



FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

organizează

Sesiunea de comunicări științifice studențești

„NOI PERSPECTIVE ÎN SPAȚIUL ECONOMIC EUROPEAN”

22 MAI 2010

Președinte sesiune: Decan - prof. univ. dr. Constantin Drăghici

COMISII ȘTIINȚIFICE

Secțiunea 1 - Economie, finanțe și politici economice europene

Presedinte: *prof. univ. dr. Emilia Ungureanu*

Membri : *lect. univ. dr. Tiberiu Avramescu*

lect. univ. dr. Daniela Pârvu

lect. univ. dr. Ramona Popescu

lect. univ. dr. Emilia Clipici

Secretar: *asist. univ. drd. Alina Hagi*

Secțiunea 2 - Contabilitate, statistică și analiză economico-financiară

Presedinte : *prof. univ. dr. Gheorghe Secară*

Membri: *conf. univ. dr. Claudia Burtescu*

conf. univ. dr. Victoria Firescu

conf. univ. dr. Gheorghe Săvoiu

lect. univ. dr. Daniela Bondoc

Secretar: *asist. univ. drd. Marian Țaicu*

Secțiunea 3 - Management și Marketing

Presedinte : *prof. univ. dr. Marian Popescu*

Membri: *conf. univ. dr. Doruleț Grădinaru*

lect. univ. dr. Amalia Pandelică

lect. univ. dr. Mădălina Brutu

lect. univ. dr. Crenguța Tomescu

Secretar: *asist. univ. drd. Eliza Antoniu*

Secțiunea 4 - Administrarea Afacerilor, Comerț, Turism , Servicii

Presedinte : *prof. univ. dr. Mihaela Diaconu*

Membri: *prof. univ. dr. Viorica Pană*
lect. univ. dr. Carmen Secară
lect. univ. dr. Daniela Mihai
lect. univ. drd. Loredana Tuță

Secretar: *asist. univ. drd. Cristina Micu*

Secțiunea 5 - Informatică economică

Presedinte : *conf. univ.dr. Logica Bănică*

Membri: *conf. univ. dr. Emil Burtescu*
conf. univ. dr. Luminița Șerbănescu

Secretar: *lect. univ. dr. Consuela Necșulescu*

Comitetul de organizare:

- **Secretar științific-conf. univ. dr. Claudia Burtescu**
- **Asist. univ. drd. Marian Țaicu**
- **Asist. univ. drd. Alina Hagi**
- **Lect. univ. dr. Emilia Clipici**
- **Asist. univ. drd. Cristina Micu**
- **Prep. univ. drd. Olimpia Oancea**

ISSN 1844-5829

CUPRINS

SECȚIUNEA 1 - ECONOMIE, FINANȚE ȘI POLITICI ECONOMICE EUROPENE.....	5
PRESTAȚIILE SOCIALE DE ȘOMAJ ÎN ȚĂRI MEMBRE ALE UE.....	6
PROMOVAREA CULTURII CONCURRENTEI.....	15
EVOLUȚIA DATORIEI EXTERNE A ROMÂNIEI ÎN PERIOADA 2006 – 2009.....	25
FONDUL MONETAR INTERNATIONAL	36
SISTEMELE DE SĂNĂTATE – COMPONENTĂ A POLITICILOR SOCIALE. EXEMPLIFICARE PE CAZUL MARII BRITANII ȘI FRANȚEI	46
CONSUMATORUL ȘI CONSUMERISMUL ÎN ECONOMIA DE PIAȚĂ.....	54
POLITICA FISCALĂ ȘI INFLUENȚELE EI ASUPRA ECHILIBRULUI MACROECONOMIC	64
ROLUL STATULUI ÎN PROCESUL CREȘTERII ECONOMICE	72
CEREREA DE FORȚĂ DE MUNCĂ. CARACTERISTICI ȘI TENDINȚE	80
DECALAJE ȘI INEGALITĂȚI ÎN ECONOMIA MONDIALĂ	101
IMPACTUL CRIZEI ECONOMICE ASUPRA TRANSPORTURILOR AERIENE	112
TRANSPORTURILE MARITIME.....	121
SECȚIUNEA 2 - CONTABILITATE, STATISTICĂ ȘI ANALIZĂ ECONOMICO- FINANCIARĂ.....	140
ASPECTE JURIDICE ȘI CONTABILE ALE LICHIDĂRII SOCIETĂȚILOR COMERCIALE	141
INFORMAȚIA CONTABILĂ PRIVIND REZULTATUL – PREZENTARE ȘI VALORIFICARE	159
PROIECT DE FUZIUNE PRIN ABSORBȚIE ȘI CONTABILIZAREA OPERAȚIILOR DE FUZIUNE A SOCIETĂȚILOR COMERCIALE AXA CONSTRUCT MIL S.A. ȘI AXA EURO STEEL S.A	173
ANALIZA CONTRACTELOR DE CONSTRUCȚIE DIN PUNCT DE VEDERE AL DISPUTELOR GENERATE DE ÎNTÂRZIERILE DE TIMP.....	183
POLITICILE CONTABILE ȘI INFLUENȚA LOR ASUPRA POZIȚIEI ȘI PERFORMANȚEI FINANCIARE A COMPANIEI.....	194
ASPECTE PRIVIND CALCULAȚIA COSