor cheltuieli de tipul:

- a) cheltuieli privind stocurile de materii prime, materiale, mărfuri, precum și alte categorii de stocuri necesare activității curente/operaționale desfășurate de beneficiari;

- b) datorii curente și restante față de furnizorii curenți, inclusiv față de furnizorii de utilități potrivit contractelor încheiate;
- c) cheltuieli privind chiria pe bază de contract legal încheiat;
- d) cheltuieli privind achiziția de servicii și reparații necesare activității curente de bază, cu excepția serviciilor de consultanță, studiilor și altor categorii de servicii indirecte cu activitatea curentă;
- e) cheltuieli privind echipamentele de protecție medicală, inclusiv materiale de dezinfecție pentru protecția împotriva răspândirii virusului SARS-CoV-2;
- f) cheltuieli privind achiziția de obiecte de inventar, inclusiv obiecte de inventar de natura mijloacelor fixe necesare pentru reluarea activității curente;
- g) cheltuieli privind achiziția de echipamente, utilaje, instalații, tehnologii, dotări independente necesare pentru reluarea activității curente pentru reluarea activităților economice;
- h) cheltuieli cu plata unor datorii la bugetul de stat.

Numărul estimat de beneficiari ai ajutorului de stat este de maximum 50.000.

- 2. Măsura 2- Grant pentru capital de lucru**, sub formă de cost unitar: echivalentul în lei al sumei de 907.031.250 euro, din care 765.000.000 euro fonduri europene nerambursabile, 142.031.250 euro fonduri de la bugetul de stat.

Valoarea ajutorului se stabilește astfel:

- a) pentru IMM-urile cu domeniile de activitate eligibile/ONG-urile care desfășoară activități în domeniul educației cu cifra de afaceri aferentă anului 2019 cuprinsă între 5.000 și 13.500 euro, valoarea grantului este de 2.000 euro;
- b) pentru IMM-urile cu domeniile de activitate eligibile din anexa nr. 2/ONG-urile care desfășoară activități în domeniul educației cu cifra de afaceri aferentă anului 2019 cuprinsă între 13.501 și 1.000.000 euro, valoarea grantului se stabilește în procent de 15% din cifra de afaceri și nu poate depăși suma de 150.000 euro;
- c) pentru IMM-urile cu domeniile de activitate eligibile din anexa nr. 2/ONG-urile care desfășoară activități în domeniul educației cu cifra de afaceri cu echivalentul în euro de peste 1 milion euro, valoarea maximă a ajutorului este de 150.000 euro.

Beneficiarii pot utiliza măsura 2 pentru susținerea unor cheltuieli de tipul:

- a) cheltuieli privind stocurile de materii prime, materiale, mărfuri, precum și alte categorii de stocuri necesare activității curente/operationale desfășurate de beneficiarii prevăzuți de prezenta schemă de ajutor de stat;
- b) datorii curente și restante față de furnizorii curenți, inclusiv față de furnizorii de utilități, potrivit contractelor încheiate;
- c) cheltuieli privind chiria pe bază de contract legal încheiat;
- d) cheltuieli privind achiziția de servicii necesare activității curente, cu excepția serviciilor de consultanță, studii și alte categorii de servicii indirecte;
- e) cheltuieli privind echipamentele de protecție medicală, inclusiv materiale de dezinfecție pentru protecția împotriva răspândirii virusului SARS-CoV-2;
- f) cheltuieli privind achiziția de obiecte de inventar, obiecte de inventar de natura mijloacelor fixe necesare reluării activității curente;
- g) cheltuieli privind achiziția de echipamente, utilaje, instalații, tehnologii, dotări independente necesare activității curente în mod direct în vederea reluării activității curente a beneficiarului finanțării;
- h) cheltuieli cu plata unor datorii la bugetul de stat.

Numărul estimat de beneficiari este de maximum 100.500.

Criteriile de eligibilitate generale pentru beneficiarii care solicită finanțare în cadrul măsurilor prezentei scheme de ajutor de stat sunt următoarele:

- a) nu se află în dificultate la data de 31 decembrie 2019, în sensul prevederilor art. 2 pct. 18 din Regulamentul (UE) nr. 651/2014 al Comisiei din 17 iunie 2014 de declarare a anumitor categorii de ajutoare compatibile cu piața internă în aplicarea art. 107 și 108 din tratat, modificat și completat prin Regulamentul (UE) nr. 1.084/2017, ale Regulamentului de exceptare în bloc în sectorul agricultură (ABER) și Regulamentului de exceptare în bloc în sectorul pescuitului și acvaculturii (FIBER), cu excepția PFA și CMI;
- b) nu există împotriva lor decizii de recuperare a unui ajutor de stat ce nu au fost executate și recuperate integral, conform prevederilor legale în vigoare;
- c) nu sunt supuși concordatului preventiv, procedurilor de lichidare, insolvență sau faliment.

În baza acestuia, schema se va aplica de la data publicării în Monitorul Oficial până la 30 iunie 2021.

Pentru a beneficia de ajutor de stat în baza prezentei scheme, solicitantul depune o cerere de finanțare în platforma electronică, însoțită de documentația necesară analizei solicitării, care cuprinde:

- a) documentația juridică a beneficiarului de fonduri nerambursabile (după caz, act constitutiv, certificat de înregistrare la oficiul registrului comerțului, certificat constatator), verificată automat de sistemul informatic;
- b) documentația financiară (situația financiară aferentă anului 2019 depusă la administrația financiară, ultima bilanță de verificare încheiată la data depunerii cererii sau declarația unică în cazul PFA), verificată automat de sistemul informatic;
- c) documentația tehnică în cazul investițiilor în activități productive, respectiv plan de afaceri în format simplificat;
- d) declarația pe propria răspundere a beneficiarului privind faptul că nu se află în dificultate la 31.12.2019; că nu a mai beneficiat de ajutor de stat pentru aceleași costuri eligibile menționate la pct. 6.4 și 6.8; că nu există împotriva sa decizii de recuperare a unui ajutor de stat/de minimis ce nu au fost executate sau recuperate; privind încadrarea în categoria de IMM (verificarea se va face ex-post, pe bază de eșantion, de către parteneriat); privind cofinanțarea și/sau menținerea locurilor de muncă, după caz;
- e) declarația pe propria răspundere a beneficiarului privind faptul că:
 - nu este rezident în scopuri fiscale sau este încorporat în temeiul legilor din jurisdicțiile care figurează pe lista UE a jurisdicțiilor necooperante;
 - nu este controlat, direct sau indirect, de către acționarii din jurisdicțiile care aparțin de lista UE a jurisdicțiilor necooperante, în funcție de proprietarul beneficiar, astfel cum este definită în art. 3 pct. 6 din Directiva 2015/849;
 - nu controlează, direct sau indirect, filialele sau unitățile permanente proprii din jurisdicțiile care figurează pe lista UE a jurisdicțiilor necooperante;
 - nu împarte dreptul de proprietate cu întreprinderile din jurisdicțiile care figurează pe lista UE a jurisdicțiilor necooperante.
- f) dovada cofinanțării pentru măsura 2.

Bugetele celor 2 măsuri sunt indicative și pot suferi modificări în funcție de nevoile IMM-urilor.

3. Măsura 3 - Grant pentru investiții în activități productive: echivalentul în lei al sumei de 478.250.500 euro din care 415.870.000 euro fonduri europene, 62.380.500 euro cofinanțare de la bugetul de stat.

Bugetul fără componenta de contribuție proprie alocat pe cele opt Regiuni de dezvoltare este:

- (a) Regiunea București – Ilfov este în valoare totală de 347.173.994 lei;
- (b) Regiunea Centru este în valoare totală de 271.883.528 lei;
- (c) Regiunea Nord-Vest este în valoare totală de 281.916.856 lei;
- (d) Regiunea Sud-Est este în valoare totală de 292.343.648 lei;
- (e) Regiunea Sud-Vest este în valoare totală de 235.488.120 lei;
- (f) Regiunea Nord-Est este în valoare totală de 344.477.610 lei;
- (g) Regiunea Sud-Muntenia este în valoare totală de 309.656.058 lei;
- (h) Regiunea Vest este în valoare totală de 231.553.481 lei;

Granturile pentru investiții se acordă pe proiect și beneficiar și au o valoare cuprinsă între 50.000 euro și 200.000 euro, în funcție de nevoile de finanțare ale proiectelor de investiții depuse.

Beneficiarii de granturi pentru investiții pot utiliza granturile pentru investiții alocate din fonduri externe nerambursabile, pe bază de contract de acordare a ajutorului de stat, pentru finanțarea următoarelor categorii de cheltuieli:

- cheltuieli cu realizarea/achiziția construcțiilor, achiziția de echipamente, inclusiv IT&C, tehnologii software, utilaje, instalații, tehnologii, dotări independente, mobilier de birou și mobilier specific, achiziția de terenuri în limita a 10% din valoarea eligibilă a proiectului, cheltuieli cu consultanța și proiectarea, etc;
- cheltuieli pentru realizarea de depozite de echipamente medicale, medicamente, materiale sanitare destinate intervenției pentru situații de urgență;
- cheltuieli cu achiziția de echipamente, inclusiv echipamente IT&C, tehnologii software, tehnologii, utilaje, instalații, dotări independente, mobilier de birou și mobilier specific, obiecte de inventar de natura mijloacelor fixe pentru unitățile de producție/prestări servicii existente, precum și active necorporale referitoare la brevete de invenție, mărci de produse, software necesar desfășurării activității.

Prin implementarea măsurii se estimează acordarea de ajutor de stat unui număr de 3.000 de beneficiari.

Calendarul liniei de finanțare:



Sursa: https://masura3.ro/?gclid=CjwKCAjwzt6LBhBeEiwAbPGOGsbGakZNVz4vXqpwAr5hGEDhVudpL-inMyGuw8rLUhjDuL2k5Z80QhoCqo0QAvD_BwE

Situația privind înscrierile și plățile pentru Măsura 1, Măsura 2 și Măsura 3 la data de 19 martie 2021

	număr	suma totală
Solicitări transmise	29.250	283.110.750 lei
Solicitări neprocesate	-	-
Solicitări procesate	29.250	283.110.750 lei
In curs de calificare	15	145.185 lei
Respins	9.648	93.382.992 lei
Admise	19.587	189.582.573 lei
Contracte semnate	17.317	167.611.243 lei
Solicitări plătite	17.208	166.556.232 lei

	număr	suma totală
Solicitări transmise	22.226	5.246.397.727 lei
Solicitări neprocesate	2.711	406.582.027 lei
Solicitări procesate	19.515	4.839.815.700 lei
In curs de calificare	56	44.033.695 lei
Respins	2.733	493.078.805 lei
Admise	16.726	4.302.703.200 lei
Contracte semnate	3.195	1.116.337.987 lei
Solicitări plătite	3.087	1.086.134.524 lei

	număr	suma totală
Solicitări transmise	27.736	15.889.215.181 lei

Sursa: Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, Situația privind înscrierile și plățile pentru Măsura 1, Măsura 2 și Măsura 3 la data de 19 martie 2021, <http://www.imm.gov.ro/ro/2020/12/31/modificari-la-schema-de-ajutor-de-stat-sprrijin-pentru-imm-uri-in-vederea-depasirii-crizei-economice-generate-de-pandemia-covid-19/>

Concluzii

Pentru a garanta disponibilitatea în continuare de lichidități suficiente pe piață, pentru a contracara pagubele provocate întreprinderilor sănătoase și pentru a păstra continuitatea activității economice în timpul epidemiei și după încheierea epidemiei de COVID-19, este necesar să se acorde sprijin public bine definit.

Ajutoarele de stat pot juca un rol hotărâtor în procesul de redresare economică și, ulterior, în cel de relansare, furnizând necesarul de lichidități pentru dezvoltarea și extinderea companiilor, pentru plata datoriilor curente, constituirea stocurilor de materie primă, mărfuri, materiale consumabile, dar și pentru achiziționarea echipamentelor de protecție medicală necesare propriilor salariați.

Bibliografie:

1. Ciochină Iuliana, Voiculeț, Alina, *Competitivitatea firmei într-o perspectivă europeană*, <http://anale.steconomieuradea.ro>
2. Cișmaș Laura, Stan Laura-Melinda, *Avantaj competitiv și performanță în contextul responsabilizării sociale a companiilor*, <http://rejournal.eu/Portals/0/Arhiva/JE%2035/JE%2035%20-%20Cismas%20Stan.pdf>
3. Marinescu Mihaela, Stroe Lucian, *Ghid privind ajutorul de stat. Manual de curs*
4. Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, *Situația privind înscrierile și plățile pentru Măsura 1, Măsura 2 și Măsura 3 la data de 19 martie 2021*, <http://www.imm.gov.ro/ro/2020/12/31/modificari-la-schema-de-ajutor-de-stat-sprrijin-pentru-imm-uri-in-vederea-depasirii-crizei-economice-generate-de-pandemia-covid-19/>
5. <http://www.renascu.eu/despre-noi/ajutorul-de-stat/definire-ajutor-de-stat/>
6. www.aici.gov.ro

Analiza echilibrului financiar

Autor: Foszto (Drăgoi) Irina
Coordonator: Conf. univ. dr. Rascolean Ilie
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** The business activity allows identifying two categories of flows: flows of results and cash flows. Flows affect the income and expenses, participating in training result, the company's profitability. Financial flows involved in their formation both monetary items (which drive the monetary input or output and thus implies a cash flow), and non-cash items (affecting the result, without leading to a cash flow). Are equally identifiable cash flows that do not involve an immediate effect on the outcome or effect on the result equivalent to that spread on the treasury. Financial equilibrium in a general manner evokes the idea of harmony between different elements of a system, which in finance is harmonization of resources with the needs. Financial equilibrium can be defined by the company's ability to secure payment of its proceeds without interruption to current liabilities incurred in implementing its object of activity or tax laws, so it can avoid the risk of bankruptcy. Maintaining financial stability is the essential condition of survival of the enterprise, financial and balanced assessment must take into account the concrete conditions of the occurrence of default.*

Introducere

Echilibrul financiar este o forma de manifestare a echilibrului economic și reflectă asigurarea resurselor pe de o parte și respectarea obligațiilor de plată ale întreprinderii către terți pe de alta parte. Analiza diagnostică a echilibrului financiar este concepută ca o etapă de restructurare a întreprinderii în vederea îmbunătățirii, consolidării sau salvării situației financiare. Asigurarea echilibrului financiar necesită o sincronizare între ritmul cheltuielilor de aprovizionare și producție pe de o parte și cel al încasării și vânzării producției pe de alta parte. Nerespectarea acestei cerințe se reflectă în lipsa capacității de plată a întreprinderii, respectiv apariția creditelor nerambursate la scadență și a datoriilor neachitate la termen față de furnizori, față de stat. Pentru analiza echilibrului financiar se utilizează o serie de instrumente precum: bugetul de venituri și cheltuieli, bilanțul contabil, balanța de verificare pentru fundamentarea deciziilor în vederea îmbunătățirii situației financiare a întreprinderii. În situația în care încasarile prevăzute nu asigură plata obligațiilor curente se contractează împrumuturi, se reduce volumul aprovizionărilor, se decalează termenele, se renunță la unele materiale aflate în stoc peste necesar, se impulsionează desfacerea, se accelerează lichiditatea unor imobilizări.

Analiza echilibrului financiar se poate realiza pe baza bilanțului contabil fundamentat pe cele două concepții de elaborare ale acestuia: patrimonială și financiară. Dacă bilanțul contabil reflectă starea patrimonială a întreprinderii la un moment dat (inceputul și sfârșitul exercitiului financiar), contul de profit și pierdere sintetizează rezultatul fluxurilor economice și financiare de intrare, prelucrare și ieșire aferente perioadei analizate. Rentabilitatea întreprinderii și noua ei stare patrimonială se vor reflecta în rezultatul net al exercitiului sub forma de profit sau pierdere, informație comună a bilanțului și a contului de profit și pierdere.

1. Situația financiară pe baza bilanțului contabil

Analiza financiară reprezintă activitatea de diagnosticare a Stării de performanță Financiară a firmei la încheierea exercitiului și are ca scop principal evidențierea modalităților de realizare a

echilibrului financiar pe termen lung și scurt și treptele de acumulare bănească de rentabilizare a întreprinderii.

Pentru analiza financiară sursele principale sunt documentele contabile de sinteză respectiv bilanțul, contul de rezultate și anexe de bilanț. Comun, ca informație între aceste două documente de sinteză este rezultatul net adică profitul sau pierdere și este ca o reflectare a rentabilității întreprinderii și a noii stări patrimoniale.

1.1. Semnificația financiară a bilanțului contabil

Bilanțul contabil este documentul contabil de sinteză care prezintă elementele de activ și de pasiv al firmei la încheierea exercițiului financiar cu ajutorul căruia se realizează dubla reprezentare a patrimoniului asigurând firmei descrierea separată a elementelor de activ și a celor de pasiv.

ACTIV	PASIV
Bunuri reale	Capitalurilor proprii
Creanțe	Datorii

1.2. Prezentarea bilanțului

Formatul bilanțului prevăzut în Ordinul Ministerului finanțelor publice nr.1802 din 29 decembrie 2014 pentru aprobarea reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate, publicat în Monitorul Oficial nr.963 din 30 decembrie 2014 are următoarea structură:

- A. Active imobilizate
- B. Active circulante
- C. Cheltuieli în avans
- D. Datorii :-sumele care trebuie plătite într-o perioadă de până la un an
- E. Active circulante nete / datorii curente nete
- F. Total active minus datorii curente
- G. Datorii:- sumele care trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an
- H. Provizioane
- I. Venituri în avans
- J. Capitaluri proprii

1.3. Structurarea elementelor de activ și pasiv în funcție de criteriile financiar

Elementele bilanțiere sunt structurate după durata activelor și pasivelor. Elementele de activ sunt structurate în funcție de gradul de lichiditate iar cele de pasiv după gradul de exigibilitate. Funcție de aceste criterii financiare elementele de activ sunt grupate în două categorii alocări permanente și alocări temporale sau ciclice. Iar elementele de pasiv sunt grupate în surse permanente și surse temporale sau ciclice.

1.4. Indicatori ai echilibrului financiar determinați pe baza bilanțului contabil

Structurarea bilanțului contabil în funcție de criteriile financiare permite determinarea unor indicatori ai echilibrului financiar. Acești indicatori sunt:

- fondul de rulment ;
- necesarul fondului de rulment ;

- trezoreria netă.

FONDUL DE RULMENT

Este expresia realizării echilibrului financiar pe termen lung și a contribuției acestuia la realizarea echilibrului pe termen scurt .

Fondul de rulment FR se determină ca diferență între sursele permanente și alocările permanente .

$Fr = (\text{capitalul proprii} + \text{datorii pe termen mediu si lung}) - \text{active immobilizate}$

Semnificațiile FR în funcție de valorile înregistrate

$FR > 0$ - stare de echilibru financiar cu un rezultat de excedent ce poate fi utilizat pentru Finanțarea unor necesități ale ciclului de exploatare.

$FR \div 0$ – situație pur teoretică în care alocările permanente în active immobilizate sunt acoperite în totalitate din surse permanente dar nu degajă un surplus pentru finanțare a activelor circulante

$FR < 0$ - stare de dezechilibru financiar alocările permanente fiind acoperit parțial din sursele permanente. Necesită apelarea la surse ciclice în detrimentul necesităților de finanțare a ciclului de exploatare. Cauza principală este înregistrarea de pierderi

NECESARUL DE FOND DE RULMENT

Diferența dintre necesitățile de finanțare ale ciclului de exploatare și datoriile de exploatare poartă denumirea de necesar de fond de rulment – NFR , și este un alt indicator importante ale echilibrului financiar.

$NFR = (\text{stocuri} + \text{creanțe}) - \text{datorii}$

Dacă diferența dintre alocările ciclice și sursele ciclice este pozitivă înseamnă un surplus de necesități ale ciclului de exploatare în raport cu sursele de formare ale acestora iar dacă este negativă semnifică un surplus de surse temporare în raport cu nevoile de active circulante.

TREZORERIA NETĂ

Trezoreria netă reprezintă diferența dintre activele și pasivele din trezorerie.

Activele de trezorerie cuprind disponibilitățile Bănești numeral încasările proprii în conturile curente deschise la instituțiile de credit conturi de depozite efecte de Comerț de încasat alte active de trezorerie .

Pasivele de trezorerie sunt formate din credite pe termen scurt cu scadență la un an care au ca destinația finanțare a ciclului de exploatare în principal creditele de trezorerie.

$TN = \text{Active de trezorerie} - \text{Pasive de trezorerie}$

$FR = NFR + TN$ rezultă $TN = FR - NFR$

Trezoreria netă pozitivă reflectă o stare de echilibru financiar Trezoreria netă negativă reflectă un deficit monetar care trebuie acoperit prin credite.

2. Studiu de caz

În următorul tabel sunt prezentate elementele de activ și pasiv grupate în funcție de aceste criterii și identificăm prin calcule indicatorii echilibrului financiar

Tabelul 1

Structura elementelor bilantiere in functie de criteriile financiare

- lei -

Nr. crt	Explicatii	N1	N2
1	Cheltuieli de constituire	32130	32130
2	Avansuri si immobilizari corporale in curs de executie	496566	527314

3	Imobilizari necorporale (1+2)	528696	527314
4	Terenuri si constructii	370132	348819
5	Instalatii tehnice si masini	2435332	2440677
6	Alte instalatii, utilaje,mobilier	108517	102814
7	Imobilizari corporale (4+5+6)	2913981	2892310
8	Imobilizari financiare	348307	353814
9	Active imobilizate(alocari permanente) (3+7+8)	37909884	3805568
10	Materii prime si materiale consumabile	588832	714532
11	Produse in curs de executie	627102	730344
12	Produse finite si marfuri	131202	142641
13	Stocuri (10+11+12)	1347136	1587517
14	Creante comerciale	679447	636553
15	Stocuri si creante (13+14)	2026583	2224370
16	Casa si conturi la banci	20971	43173
17	Active circulante (alocari ciclice) (15+16)	2047554	2167543
18	Capital subscris varsat	2866500	2866500
19	Prime de capital	29815	29815
20	Rezerve	671359	680544
21	Profitul sau pierderea, reportate	-69102	-65011
22	Profitul sau pierderea curenta	3694	149668
23	Capitaluri proprii (18+19+20+21+22)	3502266	36613116
24	Sume datorate institutiilor de credit, cu scadenta mai mare de un an		227250
25	Surse permanente (23+24)	3502266	3888566
26	Datorii de exploatare	2336272	1770545
27	Credite pe termen scurt		414000
28	Surse ciclice	23362722336272	2184545

Rezolvare

Se determină indicatorii echilibrului financiar utilizându-se relațiile menționate mai sus:

$$FR1=3502266 \text{ lei}-3790984 \text{ lei}= - 288718 \text{ lei}$$

$$NFR1=2026583 \text{ lei}-2336272 \text{ lei}= - 309689 \text{ lei}$$

$$TR1=20971 \text{ lei} - 0 \text{ lei} = 20971 \text{ lei}$$

sau

$$TR1 = -288718 \text{ lei}-(-309689 \text{ lei}) = 20971 \text{ lei}$$

$$FR2 =3888566 \text{ lei} -3805568 \text{ lei} =82998 \text{ lei}$$

$$NFR2 = 2224370 \text{ lei} - 1770545 \text{ lei} = 453825 \text{ lei}$$

$$TR2 = 43173 \text{ lei} - 414000 \text{ lei} = - 370827 \text{ lei}$$

sau

$$TR2 = 82998 \text{ lei} - 453825 \text{ lei} = - 370827 \text{ lei}$$

În prima perioadă a exercițiului financiar a fost înregistrat un fond de rulment negativ, prin urmare, avem de a face cu o stare de dezechilibru financiar alocările permanente fiind parțial din surse permanente. Există necesitatea apelării la surse ciclice, principala cauză a acestei situații este înregistrarea unei pierderi în exercițiile financiare precedente, cu efect asupra reducerii capitalurilor proprii.

Necesarul de fond de rulment a înregistrat și el valori negative, alocările ciclice în stocul și creanțe fiind mai mici decât datoriile de exploatare. Situația aceasta este datorită creșterii datoriilor de exploatare dar nu prin creșterea exigibilității acestora, ceea ce ar fi reprezentat un aspect pozitiv, cauza principală fiind înregistrarea unor datorii neachitate la scadență societate comercială înregistrând datorii restante către terți, în principal către furnizori de bunuri și servicii.

Trezoreria netă înregistrează valori pozitive reprezentând disponibilitățile bănești minime existente în conturile curente la instituțiile de credit pentru că nu a putut accesa creditele necesare deoarece nu a avut performanța financiară corespunzătoare.

În al doilea exercițiu financiar găsim o situație îmbunătățită semnificativ.

Fondul de rulment a înregistrat valori pozitive iar echilibrul financiar se restabilează deoarece se înregistrează un grad de rentabilitate sporit datorită creșterii cifrei de afaceri, pragul de rentabilitate fiind depășit.

Capitalurile proprii s-au majorat semnificativ ca urmare a înregistrării unui profit și societatea comercială a contractat un credit pe termen lung cu efecte asupra creșterii surselor permanente.

Necesarul de rulmenți înregistrează valori pozitive și în această perioadă, chiar în creștere în comparație cu perioada anterioară, dar cauzele sunt diferite.

Observăm o creștere a necesităților de finanțare a ciclului de exploatare datorită dezvoltării activității și o scădere accentuată a datoriilor restante.

Trezoreria netă înregistrează valori negative datorită contribuției surselor împrumutate adică creditele pe termen scurt, la finanțarea ciclului de exploatare.

Bibliografie:

1. Răscolean I., Rakoș I., *Gestiunea financiară a firmei - fundamente teoretice și aplicații practice*, Editura Universitas, Petroșani, 2021, colecția Finanțe - Contabilitate
2. Dura C., Isac C., Răscolean I., *Economia și gestiunea întreprinderii*, Editura Sitech, Craiova, 2012
3. <http://finlight.ro/ghidul-financiar-finlight/contul-de-profit-și-pierdere/>
4. <https://contabilul.manager.ro/a/7234/catalog-mijloace-fixe-și-durate-normale-de-utilizare.html>
5. https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2011-03/25_CONSTANTIN_CARUNTU.pdf

Fundamente și provocări ale serviciilor de e-banking

Autor: Lazariuc Beatrice
Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Along with the rise of the knowledge-based economy and society as information and communication technology advanced, banking services have undergone profound changes during the past decades and digital banking have become a reality. Although electronic banking has been around for quite some time, a considerable numbers of banking customers were using online banking service for the first time during the pandemic that led to significant changes in bank strategies when traditional bank branch continued to lose ground to virtual banking.*

1. Introducere

Băncile și sistemul bancar nu sunt decât o ultimă inovație a modernității. Activitatea bancară, instituțiile specializate în creditare și economisire, au același termen de apariție precum însăși economia. Inițial, termenul de „bancă” i-a naștere din limba italiană - banca, cuvânt care derivă din limbile de sorginte germanică, reprezentând termenul de scaun lung, pe care pot sta mai multe persoane. Bancherii italieni din nordul Italiei – Lombardia, efectuau activități distincte în piețe sau în încăperi ample, folosind mese proprii, numite bănci sau trapeze, stabilimentul activității lor. În accepțiune modernă, băncile au apărut și s-au consolidat strâns legat de dezvoltarea producției și a comerțului, respectiv ca urmare a acumularilor de capitaluri bănești. Prin întreaga lor activitate, prin serviciile pe care le prestează, băncile au un rol hotărâtor în viața economică contemporană.

Sectorul bancar are un rol deosebit de important în economia globală. Acesta de-a lungul anilor a fost sub influența a numeroși factori: atât interni cât și externi. În ceea ce privește factorii externi, inovațiile tehnologice au avut un impact major asupra acestui sector. Desigur și modificările pe plan intern au fost determinate de dezvoltările tehnologice. Introducerea noilor tehnologii în sfera bancară au dus la modificări importante în rândul strategiilor de întâmpinare a clienților, sediile băncilor clasice, fiind luate tot mai mult de băncile virtuale prin utilizarea serviciilor bancare la distanță. Serviciile bancare la distanță sunt considerate reprezentative pentru noua economie, deoarece constituie unul dintre produsele tipice ale acesteia. Astăzi, serviciile bancare electronice au ajuns a fi extrem de vitale. Practic majoritatea acestora funcționează inclusiv pe internet. Acest factor, încearcă să ofere rate mai convenabile și marje de profit mai mari. Astfel, odată cu utilizarea masivă a inovațiilor tehnologice, acestea sunt utilizate în gestiunea informației bancare (conturi, operațiuni, clienți etc.), în facilitatea relației bancă-client, în managementul riscului, în derularea operațiunilor bancare (de acordare a creditelor, emisiune de titluri financiare, de plăți bancare, de constituire de depozite etc.). Serviciile de e-banking folosesc computerul și alte tehnologii electronice ca suport pentru a putea efectua plăți și transferuri de documente.

Serviciile de e-banking cuprind un set de servicii ce permit achiziționarea, verificarea web-ului, tranzacții bancare, plata parcărilor etc., către utilizatorii finali. În același timp, și companiile pot utiliza online servicii de vânzare, tranzacții financiare, achiziționare etc. Segmentele de clienți cărora li se poziționează serviciile de Internet banking sunt: clienții corporaționali (piața clienților instituționali) și piața clienților individuali. De aceea, utilizarea Internet-ului pentru efectuarea serviciilor bancare deține avantaje atât pentru clienți cât și pentru bănci. Desigur, serviciile bancare la distanță ușurează modul de viață a fiecărei persoane, însă pe lângă trăsăturile pozitive pe care le dețin, au și careva dezavantaje care tot merită a fi evidențiate în tabelul de mai jos:

Tabelul nr. 1. Avantajele și dezavantajele serviciilor bancare la distanță

Avantaje	Dezavantaje
<input type="checkbox"/> flexibilitate	<input type="radio"/> unele transferuri pot întârzia, deoarece întrebările despre conturi sau plăți nu dispun de răspuns imediat
<input type="checkbox"/> disponibilitate 24/24	<input type="radio"/> unele operațiuni bancare sunt limitate, cum ar fi: apelarea la un credit
<input type="checkbox"/> economie	<input type="radio"/> taxarea transferurilor în conturi în dependență de suma transferată
<input type="checkbox"/> multitudine de operațiuni realizate online	<input type="radio"/> creșterea valorii comisionului
<input type="checkbox"/> economisirea timpului	<input type="radio"/> Perturbații tehnologice

Sursa: <http://www.infoo.ro>

Majoritatea tranzacțiilor sunt efectuate prin internet. Fie că este vorba de verificarea debitelor directe, un transfer sau verificarea conturilor. Serviciile bancare online au ajuns a fi o necesitate. Deci, ar fi normal să ne întrebăm dacă este mai logic și mai puțin costisitor să ne transferăm conturile domiciliat de la o bancă tradițională, către o bancă online. Potrivit Forbes, în urma unui sondaj elaborat în iulie 2020 al utilizatorilor americani de la Cornerstone Advisors, s-a constatat că 14,2 milioane de americani apreciază o bancă digitală ca fiind banca dorită. Băncile tradiționale necesită cheltuieli suplimentare, cum ar fi; clădirile specializate, echipamente de ultimă generație, tehnologie necesară și un personal. Gradul de penetrare al serviciilor bancare electronice în România nu este atât de dezvoltată, în comparație cu alte țări europene, iar digitalizarea joacă un rol cheie în extinderea acestora.

2. Servicii bancare electronice

Electronic banking reflectă, de fapt o „umbrelă” care îmbracă întregul proces prin intermediul căreia un client efectuează tranzacții bancare pe cale electronică, fără să se deplaseze fizic la bancă. Cele mai des serviciile bancare electronice utilizate sunt: computerul personal (PC banking), și Internet-ul.

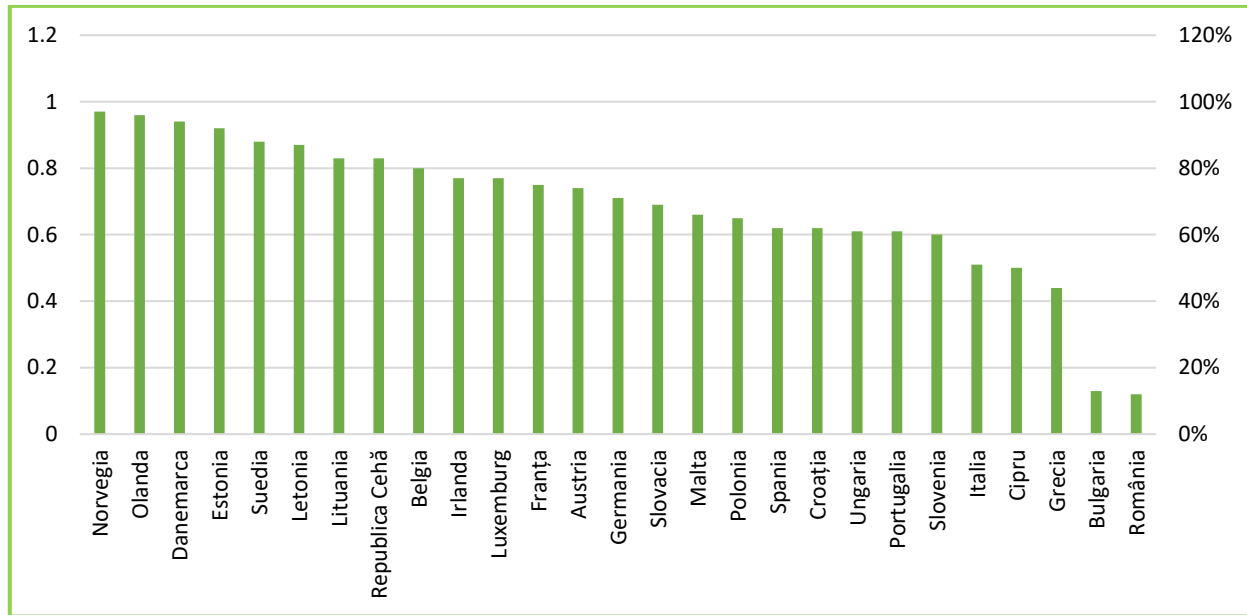
Internet banking oferă o gamă largă de posibilități clienților săi:

- Siguranța și confidențialitatea tranzacțiilor;
- Rapiditate în transferul sumelor;
- Mobilitate, serviciul fiind accesat din țară sau străinătate;
- Flexibilitate, serviciul este accesibil 24 de ore pe zi;

Un alt canal de marketing este telefonul mobil. Indiferent dacă banca oferă un tip nou de economii, un pachet de asigurare sau un cash-back din achiziții online, clienții pot fi informați despre serviciile noi în tabloul de bord personal.

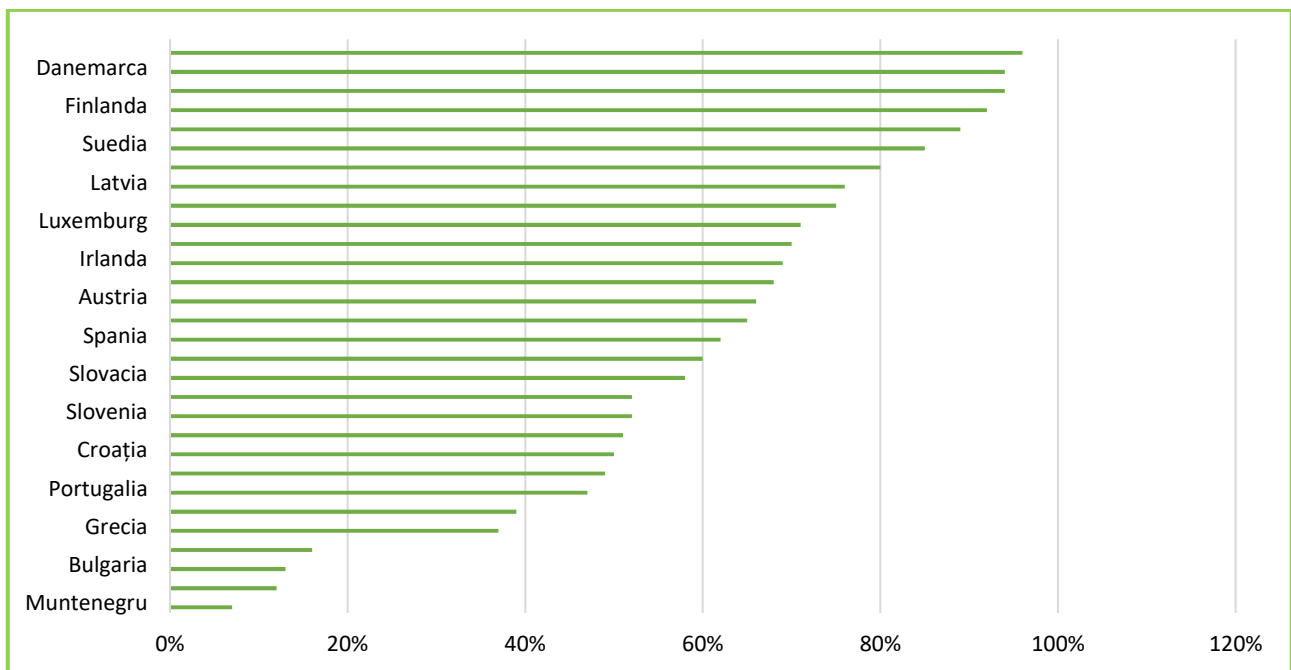
Mobile banking și plățile mobile au evoluat foarte mult în Europa în ultimii ani, nu numai tehnologic, dar și cultural. Ponderea utilizatorilor de internet mobil care utilizau servicii bancare online în anul 2019 era destul de majoră în unele țări din Europa, conform statisticilor de mai jos.

Unul dintre beneficiile frecvent citate ale serviciilor bancare electronice este comoditatea relativă, fiindcă clienții își pot accesa soldurile, pot stabili plăți și efectua transferuri, fără să mai fie nevoiți să meargă la sediul băncii, economisind și banii totodată. În același timp, companiile apelează la accesul productiv și rapid la informațiile bancare pentru verificarea fluxului de numerar, procesarea zilnică a tranzacțiilor financiare și audit. E-banking pune la dispoziția întreprinderilor acces ușor, de la mici companii start-up la entități mai majore.



Sursa: Statista

Figura nr. 1. Ponderea utilizatorilor de internet mobil care folosesc servicii bancare online în anumite țări din Europa în 2019



Sursa: Statista

Figura nr. 2. Pătrunderea serviciilor bancare online pe piețele europene selectate în 2020

Serviciile bancare la distanță devin una dintre cele mai extinse metode de plată din Europa, scordând clienților unei bănci sau alte instituții financiare să extindă o gamă largă de tranzacții financiare prin cadrul site-urilor lor web. Pe parcursul timpului, încrederea europenilor în acest sistem de plată electronică s-a mărit. Însă utilizarea numerarului fizic întâmpină o reducere semnificativă în unele țări, precum Germania sau Austria.

În 2020, s-a constatat că 96% din cadrul populației islandeze accesează site-uri bancare online, ceea ce remarcă din Islanda țara cu cea mai puternică pătrundere a serviciilor bancare prin internet din Europa, urmată de Norvegia (94%) și Danemarca (94%).

Unele metode sunt mai potrivite pentru anumite situații: de exemplu, tragerile de debit ACH sunt cele mai bune pentru debitările recurente, în timp ce cardurile virtuale sunt ideale pentru trimiterea de plăți foarte sigure ale furnizorilor.

Tabelul nr. 2. Avantajele și dezavantajele tipurilor de plată electronică

Tipuri de plată electronică	Avantaje/Dezavantaje
Card virtual	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Au costuri zero pentru plătitor, sunt rapide și foarte sigure datorită unui proces numit <i>tokenizare de plată</i> care asigură că informațiile despre contul bancar al companiei nu pot fi compromise. ◆ În prezent, un procent mai mic de vânzători acceptă carduri virtuale în comparație cu alte metode, deși acest număr este în creștere, deoarece atât companiile, cât și furnizorii înțeleg mai bine beneficiile.
Card comercial	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Sunt ieftine, rapide și destul de sigure. ◆ Sunt adesea dificil de urmărit și reconciliat din perspectiva facturii.
Card de credit	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Acestea sunt tranzacții inițiate de comerciant, plătite din linia de credit a deținătorului cardului, ceea ce le face o metodă de plată rapidă și personală. ◆ Cardurile de credit ar putea să nu fie acceptate de vânzători din cauza taxelor de procesare asociate.
Card de debit	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cu plățile cu cardul de debit, vânzătorului i se oferă siguranța plății, precum și beneficiile timpului și efortului economisiți. ◆ Deși sunt la fel de ieftine și convenabile ca și cardurile de credit, cardurile de debit oferă puțină protecție pentru cumpărători și sunt doar puțin mai puțin costisitoare de acceptat de vânzători.

Sursa: Ramnathan V., *Plăți electronice: ce trebuie să știe afacerea dvs.?*, <https://www.mineraltree.com/>

3. Studiu comparativ între serviciile bancare electronice: România vs Germania

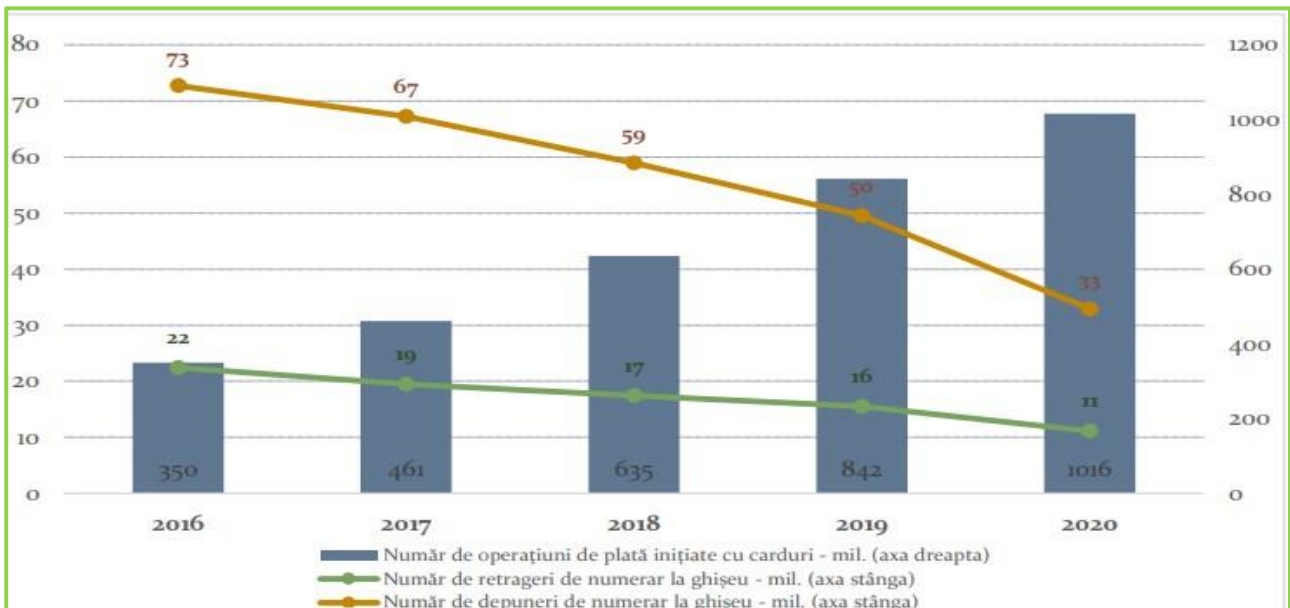
În prezent, doar nouă bănci din cele 34 active pe piață oferă posibilitatea deschiderii unui cont 100% online, inclusiv pentru cei care nu le sunt deja clienți. De la începutul acestui an, trei bănci – ING, CEC și Banca Transilvania au lansat posibilitatea deschiderii online a conturilor.

Printre acestea o prezență nouă: CEC Bank – bancă de stat care a luat-o înaintea Băncii Transilvania la acest capitol. CEC a declarat deschiderea online a conturilor în martie, iar BT în aprilie. CEC oferă prin fluxul online un pachet care include un cont curent, un card de debit și acces la Mobile Banking, cu comision zero dacă ai rulaj de minim 700 de lei.

Prima instituție care a lansat conturile online este Libra Bank, în 2014, care vrea să se poziționeze ca o bancă cu servicii preponderent online. A urmat BCR, care la început, solicita prezentarea într-o unitate pentru ridicarea cardului, fluxul devenind 100% online în 2018, odată cu lansarea George.

Din datele puse la dispoziție de Banca Națională a României, se poate observa digitalizarea sistemului bancar, digitalizarea relației cu clienții, digitalizarea proceselor operaționale 54 faptul că, în perioada 2016-2020, atât retragerile, cât și depunerile de numerar la ghișeele băncilor comerciale

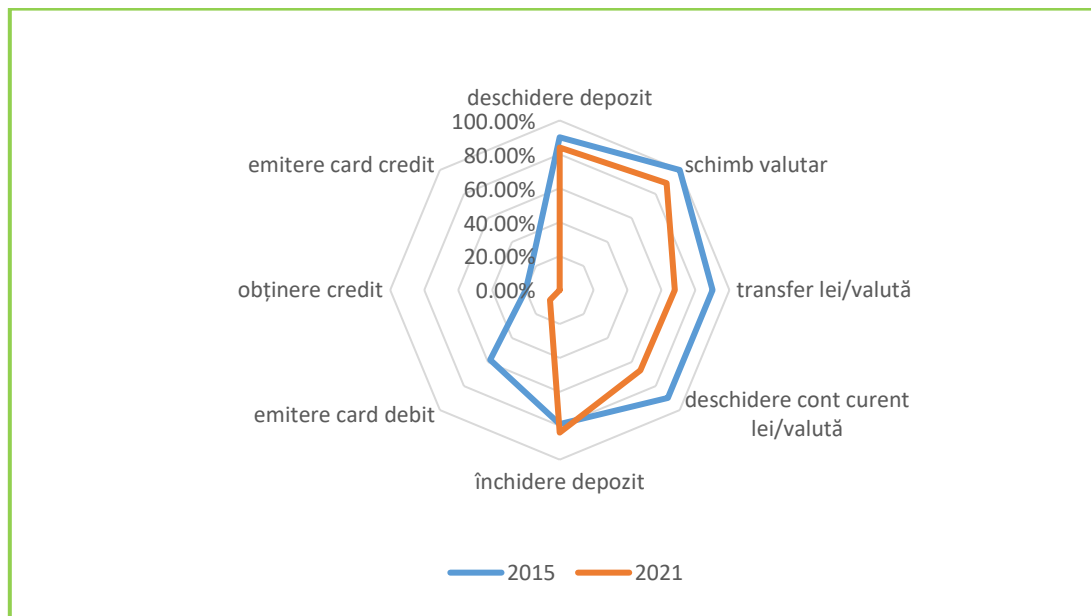
au scăzut la mai puțin de jumătate. Totodată, în aceeași perioadă, se poate observa și o triplare a numărului de plăți cu cardul.



Sursa datelor: Banca Națională a României

Figura nr. 3. Evoluția unor indicatori reprezentativi pentru monitorizarea nivelului de digitalizare a sistemului bancar, în perioada 2016 – 2020

La momentul actual, un număr mare de utilizatori au acces la o serie de operațiuni curente prin cadrul aplicațiilor de e-banking: transferuri, deschiderea/închiderea de conturi curente sau dispozitive, transferuri, schimb valutar.



Sursa: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Figura nr. 4. Operațiuni disponibile prin aplicația de online banking - comparație 2015/2021

În cadrul persoanelor fizice, numărul transferurilor efectuate prin intermediul online a crescut de 5 ori față de cel din 2015. La nivelul persoanelor juridice, aspectul negativ al pandemiei asupra

desfășurării afacerilor a devansat, în perioada de început, tempoul de creștere al indicatorului alimentat de digitalizarea relației cu banca. Influența digitalizării sistemului bancar se proiectează diferit la nivelul populației, în dependență de gradul de flexibilitate a diverselor categorii de consumatori la schimbările ce apar în derularea relațiilor cu instituțiile bancare.

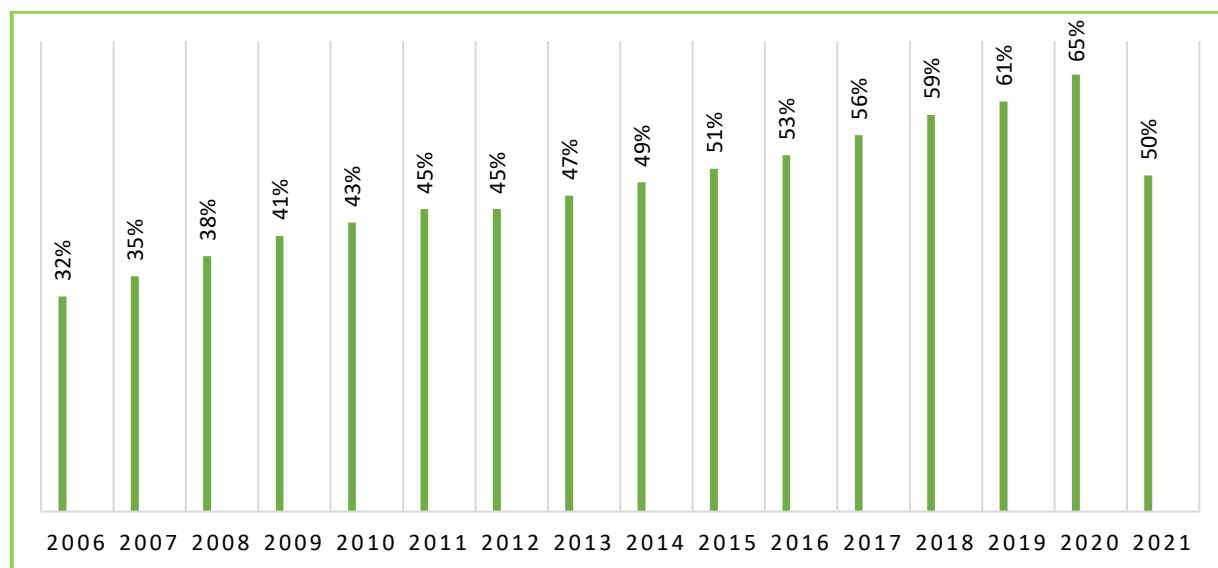
România se află pe locul 26 în clasamentul statelor membre UE în ceea ce privește indicii economiei și al societății digitale, astfel cum decurge din Raportul DESI (*Digital Economy and Society Index*) pentru anul 2020. Cheltuielile cu digitalizarea au cunoscut, la rândul lor, o evoluție semnificativă. În cadrul ultimilor 6 ani, ponderea cheltuielilor cu digitalizarea în totalul cheltuielilor operaționale a crescut de la 1% la 5,5%.

Istoria online banking-ului în Germania începe în urmă cu mai bine de 37 de ani, mai exact pe 12 noiembrie 1980. În această zi, Poșta Federală Germană a lansat un test BTX (screen text) cu cinci computere. Erau companii de comandă prin corespondență, un tour-operator și banca de consumatori de atunci.

Revenind la primele zile ale internetului, băncile sunt printre primii furnizori care sunt disponibili online. Încă de la începutul anilor 1980, persoanele pot încărca extrase de cont sau pot realiza un transfer utilizând text pe ecran (BTX) - în principiu, servicii bancare online așa cum le cunoaștem și astăzi.

Un studiu al ING Bank a constatat că aproape 47 de milioane de germani își desfășoară acum activitățile online. Dar Germania se află încă doar pe locul 15 la nivel internațional.

În 2021, proporția de oameni din Germania care au folosit internetul pentru activități bancare a fost de 50 la sută. În 2006, ponderea utilizatorilor de servicii bancare online era încă de 32 la sută.



Sursa: Statista

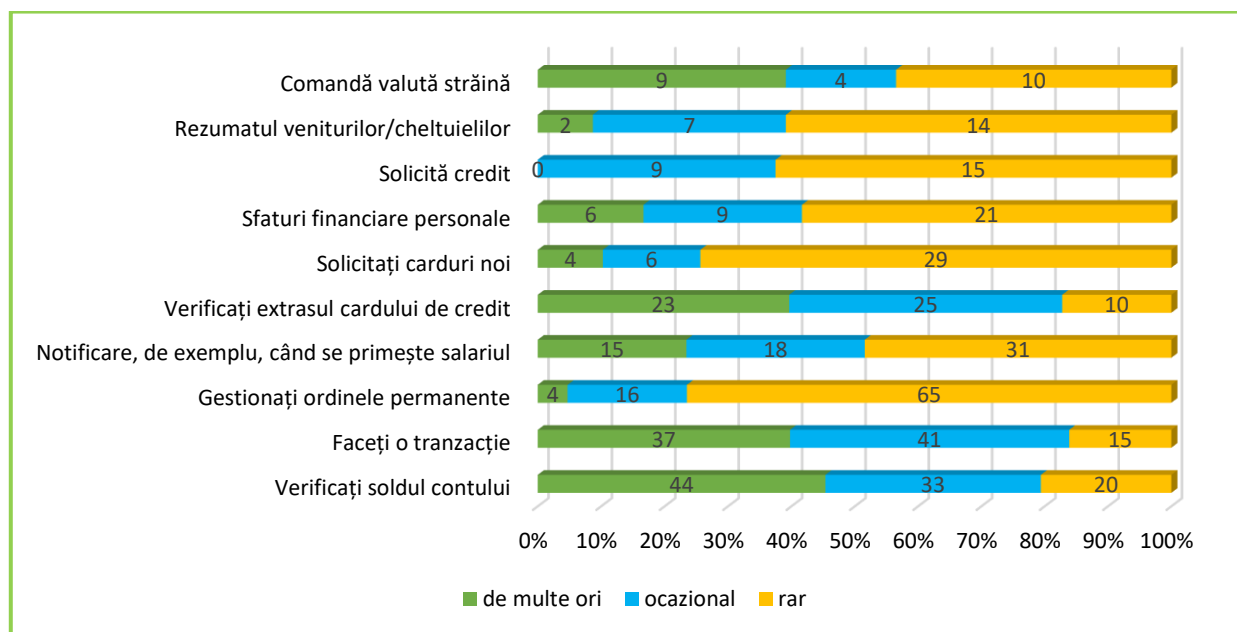
Figura nr. 5. Ponderea populației din Germania care folosește internetul pentru servicii bancare online din 2006 până în 2021

Tot mulți oameni din Germania utilizează serviciile bancare online pentru a-și verifica soldul contului sau pentru a efectua un transfer. După datele determinate de Oficiul Federal de Statistică (Destatis), privind utilizarea tehnologiilor informației și comunicațiilor (TIC) în gospodăriile private, 56% din populație a folosit online banking în scopuri private în primul trimestru al anului 2020. În anul precedent, această proporție era de 53%, iar în 2010 era de 37%.

E-bankingul nu este un produs bancar, ci descrie modul în care sunt procesate afacerile. În practică, băncile sunt acum implicate în comerțul electronic într-o varietate de moduri, de exemplu

prin cooperarea cu furnizorii de servicii de internet (ISP), ca amitenți de monedă electronică sau în procesarea tranzacțiilor de plată.

Sucursala care moare în Germania este probabil să continue în următorii ani. Pentru că din ce în ce mai puțini clienți bănci intră în mod regulat într-o sucursală bancară. „Cei mai mulți oameni își întâlnesc banca mult mai des în lumea digitală decât într-o sucursală a unei bănci sau în persoană”, spune Rohleder.



Sursa: Bitkom

Figura nr. 6. Serviciile standard solicitate prin intermediul e-banking

97% își verifică soldul contului online, 93% fac transferuri și 85% gestionează comenzile permanente prin cadrul platformei digitale. Pe de altă parte, consilierea financiară online (36 la sută) și cererile de împrumut digital (24 la sută) sunt mai puțin frecvente. „Folosirea depinde adesea și de ofertă”, spune șeful Bitkom, Rohleder: Sfaturile financiare personale prin video prin intermediul aplicației de banking online reprezintă și astăzi excepția. Este de remarcat faptul că serviciile bancare online sunt văzute ca fiind din ce în ce mai sigure.

Concluzii

Descoperirea tehnologică și competiția între organizațiile bancare pe piața financiară au contribuit la apariția unei game mari de produse și servicii bancare să fie accesibile și admisibile prin intermediul internetului. Extinderea intensivă a posibilităților acordate de e-banking prezintă nu doar avantaje, dar și riscuri. Cei care activează în sistemul bancar acceptă, se adresează și gestionează instituțiile bancare într-un procedeu admisibil în dependență de caracteristicile de bază și provocările serviciilor e-banking.

România, ca și alte națiuni, avansează în dezvoltarea serviciilor sale electronice pentru a satisface provocările acestui secol. Unul dintre serviciile electronice care câștigă tot mai multă popularitate și atenția este e-banking. Considerarea acordată e-banking-ului de către curentul tradițional clienții din sectorul bancar se poate datora schimbărilor în stilul de viață al consumatorilor din sectorul bancar și asta stilul de viață a devenit compatibil cu noul mod de a desfășura serviciile bancare online.

Din rădăcinile lor incipiente, băncile au remarcat progrese în economia din întreaga lume și nu este de exclus că acestea vor fi în jur până când omul își va hrăni instinctul de păstrare. Numai în

fiecare secundă germană folosește online banking: acest lucru plasează Germania în partea de jos a listei în Europa. Pentru că comparația europeană relevă mari rezerve cu privire la tranzacțiile bancare digitale din Germania. Banca online și mobilă sunt în dezvoltare rapidă, în timp ce importanța ramurilor scade rapid. Cu toate acestea, serviciile bancare sunt încă preferați de clienți atunci când vine vorba de obținerea consultanței bancare. Deși internetul și mobilul nu înlocuiesc definitiv și alte canale, acestea au cunoscut o popularitate destul de mare în ultimii ani și sunt extinse în continuare pe piața economică bancară.

Totuși ne privind la toate comoditățile acordate de către serviciile de e-banking, consider că evoluția acestora este foarte rapidă și necesită implementarea multor modificări și în principal asigurarea siguranței clienților care încă nu este destul de sigură. Cu comoditatea canalelor digitale, clienții vizitează tot mai rar sucursalele și utilizează cel mai des tehnologia online și mobilă pentru nevoile lor bancare. Însă ne privind la acest factor pozitiv, băncile necesită investiții destul de mari pentru instruirea și furnizarea de servicii eficiente. De asemenea, dacă toate operațiunile bancare vor începe să se execute doar prin intermediul online, băncile nu vor mai avea nevoie de așa mulți angajați și asta va afecta piața muncii.

Bibliografie:

1. Balan I., Când au apărut primele bănci în istorie?, BCR, 2022, <https://www.bcr.ro/ro/presa/despre-banking/ce-trebuie-sa-stim-despre-banci>
2. Barbu T.C., Boitan I.A., Băncile în economia globală. Evoluții, provocări, perspective, Editura ASE, București, 2020
3. Căpraru B., Activitatea bancară. Sisteme, operațiuni și practici, Editura C.H. Beck, București, 2014
4. Dedu V., Nițescu D.C., Turcan C., Produse și servicii bancare, Editura Economică, București, 2015
5. Hodos, R.F., Plata electronică, Editura Universitară, București, 2021
6. Joshi N., The evolution of banking, BBN Times, 2019, <https://www.bbntimes.com/technology/the-evolution-of-banking>
7. Moga L.M., Nor K., Neculița M., Khani N., Încredere și securitate în e-banking Adopția în România, p6, Galați, 2012
8. Mondal A., Kujur F., Rolul calității serviciilor de e-banking față de client. Satisfacția și relația client-organizație, 2021, <https://www.ashwinanokha.com>
9. Nedelescu M., Ungureanu M.A., Ungureanu D., Produse și servicii bancare, Editura Universitară, București, 2019
10. Ramnathan V., Plăți electronice: ce trebuie să știe afacerea dvs.?, <https://www.mineraltree.com/>
11. Talpoș M.F., Internet banking în România, de la provocare la succes, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2012
12. Mai mult decât fiecare două persoane utilizează online banking, <https://www.destatis.de/DE/Presse/>, 27 ianuarie 2021
13. Serviciile bancare se mută online: care sunt băncile care acceptă deschiderea conturilor pe internet, <https://www.economica.net/>, 2020
14. Bitkom, Utilizarea serviciilor bancare online este în creșterea enormă, <https://www.mobilebanking.de/>, 19 ianuarie 2020
15. CE, Digital Economy and Society Index (DESI), 2020
16. <http://www.info.ro>
17. <https://www.statista.com/statistics>
18. <https://www.bnro.ro>

Analiză comparativă privind cheltuielile și veniturile sistemului de sănătate din România și Republica Moldova

Autori: Rotari Dumitru, Cărăvan Șerban-Constantin
Coordonator: Lect. univ. dr. Rákos Ileana-Sorina
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Ensuring the health of one's population is an obligation of any country, and a very important aspect of it is the implementation, approval and monitoring of the budget that is meant to develop this field. For the most part, keeping records of health finances is a key factor in developing and maintaining the well-being of the population.*

In an economy, the level of spending on health, as well as on education, is a faithful indicator of the level of development. Countries with advanced economies allocate significant resources to finance the health sector as a prerequisite for long-term sustainable development.

1. Introducere

Asigurarea sănătății populației este o obligație a oricărei țări, iar un aspect foarte important al acesteia este implementarea, aprobarea și monitorizarea bugetului care are menirea de a dezvolta acest domeniu. În cea mai mare parte, ținerea evidenței finanțelor sănătății este un factor cheie în dezvoltarea și menținerea bunăstării populației.

Într-o economie, nivelul cheltuielilor pentru sănătate, precum și pentru educație, este un indicator fidel al nivelului de dezvoltare. Țările cu economii avansate alocă resurse semnificative pentru finanțarea sectorului sănătății, ca o condiție prealabilă pentru dezvoltarea durabilă pe termen lung.

Finanțarea cheltuielilor de sănătate este realizată în principal de sectorul public și suplimentar de sectorul privat. Principalele venituri publice destinate sănătății sunt contribuțiile de asigurări plătite de angajatori și angajați/ pensionari/ persoane fizice autorizate.

Pe lângă asigurările sociale de sănătate, sistemul public de sănătate beneficiază și de venituri din accizele pe tutun și băuturi alcoolice (denumite informal „taxa pe viciu”) și din impozitul pe veniturile realizate de către producătorii, importatorii și deținătorii autorizațiilor de comercializare, din vânzarea medicamentelor a căror contravaloare este suportată integral sau partial, de către scrie Fondul Național Unic de Asigurări Sociale de Sănătate. (FNUASS) (cunoscută ca „taxa clawback”).

În statele centrale și est-europene, inclusiv România și Republica Moldova sistemul de asigurări sociale de sănătate a moștenit un sector spitalicesc supradezvoltat și reguli financiare și instituționale care îi încurajau extinderea pe mai departe. Efectele au fost subdezvoltarea asistenței medicale primare și cheltuieli multiplicat pentru cazuri tratabile în ambulatoriu.

2. Prezentarea veniturilor și cheltuielilor aferente sistemului de sănătate românesc din perioada 2020-2021

Deși starea de sănătate a românilor s-a îmbunătățit, speranța de viață la naștere rămâne printre cele mai scăzute din Uniunea Europeană. Prin urmare, deși oamenii trăiesc mai mult, gradul de acoperire nu este universal, iar inegalitățile socio-economice în materie de sănătate sunt acutizate. Cu toate că, reforma sistemului sanitar din România a fost constantă, ea a fost ineficientă, prin prisma politicii inconsecvente dusă de către partidele politice care s-au perindat la guvernarea țării.

Astfel, se poate constata faptul că, veniturile au cunoscut o tendință crescătoare de la suma de 8.377.812,1 mii RON în anul 2020, la suma de 16.923.536 mii Ron în anul 2021, fapt datorat în principal creșterii valorii contribuțiilor, pe fondul unei evoluții pozitive a economiei, dar și a modificării cotei de contribuție datorate, atât de către angajatori, cât și de către asigurați.

În ceea ce privește sursele de finanțare a Fondului Național Unic de Asigurări Sociale de Sănătate ponderea cea mai mare este reprezentată de veniturile provenite din contribuțiile angajatorilor și a asiguraților.

Subvențiile primite de către sistemul de sănătate sunt menite să acopere potențialul deficit, astfel că acestea au o pondere redusă. Variația ponderilor în totalul veniturilor din perioada 2020-2021 este nesemnificativă, determinand o structură relativ constantă a acestora.

Cheltuielile au avut, de asemenea, un trend crescător, de la suma de 9.177.849,8 mii Ron în anul 2020, la suma de 16.775.238 mii Ron în 2021, bazat pe creșterea, în principal, a cheltuielilor curente, respectiv pe creșterea cheltuielilor realizate pentru achiziționarea de bunuri medicale și pentru prestarea de servicii. Toate aceste aspecte, privind structura cheltuielilor la nivelul anului 2021, pentru sănătate, sunt redate în tabelul nr.1 și respectiv, în figurile nr.1 și 2.

Tabel nr.1 Structura veniturilor și cheltuielilor aferente bugetului asigurărilor sociale de sănătate, din perioada 2020 - 2021

Denumire	An 2020	An 2021
Venituri – total	8.377.812,1	9.198.540,0
Venituri curente, din care:	7.892.611,7	9.096.137,0
Contribuții de asigurări	7.888.490,8	9.024.821,0
Contribuții angajatori	3.906.956,8	4.644.828,0
Contribuții asigurați	3.836.534,0	4.379.992,0
Venituri nefiscale, din care:	77.620,9	71.316,0
Restituire de fonduri din finanțarea bugetară a anilor precedenți	4.120,9	9.000,0
Venituri din dobânzi	73.500,0	62.316,0
Subvenții	314.753,9	102.403,0
Cheltuieli – total	9.177.849,8	9.010.654,0
Cheltuieli curente, din care:	9.073.123,6	8.950.110,0
Cheltuieli de personal	69.802,3	96.301,0
Bunuri și servicii	9.003.321,3	8.853.809,0
Cheltuieli de capital	24.139,4	60,5
Rezerve (fondul de rezervă al CNAS)	80.586,8	91.985,0

Sursa: prelucrare după datele din Eurostat, MIND Research and Rating

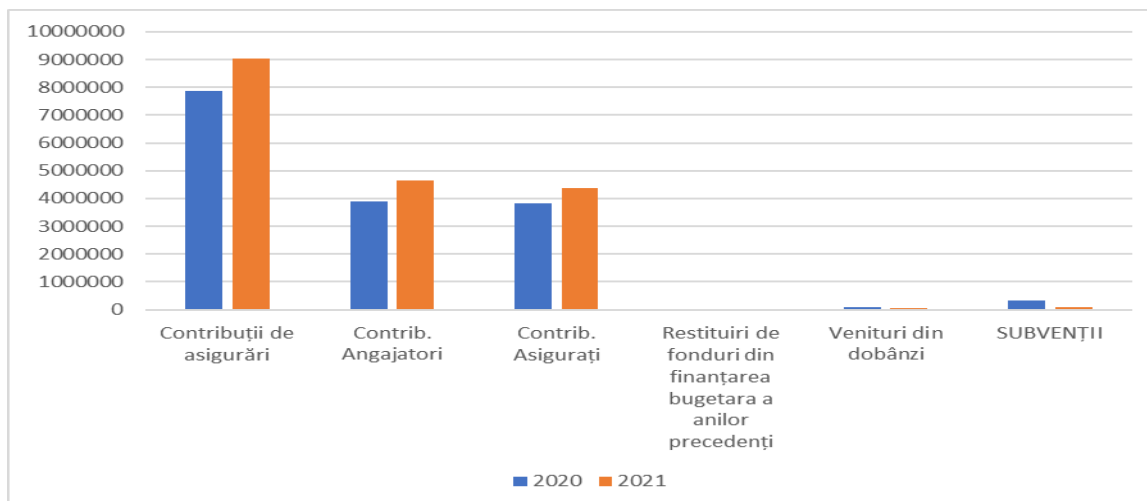


Figura nr.1. Structura veniturilor aferente bugetului asigurărilor sociale de sănătate, din România pentru perioada 2020 - 2021

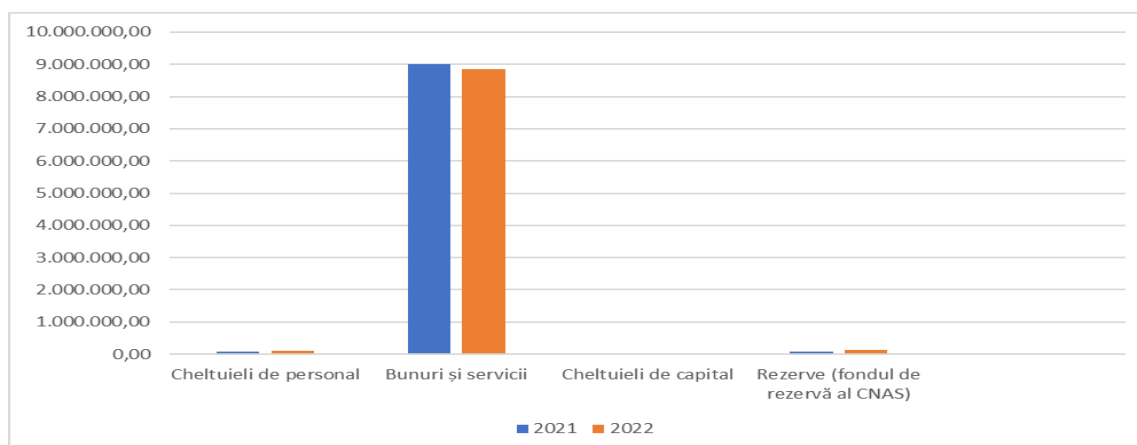


Figura nr. 2 Structura cheltuielilor aferente bugetului asigurărilor sociale de sănătate, din România pentru perioada 2020 - 2021

Observând structura cheltuielilor, în funcție de destinația avută, se constată că ponderea cea mai mare o au cheltuielile medicale spitalicești, urmate de cele realizate cu scopul acordării de medicamente gratuite și compensate.

Ponderea fiecărui tip de cheltuială în totalul cheltuielilor este relativ constantă, fapt ce arată o consistență a politicilor promovate în sistemul sanitar.

De asemenea, în structură, cele mai mari cheltuieli ale Fondului de sănătate se realizează cu spitalele - circa 45%. Această situație este comună tuturor sistemelor de sănătate din Europa, dar în statele central și est-europene, inclusiv în România, ponderea este mai mare decât în cele occidentale.

3. Prezentarea veniturilor și cheltuielilor aferente sistemului de sănătate din Republica Moldova, pentru perioada 2020-2021

La fel ca și România, Republica Moldova este un stat care tinde spre îmbunătățirea sistemului sănătății, mai ales în realitățile actuale ale pandemiei. Astfel Republica Moldova, în ultimii doi ani a ținut cu rigoare o evidență a veniturilor și cheltuielilor din domeniul sănătății.

Conform site-ului Ministerului Finanțelor - buget.mf.gov.md, care permite vizualizarea datelor cu privire la realizarea bugetului de stat, veniturile Fondului Asigurărilor Obligatorii a Asistenței Medicale (FAOAM) în anul 2020 au ajuns la valorile de 5.008,9 mln lei, cheltuielile la 8.405,5 mln lei, iar în anul 2021 la 5707 mln lei și 11552,1 mln lei.

Astfel, putem observa o creștere majoră a cheltuielilor în anul 2021, față de anul 2020, fapt explicat prin creșterea numărului de cazuri de îmbolnăviri cu COVID-19 și respectiv, creșterea persoanelor internate în spitale cu probleme respiratorii, a căror tratament a fost plătit din resursele FAOAM.

Pentru o imagine mai clară a situației, Portalul Guvernamental al Darelor Deschise a elaborat o sinteză a Fondurilor Asigurării Obligatorii de Asistență Medicală, pe venituri și cheltuieli, prezentată în tabelul nr.2 și reprezentată grafic în figurile nr.3 și 4.

Tabel nr. 2. Sinteza pe venituri și cheltuieli, a fondurilor de asigurări obligatorii de asistență medicală pentru perioada 2020 - 2021¹

Denumire	An 2020	An 2021
I. Venituri - total:	8.542.564,8	11.540.026,1
Prime de asigurare obligatorie de asistență medicală în formă de contribuție procentuală la salariu și la alte recompense, achitate de fiecare categorie de plătitori	4.800.508,9	5.477.997
Prime de asigurare obligatorie de asistență medicală în sumă fixă, achitate de persoane fizice cu reședința sau domiciliul în Republica Moldova	139.064,9	137.188,1
Alte venituri	69.299,6	89.800,9
Transferuri curente primite cu destinație specială între bugetul de stat și fondurile asigurării obligatorii de asistență medicală	153.219,3	140.924,3
Transferuri curente primite cu destinație generală între bugetul de stat și fondurile asigurării obligatorii de asistență medicală	3.380.472,1	5.694.115,3
II. Cheltuieli - total	8.405.512,0	11.552.085,6
Fondul pentru achitarea serviciilor medicale curente (fondul de bază)	8.270.109,6	11.436.194,9
Fondul de rezervă al asigurării obligatorii de asistență medicală	10.000,0	0,0
Fondul măsurilor de profilaxie (de prevenire a riscurilor de îmbolnăvire)	25.301,8	19.952,3
Fondul de dezvoltare și modernizare a prestatorilor publici de servicii medicale	19.882,4	9.554,3
Fondul de administrare al sistemului de asigurare obligatorie de asistență medicală	80.218,2	86.744,2
III. Sold bugetar (deficit (-), excedent (+))	137.052,8	-12.059,5

Sursa: <https://date.gov.md/>

¹Valorile veniturilor de pe site-ul <https://buget.mf.gov.md/> diferă de cele de pe site-ul <https://date.gov.md/>, deoarece în cazul primului nu s-au luat în calcul Transferurile curente primite cu destinație generală între bugetul de stat și fondurile asigurării obligatorii de asistență medicală

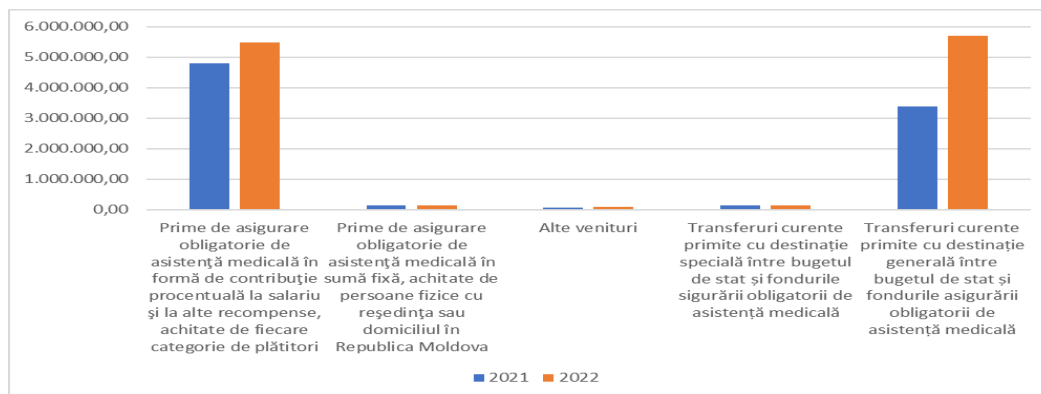


Figura nr. 3. Structura veniturilor aferente bugetului asigurărilor sociale de sănătate, din Republica Moldova pentru perioada 2020 – 2021

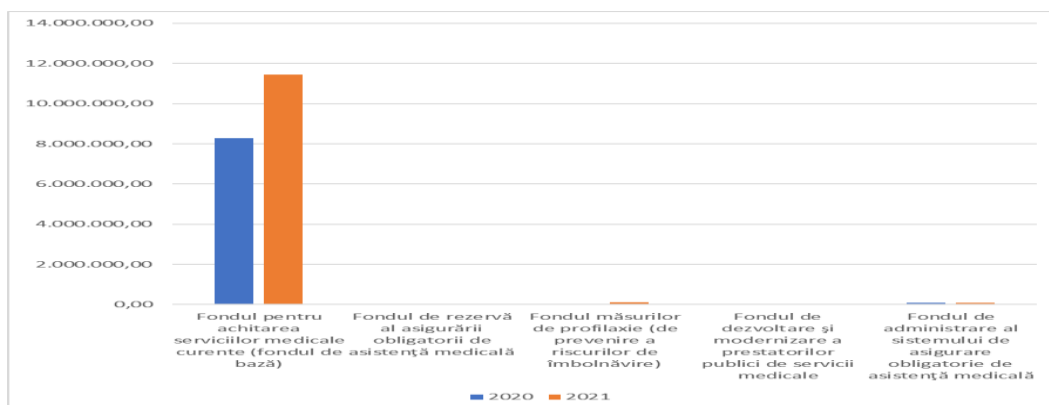


Figura nr. 4 Structura cheltuielilor aferente bugetului asigurărilor sociale de sănătate, din România pentru perioada 2020 - 2021

Concluzii

Ca urmare a comparării veniturilor și cheltuielilor din sistemul de sănătate românesc cu cel din Republica Moldova se constată că valorificarea bugetului pentru sănătate, în ambele țări, conține atât aspecte similare, cât și aspecte diferite.

Prin urmare, **în România**, perioada analizată a fost caracterizată prin creșterea sumelor alocate prin bugetul de venituri și cheltuieli destinate finanțării serviciilor în cadrul sistemului asigurărilor sociale de sănătate, ceea ce reflectă importanța îngrijirilor medicale și finanțării acestora.

Având în vedere faptul că, rata de creștere a acestora este mai mare decât rata de creștere a economiei și decât rata inflației, se poate spune că, viziunea asupra serviciilor medicale necesare populației s-a îmbunătățit, dorindu-se creșterea calității a acestora.

Atât sursele de venituri, cât și destinațiile cheltuielilor au o structură relativ constantă în perioada supusă analizei, respectiv 2020-2021, fapt ce demonstrează o consistență a politicilor promovate în sistemul de sănătate al ambelor țări.

Veniturile au avut o tendință crescătoare în anul 2020, până în anul 2021 crescând de la 8.377.812,1 lei, la 9.198.540,0 lei, fapt ce s-a datorat, pe de o parte, evoluției pozitive a economiei, iar pe de altă parte, modificării cotei de contribuție datorate de angajatori și respectiv, de asigurați.

Ponderea cea mai mare este reprezentată de veniturile provenite din contribuțiile angajatorilor și a asiguraților. Variația ponderilor în totalul veniturilor din perioada 2020-2021 este nesemnificativă, determinând o structură relativ constantă a veniturilor. Pandemia ce a cuprins tot mapamondul - COVID-19 - a fost un factor care a influențat cheltuielile, deoarece au avut un trend

crescător pe întreaga perioadă analizată. În principal, au fost cheltuieli curente, mai exact, cheltuieli realizate pentru achiziționarea de bunuri medicale și pentru prestarea de servicii.

Se constată că, atât veniturile, cât cheltuielile au o structură relativ constantă în perioada 2020-2021 analizată.

În Republica Moldova, veniturile și cheltuielile din domeniul sănătății au avut o dinamică crescătoare în perioada 2020-2021, respectiv, veniturile au crescut considerabil, de la 8.542.564,8 mii MDL, la 11.540.026,1 mii MDL, datorită primelor de asigurare obligatorie de asistență medicală în formă de contribuție procentuală la salariu și transferurilor curente primite cu destinație generală între bugetul de stat și Fondurile Asigurării Obligatorii de Asistență Medicală, care au avut dinamică de creștere considerabilă.

Referitor la cheltuieli se poate spune că, și acestea au avut o tendință de creștere ajungând de la 8.405.512,0 mii MDL, în anul 2020, la 11.552.085,6 mii MLD, în anul 2021. Această creștere a fost cauzată de creșterea valorii fondului pentru achitarea serviciilor medicale curente, care, totodată, a avut ponderea cea mai mare în cadrul cheltuielilor pentru sănătate, constituind 99% din valoarea totală a acestora. De asemenea, o cauză a creșterii cheltuielilor este creșterea numărului de persoane infectate cu COVID-19, care erau internate în spitalele municipale sau raionale, primind tratament plătit din bugetul statului.

Structura surselor de venit a ramas neschimbată, acestea menținându-și proporțiile prin care contribuie la formarea venitului total în domeniul de sănătate. De asemenea, aceeași situație se observă în cazul cheltuielilor.

În baza celor enunțate mai sus se constată faptul că, atât în România, cât și în Republica Moldova veniturile și cheltuielile pentru sănătate au avut aceeași tendință de creștere, în mare parte cauzată de condițiile pandemice (îndeosebi pe partea de cheltuieli). Astfel în ambele țări creșterea veniturilor a fost constantă și datorată în mare parte contribuțiilor din asigurări și contribuțiilor angajaților și angajatorilor. Cheltuielile au fost îndreptate, în mare parte, înspre fondurile pentru achitarea serviciilor și bunurilor medicale.

O altă asemănare este prezența deficitului bugetar de 800.037,7 mii RON în anul 2020, în cazul României și de 12.059,5 mii MDL în anul 2021 în cazul Republicii Moldova.

Totodată, se observă și diferențe între aceste două țări. Diferența evidentă este faptul că, veniturile și cheltuielile României sunt mai mari de aproximativ patru ori decât cele ale Republicii Moldova, fapt explicat prin numărul mai mare a contribuitorilor, suprafața mai mare a țării și desigur, o economie mai dezvoltată.

Bibliografie:

1. Eurostat, MIND Research & Rating
2. Raport privind executarea FAOAM în 2020
3. Raport privind executarea FAOAM în 2021
4. <http://www.ms.ro/wp-content/uploads/2021/09/Raport-de-activitate-pentru-anul-2020.pdf>;
5. <https://mfe.gov.ro/wp-content/uploads/2020/07/5e0bdcbbddccca4d66d74ba8c1cee1a68.pdf>;
6. <http://www.cnas.ro>
7. www.mfinite.ro
8. <http://www.insse.org>
9. <https://buget.mf.gov.md/>
10. <https://date.gov.md/>
11. <http://www.cnam.md/>
12. <https://buget.mf.gov.md/>

Investițiile străine directe în economia Republicii Moldova

Autor: Zavedeev Cătălina
Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The impact of foreign investments on a country's economy is undeniable: the chain of effects that they create has repercussions both on the production of goods and services and on the consumption, stimulating demand and supply simultaneously. Investments represent the incentive that generates new economic activities and aim at achieving goods and services indispensable for a viable and prosperous economy. In order to achieve this objective, it is required to inject a large volume of investment in the country's infrastructure, the development of skills and economy, volume that exceeds the financing capacity of the local level public and private sector. In this regard, Republic of Moldova wants to increase the country's attractiveness for foreign direct investments (FDI) but, given the ongoing liberalization of the movement of people, goods and capital, the countries are in constant competition, including in attracting of the investments.*

1. Abordări teoretice privind investițiile străine directe

Investițiile reprezintă stimulentele de bază ce generează noi activități economice transferul de tehnologii noi, performante și practici administrative, manageriale ce țin de conducerea economică și modul de organizare a întreprinderilor și într-un final are ca scop obținerea de bunuri și servicii performante, susceptibile pentru a suporta concurența pe plan internațional, indispensabile unei economii viabile. În acțiunea de adâncire a apartenențelor economice, științifice și tehnologice dintre economiile naționale transformă investițiile într-o activitate comună internațională.

Republica Moldova, ca de altfel practic toate statele din Europa de Sud-Est, are o majoritate de aspecte obiective și subiective ce țin de interesul național față de investiții, de companiile transnaționale, dar în special față de investițiile străine directe. Mai mult decât atât, investițiile constituie sursa creării suportului material al dezvoltării economice, situându-se la baza suplimentării, ramificării sau amplificării calitativ-cantitative a factorilor de producție, comerțului și finanțării în ansamblu. Republica Moldova fiind o țară în curs de dezvoltare și creștere economică are nevoie de investiții străine, dar și de tehnologii moderne, diverse practici manageriale și de marketing, în toate industriile mai mult ca niciodată. Rolul stimulator al investițiilor străine directe (ISD) în economia unei țări este pe larg recunoscut atât în teoria economică, cât și în practică: lanțul de efecte pozitive pe care le generează ISD se răsfrâng atât asupra potențialului productiv al țărilor gazdă, cât și asupra pieței muncii și situației sociale a populației, contribuind la crearea de noi locuri de muncă, la creșterea veniturilor populației și, implicit, la stimularea creșterii economice. Nevoia de capital străin rezidă, în majoritatea cazurilor, în incapacitatea propriilor economii naționale de a satisface nevoia de capital pentru refacerea economică și relansarea investițiilor.

Capitalul străin este perceput ca un element important și esențial pentru dezvoltarea economică din Republica Moldova. Influența acestuia asupra economiei naționale este dublă.

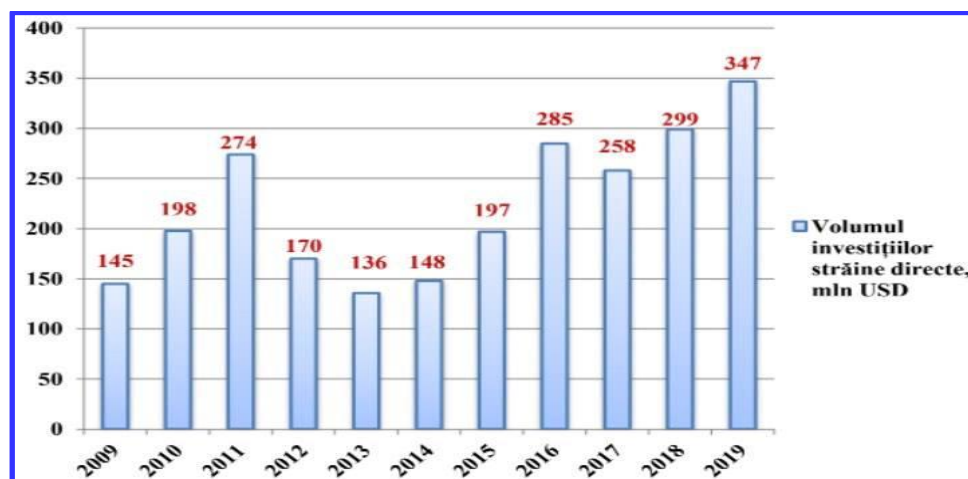
Într-o epocă în care fluxurile financiare internaționale reprezintă una dintre cele mai dinamice componente ale economiei mondiale, participarea agenților economici la aceste fluxuri, și în special la cele investiționale, presupune cunoașterea elementelor determinante ale acestora, precum și adaptarea unui management specializat în afacerile internaționale care să fructifice eficient oportunitățile de afaceri.

Conform dicționarului de economie politică, investiția este definită ca „totalitatea cheltuielilor prin care se creează, se achiziționează noi fonduri fixe productive sau neproductive, se perfecționează sau se reconstruiesc fondurile fixe existente”. Cel mai reputat specialist în domeniul managementului investițional din Republica Moldova, dr.hab. în economie Rodica Hîncu, ASEM, consideră că „investițiile sunt reprezentate de totalitatea mijloacelor (materiale, naturale, financiare, tehnice, umane etc.) alocate pe o perioadă determinată de timp, însoțite de o transformare și acumulare a capitalului, în vederea asigurării obținerii în viitor a efectelor scontate”.

Investițiile străine directe (ISD) sunt o sursă sănătoasă pe care se poate baza creșterea economică, inclusiv în perioadele în care stabilitatea economică este în pericol și creșterea este sub presiune, deoarece: ISD sunt complementare surselor publice de finanțare și furnizează capitalul necesar dezvoltării unei economii; ISD creează noi locuri de muncă nu numai în compania în care investesc, ci stimulează și dezvoltarea celorlalte firme din amonte și aval; ISD nu sunt numai un flux de capital, ci și de tehnologie, cunoștințe, practice organizatorice, care stimulează și generează creșterea economică; ISD sunt caracterizate de stabilitate pe termen lung. Ceea ce definește ISD este tocmai interesul durabil al investitorului în compania în care investește.

2. Dinamica intrărilor investițiilor străine directe în Republica Moldova

Primul flux semnificativ de ISD, a reprezentat intrarea pe piață a companiei rusești Lukoil în anul 1995. Chiar pe parcursul anilor fluxul ISD s-a majorat, acesta a înregistrat un trend neuniform atingând un nivel maxim de 707,57 mil.USD în 2008, în 2009 fluxul net al investițiilor străine directe a înregistrat o scădere semnificativă, volumul ISD atrase în economia națională a constituit 145 mil dolari SUA. ISD micșorându-se comparativ cu anul 2008 de circa 4,9 ori. Această scădere este o consecință a crizei economice mondiale.



Sursa: Banca Națională a Moldovei (BNM)

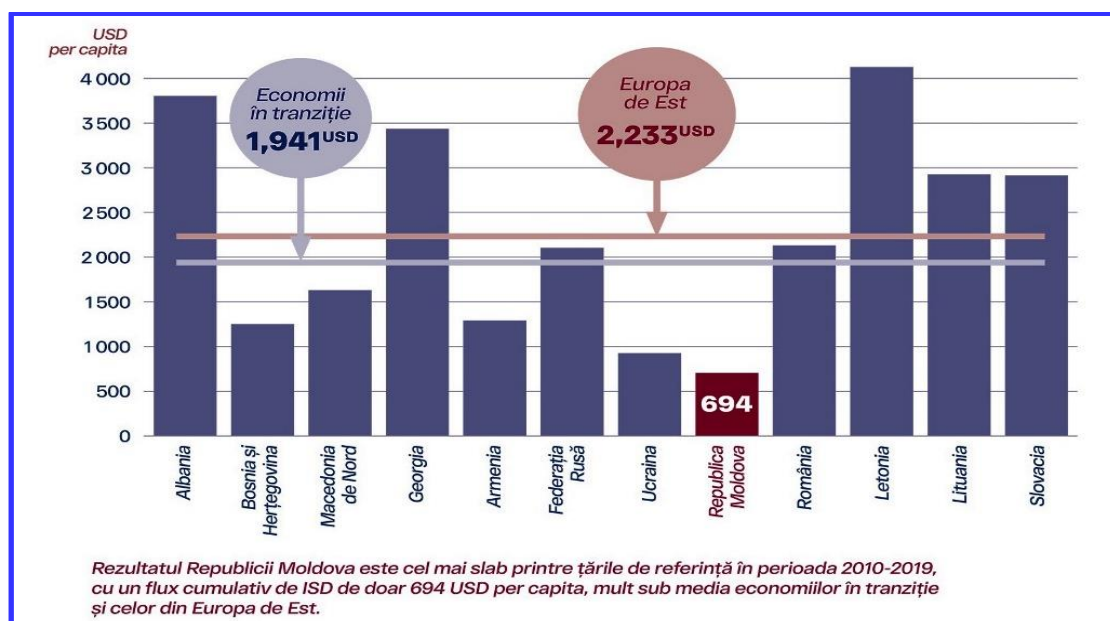
Figura nr. 1. Investițiile străine directe în Republica Moldova (2009-2019)

Conform datelor prezentate de Organizației de Promovare a exportului și investițiilor din Moldova (MIEPO), la sfârșitul anului 2010, în Republica Moldova existau investiții străine directe din 91 de țări ale lumii, iar 9 ani mai târziu existau deja 96 de țări. În ultimii 9 ani, 2010-2019 s-a înregistrat o creștere constantă a investițiilor străine directe în economia Republicii Moldova.

În contextul implementării politicilor de atragere a investițiilor și stimulare exporturilor întreprinderilor autohtone și cu participarea străină, prin intermediul Organizației de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO), pe parcursul anului 2017 au fost atrase și/sau extinse 5 proiecte investiționale, create peste 1000 locuri de muncă, semnate peste 91 contracte de export, dintre care 40 valorificate prin livrări la export. De asemenea, în perioada de gestiune,

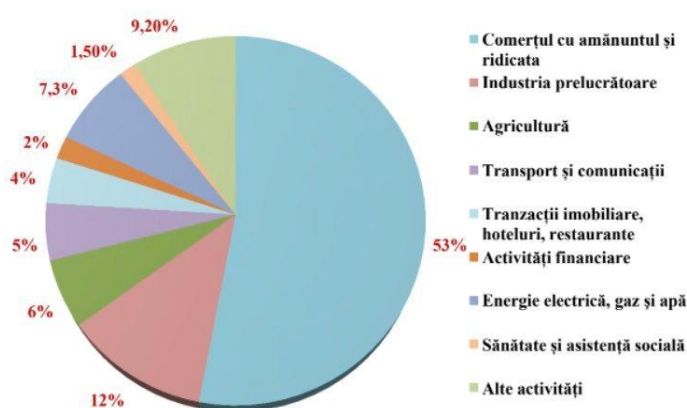
MIEPO a organizat, finanțat și asigurat participarea agenților economici autohtoni la 22 târguri și expoziții internaționale, 23 misiuni de faceri a companiilor străine în Republica Moldova.

Principalele activități economice care au beneficiat de investiții străine sunt: activitățile financiare și de asigurări și industria prelucrătoare. Alte activități care au atras investitori străini au fost comerțul, industria energetică, informațiile și comunicațiile, transportul și depozitarea, și tranzacțiile imobiliare. Potrivit datelor Băncii Naționale a Moldovei, în prezent România, Italia, Franța conduc topul investitorilor cu cele mai mari investiții în capitalul social al băncilor, în timp ce alte sectoare (industria, prelucrătoare, retail, telefonie) sunt dominate de plasatorii de capital din Federația Rusă, Germania, Olanda, Cipru și SUA.



Sursa: Business News Services, Investițiile străine directe – locomotiva economiei Republicii Moldova, 16.09.2021, <https://www.mold-street.com/>

Figura nr. 2. Fluxul cumulativ de ISD per capita



Sursa: Agenția Servicii Publice (ASP)

Figura nr. 3. Structura soldului ISD acumulate sub formă de capital social, pe activități economice

Potrivit datelor Agenției Servicii Publice (ASP), activitățile economice care au beneficiat de investiții străine directe acumulate sub formă de capital social, 30% din companiile înregistrate în țară au declarat ca gen de activitate comerțul cu ridicata, 23% comerțul cu amănuntul, iar 12% industria

prelucrătoare. În agricultură s-au lansat 6% din întreprinderi, iar în transport și comunicații 5%. Companiilor care au declarat ca gen de activitate tranzacțiile imobiliare sau hoteluri și restaurante le revine câte 4%. Celor care și-au propus să desfășoare activități financiare sau construcții le revine câte 2% (Figura 3).

Numărul total al întreprinderilor cu capital străin înregistrate în Republica Moldova la data de 1 august 2018 a constituit 11.302. Cele mai multe companii provin din România, 1.746 la număr, arată datele statistice ale Departamentului înregistrare și licențiere a unităților de drept din cadrul Agenției Servicii Publice.

3. Efectele ISD asupra economiei Republicii Moldova

Atragerea de ISD atrage după sine beneficii dar și costuri directe sau indirecte. Astfel atragerea activă a ISD în Republica Moldova a condus la dezvoltarea de noi ramuri cât și la renovarea celor tradiționale: structura lor a devenit mai calitativă și mai diversă.

Important de menționat sunt efectele indirecte pe care le manifestă ISD în cadrul unei economii locale, spre exemplu, impulsivitatea formării capitalului uman, externalitățile tehnologice, accesul la piețe externe. Prin urmare impactul atragerii de investiții străine directe atrage după sine asupra economiei țării gazdă atât beneficii cât și riscuri sau efecte negative care sunt diferite de la o țară la alta, în funcție de condițiile concrete existente la nivel economic, social, politic și de gradul de pătrundere a capitalului străin.

Tabelul nr. 1. Beneficii și efectelor negative legate de ISD pentru Republica Moldova

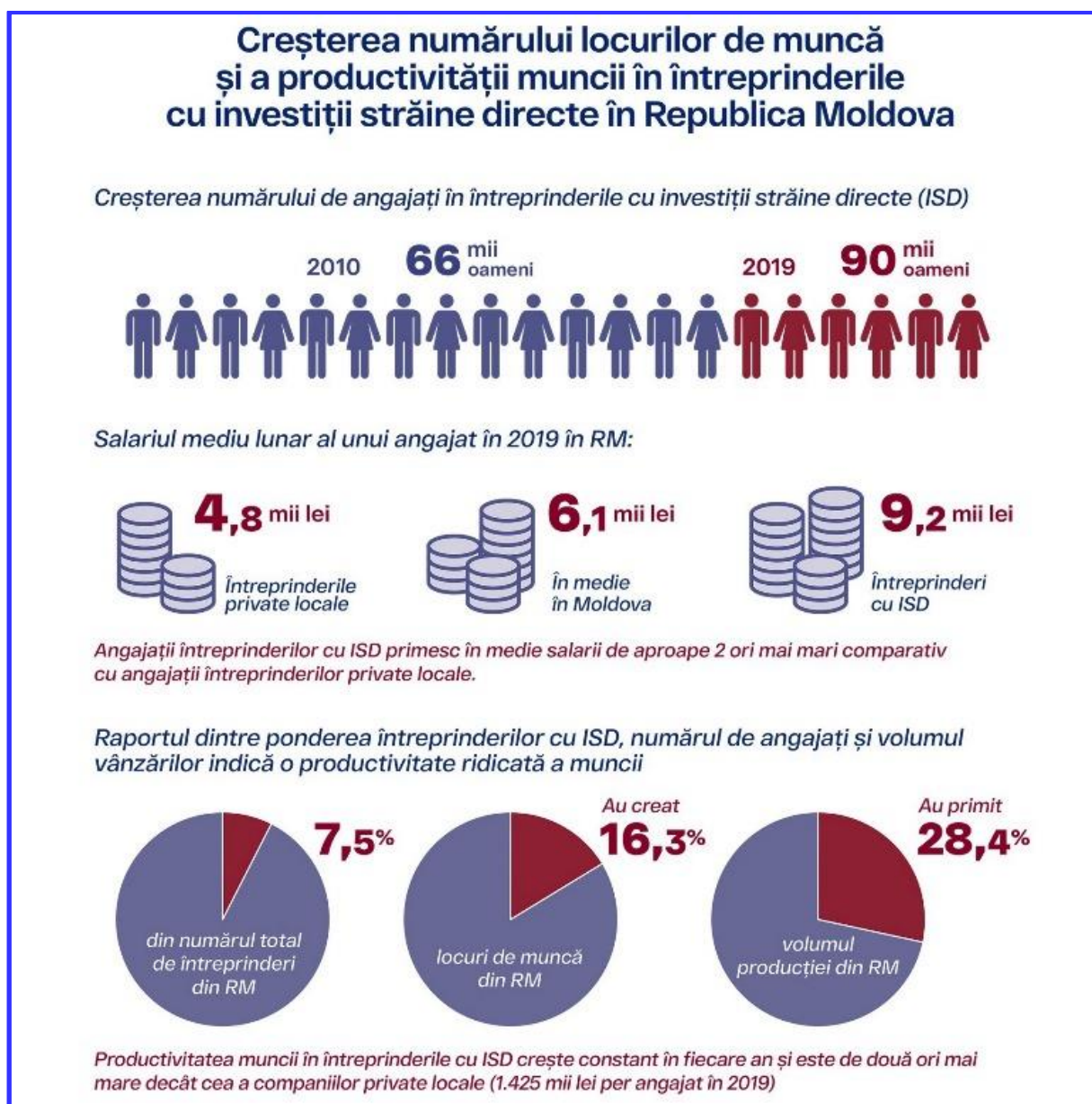
Beneficiile fluxurilor de ISD	Efectele negative ale fluxurilor de ISD
<ol style="list-style-type: none">1. Creșterea economică prin noi investiții în ramurile economiei naționale prin aducerea de know how.2. Creșterea competitivității între companiile cu capital străin și cele locale, respectiv producția unor bunuri de calitate mai înaltă și dispariția monopolului.3. Creșterea numărului de ISD duce la apariția unui număr mai mare de contribuabili la bugetul de stat.4. Creșterea eficienței managementului companiilor, și aici ne referim la reducerea costurilor de producție și creșterea volumului producției și a vânzărilor.5. Creșterea exporturilor, accesarea de noi piețe de desfacere. Există o corelație foarte strânsă între valoarea exportului unui sector economic și numărul de companii cu capital străin care activează în sectorul respectiv.	<ol style="list-style-type: none">1. Incapacitatea companiilor autohtone vechi și cu tradiții de a face față concurenței acerbe, uneori nelociale, din partea noilor companii venite pe piață cu un nivel tehnologic mult mai avansat.2. Cele mai multe ISD sunt concentrate în Chișinău, aproximativ 80%, chiar dacă aici locuiește doar jumătate din populația Republicii Moldova, fapt care nu presupune o diversificare geografică egală la nivelul întregii țări ceea ce a dus la dezvoltarea dezechilibrată în zonele în care s-a investit.3. Lipsa eticii concurențiale din partea unor companii venite pe piață, care creează alinațe strategice și competiții colective în defavoarea companiilor locale.

Sursa: Țăruș V., *Influența investițiilor străine asupra procesului de stabilizare economică în Republica Moldova*, *Studia Universitatis Revista științifică a Universității de Stat din Moldova*, 2009, nr.2(22)

Atragerea investitorilor străini este un proces complicat pentru orice țară și economie în dezvoltare, deoarece investițiile străine constituie una dintre cele mai sigure metode de stimulare a creșterii economice. De aceea investitorii străini trebuie aleși cu mare atenție. Trebuie de acordat o atenție deosebită, la fel trebuie încurajați, ajutați și susținuți. Pentru ca ulterior să aibă țara noastră de prosperat pe baza investițiilor străine directe acordate.

În economia Republicii Moldova companiile străine și investițiile acestora sunt private ca o legătură între prezent și viitor, între generații, ele asigurând punctul de plecare în crearea de noi locuri de muncă pentru noua generație, în ridicarea gradului de pregătire profesională, a standardului de viață

și civilizație al populației. Un alt argument constă în faptul că companiile străine au rolul de a conecta mediul economic intern la cel extern, declanșând astfel procesul de deschidere structurală spre exterior a economiei naționale.



Sursa: Business News Services, Investițiile străine directe – locomotiva economiei Republicii Moldova, 16.09.2021, <https://www.mold-street.com/>

Figura nr. 4. Efecte ale ISD în economia Republicii Moldova

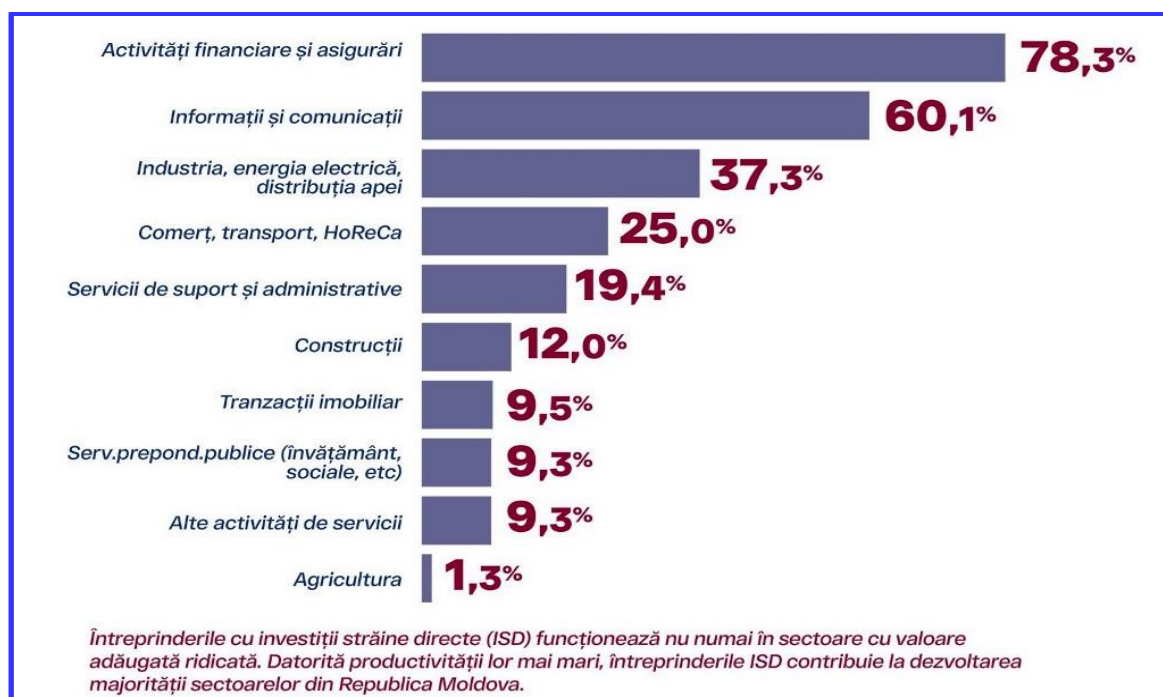
Atragerea companiilor străine pentru a investi în Republica Moldova presupune crearea unui climat investițional favorabil, care implică stabilitatea economică, stabilitatea legislației, politică fiscală adecvată, ajustarea capitalului uman, infrastructură de afaceri dezvoltată.

- Société Générale (Franța) - Société Générale (Soc Gen) este o bancă franceză cu sediul la Paris, este una dintre cele mai vechi și prestigioase instituții financiare din Europa și a cincea bancă ca mărime în Republica Moldova.
- Banca Comercială Română (BCR) (România) - Banca Comercială Română (BCR), este o bancă românească. BCR Chișinău este subsidiară în RM a Băncii Comerciale Române (BCR), la rândul

ei membră a grupului Erste Bank. BCR Chișinău este una din primele bănci cu capital străin din Republica Moldova, membră a unui grup bancar internațional.

- Metro Group A.G. (Germania) - un retailer german multinațional, ce operează magazine cash & carry, pe bază de card membru doar persoanelor juridice. Metro a început afacerile în Republica Moldova în luna decembrie, 2004, prin deschiderea primului magazin în Chișinău. A mai urmat inaguară în 2005 unui al doilea magazin în Chisinău și un al treilea în 2006, în Bălți, valoarea estimativă totală a investiției ajungând la 39 milioane de euro.
- France Télécom (Franța) - France Télécom este una dintre cele mai mari companii de telecomunicații din lume. Compania generează aproximativ jumătate din vânzările sale în Franța. Compania deține operatorul de telefonie mobilă Orange România, care este filiala românească a operatorului global de telefonie mobilă Orange SA, divizia de telecomunicații mobile a France Telecom.
- Vienna Insurance Group (VIG) (Austria) - Vienna Insurance Group (VIG) este una din companiile principale de asigurări din Europa Centrală și de Est și are sediul la Viena, Austria. În Moldova Vienna Insurance Group (VIG) este reprezentată de către compania Donaris Group din 2014. Companie de asigurări generale și reasigurări.

Acesta și este sectorul care aduce cele mai mari venituri. În același timp, companiile din domeniul telecomunicațiilor, asigurărilor, materialelor de construcție, industria de automotive se datorează unei creșteri reale a bazei de clienți și, respectiv, a unei cereri mari de pe piață.



Sursa: Business News Services, Investițiile străine directe – locomotiva economiei Republicii Moldova, 16.09.2021, <https://www.mold-street.com/>

Figura nr. 5. Ponderea întreprinderilor cu ISD pe sectoare economice în Republica Moldova

4. Relațiile comerciale dintre Republica Moldova și România

În ultimii ani, România a devenit cel mai mare partener comercial al Republicii Moldova, consolidându-și această poziție cu fiecare an. Pe lângă faptul că este o destinație de export final pentru producătorii moldoveni, România reprezintă și un cap de pod perfect pentru expansiunea afacerilor

moldovenești pe piețele europene. Între Republica Moldova și România până în prezent au fost semnate circa 180 de tratate în cele mai diverse domenii.

Tabelul nr. 2. Acorduri cu caracter economic între Republica Moldova și România

Nr. crt.	Denumirea acordurilor	Locul și data semnării	Intrarea în vigoare
1.	Acord între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul României privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor.	București, 14.08.1992	15.06.1997
2.	Convenție între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul României pentru evitarea dublei impuneri și prevenirea evaziunii fiscale cu privire la impozitele pe venit și pe capital.	Chișinău 21.02.1995	10.04.1996
3.	Acordul între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul României cu privire la cooperarea economică, industrială și tehnico-științifică.	București 16.11.2005	17.05.2006
4.	Declarația comună privind instituirea unui Parteneriat Strategic între Republica Moldova și România pentru Integrarea Europeană a Republicii Moldova	București 27.04.2010	27.04.2010
5.	Acordul privind cooperarea în domeniul turismului presupune realizarea proiectelor comune de investiții în vederea promovării turismului.	București 22.11.2018	22.11.2018

Sursa: *Ambasada României în Republica Moldova, Nota informativă privind starea relațiilor comercial-economice între Republica Moldova și România*

Statistic analizând, acum mai bine de 20 ani, în anul 2000, livrările de produse moldovenești peste Prut abia ajungeau la o pondere de opt la sută din totalul exporturilor. Pe parcurs, situația s-a schimbat, de la an la an acest indicator fiind în creștere, iar după 2014, la intrarea în vigoare a DCFTA, să se producă un salt impresionant. În 2015 România devine principală destinație exterioară a mărfurilor moldovenești. În 2018, ponderea exporturilor în România s-a ridicat la 29,3%, în creștere cu aproape 32 la sută față de 2017. Iar creșterea continuă, în primele două luni ale anului 2019. Anul acesta s-au împlinit 12 ani de la semnarea Tratatului de colaborare strategică între Republica Moldova și România. O perioadă în care guvernul de la București a oferit sprijin în mii de proiecte sociale și culturale iar România a devenit principalul partener economic al Republicii Moldova. Statul român a contribuit prin investiții la bunăstare basarabenilor și la susținerea parcursului european. Parteneriatul strategic dintre Republica Moldova și România s-a manifestat prin acțiuni concrete în domeniul politic, comercial-economic și cultural-umanitar. Totodată se remarcă atenția deosebită pe care Bucureștiul o are față de Chișinău, subliniind valorile și cultura comună a celor două state. Parteneriatul strategic a impulsivat substanțial legăturile dintre Republica Moldova și România, iar efortul care a fost depus în procesul de modernizare și democratizare a Republicii Moldova este unul major.

În cei 12 ani de parteneriat România finanțat renovarea a 1100 de grădinițe, a donat 196 de microbuze școlare, a oferit 100 de milioane de euro nerambursabili și încă 150 de milioane de euro pentru construcția gazoductului Iași-Chișinău. An de an, guvernul României oferă mii de burse pentru liceeni, studenți și masteranzi basarabeni și peste 1100 de locuri gratuite în taberele de odihnă din România. În domeniul Sănătății, doar la Institutul Mamei și Copilului din Chișinău, au fost renovate 16 secții cu bani ai cetățenilor români, iar la Cahul a fost creat un Centru modern de Transfuzii. De asemenea, proiectul SMURD este în plină desfășurare și s-a reușit salvarea a zeci de pacienți. În domeniul Culturii, au fost renovate Sala cu Orgă și Muzeul Național de Arte, iar la Cahul se reconstruiește Teatrul Bogdan Petriceicu Hașdeu. BCR Chișinău și-a început activitatea la 22 octombrie 1998, fiind una din primele bănci cu capital străin prezente în Republica Moldova, membru al unui grup financiar lider în Europa Centrală și de Est. În prezent BCR a ajuns la 6 unități. BCR

Chișinău S.A. și-a început activitatea în Republica Moldova ca bancă universală, și funcționează în continuare ca o bancă comercială și de economii, cu un capital social de 24 milioane MDL, care a fost majorat pe parcursul activității până la 728.130,000 MDL.

5. Concluzii

Fenomenul global numit Investiții Străine Directe (ISD) a contribuit la integrarea economiei mondiale. În opinia mea investițiile străine directe pentru Republica Moldova, dar și alte state sunt importante din mai multe motive. Un prim motiv ar fi că acestea reprezintă un import de capital – o resursă insuficientă pentru oricare țară, în special pentru țările în tranziție și în curs de dezvoltare. Un al doilea motiv ar fi că investițiile străine directe îngăduie transferul cunoștințelor din țara sursă către destinația investițiilor. Într-adevăr, deseori investitorii străini caută să transfere modelele de afaceri și produse care au avut succes într-o țară către o altă țară, astfel, răspândind inovarea produselor și proceselor. Este indiscutabil și pentru investitorii care manifestă un interes însemnat pentru companiile străine deoarece încearcă să influențeze managementul și practicile de afaceri. Mai mult, ISD permit accesul la piețe internaționale și rețele de afaceri.

Republica Moldova a înregistrat o creștere însemnată a investițiilor străine directe în ultimii ani. Acest lucru se datorează creării unui mediu de afaceri mai favorabil, creării unei strategii în ceea ce privește domeniul investițiilor, fondării Organizației de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO), dar și semnării mai multor acorduri de colaborare cu UE și România, ceea ce a condus la cunoașterea Republicii Moldova de către investitorii străini, ca o nouă platformă de punere în aplicare a mai multor proiecte investiționale în mai multe domenii.

Bibliografie:

1. Bugaian L., Mamaliga V., Ciobanu M., Climatul investitional în Republica Moldova, Revista ECONOMICA, nr.4 (94), 2015, pp. 103-116
2. Hîncu R., Bunu M., Dascaluc D., Bazele activității investiționale, Chișinău, ASEM, 2010
3. Ilie, G., Investiții internaționale, Editura Universitară, București, 2015
4. Ivan C.E., Investiții străine directe în economia Republicii Moldova, Journal of Financial Studies, Institute of Financial Studies, vol. 5(3), pp. 323-328, 2018
5. Munteanu C., Vâlsan C., Investiții internaționale, Editura Oscar Print, București, 2016
6. Prelipcean G., Fundamentele economice ale investițiilor, Editura Universității, Suceava, 2000
7. Țăruș V., Influența investițiilor străine asupra procesului de stabilizare economică în Republica Moldova, Studia Universitatis Revista științifică a Universității de Stat din Moldova, 2009, nr.2(22)
8. Business News Services, Investițiile străine directe - locomotiva economiei Republicii Moldova, 16.09.2021, <https://www.mold-street.com>
9. MIEPO, Foreign Investment Guide 2019
10. Ambasada României în Republica Moldova, <https://chisinau.mae.ro>
11. Banca Comericală Română Chișinău (BCR), www.bcr.md
12. Banca Națională a Moldovei, <https://www.bnm.md>
13. Biroul Național de Statistică, www.statistica.gov
14. Organizația Mondială a Comerțului, <https://www.wto.org>
15. UNCTAD, <https://unctad.org>

Secțiunea
CONTABILITATE

Specificul gestionării riscurilor în sistemul public

Autor: Barbălată Dorian
Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Risk management in the public system is the main action to reduce risk exposure. In case of risk exposure of a public institution, its managers, employees or third parties are affected. Therefore, in this complex process of managing them, first of all, the possible risks that may arise at a certain moment are identified and thus a modeling of some systems in the institution is carried out in order to determine and highlight some main aspects that aim at avoiding them in the future.*

1. Introducere

Analiza riscului în cadrul procesului de management al riscului începe cu realizarea unor scenarii de producere a pierderilor în funcție de factorii de risc care au fost identificați, fiind stabilite în mod clar ce tipuri de pierderi urmează să fie evaluate.

Analiza riscurilor are drept obiective principale determinarea probabilității de apariție și mărimea pierderilor produse de factorii de risc, aspect realizabil în condiții destul de dificile. Această dificultate este generată de faptul că datele disponibile ale entității fie lipsesc, fie sunt insuficiente pentru ca numărul mare de variabile necunoscute să poată intra în ecuația de calcul a probabilităților. În cazul în care factorii de risc prezintă independență, atunci când sunt calculați va interveni probabilitatea lor de apariție iar când aceștia sunt dependenți, va interveni o probabilitate condiționată, îngreunând calculele pentru determinarea riscului global al entității analizate.

În procesul de management al riscului, controlul riscurilor are drept scop eliminarea sau cel puțin reducerea consecințelor expunerii la pierderi. Ideea de bază a procesului de management al riscului constă în primul rând în reducerea riscului și apoi în a transfera ceea ce nu poate fi eliminat sau suficient controlat.

2. Abordări privind expunerea la risc în instituțiile publice

Riscul este folosit ca sinonim pentru pericol, dar sunt întâlnite și alte accepțiuni, ca de exemplu, posibilitatea pierderii, probabilitatea producerii pierderii, hazard sau pierderi potențiale. Se poate aprecia că toate aceste expresii pot caracteriza în mare parte riscul, pentru anumite circumstanțe particulare, dar nicidecum să înlocuiască noțiunea complexă de risc în accepțiunea prezentată în literatura de specialitate și recunoscută de către specialiștii în domeniu. În ceea ce privește posibilitatea de măsurare a riscului, sunt cunoscute următoarele **curente**:

- *riscul nu se poate măsura, prin urmare acesta există sau nu există;*
- *riscul este măsurabil și are valori cuprinse între 0 și 1.*

Acest curent câștigă teren în fața primului și este frecvent utilizat în analizele de risc. Hazardul este utilizat frecvent ca având semnificația de risc prin aceea că reprezintă o împrejurare sau un concurs de împrejurări, favorabile sau nefavorabile, a căror cauză ramâne, în general, necunoscută. Hazardul poate fi structurat după cum se prezintă în continuare: (Munteanu, 2010)

Hazardul moral se manifestă atunci când o persoană poate încerca să cauzeze, intenționat, o pierdere sau să exagereze amploarea unei pierderi produse. Acest tip de hazard are la origine defecte sau labilități ale caracterului uman. Hazardul moral este, în unele cazuri, un risc speculativ. S-a

constatat statistic faptul că o acțiune prin care o persoană încearcă să cauzeze intenționat o pierdere poate determina beneficii pentru acea persoană sau pentru o altă entitate.

Hazardul de comportament sau de conduită se manifestă atunci când o persoană normală este mai puțin atentă față de comportamentul pe care ar trebui să-l adopte în diferite circumstanțe. Spre exemplu, depozitarea de către gestionar a unor bunuri materiale într-un spațiu impropriu poate conduce la creșterea pierderilor în caz de degradare, furt sau incendiu.

Hazardul fizic este asociat persoanelor, proprietății sau proceselor care cresc probabilitatea producerii pericolului sau mărimea pierderilor.

Cele trei categorii de hazard pot exista atât individual, cât și împreună. Dacă primele două categorii de hazard sunt asociate nemijlocit factorului uman, cea de-a treia categorie extinde hazardul și asupra entităților. Prin urmare, riscul desemnează pierderile potențiale la care o entitate este expusă. Atât acceptarea riscului, cât și stabilirea unui nivel tolerabil al riscului pentru un individ sau pentru o societate, diferă de la o comunitate la alta și sunt influențate de o serie de factori psihologici, educaționali, sociodemografici.

Unii specialiști definesc riscul tolerabil astfel: *„Toleranța înseamnă acceptare. Ea se referă la disponibilitatea de a trăi un risc pentru obținerea de anumite beneficii și cu încrederea ca riscul este controlat adecvat. A tolera un risc nu înseamnă că îl vom privi ca fiind neglijabil sau ca pe un lucru pe care îl putem ignora, ci ca pe ceva ce trebuie avut în vedere și redus dacă și când putem”*. (Țurlea & Ștefănescu, 2007). Prin urmare, acceptarea și tolerarea riscului sunt în relație strânsă cu obținerea unui beneficiu sau cu păstrarea unei stări de comoditate obținute anterior producerii consecințelor generate de factorul de risc. Rezultă deci, realitatea că, acceptarea unui anumit nivel al riscului este rezultatul comparării riscului cu beneficiile. Atunci când consecințele manifestării riscului sunt de natură economică, stabilirea nivelului de acceptabilitate își găsește rezolvarea în teoria optimului economic și a optimizării deciziilor.

Problema stabilirii nivelului de acceptabilitate a riscului devine extrem de complexă, dobândind dimensiuni etice și morale deosebite atunci când consecințele sunt de natură socială. În realitate, riscul acceptabil nu este altceva decât o conveniție a factorilor de decizie socio-politico-economici, nivelurile de risc stabilindu-se pe baza anumitor criterii în care trebuie stabilită prevalența acestora, respectiv umane, sociale, politice, economice, diplomatice.

În concluzie, se poate afirma că:

✓ *noțiunea de risc implică o pierdere posibilă pentru o anumită entitate, care poate fi omul (individ, grup, societate), proprietatea (active fixe și circulante) și mediul;*

✓ *managementul riscurilor constituie un amplu proces prin intermediul căruia se utilizează diverse resurse materiale, financiare și umane în vederea atingerii obiectivelor, care conduc către diminuarea expunerii la riscuri;*

✓ *principiul primordial care stă la baza managementului riscului constă în a încerca reducerea acestuia la un nivel acceptabil sau a transfera ceea ce nu se poate elimina sau controla suficient;*

✓ *managementul trebuie să creeze un mediu de control favorabil unei bune gestiuni legale a riscurilor din entitatea pe care o conduce, prin conceperea și aplicarea unei strategii eficiente de organizare și exercitare a controlului intern, adaptată specificului entității;*

✓ *pe fondul complexității crescânde a entităților și al extinderii domeniului normativ, auditul intern ajută managerii la găsirea unor forme, metode și proceduri care să le protejeze de apariția și manifestarea unor riscuri majore, indicând punctele slabe ale entității și recomandând soluții pertinente și adecvate eliminării acestora.*

Dintre principalele elemente componente ale expunerii la risc se pot aminti: entitatea expusă riscului, factorii de risc și impactul financiar al pierderii. Factorii de risc în raport cu originea lor, pot fi naturali (incendii, inundații, cutremure, tornade), umani (omul și faptele lui nocive societății) și economici (recesiune, inflație, progres, globalizare).

Managerii trebuie să cunoască faptul că unuia și aceluiași factor de risc îi pot corespunde atât mai multe tipuri de pierderi, cât și diverse entități afectate. Acesta este principalul motiv pentru care factorii de risc trebuie identificați și analizați în contextul particular al situației de risc ce se evaluează, care împreună cu un factor de risc dintr-o categorie poate determina manifestarea altuia/altora din alte categorii.

Impactul financiar al pierderii este determinat de amploarea consecințelor suportate de entitate când se manifestă factorii de risc. Pierderile materiale sunt mai ușor de evaluat, pe când cele umane (răniri, îmbolnăviri, pierderi de vieți omenești) sunt mult mai dificil de calculat. Este evident că impactul financiar al pierderilor produse poate avea dimensiuni diferite asupra entității supuse acțiunii riscului. Astfel, o pierdere de o anumită valoare poate fi catastrofală pentru o entitate mică, după cum poate fi ne semnificativă pentru o entitate cu un mare potențial economic și financiar.

3. Aspecte cu privire la tehnicile utilizate în determinarea riscului

Evaluarea sau estimarea riscului, în general, este normal să se efectueze în *faza preliminară a auditului*, chiar dacă aceasta necesită o muncă făcută în mod temeinic, pentru ca opinia auditorului să beneficieze de premise bine fundamentate. Nu trebuie însă să fie un proces de lungă durată, auditorul trebuie să identifice mijloace eficiente de determinare a riscului esențial.

Obiectivul acestei evaluări preliminare a riscului este să permită auditorului să-și formuleze o primă impresie despre entitatea sau subiectul supus auditării, de care să țină seama în procesul de planificare a lucrărilor de auditare. Însă, trebuie făcută distincția între **evaluarea profundă** a controalelor interne, tranzacțiilor și soldurilor conturilor, care se va realiza prin diverse teste și proceduri în cadrul strategiei globale de audit și între **evaluarea preliminară** a riscului.

În cadrul unui audit financiar, la fundamentarea planului general de lucru, auditorul anticipează riscul aferent situațiilor financiare, prin estimări și testări rapide la nivelul soldurilor și rulajelor conturilor semnificative. Pentru evaluarea profundă a riscului, auditorul trebuie să apeleze la cât mai multe proceduri de audit, pe care le aplică „cu scepticism profesional” pe o gamă cât mai largă de operațiuni financiare și solduri ale conturilor.

În activitatea practică dar și așa cum este prezentat de literatura științifică în domeniu, **riscul de audit se determină** (Măcriș, 2012) de obicei, utilizând:

❖ **Tehnicile sondajului statistic**, prin intermediul cărora se obține o estimare suficient de sigură a rezultatului determinat pe baza examinării analitice a unei secvențe din totalul populației auditate. O astfel de estimare are la bază următorii **indicatori**:

- *abaterea admisă* reprezintă intervalul în care este cuprins rezultatul identificat al estimării;
- *precizia sau garantarea rezultatului* reprezintă o mărime relativă a șansei ca rezultatul estimării să fie exact.

Modelul matematic sau statistic al riscului auditului este dat de relația:

$$R_a = R_i \times R_c \times R_n \text{ sau } R_n = \frac{R_a}{R_c \times R_i}$$

Unde:

- R_a = riscul auditului;
- R = riscul inerent;
- R_c = riscul controlului;
- R_n = riscul de nedetectare.

Relația de mai sus este mai mult utilizată la determinarea trendului riscului, pentru analizele și comparațiile efectuate de auditor.

❖ **Matricea riscurilor de audit** este cea care evaluează relația dintre componentele riscului de audit și poate utilizată în condițiile în care componentele riscului de audit se află la niveluri acceptabile. Spre exemplu, dacă riscul inerent se evaluează de către auditor la nivel „moderat”, iar riscul de control la nivel „ridicat” atunci nivelul riscului de nedetectare în audit se situează la nivel „scăzut”. De asemenea, se poate utiliza atât pentru determinarea riscului de nedetectare la nivelul entității auditate ca întreg, cât și la nivelul situațiilor financiare, iar în cadrul acestora pentru riscul aferent soldurilor sau rulajelor conturilor.

❖ **Matricea sintezei riscurilor** este asemănătoare cu matricea componentelor de risc, prezentată mai sus, dar în această situație, pe liniile matricei se înscriu domeniile semnificative ale auditului, iar pe coloane se înscriu criteriile auditului. La intersecția coloanelor cu liniile se înscrie mărimea riscurilor, ce sunt astfel notate: **S** - risc scăzut; **M** - risc moderat; **R** - risc ridicat.

La fiecare domeniu semnificativ, în ultima coloană se estimează riscul general aferent, în funcție de criteriile de evaluare iar la fiecare criteriu de evaluare, pe ultima linie se estimează riscul general aferent, funcție de domeniul semnificativ. Prin urmare, modalitatea de determinare a riscului general pe factori de risc este asemănătoare cu cea descrisă la matricea sintezei riscurilor.

4. Particularități ale procesului de gestionare a riscurilor în sistemul public

În vederea gestionării cu eficiență a procesului de management al riscurilor, în fiecare instituție trebuie să existe:

- ✓ o procedură de sistem cu privire la managementul riscurilor care să stabilească un cadru general unitar de identificare, evaluare și gestionare a riscurilor;
- ✓ o echipă care să gestioneze riscurile;
- ✓ existența unor responsabili cu gestionarea riscurilor la nivelul fiecărui compartiment din cadrul instituției.

În procesul de management al riscurilor sunt necesare parcurgerea următoarelor **faze**:

- ❖ **Stabilirea și implementarea măsurilor de control ale riscurilor** (strategia adoptată)

Această etapă vizează mai multe etape:

➤ **Toleranța la risc.** În cadrul strategiei de risc este definită toleranța la risc. Există situații în care riscul poate fi oportunitate sau amenințare, caz în care toleranța la risc are o valență duală. Toate riscurile, care au expuneri mai mari decât limitele stabilite, trebuie controlate, astfel încât riscurile reziduale să aibă o expunere cel mult egală cu toleranța la risc. Un astfel de proces de reajustare favorizează asumarea unor decizii responsabile, necesare în gestionarea riscurilor în limitele de toleranță. Analiza limitelor de toleranță propuse, este realizată din mai multe **perspective**:

✓ **perspectiva cost-beneficiu**, atunci când se stabilește dacă sunt necesare ajustări, rolul analizei fiind de a determina dacă limita de toleranță propusă nu necesită cheltuieli foarte mari față de beneficiul ce urmează a fi obținut.

✓ **perspectiva resurselor totale pe care instituția le poate aloca măsurilor de control**, se referă la faptul că atunci când resursele sunt insuficiente, este efectuată o ierarhizare a riscurilor în funcție de priorități și o reajustare a limitelor de toleranță pentru riscurile mai puțin importante. Ulterior, limitele de toleranță ajustate se transformă în limită maximă a expunerii la riscurile reziduale.

Toleranța la risc se poate realiza și în raport cu expunerea la risc, utilizând o reprezentare matriceală, astfel: toate riscurile care au un nivel al expunerii peste limita de toleranță la risc acceptată necesită măsuri de control prin care aceste riscuri să devină unele reziduale. Stabilirea limitei de toleranță la risc ține de responsabilitatea managerială, întrucât aceasta necesită implicații importante asupra costurilor asociate măsurilor de control și a costurilor generate de expunerea la risc. După stabilirea toleranței la risc, se realizează profilul de risc al instituției, care oferă o imagine de ansamblu a evaluării generale atent documentată și prioritară în condițiile date, a gamei de riscuri specifice cu

care se confruntă această instituție. În concluzie, riscurile semnificative, care au un nivel al expunerii care se află deasupra limitei de toleranță, vor fi tratate prin măsuri specifice de control intern.

Profilul de risc este realizat pe baza Registrului de riscuri al instituției, ce constituie principalul instrument funcțional în managementul riscurilor. Acesta este întocmit la nivelul fiecărei structuri din cadrul organigramei respectivei instituții, prin intermediul căruia se confirmă că la nivelul unei entități publice există un sistem de monitorizare a riscurilor funcțional. Registrul de riscuri pe compartimente conține toate riscurile identificate iar Registrul de riscuri pe instituție cuprinde riscurile medii și ridicate, în funcție de procedura privind managementul riscurilor aplicată la nivelul fiecărei entități.

➤ **Răspunsul la risc și controlarea riscurilor**

După ce riscurile au fost identificate și evaluate și după ce s-au definit limitele de toleranță în cadrul cărora instituția este dispusă, la un moment dat, să-și asume riscuri, este necesară stabilirea tipului de răspuns la risc pentru fiecare risc în parte. Problematika controlării sau necontrolării riscurilor este abordată, în funcție de toleranță, context în care se vorbește despre riscuri care nu pot fi controlate până la un nivel satisfăcător al expunerii, sau despre riscuri controlabile doar parțial. Prin urmare, în teoria riscurilor s-au identificat strategii alternative pe care conducătorii le pot adopta ca răspuns la risc.

➤ **Strategii aplicabile managementului riscurilor în cadrul căreia sunt vizate:**

✓ *acceptarea sau tolerarea riscurilor*, constă în neinițierea unor măsuri de control al riscurilor, fiind adecvat pentru riscurile inerente a căror expunere este mai mică decât toleranța la risc. Acceptarea intervine atunci când riscurile sunt liber asumate, sau când aplicarea unei alte strategii de răspuns la risc nu este posibilă. O astfel de opțiune de răspuns la risc trebuie însoțită de planuri de gestiune a riscurilor care să abordeze tratarea impactului atunci când riscul se materializează. Tolerarea sau acceptarea riscurilor este o strategie recomandată în cazul riscurilor cu o expunere mică.

✓ *monitorizarea permanentă a riscurilor*, se referă la acceptarea riscului cu condiția menținerii sale sub o permanentă supraveghere. Probabilitatea este parametrul supravegheat cu precădere, deoarece strategia monitorizării se aplică în cazul riscurilor cu impact semnificativ, dar cu probabilitate mică de apariție. Prin urmare aplicarea unei astfel de strategii necesită o analiză atentă a riscurilor cu probabilitate mică de apariție, dar cu un impact ridicat, în situația în care obiectivele afectate sunt strategice pentru entitate.

✓ *evitarea riscurilor*, constă în eliminarea activităților care generează riscurile și pentru care nu există altă modalitate de a controla riscurile în limite tolerabile.

✓ *transferarea ori externalizarea riscurilor*, presupune încredințarea gestionării riscului unui terț care are expertiza necesară gestionării aceluși risc, încheindu-se în acest scop un contract. Acesta este o activitate de reorganizare, astfel încât riscul să fie transferat la o altă structură din instituție, care este specializată în gestionarea unor astfel de riscuri, în special în cazul riscurilor financiare și patrimoniale.

✓ *tratarea sau atenuarea riscurilor*, are în vedere faptul că, în timp ce instituția va continua să desfășoare activități care generează riscuri, aceasta va proceda la implementarea unor instrumente de control intern pentru a menține riscurile în limite tolerabile. Așadar, orice risc care este acceptat, monitorizat sau tratat - trebuie însoțit de măsuri de control intern, care să descrie acțiunile ce trebuie întreprinse în cazul în care riscurile se materializează.

❖ **Monitorizarea implementării măsurilor de control**

Măsurile de control privind gestionarea riscurilor trebuie să asigure un nivel acceptabil, respectiv toleranța la risc. După aplicarea măsurilor de control, riscul rezidual trebuie să se încadreze în toleranță la risc. Managementul riscurilor este în strânsă legătură cu obiectivele instituției publice, care se transpun în obiective specifice și în activități aferente realizării acestora. În acest sens, vor trebui definite și implementate măsurile de control privind gestionarea riscurilor de la vârful piramidei care să fie în concordanță cu activitățile derulate pentru realizarea obiectivelor specifice. Prin urmare, **monitorizarea măsurilor de control se realizează după cum urmează:**

- *pentru compartimentele din cadrul entității publice - periodic*, în funcție de tipurile de risc, caz în care responsabilii cu riscurile raportează superiorului ierarhic al structurii, riscurile identificate în Registrul de riscuri pe compartiment;

- *pentru planul de implementare a măsurilor de control de la nivelul entității publice - se realizează anual*, caz în care responsabilii cu riscurile raportează Echipei de gestionare a riscurilor de la nivelul instituției riscurile semnificative sau strategice identificate în Registrul de riscuri pe instituție.

După elaborarea registrului de riscuri pe entitate, pe baza profilului de risc și prin stabilirea tipului de strategie se întocmește un Plan de implementare a măsurilor de control, aferent riscurilor semnificative sau strategice în cadrul instituției. Un astfel de plan de măsuri conține: denumirea riscului, măsurile de control, termenele de implementare, responsabilii cu implementarea măsurilor de control, precum și recomandări cu privire la măsurile de control cuprinse în rapoartele de audit întocmite de către: structura internă de audit, Curtea de Conturi, Autoritatea de audit, structurile de audit ale Comisiei Europene.

❖ **Revizuirea riscurilor și raportarea periodică a situației acestora**

Revizuirea și raportarea riscurilor este faza care încheie procesul de management al riscurilor. Dintre **motivele care impun revizuirea și raportarea riscurilor**, se pot menționa:

- ✓ *schimbări majore care pot interveni în mediul instituțional sau în obiectivele entității;*
- ✓ *modificarea profilurilor riscurilor, ca urmare a implementării instrumentelor de control intern și a schimbării circumstanțelor care favorizează apariția riscurilor;*
- ✓ *obținerea de asigurări privind eficacitatea gestionării riscurilor și identificarea nevoii de a lua măsuri viitoare.*

Procesele de revizuire trebuie puse în aplicare pentru a analiza dacă: riscurile persistă, au apărut riscuri noi, impactul și probabilitatea riscurilor au suferit modificări, instrumentele de control intern puse în aplicare sunt eficiente și anumite riscuri trebuie gestionate la nivele de management superioare.

Rezultatele revizuirilor trebuie raportate pentru a se asigura monitorizarea continuă a situației riscurilor și pentru a se sesiza schimbările majore care impun modificarea priorităților. Acestă revizuire va trebuie să:

- *permită analizarea procesului de management a riscurilor cel puțin o dată pe an, să asigure faptul că riscurile sunt supuse revizuirii cu o frecvență corespunzătoare, stabilită în raport cu mobilitatea circumstanțelor și a naturii instrumentelor de control intern ce urmează a fi implementate;*
- *stabilească mecanisme de alertare ale nivelelor superioare manageriale în privința noilor riscuri sau a schimbărilor survenite la riscurile deja identificate, astfel încât aceste schimbări să fie abordate corespunzător.*

Revizuirea riscurilor și a gestionării acestora este realizată în prima etapă, prin metoda autoevaluării. Responsabilii cu riscurile au obligația de a evalua, cel puțin o dată pe an, de obicei la finele exercițiului financiar, riscurile din sfera lor de responsabilitate, precum și stadiul de implementare a instrumentelor de control intern preconizate și eficacitatea lor. Totodată, responsabilii cu riscurile au obligația de a raporta periodic, funcție de situație: trimestrial, semestrial sau anual, nivelelor ierarhic superioare ce activități au desfășurat pentru a actualiza riscurile și pentru a le menține la un nivel corespunzător, aceste rapoarte fiind incluse în sistemul de raportare al fiecare instituții.

Întotdeauna, subiectivitatea autoevaluării în procesul de revizuire a riscurilor și a gestionării riscurilor este compensată de către auditul intern care, prin natura misiunii sale, are obligația de a face evaluări independente și misiuni de audit pentru a se asigura că riscurile sunt identificate și bine gestionate și, ca atare, obiectivele instituției vor fi atinse.

5. Concluzii

Gestionarea riscurilor în sistemul public constituie o abordare importantă a unei acțiuni care folosește diverse resurse materiale, financiare și umane având drept scop principal reducerea expunerii la riscuri. În cadrul acestui proces este necesar a fi atinse obiective care să facă referire la cheltuielile și economiile legate de procesul expunerii la risc, la obiectivele de asigurare a continuității, existenței și funcționării unei entități din sistemul public. Trebuie precizat faptul că, în situația expunerii la risc a unei instituții publice nu este afectat numai conducătorul acesteia, ci și angajații sau alte terțe persoane. În acest proces de management al riscurilor, identificarea riscurilor constă în identificarea greșelilor posibile care pot să apară la un anumit moment și astfel este realizată o modelare a unor sisteme din instituție cu scopul de determinare și evidențiere a unor aspecte principale.

Orice activitatea de identificare a greșelilor are ca finalitate depistarea, în măsura posibilului a existenței unor factori de risc. Identificarea acestora are ca avantaj faptul că sunt create condițiile de analiză și tratare a acestora, într-o fază incipientă. Urmare a faptului că, factorii de risc se modifică de-a lungul timpului, identificarea riscului reprezintă este un proces continuu și sistematic. În vederea sistematizării acestora sunt necesare utilizarea unor metode de lucru (metodele de realizare a analizelor cantitative și calitative pentru identificarea greșelilor, chestionare sau liste cu întrebări) și tehnici pentru identificare (sondajul și chestionarul, brainstorming-ul pe activități sau compartimente, comparațiile, și verificările). După experiența mea din activitatea practică rezultă că niciodată riscurile nu vor putea fi evaluate în totalitate. Așadar în realitate, acceptarea unui anumit nivel al riscului este rezultatul comparării riscului cu beneficiile. Atunci când consecințele manifestării riscului sunt de natură economică, stabilirea nivelului de acceptabilitate își găsește rezolvarea în teoria optimului economic și a optimizării deciziilor.

Bibliografie:

1. Ghiță M., Iațco C., Brezeanu C.O., Vorniceanu M., *Guvernanța Corporativă și auditul intern*, Editura Tipo Moldova, Iași, 2009.
2. Munteanu Victor (coord.), *Auditul intern la întreprinderi și instituții publice. Concepte, metodologie, reglementare și studii de caz*, Editura Wolters Kluwer, București, 2010.
3. Măcriș M., *Audit. Note de curs*, Centrul de Multiplicare al Universității din Petroșani, 2012.
4. Țurlea Eugeniu, A.G. Roman, H.Neamțu, *Audit financiar. Misiuni de asigurare și servicii conexe*, Editura Economică, București, 2012.
5. Țurlea E., Ștefănescu A., *Auditul intern și managementul riscurilor în entitățile din sectorul public*, Editura ASE, București, 2007
6. Ministerul Finanțelor Publice, Unitatea Centrală de Armonizare a Sistemelor de Management Financiar și Control, Metodologia de implementare a Standardului de control „Managementul Riscurilor”, 2018, http://discutii.mfinante.ro/static/10/Mfp/control_prev/manuale/METOD_IMPLEMENTARE_RISC.pdf.
7. Ordinul Secretarului General al Guvernului nr. 400/2015 pentru aprobarea codului controlului intern managerial al entităților publice, cu modificările și completările ulterioare.

Aspecte privind fiscalitatea directă în Uniunea Europeană

Autor: Bîțcan Mădălina Maria
Coordonator: Conf. univ. dr. Monea Alin
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Direct taxes are non-transferable taxes paid by the tax payer to the government. The field of direct taxation is not directly governed by European Union (EU) rules. Nevertheless, a number of directives establish harmonised standards for taxation of companies and private individuals.*

Introducere

La data de 5 noiembrie 1997, Comisia Europeană a adoptat o comunicare ce vine cu măsuri împotriva concurenței fiscale păgubitoare în UE, și anume, pachetul fiscal (Com 97, 564). Aceasta se baza pe propunerile comunicării din 1 octombrie 1997 (Com 97, 495), și care pune problema de a merge înainte în reducerea distorsiunilor fiscale naționale într-o manieră favorabilă utilizării forței de muncă. Aceste comunicări conțin trei tipuri de proiecte

*un cod de conduită în materie de fiscalitate a întreprinderilor, însoțit de un mecanism de urmărire, care trebuie reexaminat după doi ani de la aplicare.

*elemente care duc la o apropiere în materie de impozitare a veniturilor din economii.

*un acord pentru eliminarea reținerilor la sursă aferente plătitorilor de dobâni și de redevențe între întreprinderi.

Atunci când fiscalitatea directă are o incidență asupra celor patru libertăți înscrise în tratatul CE (libera circulație a mărfurilor, a persoanelor, a serviciilor și a capitalurilor) și dreptul de stabilire a persoanelor și a întreprinderilor, dispozițiile naționale trebuie să respecte aceste libertăți fundamentale. Din acest motiv, regimurile aplicabile în materie de fiscalitate directă nu au fost niciodată armonizate în CE. Câteva progrese se văd și au fost realizate, dar acestea nu sunt decât un răspuns parțial la situații specifice, precum dubla impozitare sau activitățile economice transfrontaliere.

Impozitele directe în UE

Impozitele directe sunt reprezentate de contribuțiile bănești ale persoanelor (fizice sau juridice) care posedă avere sau care realizează venituri, constituind cea mai simplă și cea mai veche formă de impunere, asigurând echitatea fiscală. Astfel, în vederea acoperirii cheltuielilor publice, impozitele reprezintă forța de prelevare a unei părți din averea sau veniturile atât ale persoanelor fizice, cât și juridice, fiind considerate unul dintre cele mai importante instrumente de intervenție a statului în economia fiecărui stat.

Impozitele directe sunt clasificate după cum urmează:

1. Impozitul pe profit;
2. Impozitul pe venit printre care reamintim impozitele din activități independente, din dividende, din dobânzi, din cedarea folosinței bunurilor etc.;
3. Alte impozite directe-impozit pe venit realizate de persoane juridice nerezidente etc.;
4. Contribuții; O altă clasificare delimitează impozitele reale de cele personale.

Impozitele reale sunt acele impozite care se stabilesc asupra obiectelor materiale (clădiri, mijloace de transport, etc.) În acest caz, subiectul impozabil sau plătitorul nu reprezintă un factor de decizie în calcularea bazei impozabile, neținându-se cont de situația personală a proprietarului. Din cauza acestui fapt, este folosit și termenul de impozite obiective. Impozitele personale se află în strânsă legătură cu persoana contribuabilă și privesc în mod direct situația personală a subiectului impozabil.

Acestea se întâlnesc sub două forme: impozitul pe venit și impozitul pe avere. *Impozitul pe venit include impozitele pe veniturile persoanelor fizice și impozitele pe veniturile societăților de capital.

* În componența impozitului pe avere se regăsesc impozite pe averea propriu zisă, impozite pe circulația averii și impozitul pe sporul de avere.

Avantajele impozitelor directe:

- asigură într-o măsură mai mare echitatea fiscală, întrucât situațiile personale ale fiecărui contribuabil reprezintă un factor decisiv, fiind aplicate asupra venitului individual impozabil;
- oferă posibilitatea impozării diferențiate a grupurilor cu venituri mai mari.
- sunt nominative, pot fi calculate din timp, cunoscându-se și termenele de plată sunt precis determinate;
- imposibilitatea sustragerii de la plată deși inițiativele de armonizare sunt numeroase iar reglementările au la bază coordonarea fiscală în cadrul Uniunii Europene, efectul lor permite în continuare existența unor sisteme fiscale naționale foarte diferite, în special în ceea ce privește impozitele directe, avându-se în vedere baza de impozitare, tipul impozitelor, cotele de impozitare, precum și procedurile administrative de colectare.

În domeniul impozitelor directe, armonizarea fiscală a fost cu mult mai restrânsă, urmărindu-se în principal neafectarea liberei concurențe pe piață, minimizarea posibilităților de evaziune și evitarea dublei impuneri, pe baza acordurilor bilaterale între statele membre și nu în ultimul rând, evitarea efectelor negative ale concurenței între statele membre, în special evitarea transferului bazei fiscale prin fenomenul de migrație a afacerilor aflate în căutarea regimului fiscal cel mai favorabil. Ultimul obiectiv ar putea fi considerat pe deplin justificat, dacă avem în vedere că în ultimul timp, s-a remarcat tot mai mult o tendință identificabilă atât pe plan mondial dar și în interiorul UE ca o parte a bazei de impunere să fie din ce în ce mai elastică în funcție de ratele de impunere, migrând spre zone fiscale cât mai favorabile.

Realizarea obiectivelor propuse în sfera armonizării impozitelor directe, a fost stânjenită de două obstacole care s-au amplificat reciproc: pe de o parte regula unanimității, care presupune ca toate statele membre ale UE trebuie să fie de acord cu o decizie comunitară în materie de impozitare (fiind aici vorba de baze sau cote de impozitare), și pe de alta parte datorită absenței unei convergențe de vederi asupra limitelor acestui demers (structura bazei de impozitare sau limite maxime sau minime ale cotelor de impozitare).

Primele propuneri referitoare la armonizarea ratelor de impunere au fost formulate în rapoartele comitetelor Neumark în anul 1963 și Van den Tempel în anul 1971, însă nu s-au finalizat. Un exemplu al evoluției cu pași mărunți a procesului de armonizare fiscală, în domeniul impozitării directe, îl reprezintă impozitarea companiilor, deoarece se considera că există riscul ca ratele de impozitare foarte scăzute dintr-o țară, sau diversele reduceri fiscale să atragă, în mod nelocual, firme din țări concurente cu efecte în erodarea bazelor de impozitare din țările lor de origine. În acest sens, sunt de menționat eforturile de realizare a unei apropieri a dispozițiilor de reglementare sau administrative din statele membre pentru stabilirea unei baze de impozitare consolidată comună care să se aplice întregii activității a unei companii indiferent unde își desfășoară activitatea în cadrul UE. Complexitatea problemelor și extrema diversitate a recomandărilor și implicațiilor abordate cu privire la acest aspect de diferite comitete de experți și specialiști la care s-a apelat în decursul timpului, fac ca perspectiva finalizării acestor eforturi să fie incertă. Dacă în domeniul

impozității companiilor preocupările pentru armonizare au fost mai intense, în domeniul impozității veniturilor realizate de persoanele fizice astfel de preocupări s-au limitat la câteva măsuri referitoare la venituri realizate din circulația capitalurilor (dobânzi, redevențe) pentru a se evita dubla impunere internațională.

Deși cotele de impunere ca elemente de comparație pot fi discutate prin prisma structurii bazelor impozabile la care se aplică (în cazul impozității companiilor) și a metodelor de impozitare (separată sau globală în cazul impozității persoanelor fizice), constatăm că există diferențe semnificative, chiar și între state în care metodele de stabilire a bazelor de impunere sunt asemănătoare. Asistăm astfel la diferențe de cote de la 10 % cum este cazul în Bulgaria, până la cote de 35% în Malta sau 34 % în Belgia și Franța. Se observă că în general, țările UE de până la extinderile din anii 2000, înregistrează cote mari de impozitare: Germania (29,55%), Franța (33,33), Belgia (34%), Italia (31,4%), Luxemburg (29,22%).

Diferențe mari există și între țările devenite membre UE după extinderile din anii 2000 : Bulgaria (10%), Cipru (12,5%) față de Estonia (21%), sau Slovacia (23%). Aceleași diferențe semnificative se înregistrează și în domeniul impozității veniturilor realizate de persoanele fizice, unde întâlnim cote marginale de la un nivel minim de 10% în Bulgaria, până la 56.6 % în Suedia sau 55,56 % în Danemarca, fără să mai luăm în calcul ca în cazul Bulgariei ca și în cazul României și altor state discutăm de o cota unică de impozitare, spre deosebire de impozitarea progresivă care este cu mult mai agresivă. După cum rezultă din graficul nr. 1 și 2, în ceea ce privește armonizarea cotelor de impozitare, toate eforturile s-au soldat cu eșecuri, astfel încât astăzi asistăm la un nivel al cotelor de impozitare din Statele Membre care diferă puternic într-un interval destul de larg. În absența unor decizii comunitare cu privire la bazele sau cotele de impunere, în acord cu evoluțiile care au urmat, dreptul comunitar s-a impus și în domeniul impozitelor directe, prin instituirea de directive orientate către o armonizare structurală care să reglementeze unele domenii, cum ar fi: impunerea veniturilor sucursalelor, filialelor situate în mai multe state membre și eliminarea dublei impuneri, realizarea unui regim fiscal comun aplicabil fuziunilor, divizărilor și aporturilor la constituirea unei societăți, impozitarea economiilor și redevențelor). Trebuie precizat, că în interiorul UE, există diferențe semnificative de filozofie fiscală și în ceea ce privește structura impozitelor în total venituri fiscale. De altfel, este cunoscut că în timp ce statele dezvoltate au sisteme fiscale axate pe impozitele directe, statele mai puțin dezvoltate, îndeosebi cele nou devenite membre, aplică sisteme fiscale axate pe impozite indirecte și contribuții sociale mari. Ratele mici de impozitare a companiilor și a venitului personal aplicate Statele Membre care au aderat după anul 2000, reprezintă o parte semnificativă din motivele pentru care veniturile lor fiscale încasate, sunt reduse ca pondere în totalul veniturilor fiscale.

În ceea ce privește impozitele directe, armonizarea fiscală a cunoscut arii mult mai restrânse, obiectivele principale ale Uniunii Europene fiind reprezentate de neafectarea liberei concurențe pe piața unică, evitarea dublei impuneri prin adoptarea unor acorduri bilaterale între statele membre, reducerea posibilității de evaziune și evitarea efectelor negative ale concurenței ce poate avea loc între statele membre, cu precădere evitarea transferului bazei impozabile prin fenomenul de migrație a afacerilor într-un regim fiscal mai favorabil.

Impozitarea directă nu prevede în mod specific alinierea impozitelor directe, de fapt, anumite aspecte ale fiscalității directe nu necesită nicio armonizare sau coordonare și sunt lăsate în întregime la aprecierea statelor membre, conform principiului subsidiarității.

Efectele acestui fapt duc la erodarea bazelor de impozitare existente în țările de origine. Sunt de menționat, în acest sens, încercările de aliniere a dispozițiilor de reglementare sau administrative la nivelul tuturor statelor membre, eforturi îndreptate spre stabilirea unei baze de impozitare comună, aplicabilă întregii activități a unei întreprinderi, indiferent de locația în care aceasta își desfășoară activitatea pe teritoriul Uniunii Europene.

Complexitatea acestor probleme și diversitatea recomandărilor și implicațiilor abordate ce au în vedere aceste aspect de numeroase comitete de specialiști și experți, fac ca perspectiva

finalizării acestor eforturi să fie incertă. Dacă demersurile în vederea armonizării domeniului impozitării companiilor au fost mai intense, preocupările în ceea ce privește impozitarea veniturilor realizate de persoane fizice au fost limitate la un număr restrâns de măsuri referitoare la evitarea dublei impuneri internaționale, avându-se în vedere veniturile realizate din circulația capitalurilor

În ceea ce privește procesul de armonizare a cotelor de impozitare, toate demersurile s-au soldat cu eșecuri, astfel încât nivelul cotelor de impozitare existente astăzi la nivelul statelor membre diferă puternic într-un interval destul de larg.

În absența deciziilor comunitare ce privesc cotele de impozitare sau bazele, în acord cu evoluțiile ce au urmat, dreptul comunitar s-a impus în domeniul impozitelor directe, prin intermediul instituirii unor directive orientate spre o aliniere structurală menită să reglementeze unele domenii, spre exemplu: impunerea veniturilor filialelor și sucursalelor ce își desfășoară activitatea în mai multe state membre în vederea eliminării dublei impuneri, realizarea unui regim fiscal comun având ca arie de aplicabilitate fuziunile, diviziunile și aportul la constituirea unei societăți, impozitarea economiilor și redevențelor, etc.

De asemenea, este necesară precizarea faptului că, în interiorul Uniunii Europene există diferite accepțiuni în ceea ce privește filozofia fiscală sau structura impozitelor. Mai este cunoscut faptul că sistemele fiscale ale statelor dezvoltate sunt axate pe impozite directe, în timp ce statele mai puțin dezvoltate, cu precădere cele nou devenite membre, sunt caracterizate de sisteme fiscale bazate pe impozite indirecte și contribuții sociale. Putem afirma faptul că în domeniul impozitării directe eforturile de armonizare a eșuat în mare parte.

Unul dintre motivele principale este reprezentat de faptul că statele membre privesc politică fiscală ca fiind o componentă importantă a suveranității naționale, sistemele fiscale deosebindu-se în mare măsură datorită diferențelor substanțiale între structurile economice și sociale.

Reținerile statelor membre față de eforturile de armonizare fiscală în domeniul impozitelor directe nu sunt doar o expresie a gradului diferit de exigență ci și prin faptul că armonizarea impozitelor indirecte a avut ca rezultat diminuarea considerabilă a marjei de manevră a autorităților naționale în materia impozitării. Chiar și în acele cazuri în care adoptarea actelor legislative comunitare în acest domeniu a fost un succes, ca mijloace de armonizare s-au utilizat Directivele și mai puțin Regulamentele.

Fiscalitatea, mai ales cea a întreprinderilor este unul dintre domeniile politicilor comunitare în care CE nu poate adopta măsuri legislative decât cu un vot unanim. La început erau în vigoare doar două directive și o convenție, toate trei adoptate în momentul reuniunii CE din data de 23 iulie 1990, apoi, la 1 decembrie 1997, CE a adoptat un pachet de măsuri destinat să combată concurența fiscală păgubitoare, având ca obiectiv însuflarea unui nou dinamism coordonării fiscale în cadrul UE, atât pentru întreprinderi, cât și pentru persoane fizice.

Directivele, conținând doar obligații de rezultat, permite o marjă de alegere din partea autorităților a modului în care actele sunt transpuse în legislația națională, nefiind necesară aplicarea directă ca în cazul Regulamentelor. Astfel, Autoritățile naționale au tendința de a conserva suveranitatea lor fiscală, argumentând suplimentar refuzul altor state membre de a se supune.

În ceea ce privește România, procesul de armonizare fiscală a avut loc prin transpunerea directivelor europene privind impozitarea directă în legislația națională. Amintim astfel câteva directive impuse pentru a încuraja armonizarea fiscală:

Directiva nr. 90/434/CEE din 23 iulie 1990 privind regimul fiscal comun care se aplică fuziunilor, scindărilor, cesionării de active și schimburilor de acțiuni între societățile din diferite state membre

Rolul acestei directive este acela de a facilita fuziunile transfrontaliere ale societăților comerciale pe acțiuni constituite în conformitate cu dreptul unui stat din cadrul Uniunii Europene, care își au sediul social pe teritoriul comunității.

Directiva stabilește procedurile utilizate pentru fuziunile transfrontaliere, inclusiv proiectul comun de fuziune, pregătirea rapoartelor întocmite de un expert independent, aprobarea de către adunarea generală, întocmirea raportului cu privire la aspecte economice și juridice. Această Directivă a cunoscut modificări prin adoptarea unei alte Directive care "a intrat în vigoare la 15 decembrie 2005. Țările UE au avut obligația de a o transpune în legislația națională până la 15 decembrie 2007." Directiva a fost transpusă în mod integral în Codul Fiscal, aplicându-se de la data aderării la 1 ianuarie 2007.

Scopul ultim al acestei directive este reprezentat de încercarea de a se evita impozitarea profitului rezultat în cadrul unei fuziuni în urma diferenței între valorile de transfer atât a pasivelor, cât și a activelor. Operațiunile de divizare sau de fuziune nu reprezintă "transferuri impozabile pentru diferența dintre prețul de piață al elementelor de activ și pasiv transferate și valoarea lor fiscală."

Dacă rezervele sau provizioanele constituite anterior de către societatea cedentă sunt deduse fiscal, acestea pot fi preluate în aceleași condiții de deducere. Dacă societatea cedentă înregistrează pierdere fiscală, această nu poate fi recuperată. În cazul în care societatea beneficiară deține una sau mai multe participații la capitalul societății cedente, venitul realizat din anularea participației nu este impozabilă numai în situația în care participația deținută este mai mare de 10% .

Lista entităților eligibile la care Directiva face referire este publicată în anexa Codului Fiscal.

Directiva 90/435/CEE din 23 iulie 1990 privind regimul fiscal comun care se aplică societăților-mamă și filialelor acestora din diferite state membre

Această Directivă are în vedere regimul fiscal comun aplicabil societăților mamă și filialelor din diferite state membre. Directiva este implementată în Codul Fiscal și este aplicabilă de la data aderării României la Uniunea Europeană. Dividendele plătite de o companie română unei companii care are sediul permanent într-un stat membru, sunt scutite de impozit, dacă compania beneficiară dividendelor deține un minimum de 10% din titlurile de participare la compania română, pe cel puțin o perioadă neîntreruptă de 2 ani.

Scopul acestei directive este acela de a se asigura că filialele care își au sediul pe teritoriul altui stat membru nu sunt impozitate și de statul societății-mamă.

Fiecare stat membru aplică prezenta directivă:

* repartizării profiturilor primite de societățile din statul respectiv, provenite de la filialele lor din alte state membre;

* repartizării profiturilor de către societățile din statul respectiv către societăți din alte state membre, ale căror filiale sunt.

Prezenta directivă nu împiedică aplicarea dispozițiilor interne sau a celor bazate pe acorduri, necesare pentru prevenirea fraudei sau abuzului.

Cu toate acestea, fiecare stat membru își rezervă dreptul de a dispune ca orice impozite aferente participației și profitului ce rezultă din repartizarea profiturilor filialei să nu fie deductibile din profitul impozabil al societății-mamă. Dacă, în acest caz, cheltuielile de administrare aferente participației se stabilesc la o valoare forfetară, suma forfetară nu poate depăși 5 % din beneficiile repartizate de filială. Profiturile repartizate de filială societății-mamă sunt scutite de taxa reținută la sursă, cel puțin în cazul în care societatea-mamă deține minimum 25 % din capitalul filialei. Statul membru de care aparține societatea-mamă nu poate percepe taxa reținută la sursă pe profiturile pe care societatea-mamă le primește de la filială.

Directiva 2003/49/EC a Consiliului din 3 iunie 2003 privind sistemul comun de impozitare, aplicabil plăților de dobânzi și de redevențe efectuate între societăți asociate din state membre diferite

UE stabilește un regim fiscal comun aplicabil plăților de dobânzi și de redevențe efectuate între societăți asociate ale statelor membre diferite cu scopul de a elimina impozitarea la sursă a acestor plăți și automat, suprimarea dublei impozitări.

Pe o piață unică având caracteristicile unei piețe interne, operațiunile efectuate între societățile din state membre diferite nu ar trebui să fie supuse unui regim fiscal mai puțin favorabil decât cel aplicabil aceluiași operațiunii efectuate între societățile din același stat membru. Această cerință nu este satisfăcută în prezent la plata dobânzilor și redevențelor. Legislațiile fiscale naționale, coroborate, dacă este cazul, cu convenții bilaterale sau multilaterale, nu pot să asigure întotdeauna eliminarea dublei impozitări, iar aplicarea lor duce deseori la formalități administrative prea greoaie, precum și la costuri de trezorerie pentru întreprinderile implicate.

Este necesar să se garanteze că plata dobânzilor și a redevențelor este impozitată o singură dată într-un stat membru.

Eliminarea oricărei forme de impozitare a plății dobânzilor și redevențelor în statul membru de unde provin aceste plăți, indiferent dacă impozitul se percepe prin reținere la sursă sau se colectează prin estimarea bazei de impozitare, constituie soluția cea mai adecvată pentru eliminarea formalităților și a problemelor menționate anterior și pentru realizarea egalității tratamentului fiscal aplicat operațiunilor la nivel național cu cel aplicat la nivel transfrontalier. Este necesar, în special, să se elimine impozitarea acestor plăți, atunci când acestea sunt efectuate între societăți asociate din state membre diferite sau între sedii permanente ale acestor societăți.

Și această Directivă este implementată în mod integral în Codul Fiscal. Veniturile din dobânzi sau redevențe ale unei companii cu sediul permanent în alt stat membru, obținute în România, vor fi scutite de impozitare prin reținere la sursă, numai dacă persoana juridică beneficiară deține cel puțin 25% din valoarea/numărul titlurilor de participare la persoana juridică română, pe o perioadă de cel puțin 2 ani.

Scopul acestei directive este de a elimina impozitarea la sursă în ceea ce privește plățile transfrontaliere de redevențe și dobânzi.

Directiva 2003/48/EC a Consiliului din 3 iunie 2003 privind impozitarea veniturilor din economii sub forma plăților de dobânzi

Prevederile sale sunt implementate în Codul Fiscal, aceasta intrând în sfera de aplicare odată cu data aderării României la Uniunea Europeană. Scopul acestei directive este acela de a obliga statele membre la furnizarea informațiilor cu privire la dobânzile plătite de persoanele fizice care domiciliază într-un alt stat decât cel în care au fost depuse economiile. Veniturile obținute în România de persoane fizice cu sediul permanent în alt stat membru UE sunt scutite de impozit prin reținere la sursa din economii sub forma plăților de dobândă.

Pe fondul întârzierii rezultatelor ca efect al procesului de armonizare fiscală, statele membre dezvoltate, continuă să își exprime îngrijorarea de riscul diminuării surselor lor la veniturile bugetare survenit din migrarea investitorilor potențiali către jurisdicții fiscale care aplică cote de impozitare reduse, motiv pentru care militează pentru armonizarea totală, chiar și în cazul impozitării pe venitul persoanelor fizice, dorind reducerea sau eliminarea concurenței fiscale.

Toate aceste demersuri enumerate anterior nu reprezintă decât pași mici în ceea ce privește armonizarea structurală. Nici armonizarea cotelor de impozitare nu a cunoscut un demers substanțial, întrucât asistăm în momentul de față la o diferență foarte mare între cotele practicate de statele membre la nivelul Uniunii Europene.

Îndeplinirea obiectivelor propuse în ceea ce privește armonizarea la nivelul impozitelor directe, a fost împiedicată de două obstacole majore care s-au amplificat reciproc: regula unanimității, conform căreia, pentru acceptarea unei decizii în ceea ce privește impozitarea (cote de impozitare sau baze) este necesar acordul tuturor statelor membre și absența unei convergențe în ceea ce privește viziunea asupra limitelor acestui demers (se face referire la limite maxime sau minime ale cotelor de impozitare). Un exemplu al evoluției lente în ceea ce privește armonizarea

fiscală în domeniul impozitării directe, este reprezentat de problematica impozitării companiilor, există riscul ca reducerile fiscale sau existența cotelor de impozitare foarte scăzute dintr-un stat membru să atragă, în mod nelocal, companii din țări concurente.

Concluzii

Directiva 90/435/CEE viza eliminarea dublei impozitări și a dividendelor de către societățile lor mamă situate într-un alt stat membru.

Directiva nr. 90/434/CEE instaura un sistem comun de impozitare în virtutea căreia, orice plus-valoare degajată cu ocazia operațiunilor de fuziune, sciziune, de aport de active sau de schimb de acțiuni nu este impozabilă în momentul operației în chestiune, dar numai atunci când această plus-valoare este efectiv realizată.

CE a propus deja o clasificare a acestor regimuri negrupate în cinci rubrici:

*servicii “intragrupuri”

*servicii financiare și de asigurări și companii off-shore

*alte regimuri specifice unora

*măsuri incitative regionale

*celelalte activități.

Aprobând codul de conduită în domeniul fiscalității întreprinderilor, statele membre s-au angajat:

*să nu introducă noi măsuri fiscale dăunătoare

*să reexamineze dispozițiile lor existente și practice în vigoare și la nevoie, să modifice în vederea eliminării lui în cele mai bune intervale orice măsură dăunătoare ținând cont de discuțiile CE care vor urma procedura de evaluare

*să se informeze mutual de măsurile fiscale ce pot intra în câmpul de aplicare al codului și să supravegheze comunicarea informațiilor relative la aceste măsuri.

*să promoveze adoptarea principiilor ce vizează eliminarea măsurilor fiscale păgubitoare în țările terțe și în teritoriile în care nu se aplică tratatul. În particular, statele membre care au teritorii dependente sau asociate sau care au responsabilități particulare sau prerogative fiscale asupra altor teritorii se angajează, în cadrul propunerii lor constituționale, să asigure aplicarea acestor principii și în aceste teritorii.

Pe o piață unică având caracteristicile unei piețe interne, operațiunile efectuate între societățile din state membre diferite nu ar trebui să fie supuse unui regim fiscal mai puțin favorabil decât cel aplicabil aceluiași operațiuni efectuate între societățile din același stat membru. Este necesar să se garanteze că plata dobânzilor și a redevențelor este impozitată o singură dată într-un stat membru.

Eliminarea oricărei forme de impozitare a plății dobânzilor și redevențelor în statul membru de unde provin aceste plăți, indiferent dacă impozitul se percepe prin reținere la sursă sau se colectează prin estimarea bazei de impozitare, constituie soluția cea mai adecvată pentru eliminarea formalităților și a problemelor menționate anterior și pentru realizarea egalității tratamentului fiscal aplicat operațiunilor la nivel național cu cel aplicat la nivel transfrontalier. Este necesar, în special, să se elimine impozitarea acestor plăți, atunci când acestea sunt efectuate între societăți asociate din state membre diferite sau între sedii permanente ale acestor societăți.

Bibliografie:

1. Bretschger, Lucas and Frank Hettich (2002): *Globalisation, Capital Mobility and Tax Competition: Theory and Evidence for OECD Countries*, European Journal of Political Economy, 18(4).

2. Brezeanu P., *Fiscaliate. Cocepte, teorii, politici si abordari practice*, 2010, Editura Wolters Kluwer.
3. Bufan R., Minea M. (2016) *Codul fiscal comentat*, Editura Wolters Kluwer România, București.
4. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012E/TXT>
5. https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2007-01/56_Gabriela%20Dobrota.pdf
6. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:31990L0435&from=RO>
7. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:32003L0049&from=RO>
8. <https://www.noulcodfiscal.ro/titlu-2/capitol-2/articol-24.html>

Considerente privind gestionarea rezultatelor la nivelul entităților economice

Autor: Căițatu Denis-Mihai
Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** This paper deals in particular with the record of income, expenses and implicitly the results which, according to the methodology and the mechanism of realization, is one of the most important and difficult sectors of record of any enterprise.*

1. Introducere

În zilele noastre noțiunea de rezultate financiare are o însemnatate deosebită pentru utilizatorii de informații și anume în baza studierii raportului financiar, care conține informații ample cu privire la contabilitate, structura cheltuielilor și veniturilor obținute într-o anumită perioadă de gestiune, aceasta ajută în luarea deciziilor privind continuitatea sau stoparea activității. Astfel, organizarea și desfășurarea activității economice trebuie să fie, utilă, adică să răspundă unor nevoi reale ale societății, și rentabilă, asigurând pe lângă acoperirea cheltuielilor și obținerea de profit. Pentru a putea determina și evidenția sursele de obținere a profitului întreprinderile țin evidența strictă a veniturilor și cheltuielilor care ocupă unul din cele mai importante sectoare de evidența ale unei entități economice.

Informațiile contabile despre venituri și cheltuieli au o deosebită valoare și la nivel macroeconomic. Ele contribuie la soluționarea celor mai diverse probleme cum ar fi: crearea unui mediu de afaceri favorabil pentru atragerea investițiilor străine; estimarea performanțelor întreprinderilor în onorarea obligațiilor față de stat și partenerii de afaceri; dezvoltarea sectorului public prin majorarea veniturilor bugetare datorită colectării impozitelor, taxelor și altor plăți calculate în baza datelor contabile, monitorizarea și exercitarea controlului asupra întreprinderilor cu proprietate de stat, combaterea tranzacțiilor ilegale, asigurarea la nivel internațional a comparabilității indicatorilor macroeconomici etc.

Această lucrare face referire, în special, la contabilitatea veniturilor, cheltuielilor și implicit a rezultatelor care, după metoda și modul de realizare, este unul dintre cele mai importante și dificile sectoare de evidența a oricărei entități economice. În cadrul sectorului de evidență se formează un șir de indicatori financiari (ratele de rentabilitate, cifra de afaceri, costul vânzărilor, profitul brut, veniturile, cheltuielile și rezultatele financiare din diferite tipuri de activități și evenimente) care servesc drept bază pentru determinarea obligațiilor fiscale, elaborarea bugetelor întreprinderii, luarea deciziilor manageriale și economice.

La nivelul obiectului contabilității, echilibrul ei este descris prin cheltuieli și venituri. Cheltuielile sunt definite ca sume plătite sau de plătit în legătură cu stocurile, lucrările și serviciile cumpărate, obligațiile către bugetul de stat și a altor organisme publice, precum și provizioanele și amortizările. Veniturile sunt definite ca sume primite sau care urmează a fi primite de entitatea patrimonială și sunt echivalente bunurilor materiale și serviciilor. Prin urmare, ecuația de la care pornește rezultatului este următoarea:

$$\text{CHELTUIELI} \pm \text{REZULTAT} = \text{VENITURI}$$

2. Abordări de ordin teoretic cu privire la cheltuieli, venituri și rezultate

În categoria **veniturilor** se includ „atât sumele sau valorile încasate sau de încasat în nume propriu din activități curente, cât și câștigurile din orice alte surse”.

Câștigurile reprezintă creșteri ale beneficiilor economice care nu diferă ca natură de veniturile din activitatea curentă, dar care să apară sau nu ca rezultat al acestei activități. Activitățile curente sunt orice activități (de exploatare sau financiare) desfășurate de o entitate economică, ca parte integrantă a obiectului său de activitate, precum și activitățile conexe acestora.

Veniturile din activități curente se pot regăsi sub diferite denumiri, cum ar fi: vânzări, prestări servicii, comisioane, redevențe, chirii, dobânzi, dividende și sunt grupate pe feluri de venituri după natura lor în:

- ✓ venituri din exploatare;
- ✓ venituri financiare.

Veniturile din exploatare cuprind:

a) *venituri din vânzarea produselor, mărfurilor, lucrărilor executate și serviciilor prestate, inclusiv veniturile din vânzarea locuințelor obținute de entitățile economice care au ca obiect de activitate construirea și vânzarea locuințelor;*

b) *venituri aferente costului producției*, reprezentând variația în plus (creștere) sau în minus (reducere) dintre valoarea la cost de producție efectiv a stocurilor de produse și servicii în curs de execuție de la sfârșitul perioadei de gestiune (1 lună calendaristică) și valoarea stocurilor inițiale acestora, fără a lua în calcul ajustările pentru depreciere constituite.

Variația stocurilor de produse finite și în curs de execuție pe parcursul perioadei reprezintă o corecție a cheltuielilor de producție pentru a reflecta faptul că fie producția a mărit nivelul stocurilor, fie vânzările suplimentare au redus nivelul stocurilor.

Veniturile aferente costului producției se înscriu, alături de celelalte venituri, în contul de profit și pierdere, cu semnul plus (creștere a stocului) sau minus (reducere a stocului). Ele reprezintă o corecție a cheltuielilor de producție, care, în primul caz, reflectă faptul că producția a majorat valoarea stocului, respectiv vânzările au diminuat nivelul acestora.

c) *venituri din producția de imobilizări*, reprezentând costul lucrărilor și cheltuielile efectuate de entitatea economică pentru ea însăși, care sunt capitalizate și reflectate în patrimoniu ca active imobilizate corporale și necorporale;

d) *venituri din subvenții de exploatare*, reprezentând subvențiile pentru acoperirea diferențelor de preț și pentru acoperirea pierderilor, precum și alte subvenții (finanțarea activității de cercetare și alte finanțări) de care beneficiază entitatea;

e) *alte venituri din exploatarea curentă*, cuprinzând veniturile din creanțe recuperate și alte venituri din exploatare (datorii prescrise, penalități contractuale, datorii anulate potrivit legii, alte venituri din exploatare).

Veniturile din vânzarea bunurilor se recunosc în momentul în care sunt îndeplinite condițiile următoare:

a) *entitatea a transferat riscurile cumpărătorului riscurile și avantajele semnificative care decurg din proprietatea asupra bunurilor;*

b) *entitatea nu mai gestionează bunurile vândute la nivelul la care ar fi făcut-o, în mod normal, în cazul deținerii în proprietate a acestora și nici nu mai deține controlul efectiv asupra lor;*

c) *mărimea veniturilor poate fi evaluată în mod credibil;*

d) *este probabil ca beneficiile economice asociate tranzacției să fie generate de către entitate;*

e) *costurile tranzacției pot fi evaluate în mod credibil.*

Veniturile din prestarea de servicii, care cuprind și veniturile din executarea de lucrări, precum și orice alte venituri care nu pot fi considerate ca fiind aferente unor livrări de bunuri, se recunosc în contabilitate pe măsura efectuării lor, în funcție de stadiul de execuție a acestora atestat printr-o serie de documente, precum situații de lucrări, procese verbale de recepție etc.

Totalitatea veniturilor realizate de o entitate economică din activitatea de exploatare rereprezintă obiectul său de activitate reprezintă cifra de afaceri netă care înseamnă „*sumele obținute din vânzarea de produse și prestarea de servicii după deducerea reducerilor comerciale și a taxei pe valoarea adăugată și a altor impozite direct legate de cifra de afaceri*”.

Cifra de afaceri netă se ajustează, în baza unor prevederi legale exprese, atunci când în conturile respective de venituri au fost cuprinse o serie de sume reprezentând diverse impozite și taxe ce au fost reflectate și în conturile de cheltuieli, după natura lor. În aceste situații, cifra de afaceri netă va fi reprezentată de veniturile menționate, corectate cu cheltuielile corespunzătoare acelor taxe și impozite (situația în care impozitul se determină în funcție de nivelul cifrei de afaceri sau situația în care impozitul se datorează ca urmare a vânzării unui produs sau serviciu sau cea în care impozitul este colectat de entitatea economică în numele autorităților, în legătură, desigur, cu vânzarea unui produs sau a unui serviciu).

Veniturile financiare cuprind:

- ✓ *venituri din imobilizări financiare reprezentate de prețul de vânzarea a acestora;*
- ✓ *venituri din investiții financiare pe termen scurt, rezultate în urma vânzării investițiilor pe termen scurt, reprezintă câștigul obținut determinat ca diferență între preț de cesiune (mai mare) decât valoarea contabilă (mai mică) a investițiilor respective;*
- ✓ *venituri din investiții financiare cedate;*
- ✓ *venituri din diferențe de curs valutar;*
- ✓ *venituri din dobânzi, dobânzile se recunosc periodic, în mod proporțional, pe măsura generării venitului respectiv, independent de încasarea acestuia;*
- ✓ *venituri din sconturi primite în urma unor reduceri financiare;*
- ✓ *alte venituri financiare.*

Sumele colectate de entitatea economică în numele unor terțe părți, inclusiv în cazul contractelor de mandat sau comision, nu reprezintă venit din activitatea curentă. În această situație, veniturile din activitatea curentă sunt reprezentate de comisioanele convenite. Suma veniturilor rezultate dintr-o tranzacție este determinată, de obicei, printr-un acord între vânzătorul și cumpărătorul/utilizatorul activului, ținând cont de suma oricăror reduceri comerciale.

În categoria cheltuielilor se includ atât sumele sau valorile plătite sau de plătit, cât și pierderile din orice altă sursă, pierderi ce sunt definite ca diminuări ale beneficiilor economice viitoare, rezultate sau nu din activitatea curentă a entității, identice ca natură cu celelalte tipuri de cheltuieli.

Cheltuielile unei entități economice reprezintă valorile plătite sau de plătit pentru:

- *consumuri de stocuri și servicii prestate, de care beneficiază entitatea;*
- *cheltuieli cu personalul;*
- *executarea unor obligații legale sau contractuale.*

Contabilitatea cheltuielilor se ține pe feluri de cheltuieli, pe cele două tipuri de activități, exploatare și financiară, după natura lor, astfel:

Cheltuieli de exploatare care cuprind:

a) *cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile, costul de achiziție al obiectelor de inventar consumate, costul de achiziție al materialelor nestocate, trecute direct asupra cheltuielilor, contravaloarea energiei și apei consumate, valoarea activelor biologice de natura stocurilor, precum și costul mărfurilor vândute și al ambalajelor;*

b) *cheltuieli cu lucrările și serviciile executate de terți, redevențe, locații de gestiune și chirii, cheltuieli cu primele de asigurare, cu studii și cercetări, cheltuieli cu alte servicii executate de terți (colaboratori), comisioane și onorarii plătite sau de plătit, cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate, cheltuieli cu transportul de bunuri și personal, cheltuieli cu deplasările, detașările și transferările personalului, cheltuieli poștale și taxe de telecomunicații, cheltuieli cu serviciile bancare și altele;*

c) *cheltuieli cu personalul generate de obligațiile entității față de personal (costul muncii prestate de salariați), precum și cheltuielile generate de obligațiile entității față de bugetul asigurărilor sociale, asigurărilor de sănătate, față de fondul de șomaj și alte cheltuieli cu personalul, suportate de entitatea economică (costul social al muncii prestate de salariați);*

d) *alte cheltuieli de exploatare reprezentate de cheltuieli legate de protejarea mediului înconjurător, pierderi din creanțe și debitori diverși, pierderi din despăgubiri, amenzi și penalități datorate, donații și alte cheltuieli similare, cheltuieli privind activele cedate și alte operații de capital, pierderi din creanțe prescrise potrivit legii, costul certificatelor de emisii de gaze cu efect de seră achiziționate..*

Cheltuieli financiare sunt formate din:

- *pierderi din creanțe legate de participații;*
- *cheltuieli privind investițiile financiare cedate;*
- *diferențele nefavorabile de curs valutar;*
- *dobânzile privind exercițiul financiar în curs;*
- *sconturile acordate clienților;*
- *pierderi din creanțe de natură financiară;*
- *alte cheltuieli financiare.*

Ca și în cazul veniturilor, cheltuielile rezultate în urma vânzării investițiilor pe termen scurt se recunosc la nivelul diferenței nefavorabile - pierdere - între prețul de vânzare (de data aceasta, mai mic) și valoarea contabilă a investițiilor pe termen scurt (mai mare).

În ceea ce privește cedarea unei investiții financiare pe termen lung, cheltuielile financiare rezultate sunt reprezentate de valoarea contabilă a imobilizărilor financiare respective. Cheltuielile sunt înregistrate cu ocazia reflectării în contabilitate a operației de scoatere din patrimoniu a investițiilor pe termen lung cedate de entitatea economică. În cadrul cheltuielilor exercițiului financiar se cuprind, de asemenea, cheltuielile cu amortizările, provizioanele, ajustările pentru depreciere sau pierdere de valoare, precum și cheltuielile cu impozitul pe profit/venit, calculat potrivit legii, care se evidențiază distinct în funcție de natura lor.

Rezultatul exercițiului financiar se obține prin cumularea rezultatului calculat pentru activitatea de exploatare cu cel determinat pentru activitatea financiară, pe baza relației:

$$\text{Rezultatul exercițiului financiar} = \text{Rez. exploatare} + \text{Rez. financiar}$$

La rândul lor, cele două tipuri de rezultat se determină ca diferență între venituri și cheltuieli, grupate după natura lor financiară sau de exploatare, atunci relația de mai sus devine:

$$\text{Rezultatul exercițiului financiar} = (V. \text{expl.} - C. \text{expl.}) + (V. \text{Fin.} - C. \text{Fin.})$$

Atât rezultatul din exploatare, cât și cel financiar, poate fi pozitiv, reflectând o generare de resurse, recunoscut ca profit sau poate fi negativ, semnificând un consum de resurse, recunoscut ca pierdere. În cazul în care veniturile sunt egale cu cheltuielile, rezultatul exercițiului financiar fiind egal cu zero, ecuația de echilibru fundamental a patrimoniului este următoarea:

$$\text{Activ patrimonial} + \text{Cheltuielile exercițiului} = \text{Pasiv patrimonial} + \text{Veniturile exercițiului}$$

3. Aspecte cu privire la profitul și rentabilitatea unei entități economice

Rezultatul brut al exercițiului se determină ca diferența între veniturile totale realizate și cheltuielile totale efectuate în cursul exercițiului financiar. În cazul **profitului**, definirea categoriilor de profit contabil și profit impozabil pornește de la realitatea că nu în toate cazurile, principiile contabile, subordonate reflectării exacte a fenomenelor și a proceselor economice ce au loc în

întreprindere, sunt convergente cu principiile impunerii fiscale, ceea ce face ca între rezultatul contabil și cel fiscal să apară diferențe de ordin cantitativ. De aici rezultă că profitul net supus repartizării se obține prin deducerea din rezultatul brut al exercițiului sau profitul contabil a impozitului pe profit deteminat prin aplicarea cotei legale la profitul impozabil.

Rentabilitatea exprimă capacitatea întreprinderii de a obține profit, ceea ce reflectă, de fapt, performanța economică a acesteia. Obiectivul major al oricarei întreprinderi constă în creșterea valorii pentru asigurarea propriei dezvoltări dar și în majorarea averii stakeholderilor. Realizarea acestui obiectiv este condiționată de desfășurarea unei activități rentabile, de capacitatea acesteia de a produce venituri care să acopere cheltuielile generate de activitatea respectivă și să conducă la obținerea de venit net. În acest sens, rentabilitatea ca latură financiară a activității economice, reprezintă un important criteriu pus la baza deciziilor economice ce se adoptă la nivel de entitate economică.

Chiar dacă, în cazuri de excepție, rentabilitatea nu se constituie ca funcție obiectiv a modelului de dezvoltare și funcționare a întreprinderii, acest rol jucându-l maximizarea volumului de utilități ce trebuie create, ea este o foarte importanta restricție în sensul că societatea nu poate accepta satisfacerea nevoilor din ce în ce mai diverse în condițiile diminuuării venitului net ce se creează. Economiile ce rezultă de pe urma creșterii productivității muncii trebuie să se reflecte în sporuri de venit net ce se utilizează pentru dezvoltarea sub multiple aspecte, a societății în ansamblu.

Sfera de cuprindere a rentabilității se apreciază în mod diferit în funcție de nivelul de organizare al economiei. Pornind de la formula generală de exprimare a eficienței economice, ca raport între efectele obținute și eforturile depuse, chiar în cadrul unui anumit nivel de organizare a economiei se pot deosebi mai mulți indicatori de caracterizare a acesteia, în funcție de elementele ce se iau în considerare atât în cuantificarea efectului cât și a efortului. Astfel la nivel microeconomic, în caracterizarea eficienței, ca efecte pot fi avute în vedere valoarea adăugată, fluxurile de încasări sau profitul, în timp ce latura efort poate fi apreciată prin prisma capitalurilor avansate în circuit, precum capitalurile consumate sau veniturile degajate în circuit.

Rentabilitatea, ca forma a eficienței economice, poate fi exprimată prin intermediul **ratei rentabilității**. Ratele de rentabilitate reflectă sintetic caracteristicile economice și financiare ale întreprinderilor și exprimă eficiența firmelor în realizarea de profit și resursele disponibile. În funcție de elementele de calcul utilizate se deosebesc mai multe categorii de rate ale rentabilității care pot fi grupate astfel:

- ✓ *rate de rentabilitate economică;*
- ✓ *rate de rentabilitate financiară;*
- ✓ *rate ale rentabilității resurselor consumate;*
- ✓ *rate de rentabilitate comercială;*
- ✓ *rate de rentabilitate bursiere.*

Ratele de rentabilitate economică măsoară performanțele totale ale activității unei entități economice și se pot exprima sub mai multe forme, dintre care amintim:

✓ *rata rentabilității capitalului angajat (RCA) - „Return on Asset” - care reprezintă profitul pe care entitatea economică îl obține din banii investiți în afacere.*

$$RCA = \frac{EBIT}{Ca} * 100$$

unde:

EBIT - profit înaintea plății dobânzii și impozitului pe profit;

Ca - capitalul angajat (se referă la banii investiți în entitate atât de către acționari, cât și de creditorii pe termen lung și include capitalul propriu și datoriile pe termen lung sau active totale minus datorii curente).

✓ *rata rentabilității economice a activelor (ROI) - „Return on Investments”* - se determină prin raportarea profitului net din exploatare la activul economic.

$$Re = \frac{PNE}{A} * 100$$

unde:

PNE - profit din exploatare;

A - activul economic (valoarea medie a activelor imobilizate și valoarea medie a activelor circulante).

Rata rentabilității financiare sau „Return on Equity” - exprimă capacitatea entităților economice de a realiza profit net pe baza capitalurilor proprii. Rata rentabilității financiare are în vedere proveniența capitalurilor, fiind influențată de structura financiară a întreprinderii și de gradul de îndatorare al acesteia. Ea se determină după formula:

$$RF = \frac{PN}{Cpr} * 100$$

unde:

RF - rata rentabilității financiare;

Pn - profitul net obținut;

Cpr - capitaluri proprii.

Rata rentabilității resurselor consumate (RC) - se determină prin raportarea profitului brut la consumul de resurse implicat de obținerea acestuia, exprimând eficiența efortului materializat în costuri și se determină astfel:

$$Rc = \frac{Pb}{Ct} * 100$$

unde:

Pb - profit brut;

Ct - cheltuieli totale.

Rata rentabilității comerciale - exprimă capacitatea întreprinderii de a genera profit pentru o anumită mărime a cifrei de afaceri și pentru care se deosebesc mai multe modalități de calcul a acestui indicator:

✓ *marja brută din vânzări* - se determină prin raportarea profitului brut din vânzări la cifra de afaceri:

$$Mbv = \frac{Pbv}{CA} * 100$$

unde:

Pbv - profit brut din vânzări;

CA - cifra de afaceri;

✓ *rata marjei brute de exploatare* se determină prin raportarea excedentului brut din exploatare la cifra de afaceri, astfel:

$$REBE = \frac{EBE}{CA} * 100$$

unde:

EBE - excedent brut din exploatare;

Ca - cifra de afaceri.

Determinarea și analiza indicatorilor rentabilității comerciale prezintă o importanță deosebită deoarece reflectă strategia comercială a entității, influența constrângerilor pieței și a politicii prețurilor de vânzare evidențiind totodată eficiența activității de exploatare: productivă, administrativă și comercială.

Rata rentabilității bursiere – se determină în cazul întreprinderilor cotate la bursă și prezintă interese atât pentru acționarii firmei cât și pentru potențialii investitori de pe piața financiară, dintre acești indicatori, mai importanți sunt:

✓ *indicatorul profitului pe acțiune (PNA) - “Earning per share”* - exprimă profitul net aferent fiecărei acțiuni, conform relației:

$$Pna = \frac{Pn}{Na}$$

unde:

Pn - profit net;

Na - numărul de acțiuni.

✓ *coeficientul de capitalizare bursieră sau „Price earning Ratio”* – compară cursul bursier al acțiunii cu profitul pe acțiune:

$$PER = \frac{Cba}{Pa}$$

unde:

Cba - cursul bursier al acțiunii;

Pa - profitul pe acțiune.

Deci, **creșterea rentabilității economice** reprezintă o necesitate obiectivă pentru existența entității economice în economia de piață. Atât ridicarea gradului de înzestrare tehnică a acesteia, cât și îmbunătățirea condițiilor de desfășurare a activității productive implică obținerea unui volum sporit de venit net, pe seama căruia să se satisfacă nevoile producției largite în același timp, să se asigure un nivel corespunzător al calității vieții. În acest sens profitul trebuie să stimuleze entitățile în realizarea programului previzionat, în creșterea calității și diversificarea sortimentelor de produse și servicii conform cerințelor pieței, pe criterii de eficiență și rentabilitate.

Concluzii

Activitatea oricărei entități economice se concretizează în obținerea de produse, executarea de lucrări și prestarea de servicii, rațiunea de a exista constituind-o obținerea unei rentabilități scontate. În economia de piață o entitate nu poate supraviețui și respectiv dezvolta, decât în măsura în care dovedește că este capabilă să răspundă de o manieră durabilă societății pieței, măsurată prin identificarea corectă a solicitărilor clienților, asigurarea promptă a unei oferte de produse și servicii adecvate.

Situațiile financiare generale trebuie să ofere o imagine fidelă a rezultatelor și poziției financiare a unei societăți la sfârșitul exercițiului financiar, oferind informații utile. În funcție de natura și dimensiunea evenimentelor ce au loc între data bilanțului și data la care sunt semnate situațiile financiare, aceste tranzacții pot fi, de asemenea, incluse în situațiile financiare sau prezentate în notele la situațiile financiare.

Cheltuielile sunt definite ca delimitări de avantaje economice pe parcursul exercițiului financiar și se prezintă sub forma diminuărilor de active sau creșterilor de pasive, au consecințe directe asupra scăderii capitalurilor proprii, alta decât distribuiri către proprietarii de capital. Este considerată o

cheltuială - orice diminuare a capitalurilor proprii alta decât reducerea capitalului social sau distribuirea de dividende. Orice cheltuială este contabilizată în contul de profit și pierdere, atunci când s-a produs o diminuare a avantajelor economice viitoare, generată de o diminuare de active și o creștere de pasiv, diminuare ce poate fi măsurată.

Veniturile reprezintă creșterile de avantaje economice, în cursul exercițiului financiar ca urmare a creșterilor de active sau diminuare de pasive, iar această creștere poate fi măsurată. Veniturile provin din activitatea curentă a întreprinderii, cât și din alte venituri și plusurile de valori sau câștiguri.

În cele din urmă, pentru concretizare, rezultatele sintetizează eficiența cu care s-a desfășurat întreaga activitate economică a unei entități economice. Procesul de formare a rezultatului este descris și analizat prin contul de rezultate (contul de profit și pierdere). Rezultatele se calculează de regulă la sfârșitul exercițiului financiar pe baza diferenței dintre venituri și cheltuieli. Rezultatul poate să fie reprezentat de o mărime valorică pozitivă denumită profit, în situația în care veniturile sunt mai mari decât cheltuielile sau o mărime valorică negativă denumită pierdere, când cheltuielile sunt mai mari decât veniturile.

Bibliografie:

1. Toma C., *Contabilitate financiară*, Ediția a III-a, revizuită și adăugită, Ed. Tipo Moldova, Iași, 2018.
2. Dumitrașcu R. A., *Gestiunea financiară a întreprinderii. Manual de studiu individual*, Ed. Universitară, București, 2016.
3. Hoanță N., *Gestiunea financiară a întreprinderii*. Ed. C.H. Beck, București, 2011.
4. Ionescu A. C., *Contabilitate de gestiune*, Ed. Pro Universitaria, București, 2018.
5. Răscolean I., *Gestiunea financiară a întreprinderii*, Editura Litografia Universității din Petroșani, 2012.
6. Sichigea N., Vasilescu L., Berceanu D., Florea N., *Gestiunea financiară a întreprinderii*, Ed. Universitaria, Craiova, 2013.
7. Sichigea N., Giurca Vasilescu L., *Gestiunea financiară a întreprinderii*. Ed. Universitaria, Craiova, 2007.
8. O.M.F.P. nr. 1802/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare consolidate, M.O. 963/2014.

Considerații privind organizarea și funcționarea Trezoreriei Statului în România

Autor: Cojocaru Eugenia
Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The accounting of public institutions is a component of general accounting, which keeps records of all collection and payment operations related to public funds. The treasury is the office of a state where public money is kept and administered. Through this paper we performed an analysis of some theoretical aspects regarding the organization and functioning of the public treasury, its evidence, characteristics, importance and reflection in accounting.*

1. Introducere

Conceptul de trezorerie a apărut ca rezultat al unei lungi evoluții istorice, care a condus mai întâi identificarea noțiunii de **ban public**, apoi la ideea de centralizare a acestuia sub o autoritate unică având scopul de a veghea la respectarea unui ansamblu de reguli speciale.

Administrația publică, statul, prin Trezorerie, și sistemul bancar se află în centrul circuitului economiei naționale.

Trezoreria statului ca administrație, este serviciul public însărcinat cu gestionarea fondului public, în sensul casieriei, dar mai ales cu asigurarea echilibrului permanent dintre încasările generatoare de lichidități și plăți exigibile, dintre veniturile publice și cheltuielile publice, cu finanțarea deficitului bugetar, cu gestionarea datoriei publice și altele, toate acestea concurând la asigurarea echilibrului monetar și al echilibrului general al economiei.

Trezoreria îmbină mai multe sensuri, după cum ar fi:

- ansamblu de operații financiare pentru procurarea și cheltuirea mijloacelor bănești;
- *administrarea tezaurului public;*
- *locul unde este păstrat și gestionat tezaurul public;*
- *finanțele statului;*
- *Ministerul Finanțelor Publice.*

Trezoreria facilitează folosirea de către Ministerul **Finanțelor Publice** a instrumentelor de analiză și supraveghere a realizării echilibrului financiar, monetar și valutar, precum și a datoriei publice.

Trezoreria are un rol foarte important în cadrul sistemului finanțelor publice și este determinat de **atribuțiile** următoare:

- ✓ *asigurarea execuției bugetului public național privind încasarea veniturilor și efectuarea plăților dispuse de ordonatori în limita creditelor acordate;*
- ✓ *casier al sectorului public prin care se asigură încasarea veniturilor, efectuarea plăților și păstrarea disponibilităților;*
- ✓ *asigurarea evidenței contabile privind execuția de casă pentru toate operațiunile de încasări și plăți;*
- ✓ *asigurarea controlului fiscal asupra încasării veniturilor și a celui financiar preventiv asupra efectuării plăților.*

Rolul **Trezoreriei finanțelor publice** este reliefat de rapiditatea și operativitatea circuitelor realizate prin fluxurile fiscale și fluxurile de cheltuieli publice, precum și de posibilitatea cunoașterii, previzionării, urmăririi și menținerii echilibrului dintre fluxuri pe tot parcursul execuției bugetare în scopul asigurării în permanență a disponibilităților bănești.

2. Organizarea și funcțiile trezoreriei

Trezoreria este organizată și funcționează ca un sistem unitar, atât la nivel central, în cadrul **Ministerului Finanțelor Publice**, cât și la nivelul unităților teritoriale ale acestuia, în cadrul direcțiilor generale ale finanțelor publice, în cadrul administrațiilor, circumscripțiilor și percepțiilor financiare.

Importanța organizării Trezoreriei Statului a Finanțelor Publice rezidă din următoarele aspecte:

➤ *este considerat cel mai potrivit sistem de organizare a execuției finanțelor publice, protejându-le de toate riscurile;*

➤ *permite soluționarea unor probleme financiare importante prin mijlocirea operațiilor specifice și anume:*

- *gestionarea creditelor externe primite de către Guvern pentru sprijinirea programelor de mobilizare a resurselor financiare din economie pentru acoperirea deficitului bugetar și pentru serviciul datoriei publice.*

- *finanțarea obligațiilor statului asumate prin acorduri guvernamentale cu decontare în conturile de clearing, barter și cooperare economică, în vederea echilibrării importurilor cu exporturile.*

La nivel central, în cadrul Ministerului Finanțelor Publice, funcționează Direcția Generală a Trezoreriei Statului, care desfășoară următoarele **operațiuni specifice:**

- *elaborarea instrucțiunilor privind organizarea și funcționarea trezoreriilor teritoriale;*
- *asigurarea evidenței contabile privind constituirea și utilizarea tuturor fondurilor statului;*
- *deschiderea creditelor bugetare la trezoreriile teritoriale (trezoreria centrală având contul de corespondent la Centrala Băncii Naționale);*

- *efectuarea operațiunilor de decontare între trezoreriile județene;*
- *gestionarea fondurilor cu destinație specială constituite la nivelul economiei naționale;*
- *administrarea conturilor de clearing, barter și cooperare economică în conformitate cu acordurile guvernamentale;*

- *contractarea, gestionarea și evidența împrumuturilor pentru acoperirea deficitului bugetar;*
- *gestionarea datoriei publice interne și externe;*
- *elaborarea lucrărilor de execuție bugetară și a contului trezoreriei în structurile și termenele stabilite;*

- *elaborarea raportului public și a contului general al execuției bugetului de stat, a fondurilor speciale și extrabugetare.*

La nivelul județelor și municipiului București, Trezoreria este organizată ca direcție în cadrul Direcției Generale a Finanțelor Publice și a Controlului Financiar de Stat, având următoarele atribuții:

- *gestionarea contului corespondent al trezoreriei județene deschis la sucursala județeană a Băncii Naționale, asigurând efectuarea operațiunilor de decontare între trezoreriile locale și instituțiile bancare corespondente;*

- *coordonarea activității de trezorerie la **organele financiare teritoriale**;*
- *deschiderea creditelor bugetare (dispuse de ordonatorii de credite secundari) finanțate prin bugetul de stat și bugetul asigurărilor sociale de stat în toate trezoreriile locale;*

- *asigurarea încheierii exercițiului financiar la nivelul județului și al municipiului București;*
- *întocmirea bilanțului centralizat al Trezoreriei, analiza și elaborarea raportului de analiză;*
- *elaborarea lucrărilor de sinteză privind execuția bugetară, precum și a altor raportări operative periodice către Ministerul Finanțelor Publice;*

- *propunerea de măsuri pentru asigurarea încasării veniturilor și întăririi controlului asupra cheltuielilor bugetare;*

• coordonarea activității compartimentelor casierie-tezaur în ceea ce privește asigurarea numerarului necesar efectuării plăților, redistribuirea soldului de casă și stabilirea plafoanelor de casă. Ministerul Finanțelor Publice elaborează, administrează și execută bugetul trezoreriei statului.

Bugetul trezoreriei statului cuprinde următoarele **venituri**:

➤ **dobânzi** pentru: depozitele și plasamentele financiare constituite din împrumuturi externe guvernamentale, disponibilitățile contului curent al trezoreriei statului, disponibilitățile în valută provenite din împrumuturi externe pentru finanțarea deficitului bugetului de stat și refinanțarea datoriei publice, păstrate în conturile deschise la Banca Națională a României și bănci pe bază de convenții, împrumuturile acordate din contul curent general al trezoreriei statului.

➤ **dobânzi** pentru finanțarea temporară a deficitelor bugetare din contul curent general al trezoreriei statului:

➤ **dobânzi și penalități de întârziere** pentru neplata creanțelor bugetului trezoreriei statului;

➤ **comisioane** percepute pentru operațiunile și serviciile prestate de către Trezoreria Statului;

➤ **alte venituri.**

Bugetul trezoreriei statului cuprinde **cheltuieli**:

➤ **dobânzi, comisioane și alte speze** pentru împrumuturi externe guvernamentale;

➤ **dobânzi** la disponibilități și depozite pe termen;

➤ **comisioane** convenite băncilor comerciale și CEC BANK S.A. pentru încasarea unor venituri ale bugetului de stat și pentru alte servicii prestate pentru trezoreria statului;

➤ **cheltuieli de funcționare a unităților trezoreriei statului**, care cuprind: cheltuieli materiale și servicii pentru întreținerea și funcționarea trezoreriei statului și a sistemelor informatice ale acesteia, taxe poștale, cheltuieli cu transportul și asigurarea numeralului și valorilor, paza sediilor și chirii, cheltuieli cu întreținerea, funcționarea și asigurarea mijloacelor de transport al numeralului și valorilor, cheltuieli de publicitate;

➤ **cheltuieli de capital** pentru unitățile trezoreriei statului;

➤ **alte cheltuieli;**

➤ **comisioane** percepute la decontarea operațiunilor prin contul curent general al Trezoreriei Statului de către Banca Națională a României sau agentul său mandatat pentru administrarea sistemului de plăți.

Funcțiile trezoreriei sunt :

➤ Prin funcția de **casier public**, Trezoreria efectuează:

➤ operațiunile propriu-zise de încasări și plăți privind fondurile publice, în numerar sau prin decontări în cont;

➤ controlul asupra cheltuielilor la eliberarea fondurilor de la buget și asigurarea informației necesare privind execuția de casă a bugetului în vederea întocmirii conturilor de execuție a bugetului și a elaborării rapoartelor periodice asupra acestora;

➤ gestiunea poziției de casă, zilnice, a bugetului;

➤ asigurarea lichidităților necesare prin cunoașterea fluxurilor de încasări și plăți, elaborarea de prognoze cu privire la cerințele de plată, la sincronizarea plăților și încasărilor, inclusiv a acelor privind finanțarea deficitului și serviciul datoriei publice.

Operațiunile de casă ale Trezoreriei se clasifică astfel:

✓ criteriul juridic: operațiuni privind bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale de stat, bugetele locale, bugetele instituțiilor publice, bugetele fondurilor speciale, disponibilitățile agenților economici titulari de conturi deschise la trezorerii.

✓ criteriul financiar: operațiuni cu caracter definitiv (încasări fiscale și cheltuieli bugetare), cu caracter temporar (care reclamă o rambursare ulterioară a fondurilor).

✓ criteriul economic: cheltuieli ordinare (de funcționare și de transfer), cheltuieli de capital.

➤ **Funcția de casă a trezoreriei** implică două aspecte:

- *execuția de casă a operațiilor de încasări și plăți efectuate de stat* reprezintă operațiile autorităților publice și ale corespondenților săi. Trezoreria ca și casier al statului efectuează un număr mare de încasări și plăți.

- *vegheea la existența disponibilităților pentru a face față angajamentelor statului*, obiectul de bază a trezoreriei este aceea de a veghea dacă, în fiecare moment, există fonduri disponibile pentru a face față cheltuielilor statului și ale corespondenților săi. Trezoreria este strânsă legată de mișcarea fondurilor în timp, determinată de termenele la care devin exigibile încasările și plățile, astfel acestea fac obiectul fluctuațiilor în cursul anului.

↳ **Funcția de bancă a statului**

Rolul Trezoreriei de bancă a statului are două forme:

- ❖ Trezoreria este ca o bancă de depozit, bancă de afaceri care furnizează capitaluri unor întreprinderi pentru a le asigura dezvoltarea;

- ❖ Trezoreria acționează ca o bancă de emisiune și în acest fel intervine în domeniul circulației monetare.

- ↳ **Funcția de gestionar și administrator al fondurilor publice**, obligă ca toate resursele financiare publice să fie colectate, concentrate, centralizate și administrate prin intermediul acestei instituții financiare și utilizarea lor să se efectueze prin conturi deschise la această sub supraveghere și un strict control financiar.

- ↳ **Mijloc de intervenție a statului în economie**, această funcție se exercită cel mai des în sectoarele și zonele în care statul are interese de ordin economic sau social. Mijloacele de intervenție țin de domeniul politicilor fiscale, în sfera resurselor și de cea a celor bugetare, în sfera cheltuielilor publice. Metodele cele mai des folosite pentru intervenția în economie sunt : autorizație eliberată pentru motive economice, de interes național și care duce la finanțări privilegiate, subvenționarea unei părți de cheltuieli, bonificații la dobândă și dobândă subvenționată, garanții pentru anumite împrumuturi contractate de la bănci, avansuri financiare, accesul privilegiat al unor organisme financiare pentru refinanțare la banca centrală.

- ↳ **Intermediar financiar și distribuitor de capitaluri**, Trezoreria publică contractează de ce mai multe ori împrumuturi nu numai pentru a-și acoperi golurile temporare de casă sau a finanța deficitul bugetului public, ci și pentru a corda, la rândul ei, împrumuturi altor subiecți în economie.

- ↳ **Reprezentant al funcției de putere publică**, este acționarul și gestionarul participațiilor statului în activități și diverse sectoare ale economiei, ea supraveghează prin mijloace și tehnici specifice acestor genuri de operațiuni.

- ↳ **Garant al marilor echilibre**, marile echilibre sunt expresia unui raport de egalitate permanent care trebuie să existe între nevoile publice aprobate de parlament și alte autorități statale și capacitatea statului de a le acoperi cu resurse financiare .

În exercitarea acestei funcții majore, Trezoreria publică este confruntată permanent cu:

- ✓ diferențele în timp între periodicitatea plăților și cea a încasărilor din impozite, taxe și alte contribuții sociale obligatorii care trebuie mereu ajustate prin resurse suplimentare pe perioade scurte de timp;

- ✓ finanțarea deficitului bugetar care acoperă perioada întregului exercițiu financiar cu resurse care trebuie mobilizate pe o perioadă mai lungă de timp, această operațiune punându-și amprenta pe întregul exercițiu bugetar;

- ✓ plata datoriei externe și interne este o altă cauză a necesarului de resurse peste cele prevăzute în bugetul de stat, precizând că scadența datoriei externe ridică probleme în plus atunci când banca centrală nu dispune de rezerve valutare suficiente;

- ✓ acordarea de împrumuturi pe piața de capital pentru finanțarea investițiilor , sectoarelor economiei care prezintă interes pentru stat;

- ✓ împreună cu banca centrală duce acțiuni menite să susțină moneda națională, prin intervenția ei pe piața valutară sau ajustarea plăților externe de o asemenea manieră, încât banca centrală să nu fie forțată de a procura valuta necesară pentru plățile externe.

3. Circuitul documentelor și întocmirea, transmiterea lucrărilor de execuție

Pentru înțelegerea fluxurilor operaționale privind decontarea prin trezorerie, trebuie să se cunoască modul cum circulă informația având în vedere circuitul documentelor, în funcție de modalitatea de efectuare a operațiunilor de încasări și plăți, fluxul informațional se desfășoară pe următoarele circuite:

✓ *Circuitul documentelor privind operațiunile de încasare a veniturilor prin casieria trezoreriei, ceea ce reprezintă încasările în numerar. Circuitul documentelor privind efectuarea operațiunilor de încasare și a celor de plăți prin virament sunt:*

▪ documente pentru plata veniturilor prin virament (dispoziții de plată, ordine de plată, cec-uri cu limită de sumă), întocmite de către plătitorii de impozite și taxe cu conturi deschise la băncile comerciale;

▪ documente de plăți prin virament ale instituțiilor publice, stau la baza înregistrărilor în jurnalul zilnic de încasări și plăți și din care serviciul „Controlul și evidența cheltuielilor” preia rulajul zilnic și confruntă înregistrarea corectă pe conturile corespunzătoare.

✓ *Circuitul documentelor privind efectuarea operațiunilor de plăți prin casieria trezoreriei: **ordinul de plată în numerar** întocmit de serviciul venituri pentru restituiri în monedă acordate persoanelor fizice; **cecul cu limită de sumă** întocmit de titularul contului, pe baza căruia casieria efectuează plata, după ce în prealabil a fost analizat și semnat de șeful serviciului cheltuieli; **registru de casă** completat de casierie; **jurnalul zilnic de încasări și plăți**; **fișele de cont sintetice și analitice** care sunt listate de către serviciul informatică.*

✓ *Mijloace moderne de plată sunt următoarele:*

1. **Plata cu cardul la POS-ul** instalat la Direcția de Impozite și Taxe Locale din cadrul primăriei.

2. **plata la unul din bancomatele unei bănci** agreate de primărie.

3. **plata prin intermediul serviciilor specifice de internet.**

Un alt document aflat în acest circuit al documentelor este **nota contabilă** utilizată atât de serviciul venituri cât și de serviciul cheltuieli. Acest document se utilizează:

✓ pentru diferite compensări între impozite/ taxe virate în plus;

✓ pentru reglări între conturi, în condițiile în care o înregistrare nu s-a efectuat în contul corect sau atunci când acele conturi nu intră în corespondență potrivit legislației în vigoare;

✓ pentru stornări de sume înregistrate eronat.

Un alt document este **extrasul de cont**, document elaborat de către serviciul informatică pe baza înregistrărilor efectuate de serviciile venituri, cheltuieli, contabilitate și certificate de trezorerie și care evidențiază soldul inițial, rulajele zilnice și soldul final al contului.

Prin sistemul de decontare, documentele de plată sunt transmise la Sucursala Băncii Naționale, care gestionează contul curent al Activității de Trezorerie și Contabilitate Publică din cadrul direcțiilor generale județene ale finanțelor publice și eliberează extrasul de cont al acesteia. Extrasul decont de la Sucursala Băncii Naționale are în defalcare ordinele de plată centralizatoare pe bănci comerciale, respectiv trezorerii cu sumă totală corespunzătoare zilei respective.

Activitatea de Trezorerie și Contabilitate Publică verifică corelarea sumelor înscrise în extrasul de cont cu documentele justificative, apoi grupează aceste documente pe bănci sau trezorerii în funcție de destinația acestora- venituri sau cheltuieli.

La nivelul fiecărei trezorerii se întocmește **situația de execuție bugetară operativă**, astfel:

✓ *trezoreriile municipale, orașenești și percepțiile, semidecadal, în termen de 1 zi de la expirarea semidecadei, direcției de trezorerie județeană și municipiul București;*

✓ *direcția de trezorerie județeană și a municipiului București o transmite Ministerul Finanțelor Publice în termen de 2 zile de la expirarea decadei.*

Lunar se întocmește situația de execuție a bugetului de stat, bugetelor locale și bugetului asigurărilor sociale de stat. Situația de execuție se transmite astfel: unitățile de trezorerie locale la

Activitatea de Trezorerie și Contabilitate Publică la Ministerul Finanțelor Publică, până în ziua de trei din luna următoare; Activitatea de Trezorerie și Contabilitate Publică la Ministerul Finanțelor Publice până în ziua de șase din luna următoare.

Execuția pentru luna a 3 din trimestru constituie execuția la finele trimestrului de raportare, în cazul în care termenul de raportare este o zi nelucrătoare, transmiterea lucrărilor are loc în ziua imediat următoare. Datele cuprinse în rapoartele periodice se verifică din punct de vedere al exactității cu datele din evidențele contabile, cuprinse în balanțele zilnice de verificare. **În vederea încheierii exercițiului bugetar, în cadrul fiecărei trezorerii se iau măsuri cu privire la:**

- asigurarea înregistrării tuturor operațiunilor în conturile de evidență sintetică și analitică și confruntarea rulajelor debitoare și creditoare sintetice corespunzătoare;
- stabilirea în conturile analitice de venituri, deschise pe plătitor a debitelor rămase de încasat, care se raportează în anul următor;
- confruntarea și verificarea soldului contului corespondent al trezoreriei din evidența proprie cu cele din evidența Activității de Trezorerie și Contabilitate Publică județene și a municipiului București sau Banca Națională. Bilanțul contabil al trezoreriei nu se încheie până nu se asigură concordanța soldului contului corespondent;
- soldurile conturilor de fonduri și disponibilități vor fi confirmate în scris de către instituțiile titulare de cont;
- asigurarea virării sumelor din conturile fondurilor cu atestare specială în conturile trezoreriei centrale, cu respectarea normelor elaborate în acest scop.

Pe baza situației conturilor contabile, de la finele anului, fiecare trezorerie întocmește bilanțul contabil pe baza balanței de verificare sintetică la care se anexează balanțele analitice de verificare pentru: conturile de venituri și conturile de cheltuieli privind bugetul de stat, bugetele locale și bugetul asigurărilor sociale de stat; conturile cu destinație specială, conturile de disponibil ale instituțiilor publice; conturile de venituri și cheltuieli privind activitatea trezoreriei.

Contabilitatea trezoreriei utilizează un plan de conturi specific, care cuprinde clase, grupe și conturi destinate reflectării operațiunilor derulate la nivelul acestuia.

Structura pe clase a planului de conturi al trezoreriei se prezintă astfel:

- Clasa 1 „Mijloace bănești și alte valori”
- Clasa 2 „Venituri și cheltuieli bugetare”
- Clasa 3 „Disponibil din fonduri cu destinație specială”
- Clasa 4 „Titluri și certificate de Trezorerie”
- Clasa 5 „Disponibilități și depozite”
- Clasa 6 „Decontări”
- Clasa 7 „Venituri și cheltuieli din activitatea de trezorerie”
- Clasa 8 „Excedente/deficite”
- Clasa 9 „Conturi în afara bilanțului”

4. Particularități ale operațiunilor bancare efectuate de Trezoreria Statului

Una dintre funcțiile clasice ale Trezoreriei este cea de bancă a statului. Ea nu este o bancă total separată de celelalte bănci din economie, fiind organizată după aceleași principii ca și ele, principala diferență constituind-o scopul urmărit.

La nivelul Trezoreriei Statului se desfășoară două categorii de operații similare cu cele ale băncilor, cum ar fi:

- operațiuni pasive, adică operațiuni prin care se atrag resurse;
 - operațiuni active, adică operațiuni de utilizare a disponibilităților neangajate.
- Operațiunile pasive reprezintă de constituire a resurselor, ele fiind grupate :

➤ **Resurse depozit** – constituite din conturile curente și de depozit al diferitelor persoane care au dreptul și obligația să le deschidă.

➤ **Resurse nedepozit-** formate din împrumuturi și alte tipuri de resurse la care se face apel în situația în care resursele depozit nu sunt suficiente pentru acoperirea necesităților.

Resursele de depozit sunt formate din : componenta obligatorie și componenta voluntară.

Componenta obligatorie este generată de legislația în vigoare care prevede obligativitatea anumitor persoane de a-și deschide curente și depozite la băncile comerciale, respectiv la Trezoreria Statului.

Pentru Trezoreria Statului componenta obligatorie este formată din:

- *Conturile curente ale instituțiilor publice*, indiferent de sistemul de finanțare și de subordonare efectuează operațiunile de încasări și plăți prin unitățile teritoriale ale trezoreriei statului.

- *Conturile curente ale agenților economici*, în cazul în care agenții economici livrează bunuri, prestează servicii sau execută lucrări pentru instituțiile publice, pentru a primi contravaloarea acestora sunt obligați să aibă cont deschis la unitatea teritorială a trezoreriei statului în raza căreia sunt înregistrați fiscal.

În cadrul *resurselor nedepozit* există diferențe semnificative între băncile comerciale și Trezoreria Statului.

Operațiunile pasive specifice Trezoreriei Statului sunt:

- ✓ *Depozite pe termen scurt de la bănci sau alte instituții financiare, atrase prin intermediul proceselor bilaterale;*

- ✓ *Emisiunile de certificate de trezorerie;*

- ✓ *Operațiunile repo;*

- ✓ *Împrumuturi pe termen lung.*

Operațiunile active sunt operațiunile de angajare a resurselor. Din punctul de vedere al băncilor comerciale acestea sunt operațiunile aducătoare de profit. Din punctul de vedere al Trezoreriei Statului se împart în :

- ❖ *operațiuni aducătoare de venituri necesare acoperirii cheltuielilor proprii ale trezoreriei;*

- ❖ *operațiuni de plasare a resurselor bugetare a căror fructificare va finanța bugetele.*

Acordarea de împrumuturi. Băncile comerciale acordă credite persoanelor fizice și juridice, în cazul Trezoreriei Statului nu există așa ceva, operațiunile de împrumut din disponibilitățile temporare ale contului curent general al Trezoreriei Statului trebuie făcute astfel:

- *finanțarea temporară a deficitelor din anii precedenți ale bugetului de stat, nefinanțate prin împrumuturi de stat;*

- *finanțarea temporară a deficitelor din anii precedenți ale bugetului asigurărilor sociale de stat, până la alocarea de sume cu această destinație;*

- *finanțarea deficitelor temporare ale bugetului de stat, bugetului asigurărilor sociale de stat și bugetului trezoreriei statului din exercițiul curent.*

Zi de zi, pe baza datelor operative raportate în sistem electronic de către trezoreriile județene și în ultima zi a lunii, pe baza datelor definitive se determină deficitele curente și din anii precedenți ale bugetului de stat și ale bugetului asigurărilor sociale de stat, neacoperite prin împrumuturi. Aceste deficite sunt finanțate prin acordarea de împrumuturi cu dobândă din disponibilitățile temporare ale contului curent al Trezoreriei Statului.

Dacă, după acoperirea utilizărilor mai rămân disponibilități neangajate în contul curent al Trezoreriei Statului ele vor fi utilizate pentru următoarele **destinații:**

- *acordarea de împrumuturi pentru răscumpărarea la scadență sau înainte de scadență, a titlurilor de stat emise pentru finanțarea sau refinanțarea datoriei publice, cu condiția asigurării disponibilităților necesare pentru efectuarea cheltuielilor aprobate potrivit legii;*

- *acordarea de împrumuturi pentru acoperirea golurilor temporare de casă, ca urmare a decalajului dintre veniturile și cheltuielile bugetelor locale, bugetelor fondurilor speciale, cu termen de rambursare în cursul aceluiași exercițiu bugetar;*

- *acordarea altor împrumuturi pe bază de hotărâre a Guvernului.*

Operațiunile de plasament, sunt:

- efectuarea de plasamente prin operațiuni specifice la bănci și instituții financiare autorizate să efectueze astfel de operațiuni, garantate cu titluri de stat deținute de acestea sau prin soldul creditor al depozitelor în valută liber convertibilă;
- efectuarea de cumpărări reversibile repo;
- efectuarea de plasamente în titluri de valoare cu risc zero, în condițiile pieței.

Concluzii

Organizarea Trezoreriei Statului în România a constituit o necesitate obiectivă, datorită schimbărilor care au avut loc la nivelul sistemului bancar și finanțelor publice în România, precum și datorită sporirii atribuțiilor statului în administrarea fondurilor publice. Resursele Trezoreriei Statului cuprind pe lângă resursele financiare derulate prin componentele bugetului general consolidat, și resursele financiare constituite prin mijloace extrabugetare, ale instituțiilor publice centrale și locale. conturile de depozite ale corespondenților Trezoreriei, resursele financiare intrate în conturile Trezoreriei Statului prin alte căi: ajutoare, donații, precum și mijloacele financiare derulate prin bugetul propriu al Trezoreriei Statului.

Bibliografie:

1. Criveanu M., *Contabilitate publică, Ediție revizuită și actualizată*, Editura Universitaria, Craiova, 2018.
2. Ciurea M., *Buget și Trezorerie Publică*, Note de curs, Petroșani, 2022.
3. Drăcea M., Mitu E. N., *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitaria, Craiova, 2012.
4. Năstase G., *Buget și trezorerie publică*, Editura Pro Universitaria, București 2013.
5. Nancu D., *Buget și Trezorerie publică*, Constanța, 2012.
6. Ungureanu A.M, *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitară, București 2011.
7. Ungureanu A. M. (Coord.), *Buget și trezorerie publică. Sinteze, aplicații, teste grilă*, Editura Universitară, București, 2015.

Documente de evidență contabilă

Autori: Florea Georgiana Ionela, Ilea (Mărginean) Cosmina Diana
Coordonator: Conf. univ. dr. Deaconu Sorin Constantin
Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia

***Abstract:** Economic evidence includes all records, tracking and document control, in chronological order based on operations. This project included all the processes to complete the necessary documents, correctly and legibly, to be able to keep the accounts in a company. By completing these documents correctly, an accountant can check the state of operation of the company, can give conclusions at the end of the month or year, what can be improved and what kind of processes to be maintained in order to continue to increase profits.'*

Introducere

Evidența economică constituie un sistem unitar de înregistrare, urmărire și control documentat, cronologic și sistematic într-o anumită ordine și pe baza unor norme prestabilite a unor fapte, fenomene, procese, operațiuni ce se manifestă în timp și spațiu, cu scopul de a se revine necesităților impuse de activitatea practică.

În oricărui document emis de către o entitate trebuie să se menționeze și elementele prevăzute de legislația în domeniu, respectiv forma juridică, codul de identificare fiscală și capitalul social.

1. Importanța și conținutul documentelor contabile

Fundamentarea și justificarea datelor contabilității se face numai cu documente, pe baza cărora se organizează procesele de culegere, prelucrare, stocare și transmitere a datelor.¹

Documentele sunt acte scrise în care se consemnează cifric, valoric sau de muncă operațiunile economice în momentul și la locul efectuării lor, pentru a dovedi înfăptuirea acestor operațiuni și pentru a sta la baza efectuării înregistrărilor în contabilitate.

Formele pe care le îmbracă evidența economică și care se află într-o strânsă relație de interdependență și complementaritate sunt:

- a) **Evidența operativă** înregistrează, urmărește și controlează acele părți ale activității economice care prezintă importanța imediată.
- b) **Statistica** are o sferă de cuprindere mult mai largă decât celelalte forme ale evidenței economice, vizând fenomene social-economice de masă.
- c) **Contabilitatea** constituie componenta cu cea mai mare pondere a sistemului informațional economic.

1.1. Modul de întocmire și rolul lor

Din punct de vedere al instrumentelor la care se apelează, conducerea contabilității oricărei entități patrimoniale se poate efectua prin două modalități, și anume: fie manual, utilizând hârtia și cerneala dar necesită un volum mare de muncă și nu asigură garanția exactității datelor, fie cu ajutorul calculatorului, caz în care completarea documentelor și prelucrarea datelor contabile se efectuează cu ajutorul echipamentelor informatice, aici intervenind automatizarea contabilității.

¹ <https://legeaz.net/dictionar-juridic/documente-justificative-contabilitate>

Documentele financiar-contabile pot fi prezentate ca documente pe suport hârtie sau în format electronic, cu condiția întocmirii acestora potrivit prezentelor norme. Prin document în format electronic se înțelege documentul care conține informațiile prevăzute de prezentele norme și care a fost emis și primit în format electronic².

Apariția calculatorului a determinat o puternică schimbare în toată viața socială, societatea pășind astfel pe o cale nouă: cea a informatizării, pătrunzând în era informațională.³

1.2. Verificarea documentelor

Verificarea documentelor are scopul să descopere eventualele erori, acțiunile ilegale sau incorecte, asigurându-se astfel exactitatea și realitatea datelor înregistrate în contabilitate. Verificarea documentelor se face sub trei aspecte:

- a) **Verificarea sub aspectul formei** constă în completarea tuturor rubricilor, existența tuturor semnăturilor persoanelor împuternicite, să nu fie prezente ștersături sau corecturi fără a fi certificate.
- b) **Verificarea aritmetică** constă în controlul preluării corect în documente al datelor scrise, dacă s-au efectuat calcule corecte unde este cazul.
- c) **Verificarea de fond** constă în controlul realității, necesității, oportunității, legalității și economicității operațiilor economice consemnate în documentul respectiv.

1.3. Corectarea documentelor

Corectarea erorilor cuprinse în situațiile financiare anuale și raportările contabile anuale se poate efectua doar în condițiile Procedurii de corectare a erorilor cuprinse în situațiile financiare anuale și raportările contabile anuale depuse de operatorii economici și persoanele juridice fără scop patrimonial, aprobată prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 450/2016, cu modificările și completările ulterioare.

Situațiile financiare anuale/raportările contabile pot fi corectate prin depunerea unui alt set al acestora în următoarele situații:

- a) când se constată că au fost completate eronat următoarele informații:
 - denumirea entității raportoare;
 - codul unic de înregistrare al acesteia;
 - activitatea CAEN (denumire clasă CAEN și/sau cod CAEN);
 - forma de proprietate;
 - indicatorii raportați prin formularul "Bilanț"/"Situația activelor, datoriilor și capitalurilor proprii", dacă valoarea acestor indicatori poate fi dovedită de alte documente (de exemplu, act constitutiv, contracte etc.) și acest aspect este cuprins în declarația pe propria răspundere;
 - numărul de salariați și/sau a altor indicatori raportați prin formularul "Date informative".
- b) dacă au fost depuse situații financiare anuale/raportări contabile anuale care nu cuprind niciun indicator valoric;
 - transmiterea electronică de situații financiare anuale/raportări contabile anuale în loc de declarație de inactivitate, precum și transmiterea electronică a declarației de inactivitate în loc de situații financiare anuale/raportări contabile anuale; folosind un format de raportare cuprins în programul de asistență, diferit de cel corespunzător tipului de entitate sau netransmiterea electronică a tuturor documentelor prevăzute de lege (raportul administratorilor, declarația pe propria răspundere, raportul auditorului statutar etc.);

² Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2634/2015 privind documentele financiar-contabile, publicat în Monitorul Oficial nr. 910 din 9 decembrie 2015.

³ Teiușan Ciprian, Contabilitate asistată de calculator, Alba Iulia, 2017, pag. 14.

- întocmirea și transmiterea electronică de situații financiare anuale/raportări contabile anuale folosind date eronate, determinate inclusiv de procesele de extragere și prezentare a informațiilor din bazele de date.

Erorile contabile, așa cum sunt definite de reglementările contabile aplicabile, se corectează potrivit reglementărilor respective. Ca urmare, în cazul corectării acestora nu poate fi depus un alt set de situații financiare anuale/raportări contabile anuale corectate.

2. Reguli pentru conducerea evidențelor contabile și fiscale

Evidențele contabile și fiscale se păstrează, după caz, la domiciliul fiscal al contribuabilului plătitorului, la sediul social ori la sediile secundare ale acestuia, inclusiv pe suport electronic, sau pot fi încredințate spre păstrare unei societăți autorizate, potrivit legii, să presteze servicii de arhivare.

Prin excepție, evidențele contabile și fiscale ale exercițiului financiar în curs se păstrează, după caz, la domiciliul fiscal al contribuabilului/plătitorului, la sediul social ori la sediile secundare ale acestuia sau, în perioada 1 - 25 a lunii următoare perioadei fiscale de raportare, la sediul persoanei fizice ori juridice autorizate pentru prelucrarea lor în vederea întocmirii declarațiilor fiscale.

În cazul în care evidențele contabile și fiscale sunt ținute cu ajutorul sistemelor electronice de gestiune, pe lângă datele arhivate în format electronic contribuabilul/plătitorul este obligat să păstreze și să prezinte aplicațiile informatice cu ajutorul cărora le-a generat.⁴

Contribuabilul/Plătitorul are următoarele obligații:

- să evidențieze veniturile realizate și cheltuielile efectuate din activitățile desfășurate, prin întocmirea registrelor sau a oricăror altor documente prevăzute de lege.
- să utilizeze pentru activitatea desfășurată documente primare și de evidență contabilă stabilite prin lege și să completeze integral rubricile formularelor, corespunzător operațiunilor înregistrate.

Formulare financiar-contabile

Prezentăm mai jos, cele mai utilizate formulare financiar-contabile:

Fișa mijlocului fix – servește ca document pentru evidența analitică mijloacelor fixe și se întocmește pentru fiecare mijloc fix.

Factura – este un document justificativ care stă la baza înregistrării în contabilitate a operațiunilor economice și se utilizează în conformitate cu prevederile Codului Fiscal.

Ministerul Finanțelor, prin Centrul Național pentru Informații Financiare, creează, dezvoltă și administrează sistemul național privind factura electronică RO e-Factura. Structura facturii electronice respectă:

- a) specificațiile tehnice și de utilizare a elementelor de bază ale facturii electronice așa cum sunt prevăzute în standardul european SR EN 16931-1, care sunt aplicabile la nivel național;
- b) specificațiile tehnice și de utilizare a elementelor de bază ale facturii electronice — RO CIUS — și regulile operaționale specifice aplicabile la nivel național;

Elemente principale ale facturii electronice sunt:

- a) identificatorii de proces și de factură;
- b) data facturii;
- c) informații privind identificarea operatorului economic care a livrat bunurile/ produsele, a prestat serviciile sau a executat lucrările;
- d) informații privind destinatarul facturii electronice;
- e) informații privind beneficiarul plății;

⁴ Art. 109 din Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 547 din 23 iulie 2015, cu modificările și completările ulterioare

- f) instrucțiuni de plată;
- g) informații privind creditări sau debitări;
- h) informații privind pozițiile de pe factură;
- i) defalcarea TVA;
- j) totalul facturii.

Factura electronică se transmite de către emitent în sistemul național privind factura electronică RO e-Factura.⁵

Avizul de însoțire a mărfii – servește ca document de însoțire a mărfii pe timpul transportului, document ce stă la baza întocmirii facturii, dispoziție de transfer al valorilor materiale de la o gestiune la alta, dispersate teritorial, ale aceleiași entități, document de primire în gestiune document de descărcare din gestiune a bunurilor cedate cu titlu gratuit, după caz.

Chitanța și Chitanța pentru operațiuni în valută – sunt documente justificative de înregistrare în registrul de casă/registrul de casă în valută și în contabilitate a încasărilor și plăților efectuate în numerar (lei/valută), precum și a depunerilor de sume la casieria entității.

Dispoziția de plată/încasare către casierie – servește ca dispoziție pentru casierie, în vederea achitării în numerar a unor sume, inclusiv a avansurilor aprobate pentru cheltuieli de deplasare, precum și a diferenței de încasat de către titularul de avans în cazul justificării unor sume mai mari decât avansul primit, pentru procurare de materiale etc.⁶

3. Documente justificative

Documentele justificative sunt documentele primare care probează legal o tranzacție. Principalele elemente care trebuie să se regăsească în conținutul acestora se referă la: denumire, număr, dată, denumirea și sediul persoanei juridice care întocmește documentul, părțile participante, conținutul și baza legală a tranzacției, datele cantitative și valorice, persoanele responsabile etc.

Documentele justificative care stau la baza înregistrărilor în contabilitate angajează răspunderea persoanelor care le-au întocmit, vizat și aprobat, precum și a celor care le-au înregistrat în contabilitate.

Clasificarea documentelor justificative

Sunt mai multe forme de clasificare a documentelor justificative, precum:

- a) în funcție de **sfera de aplicare** documentele se pot grupa în: *generale* folosite în toate entitățile și documente *specifice* utilizate în anumite ramuri sau sectoare de activitate.
- b) în funcție de **caracterul și funcția** pe care o îndeplinesc documentele pot fi: *documente de dispoziție*, adică acele înscrisuri în care se regăsesc ordine de executare a unor operațiuni, *documente justificative*, respectiv cele prin care se face dovada executării anumitor operațiuni și *documente mixte* în care se regăsesc atât dispoziția cât și dovada executării unei operațiuni.
- c) După **faza procesului economic** din care se consemnează tranzacțiile, întâlnim:
 - *documente de aprovizionare* în care sunt cuprinse informații privind cumpărările de bunuri, servicii, lucrări necesare pentru derularea activității;
 - *documente de desfacere*, care cuprind tranzacții privind vânzarea bunurilor sau serviciilor realizate de către entitate.

⁵ Ordonanță de urgență privind administrarea, funcționarea și implementarea sistemului național privind factura electronică RO e-Factura și factura electronică în România, precum și pentru completarea Ordonanței Guvernului nr. 78/2000 privind omologarea, eliberarea cărții de identitate a vehiculului și certificarea autenticității vehiculelor rutiere în vederea introducerii pe piață, punerii la dispoziție pe piață, înmatriculării sau înregistrării în România, precum și supravegherea pieței pentru acestea

⁶ Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2634/2015 privind documentele financiar-contabile, publicat în Monitorul Oficial al României nr. 910/910bis din 9 decembrie 2015

Furnizor: SC DUOCHIMPREST SRL Reg. com.: J 01 / 637 / 2007 CIF: RO21755878 Adresa: Str. Axente Sever , bl. 49 sc. C , 7, Ocna Mures, Jud. Alba IBAN: RO13RNCB0010086630360001 Banca: BANCA COMERCIALA ROMANA IBAN: RO99TREZ0045069XXX001557 Banca: TREZORERIA STATULUI Tel.: 0745 303 239 Email: duochim@yahoo.com Capital social: 200,00		FACTURA Seria DU nr. 5254 Data (zi/luna/an): 25/01/2022 Cota TVA: 19% TVA la incasare		Client: SERBAN TRANS SRL Reg. com.: J01/291/2002 CIF: RO14764199 Adresa: Str. Closca, Nr. 11., Ocna Mures Judet: Alba		
Nr. crt	Denumirea produselor sau a serviciilor	U.M.	Cant.	Pret unitar (fara TVA) -Lei-	Valoarea -Lei-	Valoarea TVA -Lei-
0	1	2	3	4	5(3x4)	6
1	Servicii RSVTI conform contract nr. 1/25.03.2020 (ianuarie 2022)	buc	1	150.00	150.00	28.50
					Total	28.50
					Total plata	178.50
					Semnatura de primire:	

Intocmit de: Hopartean Veronica
 CNP: 2581215013917
 Numele delegatului: HOPARTEAN VERONICA
 B.I.C.: AX548197
 Mijloc transport: AB86XEN
 Expedierea s-a efectuat in prezenta noastra la data de
 ora.....
 Semnaturile:

Generata cu Smart Bill - www.program-facturi.ro

- *documente de producție*, în care se consemnează fapte, procese, operațiuni privind prelucrarea bunurilor pentru a se obține produse, lucrări și servicii;

S.C. SERBAN TRANS S.R.L. c.f. RO14764199 r.c. J01/291/2002 Capital social 200
 OCNA MURES str. CLOSCA nr. 11 jud. ALBA tel. 0258871071

Bon de consum

Nr. int.	Data	Gestiune
7	25.01.2022	

Denumire	Cod	UM	Tip	Cantitate	Pret	Valoare
TEAVA RECTANGULARA 40*40*2		M	Nedefinit	42.000	16.3867	688.24
TEAVA RECTANGULARA 30*30*2		M	Nedefinit	1.000	13.0300	13.03
COLTAR		BUC	Nedefinit	40.000	2.1008	84.03
Total:						785.30

Gestionar: SERBAN AUGUSTIN
 Primitor:

- *documente de personal*, în care sunt consemnate operațiuni referitoare la angajarea și utilizarea forței de muncă.
- *documente privind operațiunile monetare*, cuprind operațiuni de încasări și plăți în numerar și prin bancă.

4. Registrele contabile

Registrele de contabilitate sunt alcătuite din informații contabile preluate și prelucrate din documentele primare și au rolul de a efectua înregistrările operațiilor economico-financiare în conturi, astfel se obțin informații despre situația entității. Registrele de contabilitate obligatorii sunt:

Registrul-jurnal este un document contabil obligatoriu în care se înregistrează cronologic toate operațiunile economico-financiare efectuate de entitate.

Registrul-inventar este un document contabil obligatoriu în care se înregistrează elementele de natura activelor, datoriilor și capitalurilor proprii, grupate în funcție de natura lor, inventariate de entitate, potrivit legii.

S.C. SERBAN TRANS S.R.L. c.f. RO14764199 r.c. J01/291/2002 Capital social 200
 OCNA MURES str. CLOSCA nr. 11 jud. ALBA tel. 0258871071

REGISTRUL - INVENTAR

Data: 31.12.2021

Nr. crt.	Cont	Elemente inventariate	Valoare contabila	Valoare de inventar	Diferente din evaluare	
					Valoare	Cauzele diferentelor
1	1012	CAPITAL SUBSCRIS VARSAT	200.00	200.00	0.00	
2	1061	REZERVE LEGALE	40.00	40.00	0.00	
3	1068	ALTE REZERVE	28 959.48	28 959.48	0.00	
4	1171	REZULTATUL REPORTAT - PROFITUL NEREP / PIREDERE NEACOP.	378 379.74	378 379.74	0.00	
5	1174	REZULTATUL REPORTAT DIN CORECTAREA ERORILOR CONTAB.	160.00	160.00	0.00	

Cartea mare este un document contabil obligatoriu în care se înregistrează lunar și sistematic, prin regruparea conturilor, mișcarea și existența tuturor elementelor de natura activelor, datoriilor și capitalurilor proprii, la un moment dat. Registrul Cartea mare poate conține câte o filă pentru fiecare

cont sintetic utilizat de entitate. Acest registru stă la baza întocmirii balanței de verificare. Registrul Cartea mare poate fi înlocuit cu Fișa de cont pentru operațiuni diverse.

5. Documente contabile de sinteză

Unul dintre obiectivele contabilității îl constituie sintetizarea în informații generalizate a lucrărilor contabile curente, informații necesare pentru caracterizarea activității desfășurate de agenții economici într-o perioadă de timp. Cea mai complexă structură a documentelor contabile de sinteză cuprinde bilanțul, contul de profit și pierdere, situația modificărilor capitalului propriu, situația fluxurilor de trezorerie și note explicative.

Bilanțul se întocmește pe baza ultimei balanțe de verificare, este documentul de sinteză care redă starea și evoluția situației financiare a unei entități.

Contul de profit și pierdere indică modul de formare a rezultatului exercițiului, spre deosebire de bilanț care constată acest rezultat. În contul de profit sau pierdere veniturile sunt structurate după proveniență, iar cheltuielile după natura lor economică.

Situația fluxurilor de trezorerie este o componentă a situațiilor financiare prin care se prezintă informații referitoare la raportul dintre încasări și plăți pe categorii de activități: de exploatare, de investiții și de finanțare.

Situația modificărilor capitalului propriu prezintă modificările elementelor de capitaluri proprii, în sensul creșterii sau descreșterii acestora, inclusiv prin operațiuni interne de transfer.

Notele explicative la situațiile financiare anuale se întocmesc pornind de la necesitatea asigurării de informații suplimentare relevante pentru necesitățile utilizatorilor în ceea ce privește poziția financiară și rezultatele obținute.

6. Păstrarea și arhivarea documentelor de evidență contabilă

Registrele de contabilitate obligatorii și documentele justificative care stau la baza înregistrărilor în contabilitate se păstrează în arhivă timp de 10 ani, cu începere de la data încheierii exercițiului financiar în cursul căruia au fost întocmite, cu excepția statelor de salarii, care se păstrează timp de 50 de ani. Prin excepție, se pot stabili, în mod justificat, prin ordin al ministrului finanțelor publice, registrele de contabilitate și documentele justificative care se păstrează timp de 5 ani. În caz de pierdere, sustragere sau distrugere a documentelor financiar-contabile se vor lua măsuri de reconstituire a acestora, potrivit reglementărilor emise în acest sens, în termen de maximum 30 de zile de la constatare.⁷

Concluzii

Politicile contabile sunt elaborate pornind de la anumite proceduri care trebuie stabilite de către conducerea fiecărei entități, având în vedere specificul activității desfășurate. Ele trebuie să asigure furnizarea prin documentele de sinteză a unor informații relevante și credibile. Sunt considerate credibile informațiile care sunt neutre, prudente, complete și care reprezintă fidel rezultatele și poziția financiară a entității. De asemenea nu trebuie neglijate inteligibilitatea și comparabilitatea.

În funcție de modul de întocmire și de rolul lor în cadrul sistemului informațional, întâlnim documente justificative sau primare, documente de prelucrare, evidență contabilă sau registre de contabilitate și documente de sinteză contabilă sau de raportare.

În contabilitate, credibilitatea informațiilor este condiționată de proveniența acestora din documente pe care să existe semnăturile de confirmare a realității.

⁷ Art. 25 și 26 din Legea nr. 82/1991 Legea contabilității, Republicată, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 454 din 18 iunie 2008, cu modificările și completările ulterioare

Bibliografie:

1. Teiușan Ciprian, *Contabilitate asistată de calculator*, Alba Iulia, 2017
2. Art. 25 și 26 din Legea nr. 82/1991 Legea contabilității, Republicată, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 454 din 18 iunie 2008, cu modificările și completările ulterioare
3. Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2634/2015 privind documentele financiar-contabile, publicat în Monitorul Oficial al României nr. 910/910bis din 9 decembrie 2015
4. Art. 109 din Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 547 din 23 iulie 2015, cu modificările și completările ulterioare
5. Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2634/2015 privind documentele financiar-contabile, publicat în Monitorul Oficial nr. 910 din 9 decembrie 2015

Noi dimensiuni ale profesiei contabile în contextul economiei digitale

Autor: Mița Veronica
Coordonator: Prof. univ. dr. Man Mariana
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** The concept of accounting is defined by the role it plays at a given time. All changes in the role of accounting have been supported by legal regulations in order to develop it. Accounting is seen as a tool that influences and transforms the environment in which it operates. The accounting profession is distinguished from other professions by taking responsibility for the information provided.*

The current technical advances due to the use of the computer have changed the work of the accountant in relation to its methodology and principles, and the possession of digital skills is an imperative. Digitization has direct and indirect effects on accounting education, the perception of the profession and the need for continuous professional development.

1. Introducere

Rolul profesionistului contabil se află în interdependență cu mecanismul economic național. În cazul României [4], trăsăturile economiei de piață influențează modul de organizare a contabilității agenților economici. Acești factori sunt: transparența mediului economic și caracterul concurențial al economiei de piață. Transparența mediului economic este garantată de către legislația națională conform căreia este stabilită obligația agenților economici de a publica anual situațiile financiare. Iar credibilitatea datelor regăsite în situațiile financiare publicate este garantată de către profesioniștii contabil abilitați oficial în acest sens.

Globalizarea [3] poate genera noi oportunități pentru relațiile de afaceri internaționale și poate contribui la stimularea modernizării și a accesului liber la locuri de muncă, produse și servicii în țări mai puțin dezvoltate. Globalizarea și armonizarea cu standardele internaționale permite mobilitatea profesioniștilor contabili [7]. În lumea globalizată, munca intelectuală oferă un nou nivel de libertate în modul de a lucra. Ceea ce dă posibilitatea externalizării serviciilor de contabilitate în alte țări. În acest context, contabilii concurează între ei fără limite impuse de legislația națională, iar criteriile de departajare sunt capacitatea de a crea valoare adăugată, abilități specifice, specializări și calitatea muncii.

2. Rolul profesioniștilor contabili

Conceptul de contabilitate este definit prin rolul pe care îl are la un moment dat, parcurgând anumite etape succesive prezentate în figura 1. Toate schimbările intervenite asupra rolului contabilității au fost susținute de reglementări cu caracter juridic, cu scopul dezvoltării acesteia [2]. În acest sens, contabilitatea capătă un rol primordial de informare pentru utilizatorii informației contabile, printre care se enumeră: conducerea entității, investitorii, terții cu care entitatea dezvoltă relații economice, salariații, organizații nonguvernamentale, statul și alți stakeholderi [4].



Sursa: Pătrașcu D., Radu V., Radu F., *Profesia contabilă în IMM-uri*, editura Pro Universitaria, București, 2017

Figura 1. Stadii în evoluția rolului evidenței contabile

Profesia contabilă [6] se distinge de alte profesii, prin purtarea responsabilității de informațiile furnizate. Contabilul [1] poate fi definit ca fiind persoana care își desfășoară activitatea într-un compartiment financiar-contabil al oricărei entități publice sau private și acoperă parțial sau în totalitate activitățile acestui departament. În acest sens profesia contabilă răspunde următoarelor cerințe [4]:

1. conștientizarea rolului profesiei contabile în dezvoltarea economiei naționale și mondiale,
2. convingerea profesioniștilor contabili de rolul social la nivel de identitate și la nivel național,
3. înțelegerea semnificației și importanței unității și unicității profesiei contabile,
4. cunoașterea modului de organizare a profesiei contabile,
5. recunoașterea profesiei contabile în conformitate cu dezideratele fundamentale ale acesteia.

În conformitate cu prevederile Legii Contabilității nr. 82/1991 [11], contabilitatea se organizează și se conduce, de regulă, în compartimente distincte, conduse de către directorul economic, contabilul-șef sau altă persoană împuternicită să îndeplinească această funcție. Aceste persoane trebuie să aibă studii economice superioare.

Profesia contabilă presupune o serie de atribuții, printre care se enumeră:

- înregistrarea cronologică și sistematică a tranzacțiilor economice;
- prelucrarea și publicarea informațiilor referitoare la poziția financiară și performanțele financiare ale entității;
- întocmește, completează și prelucrează documente primare ale clienților;
- sortează documentele în scopul arhivării;
- întreține și actualizează baza de date;
- organizează activitatea departamentului financiar-contabil;
- raportează situații detaliate managerilor indispensabile în procesul decizional.

Profesia contabilă are un domeniu foarte larg de activitate. Sfera de activitate a profesiei contabile este ilustrată în figura 2.



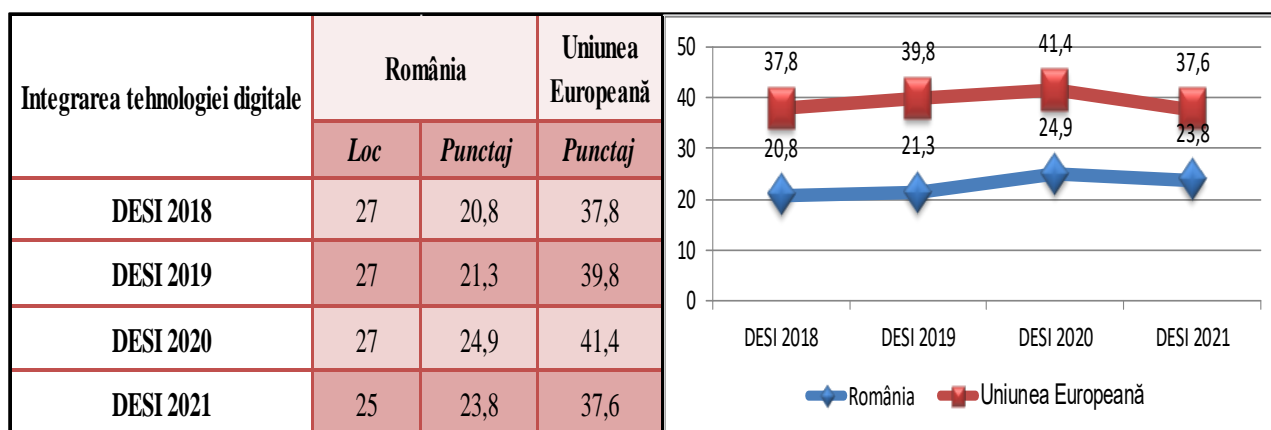
Sursa: Pătrașcu D., Radu V., Radu F., *Profesia contabilă în IMM-uri*, editura Pro Universitaria, București, 2017

Figura 2. Sfera de activitate a profesiei contabile

3. Economia digitală în România

Economia digitală [10] este legată de conceptul de „Industrie 4.0”, considerat pe scară largă ca fiind a patra și următoarea fază în digitalizarea sectorului de producție. Industria 4.0 este termenul dat proceselor de producție cu facilități automatizate complet integrate care comunică între ele. Secolul XXI este cunoscut drept secolul societății informaționale, o societate bazată pe cunoaștere. În literatura de specialitate există mai multe concepte care definesc economia existentă în secolul XXI și anume: economia digitală, neteconomia, economia de rețea, economia Internet, economia virtuală, economia bazată pe informație, economia bazată pe cunoaștere, noua economie etc.

Actualmente, entitățile economice din România nu profită în totalitate de tehnologiile digitale, și anume de: schimbul electronic de informații, platformele de comunicare socială, volumele mari de date și cloud. În conformitate cu datele din Raportul privind Indicele economiei și societății digitale (DESI), România, până la finele anului 2020 [8], s-a situat pe ultimul loc, locul 27 între țările Uniunii Europene în ceea ce privește integrarea tehnologiei digitale de către entități, iar în anul 2021 [9] a reușit să se ridice în clasamentul european pe locul 25.



Sursa: Comisia Europeană, *Indicele economiei și societății digitale (DESI) 2020-2021: România*, <https://ec.europa.eu/>

Figura 3. Clasamentul indicelui economiei și societății digitale din România și UE

Amplasarea indicelui economiei și societății digitale din România sub media celei a Uniunii Europene denotă faptul că țara nu deține o strategie națională de transformare digitală pentru

entități. Anul 2020 la nivel global a fost dificil din cauza pandemiei de Covid-19. Pandemia a declanșat utilizarea tot mai frecventă și a impus nevoia de servicii publice digitale ceea ce a accelerat transformarea digitală a Ministerului Afacerilor Interne. La sfârșitul anului 2020, noul guvern a înființat Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării [12] care are în subordine Autoritatea pentru Digitalizarea României (ADR).

Factorii integrării tehnologiei digitale	ROMÂNIA				UE
	DESI 2018	DESI 2019	DESI 2020	DESI 2021	DESI 2021
Schimb electronic de informații	22%	22%	23%	23%	36%
Platforme de comunicare socială	9%	9%	8%	8%	23%
Volume mari de date	11%	11%	11%	5%	14%
Tehnologia de tip CLOUD	6%	7%	7%	13%	26%
Inteligența artificială	0%	0%	0%	31%	25%
Facturi electronice	0%	20%	20%	17%	32%
IMM-uri care fac vânzări online	8%	8%	11%	17%	17%
Cifra de afaceri a comerțului electronic	5%	5%	5%	8%	12%
Vânzări online transfrontaliere	2%	2%	6%	6%	8%

Sursa: Comisia Europeană, Indicele economiei și societății digitale (DESI) 2020-2021: România, <https://ec.europa.eu/>

Figura 4. Evoluția factorilor integrării tehnologiei digitale din România și UE

În baza datelor prezentate în figura 4 se observă că majoritatea factorilor se situează cu mult sub media Uniunii Europene. Doar 17% dintre IMM-urile române profită de oportunitățile oferite de comerțul online cu posibilitatea extinderii vânzărilor transfrontaliere care au constituit 6% în anul 2021, cu 2 % mai puțin decât media Uniunii Europene. Concomitent, doar 17% dintre entitățile din România emit facturi electronice, cu mult sub media Uniunii Europene de 32%. Un nivel scăzut față de media Uniunii Europene se regăsește la entitățile care utilizează platforme de comunicare socială, servicii de tip Cloud și analizează volume mari de date. În pofida faptului că majoritatea factorilor se situează sub media Uniunii Europene, 31% dintre entitățile românești utilizează inteligența artificială, cu mult peste media Uniunii Europene de 25%.

Pentru perioada viitoare a fost propusă strategia guvernamentală: “Dezvoltarea sectorului IMM și îmbunătățirea mediului de afaceri din România către economia digitală în perioada 2021-2027” care reprezintă o strategie transversală care urmărește pe termen mediu implementarea unei economii digitale și a datelor.

În conformitate cu Planul de Redresare și Reziliență al României (PNRR) [13] există patru inițiative emblematice în domeniul digital privind creșterea durabilă, și anume: conectarea, modernizarea, dezvoltarea și recalificarea și perfecționarea. În scopul sporirii potențialului de inovare și modernizare a entităților din sectorul IMM se vor institui scheme de finanțare pentru a atrage și adopta tehnologii digitale existente la nivel internațional și pentru dezvoltarea tehnologiilor digitale avansate, cum ar fi: tehnologia blockchain, tehnologia cuantică și tehnologia de tip Cloud Computing, precum și inteligența artificială.

4. Noi dimensiuni ale profesiei contabile

În prezent, profesia contabilă se confruntă cu numeroase provocări ceea ce va determina și schimbarea rolului contabilului [5]. O provocare de viitor pentru profesia contabilă va fi educația continuă pentru exercitarea profesiei [7]. Contabilul va juca un rol cheie în procesul de administrare și gestionare a afacerilor și în cadrul analizei datelor financiare sau de altă natură. Rolul contabililor va fi de a oferi, într-o măsură tot mai mare, servicii de consultanță antreprenorilor. Prestigiul profesionistului contabil va fi determinat de analizele elaborate care reflectă fidel realitatea activității economice a entităților, incluzând aspecte negative.

Acest rol vine legat de o foarte mare responsabilitate. În prezent contabilului i se cere să fie pluridisciplinar [4]. Această competență se manifestă sub multiple aspecte prezentate în figura 5.

COMPETENȚE ADIACENTE		TRĂSĂTURI
CONTABILITATEA	EXPERT ÎN CONTABILITATE ȘI ALTE DOMENII	<i>Alături de contabilitate și gestiune economică, cultura profesionistul contabil trebuie să fie exercitată multilateral.</i>
	PROFESIONIST PUS LA CURENT CU TOATE MODIFICĂRILE	<i>Acest concept impune contabililor dezvoltarea profesională continuă. Conceptul are menirea să asigure răspunsuri adaptate monitorizării riscurilor ce pot apărea în diverse activități aflate în responsabilitatea sa.</i>
	ORGANIZATOR	<i>Competența de organizator se regăsește în realizarea și administrarea unui sistem de prelucrare a informației de gestiune și informației contabile, contribuții la definirea arhitecturii informaționale a entității, participarea la elaborarea aplicațiilor informatice de contabilitate și optimizarea proceselor economice și financiare.</i>
	CONSILIER DE GESTIUNE	<i>Elementele de bază ale acestei competențe sunt capacitatea de analiză, sinteză, gestionare a rezultatelor, evaluarea trendului indicatorilor economici, financiar și bursieri în timp.</i>

Sursa: Pătrașcu D., Radu V., Radu F., *Profesia contabilă în IMM-uri*, editura Pro Universitaria, București, 2017

Figura 5. Competențe adiacente profesiei contabile

În contextul actual, în care este bine evidențiat progresul rapid al sistemelor informaționale în toate activitățile, se simte nevoia unei abordări a informatizării contabilității, fapt ce poate avea un impact pozitiv asupra mediului de afaceri. În acest context, profesia contabilă se află sub impactul revoluției digitale.

Actualele progrese tehnice datorate utilizării calculatorului au schimbat munca contabilului în legătură cu metodologia și principiile acesteia, iar deținerea competențelor digitale constituie un imperativ. Contextul actual național, cât și cel global, impune măsuri ce pot fi adoptate rapid și eficient. În ciuda caracterului global al pandemiei, nu există o modalitate unică general aplicabilă pentru a face față cu succes crizei. Digitalizarea produce direct și indirect efecte asupra educației contabile, percepției asupra profesiei și asupra nevoii de dezvoltare profesională continuă [7].

Concluzii

Profioniștii contabili în calitatea lor de gestionar de date financiare ale unei entități pot include și funcții mai sofisticate, cum ar fi dezvoltarea, implementarea și întreținerea bazelor de date financiare, precum și supravegherea procedurilor de control intern. În calitate de analiști, profioniștii contabili pot efectua analize economico-financiare utilizând datele financiare, iar rezultatul analizelor va fi valorificat în procesul decizional. Profionistul contabil analizează datele financiare pentru a rezolva anumite discrepanțe și nereguli ce pot apărea. Tot el este persoana care oferă soluții și recomandări pentru problemele sau situațiile financiare specifice. Un rezultat al muncii profionistului contabil este prezentarea situațiilor financiare care pot fi utilizate în gestionarea activităților de previzionare bugetară. În sarcina profionistului contabil intră și urmărirea și susținerea aspectelor fiscale.

Actualmente, pentru un profionist contabil nu mai este suficient să cunoască tehnici contabile, aspectele legislative de calcul a impozitelor și taxelor sau să dețină cunoștințe necesare efectuării analizelor economico-financiare, dar trebuie să dispună de cunoștințe aprofundate privind utilizarea noilor tehnologii informaționale avansate și conectarea digitală, avantajele strategice pe care le poate obține compania prin implementarea acestor sisteme și modul în care acestea se pot transforma în profit pentru entitate.

Contabilitatea este privită ca un instrument care influențează și transformă mediul în care operează. Indiferent de situație și de evoluția mediului economic, contabilii trebuie să fie receptivi, agili și capabili să utilizeze tehnologii noi pentru a spori eficiența și productivitatea muncii.

Există o schimbare vizibilă în cadrul profesiei contabile din România, însă aceasta este într-un stadiu începător. Izolarea în fața acestei schimbări poate însemna doar un eșec. Pe lângă informațiile contabile oferite de profioniștii contabili, aceștia vor furniza în viitor instrumente mult mai complexe, iar tehnologia trebuie privită ca o necesitate pentru o permanentă dezvoltare și evoluție, deoarece tehnologia informațională avansează într-un ritm alert în secolul XXI. Contabilitatea se transformă dintr-un judecător al trecutului într-un consilier al viitorului.

Bibliografie:

1. Ghiura A. Rolul profioniștilor contabili în gestionarea entităților, CECCAR Business Review No. 2/2021
2. Macarie F.-C. Bazele contabilității, Ediția a III-a, editura Polirom, Iași, 2001
3. Mateș D., Irimuș R.-M Profesia contabilă în contextul globalizării, CECCAR Business Review No. 12/2020
4. Pătrașcu D., Radu V., Radu F. Profesia contabilă în IMM-uri, editura Pro Universitaria, București, 2017
5. Philippe Arraou Gândirea integrată, globalizarea și tehnologia- viitorul profesiei, Congresul al XXII-lea al Profesiei Contabile, CECCAR Business Magazine, Nr. 40, 2018
6. Sălceanu Al. Bazele contabilității, București, Editura Economică, 2004
7. CECCAR Profesia contabilă într-o economie bazată pe globalizare și digitalizare (I), CECCAR Business Magazine, Nr. 41, 2019
8. Comisia Europeană Indicele economiei și societății digitale (DESI) 2020: România, <https://ec.europa.eu/>
9. Comisia Europeană Indicele economiei și societății digitale (DESI) 2021: România, <https://ec.europa.eu/>
10. European Observatory of Working Life Digital Economy, 2018, www.eurofound.europa.eu
11. *** Legea Contabilității nr. 82/24.12.1991, republicată și actualizată

12. *** O.U.G. nr. 212/2020 privind stabilirea unor măsuri la nivelul administrației publice centrale și pentru modificarea și completarea unor acte normative, M.O. nr. 1307/29.12.2020
13. *** Planul de redresare și reziliență al României (PNRR) aprobat de Consiliul UE la 28 octombrie 2021, <https://mfe.gov.ro/>

Considerații privind Binomul Fizică-Contabilitate în contextul particularităților teoriei anticipatorii

Autor: Pătrașcu Jonathan
Coordonator Prof. univ. dr. Man Mariana
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** In this paper I approached some ideas communicated at the CECCAR conference from 2021. Thinking about the distortions that challenge us to change, I identified among others that physics is playing a key role in USA science in general and also in accounting and technology. Since the USA is coping better with change and nonetheless they are creating some of the distortions that we need to adapt to, I thought it best to identify some insight that will be applicable in our way of approaching the distortions. So in the end I concluded that the future of accounting can be us, by taking control of the process through evolving our way of thinking, our way of approaching people and problems by implementing new complex systems of collaboration throughout technology and education.*

1. Introducere

La Congresul Profesiei Contabile din România, organizat de CECCAR, în 2021 a fost abordată o perspectivă de confruntare a schimbării provocată de pandemie și de schimbare în general, prin intermediul adaptării. Printre altele, s-a concluzionat o necesitate de adaptare mai rapidă la schimbare, necesitatea eforturilor de a prezice schimbările pentru a putea să fim mai bine echipați, necesitatea anumitor competențe pentru o mai bună pregătire, o necesitate de complexitate a situațiilor financiare și altele după caz.

Am plecat de la o idee pe care am auzit-o în interviul lui Daniel Burrus, din 2016, din podcastul intitulat ”The accounting Success podcast” și care a rămas cu mine încă de atunci, și anume: avem nevoie de o inovare, de o reinventare a contabilității pentru a putea face față cu schimbările, altfel greul și stresul profesiei contabile se vor multiplica exponențial.

Mi-am propus să aduc la lumină factorul științific cu privire la viitorul contabilității în România, deoarece consider că acesta poate fi un factor de influență de durată lungă. Datorită unei necesități de adaptare la distorsiunile provocate de mediul global al activității contabile, acest factor științific are în vedere 2 considerente: unul educațional și unul de distorsiune.

Contabilitatea financiară este practică pentru că legislația autohtonă obligă asta și contabilitatea fiscală este practică și se extinde tot datorită unui fenomen de constrângere legislativă, putem spune și noi, că acele ”contribuții” nu sunt voluntare, sunt exactități impuse. Eu am considerat aceste elemente, cu privire la contabilitatea financiară și fiscală, ca fiind motivul principal pentru care mulți actorii de pe piață nu consideră contabilitatea o știință, ci doar o obligație executată într-un mod dictat de autorități. În știință nu trebuie nimeni să oblige pe cineva să se supună gravitației, o facem toți involuntar.

Se poate ajunge și în domeniul economic la necesitatea conștientă a unei nevoi de contabilitate în care actorii de pe piață să poată exprima ca și în cazul gravitației. Eu cred că, în antichitate, s-a ajuns deja la concluzia asta, oamenii precum Kușim, care își extindeau memoria prin intermediul plăcuțelor de lut, nu o făceau pentru că era un hobby distractiv, ci pentru că și-au dat seama de limitele omului.

Indiferent că cineva cade sau nu de acord cu ipotezele anterioare, ele sunt valide și pot fi un avantaj pozitiv pentru legiuitor, pentru contabil cât și pentru entitățile economice. Există deja o nevoie

pe piață de sisteme contabile care să extindă posibilitatea de înțelegere, analiză, agilitate, adaptare, etc, iar acestea pot fi amplificate și exercitate de contabilitate.

Pentru a putea identifica factorul de influență, care ne poate ajuta și pe noi la adaptare, am aruncat o privire la SUA și am identificat că în știință ”fizica” este unul dintre factorii de influență majori.

2. Metodologia cercetării

În elaborarea lucrării ca și metodă de cercetare am folosit documentarea, observarea și ipoteze proprii. Au fost studiate lucrări din literatura engleză și lucrări publicate în volume din conferințe internaționale în domeniu.

3. Binomul Fizică-Contabilitate

Fizica nu este singurul factor de influență pe care putem să ne concentrăm energia și atenția, dar este unul aplicabil și în România. Acest binom are ca și efect un plus de calitate al profesiei contabile și ajută la înțelegerea, adaptarea, explicarea, evoluarea și alte după caz, a contabilității ca și știință. Dacă nivelul de bază al fizicii este matematica, contabilitatea se ridică peste amândouă având ca bază tiparele logice întâlnite atât în fizică cât și în matematică.

3.1 Influența fizicii asupra științei contabilității în SUA

E de la sine înțeles că nu putem aplicat o formulă de recunoaștere a tiparelor generală, unde pentru fiecare formulă din economie, cu precădere pe contabilitate, să coincidă cu o formulă sau un tipar din altă materie respectiv fizică, dar pe alocuri sunt tipare care se pot aplica în vederea extinderii orizontului contabilității atât ca și model teoretic, cât și matematic, cât și bineînțeles experimental.

Un exemplu teoretic este redat de cărțile scrise de Daniel Burrus (șeful trezoreriei SUA). Din diferite surse online am aflat că el a plecat de la ideea că, putem să ne focalizăm pe viitor economic prin intermediul lucrurilor predictibile. El a numit Hard Trends - ”trenduri tari” acele predictibilității care cu siguranță se vor întâmpla în viitor și Soft Trends - ”trenduri maleabile” ca fiind acele trenduri care conțin elemente de incertitudine, care se pot întâmpla, dar nu știm sigur că se vor întâmpla. Iar ca și metodă de bază a plecat de la modul de focalizare a viitorului prin intermediul a două particularități:

a) Prin prisma schimbărilor caracterizate de un eveniment ciclic. Viitorul are încorporat în sine o natură cíclică, repetabilă, atât cu privire la evenimente cât și cu privire la natură, ca de exemplu după iarnă urmează primăvara, sau dacă facem și un calcul putem să știm următoarea eclipsă de soare, sau când va fi lună plină, sau dacă vorbim de contabilitate putem ști când va fi un contabil cel mai ocupat - la final de an (înainte de elaborarea situațiilor financiare), el a identificat 300 de astfel de cicluri.

b) Prin prisma unei, așa anume de el, *linear/exponențial change*- schimbare lineară/exponențială, caracterizată printr-o linie continuă. Această particularitate evidențiată de Daniel Burrus ca și aspect al trendurilor tari ia în calcul natura consumatorului și anume, un personaj care trece de la un telefon cu butoane la un telefon deșept, ca și consecință nu se va mai întoarce la telefonul cu butoane.

Daniel a fost profesor de biologie și fizică timp de 30 de ani. Importanța acestui trecut în fizică este conturată accidental de Brian Green într-un episod din World Science Festival în care prezintă, ca și cum toți am ști deja asta, că în nucleul fizicii clasice elaborate de Isaac Newton stă specificarea că, dacă știm cum este lumea acum, poziția și viteza tuturor ingredientelor, și forțele care acționează asupra acelor ingrediente, legile fizice clasice ne spune exact cum va fi lumea în orice moment subsecvent. Predicțiile viitorului prin intermediul acestor legi au devenit reale, știm unde va

fi un pendul în timp ce se mișcă, sau unde va ateriza o minge, sau unde se va afla luna în orbita ei în jurul pământului. Iar fizica cuantică, care survine ulterior simetric fizicii clasice, spune că dacă specificăm lumea cum este ea acuma, prin intermediul mecanicii cuantice, putem deduce probabilitatea ca lumea să se afle într-un fel sau altul în viitor.

În speranța de a dovedi ”călcâiul lui Ahile” al fizicii cuantice, Einstein împreună cu Boris Podolski și Nathan Rosen dezvoltă teoria, încercării particulelor ca și proprietate intrinsecă a fizicii cuantice (EPR 14.05.1935). Specializarea mea este de natură economică, iar atunci când citesc despre o legătură invizibilă între două particule, eu o înțeleg prin lentila economică. Dacă prin modificarea particulei A particula B va fi afectată, mă pot gândi la inflația banilor. Ronald H. Marks, sub pseudonimul de Jens O. Parsson - *Dying of Money* explică faptul că, inflația prețurilor se datorează inflației banilor, explicat de el ca și extazia serii anterioare în detrimentul copilului de anul următor. Și că, nu inflația banilor în fapt îi partea rea, ci oprirea inflației, folosind analogia unui om care sare de pe un bloc, nu accelerația îi stinge viața ci opritul, dacă pământul nu era acolo să îi stea în cale ar fi accelerat la infinit. Legătura invizibilă dintre particule poate fi evidențiată în inflația banilor și inflația prețurilor, banii își schimbă cantitatea în plus la fel și prețurile, disponibilul de bani scade la fel și prețurile, sau cum spunea Einstein ”Spookie action at the distance”- acțiune înspăimântătoare la distanță.

Ca și aplicabilitate a fizicii cuantice în teoria jocului, combinată cu teoria promovată de Daniel Burrus, există așa-numitele ”distorsiuni” care se întâmplă. Dacă o societate dezvoltă o anumită tehnologie care automatizează procesul de contabilitate financiară, impactează tot spectrul de contabilitate financiară, alte particularități pot fi extrase din fizica cuantică.

O altă aplicabilitate a fizicii este de a explica contabilitatea și cum funcționează ea, ca de exemplu: *pentru orice reacție există o contrareacție de putere egală și de sens contrar*- nu sună asta ca și partida dublă? sau cum spunea Neil deGrasse Tyson în cartea *Astrophysics for people in a hurry*: $E=mc^2$ este o formulă cu sens unic: *câtă energie valorează masa calculată, sau câtă masă valorează energia calculată* - nu sună asta ca formula patrimoniului? *câte pasive valorează activele unei entități?* Putem să trecem și la legile termodinamice, conservarea energie, entropia... și altele după caz. Exemplele ar putea continua, enumerând cărți, formule și teorii din fizică și cum impactează acestea profesia contabilă, și mediul economic. Contabilitatea din SUA prin urmare, este justificată științific prin intermediul științei ”fizică” și a formulelor și legilor fizice dovedite și testate de zeci și sute de ani.

Îi ușor de explicat analogic că o entitate care se extinde capătă același element de entropie specific Universului, în care lucrurile tind să fie tot mai *încurcate* și să apară tot mai multă dezordine. Mulți clienți, mulți furnizori, multe controale, tot felul de angajați, profesioniști din toate domeniile etc. Toate acestea scot în evidență nevoia de angajare a unor profesioniști care să mențină organizarea și ordinea în entitate, prin diferite sisteme. În cazul contabilității cu siguranță că aceasta este direcționată spre partea financiară a unei entități, spre analiză, cerințe, calcule etc. Iar mai apoi prin intermediul dezvoltării elementelor de știință ale contabilității, pe care noi le ignorăm datorită lipsei de timp, contabilitatea este capabilă prin intermediul simetriei de a dezvălui tiparele întâlnite în tot felul de date. Personal susțin că simetria și asimetria pot explica tot Universul. Această propunere strălucește cel mai tare în cantități mari de date și sisteme complexe. Din datele enunțate până aici putem identifica cel puțin 2 tipuri de simetrie: una între retrospectivitate și prospectivitate și o simetrie interdisciplinară în care tiparele unei discipline pot fi însușite unei alte discipline și o particularitate este că, și contabilitatea poate evolua științific la fel ca modelul fizic.

3.2 Impactul culturii științifice americane asupra științei contabilității în România

Legătura de influență a culturii științifice americane, asupra mediului nostru contabil din România, îi ușor de explicat: ca fiind o forță gravitațională. IFAC-ul își are sediul în New York și trendurile contabile, majoritatea pleacă de acolo, mai întâi explicate în limba engleză și apoi adaptarea

în limba română. Această traducere nu pare să mai aibă același înțeles intenționat, își pierde din calitate prin traducere, ceea ce rezultă în adaptarea de cuvinte englezești în limbajul contabil și o adaptare față de vocabularul englez mai degrabă decât de nevoile din România. Denumirea entităților economice prin cuvinte englezești îi noua modă.

O nevoie în România, pe care am identificat-o ca și consecință a observării culturii științifice americane este creșterea exponențială sau în progresie geometrică. Parson se referă la această creștere ca legea necesară, ca o entitate economică să facă față la viitor, dacă acum are un anumit profit trebuie ca acesta să crească în progresie geometrică pentru ca entitatea să fie categorizată în continuitate de activitate pentru viitor. Dar același principiu se aplică și la știință în sine, nu ne putem bizui doar pe legislația autohtonă sau pe copiat modele din alte țări, sau să așteptăm să ne fie impuse schimbări de Europa sau de următoarea pandemie. Știința contabilă are nevoie de o creștere progresivă, contabilitatea nu e o știință monolitică.

Inspirat de învățăturile lui Daniel Burrus, putem să ne uităm la lume și la viitorul prin intermediul a 3 elemente nucleu, care să ne ajute să prezicem distorsiunile care vor apărea și pentru a putea fi pregătiți pentru ele, simplificat, acestea sunt:

- **Elementul demografic:**

Factorul uman de cei mai mulți este considerat ca fiind cea mai dificilă parte a contabilității și cel mai greu de prezis, dar cu toate acestea sunt lucruri de care putem să fim siguri cu privire la oameni. Este dovedit că oamenii îmbătrânesc și că mor, sunt dovedite și consecințele îmbătrânirii și putem afla rapid cum putem să combatem efectele neplăcute ale îmbătrânirii. Ca și consecință a îmbătrânirii putem crea tehnologii care să ajute bătrânețea, aparate care să nu se bazeze pe putere fizică, automobile de transport în siguranță a bătrânilor etc... Genul acesta de element demografic își are o aplicabilitate și în contabilitate, îi clar că generația mai înaintată face față mult mai greu la noile tehnologii care apar, și se adaptează mult mai greu la ele față de generația tânără de contabili. De îndată ce identificăm lucrurile de care putem fi siguri, putem să extragem particularități și prin anticipare putem să luăm măsurile potrivite.

- **Elementul tehnologic:**

Dacă un lucru poate fi inventat sau realizat, dacă nu îl faci tu o să îl facă altul! Tehnologia o să continue să evolueze și e un factor de care putem să ne bucurăm și pe baza căruia putem face predicții sigure cu privire la viitor. Noi putem să fim factorul de distorsiune, adică cei ce identificăm nevoile tehnologice și le implementăm în așa fel încât alții să fie nevoiți să se adapteze. Nu dispunem de softuri AI precum SUA, gen Watson, Cortana și altele după caz, dar de îndată ce acestea vor intra în domeniul contabil, distorsiunea se va produce la nivel global. Noi știm asta din timp și putem să luăm măsuri astăzi. Pentru noi un program de facturare electronic s-a dovedit o adevărată provocare.

Dacă ne uităm la Univers și încercăm să calculăm cât de mare este o să ne împiedicăm de faptul că acesta este mare în spațiu dar și în timp și că ori de câte ori îl măsurăm mereu va fi mai mare. Lucrurile toate se întâmplă în timp. Putem să fim siguri de anumite elemente legate de particularitatea timpului, dar cu siguranță că, cel mai important este faptul că, toți avem nevoie de cât mai mult timp, de la administratori la șomeri. Îmbunătățirea tehnologiei nu face decât să ne ofere posibilitatea aceasta. Înregistrările în contabilitate sunt partea cea mai costisitoare de timp, diferiți actori lucrează deja la un proces de automatizare a acestei activități. Dar nu doar înregistrările sunt costisitoare de timp în activitatea contabilă, colaborarea cu autoritățile este la fel de costisitoare. Diferiți profesioniști, din cadrul conferinței IFAC "The Anticipatory Accountant" din decembrie 2020, au propus tehnologia blockchain pentru aceasta.

- **Elementul legislativ:**

Acesta este elementul de care contabilitatea financiară și fiscală se folosesc constant în România și nu o să înceteze doar pentru că la unii nu le place, chiar dacă avem aparate care pot să îți citească toată legea, tot există juriști și judecători, avem roboți care scanează creierul și tot corpul uman și tot există doctori etc... Legislația este un element predictibil cu privire la viitor și contabilitatea va juca un rol în acest element atât financiar cât și fiscal.

4. Inovația tehnologică și viitorul contabilității

Plecând de la personajul semnat ”Kușim” pe tăblițele de lut din Sumaria am ajuns la concluzia că acest om, sau cei ce au contribuit la sistemul de contabilitate pe tăblițe de lut, trebuie să fi identificat cumva faptul că percepțiile omului pot fi extinse prin intermediul tehnologiei. Cu siguranță cineva ar fi uitat câte animale are în grajd sau câte vase de lut a produs spre vânzare, sau câte cărămizi etc. Poate prin intermediul extinderii unui afacerist sau a clasei superioare, sau poate ca și răspuns față de o problemă existentă să zicem ”delapidare de active”. Regele Sumariei Gilgamesh ar fi întâlnit o astfel de problemă și memoria nu îl ajuta să afle dacă îi mințit sau dacă chiar a avut mai multe active. Așa că cineva a venit cu soluția de a evidenția ceva prin intermediul unui obiect sau a unei reprezentări abstracte gen: o creștătură pe o tăbliță de lut.

Aceeași ”presupusă” problemă, pe care regele Sumariei o avea cândva, pare să fie un tipar pentru un profesionist contabil modern, nu știm exact dacă așa scria sau invers în lege, alteleori dacă monografia era sau nu așa cum ne-o amintim și inevitabil folosim tehnologia ca și extindere a memoriei. Extinderea aceasta nu trebuie să se oprească neapărat la memorie și poate fi dusă la un nivel mai înalt. Mă gândesc uneori la Siri și la momentul când am aflat prima dată că, pot să îi spun telefonului meu să execute o acțiune fără ca măcar să îl ating. Sunt de acord cu Steven Hawkins că inteligența constă și în adaptarea la schimbare. Dar nu vreau să fiu de acord cu el într-o perspectivă și anume, prefer să fiu pe frontul care provoacă schimbarea decât pe frontul care se adaptează la schimbare. În lumina acestei afirmații putem să acționăm asupra a ceea ce am amintit mai devreme ca fiind ”trend tare” și să amplificăm aceste predictibilități prin intermediul tehnologie.

Diferiți profesioniști contabili au luat deja inițiativa în a crea un program de contabilitate mai complex, prin intermediul ”cloud” sau informațiile contabile puse la dispoziția utilizatorului, pe internet, prin intermediul diferitelor echipamente tehnologice și previzionează o evoluție în direcția înregistrărilor contabile. Ei vor ca programul de contabilitate să poată executa înregistrări automate având la dispoziție doar o poză luată cu telefonul a unui document sau documentul scanat. Asta înseamnă că activitatea contabilului se va transforma într-un control în loc de înregistrare. Bineînțeles, ce au ei în vedere poate fi amplificat de un program care execută informațiile prin comenzi vocale. Mă gândesc că sunt invocat la AGA sau ceva asemănător, pentru a explica situațiile financiare sau ce anume se întâmplă în departamentul financiar, iar în drum spre casă, la volan, încep și vorbesc cu programul să îmi introducă niște dividende și să lase operația nevalidată (asta pentru a o putea eu verifica când ajung în fața monitorului și pentru a primi documentul justificativ). Și exemplele pot continua.

În materie de complexitate a situațiilor financiare prin intermediul tehnologiei, un exemplu care poate fi imitat și aplicat în contabilitate este tehnologia blockchain, dar pentru că sa vorbit deja de o variantă asemănătoare la conferința CECCAR și sa dezvoltat ideea la conferința IFAC din decembrie 2020, o tehnologie, cu un cap mai sus, care merită toată atenția contabilității este internet of things IOT ”internetul lucrurilor”.

Această tehnologie IOT presupune conectarea la internet a diferitelor dispozitive precum: telefoane, ceasuri, aspiratorul, frigiderul, centrala de gaz din apartament, panouri solare, panouri de asfalt, luminile de trafic etc., iar mai apoi capitalizarea acestora la îndemâna utilizatorului.

Cu o astfel de tehnologie apare automat și o cantitate imensă de date care pot fi utilizate în economie, e doar nevoie de un profesionist contabil isteț care să identifice particularități și să le găsească utilitatea. Iar aici apare și necesitatea fizicii ca și element de dezvoltare a contabilității.

Concluzii

Ca și consecință a particularităților fizice, simplificate în acest eseu, iese în evidență necesitatea de abordare a lucrurilor dintr-o perspectivă diferită. Pentru generația tânără o perspectivă diferită e la fel ca și modelul standard, ca oricare alta. Prin intermediul educației putem să întărim

legătura între generații și edificator să construim anticipator viitorul contabilității în România. De îndată ce legătura dintre generații este întărită și formată se poate trece la etapa de implementare a noilor tehnologii la care participă toate generațiile de contabili (ex: Blockchain și IOT). Schimbarea sigur se va produce, în tehnologie mai ales, iar noi putem fi cei ce provocăm schimbarea, care să fie distorsiunea, la care să se adapteze alții.

Îmi place cum a sintetizat Daniel Burrus ideea anticipării, dacă eu sunt singurul care poate anticipa viitorul acesta nu arată bine. Tiparele fizice, fără îndoială, ajută la dezvoltarea noilor tehnologii, dar poate fi o unealtă utilizată și în alte direcții precum aceea de anticipare pe care o susține dl Burrus, De asemenea, este o știință fiabilă când vine vorba de performanță și stabilitate. De aceea, diferiți autori transferă tiparele fizice domeniului lor de activitate (ex: Rabbi Daniel Lapin - Business Secrets from the Bible). Fizica apare ca un necesar atunci când vrem ca și contabilitatea să participe la tehnologiile precum IOT, toate numerele generate de diferite aparate pot fi organizate, analizate iar ca și consecință se pot genera rapoarte care să fundamenteze luarea deciziilor, bineînțeles cu precădere pe financiar. Aceasta se concretizează în lărgirea orizontului de cunoaștere a contabilității. Având în vedere implicațiile sistemului de facturare electronică în România e-Factura, reiese și necesitatea unei comunicări cu autoritățile în latura științifică.

Putem învăța de la Einstein și colegii lui, când aceștia au încercat să dovedească ”călcâiul lui Ahile”, și să-i încurajăm pe cei ce vor să scoată la lumină în baza dovezilor sau teoriilor că o anumită știință sau un sistem este greșit. În final sa dovedit că aceasta accelerează și evoluează știința, explicat elocvent de Harari ca ”disonanță cognitivă”. În ce ține de autorități acest proces arată mai degrabă ca analize gratuite din partea profesioniștilor care vor să le dovedească erorile. Atâta timp cât avem la dispoziție informația sistemelor care urmează a fi implementate în ce ține de tehnologiile viitoare precum e-Factura, putem participa cu propuneri atât noi studenții cât și masteranzii și doctoranzii cât și cadrele didactice sau domeniul științific din România.

Ba și mai mult schimbarea trebuie să plece de la autorități, nu putem să ne mândrim așa tare cu contabilitatea financiară ca și profesie în folosul publicului când publicul are la dispoziție o pagină de internet sărăcăcioasă. Aceștia pot să verifice informațiile publice pe ani individuali, nu pot lista pe ecran mai mulți ani simultan, sau doar anumite câmpuri din informații, sau poate mai multe entități economice simultan. Posibilitățile enunțate inițial ar constitui minimul element de calitate ”comparabilitatea”. Numai după ce trecem de acest impediment, ne putem gândi la tehnologii precum blockchain și IOT. Iar modul în care putem să participăm la astfel de probleme care indirect privesc tot spectrul profesiei contabile este prin intermediul tehnologiei, nu doar partea de socializare prin platforme online dar și de aplicare a tiparelor din diferite specializări, Mervyn King (din conferința IFAC) spunea că educarea interdisciplinară este o nevoie urgentă, un ”must”.

Bibliografie:

1. Burrus Daniel, *The Ancipitory Organization*, ed: Greenleaf Book Group, 2020
2. Harari Yuval Noah, *Sapiens - Scurtă istorie a omenirii*, ed: Polirom, 2017
3. Jens O. Parson, *Dying of money*, ed: Dog Year Publishing LLC, 2011
<https://www.youtube.com/watch?v=vk70l2jq2WE>
4. Lapin Daniel, *Business Secrets from the Bible*, ed: Gildan Media, 2020
5. Tyson Neil deGrasse, *Astrophysics for People in a Hurry*, ed: Blackstone Audio, Inc. 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=Cp5AcnzmBBA>
6. World Science festival - *Infiniti: The science of endless*, 16.01.2014, disponibil la adresa:
<https://www.youtube.com/watch?v=KDCJZ81PwVM&t=3115s>
7. World Science festival - *Einstein and the Quantum: Entanglement and emergence* 31.03.2022 disponibil la adresa: <https://www.youtube.com/watch?v=ntxC5KMC4y0&t=747s>
8. CECCAR - *Conferința 29.09.2021 Congresul profesiei contabile din România*, disponibil la adresele: <https://www.facebook.com/ceccar.ro/videos/3028023294105224>

<https://www.facebook.com/ceccar.ro/videos/161457452816525>

<https://www.facebook.com/ceccar.ro/videos/748280382626563>

<https://www.worldsciencefestival.com/video/video-library/>

9. IFAC - Conferința *The Anticipatory Accountant* 19.12.2020, disponibilă la adresa:
https://www.youtube.com/watch?v=h2_GkgRwYA8&list=PLfuuMk7vk2dguNsC1bRGJcdWkQ0SGypor&index=1
10. *The Accounting Success Podcast* <https://www.youtube.com/watch?v=iU4Y1x13svE>
11. *Programul de facturare electronic online in România:*
<https://www2.deloitte.com/ro/ro/pages/tax/articles/facturarea-electronica-de-la-teorie-la-practica-cum-se-aplica-in-romania.html>

Importanța implementării Standardelor Internaționale de Contabilitate pentru sectorul public în România

Autor: Setel Marius Traian
Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria
Universitatea din Petroșani

***Abstract.** With Romania's entry into the European Community, its main purpose was to develop the public accounting system and to harmonize national legislation with European directives and International Public Sector Accounting Standards. Therefore, this paper provided an overview of how IPSAS Standards have been implemented and the importance and benefits of public system accounting.*

1. Introducere

România a fost și este implicată activ în efortul de modernizare a managementului financiar din sectorul public, astfel că, actualmente se aplică un sistem de contabilitate pe bază de angajamente în toate sectoarele și la toate nivelurile sistemului public, prin preluarea de elemente din Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public (IPSAS). Instituțiile din sistemul public au parcurs un drum lung de reforme ce au avut în vedere și sistemul de raportare financiară care trebuie să răspundă necesităților de transparență și publicitate a datelor bugetare aferente sistemului public, conform regulamentelor europene sau internaționale, implicit creșterea gradului de încredere a datelor colectate, prin validări încrucișate între evidențele sistemului și evidențele financiare ale instituțiilor publice.

Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public, reprezintă cea mai bună practică internațională de raportare financiară utilizată de către entitățile din sectorul public. Acestea se aplică situațiilor financiare de uz general întocmite pe baza contabilității de angajamente sau contabilității de casă, după caz. În majoritatea situațiilor, aplicarea cerințelor impuse de IPSAS - uri va conduce la o creștere a gradului de încredere și transparență a rapoartelor financiare întocmite de către guverne și structurile aflate în subordinea lor.

Pornind de la convingerea că sectorul public și cel privat nu trebuie gestionate diferit, au fost lansate ample dezbateri cu privire la armonizarea sistemelor de contabilitate din sectorul public și convergența acestora cu standardele de raportare financiară din sectorul privat, situație ce a generat o necesitate stringență în implementarea unor standarde de calitate ridicată care să contribuie substanțial la dezvoltarea raportării financiare.

Odată cu Integrarea României ca membru cu drepturi depline în Uniunea Europeană a apărut necesitatea unor transformări și la nivelul contabilității instituțiilor publice. Astfel că, reglementările contabile pentru instituțiile publice, aprobate prin O.M.F.P. nr. 2021/2013 au fost fundamentate pe viziunea internațională asupra contabilității sectorului public și raționamentului profesional, și includ, în mod explicit sau implicit, elemente din Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public (IPSAS).

Standardele Internaționale pentru Sectorul Public (IPSAS) au ca obiectiv stabilirea cerințelor de recunoaștere, evaluare, descriere și prezentare a informațiilor privind tranzacțiile și evenimentele în situațiile financiare cu scop general ale tuturor entităților din sectorul public. Scopul acestor standarde fiind dat de prezentarea fidelă sau reprezentarea corectă a efectelor tranzacțiilor și a altor evenimente în conformitate cu definițiile și criteriile de recunoaștere pentru active, datorii, venituri și cheltuieli stabilite în IPSAS-uri.

În conformitate cu IPSAS 1 „Prezentarea situațiilor financiare”, **obiectivul și scopul acestor norme internaționale** sunt următoarele:

- ✓ *stabilirea modului în care trebuie întocmite situațiile financiare cu scop general pentru a asigura comparabilitatea atât cu situațiile financiare ale entității din perioadele anterioare, cât și cu situațiile financiare ale altor entități;*
- ✓ *stabilirea considerațiilor generale pentru întocmirea situațiilor financiare;*
- ✓ *evidențierea dispozițiilor minime privind conținutul situațiilor financiare;*
- ✓ *oferirea de informații despre poziția financiară, performanța financiară și fluxurile de trezorerie utile luării deciziilor și pentru asumarea responsabilității pentru resursele utilizate.*

2. Aspecte legislative în armonizarea și implementarea standardelor IPSAS

Armonizarea contabilă din sistemul public românesc a părut din necesitatea de a adopta unui limbaj comun pentru întocmirea situațiilor financiare, dorindu-se o ameliorare și o reducere a diferențelor dintre reglementările contabile naționale cu cele internaționale și practicile acestora, care au vizat elaborarea de principii și norme, cu caracter general, care să permită comparabilitatea informațiilor oferite de conținutul situațiilor financiare ale entităților din sectorului public. Prin urmare, armonizarea normelor este considerată mijloc important de ameliorare a clarității și comparabilității, care să conducă la perfecționarea procesului evoluat de decizie al sistemului public, din care persoanele interesate, să poată face aprecieri cu privire la performanța atinsă la diferite niveluri ale acestui sistem. Așadar, armonizarea contabilă la nivelul sistemului public a avut ca principal reper, Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public (IPSAS).

Contabilitatea sectorului public în ultimii 40 de ani a fost supusă unor reforme care au avut drept scop îmbunătățirea gestionării instituțiilor publice. Dorința de comparabilitate a fost posibilă a fi atinsă prin procesul de armonizare contabilă. Acesta aduce, pe lângă beneficiile comune sectorului public și celui privat, respectiv îmbunătățirea transparenței și comparabilității informațiilor financiare, și o serie de avantaje specifice sectorului public, dintre care amintim îmbunătățirea semnificativă a procesului decizional și a responsabilității asumate public de instituțiile publice.

La nivel internațional armonizarea contabilă a avut drept scop reducerea diferențelor contabile în vederea asigurării și creșterii comparabilității. Prin urmare, armonizarea a devenit un obiectiv al contabilității moderne, conceptul de armonizare contabilă fiind folosit deopotrivă pentru a descrie procesul de reducere a diferențelor contabile existente între diverse țări. Astfel, cadrul cercetării armonizării contabile la nivel internațional s-a bazat pe trei direcții importante, și anume: armonizare formală, armonizare materială și calitatea informației contabile.

Principalele prevederi legale care au contribuit la evoluția contabilității publice din România, au fost: Legea Contabilității nr. 82/1991, Ordinului Ministerului Finanțelor Publice (O.M.F.P.) nr. 1746/2002 și 1792/2002 privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor la entitățile publice, H.G. nr. 81/2003 și O.M.F.P. nr. 1487/2003, referitoare la reevaluarea și amortizarea activelor fixe deținute de entitățile publice, O.M.F.P. nr. 520/2003 care viza organizarea și conducerea veniturilor bugetare, dar nu în ultimul rând O.M.F.P. nr. 1917/2005 privind noul plan de conturi pentru instituțiile publice cu ajutorul căruia a fost realizată o aliniere mai apropiată de planul de conturi al entităților economice.

Adoptarea IPSAS - rilor a demarat în anul 2002, atunci când a avut loc trecerea de la contabilitatea de numerar la contabilitatea pe bază de angajamente, având ca document legal de implementare O.M.F.P. nr. 1746/2002, prin intermediul căruia a fost stabilită metodologia de organizare și conducere a contabilității din sistemul public, a planului de conturi și a monografiilor contabile utilizate pentru înregistrarea operațiunilor financiar-contabile. La baza acestei reglementări, au stat și o serie de elemente ale Sistemului European de Conturi (S.E.C. 95), Regulamentul Financiar al Consiliului Europei nr. 1605/2002 sau Manualul Statisticilor Financiare Guvernamentale, întocmit de către Fondul Monetar Internațional.

Totodată, introducerea noii clasificării bugetare cu aplicabilitate din ianuarie 2006, prin intermediul O.M.F.P. nr. 1954/2005, a fost impusă de necesitatea corelării acesteia cu Sistemul Conturilor Naționale și cu Manualul de Statistica Finanțelor Publice, ediția 2001, al cărui scop a fost respectarea Standardelor organismelor internaționale privind compilarea și prezentarea statisticilor privind finanțele publice, în vederea îmbunătățirii structurii și a transparenței operațiunilor derulate pe seama fondurilor publice, precum și a angajamentului țării noastre privind implementarea acquisului comunitar în domeniul finanțelor publice.

Odată cu Aderarea României la U.E. au fost impuse noi condiții și pentru contabilitatea sistemului public, astfel că au fost emise noi reglementări, la nivel național prin O.M.F.P. nr. 2021/2013, aplicabil cu 1 ianuarie 2014, iar la nivelul Uniunii Europene prin Regulamentul nr. 549/2013 privind Sistemul european de conturi naționale și regionale din UE (SEC 2010), aplicabil cu 1 septembrie 2014, dată de la care transmiterea informațiilor s-a realizat către Eurostat prin respectarea normele SEC 2010., cât și O.M.F.P. nr. 496/2014 pentru aprobarea Normelor metodologice privind dobândirea și retragerea certificatului de atestare a cunoștințelor dobândite în domeniul Sistemului European de Conturi și a Legii nr.270/2013 de modificare și completare a Legii nr.500/2002 privind finanțele publice.

Prin urmare, progresul realizat în sistemul public de contabilitate al țării noastre în vederea implementării IPSAS-urilor, a contribuit la: creșterea calității situațiilor financiare întocmite de către instituțiile statului, credibilitatea și transparența informațiilor furnizate, realizarea comparabilității și a unei evaluări responsabile la nivelul tuturor resurselor gestionate, luarea unor decizii corecte, evaluarea situației financiare, a performanței financiare și a fluxurilor de trezorerie, o bună gestionare și administrare a resurselor, informații mai detaliate despre costuri, utile în gestionarea rezultatelor, efectuarea un control intern mai eficient și mult mai multă transparență cu privire la active și datorii.

3. Situația actuală a implementării Standardelor Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public

Standardele de contabilitate pe bază de angajamente adoptate pentru toate domeniile sistemului public reprezintă cea mai bună soluție în gestionarea sectorului public și în aplicarea guvernantei. În sectorul public, contabilitatea de angajamente are menirea de a crește eficacitatea și eficiența activității și în același timp să asigure necesarul de lichidități în vederea funcționării în parametri optimi a acestui sistem. În acest context, IPSAS-urile constituie unicul instrument pentru contabilitatea sistemului public care se ajută la gestionarea acestuia, conform unor principii clar definite, ce depind în foarte mare măsură de informațiile manageriile care furnizează informații cu privire la situația și performanțele financiare, cât și economice ale acestuia. Acest tip de contabilitate reprezintă unicul sistem de obținere a informațiilor general acceptate, prin intermediul căruia se identifică imaginea fidelă, completă și fiabilă a situației financiare și a performanței entităților publice. Totodată, aceasta presupune înregistrarea tuturor tranzacțiilor, nu la momentul efectuării cu numerar a plăților, ci la momentul creării valorii economice, la momentul când creanțele și obligațiile apar, se transformă sau se sting, ori când înregistrează tranzacțiile, atunci când suma este încasată sau plătită. De fapt, contabilitatea de angajamente poate fi considerată ca fiind complementară contabilității de casă și nu o alternativă la aceasta.

În baza ultimelor informații realizate prin accesarea siteului www.ifac.org, la secțiunea pentru sectorul public, am constatat faptul că, au mai fost adăugate noi standarde, numărul acestora situându-se actualmente la 43, dintre care 42 pentru contabilitatea de angajamente și unul pentru contabilitatea de casă. Inspirația lor a provenit de la standardele IFRS iar unele dintre ele au fost create cu specific pentru sectorului public. În acest sens, se pot menționa următoarele standarde: *IPSAS 22 „Prezentarea informațiilor financiare privind sectorul de stat”, IPSAS 23 „Venituri din alte tranzacții decât cele de schimb (impozite și taxe)”, IPSAS 24 „Prezentarea informațiilor privind bugetul în situațiile financiare”, IPSAS 32 „Angajamente de concesiune a serviciilor: concedenți”, IPSAS 33 „Adoptarea*

pentru prima dată a bazei de angajamente”, IPSAS 39 „Beneficiile angajaților” și Standardul IPSAS „Raportarea financiară conform contabilității de casă”. Pornind de la considerentul că evoluția și contextual actul al activității din sectorul public este în continuă schimbare, aceste standarde sunt modificate și revizuite periodic.

La nivelul României, instituția cu atribuții în domeniul reglementărilor contabilității publice este Ministerul Finanțelor Publice (M.F.P.), care prin intermediul Direcției Generale de Trezorerie și Contabilitate Publică are ca principale îndatoriri:

✓ studierea și analizarea Directivelor Europene, Standardelor Internaționale și de raportare financiară ale sectorului public, cât și alte documente adoptate de organisme profesionale pentru a putea fi realizată convergența acestor reglementări cu cele naționale;

✓ asigurarea perfecționării și actualizării documentelor specifice situațiilor financiare anuale și trimestriale necesare în furnizarea de informații pentru raportările statistice ale EUROSTAT și a altor organisme internaționale.

Există și standarde care în reglementările românești nu se regăsesc, este cazul următoarelor standarde: IPSAS 11 „Contracte de construcție”, IPSAS 16 „Investiții imobiliare”, IPSAS 27 „Agricultura” și IPSAS 32 „Angajamente de concesiune a serviciilor: concedenți”, IPSAS 33 „Adoptarea pentru prima dată a IPSAS-urilor bazate pe acumulare”. În tabelului nr.1. este prezentată situația actuală a implementării IPSAS-urilor în contabilitatea românească.

Tabelul nr. 1. Situația actuală a implementării IPSAS-urilor în contabilitatea românească

Nr. crt.	Denumire standarde	Implementare totală	Implementare parțială	Neimplementare
1.	IPSAS 1 „Prezentarea situațiilor financiare”	X	-	-
2.	IPSAS 2 „Situațiile fluxurilor de numerar”	X	-	-
3.	IPSAS 3 „Politici contabile, modificări ale estimărilor contabile și erori”	-	X	-
4.	IPSAS 4 „ Efectele schimbărilor de curs valutar”	-	X	-
5.	IPSAS 5 „ Costurile îndatorării”	-	X	-
6.	IPSAS 6 „Situații financiare consolidate și separate”	X	-	-
7.	IPSAS 7 „ Investiții în Asociații”	-	-	X
8.	IPSAS 8 „Interese în asocieri în participație”	-	-	X
9.	IPSAS 9 „Venituri din tranzacții de schimb”	-	X	-
10.	IPSAS 10 „ Raportarea financiară în economiile hiperinflaționiste”	-	-	X
11.	IPSAS 11 „ Contracte de construcții”	-	-	X
12.	IPSAS 12 „Stocuri”	-	X	-
13.	IPSAS 13 „Leasing”	-	X	-
14.	IPSAS 14 „Evenimente ulterioare datei de raportare”	-	X	-
15.	IPSAS 15 „Instrumente financiare: Prezentare și prezentarea informațiilor a fost înlocuit de IPSAS 28 și IPSAS 30)	-	X	-
16.	IPSAS 16 „Investiții imobiliare”	-	-	X
17.	IPSAS 17 „Imobilizări corporale”	X	-	-
18.	IPSAS 18 „Raportarea pe segmente”	-	-	X
19.	IPSAS 19 „ Provizioane, datorii contingente și active contingente”	-	X	-

20.	IPSAS 20 „Prezentări privind părțile afiliate,”	-		X
21.	IPSAS 21 „Deprecierea activelor care nu generează numerar”	-	X	-
22.	IPSAS 22 „Prezentarea informațiilor financiare în sectorul public”	X	-	-
23.	IPSAS 23 „Venituri din tranzacții fără schimb valutar (impozite și transferuri)”	-	X	-
24.	IPSAS 24 „Prezentarea informațiilor bugetare în situațiile financiare”	-	X	-
25.	IPSAS 25 „Beneficiile angajaților”	-	X	-
26.	IPSAS 26 „Deprecierea activelor generatoare de numerar”	-	X	-
27.	IPSAS 27 „Agricultura”	-		X
28.	IPSAS 28 „Instrumente financiare: Prezentare”	-	X	-
29.	IPSAS 29 „Instrumente financiare: recunoaștere și măsurare ”	-	X	-
30.	IPSAS 30 „Instrumente financiare: Prezentarea informațiilor”	-	X	-
31.	IPSAS 31 „Active necorporale”	-	X	-
32.	IPSAS 32 „Acorduri de concesiune, servicii: concedent ”	-		X
33.	IPSAS 33 „Adoptarea pentru prima dată a IPSAS-urilor bazate pe acumulare”	-		X
34.	IPSAS 34 „Situații financiare separate”	-	X	-
35.	IPSAS 35 „Situații financiare consolidate”	-		X
36.	IPSAS 36 „ Investiții în asociații și asocieri în participație” care a înlocuit IPSAS 7 și IPSAS 8	-	-	X
37.	IPSAS 37 „Acorduri comune”	-	-	X
38.	IPSAS 38 „Prezentarea intereselor în alte entități”	-	-	X
39.	IPSAS 39 „Beneficiile angajaților” care a înlocuit IPSAS 25 de la data de 1.01.2018	-	X	-
40.	IPSAS 40 „Combinatii Sectorul Public	-	-	X
41.	IPSAS 41 „Instrumente financiare”	-	-	X
42.	IPSAS 42„ Beneficii sociale”			X
43.	IPSAS „Raportarea financiară conform contabilității de casă”		X	
	TOTAL STANDARDS = 43	5	20	18

Urmare a datelor prezentate în tabelul nr. 1 reiese că 5 standarde au fost implementate în totalitate, 20 parțial și 18 nu au fost deloc implementate. Așadar se poate aprecia că, gradul de implementare la nivelul anului 2022 este de 57,10%. Atunci când facem referire la gruparea acestor standarde utilizate pentru: prezentarea situațiilor financiare, venituri și cheltuieli și poziția financiară, constatăm că cel mai ridicat grad de implementare îl au cele care privesc prezentarea situațiilor financiare, imobilizările corporale și prezentarea informațiilor bugetare în situațiile financiare.

4. Concluzii

În sistemul public românesc, nevoia de informare și necesitatea de a oferi informații comparabile și transparente au avut drept consecință dezvoltarea și implementarea standardelor IPSAS prin intermediul cărora se asigură calitatea informațiilor prezentate în cadrul situațiilor financiare. În vederea furnizării unor informații relevante și credibile, acestea trebuie să fie îmbunătățite continuu pentru a se sigura comparabilitatea între perioadele de raportare, între entități

publice din țară sau din diferite țări, precum și a conturilor naționale dintre state. Soluția pentru o astfel de problemă vizează menținerea formatelor documentelor de raportare în acord cu cerințele standardelor IPSAS, prezentarea de informații suplimentare atunci când situația o impune și dezvoltarea continuă a normelor naționale în acest domeniu.

Reformarea contabilității publice din România și implementarea standardelor IPSAS a adus și continuă să aducă numeroase beneficii pentru entitățile din sistemul public. Din acest motiv se poate considera îndreptățit faptul că este nevoie de dezvoltarea în continuare a acestui demers, motiv pentru care ar fi binevenite o serie de recomandări, precum:

- ✓ creșterea gradului de implicare a factorilor de decizie în procesul de realizare a veniturilor bugetare și de efectuare a cheltuielilor;
- ✓ implicarea mai activă a M.F. P. și a Curții de Conturi în implementarea standardelor IPSAS pentru a da un impuls conducerilor din entitățile în ceea ce privește rolul și importanța acestora în buna gestionare a fondurilor publice în conformitate cu cerințele contabilității de angajamente;
- ✓ elaborarea de către normalizatorul contabil (M.F.P.) a unor reglementări, norme sau metodologii, în cadrul cărora să fie clar precizate elementele din standardele IPSAS care trebuie regăsite în raportările financiare;
- ✓ elaborarea unor politici bugetar - fiscale în funcție de rezultatele obținute de entitățile publice în perioadele de raportări financiare anterioare;
- ✓ îmbunătățirea continuă instrumentelor moderne de comunicare și transmitere a informațiilor prin intermediul sistemului electronic de raportare a situațiilor financiare;
- ✓ dezvoltarea competențelor profesioniștilor contabili în implementarea standardelor și în domeniul informatic pentru înțelegerea și aplicarea noilor tehnologii în înregistrarea și transmiterea informațiilor, prin participarea activă la programe de dezvoltare profesională.

Bibliografie:

1. Criveanu M., *Contabilitate publică, Ediție revizuită și actualizată*, Editura Universitaria, Craiova, 2018.
2. Ciurea M., *Contabilitate publică, Ediția a II-a revizuită și adăugită*, Editura Universitas, Petroșani, 2015.
3. Dumitru, M., Pitulice, I. C., Ștefănescu, A., *Cartea verde a contabilității instituțiilor publice*, Ediția a II-a, Editura RENTROP & STRATON, București, (2014).
4. Ilie, D., Alecu, G., *Convergența contabilității publice cu Standardele Internaționale de Contabilitate pentru sectorul public (IPSAS)*, Revista Audit financiar, No.10, (2011).
5. Nicula, V.C., Bragadireanu, C., *Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public (IPSAS) în România*, Romanian Court of Accounts Journal, No. 9, pp.11-18, (2017).
6. Tudor, A.T., Crișan, A., *Elemente IPSAS regăsite în reglementările românești de contabilitate pentru sectorul public – Armonizarea formală (I) și (II)*, Expertiza și auditul afacerilor, nr. 36, 37, (2017).
7. www.ifac.org (Accessed on 3.05.2022).

Leasing-ul ca formă de finanțare

Autori: Spătăcean Daniela Elena, Moga Iulia Denisa
Coordonator: Conf. univ. dr. Deaconu Sorin Constantin
Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia

Abstract: *Through this work, we try to highlight according to the title, leasing as a form of financing. The work begins with a small definition of leasing, followed later by types of leasing, such as financial, operative, or lease back. Next we resume each type individually and detail for everyone's understanding to provide more details about them. Further we highlight some conditions related to car leasing, this being the most widespread form of leasing. At the same time, in our work will be found the advantages, but also the disadvantages of leasing, and then we will list and explain in detail the 5 steps for the purchase of a car through car leasing. Interestingly, there are also some things that the car dealer does not tell us, so we chose to list 10 important things that are not told to us, considering that they are some useful information for the readers of this article. Illustrated by a graphic made by us according to the sites official, we have exemplified some leasing firms, which are classified by their profitability by percentages. Last but not least, we wanted to highlight the fact that the lease contract concluded can be waived, but with some losses that put the customer at a disadvantage.*

Ce este leasing-ul?

Leasingul este considerat o sursă alternativă de finanțare, apărută în practică economică mondială pentru a ajuta agenții economici care nu pot să obțină credite de la bănci, sau nu vor să-și impovăreze bunurile mobile și imobile prin instituirea de ipoteci sau gajuri. Leasingul este o tehnică de finanțare care vizează în primul rând, întreprinderile care doresc extinderea activității și creșterea performanțelor și în al doilea rând asigură progresul tehnic.[1]

Tipuri de leasing

Leasingul poate fi definit atât din punct de vedere juridic, cât și din punct de vedere economic. Din punct de vedere juridic, leasingul reprezintă un contract complex, care conține mai multe operațiuni juridice, prin care o persoană fizică sau juridică dobândește dreptul de folosință asupra unui bun fără a plăti imediat prețul. Din punct de vedere economic, leasingul reprezintă o tehnică de finanțare la care au acces atât persoane fizice, cât și persoane juridice, în care finanțatorul asigură fondurile necesare pentru investiție. De asemenea, leasing-ul se împarte în 3 tipuri de leasing, și anume:

- Leasingul financiar;
- Leasingul operativ;
- Lease back.

Leasingul financiar se caracterizează printr-un raport trilateral în care societatea de leasing care desfășoară activitatea de intermediere financiară achiziționează bunul de la furnizor și îl cedează în leasing utilizatorului, care își asumă toate riscurile și răspunderile respective. Bunul este ales direct de utilizator de la furnizor, cu care decide modalitățile de vânzare către locator. La scadența contractului, utilizatorul va putea deveni proprietarul bunului, exercitându-și opțiunea de achiziție.

Leasingul operativ se caracterizează adesea printr-un raport bilateral în care producătorul bunului îl cedează în leasing direct utilizatorului. Acesta poate fi pus în aplicare și de un intermediar financiar și, în acest caz, este vorba, la fel ca și pentru leasingul financiar, de o operațiune caracterizată

printr-un raport trilateral. Contractul cuprinde, în general, operațiuni accesorii precum asistența, întreținerea, reparațiile. De asemenea, în cazul leasingului operativ nu este prevăzută achiziționarea finală a bunului.

Lease Back: întreprinderea vinde un bun propriu (necesar activității sale) unei societăți de leasing care, în același timp i-l acordă în leasing. Pentru folosirea bunului, întreprinderea plătește rate periodice cu posibilitatea de a achiziționa bunul respectiv la sfârșitul contractului de locație. “Lease Back” furnizează întreprinderii lichiditățile ce provin din vânzarea bunului și, în același timp, se bucură de toate avantajele leasingului, printre care înlesniri fiscale și îmbunătățirea situației patrimoniale.

Leasingul auto este cel mai întâlnit în ziua de azi iar acest fapt a creat o confuzie printre cetățenii ce privesc contractul de leasing un contract ce se referă strict la domeniul AUTO, fapt total greșit, leasingul poate fi și imobiliar Leasingul auto este cel mai întâlnit în ziua de azi iar acest fapt a creat o confuzie printre cetățenii ce privesc contractul de leasing un contract ce se referă strict la domeniul AUTO, fapt total greșit, leasingul poate fi și imobiliar clientul interesat de un contract de leasing imobiliar va trebui, mai întâi, să-și aleagă proprietatea pe care și-o dorește. După aceea, firma de leasing contactată va face o analiză financiară a proprietății ce va fi finanțată. Urmează semnarea contractului de leasing imobiliar și achiziționarea proprietății. Când contractul de leasing imobiliar se termină, clientul va fi noul proprietar al imobilului. Transferul imobilului se va face odată cu plata ultimei rate, care se numește valoare reziduală.

Leasingul auto

După cum am specificat mai sus, leasingul auto este cea mai răspândită formă de leasing însă aplicarea la acest tip de contract are și dezavantajele ei, deseori plătind mai mult decât valoarea autoturismului într-o perioadă mai mare de timp. De asemenea, cel mai aplicat tip de leasing în domeniul auto este cel financiar care, după cum am scris mai sus “se caracterizează printr-un raport trilateral în care societatea de leasing care desfășoară activitatea de intermediere financiară achiziționează bunul de la furnizor și îl cedează în leasing utilizatorului”, el oferă un beneficiu băncii și celui ce aplică astfel contractual fiind benefic și pentru bancă/asociație cât și pentru client. Că și creditele, finanțările în leasing pot fi comparate cu ajutorul dobânzii anuale efective (DAE). Acest indicator exprimă într-o formă procentuală costul total al finanțării. Prin urmare, populația poate compara cu ajutorul DAE toate finanțările auto disponibile (leasing și credit). Ofertele cu DAE cel mai scăzut au cele mai mici costuri, iar cu o DAE mai înaltă sunt mai scumpe. Mai multe informații despre acest aspect sunt oferite în ghidul DAE.

Cel mai important cost în cazul unui contract de leasing, ca și în cazul creditelor, este faptul că există dobânda. Aceasta variază în funcție de diferiți factori, cum ar fi perioada de finanțare sau avansul plătit. De multe ori, contractele pe perioade mai scurte beneficiază de dobânzi mai mici. Pe lângă dobândă, firma de leasing mai impune un comision de administrare, care se percepe de regulă o singură dată la semnarea contractului. Clienții achită și o taxă fixă pentru serviciile logistice oferite de companie, cum ar fi înmatricularea mașinii.[2]

Avantajele leasing-ului

1. Achiziționând un echipament în leasing, scăpați de o importantă cheltuială inițială pentru înzestrarea firmei dvs. cu echipament modern. Efortul investițional este mai mic și aveți astfel posibilitatea utilizării capitalului propriu pentru alte proiecte sau, pur și simplu, pentru menținerea unor lichidități sporite.
2. Leasingul se dovedește o alternativă perfectă pentru obținerea de utilaje de înaltă complexitate și tehnicitate, având în vedere că înnoirea produselor și uzura morală sunt deosebit de accelerate. Astfel, pe lângă faptul că perioadele pe care se închiriaza utilajele sunt

de regulă mai scurte decât cele care corespund vieții fizice a acestora, în contractul de leasing se prevăd clauze care permit schimbarea operativă a unor utilaje depășite moral după terminarea perioadei de leasing.

3. Procesul de aprobare a operațiunii este relativ scurt, iar politică firmelor de leasing în domeniul garanțiilor este foarte flexibilă. Se poate merge până la situația în care nu se solicită nici o garanție bancară.

Dezavantajele leasing-ului

1. Pe perioada contractului de leasing, firma dumneavoastră are doar dreptul de folosință a utilajelor și prin urmare nu le poate înstrăina sau vinde (prezumția de baza este că dumneavoastră doriți doar să folosiți echipamentele și nu sunteți implicat în operațiuni de intermediere, vânzări-cumpărări de utilaje).
2. În situația în care societatea dvs. poate obține credite preferențiale în condiții avantajoase, atunci leasingul poate deveni mai puțin atractiv. Dar trebuie luate în considerare o serie de costuri ascunse care apar în cazul finanțării prin credite, de exemplu: plata unui avans, solicitarea de garanții, asigurări etc. O precizare suplimentară trebuie făcută în cazul comparării leasingului cu creditul bancar: leasingul va da posibilitatea să apelați și la un eventual credit de la banca, posibilitate care este limitată în situația în care firma dvs. are deja contract de credit.[3]

5 pași pentru achiziția unei mașini prin leasing auto

Achiziția unei flote auto prin leasing financiar este soluția la care apelează majoritatea firmelor aflate la început de drum. Un leasing auto le oferă posibilitatea de dezvoltare, fără să afecteze capitalul necesar pentru alte investiții. Leasingul auto este alternativa avantajoasă pentru companiile care doresc achiziționarea unui anumit număr de mașini, însă nu dispun de suficient capital. Există două forme principale de leasing: financiar și operațional.

Leasingul financiar este cea mai folosită variantă, datorită faptului că firmele pot achiziționa mașinile prin intermediul unui împrumut, pe care îl rambursează apoi în rate. Forma de finanțare este de fapt un credit, în care compania de leasing cumpără bunul pe care firma dorește să îl achiziționeze, achitând ulterior acesteia o rata lunară prestabilită în contract. Pe perioada contractului, proprietarul mașinii este firma de leasing, iar la finalul contractului, clientul vă devine proprietarul bunului. Riscurile și beneficiile aferente dreptului de proprietate trec însă asupra utilizatorului încă din momentul semnării contractului. Mai jos vă vom prezenta 5 pași după care vă puteți ghida pentru a achiziționa o mașină prin leasing auto:

➤ Pasul 1 – Alegerea metodei de finanțare

Primul lucru pe care trebuie să îl faceți atunci când vă gândiți să achiziționați o mașină sau o flota pentru firma dumneavoastră, este să alegeți forma de finanțare pentru bunul dorit: credit bancar, leasing financiar sau leasing operațional. Multe companii optează pentru leasingul financiar, deoarece la finalul perioadei contractuale, pot deveni proprietarii bunurilor.

➤ Pasul 2 – Alegerea mașinii

Un pas important este alegerea mașinii sau a mașinilor pe care doriți să le achiziționați printr-un leasing auto. Trebuie să țineți cont de necesitățile angajaților și de dotările de care ar trebui să dispună autoturismul sau autoturismele. Atunci când apelați la un leasing financiar, puteți opta pentru orice specificații, însă trebuie să aveți în vedere faptul că este posibil că mașină dorită să nu fie disponibilă în stoc și să așteptați câteva luni pentru livrarea acesteia.

În cazul achiziționării unei mașini în leasing, există câteva criterii pe care trebuie să le aveți în vedere, cum ar fi:

- Compania de leasing;

- Rata lunară;
- Limita de kilometri impusă (dacă este cazul);
- Avansul;
- Atribuirea serviciilor de asigurări și mentenanță și alte criterii specifice.

➤ **Pasul 3 – Acordul societății de leasing**

După ce purtați negocierile cu furnizorul, societatea de leasing vă face o ofertă de finanțare, care însă poate avea câteva modificări în ceea ce privește calculul avansului, ratei de leasing și valoarea asigurării în funcție de mașină aleasă. Este important să acordați atenție sporită acestei etape din cauza modificărilor pe care le poate suferi oferta pentru achiziționarea autoturismului sau a flotei de mașini.

➤ **Pasul 4 – Încheierea contractului**

Încheierea contractului vă cuprinde descrierea bunului, perioada de leasing, valoarea ratelor lunare de leasing, o serie de drepturi și obligații pentru ambele părți, răspunderile în cazul încălcării drepturilor și obligațiilor, dar și clauze referitoare la condițiile impuse de firma de leasing și informații despre pachetul de asigurări. În funcție de tipul de leasing ales (financiar sau operațional), contractul mai poate cuprinde și alte informații suplimentare.

➤ **Pasul 5 – Asigurarea bunului și primirea mașinii**

Imediat după semnarea contractului de leasing, este obligatorie încheierea unei polițe de asigurare RCA și/sau CASCO. Obligativitatea încheierii unui anumit tip de asigurare variază în funcție de mașină și de criteriile specifice ale firmei de leasing. După încheierea acestui pas, vei intra în posesia bunurilor solicitate.

În concluzie, achiziționarea unei mașini prin leasing auto este un angajament care se întinde pe termen mediu sau lung, iar eventualele abateri de la condițiile contractuale pot atrage după sine răspunderi, care pot ajunge până la pierderea autoturismului, iar în unele cazuri, la plata ratelor rămase până la finalul perioadei din contract. Pe de altă parte, achiziționarea unor mașini în leasing financiar vine cu avantaje pentru firmele care vor să se dezvolte, însă nu dispun de suficient capital pentru astfel de investiții. Multe firme de leasing asigură oferte personalizate și adaptate pentru fiecare client în parte.

10 lucruri pe care dealerul auto nu ți le spune niciodată

Dealerii de mașini și-au făcut o adevărată reputație din faptul că vorbesc mult și degeaba (mai ales dacă au apucat să inhaleze prea multă benzină cu plumb). Dar cele mai interesante chestii sunt alea pe care nu le zic:

1. Dacă vii la sfârșitul lunii, ai șanse mai mari să obții un preț mai bun. S-ar putea să fii primul client.
2. Pentru fiecare mașină vândută, primim înapoi alte cinci – returnate firmelor de leasing. Nu știm ce să mai facem cu atâtea.
3. Dacă nu-ți vând ție cu 10.000 de euro, va trebui să lichidez stocurile în bloc, cu 8.000 de euro pe mașină. Dar mai bine fac așa decât să stric piața definitiv.
4. Mașinile scumpe și proaste îmi aduc cele mai mari comisioane.
5. Am început să trăim mai mult din service și tocmai facem niște contracte beton, ca să ne asigurăm că ne vei aduce bani mulți, pe termen lung.
6. Prefer să cumperi pe credit, chiar dacă ai cash. Băncile îmi oferă comision.
7. Contractele de leasing sunt cele mai profitabile, pentru că tu habar n-ai să compari între ele două oferte de leasing
8. Promoțiile cu rată lunară foarte mică înseamnă avans mare și comisioane mari. Mai bine te împrumuți de diferență și ne plătești cash.
9. O reducere mare de preț înseamnă că modelul este la sfârșitul duratei de fabricație și ne pregătim pentru unul nou.

10. “Avantaj client” înseamnă că îți dăm gratis niște opțiuni foarte scumpe, pe care nu le-a vrut nimeni. Dacă nu le dădeam “gratis”, rămâneam cu ele nevândute.[4]

Top 10 companii de leasing auto din România

Piața de leasing din România a fost puternic afectată de criza economico – financiară globală, volumul finanțărilor scăzând cu 72% în 2009 față de 2008. Situația s-a ameliorat în 2010, scăderea fiind de doar 14% față de volumele înregistrate în 2009, conform Asociației Societăților Financiare. Tot conform lor, în anul 2011 se va înregistra o creștere de 10% a pieței de leasing, urmând ca trendul să se mențină crescător și în anii următori. Ca în orice piață liberă, competiția este intensă, fiecare companie încercând să își învingă competitorii, fie prin oferirea unor produse mai bune clientilor, fie prin oferirea unor servicii de calitate excepțională, fie prin adaptarea cât mai bună a activității la cerințele mediului etc.

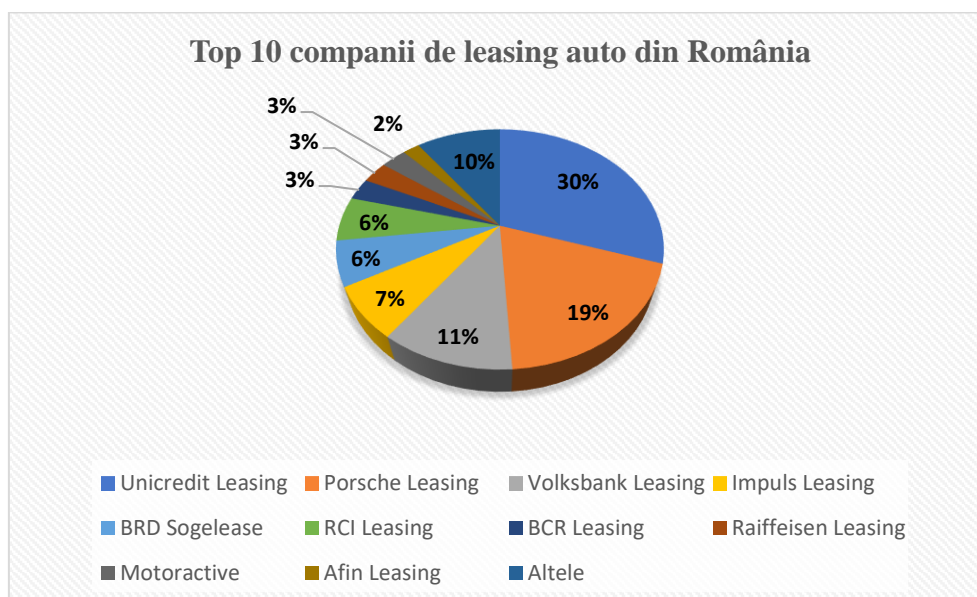
În cazul pieței de leasing auto, conform datelor existente la finalul anului 2010, primele trei poziții sunt ocupate de Unicredit Leasing Corporation IFN SA, Porsche Leasing România IFN SA și Volksbank Leasing IFN SA. Din piața totală de leasing auto, Unicredit Leasing deține o cotă de 30%, fiind urmată de Porsche Leasing, cu o cotă de piață de 19%.

Ca și număr de mașini finanțate, Unicredit Leasing a devansat Porsche Leasing cu peste 1800 de autoturisme, pe parcursul întregului an 2010, întrucât Unicredit Leasing a finanțat peste 7500 de autoturisme, iar Porsche Leasing a finanțat puțin peste 5600 de mașini. La opt procente distanță de Porsche Leasing, se situează Volksbank Leasing cu o cotă de piață de 11% și un număr de autoturisme finanțate de aproximativ 2900.

Locurile 4, 5 și 6 sunt deținute, în ordine, de Impuls Leasing, BRD Sogelease și RCI Leasing, cu cote de piață de 7%, 6% și respectiv 6%. Deși ca număr de mașini BRD Sogelease a finanțat aproape jumătate din numărul de autoturisme finanțate de Impuls Leasing sau RCI Leasing, valoarea finanțării acestora este aproape egală cu valoarea finanțată de Impuls Leasing, și chiar depășește valoarea bunurilor finanțate de RCI Leasing.

Ultimele 4 locuri din Top 10, sunt ocupate, în ordine, de către BCR Leasing, Raiffeisen Leasing, Motoractive și Afin Leasing, cu cote de piață de 3%, 3%, 3% și respectiv 2%. Diferența de 10% din cota de piață este deținută de restul societăților de leasing de pe piață.[5]

Pentru a avea o imagine mai clară, cotele de piață descrise mai sus pot fi reprezentate în mod grafic astfel:



Graficul 1.[6]

Renunțarea la contractul de leasing

Să zicem că am încheiat un contract de leasing auto iar lucrurile sunt pe drumul cel bun, plătim suma respectivă la banca iar considerăm după o perioadă de timp că nu putem suportă costurile pe care contractul de leasing le cere, ce vom face atunci ? Cel mai simplu mod de renunțare la un contract de leasing este achitarea anticipată a împrumutului. Pe lângă soldul rămas de plata, clientul trebuie să plătească și un comision de penalizare. În primul an de derulare a contractului, clientul nu poate apela la această soluție, deoarece legea impune că durata contractului să fie de minim un an.

O altă soluție este cesionarea contractului către un alt beneficiar. Acesta va trebui să îndeplinească însă condițiile de eligibilitate practicate de finanțator la acel moment. Stabilirea prețului de vânzare la care se face cesiunea este un aspect destul de dificil. De regulă, se pornește de la valoarea de piață a mașinii (ținând cont de numărul de km parcurși, vechimea mașinii), din care se scade soldul împrumutului rămas de achitat. De multe ori, această variantă nu este una avantajoasă pentru vânzător, deoarece se pierde o mare parte din contravaloarea ratelor deja plătite. Înapoierea mașinii la compania de leasing nu este o soluție de a renunța la contract. Chiar și în cazul în care bunul este vândut, este posibil că valorificarea acestuia să se facă în pierdere, fără acoperirea integrală a datoriei. În acest caz, societatea de leasing va efectua demersurile necesare împotriva fostului utilizator pentru acoperirea pierderii.

Prima oară totul sună simplu iar renunțarea la contract pare o procedura destul de ușoară, însă după cum am văzut mai sus această implică costuri care pot ajunge la valoarea automobilului. Deci cel mai bine are fi ca, înainte să aplicăm pentru contractul de Leasing, să privim și pe viitor la eventualele probleme ce pot apărea în acest process, ușor în aparență, dar destul de complicat după ce aflăm mai multe detalii.[7]

Bibliografie:

- [1] Definiția leasing-ului este preluată de pe site-ul web „<https://ro.wikipedia.org/wiki/Leasing>”
- [2] Tipurile leasing-ului sunt preluate de pe site-ul web „ <https://leasingauto.ro/tipuri/>”
- [3] Avantajele și dezavantajele leasing-ului sunt preluate de pe site-ul web „ <https://dailydriven.ro/despre-leasing-auto-avantaje-dezavantaje-predare>”
- [4] Cele 10 lucruri despre care dealerul auto nu ne spune sunt preluate de pe site-ul web „ <https://riscograma.ro/1291/10-lucruri-pe-care-dealerul-auto-nu-ti-le-spune-niciodata/>”
- [5] Topul celor 10 companii este preluat de pe site-ul web „ <http://www.stiri-economice.ro/top-10-firme-leasing.html>”
- [6] Grafic realizat personal după studierea statisticilor oficiale (graficul 1)
- [7] Datele despre renunțarea contractului de leasing sunt preluate de pe site-ul web „ <https://www.businesslease.ro/blog/rezilierea-unui-contract-de-leasing-auto-ce-presupune/>”

Analiza rezultatului exercițiului cu ajutorul indicatorilor economico-financiari – studiu

Autor: Stoica Anca Ioana
Coordonator: Prof. dr. Ștefan Mihaela
Colegiul Economic „Hermes” Petroșani

***Abstract:** In market economy conditions, the efficiency of any economic entity depends essentially on the quality of management to understand and apply modern management principles, methods and techniques. The above statement is all the more important as in recent years it has been shown that the main factor in the bankruptcy of a company is the incompetence of managers.*

Concepte fundamentale

Contabilitatea a apărut din nevoia de a răspunde în plan informațional și decizional la problematica gestiunii mișcărilor de valori economice autonomizate pe persoane fizice sau juridice după caz. Structurile calitative folosite pentru a personifica această separare au fost, după caz, cele de avere, capital, fonduri, patrimoniu și mai recent cele de resurse.

Pentru ca un patrimoniu să existe sunt necesare două elemente interdependente, unul în persoana fizică sau juridică, și altul în bunurile economice, ca obiecte de drepturi și obligații.

Patrimoniul reprezintă totalitatea drepturilor și obligațiilor cu valoare economică, aparținând unei persoane fizice sau juridice, precum și bunurile la care se referă.

Ecuția patrimoniului definit în sens juridic are forma de mai jos:

BUNURI ECONOMICE = DREPTURI + OBLIGAȚII

Bunurile economice- reprezintă substanța materială a patrimoniului (terenuri, clădiri, construcții, mașini, utilaje și instalații de lucru, mijloace de transport, stocuri de materii prime și materiale consumabile, stocuri de mărfuri, disponibilități economice și alte elemente de avere).

Bunuri economice:

-corporale-bunuri materiale;

-necorporale-creanțe sau bunuri în curs de încasare, brevete, concesiuni, mărci etc.

Drepturile și obligațiile cu valoare economică, exprimă raporturile de proprietate în cadrul cărora se procură și gestionează bunurile.

Drepturi- în situația în care titularul de patrimoniu este proprietar, exprimă raporturile de proprietate în cadrul cărora se preocupă și gestionează bunurile.

Obligații- bunurile componente ale patrimoniului, titularul trebuie să îndeplinească o anumită prestație sau să dea un echivalent valoric (C. Oprea, M. Ristea, 2002, p. 7).

Calculul și analiza principalilor indicatori economico-financiari

Obiectivul situațiilor financiare anuale îl constituie furnizarea de informații despre poziția financiară, performanța financiară și fluxurile de trezorerie ale unei entități, utile unei categorii largi de utilizatori.

Analiza activității firmei se face din mai multe puncte de vedere și pe mai multe planuri. Astfel, se realizează analize ale activității de ansamblu a societății, analize pe produse, analize a indicatorilor economico-financiari sintetici și analize de detaliu a acestor indicatori, analize de rentabilitate și sensibilitate.

Pe baza analizelor efectuate se realizează apoi un diagnostic global privind activitatea firmei din ultimii ani pentru a stabili: care este situația generală, situația din punct de vedere economico-financiar, care sunt cauzele care determină starea respectivă și care sunt șansele de reabilitare sau nu.

Cunoașterea nivelului indicatorilor economico-financiari permite efectuarea de comparații cu alte entități din sectoare de activitate similare, autohtone sau internaționale.

Principalele grupe de indicatori economico-financiari sunt:

- indicatori de lichiditate;
- indicatori de risc;
- indicatori de activitate (de gestiune)
- indicatori de profitabilitate și solvabilitate.

Necesitatea și conținutul analizei economico-financiare

Analiza reprezintă o metodă științifică de cercetare a unui întreg, a unui fenomen, care se bazează pe examinarea, pe studiul sistematic al fiecărui element component în parte. Ea face parte din procedeele comune tuturor științelor, inclusiv a celor economice, fiind folosită pentru cunoașterea amănunțită a fenomenelor care intră în obiectul ei de studiu.

Analiza este o metodă de studiere a proceselor și fenomenelor din societate, este o etapă premergătoare sintezei față de care se află într-un raport dialectic și se condiționează reciproc.

Analiza economică se ocupă cu cercetarea și studierea fenomenelor sau proceselor economice. Analiza fenomenelor din punct de vedere economic necesită descompunerea lor în elemente componente, studierea relațiilor structurale și cauzale a factorilor de influență în scopul cunoașterii evoluției și tendințelor acestor fenomene, a descoperirii esenței și legităților care generează apariția și desfășurarea lor.

Analiza economică permite cunoașterea științifică a evoluției fenomenelor economice la nivel micro și macroeconomic fapt ce permite adoptarea unor decizii corespunzătoare de către fiecare agent economic. În acest scop este necesară studierea fenomenului economic în timp și spațiu atât sub aspect cantitativ cât și sub aspect calitativ (V. Popeangă, M. Popescu, 2002, p. 3).

Analiza economică în cercetarea, pe bază de documente, a fiecărei operații economice sau financiare în parte, prin descompunerea ei în elementele componente, în scopul stabilirii conturilor corespondente și a părții acestora -debit sau credit- în care urmează să se înregistreze operația respectivă, concomitent și cu aceeași sumă. Analiza economică parcurge un drum invers proporțional față de evoluția firmei, adică pornește de la rezultate și ajunge la factori și elemente. În acest fel, orice business își poate da seama unde a luat anumite decizii bune și care sunt lucrurile ce au influențat negativ rezultatele.

Analiza financiară a unei firme se realizează pe baza tuturor documentelor de bilanț, atât pentru pierderi, cât și pentru profit. Departamentul care se ocupă de managementul business-ului trebuie să aibe în vedere crearea unor sisteme proprii de urmărire și analiză a tuturor rezultatelor economice sau să apeleze la un soft performant care să le ușureze această muncă.

Pașii pe care trebuie să îi urmeze analiza economico-financiară a unei firme sunt:

- delimitarea obiectului analizei,
- determinarea elementelor, cauzelor și factorilor fenomenului,
- stabilirea tuturor corelațiilor dintre fiecare fenomen și factor analizat în punctul precedent,
- determinarea influențelor tuturor elementelor și factorilor,
- sinteza rezultatelor și stabilirea concluziilor,
- elaborarea unor măsuri care să constituie decizii pentru valorificarea optimă a eficienței financiare.

Înainte de a începe o activitate economică, fiecare antreprenor trebuie să aibă în vedere, pe lângă analiza social-financiară a unei companii, și alte aspecte, precum: cerințele pieței pentru serviciile sau produsele oferite și existența unui personal calificat în domeniul de activitate pe care dorește să îl presteze.

Obiectivul principal în analiza economică îl constituie luarea în considerare a relațiilor cauză-efect și a celor structural-funcționale. Astfel, aceasta devine un instrument absolut necesar în deciziile manageriale viitoare.

La nivelul unei firme, toate informațiile esențiale pentru a se putea efectua analiza riscului financiar se obțin din surse interne (contabilitate de gestiune financiară) sau din surse externe (instituții și organe fiscale).

Analiza performanțelor unei întreprinderi, inclusiv a rentabilității acesteia, sunt necesare pentru o corectă apreciere și evaluare a eventualelor modificări esențiale privind resursele economice pe care le-ar putea controla în viitor. Analiza financiară urmărește să evidențieze modalitățile de realizare ale echilibrului financiar pe termen mediu și lung (obiectiv al analizei pe bază de bilanț) și treptele de acumulare bănească, de rentabilitate ale activității întreprinderii (obiectiv al analizei pe baza contului de profit și pierdere).

Analiza este o etapă premergătoare sintezei față de care se află într-un raport dialectic și se condiționează reciproc.

Analiza unei activități din punct de vedere economic presupune în general studierea acelei activități prin prisma raporturilor dintre cheltuielile efectuate sau eforturile depuse și a rezultatelor sau efectelor utile obținute.

Analiza economică reprezintă un mijloc de cercetare și cunoaștere științifică a fenomenelor și proceselor economice, de reglare și optimizare a activității economice atât la nivel microeconomic cât și la nivel macroeconomic.

Analiza rezultatelor presupune parcurgerea a două etape:

- a)-analiza formării rezultatului;
- b)-analiza repartizării rezultatului.

a) Analiza formării rezultatului constă în calcularea indicatorilor specifici ce caracterizează activitatea de producție și vânzare. Aceștia sunt: marja comercială; cifra de afaceri; rata de creștere a cifrei de afaceri (r_c); rata exportului (r_e); rata de creștere a cifrei de afaceri din export (r_{ce}); producția exercițiului; valoarea adăugată.

b) Analiza repartizării rezultatului constă în calcularea indicatorilor care evidențiază diferite niveluri de rezultate, pornind de la excedentul brut al exploatării până la rezultatul net contabil. Aceștia sunt: excedentul brut al exploatării (EBE); rezultatul exploatării (RE); rezultatul curent înainte de impozitare (R_{ci}); rezultatul excepțional (R_{ex}); rezultat net contabil (RNC); (M. Man, 1997, pp.325-327).

Tipuri de analiză economică

Analiza economică poate fi de mai multe tipuri în funcție de anumite criterii și modalități folosite în studierea fenomenelor economice:

1. În raport de momentul în care se efectuează analiza și momentul desfășurării fenomenelor:

a) *Analiza retrospectivă* studiază fenomenele și procesele economice care deja au avut loc într-o perioadă mai apropiată sau mai îndepărtată. În funcție de orizontul de timp se divide în: analiza curentă (zilnică, săptămânală, decadală, lunară, trimestrială, anuală), analiza diagnostic (de la 3-5 până la 10 ani). Scopul analizei retrospective este de a studia rezultatele obținute într-o anumită perioadă de timp în comparație cu obiectivele stabilite în vederea stabilirii factorilor și cauzelor care provoacă diferite abateri în desfășurarea fenomenelor și proceselor economice și să propună măsuri pentru reglarea și optimizarea activității economice în viitor. Se bazează pe date și informații certe despre fenomenele economice.

b) *Analiza prospectivă* cercetează fenomenele și procesele care vor avea loc într-o perioadă viitoare. Joacă un rol important în programul de activitate a deciziilor cu caracterul static și strategic sau alegerea variantelor optime de acțiune. Această analiză se bazează în principal pe informații incerte sau aleatorii despre evoluția viitoare a fenomenelor.

2. În funcție de modul de studiere în timp a evoluției fenomenului economic:

a) *Analiza statică* studiază fenomenele economice și legăturile de cauzalitate care determină starea acestor fenomene la un moment dat. Permite cunoașterea fenomenelor sau rezultatelor economice precum și abaterile existente la un moment de referință ales.

b) *Analiza dinamică* studiază fenomenele și procesele în mișcare și condiționarea lor reciprocă, evidențiind poziția pe care o dețin și modificările survenite în momente ale evoluției lor. Pe baza acestei analize se stabilesc factorii care acționează asupra schimbării poziționale a fenomenelor economice precum și tendințele în evoluția viitoare a acestora.

3. În raport cu însușirile și caracteristicile fenomenelor studiate:

a) *Analiza calitativă* studiază latura intensivă a fenomenelor și proceselor economice. Cu ajutorul acesteia se stabilesc însușirile esențiale ale fenomenelor economice și factorii care sunt de aceeași natură cu fenomenele cercetate.

b) *Analiza cantitativă* cercetează latura extensivă a fenomenelor economice exprimată prin diferite determinări cantitative precum și modificările structurale intervenite în mărimea acestor fenomene.

4. După nivelul la care se desfășoară:

a) *Analiza microeconomică* studiază fenomenele economice la nivelul unităților economice.

b) *Analiza macroeconomică* cercetează fenomenele economice la nivelul ramurii, al economiei naționale sau a economiei mondiale și operează cu mărimi agregate.

5. În funcție de criteriile de studiere a fenomenelor și de caracterul analizei:

a) *Analiza tehnico-economică*, pune bază pe îmbinarea criteriului tehnic cu cel economic.

b) *Analiza economico-financiară*, studiază corelațiile dintre activitatea economică și cea financiară.

c) *Analiza financiară*, studiază modul de gestionare a capitalurilor și a fluxurilor financiare ce se formează la nivelul unității.

6. În funcție de sfera de cuprindere și obiectivul analizat:

a) Analiza globală pe ramuri, subramuri, întreprindere;

b) Analiza parțială (pe probleme).

Analiza de diagnostic se poate diferenția pe ramuri de activitate formându-se discipline autonome ca: analiza economico-financiară a întreprinderii industriale, de construcții, de transport, agricole, comerciale (V. Popeangă, M. Popescu, 2002, pp. 4-6).

Rolul și funcțiile analizei economico-financiare a întreprinderii

Analiza economico-financiară a întreprinderilor se ocupă cu prezentarea metodelor și procedeele de analiză a fenomenelor și proceselor economice care au loc la nivelul agentului economic.

Analiza economică joacă un rol important în excitarea funcției de previziune întrucât furnizează conducerii întreprinderilor informații necesare pentru elaborarea prognozelor, fundamentarea programelor de activitate și stabilirea strategiei de acțiune în viitor.

Analiza economică are un rol important în realizarea funcției de organizare pentru că permite conducerii întreprinderii luarea măsurilor necesare pentru organizarea corespunzătoare a tuturor activităților care se desfășoară la nivelul întreprinderii precum și pentru utilizarea rațională a resurselor materiale și umane.

Funcția de diagnoza și reglare a analizei are un rol important în întregul proces de comandă și corecție a modului de funcționare a mecanismului dinamic al agenților economici.

O sarcină importantă a analizei economico-financiare este îndeplinită prin manifestarea **funcției de gestiune eficientă a patrimoniului și capitalurilor**. Această funcție acționează în sensul canalizării eforturilor manageriale pentru îmbunătățirea continuă a activității economico-financiare, creșterea performanțelor financiare, întărirea sistemului de evidență, expertizare și auditare financiară internă. Analiza economico-financiară, prin modul în care este efectuată îndeplinește și o **funcție de realizare a conexiunii agentului economic cu mediul exterior**. Se remarcă în contextul acțiunii acestei funcții, ca orice agent economic întreține o strânsă interdependență cu sistemul financiar prin fiscalitatea la care îi sunt supuse rezultatele, cu sistemul bancar prin funcționarea unor conturi de disponibilități bănești, sau prin solicitarea unor credite bănești, cu bursele de valori, precum și cu partenerii economici de piață, agenți economici sau consumatori finali.

Utilitatea analizei economice la realizarea procesului decizional al conducerii este conturată prin manifestarea **funcției de informare**. Această funcție se concretizează în transmiterea către

conducerea agentului economic a unor rapoarte de analiză cu conținut informativ economico-financiar, specifice ca structură și profunzime de detaliere, în funcție de nivelul ierarhic către care sunt destinate.

Sursele informaționale folosite în analiza diagnostic a activității economico-financiare a întreprinderii

Calitatea informațiilor își pune amprenta asupra deciziilor luate de conducerea unităților economice. Informațiile utilizate în munca de analiză se extrag din următoarele surse: planul (programul) de producție și bugetul de venituri și cheltuieli, evidența economică, alte surse informaționale.

Rezultatele procesului de analiză diagnostic depind într-o măsură importantă de calitatea, cantitatea, exactitatea și operativitatea informațiilor folosite în munca de analiză.

În funcție de natura lor, informațiile pot fi: economice, tehnice, politice, sociale, juridice, tehnologice, organizatorice, ecologice.

După sursele de proveniență, informațiile pot fi: interne sau endogene, externe sau exogene.

După conținutul lor: informații de plan, informații normative, informații efective, informații de prognoză.

În funcție de periodicitatea lor, informațiile pot fi: curente sau operative, periodice.

În raport de rolul lor în procesul conducerii: informative active, informative pasive.

Planul unităților economice la diverse niveluri organizatorice reflectă proporțiile la nivelul întreprinderilor și subunităților componente.

Analiza SC D&D SAFE SRL

Prezentarea societății

Societatea D&D SAFE a fost înființată în anul 1999, în localitatea Petroșani, Valea Jiului.

Această firmă oferă activități de inginerie și consultanță legată de acestea în sectorul de apă și mediu, precum și consultanță în domeniul echipamentelor electrice destinate utilizării în atmosfere explozive.

Principalul obiectiv al firmei D&D SAFE este asigurarea unor servicii de înalt profesionalism pentru satisfacerea cerințelor clienților săi în toate domeniile în care își desfășoară activitatea.

Punctul forte al companiei îl reprezintă echipa de specialiști cu largă experiență ce acționează în scopul realizării serviciilor. Utilizează o gamă variată și flexibilă de resurse în procesul asistenței tehnice, planificării și supervizării proiectelor implementate precum și serviciile de comercializare pe care le oferă.

Această firmă comercializează următoarele categorii de produse :

1.Scule electrice: mașini de amestecat, rotopercutoare, fierăstraie, mașini de frezat, mașini de găurit, mașini de șlefuit, scule cu acumulator, suflante cu aer cald, polizoare, generatoare, mașini pneumatice.

2.Detectoare de gaz: detectoare portabile, sisteme fixe de detecție a gazului și a flăcărilor.

3.Pentru casă și grădină: foarfece pentru gard viu, mașini de tuns iarba, motoburghie, pompe de spălat cu presiune, scule de grădină cu acumulator, fierăstraie cu lanț.

4.Pompe submersibile

5.Echipamente de protecție a muncii: ochelari de protecție, protecție auditivă, protecție cap, măști de protecție.

6.Echipamente de iluminat: lămpi de cap, reflectoare, lanterne portabile, iluminat stradal, panouri cu led.

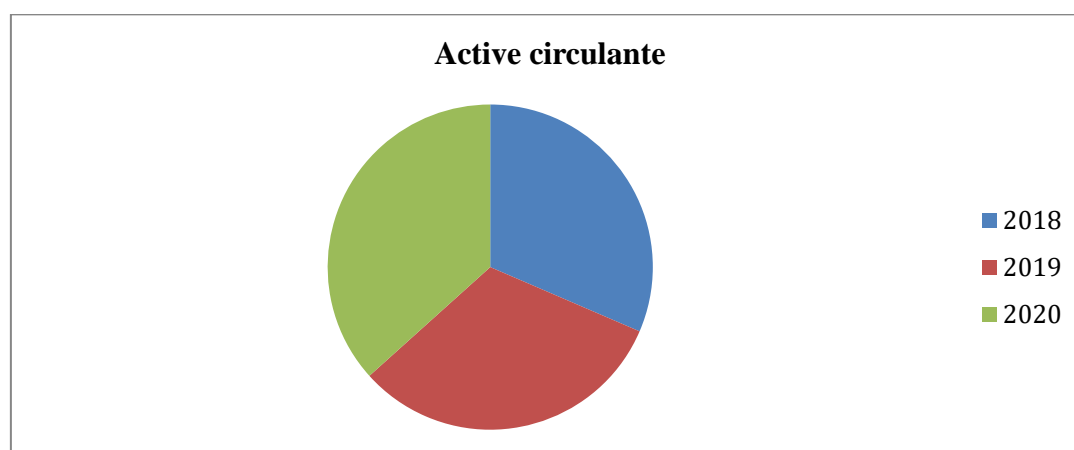
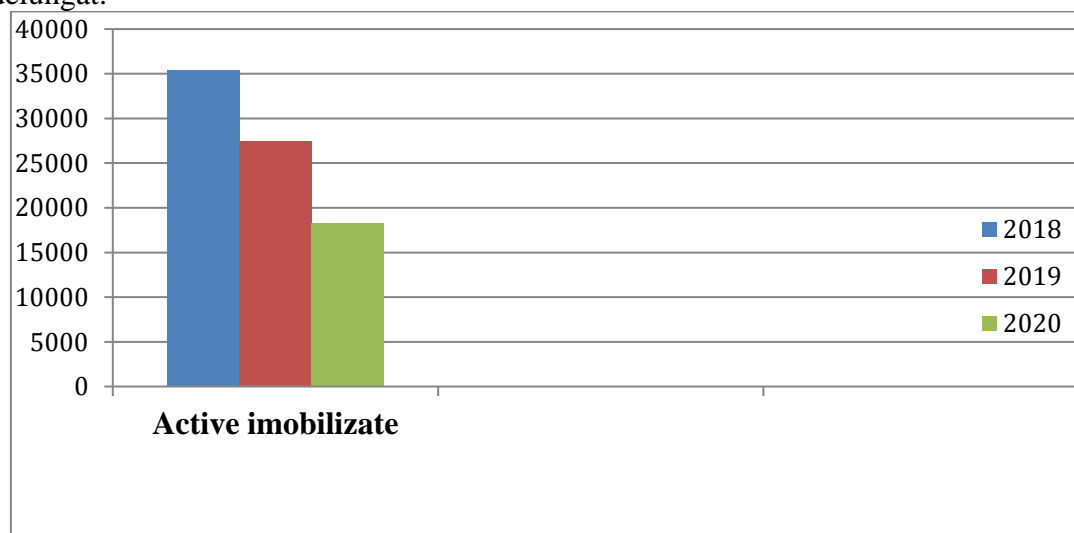
Misiune societății este de a satisface nevoile curente și viitoare ale clienților săi, prin produse și servicii de înaltă calitate, utilizând tehnologii de ultimă generație. Această misiune a societății a apărut din dorința de a răspunde nevoilor și preferințelor clienților.

Analiza societății financiare pe trei ani consecutivi

Date financiare	2018	2019	2020
Cifra de afaceri în lei	802544	926168	859903
Profit net	96138	66096	89726
Datorii	312632	341897	459174
Nr. de angajați	6	5	4

Date financiare	2018	2019	2020
Active imobilizante	35356	27537	18255
Active circulante	1026085	1039256	1195550
Capitaluri proprii	752741	728837	758563

Natura activelor imobilizate este în mod inevitabil marcată de caracteristicile activității desfășurate. Stocurile vor putea fi transformate în disponibilități în aproximativ o lună, în logica procesului de exploatare, activele imobilizate implicând un termen de transformare în lichidități mult mai îndelungat.



Activele circulante au asociate riscuri de nelichidare mai mult reduse decât cele ale activelor imobilizate, respectiv o viteză de rotație mult mai ridicată, astfel ca mărirea ponderii acestora se consideră a fi benefică pentru societate. Activele imobilizate induc rigiditate activității de exploatare.

Bibliografie:

1. Bojian O., (2005), *Bazele contabilității*, vol. 2, Editura Economică, București.
2. Călin O., Ristea M., (2002), *Bazele contabilității*, Editura Genicod, București.
3. Ghicajanu M., (2004), *Proiecte economice*, Editura Universitas, Petroșani.
4. Man M., (1997), *Contabilitate generală*, Editura Scrisul Românesc, Craiova.
5. Man M., Monea A., Mihăilă E., (2003), *Bazele contabilității*, Editura Focus, Petroșani.
6. Pop A., (1996), *Contabilitate comparată aprofundată*, Editura Intelcredo, Deva.
7. Popeangă V., Popescu M., (2002), *Analiza economico-financiară*, Editura Focus, Petroșani.
8. Radu F., (1997), *Analiza economico-financiară a întreprinderii*, Editura Universitaria, Craiova.
9. Stancu I., (1996), *Finanțe*, Editura Economică, București.

Secțiunea
ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ

Beneficii de asistență socială și finanțări pentru serviciile sociale acordate la Agența Județeană de Plăți și Indemnizații Sociale Hunedoara

Autorii: Bacs Roxana, Varga Florina
Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** The allocation of the funds from the state budget destined to support the functioning of the social services organized at the level of the administrative-territorial units is made based on the substantiations transmitted by the local public administration authorities. The substantiation of the amounts requested from the state budget by the local public administration authorities is made on the basis of the standard costs in force for the social services administered, contracted or subsidized under the law, as well as on the basis of estimating the costs necessary for the operation of the newly established services.*

Introducere

Politica de asistență socială are drept caracteristică esențială faptul că cei care beneficiază de avantajele sistemului nu contribuie financiar la acesta¹.

Un instrument al politicilor sociale în România este reprezentat de sistemul de beneficii de asistență socială care sunt o formă de sprijin financiar ce răspunde unei game largi de nevoi sociale și acoperă atât drepturi universale (de exemplu, alocația de stat pentru copii), cât și prestații care se adresează doar persoanelor sau familiilor aflate într-o situație de dificultate, vulnerabilitate ori dependență².

Pentru a răspunde nevoilor sociale ale persoanelor, familiilor, grupurilor sau comunităților, în vederea prevenirii și depășirii unor situații de dificultate, vulnerabilitate ori dependență statul acordă, acestora, beneficii de asistență socială menite să contribuie la creșterea calității vieții și promovarea unei coeziuni sociale.

Beneficiile de asistență socială reprezintă o formă de suplimentare sau de substituire a veniturilor individuale/familiale obținute din muncă, în vederea asigurării unui nivel de trai minimal.

Aceste beneficii de asistență socială se clasifică în funcție de scopul acestora:

- beneficii de asistență socială pentru prevenirea și combaterea sărăciei și riscului de excluziune socială;
- beneficii de asistență socială pentru susținerea copilului și familiei;
- beneficii de asistență socială pentru sprijinirea persoanelor cu nevoi speciale

Tipuri de beneficii de asistență socială și finanțări pentru serviciile sociale acordate în România

Beneficiile de asistență socială pentru prevenirea și combaterea sărăciei și riscului de excluziune socială (sprijin acordat familiilor cu venituri reduse):

¹ Zamfir, C. coord. – *Politici sociale in România*, Ed. Expert, București, 1999

² Păun A., Isac C. – *Managementul asigurărilor și protecției sociale*, Ed. Universitas, Petroșani, 2016

➤ **Ajutorul social** (VMG) se acordă în baza legii nr.416/2001 privind venitul minim garantat persoanelor singure sau familiilor care au domiciliul în România. Cuantumul acestui beneficiu se acordă diferențiat în funcție de numărul de membrii, precum și de nivelul veniturilor.

➤ **Ajutorul pentru încălzirea locuinței** este acordat pe perioada sezonului rece (noiembrie - martie) în baza OUG 70/2011. Acesta se acordă sub două forme și anume: *ajutoare pentru încălzirea locuinței cu energie termică / electrică / gaze, combustibili solizi și/sau petrolieri* care se acordă în funcție de venitul mediu net lunar pe membru de familie sau al persoanei singure; *suplimentul pentru energie se acordă lunar tuturor beneficiarilor ajutorului pentru încălzirea locuinței*, dar și familiilor și persoanelor singure, care nu au stabilit acest drept și ale căror venituri sunt de până la 1.386 lei/membru de familie (în cazul familiei), sau până la 2.053 lei (în cazul persoanei singure).

➤ **Alocația pentru susținerea familiei** (ASF) este o formă de sprijin care acordă familiilor cu venituri reduse și care au în creștere și îngrijire copii în vârstă de până la 18 ani cu condiția ca aceștia să urmeze fără întrerupere cursurile școlare; în cazul în care acumulează peste 20 absențe nemotivate această prestație se suspendă.

➤ **Ajutoare de urgență** susținute din bugetul de stat se acordă, în urma efectuării anchetei sociale, în bani sau natură persoanelor sau familiilor care se află în situație de necesitate care au apărut datorită unor incendii, calamități naturale, boli grave. Fondurile pentru plata acestor ajutoare de urgență acordate de Guvernul României sunt asigurate din bugetul de stat prin bugetul Ministerului Muncii și Solidarității Sociale.

Beneficiile de asistență socială pentru susținerea copilului și a familiei au în vedere nașterea, educația și întreținerea copiilor:

Alocația de stat pentru copii se acordă în baza Legii nr.61/1993. Cuantumul alocației de stat este diferit, astfel:

- 234 lei pentru copiii cu vârstă între 2 și 18 ani;
- 600 lei pentru copiii care nu au împlinit vârsta de 2 ani sau pentru cei care sunt încadrați în grad de handicap.

Alocația de plasament se acordă copiilor pentru care s-a stabilit, ca formă de protecție, măsura plasamentului la persoană sau familie, la asistentul maternal sau în cadrul unui serviciu de tip rezidențial al unui furnizor de servicii sociale privat. Acest tip de beneficiu se acordă în baza Legii nr.272/2004 (R) privind protecția și promovarea drepturilor copilului.

Indemnizația pentru creșterea copilului se acordă, în baza OUG 111/2010 privind concediul și indemnizația lunară pentru creșterea copiilor, persoanelor care în ultimii 2 ani anteriori datei nașterii copilului, au realizat timp de cel puțin 12 luni venituri din salarii și asimilate salariilor. Cuantumul acesteia diferă în funcție de veniturile nete obținute, însă aceasta nu poate fi mai mică de 1250 lei.

Beneficii de asistență socială pentru sprijinirea persoanelor cu nevoi speciale

Indemnizația lunară acordată persoanelor cu handicap în conformitate cu Legea nr. 448/2006 și anume indemnizația pentru persoanele cu handicap încadrate în gradele de handicap grav sau accentuat.

Există anumite criterii pe baza cărora se acordă aceste beneficii de asistență socială și anume: evaluarea contextului familiei, veniturile persoanei singure sau familiei, condițiile de locuire, precum și starea de sănătate sau gradul de dependență al persoanei/persoanelor. Toate aceste aspecte sunt consemnate în anchetele sociale efectuate de către reprezentanții Direcțiilor de asistență socială/ compartimentelor de asistență socială din cadrul Primăriilor municipiilor/orașelor/comunelor.

După întocmirea dosarelor acestea se transmit pe bază de borderou Agențiilor Județene Pentru Plăți și Inspecție Socială, autorități publice de la nivel județean.

Serviciile sociale se finanțează din următoarele surse:

- a) bugetul de stat;
- b) bugetul local al județului, respectiv al municipiului București;
- c) bugetele locale ale comunelor, orașelor și municipiilor, respectiv bugetele locale ale sectoarelor municipiului București;
- d) donații, sponsorizări sau alte contribuții din partea persoanelor fizice ori juridice din țară și din străinătate;
- e) fonduri externe rambursabile și nerambursabile;
- f) contribuția persoanelor beneficiare;
- g) alte surse de finanțare, în conformitate cu legislația în vigoare.

De la bugetul de stat se alocă fonduri pentru:

- a) finanțarea programelor de interes național, elaborate de Ministerul Muncii și Solidarității Sociale, precum și de alte autorități ale administrației publice centrale cu atribuții în domeniul serviciilor sociale și aprobate prin hotărâre a Guvernului;
- b) finanțarea programelor de subvenționare a furnizorilor privați de servicii sociale, derulate de Ministerul Muncii și Solidarității Sociale;
- c) finanțarea înființării unor instituții de asistență socială-pilot;
- d) finanțarea serviciilor sociale acordate prin structurile publice aflate în subordinea coordonării autorităților administrației publice centrale;
- e) finanțarea serviciilor sociale acordate de autoritățile administrației publice locale și a altor furnizori publici și privați de servicii sociale, în condițiile legii;
- f) finanțarea programelor de educație permanentă a personalului de specialitate și a programelor de cercetare din domeniul serviciilor sociale;
- g) cheltuieli de investiții și reparații capitale pentru centrele de zi și rezidențiale, în condițiile legii;
- h) cofinanțarea serviciilor sociale, în baza memorandumurilor, protocoalelor, convențiilor de parteneriat, încheiate conform legii.

Alocarea fondurilor de la bugetul de stat destinate susținerii funcționării serviciilor sociale organizate la nivelul unităților administrativ-teritoriale se realizează în baza fundamentărilor transmise de autoritățile administrației publice locale. Fundamentarea sumelor solicitate de la bugetul de stat de către autoritățile administrației publice locale se realizează în baza costurilor standard în vigoare pentru serviciile sociale administrate, contractate sau subvenționate în condițiile legii, precum și în baza estimării costurilor necesare funcționării serviciilor nou-înființate în anul bugetar respectiv.

Standardele de cost pentru serviciile sociale se aprobă prin hotărâre a Guvernului, la propunerea Ministerului Muncii și Solidarității Sociale.

Costul standard anual/beneficiar/tip de serviciu se poate indexa cu rata inflației și se revizuieste ori de câteori este nevoie.

Sumele fundamentate se alocă din unele venituri ale bugetului de stat pentru finanțarea serviciilor sociale, în condițiile legii, și se realizează în următoarea ordine depriorități:

- a) serviciile sociale adresate copilului separat de părinți care necesită protecție specială;
- b) serviciile sociale adresate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul serviciilor;
- c) serviciile destinate copilului și familiei, precum și pentru persoanele vârstnice, în funcție de tipul serviciilor;
- d) serviciile sociale adresate persoanelor fără adăpost și persoanelor aflate în risc de excludere socială, în funcție de tipul serviciilor.

Nivelul sumelor acordate se stabilește prin legile speciale, pe tipurile de servicii.

Din bugetele locale ale județelor se alocă fonduri pentru:

- a) finanțarea serviciilor sociale aflate în administrare proprie, contractate sau subvenționate în condițiile legii, ori cofinanțate în baza contractelor de parteneriat;
- b) finanțarea sau cofinanțarea înființării, organizării și funcționării unor noi servicii sociale;
- c) cofinanțarea serviciilor sociale care funcționează în mediul rural și în localități defavorizate, în baza unor contracte de parteneriat încheiate bianual;
- d) finanțarea cheltuielilor de funcționare a comisiilor de evaluare și a serviciilor de evaluare complexă, prevăzute de lege, până la intrarea în vigoare a noului sistem de evaluare prevăzut;
- e) finanțarea sau, după caz, cofinanțarea în parteneriat cu autoritățile administrației publice locale a cheltuielilor necesare formării continue a personalului cu atribuții în domeniul serviciilor sociale și care activează la nivelul județului respectiv;
- f) finanțarea și cofinanțarea în parteneriat cu autoritățile administrației publice locale a acțiunilor de sensibilizare a comunității privind nevoile și riscurile sociale de la nivelul județului;
- g) cofinanțarea proiectelor susținute din fonduri structurale și alte fonduri internaționale pentru proiecte din domeniul serviciilor sociale;
- h) finanțarea subvențiilor destinate serviciilor sociale acordate de furnizorii privați;
- i) alte finanțări sau cofinanțări prevăzute de lege.

Consiliul județean are obligația să asigure din bugetul propriu sumele în completarea celor alocate din bugetul de stat.

Din bugetele locale ale comunelor, orașelor și municipiilor, respectiv din bugetele locale ale sectoarelor municipiului București se alocă fonduri pentru:

- a) finanțarea serviciilor sociale aflate în administrare proprie, contractate sau subvenționate în condițiile legii, ori cofinanțate în baza contractelor de parteneriat;
- b) finanțarea sau cofinanțarea înființării, organizării și funcționării unor noi servicii sociale;
- c) finanțarea sau, după caz, cofinanțarea în parteneriat cu consiliul județean a cheltuielilor necesare formării continue a personalului cu atribuții în domeniul serviciilor sociale și care activează la nivelul comunității respective;
- d) finanțarea și cofinanțarea în parteneriat cu consiliul județean a acțiunilor de sensibilizare a populației privind nevoile și riscurile sociale de la nivelul comunității;
- e) cofinanțarea proiectelor susținute din fonduri structurale și alte fonduri internaționale pentru proiecte din domeniul serviciilor sociale;
- f) alte finanțări sau cofinanțări prevăzute de lege.

Autoritățile administrației publice locale au obligația să asigure sumele din bugetele proprii și alte venituri extrabugetare, în completarea celor alocate din bugetul de stat.

Pentru finanțarea serviciilor sociale se pot utiliza veniturile obținute din sponsorizările și donațiile în bani sau în natură, acordate de persoane fizice și juridice, române și străine, furnizorilor de servicii.

Serviciile sociale pot fi finanțate din fonduri internaționale, stabilite prin memorandumurile sau protocoalele de finanțare încheiate de statul român cu donatorii, precum și din fondurile structurale pentru proiectele selectate în cadrul programelor operaționale regionale.

Asociațiile și fundațiile, precum și cultele recunoscute de lege, în calitate de furnizori privați de servicii sociale, pot primi subvenții alocate de la bugetul de stat și de la bugetele județene/bugetele locale ale sectoarelor municipiului București, ca formă de sprijin în vederea înființării, dezvoltării, diversificării și asigurării continuității serviciilor sociale acordate de aceștia. Subvenționarea furnizorilor privați din fonduri publice se reglementează prin lege specială.

Asociațiile și fundațiile române cu personalitate juridică, care înființează și administrează unități de asistență socială, pot primi subvenții alocate de la bugetul de stat sau, după caz, de la bugetele locale, care vor fi utilizate, în exclusivitate, pentru serviciile de asistență socială acordate persoanelor care, potrivit dispozițiilor legale, au dreptul să beneficieze de acestea.

Beneficii de asistență socială și finanțări pentru serviciile sociale acordate de către AJPIS Hunedoara

Una dintre cele mai importante instituții privind implementarea politicilor sociale în România este Agenția Județeană pentru Plăți și Inspecție Socială (AJPIS) Hunedoara care funcționează în subordinea Agenției Naționale pentru Plăți și Inspecție Socială ca serviciu public deconcentrat, cu personalitate juridică, finanțată de la bugetul de stat, în baza Ordonanței de Urgență nr. 113/2011.

Agenția Județeană pentru Plăți și Inspecție Socială (AJPIS) Hunedoara are ca scop gestionarea sistemului beneficiilor de asistență socială la nivelul județului Hunedoara³.

În luna februarie 2022 Agenția Județeană pentru Plăți și Inspecție Socială (AJPIS) Hunedoara au fost înregistrați un număr de 2.017 beneficiari au beneficiat de venit minim garantat, iar suma totală de plată a fost de 487964 lei fiind distribuită după cum urmează:

Tabelul 1.

Situația beneficiarilor de venit minim garantat

Localitate	Beneficiari plătiți	Suma totală platită pentru drepturile
ANINOASA	35	7045
BACIA	2	284
BAIA DE CRIS	3	539
BAITA	13	2174
BALSA	21	4643
BANITA	19	3784
BARU	38	9717
BATRANA	0	0
BERIU	13	3353
BLAJENI	5	710
BOSOROD	21	4249
BRAD	39	10719
BRANISCA	9	1752
BRETEA ROMANA	12	2891
BUCES	37	922
BUCURESCI	18	2969
BULZESTII DE SUS	5	710
BUNILA	2	397
BURJUC	3	924
CALAN	42	1884
CARJITI	7	994
CERBAL	4	568
CERTEJU DE SUS	18	4274
CRISCIOR	18	4189
DENSUS	17	3498
DEVA	79	23200
DOBRA	19	150
GENERAL BERTHELOT	6	1500
GEOAGIU	123	35221
GHELARI	10	1850
GURASADA	12	2530

³ <https://hunedoara.mmanpis.ro/>

HARAU	29	7097
HATEG	52	14837
HUNEDOARA	182	39762
ILIA	9	1813
LAPUGIU DE JOS	9	2141
LELESE	3	597
LUNCA CERNII DE JOS	16	2498
LUNCOIU DE JOS	2	284
LUPENI	77	16559
MARTINEȘTI	12	2247
ORASTIE	101	27690
ORASTIOARA DE SUS	14	2757
PESTISU MIC	3	426
PETRILA	66	14961
PETROSANI	148	38146
PUI	84	21385
RACHITOVA	5	1694
RAPOLTU MARE	8	2205
RAU DE MORI	72	19645
RIBITA	7	994
ROMOS	29	6032
SALASU DE SUS	20	4283
SANTAMARIA-ORLEA	37	8195
SARMIZEGETUSA	8	2121
SIMERIA	22	5158
SOIMUS	25	6701
TELIUCU INFERIOR	7	994
TOMESTI	13	2215
TOPLITA	9	1391
TOTESTI	21	6096
TURDAS	30	7554
URICANI	50	10924
VALISOARA	1	142
VATA DE JOS	21	3921
VETEL	29	7091
VORTA	20	3174
VULCAN	117	32559
ZAM	11	2319
Total	2017	487964

În județul Hunedoara, în luna februarie 2022 un număr de 57882 beneficiari au beneficiat de alocația de stat pentru copii, iar suma totală plătită în această lună a fost de 16184835 lei.

Tabelul 2.

Situația alocațiilor de stat pentru copii

Localitate	Beneficiari plățiți	Suma totală platită pentru drepturile
ANINOASA	612	172278
BACIA	280	70944
BAIA DE CRIS	242	1637

BAITA	372	106461
BALSA	94	25698
BANITA	159	43278
BARU	412	114753
BATRANA	12	3630
BERIU	608	172734
BLAJENI	78	21810
BOSOROD	250	71103
BRAD	1669	464472
BRANISCA	142	41289
BRETEA ROMANA	370	105261
BUCES	230	65529
BUCURESCI	154	42063
BULZESTII DE SUS	21	5460
BUNILA	17	5559
BURJUC	72	19638
CALAN	1675	462360
CARJITI	69	19266
CERBAL	36	9819
CERTEJU DE SUS	393	110493
CRISCIOR	475	136845
DENSUS	174	49422
DEVA	8945	2500647
DOBRA	570	157074
GENERAL BERTHELOT	116	32115
GEOAGIU	906	260142
GHELARI	225	62886
GURASADA	153	42534
HARAU	310	84969
HATEG	1393	385266
HUNEDOARA	7981	2216415
ILIA	411	115938
LAPUGIU DE JOS	267	78804
LELESE	43	12234
LUNCA CERNII DE JOS	96	26898
LUNCOIU DE JOS	193	56538
LUPENI	3186	899862
MARTINESTI	142	39147
ORASTIE	3073	866334
ORASTIOARA DE SUS	276	77421
PESTISU MIC	120	35229
PETRILA	3268	912291
PETROSANI	5072	1408140
PUI	636	178824
RACHITOVA	168	47607
RAPOLTU MARE	296	82995
RAU DE MORI	481	132234
RIBITA	151	43476

ROMOS	375	107904
SALASU DE SUS	286	77352
SANTAMARIA-ORLEA	452	127686
SARMIZEGETUSA	141	39618
SIMERIA	1848	520107
SOIMUS	418	118710
TELIUCU INFERIOR	324	95154
TOMESTI	107	29214
TOPLITA	68	19023
TOTESTI	254	69219
TURDAS	350	95760
URICANI	1275	349452
VALISOARA	95	25584
VATA DE JOS	378	104349
VETEL	444	127170
VORTA	88	27096
VULCAN	3667	1016388
ZAM	218	59797
Total	57882	16184835

În ceea ce privește subvenționarea asociațiilor și fundațiilor, în județul Hunedoara există trei furnizori de servicii sociale care beneficiază de subvenție în baza Legii nr.34/1998 privind acordarea unor subvenții asociațiilor și fundațiilor române cu personalitate juridică, care înființează și administrează unități de asistență socială.

În luna februarie 2022 AJPIS Hunedoara a acordat subvenție în cuantum de 100166 lei după cum urmează:

- Asociația Samaritenii Orăștieni -5000 lei
- Asociația Misionar Umanitară Maranatha -14.250 lei
- Fundația Sfântul Francisc -80866 lei

Suma acordată ca subvenție contribuie la susținerea și continuitatea serviciilor sociale, creșterea calității serviciilor sociale acordate prin diversificarea activităților derulate, creșterea calității vieții beneficiarilor, creșterea preocupării privind asigurarea unui cadru de viață cât mai asemănător cu cel din familie, creșterea stabilității personalului de specialitate și a celui de îngrijire cu efecte benefice asupra tuturor categoriilor de beneficiari, asigurarea unor programe și activități educative.

Concluzii

Principala consecință a politicilor sociale ale statului este protecția socială a populației, însă aceasta se realizează prin efortul conjugat al tuturor factorilor implicați – economia, piața muncii, sectorul neguvernamental, comunitate, stat. Politicile sociale în sensul lor restrâns vizează numai acțiunile statului (și parteneriate, acțiuni comune cu alte organizații), însă în sens larg pot fi circumscrise și acțiunile actorilor neguvernamentali pentru asigurarea protecției sociale. Politicile sociale sunt parte a politicilor publice.

Bibliografie:

1. Păun A., Isac C. – *Managementul asigurărilor și protecției sociale*, Ed.Universitas, Petroșnai, 2016
2. Zamfir, C. coord. – *Politici sociale in România*, Ed. Expert, București, 1999

3. xxx Legea nr.197 /2012 privind asigurarea calității în domeniul serviciilor sociale publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, până la 13 decembrie 2012.
4. xxx Hotărârea de Guvern nr. 118/ 2014 privind Normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 197/2012 privind asigurarea calității în domeniul serviciilor sociale publicate în Monitorul Oficial, Partea I, nr. 172 din 11.03.2014
5. xxx Legea nr. 292/ 2011 Legea asistenței sociale publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. din 20 decembrie 2011;
6. xxx Ordonanța de urgență nr. 113/2011 privind organizarea și funcționarea Agenției Naționale pentru Plăți și Inspecție Socială publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. din 21 decembrie 2011;
7. xxx Legea nr. 34 din 20 ianuarie 1998 privind acordarea unor subvenții asociațiilor și fundațiilor române cu personalitate juridică, care înființează și administrează unități de asistență socială, publicată în Monitorul Oficial al României, nr.29 din 27 ianuarie 1998;
8. xxx Hotărâre Nr. 1153/2001 din 21 noiembrie 2001 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 34/1998 privind acordarea unor subvenții asociațiilor și fundațiilor române cu personalitate juridică, care înființează și administrează unități de asistență socială, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.846 din 25 octombrie 2016;

Particularități ale comunicării în administrația publică

Autor: Carp Irina Mioara

Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila

Universitatea Petroșani

Abstract: *Research in the field of communication in public administration has shown that although a significant percentage of beneficiaries still prefer traditional communication, it is declining.*

Traditional communication is preferred due to direct and personalized human-to-human contact without intermediaries. It is observed that traditional communication coexists with modern communication but the ratio between them changes in favor of modern communication.

Given the institutional trends towards digitization, it is expected that modern communication will become predominant by reducing human contacts between beneficiaries and the institution but gaining time, efficiency, speed and access to a wide range of information.

From this paper it follows that the two forms of communication will continue to be used for a period but as the society will evolve towards a connectivity, digitalization more and more, e-Communication will become the main form of communication between beneficiaries and institution.

1. Analiza tipurilor de comunicare

1.1. Conceptul de comunicare

Oamenii comunică pentru că au nevoie unii de alții. Nu toți recunosc sau conștientizează că au această nevoie; unii chiar neagă existența ei și acest lucru duce la izolare, la retragerea în propria singurătate.

Calea cea mai sigură însă spre o viață frumoasă, spre fericirea în plan personal sau profesional, rămâne comunicarea; ea te ajută să le spui celor de lângă tine ce simți, ce-ți dorești și ce nu-ți place, evitând acumularea frustrărilor prin comoditatea, frica sau incapacitatea de a exprima liber, dar cu bun simț și eleganță, ceea ce gândești.

Deși ne raportăm la comunicarea în planul domeniilor de afaceri tot de la valențele profund umane ale comunicării trebuie să pornim: ea aparține prin excelență oamenilor, ființelor inteligente, care-și pot învinge propriile inhibiții, carențele de exprimare, complexe acumulate, deficiențele native de interacțiune cu ceilalți.

Pot face asta prin educație, toleranță cu ceilalți, capacitate de integrare, efort propriu de adaptare, limbaj, gesturi și mimică. Uneori e mai greu să te convingi pe tine decât pe ceilalți; dacă ai reușit asta poți spune că ai făcut deja primul pas spre comunicare.

Comunicarea face parte din “infrastructura” organizației. Orice efort de dezvoltare a unei organizații trebuie să aibă în vedere cu prioritate latura umană a dezvoltării ei, iar comunicarea eficientă și eficientă este singura cale prin care oamenii își pot corela în mod sinergetic eforturile. De calitatea comunicării manageriale depinde modul în care se folosește resursa umană a unei organizații, deci în ultimă instanță succesul organizației.

Comunicarea devine un element critic necesar în perioadele de schimbării radicale în viața organizațiilor, ea fiind instrumentul de implementare a schimbării, a reproiectării proceselor interne, a noii strategii a organizației. În perioade de schimbare structurală comunicarea managerială capătă valențe noi și, mai mult ca oricând, îmbracă formele unei arte. Comunicarea rațională poate convinge mințile oamenilor să se schimbe, dar pentru a schimba și “inimile” oamenilor trebuie folosit limbajul emoțiilor. Orice schimbare structurală presupune o schimbare radicală de atitudine și aceasta este cel

mai dificil de realizat. Fără o comunicare deschisă, permanentă, precisă și suportivă, rezultată dintr-o gândire strategică, respectiva schimbare de atitudine este imposibil de realizat.

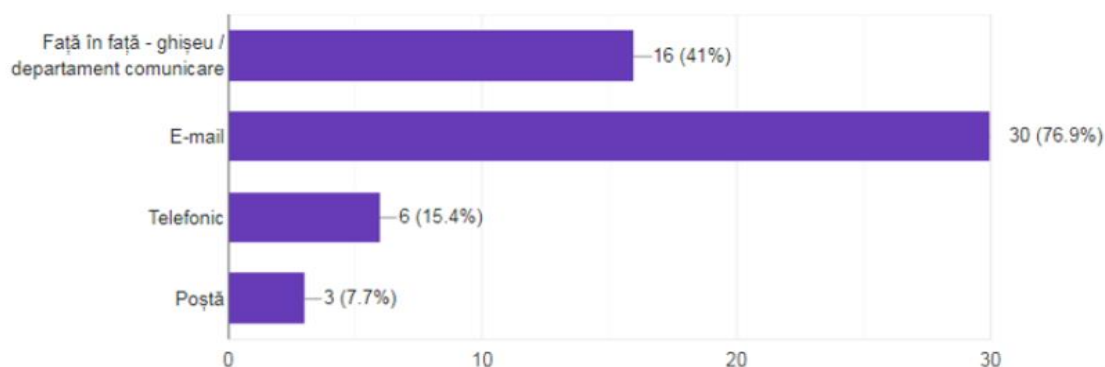
1.2. Analiza eficienței comunicării

Scopul lucrării este de a determina opinia cetățenilor cu privire la importanța comunicării în relațiile cu administrația publică. Obiectivele lucrării vizează: identificarea tipului de comunicare preferat de răspuns în cadrul relațiilor cu administrația publică; stabilirea utilizării canalelor de comunicare și tipul de comunicare.

Referitor la tipul de comunicare, participanții și-au exprimat opțiunea conform graficului de mai jos:

Ce tip de comunicare vi se pare a fi mai eficientă între dumneavoastră ca beneficiar al beneficiarilor de asistență socială și AJPIS Hunedoara?

39 de răspunsuri



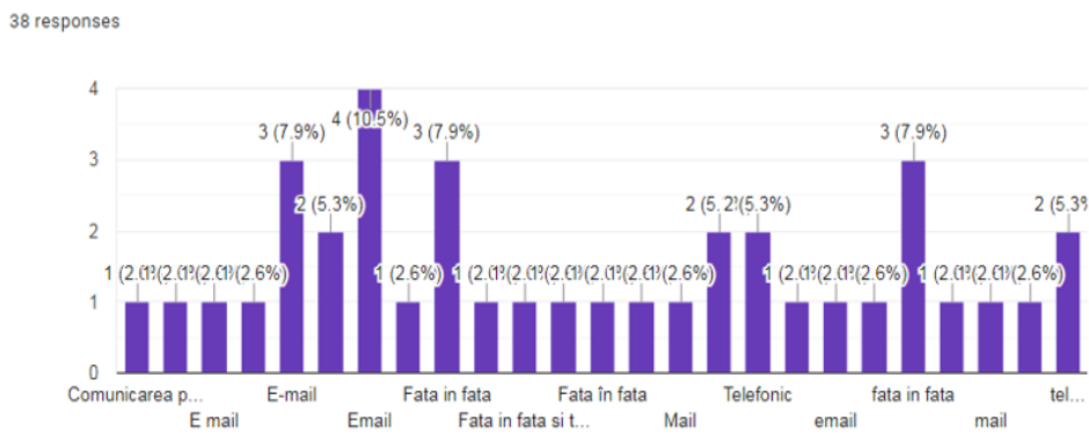
Grafic 1.

Ca tip de comunicare eficient cu administrația publică, majoritatea respondenților în procent de 76,9% au răspuns e-mail-ul, însemnând că preferă comunicarea modernă, rapidă. Un procent de 41% dintre subiecți au optat pentru comunicarea tradițională față în față, prin contactul direct. O parte a respondenților în procent de 15,4% au optat pentru comunicarea prin telefon, preferând astfel comunicarea tradițională dar și modernă a zilelor noastre. Într-un procent de 7,7% subiecți au ales comunicarea tradițională prin poștă.

1.3. Tipuri de comunicare frecvent utilizate

În raport cu administrația publică, cel mai frecvent tip de comunicare folosit, este reprezentat în graficul 2, astfel:

. Ce tip de comunicare utilizați mai des în raport cu AJPIS Hunedoara :



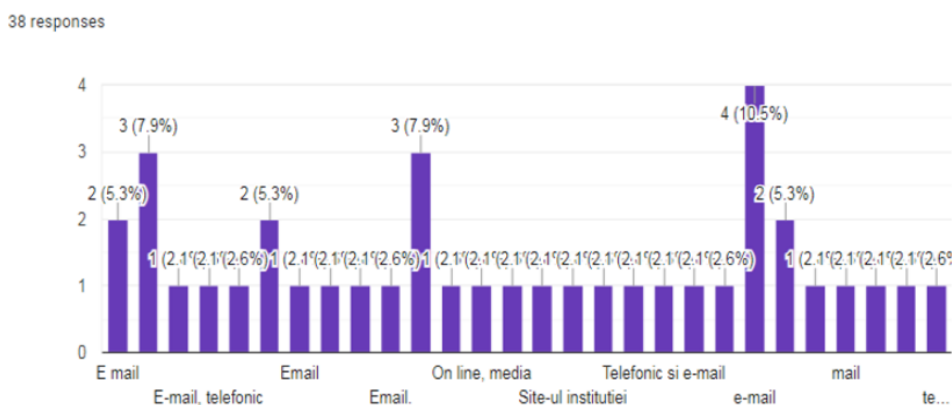
Grafic 2.

Majoritatea respondenților utilizează mai des în raport cu administrația publică în procent de 38, 25% comunicarea modernă prin e-mail. Un procent de 28, 90% dintre respondenți preferă comunicare tradițională față în față și într-un procent de 23, 20% dintre respondenți utilizează telefonul ca mijloc de comunicare.

1.4. Canale de comunicare preferate

Participanții solicită să fie informați prin mai multe canale de comunicare, conform graficului 3, de mai jos:

Prin ce canale de comunicare ați dori să fiți informat asupra beneficiilor de asistență socială?

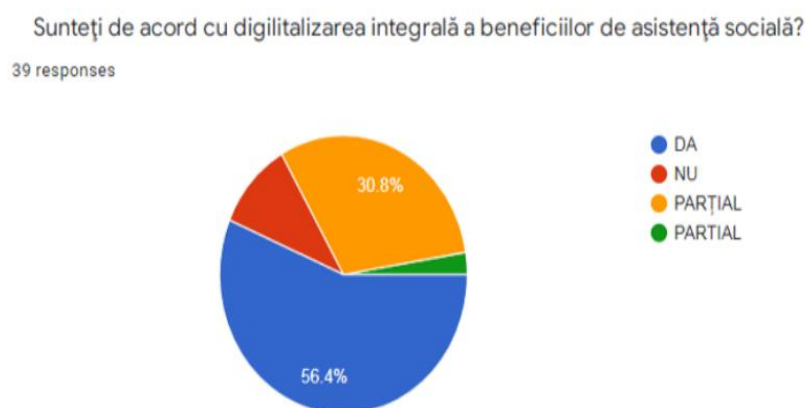


Grafic 3.

Într-un procent de 57, 30 %, majoritatea respondenților doresc să fie informați prin canalul de comunicare modern ”e-mail”. Prin canalele de comunicare tradițională preferă să fie informați un procent de 12, 70% dintre respondenți ”telefonic”, un procent de 4, 35% dintre respondenți ”față în față”, un procent de 4% dintre respondenți prin pliante și un procent de 5, 60% dintre respondenți prin TV, mass-media, radio. Într-un procent de 6, 05 % dintre respondenți doresc să fie informați prin canalele de comunicare moderne internet și site. O parte dintre respondenți într-un procent de 10% nu știu ce canal de comunicare să aleagă.

1.5. Analiza opțiunii digitalizării

În contextul schimbării socio-economice din ultimii doi ani, comunicarea a trebuit să facă o transformare esențială, apelând la tehnologie, la digitalizare. Transformarea digitală a administrațiilor publice reprezintă o modalitate de a oferi servicii mai rapide, mai ieftine și mai bune, pentru a răspunde nevoilor cetățenilor. Referitor la digitalizarea serviciilor opțiunea participanților este reprezentată în graficul 4, de mai jos:



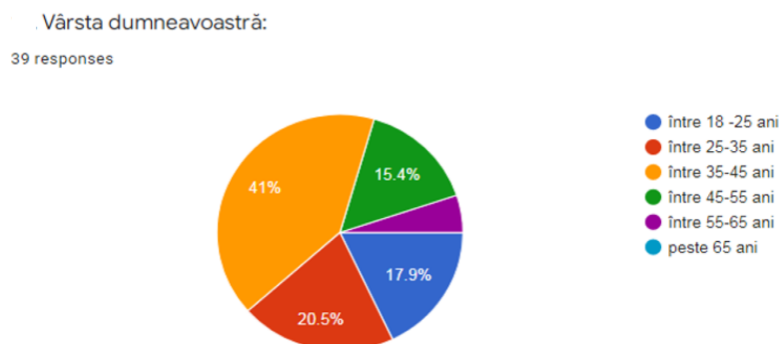
Grafic 4.

Din totalul respondenților un procent de 56,4% sunt de acord cu digitalizarea integrală a serviciilor. Dat fiind contextual actual, posibilitatea ca pandemia să fi afectat această alegere și oamenii să prefere acum comunicarea on-line. Un procent de 30,8% dintre respondenți sunt parțial de acord cu digitalizarea iar 12,8% nu sunt de acord cu digitalizarea integrală preferând interacțiunea față în față. Acest procent poate indica și faptul că mulți participanți nu au acces la tehnologia modernă sau nu știu să o folosească.

2. Analiza eșantionului respondenților

2.1. Vârsta respondenților

Participanții au vârsta cuprinsă între 18 ani și 65 ani, așa cum rezultă din graficul 5:

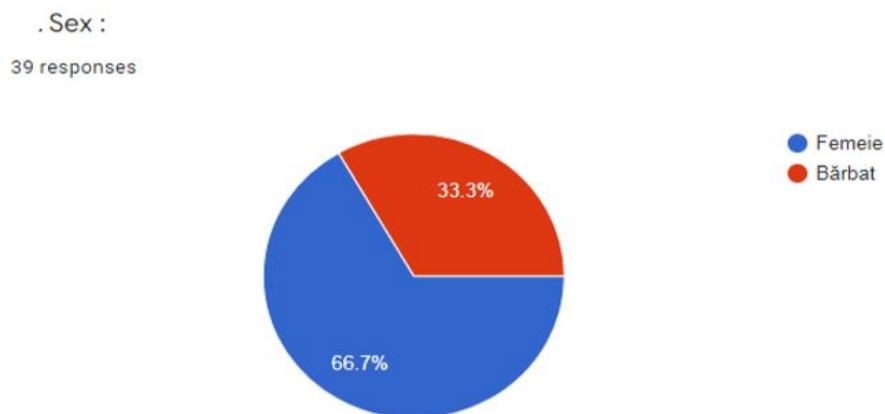


Grafic 5.

În ceea ce privește vârsta, 17,9% dintre respondenți au între 18-25 ani, 20,5% au vârsta cuprinsă între 25-35 ani, 41% dintre aceștia au între 35-45 ani, în procent de 15,4% au între 45-55 ani, între 55-65 ani sunt în proporție de 5,2% și 0% au vârsta de peste 65 ani.

2.2. Sexul participanților

Referitor la genul participanților, majoritatea respondenților au fost de sex feminin, conform graficului 6, de mai jos:

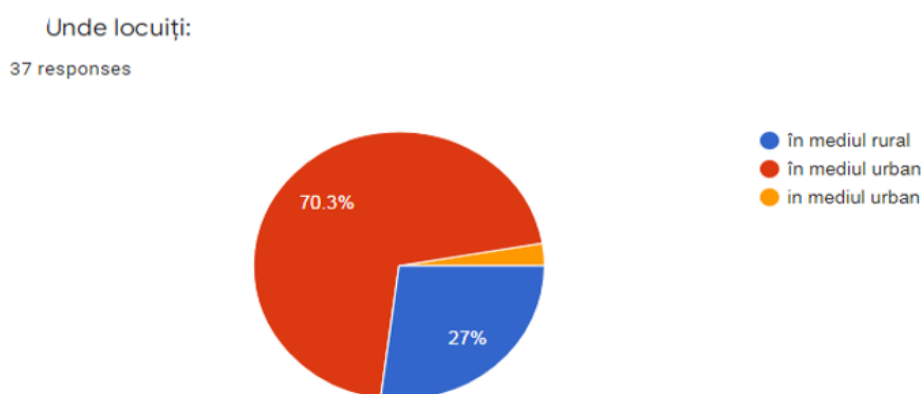


Grafic 6.

Reprezentanții sexului masculin sunt în procent de 33,3% iar majoritatea respondenților în procent de 66,7% au fost de sex feminin. În urma rezultatelor reiese că predomină sexul feminin.

2.3. Distribuția urban- rural al respondenților

În funcție de locul în care locuiesc participanții, avem două tipuri de mediu pentru reședință: mediul rural și mediul urban, reprezentat în graficul 7, de mai jos:



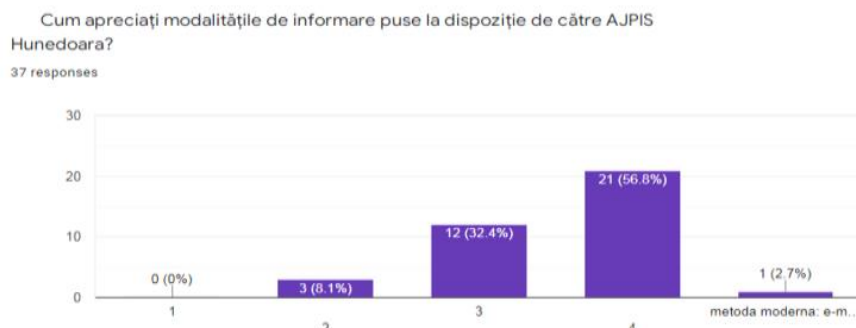
Grafic 7.

Majoritatea respondenților provin din mediul urban în proporție de 73%, iar din cel rural provin doar 27%.

O zonă urbană este caracterizată printr-o densitate mare a populației, diversitatea oamenilor, în comparație cu o zonă rurală. Spre deosebire de zona urbană, mediul rural are un spațiu amplu, iar comunitățile de oameni sunt mai mici.

2.4. Modalități de informare

În vederea identificării gradului de apreciere a modalităților de informare puse la dispoziție de instituție, participanții au oferit o notă pe o scală de la 1 la 4, conform graficului 8, ilustrat mai jos:



Grafic 8.

Pe o scală de la 1 la 4, unde 1 reprezintă nesatisfăcător, 2 satisfăcător, 3 bune și 4 reprezintă foarte bune, respondenții au oferit o notă de apreciere a modalităților de informare puse la dispoziție de către instituție, Rezultatele indică că 56,8% dintre respondenți apreciază modalitățile de informare ”foarte bune”, reprezentând că le acoperă nevoile de informare, 32,4% dintre aceștia le apreciază ”bune” și un procent de 19,05% le evaluează ”satisfăcătoare”.

Concluzii

Din cercetarea făcută în domeniul comunicării în administrația publică rezultă faptul că deși un procent însemnat dintre beneficiari preferă încă comunicarea tradițională, acesta este în scădere.

Comunicarea tradițională este preferată datorită contactului direct și personalizat de la om la om, fără intermediari. Se observă că, comunicarea tradițională coexistă cu comunicarea modernă dar raportul dintre ele se modifică în favoarea comunicării moderne.

Având în vedere tendințele societății spre digitalizare este de așteptat ca, comunicarea modernă să devină preponderentă reducând contactele umane între beneficiari și instituție dar câștigând timp, eficiență, rapiditate și acces la o gamă largă de informații.

Din această lucrare rezultă faptul că cele două forme de comunicare vor continua să fie utilizate pe o perioadă de timp dar pe măsură ce societatea va evolua către o conectivitate, digitalizare din ce în ce mai mare, e-Comunicarea va deveni principala formă de comunicare între cetățeni și administrația publică.

Bibliografie:

1. Guță Anca Jarmila, *Comunicare și negociere în organizații*, Editura Universitas, Petroșani, 2019
2. Guță Anca Jarmila, Isac Claudia, *Comunicarea în organizații*, Editura Universitas, Petroșani, 2018
3. Stănescu V. , *Spațiul public –Gestionare și comunicare*, Editura Universul Juridic, București, 2012

Modalități de creștere a calității serviciilor publice

Autor: Colța Andrada Gabriela Sorina
Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** This paper presents with the topic of growth and quality of public services. Through this paper, we will give a clear, familiar and understandable definition of the concept of quality in the public domain and also present improvements and ways to increase quality public services.*

Through this paper I was able to highlight some of the ways to increase the quality of public services, I was able to understand that these ways to increase public services revolve around meeting the needs and requirements of citizens.

We chose this topic to find out and research in detail the quality of public services, the improvements that need to be made and to make them more qualitative, the role and importance of quality, the evolution of the concept of quality, ensuring the functioning of public services, the social need for public services. resources, quality message communication.

The aim of this paper is to inform the reader about the correct understanding of the concept of quality for the public sector, to familiarize the reader with what needs to be done to ensure and increase the quality of services provided by public institutions.

1. Evoluția conceptului Calitate în domeniul public

***Calitatea** este un concept care se utilizează în toate domeniile vieții economice și sociale, însă care prezintă un caracter subiectiv și care are semnificații particulare pentru diferite domenii, sectoare, servicii sau produse.*

Calitatea în Administrația Publică este importantă pentru asigurarea bunăstării societății. În contextul cerințelor tot mai mari și al resurselor tot mai reduse, organizațiile din sectorul public trebuie să devină mai eficace și mai eficiente.

În acest context, organizațiile din sectorul public trebuie să ia în considerare mobilizarea tuturor resurselor pentru a îmbunătăți în mod continuu toate aspectele organizației, calitatea produselor și serviciilor livrate, satisfacția stakeholder-ilor și integrarea acestora în mediul organizațional.

Timp de mulți ani, administrația publică a fost tratată într-un mod total diferit față de sectorul privat și nu au fost aplicate metodele moderne de management, metodele de creștere a eficacității și eficienței organizaționale și standardele privind serviciul către clienți care se aplică în domeniul privat. În plus, datorită caracterului de ”monopol” al serviciilor oferite de organizațiile din administrația publică, motivația privind îmbunătățirea calității serviciilor este redusă în aceste organizații.

Chiar dacă managementul calității este o abordare relativ nouă pentru administrația publică, aceasta nu înseamnă că administrația publică nu a fost orientată către calitate în trecut.

*Astfel, pot fi identificate **3 faze ale evoluției calității în sectorul public**, a calității în sensul: respectării normelor și procedurilor, eficacității și satisfacției clienților (figura nr. 1).*

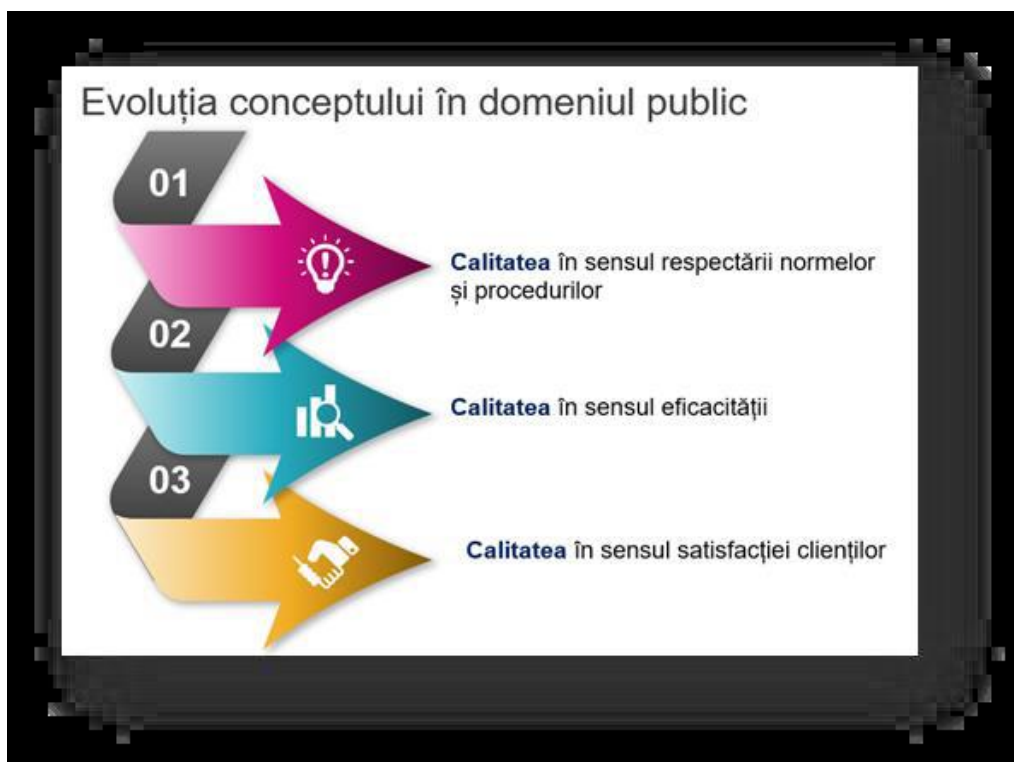


Fig. nr. 1

Administrația publică reflectă bazele instituționale ale modului în care sunt guvernate țările. Administrația publică răspunde nevoilor societății și funcționează pe bază de structuri organizatorice, procese, roluri, relații, politici și programe. Aceasta influențează prosperitatea economică durabilă, coeziunea socială și bunăstarea oamenilor. Administrația publică influențează încrederea socială și determină condițiile de creare a valorii publice.

Instituțiile au un rol fundamental în stabilirea stimulentei potrivite, în reducerea incertitudinii și în asigurarea prosperității pe termen lung. Deficiențele în funcționarea administrației publice pot crea obstacole semnificative în calea funcționării pieței unice, a investițiilor la nivel regional și local, precum și a inovării.

Unele țări din UE au făcut în mod consecvent eforturi conștiente pentru a stimula performanța propriilor administrații; alte țări trebuie să reconsidere bazele sistemului lor administrativ. Ritmul actual al schimbărilor sociale, tehnologice și economice impune ca toate administrațiile publice să se adapteze la noile realități. UE sprijină eforturile în acest sens prin finanțare, standarde și instrumente tehnice, analize, schimburi inter pares, îndrumare și asistență tehnică.

Calitatea este un concept care se utilizează în toate domeniile vieții economice și sociale, însă care prezintă un caracter subiectiv și care are semnificații particulare pentru diferite domenii, sectoare, servicii sau produse. Calitatea este un termen general, aplicabil la cele mai diferite trăsături sau caracteristici, fie individuale, fie generice și a fost definită în multe moduri de către diverși experți sau consultanți în calitate, care îi atribuie acestui termen semnificații diferite. Fiind un concept abstract, cuvântul "calitate" poate avea multe definiții diferite, cum ar fi "o însușire esențială sau remarcabilă a cuiva sau a ceva" sau "trăsătura care definește natura individuală a unui lucru"; acestea sunt doar câteva din multele definiții ale acestui cuvânt, care se găsesc în dicționar. Există numeroase definiții ale termenului calitate, formulate de diferiți experți în domeniul managementului calității.

O organizație are nevoie cu adevărat de un sistem de management al calității când are cu adevărat o politică de implementat referitoare la calitate. O organizație are o politică de implementat când managementul de la cel mai înalt nivel are cu adevărat cultură managerială.

Managementul calității reprezintă sistemul modern de conducere, de „stăpânire” a calității prin antrenarea întregului personal în acțiunea de realizare a calității și extinderea noțiunii de calitate la întreaga activitate a unei organizații, pe verticală și orizontală.

Sistemul de management al calității este util când este adevărat.

Obiectivele referitoare la calitate

Pentru întreaga organizație sunt stabilite obiective anuale de către managementul organizației. Obiectivele sunt:

- consecvente cu politica sistemului de management;
- măsurabile;
- conform cerințelor aplicabile;
- relevante pentru conformitatea produselor și serviciilor și pentru creșterea satisfacției clientului,
- monitorizate;
- comunicate;
- actualizate, după caz.
- dezvoltarea și implementarea unui sistem de management al calității trebuie să urmărească mai multe etape necesare:
 - determinarea necesităților și așteptărilor clienților și ale altor părți interesate
 - stabilirea politicii și obiectivelor organizației referitoare la calitate
 - determinarea proceselor și responsabilităților necesare pentru a atinge obiectivele calității
 - determinarea și furnizarea resurselor necesare pentru a atinge obiectivele calității
 - stabilirea metodelor de măsurare a eficacității și eficienței fiecărui proces
 - aplicarea acestor măsuri pentru a determina eficacitatea și eficiența produselor
 - determinarea mijloacelor de prevenire a neconformităților și de eliminare a cauzelor acestora
- stabilirea și aplicarea unui proces pentru îmbunătățire continuă a sistemului de management al calității.

O organizație trebuie să-și stabilească politica referitoare la calitate și obiectivele calității pentru a defini direcția spre care se îndreaptă. Politica referitoare la calitate asigură cadrul pentru stabilirea și analiza obiectivelor generale și specifice ale calității. Îndeplinirea obiectivelor calității are un impact pozitiv asupra calității produsului, asupra eficacității operaționale și performanțelor financiare ale organizației și astfel asupra satisfacției clienților și celorlalte părți interesate.

Responsabilul managementului pentru sistemul de management al calității, împreună cu membrii echipei sale, vor urmări permanent funcționarea sistemului. Ei vor acorda asistență ori de câte ori sunt solicitați. Vor fi atenți la:

- Aprovizionare, activitățile de producție și calitatea infrastructurii identificând neconformitățile
- Semnalele privind existența unor proceduri necorespunzătoare (cu neconformități sau total greșite) sau lipsa de proceduri
- Indicii asupra planificării și controlului necorespunzător al procesului, al produsului sau serviciului
- Identificarea lipsei sau insuficienței instruirii sau chiar nivel de competență necorespunzător
- Asigurarea resurselor materiale și a condițiilor de lucru corespunzătoare.

După o perioadă de șase luni de la demararea implementării sistemului de management al calității, responsabilul managementului pentru calitate, planifică un audit intern asupra întregului sistem. Obiectivele acestuia vor fi:

- Determinarea nivelului conformității sistemului de management al calității cu cerințele standardului ISO 9001/2000
- Evaluarea implementării obiectivelor privind calitatea

- Evaluarea eficacității sistemului de management a calității și al implementării cerințelor privind procesele și produsele sau serviciile
- Analiza modului de evaluare a furnizorilor
- Evaluarea conformității cu cerințele legale, de reglementare și contractuale.
Întocmește planul de audit care cuprinde:
- Compartimente auditate și personalul contactat (funcția auditată)
- Procesul/activitatea sursei auditului
- Obiectivele auditului și documentele de referință
- Echipa de audit, data de început și de sfârșit a auditului
- Rolurile și responsabilitățile membrilor echipei de audit.

Planul de audit, împreună cu propunerea de alcătuire a echipei de audit sunt prezentate pentru aprobare managementului de la cel mai înalt nivel.

Managementul de la cel mai înalt nivel numește reprezentantul managementului pentru sistemul de management al calității în calitate de responsabil cu inițierea acțiunilor adecvate pentru implementarea obiectivelor generale referitoare la calitate.

Managementul de la cel mai înalt nivel redactează Angajamentul cu privire la sistemul de management al calității. Echipa managerială planifică sistemul de management al calității luând în considerare (obiectivele generale și specifice ale organizației, necesitățile și așteptările definite ale clienților și ale celorlalte părți interesate, cerințele legale și de reglementare, datele referitoare la performanța produselor sau serviciilor, rezultate ale experienței anterioare, oportunități de îmbunătățire identificate).

Pentru că sistemul de management al calității afectează toate zonele și întregul personal al organizației, programele de instruire trebuie structurate pe categorii de personal: manageri de vârf, manageri executivi, personal de execuție. Instruirea trebuie să acopere conceptele de bază ale standardului ISO 9001 și ale sistemului de management al calității și impactul pe care acest sistem îl va avea asupra obiectivelor strategice ale organizației și a proceselor sale, precum și implicațiile pe care le va avea asupra culturii organizaționale. Instruirea inițială poate acoperi de asemenea aspecte cum ar fi: dezvoltarea documentației sistemului de management al calității (Manual, proceduri, instrucțiuni); principii de auditare; instrumente și tehnici de management, etc. Dacă nu există capacitate internă pentru organizarea instruirii, poate fi necesară trimiterea personalului la cursuri de instruire externe, sau angajarea unei organizații externe care să efectueze instruirea in-house (în casă).

Managementul Calității Totale (TQM) a fost utilizat inițial în sectorul privat, pentru a se realiza monitorizarea integrală și estimarea tuturor activităților relevante ale unei organizații, în vederea atingerii unor rezultate excelente în cadrul afacerilor, inclusiv a celor în derulare.

Calitatea nu este un concept generic și nici nu în administrația publică. Din contră, calitatea a fost, cel puțin implicit, un concept în administrația publică încă de la înființarea statului administrativ modern, când a fost asociat cu respectarea normelor și a procedurilor, corectitudinea formală, fiabilitatea și absența deciziilor arbitrare.

O imagine de ansamblu asupra apariției calității în administrația publică o regăsim în Engel (2003), care subliniază ideea potrivit căreia „impulsul pentru calitate” a cuprins sectorul public în ultima jumătate a anilor 80 și pe o scară mult mai largă în anii 90, permițând calității să devină „un termen central în retorica noastră contemporană”, unul dintre subiectele și preocupările centrale ale modernizării administrative din Europa Occidentală și din lumea OCDE”-sau chiar „o epidemie recentă”. În consecință, TQM este privit ca un instrument „holistic”, iar de la sfârșitul anilor 80 a fost implementat din ce în ce mai mult și în sectorul public.

2. Instrumente de calitate „standard” utilizate în administrația publică

Fundația Europeană pentru Managementul Calității, înființată în 1988 de companiile europene performante vizând promovarea și răspândirea ideii de excelență în afaceri în Europa, a dezvoltat și deține modelul de excelență EFQM. Acest model se sprijină pe un număr de opt concepte fundamentale privind excelența, care sunt transformate într-o diagramă de nouă criterii ce formează un cadru pentru evaluarea calității într-o organizație. Cinci criterii acoperă ceea ce face organizația, iar celelalte patru criterii acoperă rezultatele obținute de către organizație. Metodologia folosită este aceea de autoevaluare, ceea ce înseamnă că organizațiile trebuie să-și evalueze propria performanță într-un mod structurat și bazat pe fapte reale și să identifice punctele tari și domeniile în care este necesară îmbunătățirea.

Modelul EFQM este folosit în mod considerabil în sectorul public în mai multe state membre ale UE, iar în ultimii ani acesta s-a răspândit și la nivelul țărilor non-UE.

CAF este un instrument de auto-evaluare a modului de funcționare a instituțiilor publice. Dezvoltat în anul 1999/2000 de către statele membre ale UE ca un cadru comun al domeniului public pentru evaluarea și îmbunătățirea administrației publice, CAF se bazează pe concepte fundamentale, pe diagrama și pe criteriile de evaluare gestionate de Modelul EFQM ca și precedentul, operează cu metodologia autoevaluării.

Seria ISO 9000 dezvoltată de Organizația Internațională a Standardelor încă din anul 1987 este un standard internațional acceptat pentru asigurarea calității în domeniul producției și prestării serviciilor care oferă indicatori și dispoziții privind modul în care se elaborează un sistem al calității într-o organizație. Seria constă în instrucțiuni pentru utilizarea standardului (ISO 9000) și în cerințe pentru procesele organizaționale specificate pentru organizațiile care desfășoară diferite activități.

În ceea ce privește aplicarea normelor de calitate internaționale în administrația publică, prima normă de calitate a fost ISO 9000; de asemenea sunt aplicate normele privind mediul înconjurător ISO 14000, ISO 17020 și ISO 17025 și normele tehnice în domeniul administrației publice. Se apreciază că aplicarea standardelor ISO 9000 este utilă, în special, organizațiilor cărora le lipsește transparența regulilor scrise, a structurilor și proceselor.

În administrația publică din România s-au făcut pași importanți în introducerea instrumentelor managementului calității. În anul 2004 s-a aplicat în fază pilot CAF-ul în cadrul a două direcții din Ministerul Administrației și Internelor și Agenția Națională a Funcționarilor Publici, ca mai apoi în anul 2005 să se extindă la nivelul tuturor ministerelor, prefecturilor, consiliilor județene etc. din România.

MAI este responsabil pentru promovarea CAF în administrația publică din România. Punerea în aplicare a instrumentului de autoevaluare se face pe bază de voluntariat, fără a fi impus de către guvern, dar fiind pe deplin susținut de către UCRAP.

În scopul de a asigura și consolida managementul calității din administrația publică, au fost cuprinse în documentele strategice care au fost emise anumite măsuri corente, mai ales cu privire la îmbunătățirea calității serviciilor publice, și anume:

- ✓ introducerea unor standarde de calitate pentru monitorizarea și evaluarea serviciilor publice și a activității profesionale a funcționarilor publici;
- ✓ stabilirea unui număr fix de funcționari publici în conformitate cu standardele de calitate pentru fiecare serviciu public;
- ✓ stabilirea unui sistem de planificare strategică pentru fiecare autoritate publică în conformitate cu serviciile publice oferite;
- ✓ stabilirea unor anumite scheme motivaționale în vederea creșterii calității serviciilor publice și pentru a stimula inovarea;
- ✓ elaborarea și punerea în aplicare a „Cartei calității cetățenilor”, în scopul de a introduce și de a evalua standardele de calitate pentru serviciile publice;
- ✓ implementarea unui ghid de evaluare pentru autoevaluare instituțională în raport cu CAF;

- ✓ dezvoltarea și creșterea eficienței serviciilor publice electronice prin intervenții publice;
- ✓ dezvoltarea sistemului integrat de emitere și reînnoire a documentelor de stare civilă.

Obiectivele principale privind managementul calității în administrația publică: reducerea birocrăției, profesionalizarea funcției publice pentru introducerea calității în serviciile publice, furnizarea de servicii publice de înalt profesionalism, modernizarea structurilor instituționale, dezvoltarea unei administrații orientate către cetățean.

Principala concluzie a acestei lucrări este aceea că introducerea metodologiei de autoevaluare împreună cu sistemele organizaționale ale managementului calității, statele au progresat într-o oarecare măsură, dar autoevaluarea abia a început să se dezvolte. Ar fi de dorit ca instrumentele de management al calității să fie implementate în toate instituțiile administrației publice centrale și locale - în principal din motive de transparență, credibilitate și eficientizare.

Calitatea sectorului public este indispensabilă unei guvernări legitime. În același timp, acest lucru pare a fi imposibil, intangibil, opac, ambiguu și multidimensional. Acest paradox devine una dintre principalele provocări ale deceniului nostru.

Bibliografie:

1. Herțog Nicolae, *Procedura completă de implementare ISO 9001-acum simplă și rapidă*, Editura Forum, 2006
2. Matei, A., Andreescu, S. *Managementul calității totale în sectorul public. Experiințe europene*, Editor Matei L., 2005
3. OCDE, *Administrația deschisă. Inițiative privind calitatea serviciilor*, Editura Economică, București, 2001

Eficientizarea comunicării în instituțiile publice și organizații

Autor: David (Gavrilă) Giorgiana Teodora
Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila
Universitatea Petroșani

Abstract: *In the paper presented at this symposium, May 2022, entitled Efficiency of communication in public institutions and organizations, we addressed a problem that has become thorny over time, related to communication at the level of institutions and organizations. By detecting communication problems, a conflict can be prevented. The state of conflict is not desirable, because it leads to a slowdown in production, to the appearance of poor results. Communication efficiency must be done by each of us and by all of us together. Through this paper I emphasize that both the individual, the group and / or the company must solve some problems. Nothing is singular, isolated. One mistake brings a lot of other mistakes, which deepen and become conflicts. The solution would be a change: through research, study, practical applications. The paper has two sections and a Bibliography. The first section contains the basics of communication. The second section contains ways in which communication could be streamlined. This work is a message for beneficial change. Nothing is so wrong that it cannot be changed. Nothing is so perfect that there is nothing to add. Let's just get to work!*

1. Noțiuni de bază în comunicare

Comunicarea este un proces complex prin care se transmit informații de la emițător la receptor cu ajutorul cuvintelor, simbolurilor sau mijloacelor analogice, având ca scop obținerea de informații. Când acest proces se realizează la nivel de artă se obțin efecte maxime în rezultatele așteptate în urma comunicării.

O schemă simplă, concretă a procesului comunicării ar fi **modelul de comunicare** următor:

EMITENT – MESAJ – PRIMITOR/DESTINATAR și invers. Se realizează circuitul complet, schimbul de informații. Reacția de răspuns este FEEDBACK-UL Apoi, schimbul de informație.

Cea mai simplă schemă a structurii procesului de comunicare a fost propusă încă din anul 1934 de **Karl Buhler**, în lucrarea Die Sprachtheorie (fig.1):

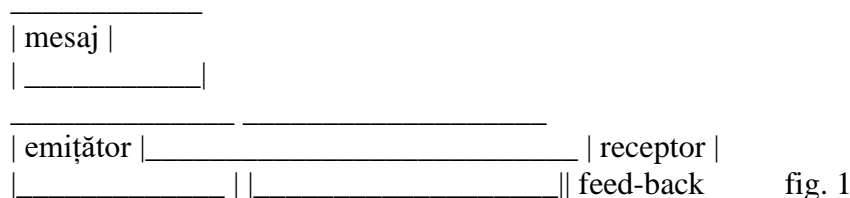


fig. 1

Ulterior, **Roman Jakobson**, urmărind schema lui Karl Buhler, dezvoltă structura procesului de comunicare, adăugându-i încă trei componente : cod, canal, referent. Relația de comunicare se realizează astfel: emițătorul transmite un mesaj într-un anumit cod (limbaj) către receptor, care va iniția o acțiune de decodare a mesajului ce i-a fost transmis. Acest mesaj este constituit într-un anume cod care trebuie să fie comun celor doi parteneri aflați în contact. Între emițător și receptor are loc un transfer de informație. Această informație pleacă de la emițător și devine informație pentru receptor.

Atât emițătorul, cât și receptorul sunt entități orientate către un scop. Emițătorul are scopul de a oferi, receptorul are scopul de a primi informație (fig.2).

REFERENT



fig. 2

Regulile necesare unei bune comunicări sunt:

- A asculta. Înainte de a vorbi, este obligatoriu să ascultăm de două ori;
- A schimba. Aceasta este regula de bază a comunicării multilaterale: pe baza schimbului de păreri, opinii, puncte de vedere, etc. se poate construi ceva;
- A anticipa. Comunicarea își derulează efectele pe termene medii, fapt pentru care se poate observa dinainte mersul lucrurilor;
- A fi credibil. Fundamentul unei politici eficiente de comunicare îl constituie adevărul și încrederea;

Caracteristicile comunicării sunt:

- 1.obiectiv concretizat în cerința de a influența gândirea, sentimentele și comportamentul interlocutorului;
- 2.obiectivul comunicării este îndeplinit dacă mesajul emis este auzit, înțeles și acceptat de către receptor;
- 3.este un proces dinamic;
- 4.odată inițiat evoluează și se schimbă;
- 5.este un proces ireversibil;
- 6.mesajul odată emis și recepționat nu mai poate fi retras;
- 7.este un dialog în ambele sensuri între emițător și receptor cuprinzând înțelegerea de ambele părți;
- 8.comunicarea nu este informare;
- 9.are loc într-un anumit context

Din punctul meu de vedere comunicarea este o artă. Acest lucru presupune o doză de rafinament, izvorât din cunoașterea procesului comunicării în sine și a mecanismelor sale, precum și creația proprie, specifică fiecăruia. Intuiția și imaginația sunt două elemente ajutătoare în procesul creării unei noi activități, opere, discurs, cărți etc.

Nivelele comunicării sunt:

Comunicarea se realizează pe trei nivele:

1. Verbal (logic):

În viața de zi cu zi oamenii comunică. Există dialogul. Prin această formă a limbajului logic se transmit informații între două sau mai multe persoane. Mesajele trebuie să fie clare, concise, exprimate cu cuvinte uzuale.

Formele comunicării verbale: alocuțiunea, toastul, conferința, dezbateră, disertația, discursul, mesajul telefonic, teleconferința.

Parametrii limbajului verbal: mimica, contactul privirii, tonul vocii, volumul vocii, claritatea, dicția, accentul, pauzele, râsul, tusea și dresul vocii.

Comunicarea verbală poate fi:

- a) comunicarea verbală descendentă (respectiv cea aferentă ierarhiilor organizaționale);
- b) comunicarea verbală ascendentă (adică, posibilitatea diferitelor nivele ierarhice de a se exprima și de a genera transmiterea ascendentă a informațiilor, până la nivelul ierarhic superior);
- c) comunicarea orizontală (respectiv cea care permite efectuarea schimburilor de informații între compartimente astfel încât să genereze ameliorarea rezultatelor activității și a imaginii proprii

unități; comunicarea se face și către / dinspre exteriorul firmei, ea neputând fi redusă la dimensiunea sa verticală descendentă, de la emițătorul ierarhic superior.

2. Paraverbal:

Acest limbaj este o formă vocală de limbaj neverbal (de exemplu, tonalitatea și inflexiunile vocii, ritmul de vorbire, modul de accentuare a cuvintelor, pauzele dintre cuvinte, ticurile verbale).

3. Nonverbal:

Oamenii comunică și cu ajutorul gesturilor, expresiei feței, modului cum se îmbracă sau cum își aranjează biroul.

Elementele comunicării non-verbale sunt:

- a. Limbajul corpului: poziția trupului, expresia feței, gesturi.
- b. Limbajul spațiului: modul în care utilizăm spațiul personal, social, intim, public, de muncă, etc.
- c. Limbajul timpului: a veni la timp sau a întârzia la o întâlnire, a alege sau nu să îți petreci timpul cu cineva.
- d. Prezența personală: putem comunica prin vestimentație, igienă personală, accesorii vestimentare.

Dintre acestea, nivelul logic (deci cel al cuvintelor) reprezintă doar 7% din totalul actului de comunicare; 38% are loc la nivel paraverbal (ton, volum, viteza de rostire...) și 55% la nivelul nonverbal (expresia facială, poziția, mișcarea, îmbrăcămintea etc.).

Dacă între aceste niveluri nu sunt contradicții, comunicarea poate fi eficace.

Dacă între niveluri există contradicții, mesajul transmis nu va avea efectul scontat.

În cadrul organizațiilor și al instituțiilor publice întâlnim grupuri mai mari sau mai mici de oameni.

Este util să subliniem ce presupune existența unui grup și cum se realizează comunicarea la nivelul grupului, reamintindu-ne și de eficientizarea comunicării la nivelul grupului și de nivelul rezultatelor obținute astfel.

Comunicarea are o serie de funcții esențiale la nivelul grupului:

- 1.ajustează comportamentele individuale;
- 2.permite existența fenomenelor de influență și dominare (orice grup se stratifică, nu există grup egalitar);
- 3.produce mișcarea, interesul, loomoția spre obiectivul grupului;
- 4.facilitează realizarea unor sarcini derivate din obiective;
- 5.asigură coeziunea grupului;
- 6.pune în valoare grupul (fiecare grup încearcă să-și afirme individualitatea);
- 7.are un rol terapeutic, protejând grupul față de exterior;
- 8.este un factor de unitate socio-culturală;
- 9.face ca grupul să devină cadru de referință pentru individ.

Grupul reprezintă un ansamblu de indivizi solidari, un ansamblu de persoane aflate în interacțiune în vederea atingerii unui scop comun, fiind diferențiați după funcții sau roluri.

Elementul component de bază al grupului îl constituie fiecare membru al acestuia. Grupul este compus și din alte elemente, cum ar fi: obiecte materiale, valori culturale, simboluri, modele durabile de conduită și relații sociale.

Există un grup când relațiile interpersonale sunt frecvente, consistente și durabile.

Aceasta este o condiție de bază.

Există anumiți **factori** care trebuie să fie asigurați pentru a putea fi realizate contactele:

- factorul spațial sau spațiu de viață, unde indivizii intră în contact;
- factorul social, adică relațional, (ex. relația profesor – elev sau medic – pacient);
- factorul normativ al relațiilor dintre oameni (se referă la setul de stataturi sociale pe care le are fiecare persoană).

Colaborarea din cadrul grupurilor prezintă anumite caracteristici:

- ierarhie: în orice grup se stabilește o anumită ierarhie. Există un lider;
- dinamică: modul de comunicare;

- mentalitate: este ideea comună pe care o adoptă grupul. Această idee comună îi diferențiază de alte grupuri;
- structură: sunt diferite în funcție de mărimea lor.

2. Eficientizarea comunicării

Cum funcționează procesul de eficientizare a comunicării?

Comunicarea eficientă trebuie să cuprindă capacitatea de a putea exprima verbal sau non-verbal următoarele:

- Propriile observații formate din perceperea unor informații în forma lor incipientă. Observațiile se referă la ceea ce am văzut, auzit sau simțit fără a da niciun fel de interpretare a mesajului;
- Propriile gânduri în care ne folosim procesele gândirii pentru a înțelege ceea ce tocmai am observat. Gândurile sunt adesea corelate cu propriile credințe, judecăți, opinii, experiențe anterioare etc;
- Propriile emoții ce corespund proceselor afective în care noi oferim răspunsuri față de ceea ce trăim la un moment dat. Putem să exprimăm bucuria, tristețea, mulțumirea, frica, furia, dezamăgirea, îngrijorarea, încrederea, vinovăția, îndoiala, entuziasmul, încântarea, compasiunea sau dezgustul;
- Propriile nevoi care stau la baza direcționării energiei noastre care susțin comportamentele către a ne implica într-o acțiune. Șansele de creștere, dezvoltare și maturizare cresc pe măsură ce nevoile sunt identificate și exprimate.

Această exprimare completă a unei persoane are nevoie să întâlnească planul unei alte persoane și să se intersecteze la un nivel comun pentru a genera o comunicare eficientă. De multe ori facem comentarii indirecte, dăm răspunsuri izolate sau vorbim în gol fără a-l asculta pe celălalt. Este important să identificăm în ce plan dorește să plaseze comunicarea: afectiv, logic sau normativ.

Revenind la ideea de **eficientizare a comunicării** la nivelul unor colective mai mari sau mai mici de oameni, care muncesc împreună fie în instituțiile publice, fie în organizații se nasc următoarele **întrebări**:

Cum se poate eficientiza comunicarea la nivelul instituției publice?

Cum se poate eficientiza comunicarea la nivelul organizațiilor?

Deci:

A. Cum se poate eficientiza comunicarea la nivelul instituției publice?

Comunicării publice îi revine **rolul** de a convinge, că prin politicile instituționale realizate, precum și prin deciziile publice adoptate, se urmărește un interes general, obținându-se astfel adeziunea cetățenilor.

Cetățeanul trebuie să fie informat cu privire la existența și modul de funcționare a serviciilor publice, trebuie ascultat când își exprimă nemulțumirea, trebuie să-i fie luate în considerare dorințele și nevoile.

Autoritatea publică urmărește, prin comunicare, o relație de proximitate cu cetățeanul; apropiindu-se de acesta și intrând în dialog, și cunoaște cerințele, doleanțele.

În procesul de comunicare pot apărea următoarele **bariere comunicaționale**:

1. La nivelul emițătorului și al receptorului:

- starea emoțională a receptorului;
- retina care influențează receptivitatea;
- imaginea de sine a emițătorului și a receptorului și imaginea despre interlocutor;
- caracterizarea diferită a situației de comunicare de către emițător și receptor;
- lipsa atenției în receptarea mesajului;
- concluziile asupra mesajului;

- lipsa de interes a receptorului față de mesaj;
 - sentimentele și intențiile participanților la situația de comunicare.
2. La nivel de limbaj:
- aceleași cuvinte primesc sensuri diferite pentru persoane diferite, în special din cauza diferențelor în planul pregătirii și al experienței;
 - dificultăți de exprimare; exprimarea cu stângăcie a mesajului de către emițător;
 - utilizarea de cuvinte sau expresii confuze.
3. La nivelul contextului:
- context fizic necorespunzător (poluare fonică ridicată);
 - suporți informaționali necorespunzători.

Diversitatea cauzelor care determină dificultățile și perturbările aferente procesului de comunicare face obligatorie existența în cadrul respectivului sistem a posibilităților de reglare, de adaptare și de transformare.

Elementul central al acestei reglări este reprezentat **de feedback**, care permite receptorului (de exemplu, cetățeanul) să-și emită reacțiile, iar emițătorul (de exemplu, funcționarul public, purtătorul de cuvânt al instituției, etc) să le înregistreze.

Funcțiile feedback sunt:

- a) funcția de control al înțelegerii, al receptării în bune condiții a mesajului;
- b) funcția de adaptare a mesajului la caracteristicile actorilor, la dificultățile întâmpinate sau alte evenimente care presupun o modificare a conținutului sau a formei;
- c) funcția de reglare socială prin flexibilitatea rolurilor și funcțiilor îndeplinite de diverși actori, în măsură să faciliteze înțelegerea punctului de vedere al celuilalt;
- d) funcția socio-afectivă: feed-back-ul crește siguranța internă și satisfacția actorilor.

Există următoarele **categorii de comunicare publică**:

- comunicarea instituției prezidențiale;
- comunicarea guvernamentală: a guvernului, ministerelor și celorlalte structuri subordonate guvernului;
- comunicarea parlamentară;
- comunicarea organismelor publice, altele decât cele incluse în cadrul comunicării guvernamentale, precum și a întreprinderilor de interes public;

Exemplu: în cadrul instituțiilor publice locale, comunicarea publică are următoarele forme:

- punerea la dispoziția cetățenilor a informațiilor de interes local;
- prezentarea și promovarea serviciilor publice oferite de colectivitățile locale;
- promovarea instituțiilor publice și a colectivităților teritoriale.

Cetățenii vin în contact cu instituțiile publice locale și au nevoie să știe cum se adresează pentru satisfacerea unui interes legitim, ce documente trebuie să completeze, ce proceduri trebuie să urmeze. Instituțiilor publice locale le revine obligația de a pune la dispoziția publicului informații cu caracter practic, de natură să facă cunoscute cetățenilor regulile pe care trebuie să le respecte în demersurile lor, să le înlesnească accesul acestora în raport cu serviciile publice locale.

În procesul comunicării, relația funcționar public-cetățeni constituie substanță a actului de administrație publică. Unitățile comunicaționale, respectiv funcționarul public (ca emițător) și cetățeanul (ca receptor de mesaje) au obiective clare: emițătorul își propune să informeze, să convingă, să îndrume, să capteze interesul, să fie eficient, iar receptorul se va strădui să fie atent, să înțeleagă, să rețină.

Comunicarea cu cetățenii se realizează prin: expuneri, activități de informare, dezbateri, sesiuni de comunicare, programe de investigare, activități cu caracter cultural-educativ, participare la

concursuri, publicații proprii, afișiere, transmiterea prin forme scrise sau orale de informații diverse spre și dinspre structurile de conducere și de specialitate ale instituțiilor de administrație publică.

Prin urmare, se fac eforturi pentru ca între limbajul oficial al instituțiilor publice și limbajul comun al cetățenilor să se găsească elemente comune.

Limbajul oficial să devină mai clar exprimat. Cetățenii să se documenteze mai mult, prin studierea legilor, ordinelor etc. Pentru a se familiariza cu termenii întrebuințați de oficiali.

Pe lângă acestea se adaugă și faptul că funcționarii publici trebuie să arate benevolență, răbdare, politețe cetățenilor, chiar dacă aceștia nu sunt instruiți sau uită de regulile de bun simț.

Ideea este să nu existe distanțări care nu pot fi acoperite. Eforturi sunt necesare din ambele părți. Doar astfel, printr-o **comunicare eficientizată** se pot preveni **conflictele**.

B. Cum se poate eficientiza comunicarea la nivelul organizațiilor?

Organizația este:

- un sistem deschis, care se adaptează, după noile realități socio-economice. Aici sunt reuniți oameni și resurse materiale, prin intermediul cărora se realizează scopul pentru care a fost creată: servicii, produse, lucrări etc.
- un sistem dinamic, evoluția și viabilitatea sa sunt determinate de modificările inerente ce se produc în cadrul sistemului, în relațiile acestuia cu exteriorul;
- un sistem ierarhizat în care funcționează o diviziune a muncii precisă, indivizii având statusuri și roluri diferite.

Comunicarea reprezintă: mesajele dintre oameni (emițători-receptori) realizate pentru a ajunge la același mod de a percepe lucrurile. **Este o componentă importantă** în cadrul firmei, instituției. Fără o comunicare eficientă chiar și cele mai elaborate strategii și cele mai bune planuri de conducere, nu au șanse de succes.

Scopul comunicării: să producă un efect asupra persoanelor, să influențeze oamenii, să controleze și să regleze activitatea persoanelor aflate în contact.

Comunicarea internă înglobează toate procesele care au loc între actorii organizaționali.

În cadrul organizației se întâlnesc mai multe **tipuri de comunicare** precum cea **scrisă** sau **orală, verbală** sau **nonverbală, internă formală și informală și externă**.

În cadrul **comunicării interne** se întâlnesc **comunicarea formală și cea informală**. Comunicarea realizată formal, respectă structurile organizației, organigrama companiei în timp ce comunicarea informală se desfășoară în contextul relațiilor interpersonale stabilite între angajați.

În cadrul comunicării formale, comunicarea pe circuitele ierarhice are loc **ascendent**, adică **de la bază spre vârful organizației** sau comunicarea de jos în sus, **descendent**, adică **de la vârful spre baza organizației** sau comunicarea de sus în jos, și **orizontal**, adică între angajați ce aparțin unor departamente diferite sau aceluiași departament, dar care se află la **același nivel ierarhic**-comunicarea pe orizontală.

Comunicarea descendentă (de sus în jos) are loc între șefi și subordonați. Principalul scop al acestei comunicări este de a influența, sau schimba comportamentele subalternilor.

Comunicarea ascendentă (de jos în sus) se desfășoară de la niveluri ierarhice inferioare către cele superioare, de la subordonați la șefi. Sunt vehiculate informații de care managerii au nevoie în procesul planificării, organizării și conducerii activităților.

Când ne referim la comunicarea organizațională, putem spune că unul dintre cei mai importanți factori care influențează succesul este tocmai comunicarea. Bunul mers al unei organizații depinde, în mare măsură, de comunicarea dintre angajați, dar mai ales de cea dintre manager și echipă. O comunicare clară, deschisă și transparentă va contribui la setarea unor obiective, direcții și așteptări comune, la nivel organizațional.

Unul dintre principalele roluri ale unei bune comunicări într-o companie este acela de a rezolva problemele înainte ca acestea să se transforme în adevărate conflicte. În plus,

comunicarea este esențială pentru eficiența unei echipe. Încurajarea dialogului deschis motivează angajații, creând o cultură organizațională puternică și o coeziune a echipei.

Pentru că situațiile cu care un manager se confruntă sunt din ce în ce mai diferite, este indicat ca acesta să încerce în mod constant să își analizeze modul de comunicare, pentru a-l îmbunătăți.

Iată **4 tehnici** care pot ajuta la îmbunătățirea comunicării cu angajații:

1. Alege să comunici față în față ori de câte ori ai ocazia

Nimic nu se compară cu interacțiunea fizică, umană, încărcată cu emoție și autenticitate.

-ședințe săptămânale de echipă, în care să analizați împreună provocările întâlnite pe parcursul săptămânii, să găsiți soluții la anumite probleme sau să discutați noi idei și proiecte viitoare.

Rezultat: înlăturarea barierelor de comunicare între manager și ceilalți membri ai echipei; este indicat ca aceste întâlniri să nu fie foarte formale.

-măcar o dată la câteva luni, să aibă loc întâlniri private cu fiecare angajat în parte, pentru o și mai bună comunicare. În cadrul acestor întâlniri se poate oferi și cere feedback angajaților. Astfel, se poate afla despre diferitele nemulțumiri cu privire la locul de muncă, se pot oferi încurajări și sugestii cu privire la îmbunătățirea modului de lucru etc. Oferirea și cererea feedback-ului reprezintă un proces valoros pentru eficiența oricărei echipe.

2. Fii autentic

Comunicând într-un mod autentic, se încurajează angajații să se deschidă mai mult. Ca manager, este firesc să se arate momente de sinceritate și vulnerabilitate, care vor construi o relație de încredere cu membrii echipei. Este în regulă să admiți că uneori nu ai toate răspunsurile la toate problemele care ar putea apărea. Autenticitatea comunicării permite să se creeze un cadru sigur din punct de vedere emoțional pentru angajați, punând bazele unei relații solide.

3. Acordă atenție limbajului non-verbal

Atunci când comunicăm, cea mai mare pondere este reprezentată de comunicarea non-verbală, cu 55% (limbajul corpului, mișcare, expresii faciale), urmată de cea paraverbală (tonul, volumul vocii, ritmul și accentul vorbirii) – 38%, în timp ce comunicarea verbală (cuvintele) reprezintă doar 7% din ceea ce comunicăm.

Observăm că **rolul comunicării non-verbale este foarte mare, având un impact enorm asupra celor din jur:**

- Zâmbește mai mult;
- Menține-ți brațele deschise, nu încrucișate, pentru a arăta deschidere față de ceilalți atunci când comunici;
- Menține contactul vizual, pentru a arăta că îți asculți interlocutorul.

4. Ascultă mai mult

Unul dintre elementele principale ale comunicării este reprezentat de ascultarea celuilalt, fiind un indiciu că ne pasă de acesta. Fiind prezent în conversație, se oferă angajaților timp pentru a-și găsi ideile, cuvintele și a li se oferi atenție, adică ascultarea efectivă a ceea ce au de spus.

Respectând recomandările de mai sus, se poate îmbunătăți modul de comunicare cu angajații și, astfel se poate contribui la consolidarea culturii organizaționale.

Această scurtă incursiune în lumea comunicării la nivelul instituțiilor publice și al organizațiilor are rolul de a ne trezi și nouă cititorilor semne de întrebare, de a ne invita la cercetare și studiu pentru a ne găsi soluții și a ne perfecționa la locul unde muncim.

Perfecționarea nu ține doar de specialiști, ci de fiecare om. Este datoria noastră de oameni și cetățeni ai acestei țări minunate, de a contribui cu ceva la îmbunătățiri și înnoiri în domeniile unde avem locurile de muncă.

Bibliografie:

1. Cismaru Diana Maria, *Comunicarea Internă în organizații*, Editura Tritonic, 2010.
2. Cabin Philipp, Jean Francois Dortier, *Comunicarea*, Editura Polirom, 2010.

3. Guță Anca Jarmila, Curs, *Comunicarea în Administrația Publică*, platforma e-learning UPET, anul 2020.
4. Legea nr.554/2004, privind Contenciosul administrativ.
5. [Interacționismul simbolic. Cum negociem înțelesul lucrurilor? \(stefamedia.com\)](http://stefamedia.com)
6. [Comunicarea in institutiile publice \(referateok.ro\)](http://referateok.ro)

Aspecte practice privind pierderea calității de membru al partidului politic de către consilierul local

Autor: Epure (Gîngu) Mariana
Coordonator: Lect. univ. dr. Cenușe Melinda
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** The role of political parties is important in the functioning of public authorities and at a first glance it is positioned above the citizens will expressed through voting. This paper describes such an interference of politics in the functioning of public authorities, in this case the Local Council. We intend to highlight the legislative deficiencies and to seek solutions for their remedial.*

Prezentul studiu își propune să prezinte situația Consiliului Local, ca organ deliberativ al unității administrativ-teritoriale în contextul în care factorul politic influențează componența acestuia. Tema propusă spre analiză vizează un consiliu local constituit și validat, dar în cadrul căruia intervin modificări ca urmare a unor excluderi din partid.

Cadrul legal cu relevanță asupra temei alese este alcătuit din O.U.G. 57/2019 privind Codul Administrativ, unde potrivit articolului 204 alin. 1, calitatea de consilier local, încetează la data declarării ca legal constituit a noului consiliu ales.

Calitatea de consilier local încetează de drept înainte de expirarea duratei normale a mandatului în următoarele cazuri:

- demisie;
- constatarea și sancționarea în condițiile Legii 176/2010, cu modificările și completările ulterioare, a unei stări de incompatibilitate;
- schimbarea domiciliului într-o altă unitate administrativ teritorială;
- lipsa nemotivată de la mai mult de 3 ședințe ordinare și/sau extraordinare consecutive ale consiliului desfășurate pe perioada a 3 luni calendaristice;
- lipsa nemotivată de la 3 întruniri ale consiliului, convocate pe durata a 3 luni calendaristice care determină imposibilitatea desfășurării, în condițiile legii, a ședințelor ordinare și/sau extraordinare;
- imposibilitatea exercitării mandatului pe o perioadă mai mare de 6 luni consecutive, cu excepția cazurilor prevăzute de lege;
- condamnarea prin hotărâre judecătorească rămasă definitivă, la o pedeapsă privativă de libertate, indiferent de modalitatea de individualizare a executării pedepsei;
- punerea sub interdicție judecătorească;
- pierderea drepturilor electorale;
- **pierderea calității de membru al partidului politic sau al organizației minorităților naționale pe a cărei listă a fost ales;**
- condamnarea prin hotărâre judecătorească rămasă definitivă, pentru săvârșirea unei infracțiuni electorale pe durata procesului electoral, în cadrul căruia a fost ales, indiferent de pedeapsa aplicată și de modalitatea de individualizare a executării acesteia;
- deces

În toate situațiile de încetare a mandatului înainte de expirarea duratei normale a acestuia, consiliul local adoptă în prima ședință ordinară, la propunerea primarului, o hotărâre prin care se ia act de situația apărută și se declară vacant locul consilierului în cauză. Hotărârea are la bază, în

toate cazurile, un referat constatator semnat de primar și de secretarul UAT-lui respectiv, după caz. Referatul este însoțit de acte justificative.

Data încetării de drept a mandatului în cazul pierderii calității de membru al partidului politic sau al organizației minorităților naționale pe a cărei listă a fost ales, este data comunicării către prefect, secretarul general al unității administrativ-teritoriale și către consilierul local, a hotărârii forului competent să decidă asupra excluderii unui membru al partidului politic sau a organizației cetățenilor aparținând minorităților naționale pe a cărei listă consilierul local a fost ales, în situația în care legalitatea acesteia nu a fost contestată.

Caz ipotetic ce denotă ineficiența textelor legale

În situația în care un consilier local, membru al unui partid politic își pierde calitatea de membru al partidului pe listele căruia a fost ales, legea prevede două situații:

- constatarea de către Consiliul Local, la propunerea primarului a situației de încetare de drept a mandatului de consilier și declararea ca vacant a postului de consilier;
- validarea unui nou consilier local aflat pe lista de supleanți ai partidului din care făcea parte consilierul al cărui mandat a încetat cu aprobarea în scris că acești supleanți fac parte din partidele politice respective. Confirmarea scrisă trebuie să provină de la conducerea județeană a partidului în cauză.

Un exemplu în acest caz este cel al consilierilor locali, Claudia Simona Constantin și Dănuț Anghel, domiciliați în localitatea Vulcan, județul Hunedoara, membri ai Partidului Național Liberal de foarte mulți ani, precum și membri ai Filialei Locale a Partidului Național Liberal, nefiind niciodată sancționați de partid.

În urma desfășurării alegerilor locale din 27 septembrie 2020, acestora le-au fost atribuite mandatele de consilieri locali în localitatea Vulcan, județul Hunedoara. În data de 5 octombrie 2020, primarul ales al municipiului Vulcan, membru al Partidului Pro România, a organizat o conferință de presă la care a invitat toți consilierii locali nou aleși ai orașelor, inclusiv pe președintele filialei locale Vulcan, Dănuț Anghel și pe doamna Claudia Simona Constantin. La această conferință, d-nul Dănuț Anghel a declarat doar că, în calitate de consilieri locali vor sprijini proiectele utile pentru comunitate și le vor sancționa pe cele care nu servesc orașului pe care îl reprezintă. Declarația a fost scurtă, de aproximativ 1 min și 30 de secunde și nu a privit niciun moment alte aspecte, vreo coaliție sau vreun sprijin al vreunui partid. Subsemnata, Claudia Simona Constantin, nu a luat cuvântul și nu a făcut vreo declarație.

Ca urmare a speculațiilor apărute în presa locală, președintele filialei locale a PNL Vulcan, domnul Dănuț Anghel, a încercat să comunice cu liderul filialei PNL Hunedoara pentru a-și exprima punctul de vedere, însă încercarea sa a fost fără rezultat, singurul răspuns fiind acela că vor da un comunicat oficial.

Luând în dezbatere acțiunile desfășurate de domnul Dănuț Anghel și de doamna Claudia Simona Constantin și invocând prevederile Deciziei Biroului Politic Național nr. 23/30 septembrie 2020, prin care se interzice în mod categoric orice alianță sau susținere la nivel local a Partidului Social Democrat, precum și prevederile art. 27 punctul 2 din Statutul Partidului Național Liberal, coroborate cu prevederile art. 38 punctul 5 din Statutul Partidului Național Liberal, Biroul Politic Județean Hunedoara hotărăște excluderea din rândul membrilor Partidului Național Liberal a domnului Anghel Dănuț și a doamnei Claudia Simona Constantin.

Se solicită de asemenea Secretariatului General, radierea din Registrul General al membrilor de partid, a domnului Dănuț Anghel și a doamnei Claudia Simona Constantin, ca efect al aplicării prevederilor art. 22, punctul 2 litera c din Statutul Partidului Național Liberal. Prezenta decizie s-a comunicat Secretariatului BPJ, Organizației Municipale Vulcan și celor doi consilieri.

Potrivit art. 22 din Statutul Partidului Național Liberal, „calitatea de membru al PNL se pierde prin retragere, radiere sau excludere. Radierea se face de drept, de către BPJ, la propunerea BPL al organizației pe teritoriul căreia era membri cei în cauză.

Ca urmare a Deciziei de excludere emisă de Biroul Politic Județean Hunedoara, decizie prin care Dănuț Anghel și Claudia Simona Constantin au fost excluși din rândul membrilor Partidului Național Liberal, aceștia au apelat la serviciile unui avocat pentru a contesta această decizie. Cei doi consilieri locali au înaintat către judecătoria Petroșani o petiție în care s-au invocat prevederile art. 29 alin. (2) din statutul PNL care statuează: „Instanța de apel pentru cei sancționați conform art. 27 alin. 2 și art. 28 este CoAJ (Comisia de Arbitraj Județeană) (CoAMB), care, sesizată în cel mult 10 zile de la primirea hotărârii sau deciziei, este obligată să se pronunțe și să comunice în scris sau prin email, la adresa declarată în cererea de adeziune, celor în cauză, hotărârea sa în cel mult 20 de zile de la sesizare. Hotărârea CoAJ (CoAMB) este atacabilă, prin recurs, în cel mult 10 zile de la primire la CA. CA va comunica, în scris, celui în cauză, soluția sa definitivă, în cel mult 30 de zile de la primirea sesizării”. În plus, articolul 32 alin. 3 din statutul PNL prevede faptul că: „Sancțiunea intră în vigoare din momentul rămânerii ei definitive”.

Cei doi consilieri s-au adresat Comisiei de Arbitraj Județean Hunedoara, Partidului Național Liberal, contestând decizia de excludere și au cerut desființarea deciziei menționate considerând că participarea lor în calitate de consilieri locali la acea conferință a fost un gest care a îmbunătățit imaginea partidului, fapt ce a dovedit asumarea poziției pe care o dețineau, cea de consilieri locali și de membri ai partidului liberal. Totodată, aceștia au invocat aspecte de nelegalitate ale deciziei de excludere, afirmând faptul că decizia de excludere le-a fost comunicată prin email la data de 12 octombrie 2020. Au contestat decizia considerând-o nelegală și nulă pentru lipsa unor elemente esențiale oricărei decizii, invocând lipsa motivelor pe care se fundamentează, a căilor de atac și a organismelor competente să soluționeze o eventuală contestație. De asemenea, au considerat preambulul acesteia ca fiind confuz, neînțelegând care sunt încălcările repetate și grave ale deciziilor și hotărârilor organismelor de conducere ale partidului și nici legătura pe care o poate avea o decizie de interzicere a unor alianțe cu PSD cu excluderea de față.

Un aspect la fel de important de precizat ar fi acela că decizia de excludere a acestora nu a fost luată la propunerea Biroului Politic Local al Partidului Național Liberal, conform statutului, ci a fost emisă direct de Biroul Politic Județean, neexistând vreo propunere a organizației locale. Mai mult de atât, conform art. 32 din statut, trebuia să fi fost propuși spre sancționare, anunțați prin adresă scrisă cu 3 zile înainte de întrunirea Biroului Politic și chemați pentru a-și prezenta punctul de vedere și pentru a se apăra de acuzele aduse.

În lipsa acestor pași, consilierii locali, Dănuț Anghel și Claudia Simona Constantin au cerut anularea acesteia ca fiind nelegală și neluată în acord cu prevederile statutare ale partidului.

În drept, aceștia și-au întemeiat contestația pe dispozițiile art. 108, art. 26 punctul 2, 28, art. 32 din Statutul Partidului Național Liberal.

În probațiune, au solicitat încuviințarea probei cu înscrisuri și a probei cu înregistrarea video menționată în contestație, respectiv conferința de presă din data de 5 octombrie 2020

Completul CoAJ admite apelul împotriva deciziei nr. 18/09.10.2020, constatând că este competent în soluționarea acestuia și că apelul este formulat în termen legal. La dosar au fost depuse înscrisuri, respectiv o adresă semnată de către primarul municipiului Vulcan, dovada achitării cotizației și un CD cu înregistrarea conferinței de presă din 05.10.2020.

Examinând apelul formulat, completul CoAJ constată că, legislația incidentă este reprezentată de Statutul PNL, Codul Etic, Hotărârile forurilor partidului, precum și regulamentul Comisiei.

Articolul 26 prevede că nerespectarea Statutului, a Codului Etic sau a hotărârilor forurilor statutare de către membrul de partid duce la aplicarea sancțiunilor după cum urmează:

1. În cazurile prevăzute de Statutul și Codul Etic, membrilor PNL li se poate aplica după gravitatea faptei, una din următoarele acțiuni:
 - a) atenționare
 - b) avertisment

- c) suspendarea pe anumite termene a unor drepturi sau prerogative în interiorul partidului, inclusiv din funcțiile deținute. Sancțiunea va fi aplicată de către forul de conducere competent
 - d) retragerea sprijinului politic pentru reprezentanții PNL care dețin funcții numite în administrația publică locală și centrală împotriva cărora a început urmărirea penală. Sancțiunea va fi aplicată de către forul de conducere competent cu privire la funcția ocupată de către membrul PNL în cauză.
 - e) în cazul membrilor care ocupă funcții de conducere în interiorul partidului, suspendarea din funcție se aplică de drept în cazul dispunerii măsurilor de arestare preventivă sau de arest la domiciliu, precum și în cazul condamnării în primă instanță. Această sancțiune se aplică și membrilor care se află în situația descrisă, la momentul adoptării prezentelor prevederi. Biroul Executiv al organizației din care face parte persoana suspendată va constata acest lucru.
 - f) suspendarea calității de membru, în cazul condamnării în primă instanță de judecată; suspendarea se aplică de drept și se constată de către Biroul Politic al organizației din care face parte persoana condamnată
 - g) demiterea din funcții ocupate în structura partidului
 - h) excluderea din partid
2. Sancțiunea excluderii unui membru PNL se poate aplica în una din următoarele situații:
- a) a încălcat grav și în mod repetat prevederile Statutului și ale Codului Etic, aducând atingere valorilor și principiilor stabilite prin Programul Politic al Partidului
 - b) a încălcat deciziile și hotărârile organismelor de conducere ale partidului și, prin aceasta a adus prejudicii majore îndeplinirii unor obiective politice importante.

Conform art. 27 alin. 2 din Statut, sancționarea membrilor care ocupă funcții la nivel local, în interiorul sau în afara partidului, alese sau numite, se decide de către Biroul Politic Județean, prin hotărâre, la propunerea Biroului Politic Local, sau a organismelor ierarhic superioare, pentru sancțiunile prevăzute la art. 26

În deliberare asupra apelului, CoAJ constată că, apelanții sunt membri PNL – Organizația Vulcan, iar la alegerile locale din 27.09.2020, au fost aleși pe locurile de consilieri locali ai PNL Vulcan.

Conform art. 27 alin. 2 din Statut, sancționarea membrilor care ocupă funcții la nivel local, în interiorul sau în afara partidului, alese sau numite, se decide de către BPJ, prin hotărâre, la propunerea BPL sau a organismelor ierarhic superioare, pentru sancțiunile prevăzute la art. 26, astfel apelanții având calitatea de consilieri locali, au fost excluși de către BPJ al PNL Filiala Hunedoara, organismul fiind competent material, teritorial și funcțional a emite decizia de excludere.

Conform art. 32 alin.1 din Statut, membrii luați în discuție spre a fi sancționați, vor fi anunțați prin adresă scrisă, sms sau email la adresele declarate în cererea de adeziune, cu cel puțin 3 zile înainte de data întrunirii organismului care dezbate cauza lor și au dreptul să folosească în apărarea lor toate mijloacele de probă.

Din documentele depuse la dosar nu rezultă că pentru ședința din data de 09.10.2020, a BPJ al PNL – Filiala Hunedoara, apelanții au fost convocați statutar pentru ședința în care se discută excluderea lor din partid, fapt pentru care au fost lipsiți de dreptul la apărare, astfel apelanții au fost excluși cu încălcarea art 32 alin. 1 din Statut.

CoAJ decide să admită apelul formulat de către domnul Anghel Dănuț și de către doamna Claudia Simona Constantin împotriva deciziei BPJ al PNL Hunedoara și o anulează. Cu cale de atac în 10 zile de la comunicare.

Hotărârea instanței se comunică părților, prefectului și secretarului general al unității administrativ teritoriale în termen de maximum 2 zile de la comunicare.

De asemenea Partidul Național Liberal- Filiala Hunedoara a fost notificat să plătească cheltuielile de judecată și onorariul avocatului, aferente apelului ca urmare a deciziei de admitere a apelului de către Comisia de Onoare și Arbitraj PNL Hunedoara.

Bibliografie:

1. Apostol Tofan Dana, *Drept administrativ*. Vol. II, ediția a V-a, Editura CH Beck, 2020
2. Manda Corneliu, *Manualul colectivităților locale*, Editura: C.H. BECK, 2018 (paginile 15-19, 36-41, 55-61)
3. Podaru Ovidiu, *Dreptul administrativ. O concepție. O viziune*, Editura: Hamangiu, 2017
4. Vedinas Virginia, *Drept administrativ*, ediția a XII-a, Editura Universul Juridic, 2020
5. *Ordonanța de urgenta nr. 57/2019 privind Codul administrativ*

Noțiuni fundamentale folosite în managementul serviciilor publice

Autor: Sfinteș Virginia
Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca-Jarmila
Universitatea din Petroșani

Abstract: *This paper aims to review the main aspects of local public service management in the context of modern society, representing a set of economic and social activities. Solving the problem requires the consideration of some general premises presented in the following lines.*

1. Principale caracteristici

Studiul Managementului Serviciilor Publice, implică precizările prealabile a noțiunilor și conceptelor așa cum sunt: management, stat, instituție publică, întreprindere publică, organizație, administrație publică.

Administrația publică locală reprezintă sistemul de organizare a administrației publice care, alături de subordonare, implică și cooperarea între organele administrative și exercitarea evaluării de către centru, mai cu seamă de Guvern, prin intermediul Ministerului Administrației și Internelor, ori alte autorități care îi sunt subordonate.

Cu alte cuvinte, administrația publică, observată în cadrul tradițional al serviciului public, reprezintă ansamblul de autorități, agenți și organisme, responsabili, sub impulsul puterilor politice, de a garanta mai multe intervenții ale statului modern în viața particularilor prin puterea centrală sau autoritățile locale. În același timp, administrația mai reprezintă o activitate garantată de toate organismele menționate și care le poziționează numeroase administrații.

Aceasta este considerată un ansamblu de servicii publice destinate să îndeplinească unele interese generale, regionale sau comunale, statul nu este doar cel care înființează servicii publice, ci în mod evident, județele și comunele în calitatea lor de colectivități locale își pot organiza serviciile proprii cu scopul de a satisface interesele lor, însă între aceste interese locale și cele naționale nu este o separare deplină, ci din contră, ambele au mereu o anumită înrăurire asupra unei bune desfășurări al statului.

Se poate vorbi despre o administrație publică locală care poate cuprinde organisme ale statului care sunt solicitate pentru satisfacerea intereselor care nu sunt generale, ci privesc mai întâi grupările omenești din localitate și care se caracterizează prin faptul că titularii cărora le este încredințată administrarea tuturor intereselor, nu putere din partea autorității centrale, ci de la corpul electoral local, pe cale de alegere.

Conceptul de serviciu public s-a dezvoltat pe parcurs, pe fondul multiplicării și diversificării cerințelor generale ale societății în același timp cu dezvoltarea din ce în ce mai accentuată a funcțiilor statului cu scopul de a asigura bunăstarea generală a oamenilor pe care îi reprezintă. Ușor, ușor ajungând la o dezvoltare maximă pe la mijlocul secolului XX, serviciul public s-a impus drept fundamental activității sistemului administrației publice. În acest fel, pentru a îndeplini nevoile membrilor unei colectivități umane precum hrana, locuință, transport, cultură, sănătate, sunt înființate unele organisme sociale, sub denumirea de servicii publice.

Creșterea rolului administrației publice în alimentarea bunăstării sociale a constrâns descentralizarea serviciilor publice, pentru a permite o apropiere potrivită cetățeanului de serviciile oferite. Serviciul public este serviciul eliminat din subordinea autorităților centrale și organizat în mod autonom și i se atribuie un patrimoniu împreună cu o gestiune proprie în unitatea administrativ-teritorială.

Serviciile publice locale reprezintă un sistem de activități în general, dar și activități de folosire pentru interesul general, cu caracter general și continuu, organizate conform specificului nevoilor locale, în limita condițiilor legale și autorizate de administrația publică cu scopul de a satisface nevoile comune sociale. Toate aceste nevoi sociale, pentru care se creează serviciile publice se desfășoară în fiecare domeniu din viața de zi cu zi a populației. Un bun exemplu este cel din domeniul transportului local, există transportul public local de transport în comun. Apoi, în domeniul sănătății spitalele au ajuns să fie subordonate de către autoritățile locale, iar aici vorbim despre consiliile locale și cele județene, în raza cărora își desfășoară activitatea. Totodată, în domeniul învățământului și culturii, instituțiile de învățământ au fost trecute sub administrarea autorităților locale. De asemenea, activitatea cea mai importantă a serviciilor publice este administrarea și întreținerea infrastructurii locale, iluminatul public stradal așa cum este furnizarea utilităților așa cum sunt: apa, canalizarea și termoficarea.¹

Pe lângă toate acestea, serviciul public mai este și o noțiune juridică care are ca impact aplicarea regulilor specifice și derogării dreptului comun. „Regimul serviciului public” condensează și rezumă specificul dreptului administrativ. Serviciul public cuprinde realitatea socio-politică realizată în timp și este reprezentat de activități, organe, agenți care ocupă un loc special în viața socială.

Noțiunea de serviciu public este folosit atât în sens de organizație, de organism social, cât și în sens funcțional, de activitate desfășurată. În timp, noțiunea de serviciu public a cunoscut o evoluție în contradictoriu.

Managementul serviciilor publice este extrem de esențial și pentru a fi soluționat este necesară observarea premiselor generale. Fiind o acțiune practică, indică un sistem de principii, reguli și forme de conducere împreună cu talentul de a le putea aplica.

De cele mai multe ori, managementul serviciilor publice este raportat cu activitățile desăvârșite stăpânirii complexității acestora, timp în care guvernarea este înțeleasă ca un răspuns la întrebare următoare: Cine este liderul?²

Problematica cadrului managerial al serviciilor publice ajunge să fie foarte importantă și pentru a se putea găsi o soluție este nevoie de analiza premiselor generale.³

Se poate exercita și în Administrația Publică la fel ca în celelalte sisteme ale vieții sociale. În mediul social-politic situat într-o permanentă mișcare la fel ca în schimbare și transformare tot mai rapide

1. Se practică în condițiile dezvoltării complexității și a nesiguranței vieții economico-sociale și a contraindicațiilor și contradicțiilor și dilemelor pe care le generează de cele mai multe ori
2. Se realizează în condițiile tuturor consecințelor adânci ale progresului etnic și al revoluției informatice, atât în ceea ce privește echilibrul societății, dar și cel al manierei în care se înțelege lumea înconjurătoare
3. Se îndeplinește în momentul unor nelămuriri în perceperea și folosirea termenilor realizați pentru caracterizarea unor aspecte care țin de cadrul managerial. În acest fel, în cadrul sectorului public pe lângă noțiunea de management, sunt mereu asociați termeni așa cum sunt : administrație, guvernare

2. Principiile cu care operează managementul serviciilor publice locale

Principiile managementului public reprezintă fundamentul teoretic, totalitatea legilor și noțiunilor care stau la baza fenomenelor și proceselor din administrația publică. Principiile asigură un cadru general pentru desfășurarea normală a fiecărei activități administrative. Fiecare principiu

¹ Popescu C., *Managementul serviciilor publice*, Editura Presa Universitară, Târgoviște, 2009

² Lucia Matei, *Managementul Public*, Editura Economică, București, 2001

³ Ioan Alexandru, *Teoria Administrației*, Editura Economică, București, 2001

nu se aplică în orice situație și oricând, ci necesită o anumită elasticitate în posibilitatea de aplicare. În rândurile următoare voi prezenta principiile aplicate de managementul serviciilor publice locale:

1. Principiul conducerii unitare

Administrația publică unește activitățile de complexitate crescută. Caracteristica managementului public este exprimat de necesitatea conducerii unui amplu aparat administrativ capabil să realizeze obiectivele administrației. Acest principiu decide subordonarea ierarhică, din linie în linie, începând cu Parlamentul României, ca instituție supremă și continuă pe parcurs cu alte instituții ale administrației publice centrale și locale. Astfel, se garantează o claritate a principalelor obiective de realizat, dar și modul de asumare corectă a realității. Aplicarea acestui principiu are un impact pozitiv în cunoașterea absolută a diferitelor procese și activități, a corelațiilor necesare între acestea, dar și capacitatea de a corecta în timpul solicitat abaterile apărute.

2. Principiul conducerii autonome

În cadrul acestei formulări principiul pare că îl elimină pe cel prezentat mai sus. Real vorbind, aceste principii se interconstrâng reciproc. În cazul în care principiul conducerii unitare garantează coeziunea întregului, a administrației publice atunci conducerea autonomă realizează acomodarea părților la particularitățile momentului și timpului.

Cu ajutorul autonomiei corect înțelese se încurajează inițiativa managerială a funcționarilor publici, se fixează responsabilitatea acestora spre deosebire de actele administrative inițiate și executate. În situația în care acest principiu nu s-ar manifesta și toată activitatea administrativă s-ar desfășura doar pe baza principiului prezentat mai sus ar apărea fenomene care afectează în mod negativ, cu urmări dramatice așa cum sunt: birocrăția, concepția, lipsa de inițiativă, lipsa de operativitate și multe altele.

3. Principiul adaptării (principiul flexibilității)

Ajustarea rapidă a structurilor organizaționale administrative la modificările și transformările sociale constituie o cerință esențială. Viața socială, ca fiecare proces sau fenomen este supusă evoluțiilor permanente. Toate transformările societății implică din partea funcționarilor instituțiilor administrative capacitatea de adaptabilitate, cunoașterii exacte a situațiilor concrete și răspunsuri pe baza desfășurării evenimentelor.

4. Principiul acțiunii

Acesta este corpul creat pentru acțiune, administrația păstrează o parte din putere, care îi este proprie. Pe lângă asta, administrația ca instrument al Statului, posedă permanent puteri de care nu dispun particularii: puterea de rechiziție asupra oamenilor și lucrurilor, puterea de a înțelege impozitele, de a folosi oamenii pentru serviciul militar, de a lua bunuri prin intermediul procedurii de expropriere.

5. Principiul ierarhiei și ordinii

Administrația este ierarhizată, adică împărțită pe verticala și în transe orizontale, în grade sau etaje, organul aflat la unul din aceste etaje exercitând o autoritate asupra organelor aflate la etajele inferioare și este la rândul lui supus autorității organului superior, dacă acesta există. Totodată, ierarhia administrativă, care imită ierarhia militară, este un procedeu pentru asigurarea coeziunii și disciplinei administrației. Aceasta oferă posibilitatea guvernului de a ține administrația în mână, iar în interiorul administrației proprii, ea facilitează transmiterea ordinilor prin succesele negative, repartizarea activităților și verificarea executării. În cadrul acesta ierarhic se exercită puterea de comandament, de analiză și disciplină.

6. Principiul restructurării

Mai bine de un secol, în fiecare țară, administrația se dezvoltă, se extinde și se restructurează. De fiecare dată serviciile publice s-au dezvoltat în număr și în volum. Serviciile publice vechi din trecut se dezvoltă, se amplifică și în funcție de varietatea complexității și dificultatea problemelor de rezolvat sunt determinate de dimensiunea și structura aparatului administrativ.

Pentru o bună organizare și funcționare a administrației publice locale stau la bază unele principii cum ar fi:

- Descentralizarea presupune transferul de competențe administrative și financiare de la centru către autoritățile locale sau sectorul privat
- Deconcentrarea serviciilor publice împreună cu autonomia locală

Prin autonomia locală înțelegem dreptul și capacitatea autorităților locale de a controla și de a administra acțiunile publice în interesul și în dreptul colectivităților pe care le reprezintă. Toate drepturile și principiile sunt îndeplinite de primari, consilii locale și consilii județene care sunt autorități ale administrației publice locale selectate prin vot direct de cetățeni. Să poată răspunde cerințelor locale ale cetățenilor legate mai ales de utilități și de infrastructură, autoritățile locale au la dispoziție sistemul de servicii publice.⁴

3. Funcțiile elementare ale managementului serviciilor publice

Pentru o bună înțelegere a conținutului în ceea ce privește problematica funcțiilor managementului public este esențial să cunoaștem mai întâi două aspecte foarte importante precum sunt următoarele. Primul aspect este determinat de faptul că managementul public, chiar dacă este un domeniu distinct al științei managementului și este influențat de acesta, din trunchiul căruia s-a desprins și particularizat în instituțiile din sectorul public. Cel de-al doilea aspect derivă din particularitățile sectorului public, care poate influența semnificativ conținutul funcțiilor managementului public și modul de îndeplinire a acestora. Câteva aspecte sunt foarte importante:⁵

- a) Obiectivul fundamental al managementului public este creșterea nivelului de satisfacere a tuturor intereselor publice generale și specifice
- b) Exercițarea funcțiilor publice de conducere și de execuție este realizată de către membrii corpului funcționarilor publici și reprezentanții partidelor politice câștigătoare în campania electorală
- c) Impactul major a cadrului legislativ asupra conținutului și influența majoră a cadrului legislativ asupra conținutului proceselor de management
- d) Existența cadrului legislativ unic care precizează drepturile și obligațiile funcționarilor publici de carieră într-un stat, indiferent de domeniul în care activează
- e) Prezența unei ierarhii foarte bine determinate pentru funcționarii publici integrați în sistemul carierei

„Taxonomia și conținutul funcțiilor managementului public se particularizează și se dezvoltă pentru fiecare domeniu în care se desfășoară activități în instituții publice. Așadar, sunt două categorii de funcții ale managementului în instituțiile din sectorul public: funcții ale managementului public general valabile și funcții specifice în orice domeniu evident al sectorului public: administrație, sănătate, învățământ, asistență socială, cultură.”⁶

Funcțiile generale ale managementului public se descoperă în mod evident în procesele de management și de execuție regăsite în fiecare instituție publică. Îndeplinirea misiunii lor determină exercitarea unor funcții caracteristice, în compatibilitate absolută de conținut cu primele.

Funcția de administrare a managementului public constă în totalitatea proceselor de management prin care se administrează resursele umane, materiale, financiare și informaționale prezente și atrase de instituția publică în procesul realizării obiectivelor prevăzute. Așadar, funcția de administrare a managementului public oferă răspuns la următoarea întrebare: cum sunt administrate și folosite fiecare resursă în parte din instituțiile publice?, de obicei și cele destinate obiectivelor propuse mai ales.

Funcția de motivare constă în multitudinea proceselor de management prin intermediul cărora resursele umane din instituțiile publice sunt stimulate să contribuie la stabilirea și realizarea

⁴ Popescu C., *Managementul serviciilor publice*, Editura University Press, Târgoviște, 2009

⁵ Pendiuc Tudor, *Administrație publică și management*, Independența Economică, Pitești, 2009, pp. 98-99

⁶ Androniceanu Armenia, *Managementul public*, Editura Economică, București, 1999

principalelor obiective previzionate. Prin îndeplinirea funcției de motivare, managerii publici urmăresc exercitarea obiectivelor următoare:

- Identificarea factorilor motivaționali care să poată stimula funcționarii publici să participe la stabilirea și îndeplinirea obiectivelor propuse
- Formarea unui sistem concret, coerent și complet de motivare a funcționarilor publici și reprezentanților managementului public
- Documentarea funcționarilor publici în ceea ce privește recompensa și sancțiunile aplicate în funcție de nivelul de îndeplinire a obiectivelor
- Fraționarea resurselor umane din instituția publică în funcție de nivelul performanțelor avute
- Formarea climatului organizațional competitiv în cadrul instituției publice
- Îmbogățirea dimensiunii participative a managementului public.

Funcțiile managementului se practică de către majoritatea managerilor, sunt independente și interacționează între ele, garantând succesul sau din contră, eșecul tuturor șefilor.

În lucrarea „Papers on the Science of Administration” s-au definit șapte funcții diferite ale managementului public și mai ales ale sistemului administrativ precum:

- Planificarea – ține de fundamentarea planurilor care conțin obiective finale, dar și pe cele derivate
- Organizarea- se referă la stabilirea unei structuri formale a autorității prin intermediul căreia componentele structurale și personalul sunt orientate spre îndeplinirea obiectivelor
- Personal- se află în accepțiunea lor, funcție care constă în atragerea resurselor umane în sistem și îmbunătățirea permanentă a condițiilor de muncă dintr-o instituție
- Conducerea- constă în procesul permanent al fundamentării deciziilor pe plan administrativ și de formulare a ordinelor, instrucțiunilor caracteristice sau generale necesare pentru conducerea și organizarea activităților din instituțiile publice
- Coordonarea –este o interconectare a mai multor aspecte care țin de natura muncii. Se consideră că trebuie folosită o delegare care nu ține doar de sarcini, dar și de competențe.
- Raportare- constă în informarea frecventă atât liderilor, cât și colaboratorilor prin întocmirea de evidențe, rapoarte sau cercetări
- Elaborarea bugetului- constă în general, în structurarea bugetului, în identificarea metodelor și a tehnicilor utilizate pentru fundamentarea, verificarea și analiza executării acestuia.

Alți autori sunt de părere că managementul public are și alte funcții precum: previziunea, organizarea-coordonarea, motivarea, administrarea, control-evaluare. De asemenea, Mihai Oroveanu este de părere că funcțiile autorităților publice sunt în general 3 precum: funcția acțională, funcția consultativă și funcția deliberativă.

- a) Funcția de previziune constă în totalitatea proceselor de muncă și cu ajutorul lor se determină principalele obiective ale instituțiilor publice, mai ales mijloacele și resursele solicitate pentru realizarea lor. Această funcție este concretizată în formularea și implementarea strategiilor, politicilor, a programelor și planurilor de dezvoltare pentru sectorul public.
- b) Funcția de organizare-coordonare implică ansamblul proceselor de muncă și prin intermediul lor se asigură un cadru instituțional esențial pentru o realizare rațională și eficientă a obiectivelor previzionate în domeniul managementului public prin prevederea rațională a resurselor.
- c) Funcția de motivare reorganizează totalitatea proceselor de muncă prin care determină personalul instituției publice să contribuie la identificare și îndeplinirea interesului public, pe baza respectării factorilor care conduce la motivarea realizării obiectivelor.

- d) Funcția de administrare constă în ansamblul proceselor de muncă
- e) Funcția de control-evaluare reprezintă ansamblul proceselor de muncă prin care se verifică conformitatea acțiunilor publice cu reglementările juridice și cu misiunea angajaților lor de a îndeplini principalul interes cu respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale persoanelor . Tot în acest context, sunt comparate rezultatele cu obiectivele inițiale și mai apoi se determină abaterile de la situațiile normale cu scopul de a le elimina.

Realizarea funcției de control se concretizează în:

- Analiza modului prin care se iau și se respectă deciziile administrative ale managerilor publici
- Rectificarea deciziilor cu scopul ca ele să fie în ritm cu realitățile sociale aflate într-o permanentă schimbare
- Inițierea deciziilor cu scopul de a soluționa unele probleme care apar în urma schimbărilor pe plan social.

Într-o altă ordine de idei, specialistul francez, Demis Levy consideră că „esența funcției de control constă în asocierea administrației, așa cum este, cum a fost sau cum va fi ceea ce trebuie, ceea ce trebuia sau ceea ce va trebui să fie”.

Concluzie

Așadar, managementul public, central și local nu se mai rezumă doar la gestionarea și la controlul resurselor, ci din contră, trebuie să țină cont de soluționarea decalajului din ce în ce mai avansat dintre resursele materiale și nevoia de resurse solicitate pentru acoperirea nivelului de sarcini publice.

Bibliografie:

1. Matei L, *Managementul Public*, Editura Economică, București, 2001
2. Alexandru I., *Teoria Administrației*, Editura Economică, București, 2001
3. Androniceanu A., *Managementul public*, Editura Economică, București, 1999
4. Pendiuc T., *Administrație publică și management*, Independența Economică, Pitești, 2009
5. Popescu C., *Managementul serviciilor publice*, Editura Presa Universitară, Târgoviște, 2009

Aspecte generale privind discriminarea - jurisprudența română versus jurisprudența europeană

Autor: Socolenco Mariana

**Coordonator: Lect. univ. dr. Răvaș Oana
Universitatea din Petroșani**

Abstract: *Discrimination is the unfair or prejudicial treatment of people and groups based on characteristics such as race, gender, age or sexual orientation. Our world has always been faced with the problem of discrimination.*

Discrimination represents a reality that reached and reach edge situation, sometimes becoming manifest through violent actions against individuals, against groups or entire society. It is one of the most discussed topics nowadays and throughout history.

Introducere

„Toate ființele se nasc libere și egale în demnitate și în drepturi”, proclamă primul articol al Declarației Universale a Drepturilor Omului din 1948. Constituția României prevede la articolul 16: „Cetățenii sunt egali în fața legii și a autorităților publice, fără privilegii și fără discriminări.” Aceasta înseamnă că drepturile și libertățile fundamentale sunt recunoscute tuturor indivizilor, fără nicio deosebire, oricare ar fi izvorul ei, adică fără nicio discriminare.

Noțiunea de „discriminare” este direct conectată cu cea a toleranței, egalității, libertății și dreptății sociale. Este una dintre noțiunile regimului democratic, stipulată în majoritatea actelor internaționale cu referință la drepturile și libertățile individuale. Fiecare stat democratic aspiră la respectarea egalității, orice cetățean consideră că egalitatea este o condiție a unei societăți prospere, deși fiecare acordă acestei valori semnificații oarecum diferite.

Discriminarea, ca opus al echității, este definită ca fiind practica ilegală de a trata mai puțin favorabil pe unii indivizi în comparație cu alții, din cauza că sunt diferiți. Înseamnă a trata mai puțin favorabil un grup în comparație cu altul, pe un motiv nejustificabil.

1. Definiția și formele discriminării

Ideea de egalitate a parcurs un drum greu și sinuos presărat cu o serie de lupte îndelungate și de sacrificii pentru a ajunge la forma pe care o cunoaștem astăzi. În toate epocile, societățile au definit, implicit sau explicit, în termeni juridici sau nejuridici, drepturile și obligațiile membrilor acestora, precum și restrângerile impuse pentru menținerea ordinii sociale. În acest sens, ni se pare perfect valabilă aprecierea că: „Istoria drepturilor omului se confundă cu istoria oamenilor”.¹ Un prim document al Antichității prin care se încearcă o codificare a conduitei oamenilor este codul lui Hammurabi. Codul lui Hammurabi este dominat de ideea dreptății, considerată ca lege a firii, ea nu este aceeași pentru toți oamenii – le aparține acestora, mai mult sau mai puțin – numai datorită faptului că sunt oameni.² Astfel, „legiuitorul din Babilon statuează faptul că Legea trebuie să aducă binele poporului, trebuie să oprească pe cel tare de a vătăma pe cel slab”.

Prin **discriminare** se înțelege orice deosebire, excludere, restricție sau preferință pe baza criteriilor prevăzute de legislația în vigoare.

¹ K. Mbaye, *Les droits de l'homme et des peuples*, Edition A. Pedone, Paris, 1991, p. 1119.

² Vladimir Hanga, *Mari legiuitori ai lumii*, Editura științifică și enciclopedică, București, 1977

Criteriile stabilite de legislația românească sunt: rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice.³

Conform Ordonanței nr. 137/2000 privind prevenirea și combaterea discriminării discriminarea poate îmbrăca diverse forme:

Discriminarea directă constă în excluderea unei persoane sau categorii de persoane de la beneficiul unui anumit drept datorită unei caracteristici a acelei persoane sau categorii de persoane.

Exemple:

1. Angajații unui restaurant sau magazin refuză să servească o anumită persoană pentru că aparține unui grup etnic.
2. Anunțul pentru angajarea pe un anumit post se adresează doar candidaților de sex masculin.
3. Spitalul refuză să interneze un bolnav sau nu-i acordă un tratament necesar unui pacient deoarece acesta aparține unei minorități.

Discriminarea indirectă constă în excluderea unei persoane sau categorii de persoane de la beneficiul unui anumit drept prin folosirea unor criterii aparent neutre.

Exemplu: Anunțul pentru angajarea pe postul de femeie de serviciu este condiționat de prezentarea unei diplome de bacalaureat. Se poate argumenta că, sub aparența unui criteriu aparent obiectiv (diploma de bacalaureat), se urmărește excluderea unei anumite categorii de candidați, ca de exemplu femeile de origine Romă sau cele provenind din mediul rural care, conform statisticilor, au mai puține șanse de a obține o diplomă de bacalaureat. Mai mult, condiția diplomei de bacalaureat nu poate fi justificată obiectiv prin raportare la fișa postului unei femei de serviciu care trebuie să presteze o muncă necalificată.

Hărțuirea constă în crearea unui cadru intimidant, ostil sau degradant îndreptat împotriva unei persoane sau categorii de persoane datorită unei caracteristici a acelei persoane sau grup de persoane. Hărțuirea prespune din partea autorului discriminării un comportament cu caracter repetitiv.

Exemplu: Un angajator adoptă un comportament jignitor la adresa unui angajat care provine dintr-o anumită zonă a țării. Acest comportament are caracter repetat, este adoptat în colectiv și se traduce prin remarci ofensatoare, glume sau șicane legate de anumite presupuse caracteristici sau defecte ale locuitorilor acelei zone.

Victimizarea reprezintă un tratament advers venit ca o reacție la o inițiativă a persoanei de a-și valorifica pe cale legală dreptul de a nu fi supus discriminării. *Exemplu:* Un deținut formulează o plângere împotriva personalului penitenciar prin care susține că a fost victima discriminării. În urma rezolvării favorabile a plângerii sale, personalul penitenciar îl supune unui tratament și mai grav, ca pedeapsă pentru inițiativa sa.⁴

2. Probele în materia nediscriminării – sarcina probei

România consacră principiul inversării sarcinii probei, atât în procedura de soluționare a cazurilor de discriminare în fața instituțiilor de egalitate, cât și în fața instanțelor de judecată. Administrarea probelor urmărește, pe de altă parte, și interesul și drepturile celor acuzați de fapta de discriminare de se apăra și demonstra că nu au săvârșit o faptă interzisă de lege.

În materia nediscriminării distingem între mijloace de probă comune mai multor ramuri de drept, aplicabile și în domeniul nediscriminării, respectiv mijloace de probă specifice dreptului nediscriminării.

³ <https://www.cncd.ro/> accesat la 03.05.2022

⁴ <http://dpus.usv.ro/> , accesat la 03.05.2022

Regimul probelor în materia dreptului nediscriminării diferă, în funcție de domeniul de drept. Astfel, în acțiunile civile, de muncă și cele administrative suntem în prezența unui sistem probator mai larg, pe când în cazurile penale, în care acuzatul poate fi sancționat cu pedeapsa închisorii, standardele probatorii sunt mai severe și se impune a se dovedi dincolo de orice dubiu vinovăția (intenția) persoanei în săvârșirea unei fapte de discriminare.

Dacă sarcina de a dovedi cele afirmate revine, conform normelor de procedură civilă, persoanei care face afirmațiile, dovedirea discriminării poate fi foarte dificilă dacă ținem seama că o astfel de probă presupune stabilirea unei atitudini, a unei optici, a unui mod de gândire. Cel discriminat ar trebui să dovedească opiniile discriminatorului sau gândurile acestuia, lucruri aproape imposibil de demonstrat.

Atitudinea discriminatorie este de cele mai multe ori interiorizată și nu se exteriorizează de manieră explicită, prin afirmații neîndoelnice sau, cu atât mai puțin, prin dovezi scrise. De aceea, în sistemul Ordonanței de Guvern nr. 137/2000 privind prevenirea și combaterea discriminării⁵ sarcina probei discriminării este inversată.

Victima discriminării trebuie doar să aducă dovada diferenței de tratament (sau a tratamentului identic atunci când este vorba de persoane aflate în situații diferite), urmând ca persoana asupra căreia planează acuzația de discriminare să încerce să demonstreze că o astfel de diferență de tratament este fondată pe criterii obiective.

3. Sancțiuni și remedii efective

Persoana care se consideră victimă a discriminării are la îndemână mai multe mijloace pentru a contracara faptele de discriminare:

- Tragerea la răspundere contravențională a autorului discriminării;
- Solicitarea unor daune bănești pe calea unei acțiuni civile în instanță;
- Anularea actului administrativ ce conține dispoziții discriminatorii;
- Inițierea unei proceduri internaționale în fața Curții Europene a Drepturilor Omului dacă procedurile naționale nu au dus la obținerea unor rezultate favorabile.

a) Tragerea la răspundere contravențională a autorului discriminării

Aceasta este ipoteza cea mai frecventă deoarece marea majoritate a faptelor de discriminare constituie contravenție în baza Ordonanței de Guvern nr. 137/2000¹. De aceea, persoana care consideră că a fost discriminată are posibilitatea de a adresa o plângere prin care reclamă că a fost supusă unui tratament discriminatoriu și solicită tragerea la răspundere contravențională a autorului discriminării. Plângerea se formulează în baza Ordonanței de Guvern nr. 137/2000² ⁶ și poate fi adresată fie Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării, fie instanței de judecată, mai precis judecătoriei în raza căreia își are domiciliul sau sediul pârâtul. Plângerea se poate face în termen de un an de la data săvârșirii faptei de discriminare sau de la data la care persoana putea lua cunoștință de săvârșirea faptei.

Baza legală a unei astfel de plângeri este art. 20 din Ordonanța de Guvern nr. 137/2000. Plângerea poate fi formulată de persoana care se consideră victimă a discriminării sau de către organizațiile neguvernamentale care au ca scop protecția drepturilor omului sau care au interes legitim în combaterea discriminării. O astfel de organizație poate interveni direct, fără vreo împuternicire, dacă discriminarea afectează un grup de persoane, dar numai cu împuternicirea persoanei, dacă discriminarea vizează o singură persoană fizică.

⁵ Publicat în MONITORUL OFICIAL nr. 166 din 7 martie 2014

⁶ Fapte de mai mare gravitate cum ar fi propaganda naționalist șovină (art. 317 Cod penal) sau împiedicarea libertății cultelor (art. 318 Cod penal) atrag răspunderea penală a autorului sau autorilor lor. Date fiind implicațiile unei proceduri penale este recomandabil ca inițierea acesteia de către victimă să se facă numai după o analiză serioasă a gravității faptei, apelându-se eventual la sfaturile de specialitate ale unui avocat

Procedura în fața Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării este mai flexibilă; Consiliul poate fi sesizat și prin curier electronic, iar plângerile pot fi depuse și pe pagina de Internet a Consiliului.

Plângerea trebuie însoțită de probe, cum ar fi declarațiile victimei și ale eventualilor martori, dovezi materiale, e-mailuri, înregistrări audiovideo etc. În cazul unei plângeri fondate pe Ordonanța de Guvern nr. 137/2000 se poate invoca orice mijloc de probă. Victima trebuie să dovedească existența unei diferențe de tratament, urmând ca cel asupra căruia planează acuzația de discriminare să demonstreze eventuala justificare obiectivă a unei astfel de diferențe de tratament.

Plângerea poate fi soluționată fie prin inițierea unei proceduri de mediere de către Consiliu, fie, de cele mai multe ori, prin adoptarea unei hotărâri a Colegiului director al Consiliului. Hotărârea Colegiului director se adoptă motivat în 90 de zile de la data sesizării și, în cazul în care se stabilește existența unei fapte de discriminare, persoana responsabilă poate fi sancționată contravențional (cu amendă sau avertisment). Hotărârea Colegiului director al Consiliului este susceptibilă de control judecătoresc pe calea contenciosului administrativ, ordonanța prevăzând o procedură judiciară cu două grade de jurisdicție (fond și recurs).

b) Acțiune civilă în daune

Pentru a obține daune bănești ca o formă de reparație a prejudiciului suferit, victima discriminării trebuie să se adreseze instanțelor judecătorești pe calea unei acțiuni civile în daune împotriva autorului discriminării. O asemenea acțiune civilă se introduce în baza articolelor 998 și 999 din Codul civil care reglementează răspunderea civilă delictuală. Pentru a avea câștig de cauză, în cererea sa de acordare a despăgubirilor, reclamantul trebuie să dovedească îndeplinirea a patru condiții:

- existența unei fapte ilicite
- săvârșite cu vinovăție
- care a produs un prejudiciu
- care este în raport de cauzalitate cu fapta ilicită.

c) Anularea actului administrativ

Dacă un act al unei autorități publice conține dispoziții discriminatorii, persoana care se consideră vătămată prin acel act administrativ poate solicita în instanță anularea respectivului act pe calea unei acțiuni în contencios administrativ. O astfel de acțiune se întemeiază pe prevederile Legii nr. 554/2004 a contenciosului administrativ care recunoaște dreptul oricărei persoane care se consideră vătămată într-un drept al său ori într-un interes legitim de către o autoritate publică printr-un act administrativ de a se adresa instanței. Persoana vătămată poate solicita anularea actului administrativ și repararea pagubei care i-a fost cauzată.⁷

d) Inițierea unei proceduri internaționale în fața Curții Europene a Drepturilor

Dacă procedurile inițiate în cadrul intern nu au dat rezultatele așteptate, persoana care se consideră discriminată poate iniția și o procedură internațională în fața Curții Europene a Drepturilor Omului de la Strasbourg. Cererea se fondează pe Convenția Europeană a Drepturilor Omului adoptată în cadrul Consiliului Europei și care este în vigoare din septembrie 1953. România a ratificat Convenția europeană la data de 20 iunie 1994.

4. Jurisprudența română versus jurisprudența europeană

Jurisprudență CEDO

Limitarea pensiilor în plată printr-o lege nouă [cauza Valkov și alții c. Bulgariei, Hotărârea din 25 octombrie 2011 (Secția a IV-a) (cererile nr. 2033/04, nr. 19125/04, nr. 19475/04, nr. 19490/04, nr. 19495/04, nr. 19497/04, nr. 24729/04, nr. 171/05 și nr. 2041/05)]⁸

⁷ASZTALOS, CSABA, Drept social european, Editura Pro Universitaria, București, 2016, pag. 135

⁸ <https://www.echr.coe.int> , accesat la 03.05.2022

Reclamanții sunt nouă cetățeni bulgari pensionați în perioada 1979- 2002. În urma pensionării, acestora le-au fost calculate pensiile, cuantumul acestora depășind maximul admis prin lege. Pe cale de consecință, pensiile cu pricina au fost plafonate în conformitate cu legislația în vigoare. Având în vedere situația creată, în anul 1997, procurorul general a ridicat în fața Curții Constituționale o excepție de neconstituționalitate cu privire la articolele din lege care reglementau situația pensiilor. Demersul acestuia a fost respins de Curte printr-o hotărâre pronunțată în 1998. Art. 14 și art. 1 din Protocolul nr. 1. Curtea a observat că art. 1 din Protocolul nr. 1 la Convenție nu garantează dreptul unei persoane la o pensie de un anumit cuantum.

Totuși, în cazul în care statul în cauză garantează pensia unei persoane, atunci se poate pune problema unui interes patrimonial și, astfel, prevederile din Convenție își găsesc aplicabilitatea. În consecință, în cazul în care are loc o reducere ori o suspendare, se poate discuta despre o ingerință asupra patrimoniului celui cărui îi este redusă pensia și, astfel, statul în cauză trebuie să își justifice acțiunea. În cazul de față, reclamanții nu au contestat legalitatea plafonării pensiilor, ci au pus în discuție scopul în care statul a decis să impună asemenea măsuri. Din probele procurate, Curtea a observat că politica economică a Bulgariei este una de tip social, existând o dorință de omogenizare a păturilor sociale, bazându-se, cel puțin cu privire la sistemul de pensii, pe principiul solidarității între contribuabili și beneficiari. Astfel, reclamanții au trebuit să îndure o scădere rezonabilă, și nu o pierdere totală a cuantumului pensiei, respectiv a dreptului de a primi această pensie, cei 9 fiind salariați de top în rândul celor 2 milioane de pensionari din Bulgaria. În consecință, Curtea a concluzionat că plafonarea pensiilor la un maxim admis este o problemă internă a Bulgariei în ceea ce privește politica de securitate socială a statului și, astfel, nu a existat nicio încălcare a art. 1 din Protocolul nr. 1 la Convenție.

În ceea ce privește discriminarea, Curtea a constatat că statul bulgar a acționat într-un scop legitim de interes general în conformitate cu politica socială a statului și că nu este de competența Curții să stabilească această politică și nici să aprecieze legitimitatea exceptării unor persoane de la această plafonare, persoane cum sunt președintele ori vicepreședintele Republicii. Ca atare, hotărârea plafonării pensiilor este o hotărâre politică, rezervată autorităților naționale. Pe cale de consecință, Curtea a concluzionat că nu a existat o încălcare a art. 14 din Convenție.⁹

Jurisprudență română

HOTĂRÂREA nr.11 din 15.01.2020

Prin petiția înregistrată la CNCD cu nr. 492/04.02.2019, petentul reclamă faptul că reclamatul a adresat apelative jignitoare la adresa dezvoltatorului blocului în care locuiește și a fiului acestuia (persoane de etnie rromă) și că a refuzat angajarea unor persoane pe criteriul etnic. Inițial, petentul s-a adresat organelor de cercetare penală (Secția 21 Poliție din București, sector 6) care a redirectionat-o către CNCD.

Prin solicitarea înregistrată cu numărul 3092699/12.1.2018, petentul formulează cereri către Secția 21 Poliție, vizând următoarele aspecte:

- Completare reclamație inițială cu imagini surprinse de camerele de monitorizare video montate la imobilul din strada Oboga nr.26, precum și sesizarea trimisă de petent membrilor comitetului executiv al Asociației de Proprietari Bloc Oboga nr.26;

-Petentul face referire la acuzația de hărțuire atribuită acestuia de către dl și dna. ; - Nerespectarea dispozițiilor art 28 din Legea privind înființarea, organizarea și funcționarea asociațiilor de proprietari și administrarea condominiilor;

-Analiza corectitudinii listei de plată a cheltuielilor de întreținere; - Lovirea petentului de către reclamat la data de 13.06.2018;

- Lovirea de către petent a soției reclamatului;

⁹ Radu, Chiriță coordonator, Discriminarea în jurisprudența C.E.D.O. Sintează realizată în cadrul Asociației de studii în dreptul constituțional și drepturile omului, Ed. Hamangiu, 2012

- Fapte de tolerare și ascundere a unor acțiuni ilegale privind disciplina în construcții;
- Fals și uz de fals în acte oficiale;
- Acțiuni de incitare la ură și discriminare pe criterii etnice.

O.G. nr. 137/2000, la art. 2 alin. 1 prevede: „Potrivit prezentei ordonanțe, prin discriminare se înțelege orice deosebire, excludere, restricție sau preferință, pe bază de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice”. Astfel se poate considera discriminare

- o diferențiere
- bazată pe un criteriu
- care atinge un drept.

Articolul 15 din O.G 137/2000 prevede: „Constituie contravenție, conform prezentei ordonanțe, dacă fapta nu intră sub incidența legii penale, orice comportament manifestat în public, având caracter de propagandă naționalist-șovină, de instigare la ură rasială sau națională, ori acel comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unei persoane, unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la o anumită rasă, naționalitate, etnie, religie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia.”.

Apelativele jignitoare menționate în petiție vizează orice persoană de etnie romă, motiv pentru care Colegiul director va analiza faptele chiar dacă petentul a sesizat fapte care nu se referă în mod direct la persoana sa, ci la terți care nu au reclamat fapte de discriminare. Acțiunile de incitare la ură și discriminare pe criterii etnice reprezintă o categorie de fapte al căror scop sau efect în sensul restrângerii, înlăturării recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege este indubitabil.

Totodată, faptele au fost săvârșite prin utilizarea unei rețele watsup, devenind astfel comportament manifestat în public, susceptibil de a viza atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unei persoane, unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la o anumită rasă, naționalitate, etnie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia.

COLEGIUL DIRECTOR HOTĂRĂȘTE:

1. Se întrunesc elementele constitutive ale faptei de discriminare, potrivit art 2 alin.1 și art 15 din O.G 137/2000.
2. Se sancționează reclamatul cu avertisment, potrivit art 5 alin.2 lit.a) din O.G 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor.
3. CNCD recomandă reclamatului să evite pe viitor săvârșirea de fapte de discriminare.¹⁰

Concluzii

Subiectul tratat în cadrul acestei lucrări este unul actual și de interes, întrucât discriminarea de orice natură și în orice formă, fie ea transparentă sau mascată, poate fi întâlnită în orice împrejurare și poate avea legătură cu orice aspect al vieții unei persoane, fiind un domeniu care va subzista până

¹⁰ <https://www.cncd.ro/>, accesat la 03.05.2022

la atingerea de către indivizi, colectivități și societate, în ansamblul ei, la o atitudine și o mentalitate flexibilă, deschisă și democratică, liberă de prejudecăți și de teama de ceea ce este diferit.

Trebuie să recunoaștem că, indiferent de măsurile întreprinse la etapa contemporană, inegalitatea rămâne a fi caracteristică oricărei societăți. O societate poate trata pe membrii săi diferit după culoarea pielii, sănătate, religie, educație sau după alte criterii care și creează inegalitatea socială

Bibliografie:

1. Asztalos Csaba, *Drept social european*, Ed. Pro Universitaria, București, 2016
2. Chiriță Radu coordonator, *Discriminarea în jurisprudența C.E.D.O.* Sintează realizată în cadrul Asociației de studii în dreptul constituțional și drepturile omului, Ed. Hamangiu, 2012
3. Hanga Vladimir, *Mari legiuitori ai lumii*, Ed. științifică și enciclopedică, București, 1977
4. Mbaye K., *Les droits de l'homme et des peuples*, Ed. A. Pedone, Paris, 1991
5. ***Ordonanței de Guvern nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare publicat în MONITORUL OFICIAL nr. 166 din 7 martie 2014, cu modificările și completările ulterioare
6. <https://www.cncd.ro/>
7. <https://www.echr.coe.int>
8. <http://dpus.usv.ro/>

Unitatea administrativ teritorială – Județul – structuri administrative

Autor: Stanciu Elena-Nicoleta

Coordonator: Lect. univ. dr. Ungureanu Adelin

Universitatea din Petroșani

Abstract: *The county is the administrative-territorial unit made up of communes, cities and municipalities. The county council is the authority of the local public administration and has certain attributions that we will talk about in more detail in the paper, and the presidents of the county council represent the county in relations with the other public authorities.*

Conform Dicționarului explicativ al limbii române, știm că noțiunea de *județ* reprezintă „Unitate administrativ-teritorială, în România, în componența căreia intră mai multe orașe și comune.”¹

Cu alte cuvinte, *județul* este „unitatea administrativ-teritorială alcătuită din comune, orașe și, după caz, municipii în funcție de condițiile geografice, economice, sociale, etnice și de legăturile culturale și tradiționale ale populației, declarată ca atare prin lege.”²

Conform Legii nr.215/2001 care a produs efecte juridice până la intrarea în vigoare a Codului Administrativ “Comunele, orașele și județele sunt unități administrativ-teritoriale în care se exercită autonomia locală și în care se organizează și funcționează autorități ale administrației publice locale”³ și art. 21 din aceeași lege: „autoritățile administrației publice prin care se realizează autonomia locală în comune și orașe sunt consiliile locale, comunale și orașenești, ca autorități deliberative, și primarii, ca autorități executive.”⁴

Din anul 1968, teritoriul României este împărțit în 41 de județe, plus municipiul București care este administrat separat ca municipiu fiind capitală a țării. „Suprafața medie a județelor este de 5809 km², județul Timiș (8697 km²) fiind cel mai mare, iar județul Ilfov (1583 km²), cel mai mic.”⁵

Art.95 din Codul Administrativ ne spune că „Teritoriul României este organizat, sub aspect administrativ, în unități administrativ-teritoriale care sunt comunele, orașele și județele”⁶, unde comunele și orașele sunt unități administrativ-teritoriale de bază, iar în condițiile legii unele orașe pot fi declarate municipii. Orice modificare a limitelor teritoriale ale unităților administrativ-teritoriale (sau reorganizarea acestora) se poate efectua numai prin lege și prin consultarea obligatorie a cetățenilor din UAT-urile respective prin *referendum local*, numai în condițiile legii.

Cea mai veche atestare a termenului de *județ* este încă de pe vremea lui Mircea cel Bătrân (1386-1418).

Unități administrativ teritoriale de tip județean se întâlneau cu mult timp în urmă spre exemplu în Republica Moldova.

La data de 1 ianuarie 1941 erau 6 județe (Bălți, Bender, Cahul, Chișinău, Orhei, Soroca), 58 de raioane, 1132 soviete sătești, 4 orașe de subordine republicană, 10 orașe de subordine raională și

¹ <https://dexonline.ro/definitie/județ>

² Art.101 din Codul Administrativ

³ Art.18 din Legea nr.215/2001

⁴ Art. 21 din Legea nr.215/2001

⁵ https://ro.wikipedia.org/wiki/Județele_României

⁶ Art. 95 din Codul Administrativ

8 „așezări de tip orășenesc”.⁷

În anul 1981, erau 39 de raioane, 771 soviete sătești, 9 orașe de subordonare republicană, 21 orașe de subordine raională și 45 de „așezări de tip orășenesc”.⁸

Iar în anul 1999, Republica Moldova urmând modelul general din statele membre ale Uniunii Europene a recurs la reducerea numărului de unități administrativ-teritoriale de nivelul doi și înlocuiește cele 32 de raioane cu 10 județe.

De asemenea, a fost redus numărul de unități administrativ-teritoriale de bază prin comasarea unor sate în comune. „Unul din scopurile acestei reforme a fost consolidarea sistemului economic regional și local, care asigură autonomia financiară prin lărgirea bazei impozabile a teritoriului și obținerea veniturilor adecvate acoperirii necesităților locale.”⁹

Deoarece organizarea teritorial-administrativă bazată pe județe a funcționat efectiv doar trei ani, este foarte dificil de realizat o analiză amplă a efectelor implementării acestei reforme. La general, e acceptată ideea că județele, având o capacitate administrativă mai mare, posedă și mai multe posibilități comparativ cu raioanele, care fiind mai mici ca dimensiuni, dar și ca potențial material, uman și financiar, au posibilități limitate de a rezolva eficient necesitățile populației, județele au fost mai bine dotate din punct de vedere economic și social, având o infrastructură cu mult mai puternică și chiar o identitate în formare.

În prezent, teritoriul Republicii Moldova este organizat, sub aspect administrativ, în unități administrativ-teritoriale: raioane, orașe și sate, fiind împărțită astfel în: 32 de raioane, 5 municipii și 2 regiuni cu statut special și anume Unitatea Teritorială Autonomă Găgăuzia, Unitățile administrativ-teritoriale din stânga Nistrului, cunoscute mai generic ca Transnistria.

Cu siguranță mai există și alte state care sunt bazate pe unități administrativ teritoriale de tip județ, dar nu vom insista prea mult pe exemplificarea acestora.

Organizarea administrativ-teritorială a României, neschimbată după 1989, a permis existența a doar unui singur nivel intermediar de administrație publică locală, și anume cel *județean*.

Consiliul județean este autoritatea administrației publice locale, constituită la nivel județean, pentru coordonarea activității consiliilor comunale, orășenești și municipale, în vederea realizării serviciilor publice de interes județean.

Conform Legii administrației publice locale, „consiliul județean este *compus* din consilieri aleși prin vot universal, egal, direct, secret și liber exprimat, în condițiile legii”. Numărul membrilor fiecărui consiliu județean se stabilește prin ordin al prefectului, în funcție de numărul locuitorilor județului, raportat de Institutul Național de Statistică la 1 ianuarie a anului în care au loc alegerile sau, după caz, la data de 1 ianuarie a anului în curs, sau, după caz, la data de 1 iulie a anului care precede alegerile, variind între 31 de consilieri pentru o populație de până la 350 000 de locuitori și 37 de consilieri pentru o populație de peste 650 000 de locuitori.

Consiliul județean îndeplinește următoarele categorii principale de *atribuții*:

a) atribuții privind organizarea și funcționarea aparatului de specialitate al consiliului județean, ale instituțiilor și serviciilor publice de interes județean și ale societăților comerciale și regiilor autonome de interes județean;

b) atribuții privind dezvoltarea economico-socială a județului;

c) atribuții privind gestionarea patrimoniului județului;

d) atribuții privind gestionarea serviciilor publice din subordine;

e) atribuții privind cooperarea interinstituțională;

f) alte atribuții prevăzute prin lege.

Mandatul Consiliului județean este de *patru ani*, putând fi prelungit prin lege organică doar în cazuri excepționale (în caz de război sau de catastrofă).

⁷ Osoianu I. et all. „Studiu analitic privind structura administrativ-teritorială optimală pentru Republica Moldova” – Ed. Expert Grup, Chișinău, 2010, pp.304

⁸ Idem, pp.309

⁹ Strategia Europeană a Republicii Moldova. - Chișinău, 2005.

În ce privește conducerea consiliului județean, aceasta este asigurată de un președinte și doi vicepreședinți, aleși dintre membrii săi, cu votul secret al majorității consilierilor județeni în funcție.

La ultimele alegeri din 27 septembrie 2020, președinții consiliilor județene au fost aleși prin vot direct de către cetățenii cu drept de vot din județ, dar prevederile actuale conduc către alegerea indirectă a președinților consiliului județean.

Vârsta minimă pentru a putea candida la funcții în consiliul județean este de 23 de ani împliniți cel târziu la data alegerilor.

Președintele consiliului județean reprezintă județul în relațiile cu celelalte autorități publice, cu persoanele fizice și juridice române și străine, precum și în justiție. Președintele răspunde în fața consiliului județean de buna funcționare a administrației publice județene.

Președintele consiliului județean îndeplinește, în condițiile legii, următoarele categorii de atribuții:

a) atribuții privind funcționarea aparatului de specialitate al consiliului județean, a instituțiilor și serviciilor publice de interes județean și a societăților comerciale și regiilor autonome de interes județean;

b) atribuții privind relația cu consiliul județean;

c) atribuții privind bugetul propriu al județului;

d) atribuții privind relația cu alte autorități ale administrației publice locale și serviciile publice;

e) atribuții privind serviciile publice de interes județean;

f) alte atribuții prevăzute de lege sau sarcini date de consiliul județean.

Potrivit definiției din *Codul administrativ*, serviciile publice **deconcentrate** sunt structurile de specialitate ale ministerelor și ale altor organe de specialitate din unitățile administrativ-teritoriale ale administrației publice centrale care răspund de satisfacerea unor nevoi de interes public/general în concordanță cu obiectivele politicilor și strategiilor sectoriale ale Guvernului, iar **deconcentrarea** trebuie înțeleasă ca fiind distribuirea de atribuții administrative și financiare de către ministere și celelalte organe de specialitate ale administrației publice centrale către structuri proprii de specialitate din unitățile administrativ-teritoriale.

Astfel, conform Codului Administrativ, ministerele și alte organe de specialitate ale administrației publice *centrale* pot avea în subordinea lor servicii publice deconcentrate, ca structuri de specialitate în unitățile administrativ-teritoriale. Serviciile publice deconcentrate, potrivit legii, pot îndeplini atribuții de *control*, *inspecție* și *monitorizare* în domeniul de specializare al ministerului de resort, respectiv al organului de specialitate al administrației publice centrale competent.

Câteva exemple de *servicii publice deconcentrate* din județul nostru:

- Agenția Județeană Pentru Ocuparea Forței De Muncă Hunedoara;
- Inspectoratul De Poliție Al Județului Hunedoara;
- Inspectoratul De Stat În Construcții;
- Inspectoratul Județean În Construcții;
- Administrația Județeană A Finanțelor Publice Hunedoara;
- Direcția Județeană Pentru Sport Și Tineret;
- Inspectoratul Școlar Județean Hunedoara etc.

Să ne reamintim:

➤ *Unitățile administrativ-teritoriale* – județul, orașul și comuna conform Constituției României.

➤ *Municipiile, orașele și comunele* – sunt unități administrativ-teritoriale de bază, în sensul prezentei legi. „Ele cuprind una sau mai multe localități care poartă numele de localități componente sau sate aparținătoare, respectiv sate componente.”¹⁰

¹⁰ Constituția României

➤ *Unitățile administrativ-teritoriale urbane* – sunt municipiile și orașele.

➤ *Unitățile administrativ-teritoriale rurale* – sunt comunele.

➤ **Județul** – este o unitate administrativ-teritorială complexă alcătuită din unități administrativ-teritoriale de bază: *municipii, orașe, comune, grupate teritorial*, fiind delimitată pe baza unor legături istorice și a complementarității economice generate de includerea pe teritoriul lor a unor unități de relief diferite cu resurse variate.

➤ **Municipiul** – este o unitate administrativ-teritorială de bază, urbană, cu importanță regională, județeană sau zonală, caracterizată prin dominanța activităților de tip terțiar și secundar, prin prezența unor importante valori culturale și având o populație de minim 40.000 locuitori.

➤ **Orașul** – unitate administrativ-teritorială de bază, urbană, alcătuită din una sau mai multe localități urbane și/sau sate aparținătoare. Ca unitate administrativ-teritorială de bază și ca sistem socio-economic și geografic orașul are trei componente: *teritorială, socio-economică și culturală*.

➤ **Comună** – unitate administrativ-teritorială de bază, rurală care cuprinde populația reunită prin comunitatea de interese și tradiții, alcătuită din unul sau mai multe sate, în funcție de condițiile economice, social- culturale, geografice și demografice. Satele în care își au sediul autoritățile publice ale comunei sunt sate reședință.

În afară de împărțirea pe județe, România este împărțită și în opt regiuni de dezvoltare, corespondente nivelului NUTS-2 de diviziuni al UE, dar fără a avea capacități administrative.

Regiunile de dezvoltare se referă la subdiviziunile regionale ale României create în 1998 și sunt folosite în special pentru coordonarea proiectelor de dezvoltare regională. Regiunile de dezvoltare nu sunt unități administrativ-teritoriale, nu au personalitate juridică, fiind rezultatul unui acord liber între consiliile județene și cele locale.

Bibliografie:

1. Codul Administrativ
2. Constituția României
3. Osoianu I. et all. „Studiu analitic privind structura administrativ-teritorială optimală pentru Republica Moldova” – Ed. Expert Grup, Chișinău, 2010
4. Strategia Europeană a Republicii Moldova. - Chișinău, 2005
5. <https://dexonline.ro/definitie/judet>
6. https://ro.wikipedia.org/wiki/Județele_României

Obiective strategice în administrația publică pe exemplu județului Tulcea

Autori: Voicu Victoria, Pelin Dorina
Coordonator: Conf. univ. dr Isac Claudia
Universitatea din Petroșani

Abstract: *City strategy is a structured attempt at planning and organizing interventions at a city with the purpose of improving economic development and competitiveness outcomes. The increasing recognition of the importance of cities and the global trend toward devolution, has led to a proliferation of various city-development strategies. City strategies can be powerful tools for making cities more competitive ,but the story of city-level strategic planning knows as many failures as successes.*

A good strategy should offer deep analytics, strong grounding in the local context and a vision of the city's future.

Introducere

Scopul acestei lucrari este de a analiza strategiile de la nivel județean și local, precum și cele din mediul rural și urban și de a prelua cele mai interesante obiective strategice regăsite în județul Tulcea și a le prelua și adapta în județul Hunedoara.

Prezentarea generală a comunei GRECI

Greci este o comună în județul Tulcea, Dobrogea, România, formată numai din satul de reședință cu același nume.

Se întinde la poalele celor mai înalte vârfuri din Munții Dobrogei, dintre care cel mai înalt este vârful Greci (Țuțuiatu) 467m. Bătrânii satului numesc cel mai înalt vârf "Ghiunaltu" și pe următorul "Calcata". Înainte au existat cariere de granit și se pare din legende locale de uraniu, dar în prezent nu se mai exploatează aproape nimic.

Zona depresionară pe care este amplasată comuna este străbătută pe direcția nord-vest—sud-est de pârâul Recea.

În limitele sale, teritoriul administrativ al comunei Greci se învecinează:

- la Nord - cu teritoriul administrativ al orașului Măcin, Tulcea 16 km
- la Est-Nord-est - cu teritoriul administrativ al comunei Luncavița, Tulcea 20 km
- la Sud - cu teritoriul administrativ al comunelor Cerna și Turcoaia, Tulcea
- la Vest - cu teritoriul administrativ al comunei Carcaliu, Tulcea

Distanța între comuna Greci și cel mai apropiat oraș, Măcin, este de 16 km. De la Greci până la Tulcea sunt 58 km, până la Brăila (cu trecerea Dunării la Smârdan) sunt vreo 25 km.



Comuna se leagă printr-un drum județean în lungime de 3 km de DN22D, aflându-se la 72 de km de reședința de județ, Tulcea, și la 25 de km de comuna Smârdan, care face legătura peste Dunăre cu orașul Brăila.

Obiectivele strategice

„Strategie înseamnă să îți orientezi gândirea, decizia și acțiunea spre obiective superioare sau spre premisele obiectivelor, fără ca pe parcurs să te lași abătut de urgent, adică de avantaje și dezavantaje de moment” (Galweiller, 1987).

ASISTENȚA SOCIALĂ

În comuna Greci sunt angajați 12 asistenți personali pentru persoanele cu handicap. Nu există centre de asistență socială nici pentru copii și nici pentru persoane vârstnice. Se intenționează amenajarea unui centru de îngrijire a bătrânilor în sediul Școlii Frumusica, imobil care în prezent este parazit din cauza scaderii populației școlare.

EDUCAȚIE

Nivelul de pregătire a populației este mediu, ponderea cea mai mare având-o persoanele care au pregătire elementară - 45%, urmând apoi persoanele cu studii liceale - 40% și studii universitare doar 15%. Prioritățile Primăriei din punct de vedere ale actului de învățământ privesc dotarea cu material didactic, construirea unei săli de sport în imediata vecinătate a școlii, construirea unei grădinițe cu program prelungit și reabilitarea căminului cultural. În comună există o școală generală, Școala Gimnazială Greci, care își desfășoară activitatea în șase imobile:

- Școala Centru – corp A
- Școala Cresa – corp B
- Școala Italiană- grădinița
- Școala Stejaru
- Școala Jandaru (în conservare)
- Școala Frumusica (în conservare).

Resurse/modalități de realizare

Direcția strategică 1: ASISTENȚA SOCIALĂ

Sprijinirea familiilor tinere cu copii mici și creșterea natalității

- ✚ Asigurarea de facilități fiscale.
- ✚ înlesnirea obținerii de locuințe și locuri de casă.
- ✚ acordarea unei prime de căsătorie.
- ✚ acordarea unei indemnizații pentru nou născuți.

Sprijinirea bătrânilor

- ✚ crearea unui aparat bazat pe voluntariat și pe colaborarea public-privat în vederea ajutorării bătrânilor singuri și cu venituri mici .
- ✚ Înființarea unui azil de bătrâni în spațiul școlii *Frumusica* aflată în conservare.

Sprijinirea familiilor aflate în dificultate

- ✚ acordarea de ajutoare sociale familiilor fără venituri și fără capacitate de muncă
- ✚ acordarea de ajutoare de urgență pentru cazuri sociale grave
- ✚ acordarea de burse sociale copiilor proveniți din familii dezorganizate

Direcția strategică 2: EDUCAȚIA

Dezvoltarea unei infrastructuri educaționale în vederea asigurării condițiilor optime pentru desfășurarea unui proces în conformitate cu principiile de învățământ modern European.

- Extindere, reabilitare, modernizare și dotări Școala Gimnazială Greci – corp A
- Întreținerea și dotarea Școlii gimnaziale Corp B, Corp Stejaru și Găadinița

Reducerea abandonului școlar până la eliminare

- ✚ prevenirea abandonului prin identificarea cazurilor cu risc de abandon
- ✚ ajutorarea familiilor din care provin elevii problemă
- ✚ colaborarea cu corpul profesoral, poliția, biserica, asociația de părinți, comitetul de elevi

Înființarea unui centru educațional: „Școala după școală”

- ✚ amenajarea imobilului de la Școala Jandaru și asigurarea condițiilor necesare

ASPECTE ECONOMICE

Din punct de vedere economic Comuna Greci se bazează pe sectoarele cu creșterea cea mai rapidă, respectiv confecțiile textile, agricultura(zootehnia) și sectorul de investiții. Sectoarele cu potențial, dar nevalorificat sunt turismul și agroturismul.

Cei mai atractivi factori din comunitate pentru potențialii investitori sunt zona favorabilă pentru dezvoltarea sectorului industrial datorită proximității urbane Brăila – Galați; potențial pentru energie eoliană. Pe de altă parte, unul dintre dezavantajele comunei pentru potențialii investitori este lipsa podului peste Dunăre.

Sectorul privat dispune de 78 IMM-uri înregistrate și active și un număr de 20 de Asociații Familiare cu scop lucrativ, Întreprinderi individuale și Persoane fizice autorizate. Întreprinderile mici au ca activitate principală: comerț, produse de patiserie, alimentație publică, cultivare teren agricol, prestări servicii în construcții, transport, confecții textile, creșterea animalelor, silvicultura, exploatare piatră, transporturi etc. Singura cale de contact a Primăriei cu acești operatori economici constă în furnizarea de diverse servicii.

Orașul ISACCEA



Isaccea este un oraș din județul Tulcea, Dobrogea, România, format din localitățile componente Isaccea (reședința), Revărsarea și Tichilești. Conform recensământului din 2011, populația localității era de 5.026 persoane.

Orașul Isaccea este administrat de un primar și un consiliu local compus din 15 consilieri.

În principal activitatea localnicilor se bazează pe agricultură(creșterea animalelor, cultivarea

cerealelor și viței de vie, livezi cu pomi fructiferi și pescuitul). Piscicultura și pomicultura sunt în continuare cele mai prospere ramuri. Industria este bazată, în principal, pe extracția de piatră (carieră cu puncte de lucru în Isaccea și Revărsarea) și exploatarea lemnului (cherestea și depozit pe malul Dunării).

Obiectivele strategice

Isaccea, ca orice comunitate urbană trebuie să aibă și să promoveze o viziune strategică pentru dezvoltarea sa viitoare.

Planul local de dezvoltare durabilă a orașului și a zonei de dezvoltare Isaccea” a fost elaborat în anul 2006, document în care au fost formulate principalele direcții strategice de dezvoltare ale orașului pe termen scurt (2006-2011): întărirea securității, atractivității, esteticii și sănătății orașului, diversificarea economiei și stimularea creșterii economice, promovarea unei administrații orășenești economice, eficiente, productive, inovative și sensibile. Ca și domenii prioritare de acțiune, prin această strategie au fost stabilite următoarele: dezvoltarea industrială, agricultura și dezvoltarea rurală, dezvoltarea serviciilor și a infrastructurii de afaceri pentru creșterea competitivității economice, dezvoltarea turismului, dezvoltarea infrastructurii edilitare, dezvoltarea resurselor umane, dezvoltarea administrației și a serviciilor publice.

Punerea în aplicare a acțiunilor, va permite Autorității Publice Locale a orașului Isaccea, județul Tulcea pe termen scurt și mediu, să îmbunătățească calitatea vieții locuitorilor, în contextul unei dezvoltării armonioase a localității, obținute prin aplicarea soluțiilor potrivite, documentul constituindu-se ca bază de informații în argumentarea elaborării și aplicării de cereri de finanțare, pentru liniile deschise prin Programele Structurale și de Coeziune dar și prin oricare alte surse de finanțare active în România.

Obiectivul general al proiectului îl constituie întărirea capacității administrative a autorităților administrației publice centrale și locale.

Resurse/modalități de realizare

1.Serviciu integrat de transport public urban în contextul dezvoltării durabile a orașului Isaccea

✚ Construire autobază pentru mijloace de transport”, inclusiv achiziția de material rulant cu alimentare electrică –2 autobuze electrice

✚ Construire/modernizare străzi destinate exclusiv pentru transportul public sau utilizate prioritar de transportul public.

✚ Construire/amenajare stații transport public. Se propune amenajarea a 48 de stații de autobuz pe străzile pe care circulă cele 2 linii de autobuz.

✚ „Construire/modernizare/extindere zone pietonale”

✚ Construire centre de închiriat/depozitat biciclete

2.Acțiuni sociale și măsuri integrate prin mecanismul DLRC în comunitățile marginalizate din orașul Isaccea/Revărsarea, județul Tulcea

✚ 250 persoane cu domiciliul în UAT Isaccea inclusiv localitatea Revărsarea, jud. Tulcea, aflate în risc de sărăcie sau excluziune socială, care vor beneficia de servicii integrate, după cum urmează:

➤ Minim 124 varstnici vor beneficia de măsuri socio-medicale, anti-discriminare și locuire.

➤ Minim 126 adulți vor beneficia de măsuri socio-medicale și de ocupare (vor fi redirectionate către programul de calificare sau programul de antreprenariat) din care min.70 persoane vor fi înscrise la cursuri în vederea obținerii unei calificări solicitate pe piața muncii și minim 56 de persoane vor beneficia de cursuri de antreprenariat. Dintre acestea, 10 de persoane vor primi micro-granturi, iar 32 persoane vor fi ocupate la ieșirea din operațiunile implicate.

✚ 10 activitati socio-culturale, pe diverse tematici, precum transfer de cunostinte de la generatie la generatie, privind traditiile si obiceiurile locale, demonstratii si degustari gastronomice – retete traditionale impartasite, cantec si dans traditional, prezentare port popular, etc.

✚ achizitia de pachete de imbunatatire a conditiilor de locuit(1 masina de spalat) si pentru 124 persoane varstnice.

MUNICIPIUL TULCEA

Strategia de Dezvoltare a Municipiului Tulcea pentru perioada 2021-2030 analizează inventarul nevoilor și, mai ales, transpunerea acestora în provocările viitoare bazate pe oportunitățile de dezvoltare durabilă locală. În special această strategie se bazează pe o dezvoltare durabilă a municipiului, aceasta cuprinzând următoarele aspecte:

- ✚ Fără sărăcie – Eradicarea sărăciei în toate formele sale și în orice context
- ✚ Foamete „zero” – Eradicarea foametei, asigurarea securității alimentare, îmbunătățirea nutriției și promovarea unei agriculturi durabile
- ✚ Sănătate și bunăstare – Asigurarea unei vieți sănătoase și promovarea bunăstării tuturor la orice vârstă
- ✚ Educație de calitate – Garantarea unei educații de calitate și promovarea oportunităților de învățare de-a lungul vieții pentru toți
- ✚ Egalitate de gen – Realizarea egalității de gen și împuternicirea tuturor femeilor și a fetelor
- ✚ Apă curată și sanitație – Asigurarea disponibilității și managementului durabil al apei și sanitație pentru toți.
- ✚ Energie curată și la prețuri accesibile – Asigurarea accesului tuturor la energie la prețuri accesibile, într-un mod sigur, durabil și modern
- ✚ Muncă decentă și creștere economică – Promovarea unei creșteri economice susținute, deschise tuturor și durabile, a ocupării depline și productive a forței de muncă și a unei munci decente pentru toți
- ✚ Industrie, inovație și infrastructură – Construirea unor infrastructuri rezistente, promovarea industrializării durabile și încurajarea inovației
- ✚ Inegalități reduse – Reducerea inegalităților în interiorul țărilor și de la o țară la alta
- ✚ Orașe și comunități durabile – Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile
- ✚ Consum și producție responsabile – Asigurarea unor tipare de consum și producție durabile
- ✚ Strategia de Dezvoltare a Municipiului Tulcea 2021-2030
- ✚ Acțiune climatică – Luarea unor măsuri urgente de combatere a schimbărilor climatice și a impactului lor
- ✚ Viața acvatică – Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă
- ✚ Viața terestră – Protejarea, restaurarea și promovarea utilizării durabile a ecosistemelor terestre, gestionarea durabilă a pădurilor, combaterea deșertificării, stoparea și repararea degradării solului și stoparea pierderilor de biodiversitate
- ✚ Pace, justiție și instituții eficiente – Promovarea unor societăți pașnice și incluzive pentru o dezvoltare durabilă, a accesului la justiție pentru toți și crearea unor instituții eficiente, responsabile și incluzive la toate nivelurile
- ✚ Parteneriate pentru realizarea obiectivelor - Consolidarea mijloacelor de implementare și revitalizarea parteneriatului global pentru dezvoltare durabilă

Concluzii

În urma analizei strategiilor din județul Tulcea, am identificat cateva obiective strategice care se pot dezvolta și în județul Hunedoara, respectiv:

- ❖ Înființare și dotare Serviciul Asistența Comunitară;
- ❖ Înființare Serviciul de Ingrijiri la Domiciliu
- ❖ “targuri de meserii” in care vor fi implicati cel putin 100 de elevi si tineri.
- ❖ evenimente cultural artistice (dansuri/ teatru comunitar/ obiceiuri si traditii de sarbatori) la care vor participa cel putin 30 de batrani si alte persoane din comunitate.

Scopul elaborării Strategiei de Dezvoltare a Municipiului Petrosani este acela de a pune la dispozitia tuturor factorilor interesati în progresul economico-social o gândire unitară cu privire la căile necesare de urmat. Din aceste motive, consider că analiza strategiilor din alte județe și/sau localități reprezintă o modalitate eficientă prin care se poate ajunge la identificarea de obiective strategice a căror realizare reprezintă un pas important în dezvoltarea comunităților.

Bibliografie:

1. https://ro.wikipedia.org/wiki/Comuna_Greci,_Tulcea
2. <https://www.emitent.ro/resurse/greci/Strategia%20de%20dezvoltare%20-%20Greci%20-%20actualizata.pdf>
3. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Isaccea>
4. <https://www.isaccea.ro/images/2018/sdl.pdf>
5. https://www.primariatulcea.ro/wp-content/uploads/2021/10/Strategia-de-Dezvoltare-a-Municipiului-Tulcea-2021-2030.pdf?fbclid=IwAR3oXxGI0s06iuI0xt1-lMA-tqH8q2Sd_KnxVvblWEBi5KQBjt3op5-t1IU
6. <https://www.isaccea.ro/proiecte-%C3%AEn-implementare>

Secțiunea
ANTREPRENORIAT ȘI IDEI DE
AFACERI

Oportunități de afaceri urmare a manifestării eco-inovării

Autori: Burz Maria-Elena, Cazangiu-Mateiu Ionuț-Daniel

Coordonator: Conf. univ.dr. Niță Dorina

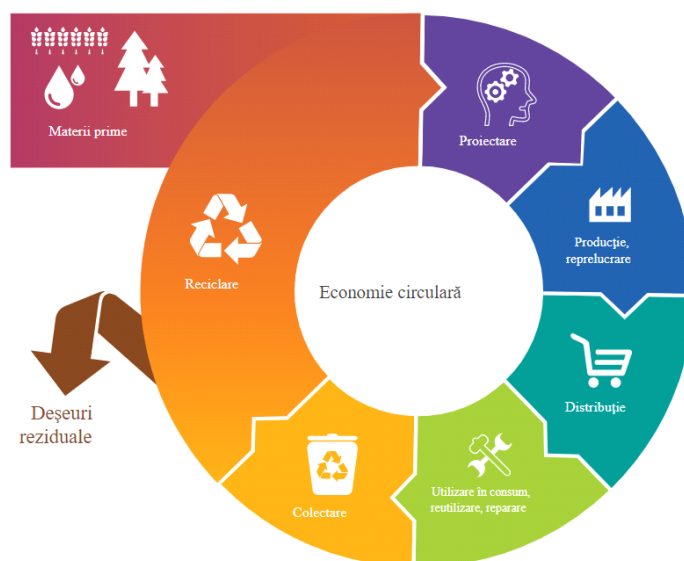
Universitatea din Petroșani

Abstract: *In the fight against climate change, the authorities have tried not only to impose regulations and develop concrete action plans aimed at ensuring environmentally friendly sustainable development, but also to involve the business environment and stimulate entrepreneurship, bringing to mind the benefits of investing in the green economy and in eco-innovation.*

1. Necesitatea asigurării dezvoltării economiei circulare și a economiei verzi

Economia circulară reprezintă un model de producție și consum care implică partajarea, reutilizarea, repararea, renovarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult posibil, reducând la minim deșeurile. Dacă până la economia circulară se vorbea despre un model liniar de producție și consum de genul "take-make-consume-throw", în cazul economiei circulare, modelul este unul circular, aproape închis, numit generic 4R "reduce-reuse-recycle-redesign", în care, produsele ajunse la sfârșitul ciclului lor de viață, continuă să genereze valoare prin materialele din care sunt compuse și care, sunt păstrate în economie cât mai mult timp posibil, prin reciclare, reutilizare.

De asemenea, o parte a acestui model o reprezintă combaterea programării uzurii, adică faptul de a proiecta un produs astfel încât acesta să nu mai fie utilizabil după o anumită perioadă de timp sau după un număr definit de cicluri de utilizare. Conform unui sondaj Eurobarometru efectuat în 2014, 77% dintre europeni ar prefera să repare bunurile lor, mai degrabă decât să cumpere altele noi, dar aceștia sunt descurajați de prețul reparațiilor.



*Figura nr.1.
Componentele economiei circulare*

Pe parcursul ultimilor ani, companiile au început să resimtă din ce în ce mai acut, volabilitatea și creșterea prețurilor la materiile prime (lemn, metale, etc.), iar penuria acestora în raport cu nevoile de producție nu poate decât să ducă la concluzia că această tendință se va menține și în viitor dacă nu se realizează o orientare spre un alt model de producție, iar aceasta este văzut în prezent ca fiind oferit de către economia circulară. Mai ales în cazul resurselor neregenerabile, căutarea de exemplu a unor noi zăcăminte de minereuri, scăderea accesibilității la exploatare sau necesitatea utilizării unor tehnologii tot mai performante pentru a le putea obține, atrage, în mod evident, costuri suplimentare care se regăsesc pe lanțul de aprovizionare până la consumator.

O îmbunătățire a performanțelor economice pe baza economiei circulare se poate realiza printr-o creștere a productivității materiilor prime ca urmare a recuperării acestora și reutilizării lor (de exemplu, se apreciază că, costul producerii unui telefon mobil ce are la bază materiale componente recuperate este cu 50% mai scăzut dacă firma producătoare va stimula clienții ca la achiziționarea unor telefoane mobile noi să ducă înapoi telefoanele mobile vechi). Dacă în modelul liniar tradițional "take-make-consume-throw", companiile se aprovizionau cu materii prime, consumau energie și foloseau forța de muncă pentru a produce, în acest nou model al economiei circulare, prin recuperarea, reciclarea și reutilizarea materiilor prime devenite materii prime secundare se reduce costul și riscul achiziționării acestora.

Economia verde

Economia verde reprezintă activitatea economică bazată pe conceptul dezvoltare durabilă, pe utilizarea resurselor naturale regenerabile, reducerea consumului de hidrocarburi, unul dintre obiectivele importante fiind protecția mediului. Alte obiective constau în managementul apei și al deșeurilor, precum și cel teritorial (agricultură ecologică, conservarea habitatului, împăduriri etc.). Economia verde implică anumite modificări structurale. Sunt avantajate sectoare ca: fabricarea de celule solare, de turbine eoliene, de celule de combustie, de biciclete, plantarea arborilor, parcuri eoliene etc. Industriile dezavantajate sunt: cele extractive (cărbune, țiței), centralele nucleare, fabricarea produselor de unică folosință, fabricarea automobilelor, defrișarea pădurilor.

Trecerea la o economie verde necesită păstrarea și investirea în activele resurselor naturale esențiale. Acest fapt este esențial pentru toate economiile, dar se aplică în special în cazul țărilor în curs de dezvoltare, care au oportunitatea de a-și dezvolta economiile pe baza gestionării durabile a capitalului lor natural.

Într-o economie verde, multe provocări pot fi transformate în oportunități economice, nu doar inversând tendințele negative în domeniul mediului, ci și stimulând creșterea viitoare și crearea de locuri de muncă.

Eco-inovarea

Eco-inovarea se referă la orice formă de inovare – tehnologică și netehnologică ce "conduce la realizarea de progrese semnificative în direcția atingerii obiectivului de dezvoltare durabilă, prin reducerea impactului modurilor noastre de producție asupra mediului, prin sporirea rezilienței naturii la presiunile asupra mediului sau prin obținerea unei utilizări mai eficiente și mai responsabile a resurselor naturale". Prin sprijinirea de noi procese, tehnologii și servicii care ecologizează activitățile economice, ecoinovarea contribuie la optimizarea potențialului de creștere al Europei, răspunzând în același timp unor provocări de ordin comun, cum ar fi schimbările climatice sau diminuarea resurselor și a biodiversității. Ecoinovarea reprezintă, de asemenea, o oportunitate pentru întreprinderi. Ea conduce la reducerea costurilor, ajută la atragerea de noi oportunități de creștere și consolidează imaginea întreprinderii față de clienți.

Cuantificarea Eco-inovării la nivelul statelor membre ale Uniunii Europene se realizează prin intermediul a doi indicatori care măsoară sustenabilitatea mediului, și anume:

- *Tabloul de bord al inovării europene (The European Innovation Scoreboard -EIS)* este un indice anual care oferă o evaluare comparativă a cercetării și performanța inovării a statelor membre UE și a unor țări terțe selectate, precum și punctele forte și punctele slabe ale sistemelor lor de cercetare și inovare. Tabloul de bord al inovării europene folosește trei indicatori pentru a măsura sustenabilitatea mediului:
 - 1) productivitatea resurselor;
 - 2) dezvoltarea a tehnologiilor legate de mediu;
 - 3) emisiile în aer de particule fine;

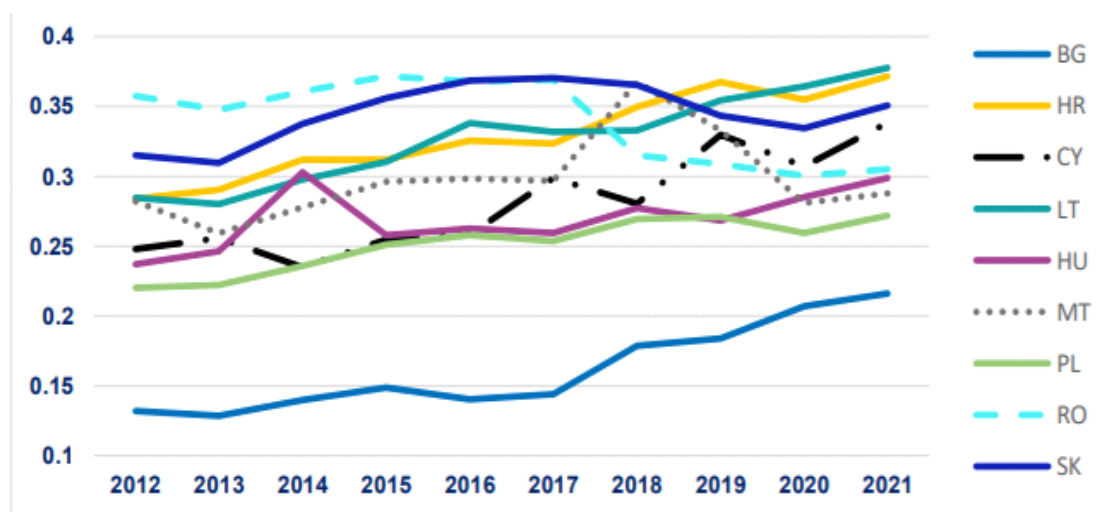
Primul și cel al doilea indicator sunt, de asemenea, incluse și în cadrul de măsurare al indicelui Eco-Inovării.

Tabelul nr.1

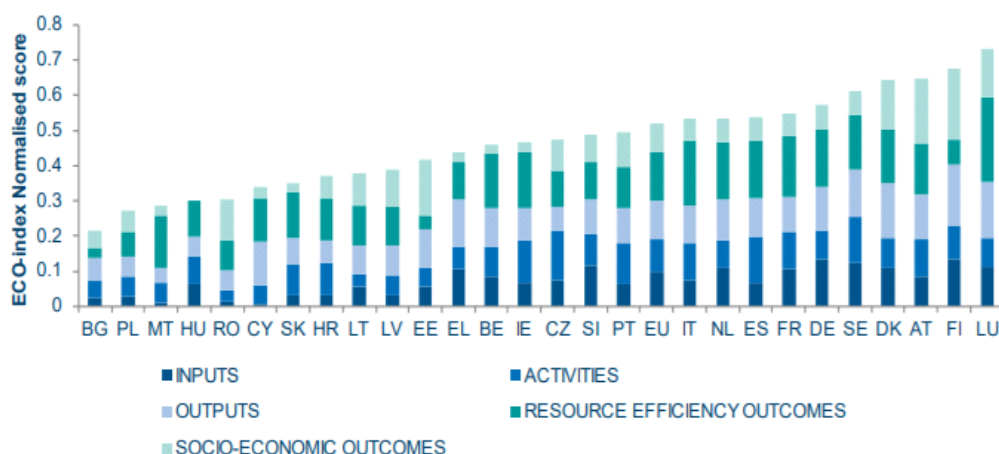
Indicii Eco-inovării

Intrările de eco-inovare (Eco-innovation inputs)	Contribuțiile pentru eco-inovare cuprind investiții (resurse financiare sau umane) care vizează declanșarea activităților de ecoinovare. Includ: - Investițiile guvernamentale în cercetare și dezvoltare pe segmentul protecției mediului și energiei - credite și cheltuieli guvernamentale (% din PIB) - Număr total de personal de cercetare și dezvoltare și cercetători (% din totalul locurilor de muncă) - Valoarea totală a investițiilor verzi în faza incipientă (USD / cap de locuitor)
Activități de eco-inovare	Activitățile de eco-inovare includ indicatori pentru a monitoriza domeniul de aplicare și amploarea activităților de eco-inovare întreprinse de companii. Componenta se concentrează mai degrabă pe eforturi și activități decât pe rezultatele efective ale activității de inovare. Includ: - Implementarea activităților de inovare pentru a reduce intrările de materiale pe unitate de ieșire (produs sau serviciu) în companii (% din numărul total de firme) - Implementarea activităților de inovare pentru a reduce intrările energetice pe unitate de ieșire (produs sau serviciu) în companii (% din numărul total de firme) - Firme cu sisteme certificate de management al mediului (ISO 14001) (per milion de locuitori).
Rezultatele eco-inovării	Rezultatele eco-inovării descriu rezultatele imediate ale activităților de eco-inovare. Indicatorii acestei componente sunt utilizați pentru a monitoriza măsura în care rezultatele de cunoștințe generate de întreprinderi și cercetători se referă la eco-inovare. Includ: - Brevete legate de eco-inovare (pe mln populație) - Publicații academice legate de eco-inovare (pe mln de populație) - Acoperire media legată de eco-inovare (pe mln de populație)
Rezultatele socio-economice ale eco-inovării	Rezultatele socio-economice ale eco-inovării descriu efecte mai largi ale activităților de eco-inovare pentru societate și economie. Acestea includ modificări ale ocupării forței de muncă, ale cifrei de afaceri sau ale exporturilor care pot fi legate de activități de eco-inovare înțelese pe scară largă. Includ: - Exporturi de produse din ecoindustrii (% din totalul exporturilor) - Ocuparea forței de muncă în activități de protecție a mediului și de gestionare a resurselor (% din forța de muncă) - Valoarea adăugată în activitățile de protecție a mediului și de gestionare a resurselor (% din PIB)

Singura țară care prezintă o schimbare negativă a performanței de eco-inovare în ultimii 10 ani este România (o scădere importantă a valorii indicelui eco-inovării înregistrându-se începând cu anul 2017). În comparație cu 2012, Indicele de eco-inovare din România a scăzut cu 12 puncte. Cea mai mare scădere se observă în inputurile de eco-inovare (respectiv cheltuielile și creditele guvernamentale din domeniul cercetării și dezvoltării ecologice și energetice, numărul de cercetători și personal din domeniul cercetării și valoarea totală a stadiului incipient al investițiilor verzi) și activitățile de eco-inovare (respectiv implementarea acțiunilor ce vizează creșterea eficienței a resurselor la nivelul IMM-urilor, implementarea produselor durabile la nivelul IMM-urilor și certificări ISO 14001). Din păcate, scăderea acestor indicatori nu a permis să se facă remarcată îmbunătățirea vizibilă a productivității emisiilor de gaze cu efect de seră relevante pentru eficiența resurselor rezultate.



Graficul nr.1.
Evoluția indicelui Eco-inovare la nivelul unor state UE

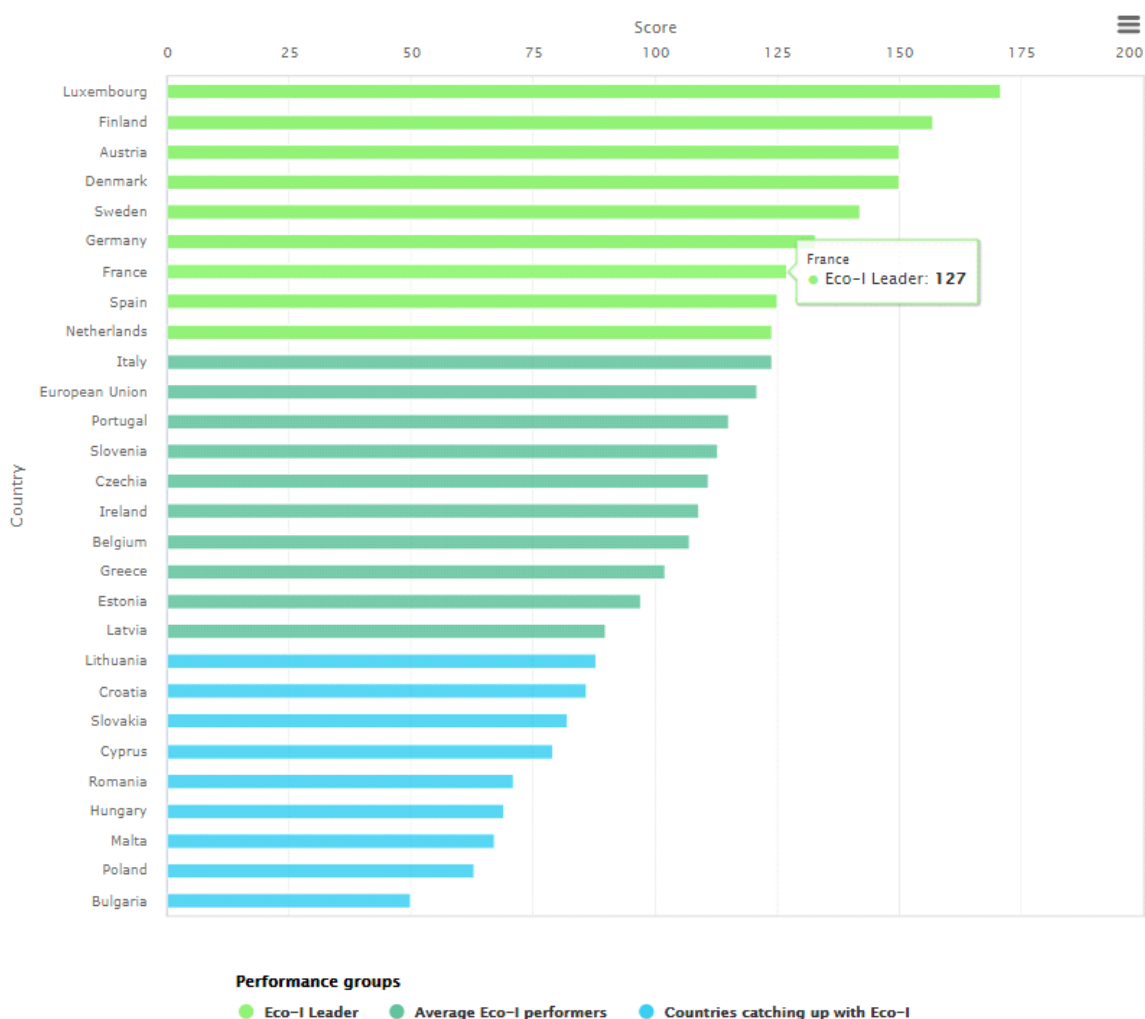


Graficul nr.2.
Indexul Eco-Inovare la nivelul statelor membre ale UE în anul 2021

Funcție de valorile Indicelui Eco-inovare, specialiștii grupează țările în trei categorii: lideri în Eco-inovare, țări ale căror valori ale indicelui se află în apropierea mediei și, ultima categorie, cea a țărilor înapoiate și care trebuie să facă eforturi în direcția creșterii valorii acestui indicator.

Funcție de valorile prezentate în graficul anterior, se prezintă și gruparea țărilor pe cele trei

categoriile menționate anterior.



Graficul nr.3.

Gruparea statelor membre ale UE funcție de valoarea indicelui Eco-inovare în anul 2021

Contextul în care economia circulară se poate constitui drept o oportunitate de afaceri pentru antreprenori și mediul de afaceri derivă din faptul că noi afaceri pot fi create având ca obiect recuperarea, reutilizarea, reciclarea și redesignul materiilor prime. În același timp, crearea unor afaceri se poate realiza direct ținând seama de principiile economiei circulare, fapt ce se poate constitui ca un avantaj competitiv în fața altor afaceri ce se derulează deja și pentru care sunt necesare costuri suplimentare.

2. Oportunități de afaceri legate de eco-inovarea de mediu

Tehnologiile de mediu

- tehnologii de epurare a apelor uzate, tehnologii care tratează substanțele poluante utilizate în procesul de producție reducând impactul acestora asupra mediului, fabricarea de instalații și echipamente ce permit o gestionare mai eficientă a deșeurilor, tehnologii ce permit monitorizarea calității apei, aerului, solului, ș.a.

Inovarea organizațională

- prin introducerea de metode organizaționale și sisteme de management pentru rezolvarea problemelor de mediu aferente producției și produselor (exemplu: scheme de prevenire a poluării bazate pe substituirea materialelor de intrare, găsirea de soluții de aprovizionare a materialelor astfel încât să se evite daunele aduse mediului în cadrul lanțului valoric (de la naștere până la final) etc.)

Inovarea de produse și servicii

- produse cu un design ecologic, ce cuprind componente care la sfârșitul ciclului de viață pot fi recuperate, reciclate, reutilizate; produse ce funcționează pe baza unui consum redus de energie sau înlocuiesc funcționarea pe bază de combustibil fosil cu surse de "energie verde", etc.

Inovarea ecologică a sistemelor

- este bazată pe crearea de sisteme alternative de producție și consum cu impact redus asupra mediului înconjurător (exemplu: agricultura biologică și sistemul energetic bazat pe surse regenerabile ș.a.).

Concluzii

Spiritul antreprenorial se poate manifesta în mai multe moduri. Astfel, putem întâlni "întreprinderi ce se dedică cercetării și dezvoltării și pun la punct noi tehnologii, în timp ce altele își bazează inovațiile pe tehnologii existente sau creează noi modele comerciale ori servicii axate pe utilizatori și furnizori, sau în cadrul unor grupări sau rețele".

Deși eco-inovarea este văzută ca una dintre soluțiile cele mai eficiente prin care se poate asigura o dezvoltare sustenabilă prin care se prezervă mediul înconjurător pentru generațiile viitoare, generând beneficii pentru toți (pentru producători, prin avantajul competitiv câștigat în fața competitorilor prin implementarea unor sisteme de business și a unor tehnologii verzi care permit scăderea costurilor de producție, dar și imaginea firmei în fața cumpărătorilor; pentru consumatori, prin creșterea durabilității produselor achiziționate; pentru guvernanți prin implementarea celor mai eficiente strategii de scădere a presiunii asupra sănătății mediului înconjurător generate de producție și consum), datele statistice relevă un nivel al acestora care nu atinge adevăratul potențial al acestora, motiv pentru care au fost identificați o serie de factori ce acționează ca bariere, efectul manifestării acestora urmând a fi anulat prin măsuri, direcții de acțiune și instrumente adoptate la nivel global, european sau național.

Bibliografie:

1. Comisia Europeană, Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, *Stabilirea unui obiectiv mai ambițios în materie de climă pentru Europa în perspectiva anului 2030*, SWD (2020) 177 final, www.eur-lex.europa.eu
2. Comisia Europeană, Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor Empty „Pregătiți pentru 55”: îndeplinirea obiectivului climatic al UE pentru 2030 pe calea spre atingerea obiectivului de neutralitate climatică, COM(2021) 550 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0550&from=EN>
3. Comisia Europeană, *Un nou Plan de acțiune privind economia circulară. Pentru o Europă mai curată și mai competitivă*, COM (2020) 98 final, Bruxelles 11.03.2020
4. Comisia Europeană, *Pactul verde european*, COM(2019) 640 final, Bruxelles, www.eur-lex.europa.eu
5. Comisia Europeană, *Eco-inovarea, cheia competitivității Europei în viitor*,

- <https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/ecoinnovation/ro.pdf>
6. Comisia Europeană, *O Europă eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor - inițiativă emblematică a Strategiei Europa 2020*, COM(2011) 21 final, Bruxelles, 26.1.2011
 7. Comisia Europeană, *Inițiativă emblematică a Strategiei Europa 2020 - O Uniune a inovării*, COM(2010) 546 final, Bruxelles, 6.10.2010
 8. Comisia Europeană, *Plan de acțiune verde pentru IMM-uri. Permițând IMM-urilor să transforme provocările legate de mediu în oportunități de afaceri*, COM(2014) 440 final/2, Bruxelles, 17.12.2014
 9. Comisia Europeană, *O strategie pentru IMM-uri pentru o Europă sustenabilă și digitală*, COM(2020) 103 final, Bruxelles, 18.09.2020, Jurnalul Oficial al Uniunii Europene C 429/210, www.eurl-lex.europa.eu
 10. ECOPartner: *Ecoinovarea în România. O perspectivă generală asupra condițiilor, provocărilor și oportunităților*, <https://www.premiilepentrumediucurat.ro/wp-content/uploads/2016/09/147428645572502.pdf>
 11. Ellen MacArthur Foundation, *Financing the Circular Economy. Capturing the Opportunity*, <https://ellenmacarthurfoundation.org/publications>
 12. Ellen MacArthur Foundation, *Towards the Circular Economy, vol. 1*, p. 8, <https://emf.thirdlight.com/link/x8ay372a3r11-k6775n/@/preview/1?o>
 13. European Parliament, *Closing the loop New circular economy package*, Briefing, January 2016, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573899/EPRS_BRI%282016%29573899_EN.pdf
 14. ***, *Regulamentul (UE) 2021/783 al Parlamentului European și al Consiliului din 29 aprilie 2021 de instituire a unui program pentru mediu și politici climatice (LIFE) și de abrogare a Regulamentului (UE) nr. 1293/2013*, J.O. L 172/53, 17.05.2021, www.eur-lex.eu
 15. <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii>
 16. https://ec.europa.eu/environment/ecoap/indicators/index_en

Planul de afaceri de afaceri al firmei S.C. Della S.R.L

Autor: Ciornilă Denisa Mihaela
Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Della Pub is a business for which I wish to develop in the future after I finish my studies at the University of Petrosani. The business plan for the pub consists of my vision for this place of leisure that will bring fresh air to the Pub market in my town, bringing an innovative design, new ways of serving refreshments and friendlier bartenders and workers. As Starbuck develops good people connections by getting to know their customers, Della Pub will go a step further and try to find out their likes and dislikes and evolve on client feed-back. Further in the business plan there are a couple of financial indicators that can serve as a guide to this type of business and make a real business out of the ideas and hopes of creating an innovative place of leisure.*

Introducere

Della Pub va fi situat în orașul Petrila din județul Hunedoara. Acesta este unul dintre cele mai potrivite locuri pentru un pub, deoarece este situat strategic pentru a atrage publicul muncitor din clasa de mijloc și clasa de mijloc superioară în timpul prânzului și după ora de ieșire de la lucru. Clădirea va fi amplasată la strada principală și va avea un stil unicat de servire al cafelei și băuturilor. Unitatea va putea găzdui 100 de clienți. Facilitățile vor avea inclusiv două baruri mari și un șemineu, bucătărie și mult spațiu pentru darts și alte distracții care vor face din această loc o atracție excelentă.

1. Date generale ale firmei

Numele Firmei

- S.C. Della S.R.L.

Forma juridică de constituire:

- Societate Comercială

Activitatea principală a firmei și codul CAEN al activității principale:

- Pub&Cafenea - 5630

Valoarea capitalului

- 7500 Lei

Persoana de contact:

- Email: dellapub@yahoo.com
- Tel: 0723****18
- Online: www.dellapub.ro

2. Viziune și strategie

Pub-ul Della are ca scop degustarea cafelelor și băuturilor răcoritoare, înghețată și pe lângă acestea noi creăm și noi toppinguri. Fiind poziționat într-o stație de autobuz, avem foarte mulți clienți, de la elevii și studenții care se grabesc să prindă microbuzul, bunici și nepoti dar și oameni care au timp de ieșit în oraș. Reușim să menținem interesul clienților cu diferitele festivități ce se desfășoară în weekend (un exemplu ar fi Karaoke și concursurile).

În acest tip de mediu, fiecare firmă încearcă să reducă prețurile, să mărească serviciile și produsele și să reducă costurile. Acest lucru, la rândul său, creează represalii în rândul rivalilor și duce la profituri mai mici. Există relativ puține bariere la intrarea în industria pub-urilor/tavernelor, ceea ce face ca amenințarea noilor intrați pe piață să fie foarte reală. Costurile de capital ale înființării unui bar sau tavernă sunt mici și accesul la canalele de distribuție este destul de ușor. Acolo unde firmele caută avantaje este în obținerea unei locații favorabile, construirea echitabilității mărcii prin loialitatea clienților, crearea unui mediu unic sau integrarea înapoi prin producerea de produse unice. Toate acestea necesită noroc, perseverență și conștientizarea nevoilor clienților.

Produsele de bază sunt:

- Cafea;
- Ceai;
- Bauturi racoritoare;
- Înghețată.

Punctele tari ce determină că afacerea va avea succes:

- Motivarea personalului;
- Cunostintele de piata;
- Capacitatea de munca;
- Preturi pentru toate buzunarele;
- Oamenii vor dori mereu să meargă la baruri;
- În vremuri de recesiune economică, barurile, tavernele și locurile de divertisment pe timp de noapte rămân populare;
- Barierele de intrare pentru deschiderea unui nou bar sau locație de tavernă sunt considerate moderate;
- Costurile de exploatare ale întreținerii unui bar sunt moderate.

3. Istoric, management, resurse umane

3. 1. Istoric

- Ideea de afacere a aparut de la o discutie cu tatal meu. Ne gandeam in ce am putea investii bani dar in acelasi timp ne gandeam si la profit. Ideea de afacere este una de familie dar si de personal care să fie ușor de găsit și de instruit.
- Studiez la specializarea „Finanțe bănci” în anul 2 și îmi place ideea de a investi și de a obține profit prin a adăuga valoare.

Sursele de finanțare de care beneficiez;

- Economii;
- Intenționez să fac un credit bancar;
- Salariile următoare.

3. 2. Management, resurse umane

Management

Tabel Nr. 1

Nume și prenume	Funcția	Studii/ Specializări
Ciornila Denisa	Administrator	Universitatea din Petrosani, specializarea “Finante banci”
Popa Ionela	Manager	Universitatea din Cluj Babes Bolyai ,specializarea “Facultatea de Business”
Ana Elena Vasile	Contabil	Universitatea din Cluj Babes Bolyai, specializarea “Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor”

Personal

Detaliere pe funcții/ activități/ nivel de instruire

Tabel Nr. 2

Activitatea	Număr de salariați/ Nivel de instruire
Ospătar	4
Barman	2
Administrator	1
Manager	1
Contabil	1
TOTAL	9

Număr total de salariați, din care:

- cu contract de muncă pe durată nedeterminată: 9

Structura numerică de personal:

- conducerea societății: 1 administrator, 1 manager, 1 contabil
- personal direct productiv:
- specialiști: 2 barmani
- muncitori: 4 ospătari

4. Analiza pieței

Date privind piața și promovarea noului produs/ serviciu:

4.1. Clienți potențiali:

Tabel Nr. 3

Vârsta:	Gen:	Venituri:	Tip:	Regiuni țintă:
• Toate vârstele	• toate genurile	• 500-1000lei	• Persoane fizice • Persoane juridice	• Locală

4.2. Principalele avantaje ale noilor produse/servicii oferite:

Având în vedere faptul că Pub-ul va avea foarte multe produse și foarte multi clienți, este dispus să facă multe oferte pentru potențialii clienți dar și pentru a atrage clienți noi.

4.3. Reacția previzibilă a concurenței la apariția de noi oferte pe piață:

- Crearea noilor produse
- Publicitate și Promovarea produselor
- Atragerea clienților

4.4. Cum se va realiza distribuția produselor

Angajații pub-ului Della servesc și vând clienților produsele în incinta localului.

4.5. Activități de promovare a vânzărilor:

Motivăm clienții noștri prin faptul că le oferim multe oferte, mai ales celor fideli. Noua noastră metodă de promovare este online prin intermediul clienților. (Clienții pun un story cu bauturile și dau tag pub-ului).

Della Pub intenționează să facă publicitate noului său pub cu bere prin ziare și reviste care se concentrează în primul rând pe divertisment și stil de viață. În plus, pub-ul va difuza reclame în reviste locale și intenționează să pună patru reclame publicitare. Experiența anterioară cu alte taverne și berării indică faptul că radioul este un instrument deosebit de util pentru această industrie și managementul intenționează să difuzeze reclame la trei dintre posturile de radio locale cele mai ascultate de tinerii profesioniști cu vârsta între 20 și 40 de ani. Pentru a asigura eficiența maximă acestei campanii, Della Pub a reținut serviciile unei firme de consultanță în publicitate. Reclamele și articolele sunt programate să înceapă la aproximativ o lună după ce pub-ul începe să funcționeze.

5. Analiza costurilor de operare

5.1. Produsele noi

Tabel Nr. 4

Produs	Pret (lei/UM)	Pondere în vânzări totale
Inghetata	5-15 lei	25%
Bauturi racoritoare	15-25 lei	20%
Cafea	10-25 lei	55%

5.2. Principalii furnizori de materii prime:

Tabel Nr. 5

Furnizori	Valoarea anuală a achizițiilor (mii lei)	
Cafea, Inghetată, toppinguri, băuturi alcoolice și non-alcoolice	Maraton	20.000 lei
	Bravon	10.000 lei
	Elita	5.000 lei
Total		35.000 lei

5.3. Cheltuieli anuale de producție:

Tabel Nr. 6

Cheltuieli de producție directe	Valoare - lei	Pondere - %
Materii prime	40.000	6,00
Manoperă directă (salarii + taxe și contribuții sociale)	10.000	19,09
Energie, alte utilități	11.000	7,00
<i>Total cheltuieli directe</i>	10.000	24,75
Administrație / Management/ Contabil	9.000	6,03
Cheltuieli de protecția muncii și a mediului	10.000	7,03
<i>Total cheltuieli indirecte</i>	7.000	30
TOTAL	97.000	100

5.4. Venituri anuale preconizate:

Tabel Nr. 7

Vânzări la capacitatea maximă	Suma (lei)
Cafea	25.000
Ceaiuri	5.000
Inghețată	10.000
Băuturi răcoritoare și pe bază de alcool sau fără	15.000
Total	55.000

5.5. Aprovizionare și Transport

Prin intermediul mijloacelor de transport ce aparțin de furnizori, materiile prime, vor fi aduse direct la sediul firmei.

Pentru achiziționarea produselor ce nu se găsesc la furnizori, acestea vor fi comandate prin intermediul online.

6. Modul de asigurare cu utilități:

Locația Pub-ului Della este în Petrița, județul Hunedoara, strada Huniazilor numărul 4, zonă foarte liniștită, la strada principală, loc frecventat de un număr mare de clienți.

Utilizarea spațiilor va fi făcută de către companii specializate.

Decorul va fi realizat de către un designer de spații interioare.

7. Date privind capacitatea de producție

Unități produse/ 12 ore: 100 buc.

Nr. de schimburi necesare: 2

Preț mediu / unitatea de produs: 100 lei

Indicatori financiari ai investiției

Tabel Nr. 8

Indicator	Valoare (în mii Lei)
	Anul 2022
Indicatori de profitabilitate:	500
Rentabilitatea activelor	1.000
Rata rentabilității nete = Profit net/ Vânzări	2.000
Serviciul datoriei	5.000
Punctul critic al vânzărilor (PCV)	1.500
Rentabilitatea netă a capitalului propriu	4.000

Concluzii

Există o mare varietate de baruri, restaurante, cluburi de noapte și alți concurenți direcți și indirecti în zona Petrița. Operatorii de pub-uri concurează în primul rând pe preț și calitatea și unicitatea serviciilor lor. În timp ce prețul băuturilor poate fie să atragă, fie să descurajeze noi clienți, operatorii concurează în primul rând pentru a oferi cea mai bună calitate și gust. Ca atare, multe Pub-uri oferă o varietate de articole care adaugă valoare experienței generale de băut, inclusiv vinuri, băuturi spirtoase și beri unice. Operatorii trebuie să ofere, de asemenea, comoditate, deoarece mulți consumatori apelează la Pub pentru o experiență rapidă și satisfăcătoare. În consecință, securizarea locațiilor optime în apropierea zonelor cu densitate mare de clienți, în special a zonelor cu trafic pietonal ridicat, este esențială pentru a atrage o bază suficientă de clienți în timpul orelor de vârf.

Serviciile rapide, precise și excepționale pentru clienți influențează, de asemenea, succesul unei afaceri cu pub. Afacerile cu pub-uri se confruntă, de asemenea, cu o concurență intensă din partea unei varietăți de întreprinderi de servicii de băuturi, inclusiv magazine locale de vânzare cu amănuntul, saloane și restaurante cu servicii complete. În timp ce puburile sunt poziționate în mod unic pe piață ca o opțiune convenabilă și accesibilă, băuturi similare sunt oferite în magazinele locale de vânzare cu amănuntul, alimente, saloane și restaurante cu servicii complete. Operatorii din industrie se confruntă, de asemenea, cu concurență indirectă din partea supermarketurilor și a magazinelor alimentare.

Bibliografie:

1. <https://start-up.ro/ce-este-un-plan-de-afaceri-si-cum-il-faci/>
2. https://www.academia.edu/7370525/Modele_planuri_de_afaceri
3. https://www.rubinian.com/plan-de-afaceri-definire-si-structura_18.php
4. <https://www.startupcafe.ro/idei-si-antreprenori/cum-faci-pland-de-afaceri-pasi-ce-contine.htm>

Structuri de sprijinire a dezvoltării afacerilor

Autor: Ciubotaru Andreia
Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Commencing with the period after the Romanian Revolution, more precisely, starting in the 1990s, entrepreneurship began to bloom, developing continuously since then and bringing significant economic benefits to our country. In this paper, I will try to present some concepts, but also other ideas related to the world of entrepreneurship.*

Introducere

Rolul antreprenorului constă în organizarea și coordonarea activităților unei întreprinderi cu scopul realizării unui profit. De asemenea, acesta preia inițiativa, talentul și abilitatea de a asigura capitalul necesar. După literatura de specialitate, un antreprenor este cel care își asumă riscuri, creează, inovează, lansează și conduce o nouă afacere, în funcție de oportunitățile ivite.

Societatea actuală evoluează cu o viteză uluitoare, suprinzând printr-un ritm accelerat schimbările care vizează toate aspectele existenței umane iar antreprenorul este considerat motorul principal al dezvoltării economice, deoarece generează creștere și servește ca un vehicul pentru schimbare și inovare. Rolul antreprenoriatului în economia contemporană este unul bine conturat, fiind cel care dezvoltă noi modele, aduce soluții inovatoare, își asumă riscurile asociate dezvoltării afacerii și caută mereu formula de succes.

Pentru a face față provocărilor existente, întreprinderile trebuie să inoveze mai mult ca oricând, antreprenorii investesc în inovații iar statul urmărește crearea a tot mai multe tipuri de structuri de sprijinire a afacerilor obținerea de avantaje competitive.

Structurile de sprijinire a afacerilor de importanță regională/locală - reprezintă structuri clar delimitate, care asigură o serie de facilități și/sau spații pentru operatorii economici care desfășoară activități economice de producție și de prestare servicii în structura de afaceri: parcuri industriale, tehnologice, de afaceri, logistice, incubatoare de afaceri (cf Ord 287/2008).

Incubatoarele de afaceri în România

Denumit și ”centru incubator de afaceri inovativ”, incubatorul de afaceri presupune o societate a cărei activitate are ca obiectiv ușurarea inițierii și dezvoltării de noi afaceri inovative bazate pe tehnologii avansate.

Acestea au rolul de a reduce impactul provocărilor din calea IMM-urilor ce elaborează și implementează inovații și care asigură sustenabilitate, dar și competitivitate.

Etapele înființării unui incubator de afaceri, sunt:

- Efectuarea de cercetări de oportunitate sau elaborarea strategiei de incubare;
- Identificarea spațiului de activitate;
- Alegerea managementului incubatorului;
- Elaborarea planului de afaceri;
- Stabilirea surselor de finanțare;
- Identificarea potențialilor clienți;
- Semnarea contractelor de colaborare cu clienții.

Tabelul 1

Rata de supraviețuire a afacerilor incubate

Țara/ Regiunea	Rata de supraviețuire
Brazilia	80% - continuă să funcționeze după 3 ani
Europa	89% - continuă să funcționeze după 3 ani
SUA	85%- continuă să funcționeze după 2 ani
Germania	90% - continuă să funcționeze după 3 ani

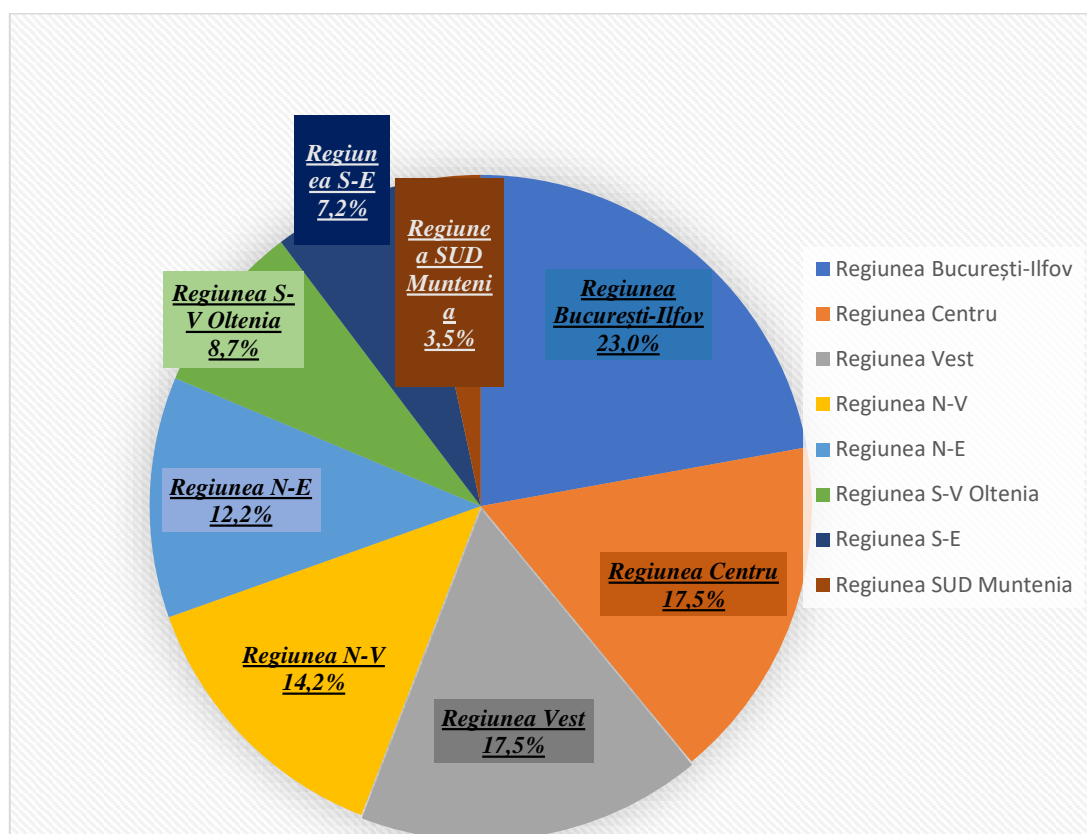


Fig.1. Ponderele incubatoarelor din România organizate pe regiuni (2010)

În România se găsesc 14 astfel de incubatoare, dintre care 8 sunt în regiunea București-Ilfov.

Tipuri de incubatoare de afaceri

- Incubatoare tip ORGANIZAȚIE-constă în implementarea unor programe și activități de incubare, dar și de consultanță conexasă.
- Incubatoare tip PROIECT- cuprinde inițiative, programe sau proiecte realizate de organizații nespecializate sau care activează în diferite domenii de specialitate, printre care și cel de antreprenoriat social.

Principalul obiectiv al incubatoarelor de afaceri, este de a asigura dezvoltarea pe plan local cu scopul creării unor locuri de muncă prin punerea la dispoziția firmelor de consultanță, cum ar fi consultanță pentru realizarea planului de afaceri, consultanță în marketing, crearea unui brand, etc.

Alte tipologii de incubatoare

A. După surse de finanțare:

- De stat (ministere, universități de stat);

- **Private**(asociații, universități private);
- **Mixte**

B. După structura de servicii:

- Incubatoare tradiționale;
- Incubatoare tehnologice;
- Incubatoare mixte;
- Incubatoare culturale;
- Incubatoare sociale;
- Incubatoare pentru afaceri în domeniul agriculturii;
- Incubatoare sectoriale.

C. După locul de amplasare:

- Incubatoare urbane;
- Incubatoare rurale;
- Incubatoare suburbane.

Acceleratoare de afaceri

Conceptul de ”accelerator de afaceri” presupune un program ce se desfășoară în cadrul incubatoarelor de afaceri și care are rolul de a asigura pe etape, participanților, accesul la finanțare cu scopul lansării pe piață a unui produs sau a unui serviciu, în termen de 3 până la 6 luni.

În cadrul acestui program, participanții au parte de educație antreprenorială, sesiuni de networking și workshop-uri cu scopul de a accelera afacerea, dar și de a asigura un schimb internațional de calitate și dezvoltare a oamenilor de afaceri prin conectarea unor diferite nișe de piață.

Printre cele mai întâlnite astfel de acceleratoare, putem menționa:

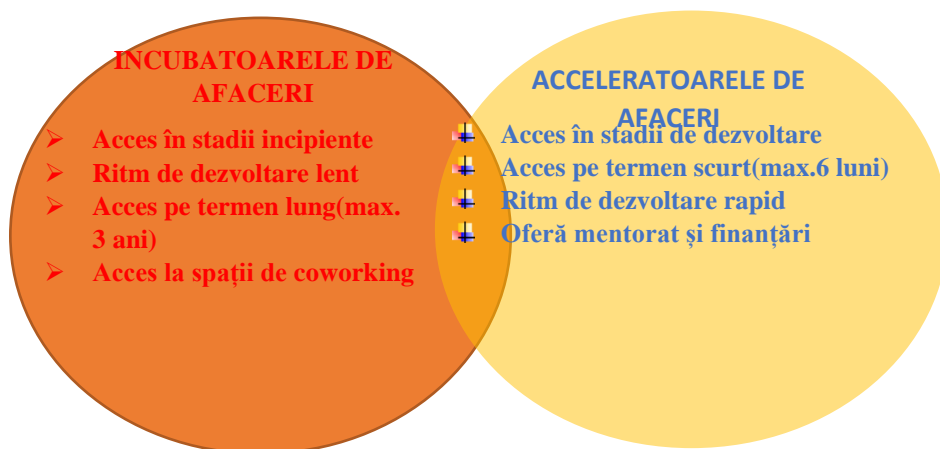
- Seed Camp și Tech Stars în Londra ;
- Startup Bootcamp în Dublin ;
- Rockstart- Olanda ;
- Tech Peaks- Italia ;
- Eleven și Launch Hub în Bulgaria

În România, programul *Innovation Labs* se desfășoară la București și la Cluj, în cadrul căruia participanții prezintă idei de afaceri în fața mentorilor, iar cele mai bune proiecte, vor fi susținute și finanțate. După ce au fost selectați, participanții vor lucra timp de 3 luni alături de antreprenori profesioniști și vor dezvolta afacerea, iar la final echipele vor prezenta ideile de afaceri în cadrul evenimentului *Demo Day*.

Alte acceleratoare de afaceri în România

- MVP Academy;
- Techcelerator;
- Orange Fab;
- Scale Out

Diferența între incubatoarele de afaceri și acceleratoarele de afaceri



Alte diferențe:

	Incubatoare de afaceri	Acceleratoare de afaceri
Timp	Oferă sprijin administrativ și logistic pentru maxim 3 ani	Rulează programe intensive pentru 3-6 luni
Condiții de acces	Sprijină afacerile nou înființate, doar în primele stadii	Oferă finanțare și mentorat afacerilor existente cu potențial de creștere
Finalizare	Nu au un punct final	Au la final un pitch(prezentare)
Taxă de acces	Sunt realizate de organizații și nu solicită capitaluri proprii	Percep un procent din afacere în schimbul finanțării

Exemple de incubatoare de afaceri din România

- IncubAT- proiectul incubatoarelor de afaceri și tehnologii
- ASE StartUp- Incubator de afaceri din cadrul Academiei de Studii Economice
- Ingenius Hub- Pune la dispoziție spații de coworking și o platformă pentru deschiderea și dezvoltarea unei afaceri
- Impact Hub- oferă spații de lucru, programe de dezvoltare și incubare a afacerii

Concluzii

În concluzie, acceleratoarele și incubatoarele de afaceri au rolul de a atenua impactul problemelor cu care se confruntă IMM-urile, care elaborează și implementează inovații, asigurând sustenabilitate și competitivitate. De rând cu promovarea spiritului antreprenorial, acestea joacă un rol esențial în promovarea transferului de cunoștințe, a inovațiilor, introducerea în circuitul economic a rezultatelor cercetării, creează legături între mediul de afaceri, universități, instituții de cercetare, etc., legături între persoane, talente și resurse.

Bibliografie:

1. Burduș E., Căprărescu Gh., *Fundamentele managementului organizației*, Editura Economică, București, 1999
2. Cârstea Gh., Pârvu F., *Economia și gestiunea întreprinderii*, Editura Economică, București, 1999
3. Croitoru A., *Studiul sociologic al antreprenoriatului în volumul Este România altfel ? Societatea și sociologia încontro ?*, Ed. Universității Lucian Blaga din Sibiu, 2016
4. Dura C., Isac C. ș.a. *Managementul afacerilor*, Ed. Universitas, Petroșani, 2018
5. Nicolescu O., *Sistemul organizatoric al firmei*, Ed. Economică, București, 2003
6. <https://startco.ro/blog/incubatoarele-si-acceleratoarele-de-afaceri/>
7. <http://cudalbi2020.ro/incubatoare-de-afaceri-evolutii-si-tendinte/>
8. <https://www.scribd.com/doc/86464937/Incubator-de-Afaceri>
9. <https://schimbamromania.ro/networking/acceleratoare-de-afaceri/>
10. <https://synerb.org/incubatoare-acceleratoare-antreprenori-sociali-ro/>
11. 5. <https://synerb.org/incubatoare-acceleratoare-antreprenori-sociali-ro/>

Plan de afaceri „University Coffee”

Autor: Dănilă Diana Maria

Coordonator: Asist. univ. dr. Bartalis Anne-Marie

Universitatea din Petroșani

Abstract: “Coffee, the favorite drink of the civilized world.”- Thomas Jefferson

Our business idea is to open a successful cafe within the University of Petroșani, which will offer quality products and services, thus managing to create a stable clientele. “University Coffee” aims to attract its customers by offering high quality products, at affordable prices and in a pleasant atmosphere. Our customers will be able to enjoy a wide range of coffees, teas, soft drinks, bakery products and sandwiches.

1. Descrierea afacerii

Industria HoReCa (și în mod special cafenelele) a fost una dintre cele mai greu lovite în doi ultimii ani. O dată cu ridicarea restricțiilor impuse de pandemia de Covid 19, consumul prin cafenele a crescut, clienții revenind în cafenele și baruri, momentan neatingându-se însă nivelul cifrelor de afaceri de dinainte de pandemie.

Deși în Petroșani există un număr mare de cafenele, această piață are în continuare un imens potențial, în condițiile în care numărul actual de cafenele și baruri este insuficient pentru populația existentă.

Societatea noastră urmărește deschiderea unei cafenele de succes în cadrul Universității din Petroșani, care să ofere produse și servicii de calitate, reușind astfel să își creeze o clientelă stabilă.

Oferta cafenelei este centrată pe cafea: de la cafele clasice (espresso, cappuccino, cafe latte, marocchino etc.), până la cocktailuri originale, precum Comfort Coffee, Frozen Irish Coffee, Hot Dylan, Scrump Coffee, Boston Carribean Coffee etc. Oferta va fi completată de un meniu cuprinzător de ceaiuri aromate calde și reci și de băuturi non-alcoolice. Nu în ultimul rând, alături de o ceașcă de cafea, clienții cafenelei pot degusta produse de patiserie, prăjituri sau sandwich-uri. Se va lucra doar cu anumiți furnizori de cafea, astfel încât să se asigure un înalt standard de calitate. Produsele de patiserie și prăjiturile vor fi procurate de la un laborator de prăjituri local, iar sandwich-urile de la un magazin specializat. Pe lângă aceste produse, cafeneaua va oferi acces gratuit la internet wireless și la anumite ziare și reviste mondene. În viitor cafeneaua va organiza seri tematice (karaoke, muzica live, etc.). Spațiul cafenelei va putea fi închiriat pentru petreceri private.

2. Misiune, obiective, viziune

Misiunea afacerii noastre este aceea de a valorifica potențialul oferit de segmentul de piață ales, pentru a oferi clienților produse de calitate superioară, într-o atmosferă veselă și relaxantă. În viitor ne dorim ca ideea noastră să fie poate preluată și implementată (ca franchiză) și în alte centre universitare din țară. Aceasta caracterizează viziunea managementului cu privire la ceea ce firma intenționează să facă pe termen lung. Prin această misiune sunt declarate practic specificul activităților pe care firma le va întreprinde și orientarea managementului în viitor.

Conducerea companiei are o abordare strategică în ceea ce privește proiecțiile viitoare, stabilindu-și următoarele obiective:

Obiective calitative:

- Dezvoltarea unei imagini favorabile pe piața locală (ulterior și națională);
- Adaptarea permanentă la mediul de afaceri din zonă prin oferirea de noi produse și modalități de petrecere a timpului liber;
- Dezvoltarea unei relații de încredere cu clienții, astfel încât promovarea cafenelei să se realizeze în primul rând prin recomandări;
- Crearea unor relații cu furnizorii bazate pe încredere și profesionalism;
- Creșterea gradului de loialitate a clienților față de produsele oferite;

Obiective cantitative:

- Dezvoltarea portofoliului de clienți;
- Creșterea cifrei de afaceri cu cel puțin 10% anual, începând cu cel de-al doilea an de activitate;
- Creșterea profitabilității producției cu cel puțin 15% în următorii ani;

Viziunea nu este încadrată în timp, fiind însă clar definită și dezvoltând detalii despre modul în care obiectivele vor fi atinse. Viziunea creată generează o atitudine de încredere în viitor și în posibilitățile firmei de a se dezvolta în sensul transformării viziunii propuse în fapte. Ne propunem câștigarea unei poziții pe piață și consolidarea acesteia, transformarea logo-ului într-un brand pe piața locală și ulterior națională, precum și permanentizarea legăturilor sale cu clienții, astfel încât rețeaua de clienți fideli să fie în continuă extindere.

3. Locație și resurse umane

Un punct cheie în demararea oricărei afaceri este găsirea locației potrivite, care să asigure vizibilitate și traficul necesar de clienți. **Locația** aleasă va ajuta sau va împiedica dezvoltarea afacerii.

În ceea ce privește spațiul necesar desfășurării activității, firma va închiria un spațiu, în cadrul universității, cu o suprafață totală de 60 metri pătrați, dispunând de toate utilitățile necesare.. În cadrul locației vor fi amplasate 4 mese de 6 persoane și 8 mese de 4 persoane.

Orarul de funcționare al cafenelei va fi 08:00-16:00, de luni până vineri, iar în week-end cafeneaua va funcționa doar când vor fi întâlniri studențești.

Personalul necesar pentru ca societatea să își desfășoare activitatea în cele mai bune condiții, trebuie alcătuit din:

- manager: 1
- barman: 2
- ospătar: 4

Personalul va fi recrutat din cadrul studenților universității. Angajații (barmanii și ospătarii) vor lucra în regim part-time (4 ore/zi), în două schimburi (08-12 și 12-16), aflându-se în subordinea directă a managerului. Îndatoririle și responsabilitățile fiecăruia dintre aceștia vor fi prevăzute în fișa postului.

4. Analiza pieței

Fundamentarea acțiunilor firmei pornește de la următoarele premise, și anume: firma va fi orientată în permanență către clienți și către piață, iar întreaga activitate și întregul personal vor fi canalizate în direcția satisfacerii clienților existenți și potențiali.

Elementul cheie în lumea afacerilor îl constituie satisfacerea nevoii clientului.

”University Coffee” intenționează să își atragă **clienții** prin oferirea unor produse de înaltă calitate, la prețuri accesibile și într-o ambianță plăcută. Clienții noștri se vor putea bucura de o gamă variată de cafele, ceaiuri, băuturi răcoritoare, produse de panificație și sandwich-uri. Acest lucru reprezintă în opinia managementului un atu, întru-cât momentan în universitate nu există nici o

cafenea, cea mai apropiată fiind la ieșirea din campus. În campus fiind amplasate doar câteva automate de cafea, cu o gamă restrânsă de produse. Iar în ceea ce privește posibilitatea de achiziționare de produse de patiserie sau sandwich-uri, cele mai apropiate locații sunt în oraș, la o distanță destul de mare de campus.

Principalii clienți vor fi studenții, cadrele didactice și personalul auxiliar din cadrul universității. Piața potențială include și tinerii din Petroșani.

Pentru a asigura o calitate înaltă a produselor noastre vom lucra cu furnizori consacrați din domeniu.

Concurența este reprezentată de cafenelele și barurile aflate în apropierea campusului. Unul dintre principalele avantaje care este oferit de către concurenții de pe piață se referă la capacitatea consumatorului de a percepe diferențele existente între produsele care i se oferă pe piață (concurența este un stimul destul de important).

5. Analiza SWOT

Analiza SWOT este o metodă eficientă, utilizată în cazul planificării strategice pentru identificarea potențialelor priorități și pentru crearea unei viziuni comune de realizare a strategiei de dezvoltare.

Punctele tari ale afacerii sunt caracteristicile sau componentele distinctive pe care aceasta le deține la un nivel superior în comparație cu alte cafenele. Astfel prezentat, punctele tari, reprezintă activitățile pe care firma le realizează mai bine decât firmele concurente sau resurse pe care le deține și care le depășesc pe cele ale altor firme. Astfel ”University Coffee” prezintă următoarele puncte tari:

- ✓ locația;
- ✓ calitatea ridicată a produselor oferite;
- ✓ experiența responsabilului de cafea;
- ✓ raportul calitate-preț;
- ✓ gamă diversificată de produse;
- ✓ orientare către client;
- ✓ stabilitatea segmentului de nișă abordat.

Punctele slabe ale firmei sunt caracteristici ale acesteia care îi determină un nivel de performanță inferior celui al firmelor concurente, astfel putem identifica următoarele puncte slabe:

- ✓ lipsa unui renume pe piață cafenelelor din zonă;
- ✓ lipsa de experiență a asociatului;
- ✓ programul de funcționare (orarul) relativ redus;
- ✓ încasări mici pe perioada vacanțelor;
- ✓ concurența acerbă existentă pe piață;
- ✓ vulnerabilitatea la presiunile concurenței.

Oportunitățile reprezintă factorii de mediu externi pozitivi pentru firmă, altfel spus șanse oferite de mediu firmei, pentru a-și stabili o nouă strategie sau a-și consolida strategia existentă în scopul exploatarea profitabilă a oportunităților apărute. Cu privire la oportunitățile potențiale, pot fi menționate următoarele:

- ✓ număr în continuare redus de cafenele;
- ✓ o ieșire la cafea presupune un cost mai mic decât o ieșire la restaurant;
- ✓ o mai mare deschidere a consumatorilor către socializare în afara casei;
- ✓ creșterea consumului zilnic de cafea (mai mult de o ceașcă pe zi);
- ✓ gusturile consumatorilor de cafea au evoluat, aceștia apreciind acum o cafea și un serviciu de calitate;
- ✓ scăderea timpului petrecut într-o cafea.

Amenințările sunt factori de mediu externi negativi pentru firmă, cu alte cuvinte sunt situații sau evenimente care pot afecta nefavorabil, capacitatea firmei de a își realiza integral obiectivele stabilite, determinând reducerea performanțelor ei economico-financiare. Ca și în cazul oportunităților, “amenințările” de diverse naturi și cauze planează permanent asupra firmei, anticiparea sau sesizarea la timp permițând firmei să își consolideze planurile strategice astfel încât să le evite sau să le minimalizeze impactul. Mai mult, atunci când o amenințare iminentă este sesizată la timp, prin măsuri adecvate aceasta poate fi transformată în oportunitate.

Reprezintă amenințări pentru afacerea noastră următoarele:

- ✓ posibila scădere a consumului ca frecvența și cantitate;
- ✓ diminuarea puterii de cumpărare a clienților;
- ✓ adoptarea unor reglementări legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil;
- ✓ schimbarea preferințelor clienților;
- ✓ creșterea costului cu materia primă;
- ✓ vulnerabilitate la fluctuațiile mediului de afaceri;
- ✓ creșterea puterii de negociere a furnizorilor;
- ✓ intrarea unor noi competitori pe piață;
- ✓ creșterea presiunii concurenței

6. Proiecții financiare

Valoarea investiției inițiale necesare este estimată la suma de 22.000 Euro. Asociatul unic va contribui cu suma de 1.100 Euro, suma rămasă urmând a fi asigurată prin intermediul Programului pentru stimularea înființării întreprinderilor mici și mijlocii ”Start-up Nation-ROMÂNIA”. Investiția va fi recuperată integral începând cu primul an de activitate, din profitul net realizat de firmă.

✓ **Investiția necesară pentru deschiderea cafenelei**

Investiția inițială cuprinde ansamblul cheltuielilor necesare pentru deschiderea cafenelei și anume: cheltuielile cu amenajarea spațiului, achiziționarea mobilierului și a aparatului, achiziționarea veselei, asigurarea unui stoc de materie primă și materiale care să asigure funcționarea cafenelei pentru o lună .

În Tabelul 1 este reflectată valoarea totală a investiției inițiale.

Tabelul 1: Cheltuieli necesare pentru deschiderea cafenelei

Nr. crt.	Denumire	Valoare totală (Euro)
1	Mobilier	3.000
2	Aparatură	4.000
3	Veselă	1.000
4	Materie primă	4.000
5	Elemente de decor	1.500
	TOTAL	13.500

(Sursa: prelucrare proprie)

✓ **Previziunea costurilor de operare**

Principalele categorii de costuri de operare lunare sunt: cheltuielile cu materiile prime și materialele utilizate, salariile angajaților, cheltuielile cu chiria, cheltuielile cu utilitățile etc. Aceste costuri sunt detaliate în Tabelul 2.

Tabelul 2: Costurile lunare de operare

Nr. crt.	Categoria de cost	Valoare (Euro)
1.	Materii prime	4.000
2.	Salarii	2.500
3.	Chirie	300
4.	Utilități	400
5.	Materii consumabile	400
	TOTAL	7.600

(Sursa: Prelucrare proprie)

✓ **Venituri anuale preconizate**

Pentru estimarea veniturilor totale la nivel de afacere s-a pornit de la un nivel așteptat al vânzărilor lunare și anuale. Aceste venituri preconizate sunt prezentate în tabelul următor.

Tabelul 3: Venituri anuale preconizate

Anul	Venituri (Euro)
1	108.000
2	115.000
3	120.000
TOTAL	343.000

(Sursa: Prelucrare proprie)

Pentru punerea în aplicare a ideii de afacere este necesară o investiție inițială de 22.000 Euro. Deoarece aportul asociatului unic reprezintă doar 5% din necesarul de finanțare, pentru restul sumei se va apela la o schemă de ajutor din partea statului roman.

Tabelul 4: Sursele de finanțare

Sursa de finanțare	Suma (Euro)	%
Programul Start-up Nation Romania	20.900	95
Capital propriu	1.100	5
Total	22.000	100

(Sursa: Prelucrare proprie)

Așa cum se poate observa din tabelele anterioare, compania estimează a realiza profit în cei trei ani, începând chiar cu primul, fapt ce demonstrează că ideea de afacere este una viabilă, investiția inițială putând fi recuperată chiar din primul an de activitate.

7. Concluzii

Pentru orice nou antreprenor, există o teamă la început de drum, o teamă legată de anumite dificultăți, obstacole sau chiar și riscuri. Așadar, consider că acestea sunt inevitabile. Pe parcursul derularii activității putem întâmpina dificultăți cu personalul angajat, poate chiar cu lipsa acestuia la un moment dat.

Prezentul plan de afaceri este gândit în varianta pesimistă, atât pentru previzionarea cheltuielilor dar mai ales pentru previzionarea veniturilor. Cu toate acestea se observă că firma are mai șanse să înregistreze profit din primul an se activitate.

Din analiza ansamblului de informații prezentate anterior decurg următoarele concluzii esențiale:

Afacerea este **fezabilă** din punct de vedere *comercial* și *financiar*, “University Coffee” este o afacere care asigură recuperarea investiției inițiale încă din primul an de activitate, și valori ale profitului net situate pe un trend ascendent de la un an la altul.

Rezultatele viitoare preconizate evidențiază o continuitate în procesul de adaptare la cerințele pieței, fără a se neglija problema eficienței și rentabilității.

Ideea de afacere nu prezintă riscuri majore, întrucât segmentul de piață abordat este unul relativ stabil, caracterizat printr-o fidelitate a clienților.

Ideea de afacere promovată are toate șansele să devină una de succes.

Bibliografie:

1. Isac C., Dura C., *Strategii de afaceri. Note de curs*, Petroșani, 2009
2. Isac C., *Diagnosticare strategică. Note de curs*, Petroșani, 2017
3. Isac C., Niță D., Dura C., Monea M., Drigă I., *Ghid de elaborare a planului de afaceri*, Ed. Universitas, Petroșani, 2017
4. Monea Mirela, *Analiză economico-financiară*, Ed.Universitas, Petroșani, 2015
5. *** Ghidul tânărului antreprenor,
http://www.aippimm.ro/files/articles_files/50/3080/ghidultanarului-intreprinzator.pdf
6. *** www.start-upnation.ro

Implicarea marilor companii de business în antreprenoriatul social

Autor: Foszto (Drăgoi) Irina

**Coordonator: Conf. univ. dr. Ghicajanu Mihaela
Universitatea din Petroșani**

Abstract: *Social entrepreneurship uses business to offer new ideas for wide-scale social and environmental impact. Social entrepreneurship unites the passion of a social mission with an image of business-like discipline, innovation, and determination. Many social entrepreneurs launch whole new ventures applying innovative and often risk-taking approaches to create scalable solutions, which includes inventing new products and services. Others join existing social enterprises aligned with their interests and passions. Entrepreneurs create sustainable organizations, which can be set up as nonprofit or traditional companies, with the overall goal to achieve large scale, sustainable and systematic change through new ventures. Nonprofit models that rely on an earned income stream generate income from their own activities to sustain the organization. While these nonprofits might also receive supplemental funding from grants and donations, they tend to be less dependent on these sources. For-profit companies have a social and/or environmental mission embedded into their business model. These companies measure themselves by a double (financial and social) or triple (financial, social, and environmental) bottom line. Some go as far as to write these missions into their legal structure via emerging models like the B Corporation.*

1. Introducere

La modul general antreprenorul și antreprenoriatul poate fi definit astfel: „Antreprenorul este o persoană care creează o afacere nouă, suportă multe riscuri și se bucură de cele mai multe recompense. Antreprenorul este văzut ca un inovator, o sursă de idei noi, de bunuri, produse și servicii noi”. (<https://www.investopedia.com>). Această abordare în prezent este împrumutată și adoptată și în literatura de specialitate de la noi, respectiv:

Antreprenorul este un întreprinzător, adică o persoană care are inițiativa și își asumă riscul de a porni sau dezvolta o afacere sau o activitate bazată pe inovație, fie că aceasta este de natură tehnică, economică, uman – socială sau ecologică.

Peter Drucker considera despre antreprenoriat:

- abilitatea de a avea succes pe piață cu o nouă creație - orice activitate merită luată în seamă dacă se materializează într-o valoare adăugată, dacă aduce bani
- inovarea sunt considerate elemente esențiale și indispensabile
- muncă, perseverență
- ingeniozitate și predispoziție pentru afaceri
- rezultatul inovației antreprenoriale trebuie să aibă un efect economic și social
- inovația creează un efect economic și produce consecințe pentru societate, o schimbare care afectează pozitiv sau negativ anumite categorii de oameni.

În contextul mediului economic și social actual, a schimbărilor sociale și economice la nivel mondial, regional sau local au apărut conceptele de antreprenoriat social și antreprenor social și în ultimul timp au o mare popularitate în cadrul proiectelor de tip social.

2. Antreprenoriatul social: definiție, caracteristici

Conceptul de antreprenoriat social continuă să rămână unul mai puțin cunoscut publicului larg. Există mai multe definiții ale antreprenoriatului social, iar formele organizaționale adoptate de întreprinderile sociale sunt diferite de la o țară la alta. Din acest motiv, realizarea unor comparații internaționale este mai dificilă. Cu toate acestea, una între cele mai acceptate definiții ale antreprenoriatului social și antreprenorului social sunt următoarele:

Antreprenoriatul social constă în dezvoltarea unor proiecte sau afaceri cu efecte în beneficiul unui grup de persoane, categorii sociale sau a unei comunități, care se află în dificultate din punct de vedere economic și social.

Antreprenorii sociali sunt acele persoane care aleg să răspundă unor nevoi sociale pe care sistemul național de asistență socială nu este capabil sau evită să le acopere și care se străduiesc să obțină resursele necesare (umane – cel mai adesea voluntari –, financiare și logistice) pentru a „genera o schimbare socială”.

Caracteristicile antreprenoriatului social:

- Antreprenoriatul social nu urmărește să obțină un profit financiar substanțial pentru investitori – în special organizații filantropice și guvernamentale – sau pentru el însuși;

- Spre deosebire de antreprenoriatul clasic, axat pe o piață dispusă să plătească pentru inovare și chiar să favorizeze investitorii, antreprenoriatul social vizează subgrupurile de populație insuficient deservite, neglijate sau foarte vulnerabile, care nu dispun de mijloacele financiare sau de influența politică pentru a putea beneficia de anumite avantaje. Acest lucru nu înseamnă că antreprenorii sociali evită sau resping în totalitate ideea de profit.

- Afacerile dezvoltate de întreprinzătorii sociali pot genera cu siguranță venituri și pot funcționa atât ca organizații non-profit, cât și sub formă de întreprinderi orientate spre profit.

- Ceea ce distinge antreprenoriatul social de cel clasic este tocmai binele social, care ar trebui să primeze asupra intereselor particulare și de afaceri.

- Antreprenorii orientați către afaceri se concentrează pe profit prin satisfacerea nevoilor clienților lor pentru a-și extinde influența afacerilor lor către un număr cât mai mare de clienți posibil. Ei fac asta, de cele mai multe ori, prin găsirea unor lipsuri într-o piață sau industrie și completarea acelor lipsuri cu oferta lor. Antreprenorii sociali, pe de altă parte, se concentrează pe bunăstarea și dezvoltarea mediului și a comunității din care fac parte. Ei identifică bariere, obstacole și lipsuri în aceste medii sau în rândul oamenilor din aceste medii și acționează pentru a rezolva acele lipsuri.

- Deși antreprenoriatul social este un mod a face afaceri privind dincolo de profit, întreprinderile sociale au început să se dezvolte din ce în ce mai mult în întreaga lume. Cu toate acestea, statisticile arată că acest sector este încă slab reprezentat.

- Antreprenoriatul social este un fenomen care poate aduce lumea business-ului mai aproape de oameni.

- Față de antreprenoriatul social și de întreprinderile sociale, inovarea socială este mai mult despre idee și concept. Dacă în cazul antreprenoriatului social este vorba de o mentalitate care este pusă în aplicare într-o întreprindere socială, printr-un model de business sustenabil, inovarea socială, ca și concept ține de idee.

Ei bine, dacă este vorba de idee, inovarea socială apare de cele mai multe ori sub forma unor fonduri și proiecte la scară largă. O altă deosebire dintre inovarea socială și antreprenoriatul social este aceea că inovarea socială, ținând cont de idee și de proiect, satisface beneficiarul doar la un nivel superficial, în timp ce antreprenoriatul social îl învață pe beneficiar să își satisfacă singur nevoile. Acest lucru poate fi comparat cu proverbul – „Dă-i unui om un pește și va mânca o zi, învață-l să pescuiască și va mânca în fiecare zi.”

3. Tipuri de organizații din sfera antreprenoriatului social

În funcție de trei factori: motivație, folosirea veniturilor și responsabilitate, pot fi identificate patru tipuri de organizații din sfera antreprenoriatului social.

Cele patru tipuri de organizații se încadrează între două extreme – organizațiile non-profit tradiționale și organizațiile tradiționale pentru profit, de tip afaceri.

Așadar, după organizațiile tradiționale non-profit, primele din sfera antreprenoriatului social sunt:

1. **Organizațiile non-profit** cu activități care generează venituri – aceste tipuri de organizații încorporează, pe lângă activitățile lor principale, și activități comerciale care generează venituri suplimentare. Toate veniturile sunt reinvestite în activitatea organizației.

Un astfel de exemplu vine de la grădina zoologică din Washington DC care vinde bălegarul elefanților ca și îngrășământ natural. Deși există profit, acesta este nesemnificativ.

2. **Întreprinderi sociale** – sunt acele organizații care au obiective sociale specifice care sunt scopul principal al organizației. Ele își propun să maximizeze atât profitul cât, mai ales, beneficiile aduse societății sau mediului înconjurător. Diferența dintre organizațiile non-profit menționate mai sus și întreprinderile sociale este că cele din urmă sunt operate ca un business.

Dacă la exemplul anterior, bălegarul era vândut ca îngrășământ, la o grădină zoologică acesta este transformat în hârtie premium, de înaltă calitate care este vândută în lanțuri întregi de magazine, existând și angajați pentru întregul proces de producție a hârtiei.

3. **Afaceri responsabile social** – Acestea sunt business-uri tradiționale pentru profit care sunt conștiente de elementul social și care integrează sustenabilitatea în activitățile de afaceri.

Cei de la Lego, de exemplu, își îndreaptă de câțiva ani atenția spre schimbarea climatică și spre reducerea de deșeuri. În 2015 au investit 150 de milioane de dolari pentru aceste probleme și își propuseseră ca până în 2020 să treacă la energie regenerabilă.

4. **Corporații care practică responsabilitate socială** – Acestea sunt, de asemenea, afacerile tradiționale pentru profit care practică responsabilitatea socială. Spre deosebire de afacerile responsabile social, corporațiile care practică responsabilitate socială chiar integrează acest element în activitățile lor.

Un bun exemplu este Patagonia, o companie de haine pentru expediții care își construiește și produsele și procesele astfel încât acestea să țină cont de mediul înconjurător.

4. Inovarea socială – caracteristică a antreprenoriatului social

Inovarea socială poate fi înțeleasă ca fiind „activități și servicii inovatoare care sunt motivate de obiectivul de a satisface nevoia socială și care sunt dezvoltate și realizate predominant prin organizații ale căror scopuri primare sunt sociale” (Ghid de inovare socială, 2019).

Inovarea socială a apărut ca răspuns la provocările sociale, de mediu și demografice tot mai numeroase, complexe, multidimensionale, care implică o multitudine de părți interesate.

Ca și concept general, inovarea economică constă în aplicarea comercială cu succes a unei idei, prin procese care îmbunătățesc sau creează produse noi, servicii noi sau chiar industrii noi. O idee este inovativă doar în momentul în care este dezirabilă în rândul consumatorilor, fezabilă din punct de vedere tehnologic și viabilă din punct de vedere financiar. În mediul de afaceri se pot distinge următoarele tipuri de inovare (Shumpeter J., 1942 spunea despre inovare că reprezintă un act de a crea altceva sau altfel, tot el a identificat cele 5 tipuri de inovare): de produs, de process, de produs și process, de marketing, organizațional.

Inovarea socială „nu vizează introducerea de noi tipuri de producție sau exploatarea de noi piețe în scopul exploatării acestora, ci este vorba de satisfacerea noilor nevoi care nu sunt tentante pentru piață (chiar dacă intervin mai târziu piețele) sau crearea unor noi modalități mai satisfăcătoare de inserție în ceea ce privește oferirea unui loc și a unui rol în producție”.

Transformarea societății se reflectă în modul inovativ în care se restructurează relațiile între indivizi și între aceștia și organizații. Managementul organizațional impus de inovarea socială presupune nu doar urmărirea profitului, ca singurul scop al unei organizații, ci și luarea în considerare a unor cauze sociale.

Rezolvarea problemelor sociale din perspectivă antreprenorială a condus la dezvoltarea antreprenoriatului social. Sunt necesare noi servicii de ordin social pentru a aborda și rezolva o diversitate și complexitate în creștere a nevoilor beneficiarilor. O cooperare între toate părțile interesate este necesară pentru a asigura efecte sinergice inovării sociale și pentru a replica exemplele de bună practică.

Caracteristici ale inovării sociale

- Inovarea socială conduce la schimbare socială prin regândirea normelor sociale într-un mod cât mai creativ.

- Finalitățile inovării sociale sunt binele public, dreptatea și echitatea socială.

- Inovarea socială mută accentul de la binele și nevoile individului spre binele și nevoile societății.

- Prin inovare socială se vizează rezolvarea unor nevoi societale, la care statul sau organismele private și non-profit nu au reușit încă să găsească o soluție. Acest lucru se datorează dinamicii sociale foarte intense și a transformărilor prin care trece societățile moderne.

- Inovarea socială se produce prin agregarea intereselor comune ale actorilor implicați în rezolvarea problemelor beneficiarilor, astfel încât să se identifice și pună în aplicare soluții inovative și cu impact pe termen lung.

5. Probleme sociale unde se poate aplica proiecte de antreprenoriat social

Ei bine, există 17 scopuri pentru dezvoltare sustenabilă enunțate de ONU, iar acele 17 scopuri sunt, să zicem, o prioritate pentru o funcționare mai bună a planetei. Evident că un singur business nu le-ar putea rezolva pe toate sau nici măcar nu ar putea eradica o singură problemă însă, dacă mai multe business-uri ar lucra pentru aceste scopuri, ele s-ar rezolva. Acestea sunt:

1. Eradicarea sărăciei
2. Eradicarea foamei
3. O bună sănătate și bunăstare
4. Educație de calitate
5. Egalitatea sexelor
6. Apă curată și salubritate
7. Energie curată și accesibilă
8. Muncă decentă și creștere economică
9. Industree, Inovare și Infrastructură
10. Inegalitate redusă
11. Orașe și comunități sustenabile
12. Consum și producție responsabilă
13. Acțiune climatică
14. Viață subacvatică
15. Viață pe pământ
16. Pace, justiție și instituții puternice
17. Patreneriate pentru atingerea scopurilor

6. Exemple de corporații care sunt implicate în rezolvarea problemelor sociale

Începând din 2015 începea să se contureze din ce în ce mai mult acest trend prin care marile corporații nu oferă beneficii numai acționarilor ci și stakeholderilor și tuturor care au de a face cu

organizația. Mai mult, în acea vreme orice corporație mare trebuia să investească într-un fel sau altul în cauze sociale, pentru a rămâne relevantă în fața publicului larg.

Pe lângă cele 5 trenduri care au influențat sfera inovării sociale în ultimii ani, există și o listă cu trenduri pentru 2020. Astfel, acțiunile de inovare socială din ultimii ani, sunt, în mare, orientate spre aceste direcții:

- Urbanizare
- Migrație
- Sisteme sociale
- Schimbări climatice
- Dezvoltare tehnologică
- Economie circulară
- Viitorul muncii
- Sectorul de sănătate publică.

Platforma de crowdfunding pentru idei sustenabile, creată de Unilever

Unilever a lansat în 2015 o platforma de crowdfunding pentru idei de sustenabilitate. Se numește Foundry Ideas și conține un mecanism inedit, prin care oamenii de rând pot propune soluții pentru rezolvarea unor probleme grave ale societății, pot obține feedback de la alți utilizatori, mentorat de la specialiștii Unilever și, în final, chiar finanțare pentru proiectele lor.

Astfel, compania și-a propus să încurajeze colaborarea între consumatori, pentru a identifica și a dezvolta idei inovatoare și sustenabile de business.

Problemele pentru care Unilever caută soluții:

- să asigure accesul la igienă în locuri fără salubritate: Secțiunea este sponsorizată de brandul Domestos;
- să imagineze dușul viitorului prin care să reducă consumul de apă;
- să îmbunătățească nutriția la nivel global -Secțiunea este sponsorizată de brandul Knorr.

Sustainia - Proiectul idei de afaceri sustenabile, din domeniul alimentar

Sustainia, un consorțiu de experți și organizații, printre care se numără și companii precum *Microsoft, General Electric, Philips Lighting, Novo Nordisk și IKEA*, s-au asociat într-un proiect prin care premiază anual cele mai sustenabile idei de afaceri care pot veni din rândul consumatorilor. Topul se numește Sustainia și este întocmit anual, iar câștigătorii obțin finanțare pentru ideile lor.

Fructe și legume urate, cu 30% mai ieftine

La nivel global, irosim anual cel puțin 30% din mâncarea pe care o producem. În cazul legumelor și fructelor, situația este și mai gravă: se aruncă 45% din ceea ce se cultivă. O mare parte din aceste alimente ajung la groapa de gunoi chiar înainte de a se strica. Motivul? Supermarketurile nu le accepta din rațiuni estetice.

Intermarche, un supermarket din Franța, a inițiat în 2013 o campanie de vânzare a alimentelor urâte. Cu o strategie de marketing inteligentă și cu prețuri mai mici cu 30%, au reușit să vândă 1,2 tone de legume și fructe în primele 2 zile ale campaniei. Această campanie a fost extinsă și în supermarketurile de la Auchan sau Carrefour (însă în prezent din păcate nu prea mai are succes).

Blocuri de legume, în Singapore

Sky Greens este un cultivator de legume din Singapore care folosește un sistem de plantare vertical, hidraulic, cu un mecanism de irigare cu circuit închis. Tăvile cu legume sunt dispuse una peste cealaltă, pe o înălțime echivalentă cu cea a unui bloc de trei etaje.

Cu ajutorul acestui sistem, producătorul susține că sporește productivitatea muncii și a terenului, producând de 10 ori mai mult. Totodată, nu are nevoie de pământ arabil și folosește doar 5% din cantitatea de apă și doar 25% din cea de pesticide de care ar fi avut nevoie pentru a produce aceeași cantitate de legume în mod tradițional. De asemenea, faptul că nu depinde de fertilitatea unui sol sau de condiții de mediu îi garantează siguranța producției. De asemenea, cantitatea de energie necesară pentru funcționarea întregului sistem este de 40 Wh, echivalentul consumului unui bec incandescent mic.

Sky Greens oferă astfel o soluție sustenabilă pentru criza alimentară. Organizația Mondială a Sănătății estimează că, până în 2050, 70% din populația planetei va locui în orașe. Prin urmare, pământurile din jurul orașelor se vor degrada semnificativ, din cauza supraexploatații.

Gândaci pe post de pesticide

Folosirea pesticidelor în agricultură are un impact negativ atât asupra apelor, pe care le poate contamina, cât și asupra păsărilor, peștilor și a altor viețuitoare. De asemenea, unele dăunătoare au dezvoltat o rezistență la pesticidele comune, ceea ce impune folosirea unor substanțe din ce în ce mai puternice. SUA cheltuie anual 1,5 miliarde de dolari pentru a repara daunele cauzate de folosirea pesticidelor.

Soluția dezvoltată de BioBee, o companie americană, constă în folosirea unor insecte care atacă dăunătoarele. E vorba despre păianjeni, gândaci, buburuze și albine. BioBee cresc insectele și apoi le trimit fermierilor.

Fermieri care folosesc soluția de controlare a dăunătorilor dezvoltată de BioBee. Metoda poate reduce cu 70% cantitatea de pesticide necesară pentru cultivarea citricelor, măslinelor sau altor fructe mediteraneene și cu 80% pentru cultivarea căpșunilor, ardeilor sau a cerealelor. De asemenea, în cazul cultivării roșiilor, albinele ajută la polenizare, crescând productivitatea cu 25%.

Proiecte de inovare sociale de actualitate:

#EUvsVirus Hackathon

În luna aprilie a anului 2020 a avut loc unul dintre cele mai mari hackathoane la nivel global – #EUvsVirus.

Hackathoanele sunt evenimente în care diferite persoane cu diferite expertize, de la programatori la oameni cu cunoștințe de business și marketing se adună într-un cadru formal pentru a veni cu soluții la diferite probleme.

#EUvsVirus este un hackathon care a avut loc ca reacție a pandemiei de COVID-19. Majoritatea câștigătorilor acestui hackathon sunt exemple veritabile de inovare socială pusă în practică. Printre aceștia, se numără:

Team Discovery (Ungaria) – sistem de monitorizare a pacienților care minimizează contactul dintre aceștia și asistente.

Ministry for safe retail (Ungaria) – soluție care asigură distanțarea socială în industria de retail. Aidbind (Bulgaria, Germania, Malta, Suedia, Elveția) – soluție pentru lipsa de informație dintre cerere, ofertă și finanțare de produse medicale obținute prin donații și caritate.

7. Exemple de antreprenariat social în România

În România, există suficiente exemple de antreprenariat social iar majoritatea dintre ele au de-a face cu anumite comunități defavorizate.

Sunt prezentate pe scurt următoarele exemple de antreprenariat social:

a. Sweater Tag with title - Made In Roșia Montana

Made in Roșia Montană este o companie fondată în 2013 de către Tică Darie, care se ocupă cu producția și vânzarea de produse de lână. Elementul inedit al acestei afaceri este acela că

produsele sunt realizate manual de către femeile locului. Tică Darie chiar și-a propus să crească afacerea într-atât încât croșetatul să poată deveni un job full-time pentru acele femei.

Un alt element social al business-ului este acela că 90% din profit este reinvestit în producția de articole de lână iar 10% este investit în educație.

b. **Meștshukar ButiQ**

Un alt exemplu local, Meștshukar ButiQ este o întreprindere socială care aduce în fața publicului larg arta antică a meșteșugarilor rromi. În parteneriat cu alte asociații, aceștia au deschis un magazin în centrul Bucureștiului, în care vând produse tradiționale și bijuterii.

c. **BizGees – Arts4Refugees**

Un exemplu internațional, de această dată, Arts4Refugees este un proiect marca BizGees care susține refugiații într-o manieră antreprenorială. Arts4Refugees lucrează împreună cu femei millenniali pentru a crea patru fluxuri diferite de produse: Produse artistice pe bază de cerere, Modă virtuală, Articole de modă pentru închiriat și Genți de designer.

Concluzii

O serie de companii mari ajută antreprenorii sociali și întreprinderile sociale din întreaga lume. În această lucrare am prezentat doar câteva simple exemple de antreprenoriat social și inovare socială.

Este evident că întreprinderile sociale pot beneficia de ajutor și sprijin corporativ atât de sprijin financiar, cât și de sprijin pentru dezvoltarea competențelor și dezvoltarea afacerii. Dar și pentru companiile mari, există multe beneficii în colaborarea cu întreprinderile sociale.

În ceea ce privește crearea de profiluri, o astfel de colaborare ajută să se arate că compania este responsabilă din punct de vedere social și are în vedere mai mult decât doar a câștiga bani. Și asta este important.

Mai multe studii arată că generația millennial (născută între 1980-1996) preferă companiile care acționează responsabil social. Un studiu de la Deloitte arată de ex. că 76% din generația millennial văd companiile ca pe o sursă de creare a unui impact social puternic și pozitiv, iar milenialii care caută locuri de muncă doresc să lucreze într-o organizație care se vede ca având un rol și o sarcină socială. Ei nu vor un salariu mare - vor să lucreze pentru o companie care are un scop.

Pentru companiile mari, colaborarea cu întreprinderile sociale poate fi astfel o modalitate importantă de a arăta profilul social al companiei și de a menține și a atrage forță de muncă calificată în companie. De aceea, un model utilizat pe scară largă pentru colaborarea cu întreprinderile sociale este voluntariatul corporativ, în care angajații mai mari sunt implicați în sprijinirea întreprinderilor sociale.

În cele din urmă, companiile mari pot învăța adesea de la întreprinderile sociale atunci când vine vorba de asumarea responsabilității sociale în moduri noi și inovatoare.

O tranziție substanțială este în desfășurare în ceea ce privește modul în care companiile de top se gândesc la durabilitate și impactul social.

În prezent, mai multe companii văd cum provocările globale – de la schimbările climatice la sclavia modernă până la pandemii precum COVID-19 – le amenință capacitatea de a funcționa, de a crește și de a prospera. Din motive legate de risc, oportunitate și bătălia pentru talent, vedem inițiative de sustenabilitate reîncadrate din ce în ce mai mult în proiecte de antreprenoriat social și responsabilitatea socială corporativă (CSR) la activitatea de bază.

Liderii companiilor aleg să investească în impactul pentru afacerile lor, viitoarele lor lanțuri de aprovizionare și comunitățile pe care le deserveșc.

Cu toate acestea, cele mai mari provocări de sustenabilitate de astăzi nu pot fi rezolvate singur. Sectorul privat are nevoie de parteneriate, inclusiv de colaborare intersectorială cu diverși actori cu expertiză, rețele și abordări pentru a crea soluții la scară.

Bibliografie:

1. Dollinger, M.J. (1999) *Entrepreneurship: strategies and resources*, 2nd ed., Saddle River, N.J.: Prentice Hall
2. Durieux, M.; Stebbins, R.A. (2001) *Social entrepreneurship for dummies*, Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana
3. *Proiecte sustenabile la nivelul anului 2015*, accesat pe: <http://www.responsabilitatesociala.ro>
4. *Social Entrepreneurship*, accesat pe: <https://euromentor.eu/>
5. *What is a Social Entrepreneurship*, accesat pe: <https://www.investopedia.com>
6. *The Ultimate Guide to Social Entrepreneurship*, accesat pe: <https://netimpact.org/social-entrepreneurship>
7. *Companies Scaling Impact Through Collaboration with Social*, accesat pe: <https://www.resonanceglobal.com/>

Tiparul antreprenorului și ecosistemul antreprenorial

Autor: Foszto (Dragoi) Irina

**Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** Entrepreneurship includes both a mentality suitable for business start-ups and implications for the economies of different nations. The entrepreneurial ecosystem pushes economies forward through innovation and new approaches. On their way to success, entrepreneurs face many obstacles, but among those who succeed, there are those with a high degree of resilience. New businesses are being created with people, so their quality skills and teamwork can help entrepreneurs. It is important to mention that the state and politics have an important role in regulating the activity of entrepreneurs. Entrepreneurship as a way of thinking pushes nations towards innovation and new creative approaches that can benefit society and improve nations' economies.*

Introducere

Auzim adesea de antreprenori care și-au început propria afacere. De asemenea, atunci când auzim termenul de antreprenor, avem tendința de a-l asocia cu o persoană care are sau începe propriile afaceri. Acesta este într-adevăr cazul, deoarece definiția formală a antreprenoriatului este că este procesul de lansare a unei afaceri sau a unei organizații pentru profit sau pentru nevoi sociale. Am folosit expresia pentru profit sau pentru nevoi sociale pentru a delimita și separa antreprenoriatul comercial de antreprenoriatul social și caritabil. După ce am definit antreprenoriatul, acum este timpul să definim cine este un antreprenor și ce face el.

Un antreprenor este cineva care dezvoltă un model de afaceri, dobândește capitalul fizic și uman necesar pentru a începe o nouă afacere și o operaționalizează și este responsabil pentru succesul sau eșecul acesteia. De remarcat este accentul sintagmei „responsabil pentru succes sau eșec”, deoarece antreprenorul este diferit de managerul profesionist în sensul că primul fie investește propriile resurse, fie strânge capital din surse externe și, astfel, își asumă vina pentru eșec, precum și eșecul și culege roadele în caz de succes, în timp ce acesta din urmă sau managerul profesionist își desfășoară munca și munca care i-a fost atribuită contra unei contraprestații bănești. Cu alte cuvinte, antreprenorul este persoana care asumă riscuri și este un inovator, pe lângă faptul că este un creator de noi întreprinderi, în timp ce managerul profesionist este pur și simplu executorul activităților.

1. Caracteristici ale antreprenorilor

Trecând la abilitățile și capacitățile pe care un antreprenor trebuie să le aibă, în primul rând, el sau ea trebuie să fie un inovator care are o idee care schimbă jocul sau un concept potențial nou, care poate avea succes pe piața aglomerată. De obicei investitorii tind să investească în idei și concepte despre care consideră că ar genera profituri adecvate pentru capitalul și investițiile lor și, prin urmare, antreprenorul trebuie să aibă o idee cu adevărat inovatoare pentru o nouă afacere.

În afară de aceasta, antreprenorul trebuie să aibă abilități excelente de organizare și de management al oamenilor, deoarece el sau ea trebuie să construiască organizația sau afacerea de la zero și trebuie să creeze legături cu angajații săi, precum și să se simtă bine cu celelalte părți interesate pentru a asigura succesul acestei aventuri.

În plus, antreprenorul trebuie să fie un lider care să-și inspire angajații, precum și un vizionar și o persoană cu simțul misiunii, deoarece este important ca antreprenorul să motiveze și să conducă

afacerea. Aceasta înseamnă că leadershipul, valorile, abilitățile de team building și abilitățile manageriale sunt abilitățile și atributele cheie pe care un antreprenor trebuie să le aibă.

1.1. Distrugerea creativă în antreprenoriat

Auzim adesea despre termenul de distrugere creativă vorbind despre modul în care unele companii dispar, în timp ce altele reușesc și își mențin poziția de lider pe piață. Distrugerea creativă se referă la înlocuirea produselor și companiilor inferioare cu altele mai eficiente, inovatoare și creative, în care ecosistemul bazat pe piața capitalistă asigură că doar cei mai buni și mai străluciți supraviețuiesc, în timp ce alții sunt zdrobiți de turbulențele distrugerii creative. Cu alte cuvinte, antreprenorii cu idei care schimbă jocul și abilitățile și atributele necesare pentru a reuși se asigură că produsele, mărcile și întreprinderile lor preiau cota de piață de la companiile existente care fie nu creează valoare, fie sunt pur și simplu ineficiente și blocate într-un timp. Prin urmare, acest proces de distrugere a vechiului și a ineficientului prin idei mai noi și creative este denumit distrugere creativă, ceea ce este adesea ce face antreprenorul atunci când lansează o nouă afacere.

1.2. Antreprenorii suportă multe riscuri

Am discutat despre ce este antreprenoriatul și despre abilitățile și atributele necesare antreprenorilor, împreună cu modul în care aceștia se angajează și se complac în distrugerea creativă. Acest lucru nu înseamnă că toți antreprenorii au succes, deoarece faptul că pot deveni victime ale distrugerii creative, precum și din cauza lipsei celorlalte trăsături înseamnă că majoritatea noilor întreprinderi nu supraviețuiesc maim mult de un an de existență. Acum, când întreprinderile eșuează, întrebarea evidentă este cine își asumă vina pentru eșec și ai cui sunt bani ce se pierd. Răspunsul este că antreprenorul își pune banii proprii sau strânge capital de la angel investitori și capitaliști de risc, ceea ce înseamnă că, în cazul în care afacerea nu reușește să crească, antreprenorul și investitorii pierd bani. Așa cum am menționat mai devreme, angajații și managerii profesioniști își pierd locurile de muncă și, dacă nu sunt parteneri în afacere, banii lor nu sunt în joc. Prin urmare, aceasta înseamnă că antreprenorul este persoana care își asumă riscul în cadrul întreprinderii, ceea ce înseamnă că succesul sau eșecul firmei se reflectă asupra antreprenorului într-un mod direct.

1.3. Antreprenori celebri

Având în vedere această introducere de bază în antreprenoriat, acum putem apela la câteva exemple celebre de antreprenori care au reușit în ciuda șanselor mari, deoarece aveau idei care schimbau jocul și, mai important, aveau și trăsăturile și abilitățile necesare pentru a-I face să rămână cunoscuți în timp. De exemplu, atât fondatorul Microsoft, Bill Gates, cât și regretatul Steve Jobs, fondatorul Apple, au abandonat facultatea, deși succesul lor eventual însemna că nu numai că aveau idei cu adevărat inovatoare, dar erau și gata să dezvolte pe termen mai lung și așteptau când lucrurile au devenit grele. Chiar și fondatorul Facebook, Mark Zuckerberg, precum și Larry Page și Sergey Brian de la Google pot fi considerați antreprenori cu adevărat revoluționari. Ceea ce au în comun toate aceste legende este că aveau viziunea și simțul misiunii că vor schimba lumea și, cu muncă asiduă, perseverență și un ecosistem încurajator, au fost capabili să se autoactualizeze.

2. Ecosistemul antreprenorial

Putem afirma că antreprenorii utilizează termenul de hrănire a ecosistemului. Aceasta înseamnă că, la fel cum antreprenorii nu pot reuși dacă le lipsesc atributele necesare, ei nu pot reuși nici măcar nu le au, dar trăiesc într-un mediu sau într-o țară care nu încurajează riscul sau nu tolerează eșecul și, mai important, este incapabil să le ofere banii și capitalul uman necesar pentru succes.

Aceasta înseamnă că Statele Unite rămâne țara preeminentă pentru antreprenoriat, deoarece dispun de ecosistemul necesar acestor antreprenori pentru a reuși, în timp ce, în multe țări, este adesea imposibil sau dificil să găsești finanțare, să treci de birocrație și antreprenorii să se asigure că factorii de mediu nu inhiba antreprenoriatul.

Antreprenorii trebuie să urmeze câteva principii de bază care ar putea servi drept linii directoare și faruri pentru succesul lor. Pe baza cercetărilor efectuate pe o perioadă de trei ani și intervievând peste 150 de antreprenori, renumit autor și expert în management, Bill Murphy a scos o carte despre antreprenoriat, care a fost publicată de Harvard Business School. Acest articol se bazează pe perspectivele din această carte și enumeră cinci principii care ar trebui să servească drept markeri atât pentru antreprenorii aspiranți, cât și pentru cei existenți. Una dintre concluziile acestei cercetări este că majoritatea acestor principii pot fi învățate din experiență, iar procesul de începere a unei întreprinderi este o experiență educațională în sine. Cu această introducere, putem trece acum la cele cinci principii ale antreprenoriatului, așa cum sunt prezentate de Bill Murphy.

Nu este întotdeauna cazul ca antreprenorii să facă bani rapid și nu acesta ar trebui să fie scopul. Este important ca antreprenorii să testeze apele înainte de a lansa o nouă afacere. Aceasta înseamnă că trebuie să se angajeze în idealul antreprenoriatului și să încerce noi modele de afaceri și noi forme și paradigme de tranzacționare a afacerilor. Cu alte cuvinte, antreprenorii nu trebuie să se grăbească să obțină profituri de la început de drum și, în schimb, să înțeleagă despre ce este antreprenoriatul. De exemplu, este mai bine să veniți cu o idee care să schimbe jocul în loc să urmărească clienți potențiali care pot fi greu de obținut, ceea ce înseamnă că antreprenorii trebuie să fie pregătiți să fie în joc pe termen lung.

Este întotdeauna mai bine să găsești oportunitatea potrivită, chiar dacă este nevoie de timp, în loc să urmărești mirajele

Acest principiu se traduce în așteptarea oportunității potrivite și, în același timp, în profitarea momentului în care se ivește oportunitatea. Desigur, nu spunem că antreprenorii ar trebui să aștepte pentru totdeauna oportunitatea potrivită. Mai degrabă, intenția aici este ca antreprenorii să se asigure că au fundația necesară pentru a valorifica oportunitatea și, de asemenea, trebuie să aibă o idee și un model de afaceri care să creeze oportunități în cazul în care le este dificil să pornească afacerea. De exemplu, deoarece clișeele despre cum oportunitatea bate doar o dată, precum și dacă nu găsiți o oportunitate, antreprenorul trebuie să construiască o ușă astfel încât să fie gata atunci când se ivește oportunitatea și poate fi luată în considerare pentru a însemna astfel că antreprenorii trebuie atât să creeze oportunități, cât și să profite de ele când apar. O altă analogie ar fi aceea că antreprenorii trebuie să fie gata cu undițele și momeala atunci când merg la pescuit și dacă râul, marea sau lacul este saturat, trebuie să pescuiască în ape care sunt „ocean albastre”, adică trebuie să creeze noi piețe pentru ei.

3. Investiția în oameni și construirea echipelor de succes

Ca și în cazul principiului anterior, antreprenorii trebuie să se asigure că au echipa potrivită înainte de a începe afacerea. La urma urmei, dacă nu există o echipă, compania nu ar putea valorifica oportunitățile. În plus, antreprenorii trebuie să se asigure că echipa este pasionată, angajată și, cel mai important, împărtășește viziunea și misiunea fondatorilor. Cu alte cuvinte, cu excepția cazului în care există un buy-in din partea echipei cu ideile fondatorului, afacerea s-ar clătina. În afară de acestea, obținerea oamenilor potriviți care au concentrare, efort, loialitate, determinare, curaj și consecvență, pe lângă faptul că sunt motivați și creativi, sunt câteva cerințe pe care antreprenorii nu își pot permite să le ignore.

Nu este întotdeauna suficient să ai totul la loc. Execuția și livrarea sunt ceea ce contează.

Ai avut vreodată senzația că un agent de vânzări te implică într-o discuție simplă în care încearcă să te convingă să cumperi un produs care nu este testat? În mod similar, orice discuție și

nicio execuție nu ar duce noua întreprindere nicăieri și, prin urmare, este important ca antreprenorii să se asigure că vorbesc și își respectă promisiunile.

Într-adevăr, nu este suficient să ai o idee care să schimbe jocul și o echipă grozavă la un loc decât dacă antreprenorul cunoaște arta execuției. Așa cum s-a întâmplat în timpul boom-ului Dotcom, au existat multe startup-uri cu idei grozave și echipe la fel de grozave care promiteau luna pentru oricine dorește să asculte. Cu toate acestea, faptul că au eșuat în afacerile lor s-a datorat în principal decalajului dintre idei și execuție.

Așadar, antreprenorul trebuie să fie un lider care să abordeze discursul și să înțeleagă sensul execuției. Mai mult, leadership înseamnă că antreprenorii nu trebuie să se teamă de eșec, ci trebuie, în schimb, să transforme adversitatea în triumf și să transforme eșecul într-o piatră de temelie pentru succes.

Într-adevăr, marii antreprenori sunt aceia care sunt dispuși să aibă încredere în instinctele și intuiția lor și să se susțină atunci când afacerea încă nu a dat roade sau chiar are pierderi. Cu alte cuvinte, dacă credeți că aveți o idee grozavă și o execuție bine cu echipa potrivită, trebuie să persistați și să continuați chiar și atunci când înțelepciunea convențională spune că ați înțeles greșit.

Antreprenorii trebuie să fie vizionari care se autoactualizează.

Orice antreprenor de succes ar spune că, deși banii sunt într-adevăr importanți și profiturile sunt într-adevăr esențiale, nu este întotdeauna vorba despre bani sau că obținerea de profituri nu este singurul lucru care contează. În schimb, marele antreprenariat înseamnă să îți cont de vocea interioară, să creezi locuri de muncă și oportunități pentru ceilalți, să fii conștient de prosperitatea societății datorită acțiunii, în loc să ai o atitudine egoistă, cel mai important lucru este a transpune viziunea antreprenorului în succes.

De exemplu, sunt mulți dintre noi care au auzit sau au întâlnit persoane care au renunțat la locuri de muncă comode pentru a-și găsi pasiunile și pentru a-și urma și a-și urmări visele. Prin urmare, antreprenoriatul de succes înseamnă a face o diferență în lume și a deveni un punct de reper social care ar transforma societățile prin aventurile sale.

4. Motive pentru care antreprenorii eșuează

Antreprenoriatul este un lucru complicat și, cu excepția cazului în care antreprenorii sunt în fruntea jocului tot timpul, șansele de eșec sunt foarte mari. Cercetările au arătat că nu mai mult de 10% din toate noile întreprinderi trec de al doilea an de existență și că antreprenorii ajung adesea pe partea greșită a succesului. Acest articol examinează și discută primele cinci motive pentru care antreprenorii eșuează și acestea se referă la finanțare, personal, financiar, motive operaționale și atingerea maximă prea devreme sau prea târziu. Toate aceste motive au tema comună de a nu gestiona afacerea cu succes și de a fi leneș sau leneș în ceea ce privește gestionarea întreprinderii.

Mai departe, cealaltă temă care parcurge aceste motive este lipsa copacilor pentru pădure sau neacordarea suficientă de atenție detaliilor și, în același timp, ratarea pădurii pentru copaci sau îmbolnăvirea prea mare în detalii încât imaginea de ansamblu este ignorată.

4.1. Probleme cu finanțarea

Primul dintre aceste motive se referă la aspectul finanțării. După cum știm cu toții, noile întreprinderi și startup-uri au nevoie de finanțare în toate etapele ciclului lor de viață și, prin urmare, antreprenorul trebuie să se asigure că cei care sunt capitaliști de risc și instituțiile financiare îl susțin de la început și își continuă asistența pe tot parcursul procesului.

Adesea, se întâmplă că antreprenorii nu reușesc să înșele, deoarece ideea care arată bine inițial nu reușește să genereze venituri sau afaceri, ceea ce face ca și capitaliștii de risc să dezvolte un comportament de retragere din afacere. În afară de aceasta, este, de asemenea, cazul că unele startup-

uri și fondatorii lor nu anticipează fluxul de numerar continuu necesar pentru a menține afacerea pe linia de plutire și vom discuta acest lucru în detaliu separat.

4.2. Resursele umane

Al doilea motiv pentru care antreprenorii eșuează este legat de angajarea de personal, în care antreprenorii deseori nu își angajează întreprinderile cu resursele potrivite și adesea nu reușesc să dispună de resursele necesare atunci când afacerea declanșează un start bun. De exemplu, în aceste zile, este cazul că întreprinderile au nevoie de suficiente resurse atunci când proiectele se lansează sau când afacerile își revin. Pe de altă parte, a avea prea multe resurse este, de asemenea, un obstacol pentru afacere, deoarece resursele costă bani și timp de întreținut. Mai mult, nu au resursele potrivite pentru că fie sunt prea scumpe, fie nu vor să-și asume șansa de a lucra pentru un startup. Într-adevăr, au trecut zilele amețitoare ale boom-ului dotcom, când toată lumea dorea să lucreze pentru un startup. În zilele noastre, mulți angajați nu vor să-și riște viitorul alăturându-se unui startup al cărui viitor este incert.

4.3. Criza numerarului și lipsa lichidității

Al treilea motiv pentru care noile întreprinderi eșuează este legat de situația financiară sau de gestionarea fluxurilor de numerar care au fost menționate mai devreme. Acest aspect are de-a face cu faptul că majoritatea antreprenorilor nu reușesc să anticipeze criza de numerar care decurge din dezechilibrul dintre conturile de plătit și conturile de creanță.

Mai mult, se întâmplă adesea ca noile întreprinderi să bugeteze venituri în viitor, iar acest lucru înseamnă că, dacă nu se materializează veniturile, societatea ar rămâne fără numerar. Mai mult, este, de asemenea, cazul că finanțarea de la capitaliștii de risc s-ar putea seca brusc, ducând la probleme de lichiditate. Într-adevăr, deși societatea ar putea amâna creanțele în viitor, nu poate face același lucru cu datoriile în care furnizorii, personalul și vânzătorii nu pot fi asigurați că antreprenorul își va onora angajamentele, așa cum se poate observa în modul în care sectorul aviației din India a văzut unele închideri de profil înalt în ultimii ani.

4.4. Gestionare operațională greșită

Cel de-al patrulea motiv pentru care noile întreprinderi eșuează este aspectul operațional în care antreprenorul nu reușește să gestioneze aspectele legate de detaliu ale conducerii afacerii într-un mod eficient. De exemplu, mulți antreprenori nu se implică adesea în realitățile de bază ale conducerii afacerii și lasă acest lucru în seama altora, în care se concentrează pe imaginea de ansamblu. Deși nu susținem că toți antreprenorii ar trebui să-și microgestioneze afacerile, o anumită cantitate de implicare în funcționarea de zi cu zi este esențială și, într-adevăr, critică. Aceasta înseamnă că antreprenorul ar trebui să țină afacerea în mână, mai ales în anii de formare sau cel puțin primul an pentru a se asigura că nu există nicio alunecare între diferite comportamente în ceea ce privește traducerea ideilor în conducerea afacerii. Adesea, mulți antreprenori consideră că nu se angajează și se implică în lucruri precum programul de lucru, resursele umane și finanțele de zi cu zi și ajung să plătească prețul pentru o astfel de neglijență.

4.5. Atingerea vârfului prea devreme sau prea târziu

Al cincilea motiv pentru care mulți antreprenori eșuează este că proiectele lor ajung adesea la vârf devreme sau până târziu, ceea ce duce la ratarea curbei atunci când combinația corectă de ideare, incubare și execuție este actualizată, ducând la succes. De exemplu, unii antreprenori au idei grozave și care schimbă jocul, dar ajung la vârf prea devreme, ceea ce înseamnă că au citit greșit semnalele

de pe piață. Acest lucru duce adesea la epuizare și oboseală, mai ales atunci când trebuie generat impulsul dorit. Pe de altă parte, unii antreprenori ajung la vârf prea târziu, ceea ce înseamnă că evaluează greșit momentul în care produsele sau soluțiile lor trebuie aduse pe piață. În ambele cazuri, imperativul este să vă asigurați că timpul de la idee până la introducerea pe piață este aproape corect.

Deși am enumerat primele cinci motive pentru eșecurile noilor întreprinderi, există și alte motive, inclusiv diferențe între promotori, precum și alte ciocniri și probleme de personalitate.

5. Rolul antreprenorilor în economiile internaționale

Antreprenorii au un rol esențial de jucat în modelarea viitorului economiilor națiunilor. Prin crearea de valoare prin lansarea de afaceri și acțiuni, ei se asigură că bogăția națiunilor crește. În mod similar, prin exportul de bunuri și servicii, ei se asigură că economiile câștigă valută străină valoroasă, care este vitală pentru ca țările să importe bunurile și serviciile necesare. În plus, prin crearea de locuri de muncă, ei se asigură că oamenii din națiuni sunt angajați cu remunerație. În plus, prin cauzele lor sociale și prin promovarea eforturilor de bine public, ei actualizează durabilitatea, justiția socială și responsabilitatea de mediu. Poate cea mai mare contribuție sau tema de bază care traversează toate aceste contribuții este capacitatea lor înăscută de a inova, care asigură dezvoltarea rapidă și eficientă a națiunilor și a economiilor lor. După cum vom discuta în secțiunea următoare, inovația este diferența dintre succesul și eșecurile națiunilor și ale economiilor lor.

5.1. Inovarea pentru succes

Pentru a înțelege rolul și importanța inovării, trebuie să ne gândim la modul în care Europa a trecut înaintea Chinei și Indiei prin „marea divergență” din timpul primei revoluții industriale de la sfârșitul secolului al XVIII-lea și al XIX-lea. Înainte de aceasta, Asia era jucătorul economic dominant în lume. Cu toate acestea, odată cu apariția primei revoluții industriale, economiile europene au luat amploare. Motivul pentru aceasta a fost spiritul antreprenorial și utilizarea inovatoare a tehnologiei pe continent, care a fost responsabilă pentru creșterea sa agresivă și dominația ulterioară care continuă până în prezent. Prin urmare, acest aspect care subliniază importanța inovării este cea mai mare contribuție pe care o au antreprenorii în dezvoltarea națiunilor. Într-adevăr, Prima Revoluție Industrială este o mărturie a muncii grele individuale, a inovației colective și a renașterii naționale, care s-au datorat curajului și inițiativei uimitoare afișate de antreprenori.

5.2. De ce unele națiuni prosperă și altele eșuează?

Revenind la consecințele războaielor mondiale, când țările trebuiau reconstruite și economiile trebuiau dezvoltate, într-adevăr, prin aceleași calități menționate mai sus, antreprenorii din unele țări au reușit să se asigure că acele țări au ieșit din dărâmături, iar haosul să devină succese. Vorbim despre Germania, Japonia și unele țări asiatice, cum ar fi Coreea de Sud, în care spiritul antreprenorial, în plus față de și cu ajutorul guvernelor, a asigurat că aceste economii au trecut înaintea altora, cum ar fi China și India. Într-adevăr, dacă nu nimic, guvernele și statul cel puțin nu ar trebui să vină în calea antreprenorilor și să le înăbușe creativitatea și inovația dacă nu le pot permite și împuternici. Așadar, China și-a dat seama de acest aspect mai devreme decât India, ceea ce explică din nou diferențele de dezvoltare dintre aceste țări.

6. Rolul statului

Dezlănțuirea spiritului antreprenorial și a dinamismului pe lângă inovare necesită un rol sporit al statului în care acesta trebuie să furnizeze infrastructura sau hardware-ul pentru ca antreprenorii să

reușească. Similar unui computer în care software-ul se află deasupra hardware-ului, antreprenorii pot reuși prin crearea software-ului necesar doar atunci când hardware-ul este la locul lui. Este într-adevăr meritul guvernului chinez și al conducerii că, deși această realizare a venit târziu, au reușit să pornească economia și să se asigure că țara lor devine o superputere economică. În ceea ce privește India, faptul că și-a dat seama că este mai bine mai târziu decât niciodată pentru a se asigura că energiile antreprenoriale sunt dezlănțuite înseamnă că este pe cale de a ieși din abisul subdezvoltării și al înapoierii.

Antreprenorii mențin economiile funcționale. Unii experți în ultimii ani au ajuns până acolo încât să afirme că antreprenorii sunt cei care împiedică colapsul țărilor din cauza factorilor sociali și politici. Imaginați-vă cum începe o zi obișnuită și în viața voastră de zi cu zi. Indiferent de ceea ce s-ar fi întâmplat în ziua precedentă, primul lucru pe care îl primiți dimineața este laptele și bunurile esențiale, pe lângă ziare și alte articole care sunt critice pentru existența de zi cu zi. Cine livrează toate aceste articole cu ploaie sau soare sunt antreprenorii dintre care milioane contribuie și ung pârgghiile vieții de zi cu zi a popoarelor și modelează traiectoria economică a națiunilor. Într-adevăr, faptul că antreprenorii sunt cei care împiedică țara să se prăbușească este mai clar dacă ne gândim la modul în care țări precum India par să revină din criză și să se retragă din abis ori de câte ori are loc un eveniment social sau politic care amenință țesutul socio-economic al națiunii.

Concluzii

După cum a spus fondatorul economiei moderne, Adam Smith, stimulentele economice ale antreprenorilor sunt cele care vă asigură că veți primi pâine pe mese în fiecare dimineață. Cu alte cuvinte, antreprenorul nu este altruist atunci când își face treaba. Mai degrabă, egoismul său de a face profit este cel care contribuie la economiile națiunilor. Prin urmare, trebuie să conștientizăm faptul că profitul nu este un cuvânt rău și că odată ce toată lumea este de acord că aspectele economice ne țin pentru a merge înainte și atunci toți am beneficia, deoarece ne-am gândi rațional și obiectiv la necesitatea de a crea un ecosistem pentru noi înșine și prin extensie, care contribuie la dezvoltarea economică a națiunilor. Putem astfel să sărbătorim spiritul antreprenorial uluitor din noi înșine și din ceilalți și, în loc să creăm impedimente, să ne asigurăm că ne dăm putere nouă înșine și altora în stimularea creativității și a inovației.

Bibliografie:

1. Amedzro St-Hilaire, Walter, *Applied managing for entrepreneurship*, Editura Apple Academic Press, Burlington, 2021
2. Dobre Alexandru Cristian, *Considerations on business and trade negotiation*, Annals of the University of Petroșani, Petroșani, 2021
1. Michael J Andrews, Aaron Chatterji, Josh Lerner, Scott Stern, *The Role of Innovation and Entrepreneurship in Economic Growth*, Editura University of Chicago Press, Chicago, 2022
2. Mirela Popescu, Codruta Dura, Alina Nitescu, Diana Csilinga, Claudia Isac, Dorina Nita, Mihaela Ghicajanu, Dobre Alexandru Cristian, *Ghidul antreprenorului*, Editura Universitas, Petroșani 2021
3. <https://hbr.org/2013/01/what-is-entrepreneurship>
4. <https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html>

Fundamentarea planului de afaceri privind înființarea firmei S.C. Ike S.R.L. Lupeni

Autor: Foszto (Drăgoi) Irina

Coordonator: Lect. univ. dr. Rakoș Ileana-Sorina

Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Businesses, regardless of the form of organization are run by a person or a group of people, each with a well-established role. For this reason, it is very important that all the decisions that company managers make to consider the capital invested, the degree development as well as the results obtained as a result of the activity of the companies.*

The economic development of a business is influenced by a wide range of factors, and the entrepreneur as an economic agent plays a fundamental role. Innovation is the specific tool of entrepreneurs, the means by which they exploit change as an opportunity for different businesses or services. It can also be represented as a discipline, it can be learned, it can be practiced. Entrepreneurs need to look for a purpose precisely, the sources of innovation, its changes, and its symptoms, which indicate favorable opportunities for successful innovations. They need to know and apply the principles of innovation successful.

1. Introducere

Ideea de afacere socială a pornit de la premisa că un business poate să genereze profit și în același timp să producă impact în ceea ce privește dezvoltarea durabilă, protecția mediului și inovarea socială. Afacerea are la bază ideea că, oamenii vor să simtă că au puterea de a schimba situația actuală privind mediul înconjurător din România. Conceptul de a dona și de a achiziționa lucruri făcute manual este din ce în ce mai răspândit, tocmai de aceea mizez pe această idee de business. Prin viitoarea firmă se va redistribui o parte din profitul obținut din vânzarea bijuteriilor realizate din material lemnos, lucrute manual, către acțiunile de împădurire din zona de Sud-Vest a României. Vrem să trăim înconjurați de păduri tinere care să reducă poluarea aerului și riscul alunecărilor de teren. Având în vedere politica de sustenabilitate, bijuteriile comercializate sunt realizate pe plan local, de către tineri care au trăit în centre de plasament și care își procură materia primă din resturile aruncate de către fabricile de mobilă și cherestea. Piața țintă este reprezentată în principal de personale de sex feminin. Avantajele competitive sunt constituite de faptul că, în interiorul țării, producția de bijuterii sustenabile nu este una dezvoltată având în vedere că, din ce în ce mai multe persoane se orientează spre acest tip de podoabe, dar și de faptul că, materia primă este accesibilă dat fiind faptul că, majoritatea fabricilor aruncă excesul de lemn.

Afacerea se încadrează noilor norme ale conviețuirii și anume protejarea mediului înconjurător, reducerea risipei resurselor și ajutorarea persoanelor din medii defavorizate. Totodată asigurarea existenței unor noi locuri de muncă și participarea la capitalul de stat constituie un alt avantaj al afacerii.

Misiunea afacerii este reîmpădurirea zonei din partea de sud-vest a României, dar și susținerea tinerilor fără posibilități, care la vârsta majoratului rămân fără asistență socială. Afacerea are ca scop rezolvarea treptată a două dintre problemele cu care se confruntă țara noastră, la momentul actual.

2. Descrierea afacerii

a. Obiectivul firmei este de a produce și vinde bijuterii realizate din material lemnos, lucrate manual și de a susține financiar acțiuni de reîmpădurire a zonele montane din Regiunea Vest Timișoara, prin plantarea a 1000 de puieți, în 12 luni și sprinirea tinerilor defavorizați din această regiune a țării noastre.

Date de identificare: Numele societății: S.C. Ike S.R.L. Lupeni

Obiectul de activitate: cod CAEN, secțiunea 4777

Diviziunea: Comerț cu amanuntul al ceasurilor și bijuteriilor, în magazine specializate

Grupa: 477

Forma juridică: S.R.L., cu sediul în municipiul Lupeni; cont bancar: RO72BTRL000 0060 0734 6987 XX

Persoana cu drept de semnătură: Drăgoi Annamaria

Structura capitalului social: capitalul social este privat, respectiv:

Nr. crt.	Denumire acționar	Nr. de părți sociale deținute	Valoarea nominală a părții sociale (lei)	Valoarea totală (lei)	Participare la capital (%)
1	Drăgoi Irina-Annamaria	100	200	20.000	100%
	<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>200</i>	<i>20.000</i>	<i>100%</i>

Administratorul societății este: d-na Drăgoi Irina-Annamaria

b. Informații referitoare la locul desfășurării activității

Potrivit unei cercetări de piață proprie, românii au tendința a achiziționa bijuterii din material lemnos, lucrate manual și personalizate. Activitatea urmează a se desfășura în Regiunea Vest Timișoara. Totodată, ca urmare a „entuziasmului” de a tăia tot ce este verde și de a nu se mai reîmpăduri, profitul obținut va fi reinvestit în împădurirea arealului respectiv. Potrivit statisticilor oficiale, luarea unui avânt în ceea ce privesc gaterile au condus la defrișări masive, pe an fiind tăiate cca. 22 mil. mc. de pădure. Ca urmare a dezastrului ecologic creat, am luat hotărârea de a reîmpăduri zona aferentă regiunii Vest Timișoara.

c. Descrierea activității

Am optat pentru forma de organizare a firmei: S.R.L., iar denumirea acesteia să fie S.C. Ike S.R.L.Lupeni. Obiectul de activitate l-am ales potrivit mențiunilor din codul CAEN, iar sediul social va fi în județul Hunedoara, Municipiul Lupeni, str. Pomilor, nr. 26B.

Capitalul social al firmei va fi de minimum 200 lei, iar administratorul societății va fi d-na Drăgoi Irina. Fiind o mică afacere, baza de impozitare va fi potrivită microîntreprinderilor, respectiv de 3% impozit pe venit, optând ca viitoarea firmă să fie plătitoare de TVA, pentru care se va depune o declarație pe proprie răspundere. După rezervarea denumirii/numelui firmei se va acționa pentru întocmirea actului constitutiv, dând și declarații cu privire la antecedente penale și îndeplinirea condițiilor prevăzute de lege pentru a putea avea asociați. De asemenea se va încheia un contract de închiriere/comodat pentru spațiul în care se dorește a fi desfășurată activitatea de birou. De la Registrul Comerțului se va lua cazierul fiscal al viitoarei firme, iar contul bancar va fi la Banca Transilvania, Filiala Lupeni, pe numele administratorului Drăgoi Irina-Annamaria. De asemenea, la Registrul comerțului se va depune un specimen de semnătură.

După finalizarea tuturor acestor acte, se completează documentele necesare pentru depunerea dosarului la Registrul Comerțului, însoțite de o cerere de înregistrare a firmei. În decurs de câteva zile vor fi eliberate actele înființării firmei, adică încheierea judecătorească de autorizare a

funcționării societății, Certificatul de înregistrare, certificatul sau certificatele constatatoare ce țin loc de autorizații (dacă se consideră că activitatea ce urmează a se desfășura nu va avea efect negativ asupra mediului). Începând din acest moment firma poate funcționa legal.

Costurile cu aproximație pentru înființarea firmei sunt următoarele:

Taxă cazier fiscal: 150 lei

Rezervare nume firmă: 120 lei

Taxă la Registrul comerțului: 130 lei

Taxă de publicare în Monitorul Oficial: 180 lei

Taxă de timbru judiciar: 40 lei

Total: 620 lei

și se plătesc la Registrul comerțului.

Taxa notarială pentru autentificare act constitutiv, specimen de semnătură, declarații pe propria răspundere ale viitorilor asociați privind antecedentele penale și îndeplinirea condițiilor legale prevăzute de lege pentru a deține calitatea de asociați se cifrează la aproximativ xxx lei (în funcție de notar). Capitalul social este stabilit la suma de 200.000 lei.

Salarii personal angajat: 111.248 lei

Cheltuieli salariale: 108.800 lei

Contribuții sociale aferente cheltuielilor salariale: 2.448 lei

și cheltuielilor asimilate acestora (contribuții angajați și angajatori): 5.712 lei

Achiziție materie primă: 33.300 lei

Achiziția de active fixe corporale: 2.600 lei

Utilități aferente funcționării firmei: 600 lei

Conectare la rețele informatice aferente funcționării firmelor: 3.000 lei

Cheltuieli de informare și publicitate aferente funcționării firmei: 1.000 lei

TOTAL: -268708 lei

Autorizații de funcționare:

- Direcția de Sănătate Publică
- Direcția Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (DSVSA)
- Prevenirea și stingerea incendiilor (PSI)
- Ministerul mediului (avizare/autorizare/negație)
- Primărie – pentru obținerea Autorizării de funcționare

Pentru obținerea autorizației de funcționare, societățile comerciale care dețin spații comerciale concesionate sau închiriate trebuie să parcurgă următoarele etape:

- obținerea acordului de principiu, presupune depunerea la primărie a următoarelor documente: cerere tip; certificate de înregistrare al societății comerciale (copie); actul constitutiv al societății comerciale (copie); actul de deținere al spațiului (copie); schița de amplasament în zonă (copie); timbru fiscal; valabilitatea acordului de principiu este de 30 de zile de la data emiterii;
- obținerea autorizației de funcționare, presupune depunerea la primărie a următoarelor documente: cerere tip; acordul de principiu obținut anterior (în original); avizele solicitate de către Consiliul local înscrise în acordul de principiu; contractul de servicii comunale pentru colectarea gunoii (copie); certificatul de urbanism sau autorizația de construire, după caz, (copie); alte documente specificate în acordul de principiu dovada plății taxei de autorizare stabilită prin hotărârea Consiliului local.

d. Estimarea profitabilității și sustenabilității afacerii propuse

Denumire indicatori	2021	2022	2023
Cifra de afaceri (lei)	664.500	697.000	719.500
Cheltuieli totale (lei)	177.410	47.735	28.310
Profit (lei)	487.090	649.265	671.390
Rata profitului (Pr/CA)	73%	93%	93%
Nr. angajați	4	4	4

e. Descrierea produselor oferite și relevanța acestora

Denumire produs	Caracteristici	Valoare pentru client
Cercei leaf	Confecționați și pictați manual	Conțin o pietricică „„„„
Cercei Moon and Star	Confecționați și pictați manual	Culoarea este de un albastru Voroneț
Cercei Rose	Confecționați și pictați manual
Cercei Daisy	Confecționați și pictați manual

Este știut faptul că, orice ținută este completată de accesorii. Însă bijuteriile care să complimenteze un outfit nu ar trebui să fie scumpe, ci să reflecte stilul celui care le poartă. Pentru persoane îndrăznețe bijuteriile din lemn sunt alegerea ideală ce vor completa alegerea vestimentară. După realizarea bijuteriilor, angajații din cadrul SC „IKE” SRL se vor ocupa cu ambalarea chiar și personalizată, în cutii de carton și folie colorată a acestora și vor fi livrate prin firma de curierat rapidă. De asemenea, un angajat va opera și arhiva, după întocmirea actelor și realizarea evidenței contabile întreaga documentație privind afacerea.

f. Analiza pieței - situația actuală și dinamica pieței țintă

La momentul actual, pe piață nu există multe afaceri centrate pe acest tip de servicii, astfel că, persoanele pasionate de articole realizate manual și care în același timp doresc să susțină dezvoltarea tinerilor instituționalizați, nu au multe opțiuni. Prin urmare, SC „Ike” SRL Lupeni, cumulează generarea de capital, cu împădurirea zonei motane și sprijinirea unei categorii de persoane dezavantajate.

g. Analiza concurenților

Pe piața țintă nu regăsim firme cunoscute care să producă bijuterii din lemn, cei care comercializează astfel de produse sunt artizanii locali. Tocmai de aceeași „IKE” SRL ar avea avantajul de a fi printre puțini comercianți din această gamă de produse.

h. Analiza SWOT a afacerii

<p>Puncte tari</p> <ul style="list-style-type: none"> - noțiunea de noutate pe piață - concurența scăzută - design atragător al bijuteriilor 	<p>Puncte slabe</p> <ul style="list-style-type: none"> - conceptul de bijuterii de lemn nu este răspândit în România - firma depinde de activitatea furnizorilor
<p>Amenințări</p> <ul style="list-style-type: none"> - prezența unor firme cunoscute care acaparează piața bijuteriilor. 	<p>Oportunități</p> <ul style="list-style-type: none"> - posibilitatea de a se face cunoscută pe piață și de a se dezvolta un nou trend - asigurarea de locuri de muncă - posibilitatea de a impacta societatea pentru a face alegeri sustenabile

i. Analiza riscurilor

Firmele mari care se ocupă cu realizarea bijuteriilor acaparează prin mediul online, prin reclame consacrate, primind recunoașterea națională. Majoritatea oamenilor consideră că o ținută trebuie să fie accesoriată cu metale prețioase pentru a fi evidențiată, dar bijuteriile handmade tind să aibă o tendință crescătoare, tot mai multe persoane fiind interesate de achiziționarea acestora.

3. Planul de management

a. Avantajele alegerii localizării

Localizarea afacerii în județul Hunedoara conferă afacerii mediul propice de dezvoltare. Regiunea are materia primă necesară confecționării produselor menționate.

b. Detalierea activităților

Graficul GANTT al activităților cheie în implementarea ideii de afacere

	Activitate	Anul											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Înființarea firmei												
2	Achiziționarea domeniului pentru site												
3	Angajarea personalului												
4	Stabilirea relațiilor cu furnizorii												
5	Atragerea clienților												
6	Obținerea de profit												

c. Resurse materiale implicate

Tipul de resursă materială	Caracteristici - Cine și când o va pune la dispoziția firmei?	
Cutii pentru ambalat 20x20x20	Se utilizează la ambalarea produsului	Sunt puse la dispoziție de către administratorul firmei începând cu luna a 3-a
Folii ambalat cu bule de aer	Se utilizează la ambalarea produsului	
Stiker ambalaj	Se utilizează la ambalarea produsului	
Laptop	Se folosește pentru procesarea comenzilor	
Imprimanta	Se folosește pentru imprimarea documentelor de transport	
Apartament	Se folosește pentru depozitarea materialelor și procesarea comenzilor	

d. Parteneri cheie

Partener potențial	Ce furnizează? Cum poate sprijini afacerea propusă?
S.C. Romsilva S.R.L.	Asigură materia primă - lemnul
xxx	asigură transportul materiei prime
xxxx	
xxxxx	

e. Resurse umane implicate

Tipul de resursă umană	Atribuții
Un angajat cu studii economice de nivel mediu	Procesare comenzi
Două persoane calificate în realizarea de bijuterii manuale	Realizarea bijuteriilor comandate
Un angajat pentru ambalarea și expedierea produselor realizate	Ambalare comenzi

f. Planul de resurse umane

Recrutarea și selecția resursei umane

Recrutarea angajaților se va face pe baza CV-ului, iar ulterior al unui interviu de selecție realizat de către administratorul firmei. Ulterior interviului se vor demara procedurile de semnare a contractului.

Modalități de instruire și integrare a noilor angajați

Instruirea angajaților cu privire la buna desfășurare a afacerii va fi realizată de către administratorul firmei în decursul a două săptămâni.

Motivarea noilor angajați

Salariații vor avea parte de prime de două ori pe an, concediu și salarii la date fixe. Programul de muncă este unul flexibil, iar administratorul se va ocupa de chetuielile legate de transport, dacă va fi cazul.

Modalități de evaluare a performanțelor angajaților

Evaluarea angajaților se va face în urma unei analize a productivității lunare.

4. Strategia de marketing

a. Cercetarea pieței și a comportamentului clienților

Administratorul a întreprins și întreprinde studii personale de piață ce vizează potențialii clienți și dorința acestora de achiziționa bijuterii realizate manual.

b. Distribuția

Produsele realizate vor fi vândute atât direct, cât și prin intermediari. Avantajul vânzării directe, de la firma SC „IKE” SRL, este constituit de faptul că, timpul de livrare al comenzilor este scurtat, nefiind nevoie de transportul articolelor comercializate - la intermediari. De asemenea, există certitudinea că produsele au fost livrate conform cererii.

c. Promovarea

Canal de promovare	Descriere
Online - rețele sociale	În contextul actual, al tehnologiei IT, cel mai eficient tip de promovare este acela prin intermediul rețelelor sociale de tip Facebook, Instagram și Tik Tok, care sunt urmărite de un flux mare de persoane, posibilitatea de a atrage clienți noi fiind una ridicată.
Site propriu al afacerii	Un site propriu al afacerii ușurează procesarea comenzilor, dar și modalitatea de cumpărare.
Online – motoare de căutare	In situația celor ce caută online achiziționarea de bijuterii sau accesorii vestimentale.
Participări la târguri, expoziții de prezentare	Publicitate prin participarea la târguri, expoziții, simpozioane etc.

d. Strategia generală de preț

Firma înființată va adopta strategia prețului în alb, care poate fi susținută de faptul că, produsele au un grad ridicat de unicitate, fiind realizate manual, dar și de noutatea articolelor, astfel că viitorii clienți vor achiziționa produsele și totodată vor avea certitudinea că prețul va fi neschimbat.

5. Planul financiar

a. Structura cheltuielilor

Nr. crt	Cheltuieli operaționale	Nr. buc	Valoare unitară	Valoare totala
1	Cheltuieli salariale	4	27812	111248
2	Cheluieli cu servicii de specialitate	1	5712	5712
3	Cheltuieli cu achiziția de active	1	3300	3300
4	Cheltuieli de informare și publicitate	1	6000	6000
TOTAL				126260

b. Venituri anuale preconizate

Anul	Produsul	Cantitatea vândută	u.m.	Valoarea fără TVA	Total venituri
I	Cercei leaf	3980	45	179,100	664500
	Cercei Moon and Star	3410	40	156400	
	Cercei Rose	3155	50	182750	
	Cercei Daisy	2850	45	146250	
II	Cercei leaf	4500	45	202,50	697000
	Cercei Moon and Star	3800	40	152000	
	Cercei Rose	3700	50	185000	
	Cercei Daisy	5500	45	157500	
III	Cercei leaf	4,600	45	207,000	719500
	Cercei Moon and Star	4000	40	160000	
	Cercei Rose	3900	50	195000	
	Cercei Daisy	3500	45	157500	

c. Fluxul de numerar

	Denumire	Total an I	Total an II	Total an III
I	Sold inițial disponibil (casă și bancă)	91170694.4	182342468.7	365033013.4
A	Intrări de lichidități	91414802.9	182829606	365659211
1	Vânzări (cifra de afaceri)	664500	697,000	719,500
2	Total disponibil (I+A)	91835194.4	183039469	365752513
B	Ieșiri de lichidități (cheltuieli de funcționare)	128070	18480	18380
1	Salarii personal (cheltuieli salariale, onorarii, contribuții sociale aferente acestora)	114350	12840	12840
2	Achiziții de materii prime, auxiliare, materiale consumabile aferente activității	21000	22000	22000

	desfașurate			
3	Energie, alte utilități	26600	2700	2700
4	Administrare clădiri, întreținere și reparații echipamente	3000	3600	3600
5	Conectare la rețele informatice	600	720	720
C	Plăți/încasări pentru impozite și taxe (1-2+3)	114958.5	120581	124473.5
1	Impozit pe profit/cifra de afaceri	106320	111520	115120
D	Total utilizări numerar (B+C+D+E+F+G)	243028.5	139061	142853.5
1	Flux net de numerar (A-H)	91171774.4	182690545	365516358
	Sold final disponibil (I+II)	182342469	365033013	730549371

d. Măsuri ce vizează promovarea dezvoltării durabile

Deșeurile din materie lemnoasă generate de fabricile de mobilă și cherestea din zonă sunt reutilizate și folosite la confecționarea articolelor/bijuteriilor manuale ce urmează a fi comercializate.

e. Măsuri ce vizează sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență din punctul de vedere al utilizării resurselor

Utilizarea unor materii prime cu amprenta low-carbon.

f. Măsuri ce vizează promovarea concretă a inovării sociale crearea de locuri de muncă în comunități vulnerabile și implicarea comunității într-un model colaborativ/cooperativ de producție

Firma SC „IKE” SRL va susține persoanele din sistemul de asistență socială ca urmare a creării de locuri de muncă destinate acestora, dar și prin achiziționarea bijuteriilor lucrate de către această categorie vulnerabilă.

Concluzii

Elementul principal care caracterizează în mod categoric cele mai multe dintre organizațiile care au raportat succese pe domeniul lor de competență este, fără îndoială, calitatea managerială – singura de natură să creeze un spirit propice, favorabil inovației, lucrului în echipă și leadershipului creator. Nici înzestrarea cu tehnologii de vârf, și nici accesul privilegiat la resurse financiare nu poate determina într-o măsură mai bună procesul de conducere și exercitare a sarcinilor puse în fața organizației decât stilul de administrare și managementul programatic. Inovația este instrumentul de bază care asigură competitivitatea și avantajul unei organizații față de altele similare. Abilitatea de a rezolva o problemă într-un alt mod decât a fost ea rezolvată până atunci atrage după sine efecte imediate, dar și pe termen lung, printre care vom menționa: economisirea de resurse, îmbunătățirea calității serviciilor prestate, dar și atingerea unei rate sporite de competiție pe o piață tot mai pluralistă. De multe ori pentru a soluționa o problemă veche, pentru care erau utilizate fără succes un volum mare de resurse este nevoie de un simplu element inovator, care – pe de o parte permite soluționarea problemei, iar pe de altă parte – nu solicită resurse materiale. Cum apar și cum pot fi încurajate inovațiile? Din diverse observații, aceste “străluminări” care combină creația și interesul pragmatic de a utiliza în mod inteligent resursele existente apar ca urmare a experienței și reflecției: ambele fiind legate de “economia cunoașterii”.

Bibliografie:

1. Isac C., Isac A., Dura C., *Diagnostic managerial*, Ed. Universitas, Petroșani, 2006
2. Isac C., Dura C., *Strategii investiționale în afaceri*, Ed. Universitas, Petroșani, 2008
3. Nicolae V., Constantin L., Grădinaru I., *Previziune și orientare economică*, Ed. Economică, București, 1998
4. Nicolescu O., *Sistemul decizional al organizației*, Ed. Economică, București, 1998
5. <https://caen.ro/>

My travel buddy

Autori: Gherghel Bianca, Moldovan Ovidiu

Coordonator: Prof. Romanescu Felicia

Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani

Abstract: *Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. Explore. Dream. Discover.* “ - Mark Twain

Chiar dacă uneori intervin întârzieri și chiar dacă organizarea de acasă nu se potrivește cu ceea ce se întâmplă atunci când suntem la drum, trebuie subliniat faptul că întotdeauna ajungem exact când trebuie. Atunci când suntem convinși de acest lucru vom învăța cum să facem din fiecare călătorie o experiență minunată și care ne îmbogățește din perspectiva amintirilor și a evenimentelor trăite.

Călătoria este un pas în necunoscut de cele mai multe ori și ne pune în fața unor situații noi. De foarte multe ori atunci când pornim la drum ajungem să ne descoperim sau să ne redescoperim. Atunci când rutina și confortul mediului familiar în care trăim zi de zi devine modul nostru de viață este destul de dificil să realizăm că poate viața noastră s-a transformat într-o repetiție care se aseamănă cu roata unui hamster: deși se învâрте când cobori din roată tot acolo ești.

Ei bine, călătoriile au menirea de a schimba acest lucru și ne ajută să ne descoperim lucruri pe care nu le cunoșteam cu privire la noi înșine sau ne ajută să redescoperim acele lucruri care în urmă cu mulți ani reprezentau visele noastre, aspirațiile noastre sau felul nostru de a percepe lumea.

Tocmai de aceea în momentul în care pornești la drum fii pregătit(ă) să te descoperi sau să te redescoperi și acceptă acest lucru ca pe un pas înainte în viața ta la momentul revenirii din călătoria respectivă. O călătorie poate fi oricând punctul de plecare într-o nouă aventură a vieții tale, indiferent dacă alegi să te muți într-o altă comunitate, să renunți la job-ul actual, să îți urmezi pasiunea pentru un anumit domeniu sau să optezi pentru a călătorii mai mult.

Întotdeauna când plecăm într-o călătorie ne construim anumite așteptări cu privire la modul cum se va desfășura aceasta. Pentru reușita călătoriei este recomandat ca în momentul în care ai închis ușa casei tale sau atunci când te-ai urcat în mașină, avion sau tren, toate așteptările să rămână acasă. Călătoria înseamnă experiențe noi și tocmai de aceea așteptările nu își găsesc locul atunci când ai pornit într-o călătorie. De cele mai multe ori călătoriile ne surprind și ne oferă situații inedite, complet noi, situații pe care nu le putem nici măcar imagina.

Așteptările nu fac altceva decât să creeze dezamăgiri atunci când nu devin realitate, chiar dacă de multe ori realitatea este mai ofertantă decât așteptările. Însă mintea pregătită prin prisma așteptărilor este foarte predispusă la dezamăgiri, la supărări, la situații tensionate și chiar la ratarea oportunităților. O minte plină de așteptări care pleacă în călătorie nu are cum să se bucure de tot ceea ce oferă călătoria respectivă fiind vorba despre un blocaj în fața noului. Pentru experiențe de neuitat în fiecare călătorie lasă acasă așteptările cu privire la ceea ce trebuie să se întâmple.

Foarte adesea ne privim viața prin prisma limitelor pe care am fost învățați că le avem sau că trebuie să le avem. La fel și atunci când vine vorba despre călătorii multă lume percepe o mulțime de limite, indiferent dacă vorbim despre limite financiare, limite fizice, limite ale cunoștințelor acumulate sau limite de diferențe culturale. De câte ori nu am auzit sau de câte ori nu te-ai auzit spunând că o călătorie este prea scumpă, este prea dificilă din punct de vedere al efortului fizic sau prea complicată din perspectiva lipsei confortului? Sau poate diferențele de cultură și de limbă sunt privite ca fiind limite pentru care anumite destinații rămân undeva puncte pe hartă și atât?

Ei bine, merită a fi subliniat că acestea sunt doar limite mentale și că orice destinație poate fi oricând o destinație a călătoriei tale, o destinație unde poți ajunge. În momentul în care îți dorești cu

adevărat lucrurile încep să se așeze și vei vedea cum călătoria spre destinațiile dorite devine realitate. Ai nevoie doar de curaj și apoi să faci câte un pas în călătoria respective. Călătorește dincolo de limite, indiferent de care limite vorbim, și vei vedea cum o călătorie dincolo de confort, dincolo de barierele culturale sau de limbă ori o călătorie dincolo de limitele fizice pe care crezi că nu le poți depăși te va învăța cum în viață cele mai multe limite sunt doar la nivelul mental. Și tot ceea ce este la nivel mental poate fi depășit prin schimbarea modului de a gândi și prin schimbarea atitudinii față de experiențele din viața noastră.

Într-un fel sau altul fiecare dintre noi pleacă în călătorie la un moment dat. Unii călătoresc ocazional, alții călătoresc frecvent, iar alții fac din călătorie un stil de viață. Dacă am îndrăzni am putea să privim viața ca pe o călătorie. Însă referitor la călătoriile pe care cei mai mulți dintre noi le facem la un moment dat, de cele mai multe ori ne dorim să avem parte de experiențe minunate, experiențe de neuitat și care să ne umple de bucurie.

Pe de altă parte de foarte multe ori auzim că anumite persoane s-au întors foarte deranjați sau dezamăgiți din diverse călătorii. Ei bine, cum putem avea parte de experiențe unice și perfecte în fiecare călătorie? Mai jos găsești câteva „ingrediente” pe care trebuie să le incluzi de fiecare dată când ai închis ușa casei și ai pornit într-o călătorie, indiferent de scopul călătoriei și de durata acesteia.

Suntem învățați că pentru a ne bucura de o călătorie cât mai reușită sau de o vacanță perfectă trebuie să ne planificăm și să ne organizăm fiecare detaliu, fiecare moment. Însă de multe ori, de cele mai multe ori, se poate ca lucrurile să nu decurgă exact cum am organizat călătoria la momentul la care am pornit de acasă (la fel ca și în viață). Pentru a ne bucura de fiecare călătorie și a face din aceasta o adevărată experiență este important să știm că întotdeauna ajungem la momentul potrivit într-o anumite destinație.

Aplicație pentru consultarea de călătorii pentru oamenii ocupați care nu au timp să organizeze una.

Când se deschide aplicația utilizatorul răspunde la anumite întrebări despre el pentru ca aplicația să poată găsi mai ușor locații pe gustul persoanei respective și după preferințele acesteia. De asemenea utilizatorul poate bifa ce fel de mâncare prefera și ce preferă să mănânce, iar aplicația îl poate îndruma către restaurante cu cele feluri de mâncare.

Aplicația poate să aleagă în funcție de vârsta și preferințele utilizatorului locații de vacanță la munte sau mare după inclinațiile utilizatorului și caută locurile cele mai potrivite pentru tine.

Această aplicație are și opțiunea de sănătate și dacă utilizatorul are un Smart Watch se poate conecta iar aplicația poate să ia legătura cu tensiunea și colesterolul persoanei, iar aceasta va căuta locurile în care nu sunt temperaturi ridicate și în ce luni ale anului este cel mai bine de vizitat, iar în cazul colesterolului aplicația poate căuta restaurante pentru persoane cu colesterol.

Poți să comunici și cu alți utilizatori pe timpul călătoriei tale, să accesezi fotografiile cu locurile pe care vrei să le vizitezi.

Lasă recenzii și ajută și alți utilizatori să se informeze în legătura cu anumite locații.

Bibliografie:

<https://laurentiuartugyan.com/2020/08/11/calatorie-experienta/>

Schimbări structurale ocupaționale ca urmare a dezvoltării economiei verzi

Autori: Hribal Larisa, Obraz Medrea Radu
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

Abstract: *The increasing attention paid to climate change has brought into question new concepts such as 'green development', 'green economy' or 'green jobs'. Including a wide variety of jobs, from jobs in enterprises that produce goods or provide services that benefit the environment or conserve natural resources, to jobs where the tasks of workers involve greener production processes or which uses fewer natural resources, the development of green jobs is currently an area of great interest to the authorities.*

1. Oportunități și provocări pentru piața muncii în tranziția către economia circulară și verde

Tranziția către o economie verde este determinată în principal de o tendință pe termen lung la nivel mondial de diminuare a resurselor și de creștere a prețurilor la energie și la materii prime, tendință exacerbată de dependența crescândă a Europei de importurile de resurse. Pentru a face față acestor provocări, UE a pus în aplicare o serie de politici și strategii care vizează sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de carbon și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor, consolidând în același timp competitivitatea UE. Una dintre cele mai importante este pachetul energie/climă 2020, care stabilește obiective ce trebuie atinse până în 2020 pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, pentru utilizarea surselor regenerabile de energie și pentru ameliorarea eficienței energetice.

S-au creat numeroase locuri de muncă în sectorul bunurilor și serviciilor de mediu – la care se face referire adesea ca „locuri de muncă verzi”. Potențialul de creare de locuri de muncă legate de producția de energie din surse regenerabile, eficiența energetică, gestionarea deșeurilor și a apei, calitatea aerului, refacerea și conservarea biodiversității și dezvoltarea infrastructurii verzi este semnificativ și este rezistent la variațiile ciclului economic. Monitorizarea și anticiparea locurilor de muncă și competențelor ecologice tinde să nu aibă loc prin mecanisme permanente dedicate economiei verzi, locurilor de muncă verzi sau competențelor ecologice; în schimb, anticiparea abilităților ecologice tinde să fie parte a mecanismelor generale de anticipare a competențelor. O excepție notabilă este cea a Observatorului Național pentru Locuri de Muncă și Ocupații din Economia Verde din Franța.

Programele de formare pentru dezvoltarea competențelor șomerilor sau ale oamenii care lucrează, în general, nu au un accent specific pe abilitățile ecologice. "Numai într-un număr mic de state membre există cadre de politică integrate care să conecteze creșterea verde cu ocuparea forței de muncă; în general, abordarea rămâne disociată și fragmentată."¹

Piețele muncii dinamice și bine funcționale dețin un rol-cheie în facilitarea tranziției către o economie verde și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor. Acțiunea ar trebui să se concentreze asupra următoarelor aspecte:

¹ Ministerul Muncii și Justiției Sociale, *Strategia Națională pentru Locuri de Muncă Verzi 2018-2025*

A. Eliminarea lacunelor în materie de competențe

În timp ce o economie verde va crea noi locuri de muncă și va deschide noi piețe, competitivitatea, capacitatea de inovare și productivitatea vor depinde în mare măsură de disponibilitatea forței de muncă calificate. Aceasta înseamnă promovarea dezvoltării competențelor și o mai bună anticipare a nevoilor în materie de competențe din ansamblul sectoarelor și industriilor, care să permită autorităților și părților interesate relevante să se adapteze la schimbare.

Promovarea dezvoltării competențelor

Tranziția către o economie mai verde va avea un impact semnificativ asupra nevoilor în materie de competențe, care se va traduce printr-o creștere a cererii de forță de muncă calificată în industriile ecologice, prin dezvoltarea competențelor lucrătorilor în toate sectoarele și prin reconversia profesională a lucrătorilor din sectoarele vulnerabile la restructurare. Intensitatea ecoinovării va avea un impact variabil asupra cerințelor în materie de competențe specifice fiecărui loc de muncă, în funcție de sectoare și de domenii de activitate.

Facilitarea adaptării forței de muncă și a sistemelor de educație și formare profesională necesită intervenția specifică a autorităților publice pentru a evita blocajele în materie de competențe, pentru a sprijini tranzițiile profesionale și pentru a spori capacitatea de reacție a sistemelor de educație și de formare la noile exigențe în materie de competențe și calificări. Aceasta necesită revizuirea și actualizarea calificărilor și a programelor de educație și de formare profesională corespunzătoare

O mai bună anticipare a nevoilor în materie de competențe

Deoarece schimbările structurale din economie vor conduce la cerințe noi în materie de competențe și la ocupații emergente, este necesar să se evalueze mai bine evoluțiile în materie de ocupații și competențe în vederea facilitării tranziției către *economia verde*. Pot fi utilizate sisteme de clasificare precum „clasificarea europeană a aptitudinilor, competențelor, calificărilor și ocupațiilor (*European classification of Skills, Competences, Qualifications and Occupations - ESCO*) pentru a identifica lacunele în materie de competențe.

Serviciile publice de ocupare a forței de muncă (SPO) furnizează informații valoroase cu privire la cerințele în materie de competențe de pe piața muncii. În unele state membre, acestea au elaborat instrumente pentru a monitoriza cererea pentru competențe verzi în diverse sectoare ale economiei, inclusiv în sectoarele verzi. În acest context, provocarea este aceea de a utiliza datele existente pentru a modifica sau a adapta oferta de formare profesională, disponibilitatea și formatul programelor de formare, precum și parcursurile de formare. Prin urmare, este esențial să se elaboreze strategii privind colectarea informațiilor, cu accent asupra nevoilor de recrutare preconizate și asupra identificării competențelor necesare.

B. Anticiparea schimbărilor, garantarea tranzițiilor și promovarea mobilității

Procesele de transformare, în special din sectoarele de activitate în declin spre activitățile emergente, necesită anticipare și gestionare în timp util. Restructurarea ar trebui gestionată într-un mod responsabil din punct de vedere social, în special pentru a menține capitalul uman; instituțiile pieței muncii trebuie să contribuie la facilitarea și la garantarea tranzițiilor, iar mobilitatea profesională și geografică ar trebui încurajată în continuare.

Anticiparea schimbărilor și gestionarea restructurărilor

UE dispune de un cadru juridic cuprinzător pentru reglementarea modului în care dialogul social ar trebui să abordeze anticiparea schimbărilor și a restructurărilor. În plus, cadrul de calitate al UE pentru anticiparea schimbărilor și restructurărilor (QFR) conține anumite principii și bune practici pentru anticiparea schimbărilor și gestionarea restructurărilor; prin urmare, cadrul menționat este relevant și pentru gestionarea cu succes a tranziției verzi dintr-o perspectivă socio-economică. Anticiparea în timp util a schimbărilor și a nevoilor în materie de competențe contribuie

la competitivitatea întreprinderilor și la capacitatea de inserție profesională a lucrătorilor. Anticiparea schimbărilor ar trebui să includă programe de perfecționare profesională continuă pentru lucrători la locul de muncă. Învățarea la locul de muncă poate sprijini, de asemenea, inovarea verde, în special atunci când este susținută de sisteme adecvate de validare.

Este esențial să se elaboreze orientări specifice pentru sectoarele în care se estimează că va avea loc o creștere, o scădere sau o transformare semnificativă a ocupării forței de muncă. Pentru ca tranziția verde să ducă la crearea unor locuri de muncă mai bune, aspectele care țin de sănătate și de siguranță trebuie, de asemenea, să fie luate în considerare, în special riscurile emergente legate de dezvoltarea tehnologiilor verzi. Deși tehnologiile, produsele și procesele mai sustenabile au potențialul de a reduce riscurile expunerii nocive pentru lucrători, noile pericole potențiale trebuie să fie atent evaluate și integrate în strategiile de prevenire pentru a anticipa, a identifica, a evalua și a controla pericolele și riscurile emergente.

C. Sprijinirea creării de locuri de muncă

Pentru a sprijini tranziția verde ar trebui să se facă apel la finanțare din partea UE . În plus, transferul presiunii fiscale de la impozitarea muncii la impozitarea de mediu, achizițiile publice verzi și antreprenoriatul verde sunt domenii la fel de importante pentru sprijinirea creării de locuri de muncă verzi. Fondurile structurale și de investiții europene (fondurile ESI) sunt surse-cheie de investiții pentru a promova creșterea economică durabilă și crearea de locuri de muncă.

2. Locurile de muncă verzi - conceptualizare

Organizația Internațională a Muncii identifică locurile de muncă verzi ca o caracteristică esențială a dezvoltării durabile și pentru a putea răspunde în mod adecvat provocărilor globale legate de protecția mediului, dezvoltarea economică și incluziunea socială².

Organizația Internațională a Muncii definește locurile de muncă verzi ca fiind ”locuri de muncă decente care contribuie la conservarea sau restabilirea mediului, fie ele în sectoarele tradiționale, cum ar fi industria prelucrătoare și construcții, fie în noi sectoare verzi, cum ar fi energia regenerabilă și eficiența energetică.

Locurile de muncă verzi ajută la:

- ✓ îmbunătățirea eficienței energetice și a materiilor prime;
- ✓ limitarea emisiilor de gaze cu efect de seră; reducerea deșeurilor și a poluării;
- ✓ protecția și restaurarea ecosistemelor;
- ✓ sprijinirea adaptării la efectele schimbărilor climatice.

La nivel de întreprindere, locurile de muncă verzi pot produce bunuri sau pot oferi servicii de care să beneficieze mediul înconjurător, cum ar fi clădiri verzi sau transport curat. Cu toate acestea, aceste output-uri ecologice (produse și servicii) nu se bazează întotdeauna pe procese și tehnologii de producție ecologice. Prin urmare, locurile de muncă verzi pot fi de asemenea diferențiate prin contribuția lor la procese mai ecologice. De exemplu, locurile de muncă verzi pot reduce consumul de apă sau pot îmbunătăți sistemele de reciclare. Totuși, locurile de muncă verzi definite prin procesele de producție nu produc neapărat bunuri sau servicii de mediu.”³

Biroul de Statistică a Muncii (BLS) din cadrul Departamentului pentru Muncă din Statele Unite ale Americii utilizează o definiție extinsă a locurilor de muncă verzi în colectarea datelor statistice. Astfel, locurile de muncă verzi pot fi de două tipuri⁴:

- A. Locuri de muncă în întreprinderi care produc bunuri sau furnizează servicii de care beneficiază mediul înconjurător sau conservă resursele naturale.

² Ministerul Muncii și Justiției Sociale, *Strategia Națională pentru Locuri de Muncă Verzi 2018-2025*

³ http://www.ilo.org/global/topics/green-jobs/news/WCMS_220248/lang--en/index.htm

⁴ https://www.bls.gov/green/green_definition.htm

B. Locuri de muncă în care sarcinile lucrătorilor implică procese de producție mai ecologice sau care utilizează mai puține resurse naturale.

O preocupare legată de locurile de muncă verzi are în vedere aspectele legate de asigurarea faptului că locurile de muncă verzi sunt locuri de muncă decente, aplicarea standardelor de muncă, siguranța și sănătatea la locurile de muncă verzi, combaterea economiei informale din sectoarele verzi, cum ar fi gestionarea deșeurilor, anticiparea nevoilor viitoare în materie de competențe și adoptarea unor politici de formare profesională care facilitează acoperirea cererii de competențe verzi.

Exemple de sectoare de activitate relevante pentru locurile de muncă verzi

1. Energie regenerabilă – fabricarea și instalarea panourilor fotovoltaice și solare, microhidrocentrale, utilizarea biomasei, a energiei generate de vânt ș.a.

Tabelul nr.1.

Ocupații în domeniul energiei regenerabile

Ocupație	Aptitudini necesare
Tehnician	Abilități specifice tehnologiei pentru construcția și instalarea instalației și/sau operarea și întreținerea, precum și producție.
Inginer	De obicei, un inginer lucrează la proiectarea și dezvoltarea instalațiilor. Prin urmare, este necesar să posede cunoștințe aprofundate despre sistemele, uneltele și mașinile utilizate pentru proiectare și fabricare.
Consultant	Consultanții în domeniul energiei trebuie să fie capabili să ofere o gamă largă de servicii, informații și expertiză în diferitele aspecte legate de utilizarea surselor naturale de energie, precum și opțiunile de finanțare a energiei regenerabile care pot fi disponibile de la guvern sau autoritatea locală.
Vânzător, distribuitor	Abilități de vânzări/afaceri și o bună cunoaștere a diferitelor produse de energie regenerabilă
Activități de producție	În funcție de post, abilități tehnice pentru muncă manuală și abilități avansate de afaceri pentru manageri și investitori

Sursa: *International Labour Organization, Are you in search of Green Biz ideas ?*

2. Agricultură – îngrășăminte și pesticide organice, producție agricolă ecologică, irigații, împăduriri, controlul eroziunii solului ș.a.

Tabelul nr.2.

Ocupații în domeniul agriculturii

Ocupație	Aptitudini necesare
Agricultor ecologic	Agricultura ecologică necesită un nou mod de a gândi producția de alimente. În loc să se concentreze numai pe recoltele și recoltele animalelor, fermierii ecologici iau în considerare întregul ecosistem agro.
Agronom	Agronomii se specializează într-un domeniu specific. Un domeniu de activitate este cultivarea plantelor fără pesticide sau îngrășăminte chimice în fermele ecologice. O altă posibilitate este să lucrezi în laboratoare și să experimentezi cu noi pesticide și erbicide chimice pe plantele de testare.
Tehnician	Abilități tehnice pentru instalarea, operarea și întreținerea sistemelor de apă
Consultant	Abilitățile și cunoștințele necesare depind de tipul de consultanță.

	Consultanții pot lucra ca consilieri de export, specialiști în etichetare organică, experți pe piața creditelor de carbon și multe alte profesii.
Lucrător forestier	Lucrătorii forestieri lucrează în exterior și îndeplinesc sarcini zilnice legate de reîmpădurire și de gestionarea, îmbunătățirea și conservarea terenurilor forestiere. Sunt angajați de companii de exploatare forestieră, contractori și instituții guvernamentale.

Sursa: International Labour Organization, *Are you in search of Green Biz ideas ?*

3. Managementul deșeurilor și reciclare – colectarea, sortarea și reciclarea deșeurilor, transformarea deșeurilor în materii prime secundare, transformarea deșeurilor organice în energie și îngrășăminte ș.a.

4. Construcții ecologice – materiale de construcții ecologice, eficiență energetică

Tabelul nr.3.

Ocupații în domeniul construcțiilor ecologice

Ocupație	Aptitudini necesare
Producător de materiale de construcții	Bune cunoștințe despre proprietăți și despre utilizarea materialelor naturale de construcție, precum și cunoștințe tehnice despre cum să le producă
Retailer/vânzător	Abilități de afaceri în conducerea unei afaceri cu materiale de construcție ecologice, materiale reciclate sau articole de artizanat
Inginer	Un inginer lucrează în mod obișnuit la proiectarea și dezvoltarea mașinilor și tehnicilor utilizate pentru fabricarea materialelor, precum și pentru reciclare sau îmbunătățirea eficienței energetice. Este necesară cunoașterea aprofundată a sistemelor, instrumentelor și mașinilor utilizate pentru proiectare și fabricare.
Arhitect	Un arhitect trebuie să fie familiarizat cu practicile de construcție ecologică și cu aplicarea acestora la proiectele de construcție.
Muncitor în construcții	Pe lângă abilitățile tehnice, un muncitor în construcții ar trebui să posede cunoștințe de bază despre materialele de construcție durabile și eficiența energetică.
Specialist reciclare	Cunoștințe solide despre întregul proces de reciclare și oportunități de afaceri aferente.

Sursa: International Labour Organization, *Are you in search of Green Biz ideas ?*

5. Eco-turism – agenții de turism, hoteluri verzi, restaurante, furnizarea de mâncare organică ș.a

Tabelul nr.4.

Ocupații în domeniul eco-turismului

Ocupație	Aptitudini necesare
Operator de turism	Operatorii de turism elaborează, organizează și promovează clienților produse de vacanță și de călătorie. Această promovare se realizează fie prin intermediul agențiilor de turism, fie direct către client prin intermediul unor broșuri sau site-uri web. Operatorul trebuie să aibă un limbaj bun, precum și abilități de afaceri. În cazul ecoturismului, sunt necesare și cunoștințe despre turismul durabil.
Ghid de turism	Aptitudini lingvistice; cunoștințe despre traseul care urmează să fie parcurs și caracteristicile sau atracțiile acestuia; cunoștințe despre

	cultură, istorie, societate, geografie, floră și faună; abilități de cercetare pentru colectarea de informații în scopul turului, cunoștințe despre cum să desfășoare tururi cu impact minim asupra mediului; abilități de planificare, organizare și management al timpului.
Proprietar de hotel sau structură turistică de cazare	Proprietarii de hotel au nevoie de cunoștințe despre construcții ecologice și energie, precum și despre echipamente de economisire a apei; precum și abilități de operare ecologică
Proprietar de bar sau restaurant	Proprietarii de baruri și restaurante trebuie să cunoască despre aprovizionarea cu alimente ecologice și despre modalitățile tradiționale de preparare a alimentelor și a băuturilor, precum și abilități bune de marketing pentru a atrage turiști în restaurantele și barurile lor.

Sursa: International Labour Organization, *Are you in search of Green Biz ideas ?*

Concluzii

Creșterea verde este atât o provocare, cât și o oportunitate pentru piața muncii și pentru competențe care, la rândul lor, constituie factori-cheie ai creșterii verzi. Tranziția va antrena transformări fundamentale în întreaga economie și într-o gamă largă de sectoare: se vor crea mai multe locuri de muncă, unele profesii vor fi înlocuite, iar altele redefinite.

În acest context, o mai bună direcționare și o coordonare îmbunătățită a măsurilor și a instrumentelor privind piața muncii sunt esențiale pentru crearea condițiilor necesare pentru a sprijini locurile de muncă verzi, pentru a acoperi lacunele în materie de competențe și deficitele de forță de muncă și pentru a anticipa nevoile în schimbare în ceea ce privește capitalul uman.

Bibliografie:

1. Comisia Europeană, *Plan de acțiune verde pentru IMM-uri. Permițând IMM-urilor să transforme provocările legate de mediu în oportunități de afaceri*, COM(2014) 440 final/2, Bruxelles, 17.12.2014
2. European Commission, *Promoting green jobs throughout the crisis: a handbook of best practices in Europe EEO Review 2013*
3. International Labour Organization, *Are you in search of Green Biz ideas ?*
4. Ministerul Muncii și Justiției Sociale, *Strategia Națională pentru Locuri de Muncă Verzi 2018-2025*

Considerații cu privire la monitorizarea și evaluarea activităților antreprenoriale în cadrul proiectelor europene

Autor: Măcriș Maria-Andrada
Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Monitoring and evaluation are particularly important and necessary for the proper implementation of European projects. In this approach, we presented the aspects related to monitoring and evaluation from a theoretical point of view, typologies and resources, from the perspective of an expert or experts appointed with attributions in this respect for the respective projects. Their entire monitoring and evaluation process is carried out differently from the Implementing Agencies which have developed their own standards and methodologies for monitoring and evaluation, and which will lead to the development of these types of activities, depending on the specifics of each project being implemented.*

1. Introducere

Monitorizarea și evaluarea constituie instrumente de management deosebit de importante pentru planificarea și implementarea unor proiecte sau activități. Acestea sunt utile pentru a se ști cât de eficiente sunt și au fost eforturile în procesul de realizare a anumitor activități. Monitorizarea și evaluarea ne pot oferi informații pentru a planifica mai eficient activitățile, a aloca rațional resursele și a asigura durabilitatea proiectelor desfășurate.

Monitorizarea este un instrument de management care ajută la urmărirea și înțelegerea progresului în realizarea activităților derulate în cadrul unui proiect european. Principalul scop al procesului de monitorizare este reprezentat de analiza fazei de implementare a politicilor și de identificarea posibilelor deviații de la scopurile stabilite inițial. Monitorizarea asigură colectarea informațiilor și a datelor statistice și utilizează indicatori relevanți și măsurabili prin intermediul cărora să poată fi urmărit procesul implementării. Prin intermediul procesului de monitorizare se obțin informații în ceea ce privește: modul în care resursele alocate și serviciile furnizate și-au atins ținta; eventualele schimbări socio-economice care ar rezulta în urma implementării unei politici publice, precum și concordanța acțiunilor întreprinse pentru implementarea unei politici cu standardele și reglementările existente.

Orice activitate dintr-un proiect care urmează a fi implementată trebuie să fie supusă și procesului de evaluare. Întreg ciclul de derulare este orientat spre îndeplinirea obiectivelor specifice și generale prevăzute în cadrul respectivului proiect european. Evaluarea reprezintă un proces multidimensional de obținere a informațiilor, cu ajutorul unor instrumente de evaluare, în scopul elaborării unor judecăți de valoare, raportate la niște criterii propuse și care se finalizează cu aprecieri ce permit luarea unor decizii. Evaluarea permite să apreciem starea unui fapt sau proces la un anumit moment, din perspectiva informațiilor pe care la culegem cu ajutorul diverselor instrumente.

2. Abordări de natură teoretică cu privire la monitorizare și evaluare

Procesele de monitorizare și evaluare sunt într-o strânsă conexiune cu procesul de planificare. Astfel, dacă nu sunt stabilite obiective măsurabile, rezultate ale acțiunii și rezultate ale politicii, monitorizarea și evaluarea nu își pot îndeplini scopul propus, acela de a corecta implementarea unor proiecte europene. De asemenea, activitățile de monitorizare și evaluare depind de frecvența cu care

sunt modificate obiectivele și rezultatele estimate. În unele cazuri, schimbarea acestora va determina modificarea indicatorilor utilizați în procesele de monitorizare și evaluare. Modificarea repetată a indicatorilor de monitorizare și evaluare poate duce la apariția unor dificultăți în elaborarea rapoartelor, la interpretare greșită a datelor și la analiza eronată a rezultatelor unei politici (se vor schimba datele de referință, nu se vor mai putea realiza comparații între diverse valori pe anumite perioade de timp).

Prin intermediul monitorizării și evaluării se efectuează analiza și controlul respectării obiectivelor și termenelor prevăzute, cum ar fi: compararea rezultatelor obținute cu rezultatele prevăzute; analiza stadiului de realizare a obiectivelor și analiza eficacității utilizării resurselor. Monitorizarea se concentrează asupra analizei performanțelor pe termen scurt comparate cu ceea ce s-a planificat, ajutând la efectuarea verificării regulate a ceea ce face în mod curent. Informațiile pot fi reprezentate de indicatori cantitativi și calitativi. Instrumentele de monitorizare utilizate pot fi de tipul: rapoartelor de activitate intermediare; rapoartelor de expertiză tehnico-științifică întocmite de experți; rapoartelor de evaluare trimestriale/anuale; rapoartelor finale de activitate sau rapoartelor finale de evaluare.

În evaluarea modernă, creativitatea este indicatorul cel mai de preț; ea presupune formarea unor capacități de cunoaștere ce devin fundamentale pentru procesul creator real, care permit găsirea unor soluții, idei sau metode descoperite pe cale independentă, prin efort propriu de gândire, de către cei supuși actului evaluării.

Așadar, evaluarea este un instrument de apreciere, care măsoară în mod general, rezultatele, obiectivele și impactul activităților dintr – un proiect, asigurând date pentru proiecte similare în viitor. Astfel, evaluarea reprezintă „*procesul prin care sunt determinate eficacitatea și eficiența activităților proiectului. Ea implică colectarea, analiza și interpretarea datelor despre îndeplinirea obiectivelor proiectului*”.

Evaluarea permite îmbunătățirea deciziilor, evitarea repetării greșelilor și risipirii resurselor. În urma evaluării unui activități, se pot lua decizii de continuare, modificare sau întrerupere a acesteia. Așadar, „*evaluarea activităților dintr-un proiect reprezintă utilizarea unor metode științifice pentru a măsura implementarea și rezultatele acestuia, în scopul luării deciziilor*”. **Evaluarea** se concentrează asupra următoarelor aspecte, precum: resurse investite; obiective realizate; rezultate obținute, impactul realizat și va trebui să răspundă mai multor **întrebări**:

- ✓ în ce măsură activitățile și-au atins obiectivele și dacă nu, de ce nu?
- ✓ în ce măsură activitățile au fost îndeplinite?
- ✓ în ce măsură resursele au fost utilizate în mod eficient?
- ✓ care a fost impactul activităților? Ce au schimbat activitățile?
- ✓ ce a fost de învățat pe parcursul acestor activități?
- ✓ cum va fi utilizată experiența dobândită din investigarea acestor activități din proiect pentru proiectele viitoare?

În vederea eficientizării procesului de evaluare, evaluatorul trebuie să răspundă la următoarele întrebări: ce evaluăm? de ce evaluăm? cui servește evaluarea? pe cine evaluăm? când evaluăm? cum evaluăm? Prin urmare, pentru a contribui la **îmbunătățirea procesului de evaluare**, ea trebuie să fie:

- ☞ **validă și credibilă** - aceste două caracteristici ale evaluării de calitate sunt interdependente. Evaluarea trebuie să evalueze ce și-a propus să evalueze;
- ☞ **practică** - evaluarea nu trebuie să fie excesiv de dificilă sau costisitor de implementat;
- ☞ **utilă** - să evalueze munca participanților și să se facă în conformitate cu niște criterii de performanță clare;
- ☞ **obiectivă**.

Planul de evaluare trebuie să cuprindă informații despre modul în care vor fi culese informațiile privind progresul proiectului și felul în care se va aprecia măsura în care au fost atinse obiectivele și rezultatele preconizate. Evaluarea nu poate fi realizată de una singură, fără a fi precedată de monitorizare, presupunând stabilirea prealabilă a unor indicatori și standarde de performanță. Dacă

rezultatele obținute din aceste activități nu sunt conforme cu cele din planul inițial, se stabilesc cauzele care au condus la aceste abateri și care este impactul asupra resurselor utilizate. Principalele diferențe dintre monitorizare și evaluare se referă la momentul realizării, la frecvența acțiunilor de monitorizare și evaluare și la tipul de întrebări puse. Astfel, diferențele dintre evaluare și monitorizare sunt prezentate în tabelul nr. 1.

Tabelul nr. 1. Diferențe între monitorizare și evaluare

<i>Nr. crt.</i>	<i>Evaluare</i>	<i>Monitorizare</i>
1.	Perspectivă generală asupra efectelor generale ale activităților evaluate: impact și eficiență	Informații privind procesul de implementare a proiectului
2.	Vizează determinarea progreselor obținute, a nivelului de atingere a obiectivelor și a impactului proiectului implementat	Vizează analiza situației curente, respectarea termenelor, indicatorii de performanță și minimizarea costurilor
3.	Periodică (la diferite etape, finală)	Proces continuu
4.	Desfășurată de expertul responsabil cu evaluarea	Desfășurată de echipa de proiect și de ceilalți participanți la implementare
5.	Colectare de date calitative	Colectare de date cantitative

Evaluarea reprezintă una dintre etapele esențiale ale oricărui proiect, alături de identificarea problemei, diagnoza acesteia, elaborarea obiectivelor, a strategiei, a planului de acțiune și implementare. De evaluare depinde luarea deciziilor referitoare la continuarea, încheierea sau modificarea unor activități. Prin intermediul evaluării se obțin informații referitoare la alocarea resurselor și se poate determina dacă grupul-țintă primește o parte echitabilă din resursele respective. Domenii de activitate distincte, dar înrudite cu cel al evaluării sunt auditul și cercetarea.

Auditul desemnează o activitate de control axată în principal pe verificarea legalității și regularității implementării resurselor. Termenul se referă cel mai adesea la auditul financiar, însă există concepte similare și în managementul de proiect sau în managementul calității.

Cercetarea și evaluarea au în comun metode asemănătoare și faptul că ambele măsoară variabile și indicatori, însă cele două diferă prin faptul că cercetarea pornește de la teorii și ipoteze, iar evaluarea de la obiective la care se raportează indicatorii pentru a măsura performanța.

În concluzie, monitorizarea este procesul continuu de colectare a informațiilor relevante despre modul de derulare a unor activități, în timp ce evaluarea este un proces care utilizează informațiile obținute pe parcursul monitorizării cu scopul de a analiza modul în care activitățile au atins eficiența scontată. Așadar, activitățile de monitorizare și evaluare sunt percepute sub forma unor simple activități calendaristice, periodice, de supraveghere a implementării pe durata unui proiect european.

3. Tipologii utilizate în evaluarea activităților antreprenoriale

Pe parcursul activităților derulate în cadrul unui proiect pot fi utilizate mai multe tipuri de evaluări, unul dintre ele fiind, **din punct de vedere al scopului evaluării** există:

Evaluarea inițială este realizată la începutul activităților fiind necesară o anumită pregătire pentru realizarea evaluării. Aceasta nu are rolul de control, ci este utilizată pentru a cunoaște comportamentul cognitiv al participanților, dacă aceștia dispun de pregătirea necesară pentru aceste activități.

Evaluarea formativă și formatoare indică faptul că aceasta trebuie să fie făcută pe tot parcursul acestor activități și are rolul de a identifica obstacole sau oportunități neașteptate și posibilele măsuri ce pot fi aplicate pentru a crește succesul activităților derulate.

Evaluarea sumativă are rolul de a realiza un raport la sfârșitul parcurgerii acestor activități care constituie practic rezultatele obținute. Deoarece este realizată la sfârșitul unui proces de evaluare, aceasta nu mai poate influența cu ceva ameliorarea rezultatelor și refacerea activităților desfășurate, dar oferă recomandări pentru desfășurarea în continuare a acestor activități.

Evaluarea cuprinde atât aspecte calitative, cât și cantitative. În procesul de evaluare sunt utilizate instrumente cum ar fi:

- *oportunitatea* – încadrarea în cerințele și obiectivele generale ale activităților ceurmează a fi efectuate. Acesta trebuie să ofere date prin intermediul cărora să se poată aprecia dacă proiectul este capabil de a furniza beneficiul în cantitatea și la parametrii calitativi prestabiliți;
- *acceptabilitatea* – gradul în care se presupune că va aceste activități vor influența situația existentă;
- *participarea* – gradul în care beneficiarul proiectului participă la resursele necesare realizării tuturor activităților;
- *grupul-țintă* – dimensiunea grupului vizat față de totalul beneficiarilor potențiali corelat și cu costul aferent;
- *eficiența* – sunt comparate rezultatele propuse cu resursele necesare realizării lor. Acest instrument oferă managerilor posibilitatea focalizării pe problemele sau pe slăbiciunile identificate în aceste activități, ceea ce permite acționarea în sensul asigurării performanței;
- *calitatea* – standardele calitative utilizate pentru serviciile oferite. În acest sens, în urma clarificărilor aduse în ceea ce privește utilitatea programului respectiv și după identificarea resurselor necesare, se impune identificarea acelor aspecte care necesită a fi măsurate. La acest nivel se poate pune problema de a găsi un echilibru între satisfacerea așteptărilor finanțatorilor (interesați mai mult în indicatori care oferă informații despre nivelul minim de performanță) și necesitatea de a include mai ales acei „indicatori de bază” care să descrie performanțele în atingerea scopului pe termen lung;
- *sustenabilitatea* – posibilitățile ca aceste activități să fie continuate sau dezvoltate ulterior prin forțe proprii;
- *diseminarea* – posibilități de extindere a rezultatelor proiectelor asupra unui număr mai mare de beneficiari.

Un alt tip de evaluare posibil de realizat în cadrul unor asemenea proiecte este *evaluarea continuă de-a lungul perioadei de desfășurare a activităților din proiect*. Pe parcursul desfășurării proiectului este necesară urmărirea obiectivelor propuse. Evaluarea continuă este procesul prin care coordonatorul de proiect și/sau managerul acestuia urmăresc realizarea activităților propuse, atingerea obiectivelor, gradul de îndeplinire ale acestora și de utilizare a resurselor.

În procesul de evaluare a rezultatelor se au în vedere următorii **parametri**:

- **eficiența** - se calculează de cele mai multe ori ca raport între efect și efort. Se compară resursele utilizate și nivelul rezultatelor obținute;
- **eficacitatea** - se compară rezultatele efectiv obținute cu rezultatele preconizate;
- **economicitatea** - se analizează costurile efectuate comparativ cu costurile planificate;
- **participarea** – participarea așteptată din partea beneficiarilor activităților, eventuale alte participări din partea unor factori implicați;
- **grupul țintă** - se compară grupul țintă propus (ca număr și structură) cu grupul efectiv implicat în aceste activități. În același timp se compară grupul țintă cu totalul potențialilor beneficiari identificați în timpul derulării activităților;
- **disponibilitatea** - se analizează aspecte legate de calitatea serviciilor oferite în cadrul activităților;
- **gradul de cunoaștere** - procentul celor care au cunoscut activitățile, obiectivele acestora și cei care ar fi trebuit să le cunoască;
- **gradul de implicare** - măsura în care s-au implicat în desfășurarea factorii interesați în realizarea acestuia;

- **suficiența** - resursele utilizate pentru realizarea activităților comparativ cu cele care ar fi fost efectiv necesare.

În literatura de specialitate mai regăsim pentru evaluarea activităților antreprenoriale: **evaluarea de rezultate și evaluarea de impact**. **Evaluarea rezultatelor** urmărește efectele, schimbările care au avut loc în rîndul participanților, de-a lungul și după implementarea unui activități. Acest tip de evaluare se deosebește de evaluarea de impact, în principal, prin faptul că urmărește doar efectele intenționate ale proiectului. **Evaluarea de impact** își propune să arate dacă activitățile evaluate își ating obiectivele finale, dacă a fost eficient în producerea schimbării condițiilor sociale vizate și dacă au apărut efecte neintenționate, ca urmare a implementării acestora. Evaluarea de impact este utilă atunci când se urmărește determinarea eficienței activităților în soluționarea problemei propuse, compararea eficienței/eficacității diferitelor activități din dintr-un proiect sau testarea utilității unor eforturi noi în rezolvarea unei probleme regionale.

În procesul de evaluare aceasta poate fi privită din următoarele **perspective**: măsurare prin obiective, măsurătoare și apreciere. Prin urmare, aceste perspective ale evaluării prezintă o serie de avantaje și dezavantaje care sunt prezentate în tabelul de mai jos.

Tabelul nr. 2. Avantaje și dezavantaje ale perspectivelor de evaluare

Evaluare = Măsurare prin obiective	
<p>Avantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ presupune existența unor obiective și criterii cu care să se determine rezultatele activităților; ▪ cu ajutorul obiectivelor stabilite se pot emite informații despre procesul de realizare și despre performanțele acestor activități; ▪ furnizează date asupra activităților dar și asupra implicării participanților în aceste activități; ▪ asigură retroacțiune imediată. 	<p>Dezavantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ evaluarea se concentrează restrictiv pe obiective, adesea vizând doar comportamente observabile și măsurabile din domeniul cognitiv și motor; ▪ utilizarea frecventă a evaluării prin obiective, poate duce la o tehnicitate excesivă din partea evaluatorului; ▪ se insistă mai mult pe rezultatul final al evaluării decât pe procesul evaluativ.
Evaluare = Măsurătoare	
<p>Avantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ asigură obiectivitate și fidelitate pentru măsurare; ▪ a determinat efectuarea de măsurători științifice; ▪ informațiile au fost matematizate. 	<p>Dezavantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ datele care nu pot fi măsurabile nu pot fi evaluate; ▪ pot rămâne în afara evaluării aspecte importante care nu pot fi măsurate; ▪ costuri ridicate deoarece predomină testele standardizate care sunt costisitoare și greu de realizat.
Evaluare = Aprecieri	
<p>Avantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pot fi evaluate o gamă mai mare de variabile; ▪ poate fi folosită experiența evaluatorului; ▪ nu necesită timp pentru analiza datelor. 	<p>Dezavantaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ criteriile de evaluare sunt abigui; ▪ poate fi contestată; ▪ obiectivitatea evaluării este influențată de evaluator; ▪ se sprijină mai mult pe experiența evaluatorului, pe rutină.

Un alt tip de evaluare este **observarea sistematică a activităților și a comportamentului participanților** în timpul activităților derulate furnizează o serie de informații utile, greu de obținut pe alte căi constând în consemnarea metodică, fidelă și intenționată a diferitelor manifestări de comportament individual așa cum se prezintă ele în fluxul lor natural de manifestare și are la bază motivația de a cunoaște personalitatea participanților, a intereselor și preocupărilor lor vis-a vis de aceste activități, atitudinile sociale și comportamentul lor în public, unde datele observate pot fi colectate și utilizate prin asociere cu alte metode de evaluare.

4. Utilizarea resurselor în procesul evaluare a activităților din proiectele europene

De cele mai multe ori, planificarea evaluării înseamnă o echilibrare între ceea ce dorim să facem și ceea ce putem face, reieșind din resursele de care dispunem. Aceste resurse includ timpul, banii disponibili, cunoștințele și creativitatea echipei. Membrii echipei de evaluare trebuie să fie disciplinați și să aibă suficient timp la dispoziție. De asemenea, este important să posede cunoștințe și abilități necesare pentru a efectua o evaluare și a se implica la toate etapele acesteia. Pentru a fi considerat eficient, planul evaluării trebuie să includă, într-un mod sintetic, toate informațiile necesare despre cum se va proceda la fiecare etapă. Printre aceste informații ar putea fi:

- ✓ *întrebările de evaluare;*
- ✓ *indicatori ai succesului;*
- ✓ *sursele de la care vor fi obținute datele;*
- ✓ *metodele prin care vor fi colectate și analizate informațiile;*
- ✓ *schită a resurselor necesare la fiecare etapă a evaluării;*
- ✓ *responsabilitățile celor care se ocupă de evaluare;*
- ✓ *limitarea în timp a activităților de evaluare.*

Cadrul logic stabilește cadrul pentru monitorizare și evaluare oferind o imagine simplificată, liniară asupra utilizării planificate a resurselor unor activități din proiect și a rezultatelor așteptate ale acestora. Acesta are următoarele **componente principale**:

- *intrările*: resursele investite în program (resurse financiare, echipamente, resurse umane, facilități, clădiri, timpul persoanelor implicate);
- *procesele*: tot ceea ce urmează a se face cu intrările, activitățile derulate pentru atingerea obiectivelor;
- *ieșirile*: rezultatele imediate obținute de proiect;
- *rezultatele*: rezultatele pe termen scurt (schimbări ale atitudinilor, creșterea gradului de conștientizare, dezvoltarea de abilități) sau mediu (schimbări ale comportamentelor, practicilor) la nivelul beneficiarilor vizați de proiect;
- *impactul*: efectele pe termen lung (schimbări ale condițiilor sociale, economice, politice).

În demersul de evaluare a activităților din cadrul unor proiecte europene vor trebui avute în vedere și răspunsurile la următoarele întrebări legate de:

- **instrumentele utilizate în evaluare**. Nu există vreo limită a instrumentelor de cercetare ce pot fi utilizate în evaluare. Totuși, în scopul evaluării acestor activități, adesea se aplică o gamă mai restrânsă de instrumente, precum cercetarea documentelor relevante, interviuri structurate, anchete pe bază de chestionar.
- **rigoarea metodologică aplicată evaluării**. Dată fiind gama relativ restrânsă de instrumente utilizată curent într-o evaluare tipică, se pune un accent deosebit pe rigoarea metodologică. Rigoarea metodologică începe cu evaluatorii și părțile interesate în evaluare, care trebuie să respecte prevederile codurilor etice aplicabile, principiile evaluatorilor și standardele de evaluare.
- **abordarea adoptată pentru atribuirea sarcinii de a evalua, în particular natura implicării a celor evaluați**. În plus față de rigoarea metodologică, evaluarea trebuie să beneficieze într-o foarte mare măsură de aplicarea unei „abordări participative”. Este important ca toate părțile direct

interesate să experimenteze evaluarea ca un instrument practic de management și nu ca un instrument de control care să fie utilizat de reprezentanții de la nivelele ierarhice superioare.

➤ **informațiile pe care evaluarea ar trebui să le furnizeze.** Nu se poate aștepta o evaluare de bună calitate decât atunci când este clar pentru toate părțile direct interesate, nu numai „managerilor evaluării”, ce informații ar trebui să furnizeze activitatea de evaluare. Aceasta nu include doar întrebările la care ar trebui să răspundă evaluarea, dar și forma în care trebuie oferite aceste răspunsuri, precum și mijloacele ce trebuie folosite pentru obținerea răspunsurilor.

➤ **resursele financiare și de timp disponibile pentru evaluare.** Evaluarea fiind parte a ciclului de viață al unei activități, ar trebui luată în considerare într-un mod adecvat în cadrul bugetului aferent oricărui proiect. În pregătirea acestui buget, nu ar trebui incluse doar costurile directe cu resursele umane necesare evaluării și costurile conexe.

Așadar, calitatea evaluării va fi asigurată prin selecția unor instrumente de cercetare adecvate naturii activităților de evaluare, prin aderarea la principiile și standardele etice aplicabile, prin configurarea expertizei și stabilirea echipei adecvate de evaluatori, prin utilizarea rezultatelor și indicatorilor corespunzători, prin utilizarea unei abordări participative implicând părțile direct interesate și prin alocarea unui buget adecvat pentru identificarea, colectarea și procesarea datelor.

5. Concluzii

Orice activitate de monitorizare și evaluare, poate să furnizeze informații corecte și relevante, numai dacă are sprijin din parte tuturor actorilor implicați în implementarea proiectelor europene. Acest sprijin este de asemenea util și atunci când se pune problema utilizării rezultatelor monitorizării și evaluării. Așadar, procesul de evaluare necesită cunoașterea întregului ciclu de viață al unui proiect, dar și obiectivitate și imparțialitate în evaluare. În acest sens, este necesar să existe un sistem de control pentru a evalua o bună practică în vederea redefinirii obiectivelor necesare și pentru a asigura relevanța și succesul acesteia. Monitorizarea poate ajuta la identificarea eșecului și a succesului și permite transferul unei practici în alt context. Mai mult, autoevaluarea consolidează o practică prin analizarea tuturor factorilor, atât pozitivi, cât și negativi. Evaluarea și monitorizarea constituie factori esențiali pentru a îmbunătăți, precum și o modalitate de a judeca semnificația, defectele și/sau beneficiile unei practici antreprenoriale.

Toate activitățile antreprenoriale care se derulează în cadrul unui proiect ce urmează a fi implementat trebuie să fie supuse procesului de evaluare. Întreg ciclul de derulare trebuie să fie orientat spre îndeplinirea obiectivelor specifice și generale prevăzute în cadrul respectivului proiect. În acest sens, pentru realizarea unei evaluări corecte a activităților desfășurate se vor întocmi fișe de analiză pentru fiecare activitate din proiect, pe baza criteriilor de apreciere a practicilor antreprenoriale ce au fost elaborate anterior. În baza documentației teoretice efectuate, pentru realizarea unei evaluări de calitate, va trebui utilizat paletarul larg de metode de colectare a datelor, precum: studierea unor documente scrise sau colectarea unor date verbal, sondaje de opinie, interviuri, colectarea datelor prin observarea directă a acestor activități derulate.

În concluzie evaluarea este o apreciere periodică a eficienței, eficacității, impactului, durabilității și relevanței activităților dintr-un proiect, în contextul obiectivelor declarate.

Bibliografie:

1. Cace Sorin, *Monitorizare*, în C. Zamfir, S. Stănescu (coord.), *Enciclopedia dezvoltării sociale*, Editura Polirom, Iași, 2007.
2. Deming Edwards W. et al., *The Essential Deming: Leadership Principles from the Father of Quality*, McGraw Hill Education, 2012.
3. Lehel-Zoltan Gyorfy, Ștefan Pete, Dumitru Matîș Agnes Nagy, Annamaria Benyovszky, Tunde Petra Petru, *Raport privind activitatea antreprenorială în România*, 2008.

4. Opran Constantin (coord.), Stan Sergiu, Năstasă Steluța, Abaza Bogdan, *Managementul proiectelor*, comunicare.ro, București, 2002.
5. Savin Veronica, Ghițu Vlad, *Managementul proiectelor. Monitorizarea și evaluarea proiectelor*, Editura Tipografia din Bălți, Chișinău, 2013.
6. Project Management Manual, Government of Romania, Department of Integration, <http://www.projectmanagement.ro>.
7. *Manager proiect*, Suport de curs, Curs acreditat C.N.F.P.A., Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Ministerul Muncii, Familiei și Protecției Sociale, Iași, 2012.
8. Planning, Monitoring and Evaluation, Columbia University Press, New York, 2017.
9. Manualul beneficiarului POCU 2014 - 2020, <http://mfe.gov.ro/pocu/>.
10. Comisia Europeană, Seria de ghiduri: Cum se poate susține politica privind IMM-urile cu ajutorul fondurilor structurale, *Consolidarea spiritului și a competențelor antreprenoriale în UE*, 2013, http://publications.europa.eu/resource/ellar/0b119b3e-e072-42e3-b3c5-a2746d386933.0005.02/DOC_1, Accesat la data de 7.05.2022.

Antreprenoriatul în contextul globalizării activității economice

Autor: Muntean Nicoleta
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Because of their economic and financial clout and their ability to influence the fiscal and social policies of states, multinational corporations are major actors on the world scene. The activities of multinational enterprises (MNEs) have traditionally drawn a lot of policy attention as governments are keen to attract foreign direct investment. MNEs are believed to promote growth and employment by creating new jobs, realise new investments, bring in new technologies, and allow host economies to integrate and upgrade in global value chains. Although they have various advantages, they suffer from certain disadvantages or drawbacks such as high competition, loss of sovereignty, outflow of resources, economic exploitation etc.*

1. Introducere

Globalizarea a devenit cea mai importantă caracteristică reală a sistemului mondial modern, una dintre cele mai influente forțe care determină cursul dezvoltării planetei noastre. Conform punctului de vedere predominant asupra globalizării, nici o acțiune, nici un singur proces în societate (economic, politic, juridic, social etc.) nu poate fi considerat limitat. Globalizarea economiei mondiale poate fi caracterizată ca o creștere a interdependenței și influenței reciproce a diferitelor sfere și procese ale economiei mondiale, exprimată în transformarea treptată a economiei mondiale într-o piață unică pentru bunuri, servicii, capital, muncă și cunoaștere.

Procesul de globalizare acoperă diferite domenii ale economiei mondiale, și anume:

- comerț internațional, mondial cu bunuri, servicii, tehnologii;
- mișcarea internațională a factorilor de producție (muncă, capital, informații);
- operațiuni financiare internaționale de credit și de schimb valutar (finanțare și asistență gratuită, împrumuturi, operațiuni cu valori mobiliare, mecanisme și instrumente financiare speciale, operațiuni cu valută);
- cooperarea inginerescă și informațională.

2. Influența globalizării asupra antreprenoriatului

În prezent, un fenomen atât de complex ca globalizarea are un impact imens asupra implementării activității antreprenoriale. Globalizarea economiei reprezintă o etapă calitativ nouă în dezvoltarea proceselor de internaționalizare a vieții economice, ale căror caracteristici principale sunt noul rol al companiilor multinaționale și dezvoltarea proceselor de globalizare financiară. Eliminarea restricțiilor privind libera circulație a capitalurilor, transformarea pieței financiare mondiale într-o sferă independentă și autosuficientă nu poate decât să influențeze funcționarea diferitelor forme de antreprenoriat și, mai presus de toate, antreprenoriatul privat.

În contextul globalizării economice, nu numai formele de concentrare și centralizare a capitalului, metodele de concurență, metodele de reglementare a relațiilor sociale și de muncă, ci și motivele activităților de afaceri se schimbă. În multe privințe, acest proces este natural și obiectiv. Cu toate acestea, experiența majorității țărilor dezvoltate, confirmă faptul că, dacă nu reglementează

procesele globalizării și nu influențează dezvoltarea formelor și metodelor de activitate antreprenorială, atunci acest lucru poate duce la o întreagă tendință negativă.

Antreprenoriatul modern, care este un fenomen socio-economic complex, care include caracteristicile sale ca tip de activitate economică, un sector al unei economii de piață și procesul de creare a unui nou (procesul de inovare), îndeplinește o serie de funcții importante într-o economie de piață. Printre acestea: funcția de combinare optimă a factorilor de producție și, prin urmare, cea mai eficientă utilizare a resurselor economice; asumarea riscurilor; funcție inovatoare; funcția de producție a unui produs social și distribuția venitului național; funcția de satisfacere efectivă și completă a cererii populației pentru bunuri și servicii; funcția de sprijin financiar pentru veniturile bugetului național și local; o funcție socială realizată prin crearea de locuri de muncă și menținerea veniturilor majorității populației la un nivel decent; funcția de susținere și consolidare a stabilității politice și sociale în societate.

Printre factorii cei mai semnificativi în formarea antreprenoriatului modern se numără activitatea statului, care în a doua jumătate a secolului al XX-lea s-a transformat într-un subiect deplin al activității economice, reglementând afacerile private. În ultima jumătate de secol, statul a dezvoltat și a început să utilizeze pe scară largă în practică un întreg arsenal de metode economice indirecte pentru reglementarea economiei și a afacerilor. Acestea sunt politica fiscală, monetară, antiinflaționistă, anticiclică și socială. Statul s-a angajat nu numai în crearea bazei legislative necesare funcționării normale a antreprenoriatului, ci și în limitarea tendințelor monopoliste prin activitățile autorităților antimonopol, s-a angajat în planificare și prognozare, a sprijinit marile afaceri printr-o rețea de comenzi de stat și întreprinderile mici și mijlocii printr-un sistem de garanții de stat. Statul a forțat antreprenorii să ia parte activă la sistemul de asigurări sociale al cetățenilor care lucrează, la crearea unui sistem de securitate socială și de sprijin social și la finanțarea unui număr de proiecte sociale.

Toți acești factori au jucat un rol pozitiv în formarea unui model civilizată de comportament antreprenorial în cadrul statului național. Acest model vizează dezvoltarea forțelor productive ale societății, crearea unor mecanisme economice și juridice care să asigure acumularea bogăției naționale, satisfacerea maximă a nevoilor cetățenilor. Acest model este rezultatul dezvoltării evolutive a economiei de piață.

La sfârșitul secolului al XX-lea și începutul secolului al XXI-lea, noii factori au căpătat o semnificație specială, care a început să aibă un impact semnificativ asupra implementării activității antreprenoriale. În general, acești factori noi pot fi combinați sub o denumire generală - „globalizarea economiei”. Primele companii multinaționale ale erei moderne au fost în sectoarele minier, petrolier și agricol, unde producția era direct legată de pământ. Multe companii din sectoarele minier și agricol au o vechime de peste o sută de ani și se numără încă printre cele mai mari întreprinderi globale. În a doua jumătate a secolului XX, companiile au devenit mult mai internaționale, în special în sectorul de producție. Aceasta a fost parțial pentru a ocoli barierele vamale și comerciale, ceea ce au făcut prin înființarea de filiale direct pe piețele de consum – o strategie folosită de producătorii de mașini europeni și japonezi atunci când au stabilit linii de asamblare în Statele Unite pentru a avea acces la piața locală, care a dat naștere la o mai mare mobilitate a capitalului, o tendință de scădere a costurilor de transport și dezvoltarea tehnologiei informației și a telecomunicațiilor.

În contextul globalizării, naționalul și supranaționalul par să se schimbe. Dacă mai devreme rolul principal în relațiile internaționale era jucat de relațiile naționale, întrucât relațiile internaționale erau văzute ca o continuare naturală a tendințelor și relațiilor care s-au dezvoltat în țară, astăzi tabloul s-a schimbat fundamental. Astăzi, relațiile economice mondiale dobândesc din ce în ce mai mult rolul de a conduce, în timp ce relațiile interne, chiar și ale celor mai mari țări, sunt forțate să se adapteze la realitățile economiei globale.

În economia contemporană nu mai constituie o excepție faptul că un produs având aceeași marca este fabricat în mai multe locuri de pe glob sau că în conducerea administrativă a multor corporații există persoane de naționalități diferite. Companiile multinaționale ocupa o poziție importantă în economia mondială, având o forță economică mai mare chiar decât a multor state dezvoltate, valoarea bunurilor și serviciilor rezultate din investițiile externe ale acestora depășind cu mult valoarea exporturilor de mărfuri realizate pe plan mondial.

3. Consecințele pozitive ale proceselor de globalizare

Semnificația pozitivă a globalizării cu greu poate fi supraestimată: posibilitățile omenirii sunt multiplicabile nemăsurabil, toate aspectele vieții sunt luate în considerare mai complet, se creează condiții pentru armonizare. Globalizarea economiei mondiale creează o bază serioasă pentru rezolvarea problemelor universale ale omenirii.

Următoarele pot fi numite avantajele proceselor de globalizare:

- Globalizarea contribuie la aprofundarea specializării și la divizarea internațională a muncii. Fondurile și resursele sunt distribuite mai eficient, ceea ce contribuie în cele din urmă la o creștere a nivelului mediu de viață și la o extindere a perspectivelor de viață ale populației.
- Un alt avantaj important al proceselor de globalizare îl reprezintă economiile de scară a producției, care pot duce la reduceri de costuri și prețuri mai mici și, în consecință, la o creștere economică durabilă.
- Beneficiile globalizării sunt, de asemenea, asociate cu beneficiile comerțului liber pe o bază reciproc avantajoasă, care satisface toate părțile.
- Globalizarea, prin creșterea concurenței, stimulează dezvoltarea în continuare a noilor tehnologii.
- Globalizarea poate duce la creșterea productivității ca urmare a raționalizării producției globale.
- Reduce lipsa de resurse financiare în diferite regiuni ale lumii și utilizarea acestora pentru dezvoltarea activității antreprenoriale.
- Globalizarea intensifică concurența pe piețele naționale și internaționale, ceea ce este însoțită atât de o scădere a costului serviciilor, cât și de o creștere a nivelului de producție și servicii pentru consumatorul final.

Avantajele globalizării sunt determinate de beneficiile economice care se obțin din utilizarea competențelor științifice, tehnice, tehnologice și de calificare avansată al țărilor străine lideri în domeniile relevante din alte țări, în aceste cazuri, introducerea de soluții noi are loc într-un timp scurt și la costuri relativ mai mici.

Globalizarea contribuie la intensificarea concurenței internaționale. La urma urmei, competitori externi puternici, nelimitați în acțiunile lor, se alătură concurenților interni. Procesele de globalizare în economia mondială sunt benefice, în primul rând, pentru consumatori, deoarece concurența le oferă o alegere bogată și o scădere a prețurilor.

Rezultatul final al globalizării, așa cum speră mulți experți, ar trebui să fie o creștere generală a bunăstării lumii.

4. Consecințele negative ale proceselor de globalizare

Cu toate acestea, este necesar să se țină cont de consecințele negative pe care le aduce globalizarea. Printre acestea: consolidarea influenței corporațiilor multinaționale asupra dezvoltării economiilor naționale, inclusiv a celor politice; aprofundarea dezvoltării inegale între țările bogate și cele sărace; instabilitatea piețelor internaționale; reducerea oportunităților de reglementare de stat a

economiei naționale. Acești factori nu pot să nu aibă un impact negativ asupra dezvoltării antreprenoriatului și, prin urmare, necesită crearea unor mecanisme de reglementare adecvate.

Cu toate acestea, globalizarea este însoțită și de alte consecințe negative. Beneficiile globalizării financiare, rezultate din reducerea și eliminarea barierelor dintre sistemele financiare naționale, sunt distribuite inegal. Se formează centrul financiar și periferia, ceea ce duce la asimetria sistemului financiar mondial. Cele mai mari beneficii le primesc antreprenorii din țările dezvoltate, în special Statele Unite, a căror conducere în procesele de globalizare financiară, în dezvoltarea standardelor și mecanismelor sale este, fără îndoială. Dimpotrivă, sistemele financiare din alte țări, în primul rând țările în curs de dezvoltare și economiile acestora, pot deveni puternic dependente de sistemul financiar al SUA, ceea ce va duce la consolidarea asimetriei economiei mondiale. Din cauza acestei unipolarități, ambele sisteme pot fi mult mai instabile decât înainte.

O altă consecință negativă a globalizării este dependența tot mai mare a sectorului real și a activității antreprenoriale de componenta sa monetară și financiară. Acest proces, care a început în țările dezvoltate, se răspândește activ în alte țări și regiuni. Aceasta înseamnă că starea economiilor naționale este din ce în ce mai dependentă de starea finanțelor naționale și mondiale. Această din urmă circumstanță este confirmată și de faptul că, în contextul globalizării, finanțele naționale și starea antreprenorilor interni sunt din ce în ce mai dependente de comportamentul străinilor, care sunt din ce în ce mai prezenți pe piețele financiare naționale. La rândul său, acest lucru înseamnă că influența guvernelor naționale asupra finanțelor naționale este în scădere, în timp ce influența companiilor și a investitorilor multinaționali crește. În asociațiile de integrare, impactul deciziilor comune, al politicii financiare comune, așa cum este cazul în UE, este în creștere.

Globalizarea economiei mondiale contribuie la creșterea instabilității și volatilității antreprenoriatului, cauzată de liberalizarea fluxurilor de capital și de deschiderea frontierelor naționale pentru libera circulație a resurselor financiare. Transferul necontrolat de resurse financiare dintr-un punct al lumii în altul duce la destabilizarea economiilor naționale.

5. „Fuga de capital” în contextul globalizării

În contextul globalizării financiare, circulația internațională de capital este în creștere nu numai prin canale juridice, ci și prin canale semi-legale și ilegale. Toate acestea exacerbează problema „fugii de capital”, care nu poate decât să afecteze activitatea comercială.

Fuga de capital în sine are consecințe negative pentru economia națională, deoarece restricționează libertatea de acțiune a guvernului în urmărirea cursului economic optim, destabilizând sistemul de reglementare macroeconomică și subminând disciplina fiscală. Exportul de capital contribuie, de asemenea, la scăderea salariilor și a nivelului de trai al acelor grupuri sociale care nu sunt în măsură să își transfere economiile în active străine. Ieșirile de capital cresc povara datoriei externe. Acest lucru agravează problema deficitului bugetar, pe care guvernul o rezolvă cel mai adesea prin emiterea de bani suplimentari în circulație. Efectul unei taxe inflaționiste apare, care la rândul său duce la „fuga de capital” și „dolarizarea” economiei. Problema inflației este agravată, datoria externă devine mai mare și totul se repetă de la început.

Astfel, datorită fluxului de capital din țară, problemele de lichiditate și neplăți sunt exacerbate, se pierde legătura dintre creșterea ofertei interne de bani și dinamica veniturilor naționale. Toate acestea au un impact negativ asupra stării economiei și afacerilor naționale. Cu toate acestea, în contextul globalizării, la aceste probleme se adaugă o serie de probleme semnificative. Ieșirea de capital se realizează în principal sub forma „fugii de capital” efectuată prin canale ilegale și semi-legale, iar resursele în sine au adesea o origine ilegală sau nu în întregime legală. În acest caz, principalul motiv pentru mutarea banilor în străinătate este spălarea banilor și evaziunea fiscală.

Următoarele măsuri ar putea contribui la limitarea fugii de capital:

- Introducerea unei reglementări clare și stricte a exportului de capital prin adoptarea unui set de reglementări care umple vidul legal în unele aspecte ale activității economice străine.
- Restricții privind anumite forme de export, în principal către conturi de economii în străinătate.
- Crearea unui mediu macroeconomic favorabil în țară, încurajând investițiile. Acest lucru ar trebui să se bazeze pe o politică de extindere a cererii agregate, creșterea veniturilor gospodăriilor ca bază pentru investiții în sectorul real.

6. Rolul companiilor multinaționale în dezvoltarea antreprenoriatului modern

În prezent, există aproximativ 60.000 de companii multinaționale în întreaga lume, care controlează peste 500.000 de filiale. Acestea sunt responsabile pentru jumătate din comerțul internațional, în special datorită amplitudinii tranzacțiilor intrasociale (între filialele aceleiași companii).

Avantajul fără îndoială al companiilor multinaționale moderne este eficiența lor economică, datorită scării mari de producție din multe industrii. Nevoia de a rezista concurenței contribuie la concentrarea producției și a capitalului la scară internațională. Ca urmare, devine justificată funcționarea la scară globală și, prin urmare, devine posibil să se reducă costurile de producție și să se obțină profituri.

Astfel, activitățile companiilor multinaționale obligă administrația companiilor locale să facă ajustări la procesul tehnologic, la practica stabilită a relațiilor industriale, la sistemul de management, să aloce mai multe fonduri pentru instruirea și recalificarea lucrătorilor, să acorde o atenție sporită calității produselor, designului și proprietăților consumatorilor. Astfel, antreprenorii naționali au acces la canalele de marketing din țările dezvoltate.

Cel mai adesea, investițiile străine se bazează pe introducerea de noi tehnologii, lansarea de noi tipuri de produse, un nou stil de management și utilizarea celor mai bune din practica afacerilor străine. La rândul său, accesul la noile tehnologii permite companiilor locale să concureze cu succes cu produsele lor pe piețele internaționale.

Companiile multinaționale creează noi locuri de muncă. Ca urmare a activităților lor, veniturile din impozite la bugetele statelor naționale cresc, starea balanței de plăți se îmbunătățește și fluxul de valută crește, care este necesar pentru a menține creșterea economică în deservirea obligațiilor datoriei externe, finanțarea achiziției de produse importate și în investițiile interne. Creșterea producției de noi mărfuri de export, diversificarea acesteia face ca țara să fie mai puțin vulnerabilă la o scădere imprevizibilă a prețurilor la produsele tradiționale.

Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că, împreună cu aspectele pozitive ale funcționării companiilor multinaționale în sistemul economiei mondiale, există și impactul lor negativ asupra economiilor acelor țări în care își desfășoară activitatea. Printre acestea: datoria publică; aruncarea tehnologiilor uzate; o schimbare accentuată a cursului de schimb al monedei naționale; scăderea competitivității prețurilor bunurilor naționale; deficit de balanță de plăți; pierderea securității economice; posibilitatea impunerii unor direcții nepromise în sistemul diviziunii muncii în cadrul corporațiilor transnaționale companiilor din țara gazdă; și în cele din urmă, criza.

În mai multe țări, firmele străine, prin reducerea prețurilor de export pentru vânzarea produselor finite și supraestimarea prețurilor de cumpărare a componentelor de la filialele lor de peste mări, ascund venituri reale și astfel evită să plătească o parte din taxe. Ca urmare a unor astfel de „investiții” există probleme cu balanța de plăți.

Prin manipularea politicilor de stabilire a prețurilor de transfer, filialele companiilor multinaționale care operează în diferite țări ocolesc cu pricepere legile naționale, ascunzând veniturile

fiscale dintr-o țară în alta. Stabilirea prețurilor de monopol permite, de asemenea, producătorilor naționali să-și dicteze propriile condiții, care adesea le încalcă interesele.

După ce au pătruns în economia națională a țărilor în curs de dezvoltare, companiilor multinaționale ocupă poziții de conducere în principalele sectoare ale economiei naționale, reducând astfel oportunitățile pentru dezvoltarea afacerilor naționale și speranțele lor de a extinde producția internă. Foarte des, pentru antreprenorii străini, rata rentabilității investițiilor directe în țările în curs de dezvoltare este, în medie, de două ori indicatorul corespunzător în țările industrializate. Acest lucru se datorează în mare măsură faptului că investitorii străini caută privilegiile speciale de la guvernul gazdă (adesea cu ajutorul mitei), de exemplu, protecția tarifelor sau achiziționarea de concesiuni în industria extractivă la un preț scăzut.

În același timp, puterea și influența marilor companii globale nu slăbește, ci, dimpotrivă, crește. Prin urmare, conceptul de „competiție” dispare în înțelegerea sa tradițională, dar nu dispare deloc. În primul rând, concurența dintre corporațiile globale în sine se intensifică. Pe de altă parte, concurența în cadrul rețelelor globale între întreprinderile naționale pentru dreptul de a intra în această rețea se intensifică. În acest sens, crește din ce în ce mai mult dependența întreprinderilor mici și mijlocii de companiile multinaționale, care se formează pe baza legăturilor funcționale directe - dezvoltarea tehnologiei de producție, specializarea, cooperarea, organizarea vânzărilor de produse etc.

Cu toate acestea, sunt o legătură în rețeaua globală, funcționează pentru această rețea, realizându-și interesele. Și aceste interese nu pot coincide întotdeauna cu interesele statului și ale cetățenilor săi. În plus, metodele tradiționale de reglementare de stat a activității antreprenoriale în acest caz nu funcționează, deoarece activitățile întreprinderilor naționale mici și mijlocii incluse în rețeaua globală sunt supuse altor autorități de reglementare.

Companiile multinaționale iau din țară mult mai mult decât dau, evitându-se în diverse moduri de la plata impozitelor impuse de guvern, „storc” capitalul național din economie, contribuind la exodul de intelect. Profiturile rezultate nu sunt în mare parte reinvestite în țara gazdă, ci exportate în propriile țări.

Concluzii

Interdependența dintre cele două fenomene, globalizarea și apariția multinaționalelor a fost cea care a făcut posibilă modernizarea vieții economice, fiecare dintre cele două stând la baza evoluției celeilalte. Nu putem spune că globalizarea a fost cea care a dus la apariția întreprinderilor multinaționale, nici invers.

Cu toate acestea, avantajele și dezavantajele companiilor multinaționale ne arată cum economia globală încearcă să se echilibreze cu efortul acestora. Sunt produse multe bunuri mai ieftine, mai necalitative, cu toate acestea infrastructura se dezvoltă continuu și se investește foarte mult în țările în curs de dezvoltare.

Bibliografie:

1. Forbes Global 2000, www.forbes.com/global2000/list; World Federation of Exchanges, 2017 Market Highlights, www.world-exchanges.org
2. <https://espace--mondial--atlas-sciencespo-fr.translate.google/en/topic-strategies-of-transnational-actors/article-3A11-EN-multinational-corporations.html>
3. <https://ro.economy-pedia.com/11037261-multinational-company#menu-3>
4. https://www.academia.edu/32613319/Corporatiile_multinationale

Proiect de întreprindere socială vizând incluziunea pe piața muncii a unor categorii defavorizate

Autor: Petraru Radu
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

Abstract: *Entrepreneurship projects in the category of Social Economy aim not only to meet the needs of consumers through marketed products and services, but also increase social inclusion and reduce poverty by creating jobs for people in categories considered disadvantaged in the labour market.*

1. Introducere

Nevoile sociale cărora se adresează strategiile/programele de economie socială vizează toate formele de excluziune:

- excluziunea socială;
- excluziunea de pe piața muncii
- excluziunea de orice altă natură: discriminarea, abuzurile, sărăcia, lipsa accesului la educație și oportunități de formare, la servicii de sănătate, la oportunități de dezvoltare personală și comunitară, la servicii financiar-bancare, inclusiv servicii de creditare accesibile și adaptate nevoilor comunităților defavorizate, la infrastructura necesară dezvoltării comunitare, la informație.

Excluziunea socială poate fi privită drept lipsa integrării sau integrare precară pe piața muncii sau în sistemul educațional.

Excluziunea socială poate fi definită drept circumstanțele în care oamenii sunt împiedicați să participe deplin la viața socială, economică și civilă. Se poate vorbi despre excluziune socială în cazul indivizilor al căror venit sau alte resurse (personale, familiale, sociale, culturale) sunt atât de inadecvate încât îi exclud de la un standard de viață sau și o calitate a vieții considerate acceptabile la nivelul societății în care aceștia trăiesc.

O persoană este considerată exclusă dacă ea este rezidentă a unei societăți, dar din cauza unor motive independente de controlul lor, nu pot participa la activitățile normale în calitate de cetățeni ai societății.

2. Plan de afaceri

Documentație pentru planul de afaceri în domeniul recoltării/cultivării, procesării și comercializării de legume, produse forestiere și plante aromatice

Localizare

- în regiunea Vest: Hațeg (anumite activități, precum recoltarea de fructe de pădure și plante medicinale pot avea loc și în localități învecinate)

Linii de produse

Propunem produse care pot fi cultivate/recoltate, procesate și comercializate cu o valoare adăugată mare cu investiții moderate.

1) *Legume:* roșii, germeni de plante, salate

Salate cultivate și consumate cu precădere în România: Romana, Radicchio, Iceberg, Lăptucă, Lollorosa, Lollobionda. Germeni cu o capacitate nutritivă mare cultivați și comercializați în România:

broccoli, grâu, lucernă, trifoi roșu, ridiche, muștar, rapiță, varză roșie, ceapă roșie, schinduf, linte, mazăre, păstăi, floarea soarelui, rucola, cresson.

2) *Plante aromatice și plante medicinale*

În România sunt cultivate și comercializate îndeosebi următoarele plante: busuioc, cimbrisor, cimbru, cippolino, rucola, pătrunjel, mărar, coriandru, leuștean, mentă, pătrunjel, rozmarin, salvie, tarhon, lămâiță (melisa), oregano, măghiran. Aceștia li se mai adaugă plantele medicinale și ceaiurile cunoscute.

3) *Produse forestiere: fructe de pădure, ciuperci de pădure comestibile, plante medicinale*

Fructe de pădure ce se recoltează în România: afine, agrișe, cătină, coarne, coacăze, corcodușe roșii și galbene, soc (flori și fructe), măceșe, mere pădurețe, mure, păducel, porumbe, zmeură.

Ciuperci de pădure comestibile: gălbiori, ghebe, hribi, zbârciogii.

Plante medicinale ce pot fi recoltate din pădure: afin (frunze), mesteacăn, pătlagină, păducel (flori), soc (flori), sunătoare, tei, urzică.

Produse finite

1) *Fructe de pădure*

- recoltate și distribuite fie proaspete, ambalate în caserole, pentru consum casnic, fie în stare congelată, en-gros, ca materie primă

- deshidratate, ambalate și vândute în caserole

- utilizate proaspete ca materie primă pentru diferite produse derivate

- sucuri de fructe și siropuri

- suplimente nutritive (în diverse combinații, precum fructe de pădure cu miere, cu nucă etc.)

- dulceață, gem, compot, marmeladă

2) *Ciuperci de pădure*

- recoltate și distribuite fie proaspete, pentru consum casnic, fie în stare congelată, en-gros, ca materie primă

- deshidratate, ambalate și vândute în caserole

- conservate în sare (saramură)

- utilizate proaspete ca materie primă pentru diferite produse derivate: zacuscă și alte conserve

3) *Plante aromatice și plante medicinale*

- vândute în ghiveci, folosite fie pentru consum, fie ca plante decorative

- vândute proaspete, ambalate în caserole

- deshidratate și ambalate ca atare sau în amestecuri de condimente

- deshidratate și ambalate pentru a fi utilizate ca ceaiuri

4) *Legume*

- proaspete, în stare crudă (roșii, germeni, salate)

- deshidratate: roșii, alte legume

- procesate pentru obținerea de produse derivate: - conserve (zacuscă etc.)

- diverse produse de patiserie: biscuiți, covrigi cu legume, germeni etc.

5) *Alte produse derivate obținute prin procesare ce nu necesită investiții mari și mici procedee tehnologice elaborate* - produse cosmetice: săpun hand-made, creme etc.

Recoltarea fructelor de pădure ”Coacerea fructelor este eșalonată și se petrece în special în timpul verii. Începe din luna iunie cu afinele și se termină în noiembrie, cu zmeura. Recoltarea cere răbdare și, dacă produsele sunt destinate a fi consumate proaspete, trebuie practică manual. Odată culese, ele sunt așezate direct în caserole speciale pentru a evita manipulări succesive și pentru a le grăbi vânzarea, ținând cont de faptul că se pot păstra proaspete timp de numai trei zile. Capacitatea acestor caserole este de 150-250 grame fiecare. Pentru a le transporta cu mai mare ușurință, ele trebuie puse în lădițe de lemn sau plastic suprapuse care ajung să conțină până la 12 bucăți. Pe lângă vânzarea directă a produsului către consumator, este bine să vă adresați și engroșiștilor locali, vânzătorilor de fructe cu amănuntul, cofetăriilor, patiseriilor, supermarket-urilor, restaurantelor și pizzeriilor active în zona respectivă.

Recoltarea fructelor, având în vedere perisabilitatea lor, trebuie să fie efectuată imediat ce încep să se coacă. Aceasta fiind, după cum am văzut, operațiunea cea mai laborioasă, trebuie să faceți tot ce puteți pentru a o raționaliza. În acest scop, poate folosi construirea unui adăpost în măsură să grăbească sau să întârzie coacerea. Pentru a limita costurile de gestiune, ar fi bine să recoltați cu ajutorul rudelor sau a unor colaboratori temporari. Este bine să aderați la asociații de profil, la consorții sau la cooperative locale: acest pas va ajuta când trebuie să rezolvați probleme comune, să dobândiți cunoștințe tehnice sau să vă comercializați mai bine produsele.”¹

Oportunități pe pietele locale de fructe de pădure

- 1) ”Direcția Silvică Târgoviște scoate sume frumoase, în fiecare an, din vânzarea a sute de tone de fructe de pădure. Principalul importator al fructelor este Germania care oferă, de exemplu, până la 1000 de euro pentru o tonă de cătină congelată. Peste 150 de tone de cătină, păducel, măceșe și porumbe culese din pădurile din județul Dâmbovița, au fost trimise anul acesta în Germania, unde vor fi folosite pentru prepararea medicamentelor, ceaiurilor și a sucurilor naturale. Direcția Silvică Târgoviște a încasat deja 150.000 de euro pentru fructele de pădure vândute nemților în toamna acestui an. „Colectarea am efectuat-o în lunile iunie - august. S-au colectat 40 de tone de cătină, 20 de tone de porumbe, 70 de tone de măceșe și 20 de tone de păducel. Cam aceeași cantitate s-a adunat în fiecare an. Toată marfa noastră ajunge în Germania. De câțiva ani numai la nemți trimitem frăguțele. Acolo se transformă în medicamente și probabil în sucuri naturale”, ne spune Emilia Dragomir, administrator al Depozitului de Fructe al Direcției Silvici, care funcționează pe raza localității Ulmi.”²
- 2) ”Acum câteva decenii, România era considerată „grânarul Europei”. Nu că ne-ar fi dor ce perioada aceea, însă un lucru e clar: resursele naturale ale României reprezintă unul dintre cele mai mari atuuri economice ale țării și sunt cu siguranță o sursă importantă de idei de afaceri adaptabile noului normal, impus de pandemia de coronavirus.
- 3) *Ideii de afaceri la țară. Cultură ecologică de fructe de pădure* Zmeură. Afine. Mure. Coacăze. Căpșuni. Un singur cuvânt: yum! Deși foarte populare, aceste fructe ajung să aibă un preț destul de piperat în magazine. Nu întâmplător - deși nu costă foarte mult să le plantezi, întreținerea și culegerea acestor mici, dar delicioase fructe reprezintă procese migăloase și costisitoare. Partea bună este că cererea depășește încă oferta, atât la nivel național, cât și European, astfel că mai există suficient loc pe piață și pentru tine.”³
- 4) ”Culturile de fructe de pădure nu au fost apreciate cu adevărat în România pentru mult timp, însă transformarea consumatorilor în direcția unei alimentații mai sănătoase creează oportunități bune de afaceri profitabile. O plantație cu fructe de pădure poate deveni o afacere profitabilă, cu o investiție relativ redusă.”⁴

Reglementări, autorizații de colectare și valorificare a produselor forestiere

Conform web site-ului Regiei Naționale a Pădurilor – ROMSILVA, recoltarea și valorificarea ciupercilor comestibile, ca și a altor produse din flora și fauna spontană, intră sub incidența Ordinului Ministerial nr.322 din 2000, care reglementează condițiile în care aceste activități se pot desfășura.

Printre cele mai importante prevederi ale acestui ordin pot fi enumerate⁵:

¹ http://ideideafaceri.manager.ro/articole/opportunitati-de-afaceri/opportunitati-de-afaceri_fructele-de-paduresunt-foarte-cerute-la-export-569.html 5

² Enache George, Afacere. Zeci de mii de euro din fructe de pădure, http://www.adevarul.ro/locale/targoviste/Afacere_Zeci_de_mii_de_euro_din_fructe_de_padure_0_36416365_2.html#

³ Idei de afaceri la țară. Cum să îți faci o cultură ecologică de fructe de pădure, <https://tradex.ro/ro/blog/idei-de-afaceri/idei-de-afaceri-la-tara-cum-sa-ti-faci-o-cultura-ecologica-de-fructe-de-padure>

⁴ O afacere în plin avânt cu profit de zeci de mii de euro la hectar, <https://www.wall-street.ro/raftafaceri/afaceri-in-agricultura/afacere-fructe-padure.html>

⁵ <http://www.rosilva.ro/subcategorie.php?id=7&cat=2>

- Activitățile de recoltare, capturare și/sau de achiziție și comercializare a plantelor și animalelor din flora și fauna sălbatică, terestră și acvatică, sau a unor părți sau produse ale acestora, pe piața internă sau la export, în stare vie, proaspătă ori semiprelucrată, se pot organiza și desfășura numai de persoane fizice sau juridice autorizate, în conformitate cu dispozițiile prezentului ordin;
- Persoanele fizice care recoltează plante sau care capturează animale din flora și fauna sălbatică, în scopul comercializării acestora către populație pe piața internă, în stare vie, proaspătă sau semiprelucrată, vor solicita eliberarea autorizației de mediu pentru recoltare/capturare și comercializare, care se obține de la agenția/agențiile de protecție a mediului din județul/județele în a cărui/căror rază se face recoltarea/capturarea;
- Autorizația/autorizațiile se eliberează pe numele membrilor de familie precizate de solicitant în cererea de autorizare și dă/dau dreptul deținătorului să organizeze activități atât de recoltare/capturare, cât și de comercializare pe piața internă, cu respectarea și a celorlalte dispoziții legale care reglementează desfășurarea activităților comerciale;
- Persoanele juridice care organizează activități de recoltare/capturare și/sau de achiziție în scopul comercializării pe piața internă sau la export vor solicita eliberarea autorizației de mediu pentru recoltare/capturare și/sau achiziție și comercializare, care se obține de la agenția/agențiile pentru protecția mediului din județul/județele în a cărui/căror rază se face recoltarea/capturarea și/sau achiziția;
- Autorizația dă dreptul titularului să organizeze activități de recoltare/capturare și de achiziție, precum și de comercializare pe piața internă, în stare vie, proaspătă sau prelucrată, cu respectarea și a celorlalte dispoziții legale care reglementează organizarea și desfășurarea activităților comerciale;
- Eliberarea autorizațiilor de mediu se face pe baza studiilor de evaluare a stării resurselor biologice din flora și fauna sălbatică, elaborate de unități de cercetare științifică ce vor fi stabilite de Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor, cu respectarea procedurilor legale în vigoare. Studiile se realizează anual, se avizează de comisia de specialitate a Academiei Române și se însușesc de Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor;
- Prin studiile de evaluare, specialiștii vor face precizări cu privire la nivelurile maxime de recoltare/capturare anuale, în special pentru speciile supuse unui regim intens de exploatare, pentru speciile aflate într-o stare nefavorabilă, precum și cu privire la zonele pentru care Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor trebuie să instituie interdicții periodice de recoltare/capturare în scopul menținerii potențialului natural de regenerare a acestor resurse și a echilibrului ecologic;
- Agențiile de protecție a mediului vor elibera autorizațiile de mediu pentru recoltare/capturare și/sau achiziție pentru cantitățile solicitate de persoanele fizice și juridice interesate, având în vedere starea resurselor care se recoltează, potențialul biologic de regenerare a acestora și riscul supraexploatării lor. În autorizația de mediu pentru recoltare, capturare și/sau achiziție și comercializare vor fi precizate condiții și restricții ce trebuie respectate obligatoriu de către cei care recoltează, capturează și/sau achiziționează plante și animale sălbatică, în conformitate cu normativele tehnice care reglementează recoltarea acestor resurse și cu dispozițiile legale referitoare la protecția habitatelor naturale și a diversității biologice;
- În toate cazurile în care obiectul exportului, al reexportului sau al importului îl constituie speciile de plante și de animale înscrise în anexele nr. I-III la Convenția privind comerțul internațional cu specii sălbatică de faună și floră pe cale de dispariție, adoptată la Washington la 3 martie 1973, denumită în continuare Convenția CITES, la care România a aderat prin Legea nr. 69/1994, publicată în Monitorul Oficial al

României, Partea I, nr. 211 din 12 august 1994, persoanele fizice sau juridice interesate să desfășoare aceste activități vor solicita eliberarea permisului CITES, care se obține de la Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor.

- Sunt interzise:
 - recoltarea, capturarea, achiziția și comercializarea plantelor și animalelor sălbatice sau a unor părți ori produse ale acestora la vârste, dimensiuni, perioade de creștere, de dezvoltare și de reproducere prohibite, conform reglementărilor specifice;
 - recoltarea, capturarea, achiziția și comercializarea plantelor și animalelor declarate monumente ale naturii, a celor endemice, rare sau aflate în pericol de dispariție, precum și a speciilor de plante și animale sălbatice cu regim special de protecție conform convențiilor internaționale, indiferent de zona și de terenurile în/pe care se află;
 - recoltarea și capturarea oricăror plante și animale sălbatice din zonele declarate rezervații naturale, rezervații științifice și din zonele cu regim de protecție ecologică integrală din ariile naturale protejate.
- Persoanele fizice și juridice care obțin autorizații de mediu din partea agențiilor de protecție a mediului pentru organizarea activităților de recoltare/capturare și/sau de achiziție a resurselor naturale, potrivit prevederilor prezentului ordin, sunt obligate să aibă acordul proprietarilor sau al administratorilor de terenuri/ape, pentru a avea acces și a putea recolta/captura aceste resurse. Acordul proprietarilor și al administratorilor poate fi un contract, o convenție sau orice fel de altă înțelegere între părți.

Beneficiarii proiectului de incluziune socială

Piața muncii actuale se caracterizează prin lipsa locurilor de muncă în special pentru tinerii absolvenți și a persoanelor adulte de peste 50 de ani. Această inițiativă este adresată în special acestor categorii sociale, cu precădere femeilor provenind din familii parentale și femeilor de etnie romă.

Numărul persoanelor defavorizate a căror problemă de muncă își dorește prezentul proiect să o rezolve este de 20 de persoane.

Finanțarea afacerii

La o afacere cu fructe de pădure este nevoie de cel puțin câteva mii de euro pentru a demara proiectul, dar costurile pot urca ușor la 15.000-20.000 de euro în funcție de suprafața ce se dorește a fi cultivată și de utilajele achiziționate. Însă, o suprafață decentă pentru a începe afacerea este de un hectar, iar în acest caz investiția inițială poate depăși 10.000 de euro.

La un hectar de zmeură se pot planta circa 8.000 de drajoni, pe când la mure doar 3.500 - 4.000 de drajoni. Pe de altă parte, la o plantație de afini pe un hectar, este nevoie de 3.000 de puieti, iar la coacăz sau agriș de peste 4.000.

Costurile anuale ale unei afaceri cu fructe de pădure reprezintă plata culesului și lucrările de întreținere (cosirea buruienilor dintre rânduri, smulgerea buruienilor de pe rândul cu plante, tratamentele (unde este cazul), îngrășămintele).

Investiția se poate amortiza în 2-3 ani în cazul fructelor de pădure, iar la căpșuni poate fi recuperată - în unele cazuri - chiar în primul an.

Profitul pe hectar poate să ajungă la 10.000 - 15.000 euro, în cazul în care se vinde cultura către intermediari, dar poate urca până la 20.000-25.000 euro/ha, dacă producția se poate vinde la preț de magazin, în mod direct. În acest ultim caz, este însă nevoie de investiții în distribuție și promovare.

Impactul estimat al proiectului de incluziune socială

Beneficiul acestui proiect, se extinde și asupra celor care utilizează în alimentație produsele ce fac obiectul acestui proiect, respectiv fructe de pădure, germeni, plante aromatice și plante medicinale, promovând astfel un comportament de alimentație și de viață sănătos.

Concluzii

Mediul de afaceri este văzut adesea drept unul dintre principalii responsabili pentru unele dintre marile probleme cu care se confruntă societatea modernă: accidentele de mediu și schimbarea climaterică, inegalitățile, numeroasele probleme de sănătate sau șomajul. Se consideră adeseori, că mediul de afaceri nu are capacitatea de a aborda problemele sociale, acestea revenind exclusiv sectorului public. În egală măsură, însă, în lumea afacerilor s-a creat o reticență nejustificată față de piețele emergente și comunitățile sărace. Piețele sărace nu pot deveni profitabile, iar cei săraci nu pot fi nici parteneri de afaceri credibili, nici debitori solvabili; sărăcia nu este o piață interesantă.

Nevoile comunității se pot converti în oportunități comerciale astfel încât companiile pot realiza afaceri profitabile creând bunuri și servicii adaptate piețelor locale. Pe de altă parte, mulți dintre cei săraci își dovedesc capacitatea de a dezvolta mici întreprinderi care le permit să își întrețină familiile, să returneze creditele obținute pentru lansarea în afaceri și chiar să prospere.

Nu există nicio incompatibilitate între sărăcie și performanță în afaceri, între așteptările legate de profit ale investitorilor și nevoile comunităților, între performanța financiară și sustenabilitatea ori performanța socială a unei companii.

Principala caracteristică a formelor de Economie Socială este că activitățile desfășurate au ca scop satisfacerea nevoilor persoanelor și nu remunerarea investitorilor de capital. Principiile de organizare a formelor de Economie Socială reflectă asumarea obiectivelor de interes public. Acestea se deosebesc de firmele axate pe maximizarea profitului prin cel puțin patru perspective: obiectivul fundamental, principiile de alocare a profitului bazate pe solidaritate și reciprocitate, modul de participare la procesul democratic de luare a deciziilor și pluralitatea resurselor.

Principalul obiectiv al întreprinderilor sociale de inserție este incluziunea socială și profesională a grupurilor celor mai dezavantajate pe piața muncii. Pentru atingerea acestui scop, întreprinderile sociale au decis să acționeze pe baza principiilor sistemului economic pentru a deveni rentabile. Persoanele angajate cumulează diverse tipuri de handicap social și profesional și au dificultăți în inserția pe piața forței de muncă fără un sprijin adaptat situației lor individuale. Aceste persoane fie nu dispun de o calificare corespunzătoare sau o formare profesională suficientă pe piața muncii, fie au probleme personale (boli, accidente) sau de sănătate. Ca obiective ale intervenției, întreprinderile sociale: facilitează /intermediază angajarea, creează locuri de muncă pentru grupurile vulnerabile și promovează socializarea prin desfășurarea activității productive.

Așadar întreprinderile sociale au o puternică dimensiune pedagogică datorită activităților de socializare și formare profesională. Sunt organizate și activități de promovare a cetățeniei active prin informarea și formarea salariaților asupra rolului pe care îl au în întreprindere. Se construiește o „identitate socială” a angajaților și se obțin competențe profesionale.

Bibliografie:

1. Diaconu Bogdan, *Specialist în economie socială*. Suport de curs
2. Enache George, Afacere. Zeci de mii de euro din fructe de pădure, http://www.adevarul.ro/locale/targoviste/Afacere_Zeci_de_mii_de_euro_din_fructe_de_padure_0_36416365_2.html#
3. Orhei Elisabeta Loredana, *Antreprenoriatul social și rolul său în dezvoltarea socială*, www.upm.ro
4. Yunus Muhammad, Weber Carl, *Dezvoltarea afacerilor sociale: noua formă a capitalismului menită să răspundă celor mai presante nevoi ale umanității*, Ed. Curtea Veche, București, 2010
5. ***, *Legea 219/2015 a Economiei sociale*, publicată în Monitorul Oficial, Partea I nr. 561 din 28 iulie 2015
6. ***, *Hotărârea nr. 585/2016 din 10 august 2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 219/2015 privind economia socială*
7. ***, *Accesul la piața muncii redus pentru persoanele cu dizabilități*, Ed. Alpha MDN, Buzău, 2010

- 8.***, *Idei de afaceri la țară. Cum să îți faci o cultură ecologică de fructe de pădure*, <https://tradex.ro/ro/blog/idei-de-afaceri/idei-de-afaceri-la-tara-cum-sa-ti-faci-o-cultura-ecologica-de-fructe-de-padure>
- 9.***, *O afacere în plin avânt cu profit de zeci de mii de euro la hectar*, <https://www.wall-street.ro/raftafaceri/afaceri-in-agricultura/afacere-fructe-padure.html>
10. <http://www.rosilva.ro/subcategorie.php?id=7&cat=2>
11. http://ideideafaceri.manager.ro/articole/opportunitati-de-afaceri/opportunitati-de-afaceri_fructele-de-paduresunt-foarte-cerute-la-export-569.html 5
12. www.economiesociala.net
13. www.responsabilitatesociala.ro
14. <http://economie-sociala.org/> 29

Femeia-antreprenor

Autor: Usatenco Cristina
Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina
Universitatea din Petroșani

***Abstract:** Women entrepreneurs are historically most known for running fashion houses or cosmetic companies, but in more recent decades, a remarkable number of entrepreneurs have risen to prominence in a wide range of industries.*

1. Introducere

Antreprenoriatul este un inițiator al dezvoltării sociale și economice globale. În desfășurarea activității în asemenea mod, în special, accentuează, stimulează și investesc cele mai dezvoltate țări din lume. Totuși, dacă aruncăm o privire și observăm cine sunt antreprenorii, putem observa că predomină bărbații. Dominația antreprenoriatului masculin se poate observa și în țările cu o poziție economică mai bună. Cercetările efectuate de Națiunile Unite, în special cele de organizația UNWomen, arată că încă nu s-a ajuns ca egalitatea între femei și bărbați să fie realizată în lumea afacerilor.

Antreprenoriatul feminin reprezintă un impas, nu numai în țările mai puțin dezvoltate și sărace, ci și în țările mai bogate și bine organizate. În lume există în total 2,7 de miliarde de femei care sunt împiedicate în mod legal să aibă aceleași opțiuni de locuri de muncă ca bărbații. Într-un fel, se poate spune că această cale spre egalitatea deplină în șanse în lumea afacerilor este încă în impas. Diferite fonduri sunt oferite pentru dezvoltarea antreprenoriatului feminin. Aceasta este una dintre tendințele europene principale despre care se vorbește tot mai mult în ultimii ani. Una dintre acestea este și Strategia Europa 2020, care promovează obiectivele de dezvoltare și politica de creștere inclusivă. Cu ajutorul acestei strategii, se promovează o mai mare participare a femeilor pe piața muncii cu scopul de a reduce sărăcia și o mai bună coeziune socială și se oferă, de asemenea, mijloace nerambursabile pentru femeile care doresc să devină antreprenori.

Studiile arată că femeile se confruntă cu neîncrederea celorlalți și atunci când vine vorba de finanțarea unei afaceri. Astfel, în America, de exemplu, doar 8% din start-up-urile pornite de femei au primit finanțare de serie A (între 3 și 15 milioane dolari). Cele mai profitabile industrii pentru femei sunt cele ce țin de educație, sănătate, asistență socială și distracție/relaxare. Statistica arată că femeile depun mai mult efort în dezvoltarea afacerilor din aceste domenii, deoarece ele implică dăruire de sine, crearea unei atmosfere de familie și multă interacțiune cu oamenii. Totuși, femeile mai au multe bătălii de dus, până vor ocupa locul bine-meritat în domeniul afacerilor. Un studiu a arătat că femeile sunt cu aproximativ 20% mai puțin încrezătoare în capacitatea lor de a deveni antreprenoare de succes, comparativ cu bărbații. Dacă e să raportăm acest fapt la Moldova și alte țări în curs de dezvoltare, situația devine mai optimistă – femeile din aceste țări au mai multă încredere în capacitățile lor de lider și antreprenor.

2. Ce reprezintă o femeie antreprenor?

Chiar dacă de multe ori, realitatea ne contrazice, ne place să credem că au dispărut acele zile în care bărbații erau mult superiori femeilor. Scenariul de astăzi este diferit. Astăzi ambele sunt considerate egale și calificate, deținând abilități de conducere și antreprenoriale la diferite niveluri în diferite zone ale lumii. Unele nume foarte bine considerate în acest context ar fi Naina Lal Kidwai -

șefa HSBC India și managerul general al grupului, de asemenea, a fost prima femeie care a absolvit Universitatea Harvard., Sheryl Sandberg-COO Facebook și multe altele. Printre alte exemple se enumeră compania doamnei Trevino, care are venituri de 13, 5 milioane USD și oferă servicii de tehnologie informațională agențiilor guvernamentale. Mary Ellen fiind fosta vicepreședinte înțelege nevoia guvernului și a țării. Acest lucru a ajutat-o să ajungă unde este astăzi. Selina Lo, președintele și CEO-ul Ruckus Wireless a condus o pornire în rețea care gestionează comutatoarele de echilibrare a sarcinii. De asemenea, a cofinanțat rețelele Centillion, pentru a dezvolta comutatoare Ethernet. Femeile dețin 37% din numărul total de afaceri la nivel global. În 2017, numărul de femei antreprenoare ajungea la 48 milioane, deși doar 7 milioane dintre aceste doamne planificau să crească cifra de angajați ai afacerii la 6 sau mai multe persoane. O femeie de nici mai mult, nici mai puțin 60 de ani a reușit să fie în fruntea afacerii cu cea mai rapidă dezvoltare din 2017. Este vorba despre o afacere din domeniul fitnessului – Orangetheory Fitness. De fapt, această afacere are rădăcinile încă în anii 1990, când Ellen Latham a început să dezvolte o metodă de slăbit pentru femei, bazată pe greutate liberă și aparate de fitness. Cea mai puternică femeie de afaceri din lume, în viziunea redacției Forbes, este Wu Yajun. Ea este jurnalist de profesie, dar combină grațios această calitate cu titlul de „Cea mai bogată femeie din China.” Wu Yajun este la conducerea unei afaceri din domeniul imobielierelelor cu un capital de peste 10 milioane \$.

Atunci când vorbim despre femeia antreprenor, ne referim la o femeie de afaceri de succes, independentă, care conduce o afacere personală, adică cea care se dedică afacerii pe care o conduce. Cu alte cuvinte, este vorba despre femeia care se ocupă de o filosofie de afaceri specifică, bazată pe conștientizarea schimbărilor și a perfecționării constante și cu o adaptare rapidă la nevoile pieței.

Prin noțiunea de femeie antreprenor, se înțelege grupul de femei care fondează, dețin în proprietatea lor companii și angajează personal. Ele sunt, de asemenea, directori, angajați permanenți care au creat compania pentru profit și creștere și al căror venit personal sunt câștigurile realizate de companie. Cu alte cuvinte, antreprenorii sunt femeile care dețin cel puțin 1% din compania în care au cel puțin o funcție de conducere (în marketing, finanțe, resurse umane).

Din cauza numeroaselor obligații și a rolurilor pe care le au, multe femei renunță la propriile idei și nu doresc să încerce să intre independent în afaceri. În plus, există mulți alți factori care influențează antreprenoriatul feminin. Aici ne referim la următorii factori: influența bogăției naționale, starea socială și percepția, factorii instituționali, viața de familie, inegalitatea economică și de proprietate, vârsta, starea de lucru, educația și venitul personal. Toți acești factori enumerați sunt doar câteva dintre motivele pentru care femeile decid să nu urmeze această profesie și de ce această ramură a afacerii este lăsată în mâinile bărbaților.

Cele mai frecvente ramuri ale antreprenoriatului feminin sunt de natură tradițională, cum ar fi: agenții de contabilitate, magazine, saloane de coafură și înfrumusețare, farmacii, școli de limbi străine etc., dar și acele afaceri private din domeniul marketingului, IT, comunicații și relații publice, banking.

În țările mai puțin dezvoltate, cercetările au arătat că pentru a fi antreprenor, femeile recurg în general la acest lucru din necesitate. Acestea sunt femeile care sunt de foarte mult timp în căutarea unui loc de muncă și sunt nevoite să se angajeze. Totuși, există și femei care intră în afaceri antreprenoriale din dorința de a se ocupa cu afaceri (uneori este vorba și despre pasiune). Acest tip de femei poartă denumirea de femei antreprenor. Diferența dintre aceste două tipuri nu este doar motivul pentru care intră în această lume, ci și în modul în care accesează afacerea.

Tabelul nr.1.

Dimensiunea antreprenoriatului diferențiat în funcție de gen

Lună/An	Total antreprenori	Bărbați	Femei
Feb. 2019	1.380.391	863.214	517.777
Ian. 2019	1.370.579	857.384	513.195
Dec. 2018	1.359.362	851.050	508.312
Dec. 2017	1.299.514	818.011	481.503
Dec. 2016	1.226.933	775.929	451.004
Dec. 2015	1.184.843	752.403	432.440
Dec. 2014	1.157.314	737.716	419.598

3. Femei antreprenor din necesitate

Deși tendința de a recurge la antreprenoriat crește de la an la an, femeile se decid tot mai greu pentru acest tip de activitate. Prin urmare, astăzi putem vorbi despre înființarea companiilor care sunt consecințele antreprenoriatului feminin din necesitate. Femeile care devin antreprenori din necesitate sunt, de obicei, femeile cu vârsta cuprinsă între 36 și 55 de ani care nu au reușit să-și găsească un loc de muncă pe piața forței de muncă și, care, din acest motiv, s-au implicat în sfere antreprenoriale de afaceri insuficient cercetate.

Din numărul total de companii nou înființate, se estimează că aproximativ două treimi dintre acele companii au apărut din necesitate. În țările europene dezvoltate, această situație este inversă. În ceea ce privește numărul de companii a căror fondatori sunt femeile, nu există diferențe majore între țările dezvoltate și cele mai puțin dezvoltate. Cu toate acestea, numărul companiilor care se închid la scurt timp după înființare este cu mult mai mare în țările mai puțin dezvoltate. Statisticile indică faptul că aproape tot a doua femeie cu titlul de antreprenor nu a reușit să-și mențină afacerea pe piață. Una dintre cele mai mari probleme se menționează lipsa mijloacelor de finanțare.

Cel mai frecvent, femeile nu sunt proprietari de imobiliare sau terenuri, motiv pentru care nu pot obține un credit pentru a investi și îmbunătăți afacerea și pentru a deveni mai competitive pe piață. Antreprenoriatul feminin din necesitate este în mare parte abordat ca o categorie socială, deoarece de acesta se ocupă populația care nu a avut o altă alegere pe piața forței de muncă. Sustenabilitatea unor asemenea companii este discutabilă, iar afacerea propriu-zisă este riscantă, deoarece depinde în mare măsură de condițiile pieței.

Antreprenoriatul feminin de acest tip acoperă în general cheltuielile fără mari profituri. Cu toate acestea, acesta nu este singurul scenariu al antreprenoriatului feminin. Antreprenoriatul implică o mai mare libertate, creativitate și autoîmplinire, care sunt, de asemenea, principalii inițiatori ai femeilor antreprenor.

4. Femeile antreprenor din dorință

Antreprenoriatul care „îndeplinește visurile” femeii orientate spre afaceri și o face mai competitivă și puternică pe piață este un alt tip de gestionare antreprenorială. Este vorba despre femeile antreprenor care intră în noi afaceri independente și își creează propria afacere prin dorința

de a se schimba. Acestui tip îi aparțin, de obicei, femeile care au realizat anumite cariere de succes în companii și care s-au decis să intre în antreprenoriat.

Într-un anumit mod, femeile antreprenor au un avantaj mai mare față de femeile care au intrat în antreprenoriat din necesitate, deoarece dispun de anumite cunoștințe despre cultura afacerilor și piață, planificarea și organizarea muncii etc. Ele recunosc angajarea precum o șansă de a se afirma și de a decide independent. În plus, majoritatea decid acest lucru din cauza flexibilității în afaceri, obținerii unor beneficii pentru o comunitate mai largă și din cauza gestionării libere a dezvoltării profesionale. Prin urmare, antreprenoriatul reprezintă și eforturile care duc spre creșterea economică. În țările dezvoltate din punct de vedere economic, se observă eforturi continue pentru îmbunătățirea antreprenoriatului feminin. Există un număr tot mai mare de diferite proiecte de educație, sprijin și motivare a femeilor antreprenor prin finanțare din fonduri internaționale, dar tot mai multe eforturi se depun și în integrarea deplină a unei asemenea afaceri în principalele fluxuri economice. Antreprenoriatul feminin în dezvoltare este un proces de creare a unui nou produs/serviciu pe piață, pentru care trebuie investit timp și efort, astfel încât formele psihologice, financiare și alte forme de risc să se transforme în satisfacție materială.

Pentru a întări convingerea că în antreprenoriat femeile sunt la fel de valorose ca bărbații, redau câteva dintre citatele unora dintre antreprenoarele de succes la nivel mondial:

- Sara Blakely - Fondatoare a Spanx, cea mai tânără miliardară feminină de sine stătătoare din America:

"Este important să fii dispus să greșești. Cel mai rău lucru care se poate întâmpla este să devii memorabil".

- Wendy Kopp - Fondator al Teach for America:

"Schimbarea nu este întotdeauna un proces de îmbunătățire. Uneori este un proces de invenție. Când Thomas Edison a inventat becul, nu a început încercând să îmbunătățească lumânarea. El a decis că vrea o lumină mai bună și a plecat de acolo."

- Clara Barton - Fondatorul Crucii Roșii Americane

„S-ar putea ca uneori să fii dispus să înveți degeaba, dar dacă sunt plătit deloc, nu voi face niciodată o muncă a unui om mai puțin decât plata unui om."

5. Un exemplu demn de femeie antreprenor



Fidelity Investments este cea mai puternică companie de fonduri mutuale din lume și a fost fondată de bunicul antreprenoarei Abigail Johnson în anul 1946.

Abigail Johnson este recunoscută ca o puternică femeie de afaceri și mamă dedicată a două fiice. Antreprenoarea a pornit de jos în drumul spre carieră de succes pe care o deține astăzi și și-a revărsat dedicația și motivația pentru a continua afacerile familiei sale.

De-a lungul timpului, Fidelity Investments a reușit să se detașeze de restul companiilor de fonduri mutuale datorită strategiilor agresive de tranzacționare pe piață. Johnson și-a încurajat managerii să devină cât mai agresivi și să își administreze portofoliile fără să țină cont numai de indicii de piață. Johnson a mers la risc și a reușit să obțină rezultate bune pentru investitorii săi.

În 2001, Abigail Johnson a fost numită a patra cea mai bogată femeie din SUA, cu o avere estimată la 10 miliarde dolari.

În 2018, Johnson a introdus investiții în criptomonede la Fidelity, făcând posibil ca investitorii instituționali să tranzacționeze bitcoin și ethereum.

Forbes a clasat Johnson printre cele mai puternice femei din lume de câțiva ani:

Tabelul nr. 2.

Poziția ocupată de Abigail Johnson în topul Celor 100 cele mai puternice femei din lume, conform Forbes

Anul	Poziția
2021	6
2020	9
2019	7
2018	5
2017	7
2016	16
2015	19
2014	1

Sursa: https://en.wikipedia.org/wiki/Abigail_Johnson

Antreprenoarea a depus efort și dedicație în acest domeniu, s-a afirmat ca o femeie puternică în mediul business, ca o femeie dispusă să își asume riscuri și să preia afaceri complexe.

Bibliografie:

1. <https://angrybusiness.md/blog/5-1-fapte-curioase-despre-femeile-antreprenoare>
2. <https://www.portal-resurseumane.ro/training-si-dezvoltare-profesionala-159/femeilor-le-este-mai-greu-sa-devina-antreprenori-de-ce-se-intampla-acest-lucru-14525.html>
3. <https://www.business-academy.ro/antreprenoriatul-feminin-sansa-de-succes>
4. <https://ideideafaceri.manager.ro/articole/intreprinzatori-celebri-10/abigail-johnson-si-afacerile-din-domeniul-fondurilor-mutuale-2595.html>
5. https://en.wikipedia.org/wiki/Abigail_Johnson

AUTORII LUCRĂRILOR

1. Bacs Roxana
2. Balazs Maria
3. Barbălată Dorian
4. Bîtcă Mădălina Maria
5. Bordeniuc Liuba
6. Briceag (Stoenescu) Aurelia-Mariana
7. Burz Maria-Elena
8. Căițatu Denis-Mihai
9. Cărăvan Șerban-Constantin
10. Carp Irina Mioara
11. Cazangiu-Mateiu Ionuț-Daniel
12. Ciorba Aurelia
13. Ciornila Denisa Mihaela
14. Ciubotaru Andreia
15. Cojocaru Eugenia
16. Colța Andrada Gabriela Sorina
17. Daminescu Diana Luciana
18. Dănilă Diana Maria
19. David (Gavrilă) Giorgiana Teodora
20. Docea Alexandru
21. Doni Mihaela
22. Donisă Andreea Claudia
23. Epure (Gîngu) Mariana
24. Florea Georgiana Ionela
25. Foszto (Drăgoi) Irina
26. Gherghel Bianca
27. Gorea Elena
28. Hribal Larisa
29. Iapără Tudor
30. Ignat Florentina Magdalena
31. Ilea (Mărginean) Cosmina Diana
32. Ilescu Andreea
33. Jalbă Nichita
34. Kovalenko Nicoleta
35. Lazariuc Beatrice
36. Măcriș Maria-Andrada
37. Maglaviceanu Patricia
38. Malairos Alexandru-Simon
39. Mîța Veronica
40. Mocanu Oleg
41. Moga Iulia Denisa
42. Moisoni Eliza
43. Moldovan Ovidiu
44. Muntean Nicoleta
45. Munteanu Ana-Maria
46. Obraz Medrea Radu
47. Pătrașcu Ionathan
48. Pelin Dorina
49. Petraru Radu
50. Romanescu Mădălina
51. Rotari Dumitru
52. Setel Marius Traian
53. Sfinteș Virginia
54. Socolenco Mariana
55. Spătăcean Daniela Elena
56. Stanciu Elena-Nicoleta
57. Stoica Anca-Ioana
58. Usatenco Cristina
59. Varga Florina
60. Voica Elena Maria
61. Voicu Victoria
62. Zavedeev Cătălina

COORDONATORII LUCRĂRILOR

1. Prof. univ. dr. Man Mariana
2. Conf. univ. dr. Ciurea Maria
3. Conf. univ. dr. Deaconu Sorin Constantin
4. Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana
5. Conf. univ. dr. Drigă Imola
6. Conf. univ. dr. Dura Codruța
7. Conf. univ. dr. Ghicajanu Mihaela
8. Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila
9. Conf. univ. dr. Isac Claudia
10. Conf. univ. dr. Monea Alin
11. Conf. univ. dr. Niță Dorina
12. Conf. univ. dr. Nițescu Alina
13. Conf. univ. dr. Rascolean Ilie
14. Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela
15. Lect. univ. dr. Cenușe Melinda
16. Lect. univ. dr. Rákos Ileana-Sorina
17. Lect. univ. dr. Răvaș Oana
18. Lect. univ. dr. Ungureanu Adelin
19. Lect. univ. dr. Vîrtop Sorin-Avram
20. Asist. univ. dr. Bartalis Anne-Marie
21. Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
22. Prof. dr. Ștefan Mihaela
23. Prof. Romanescu Felicia

INSTITUȚII DE ÎNVĂȚĂMÂNT REPREZENTATE

- * **Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia**
- * **Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu**
- * **Universitatea din Petroșani**
- * **Colegiul Economic „Hermes” Petroșani**
- * **Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani**

PARTENERI

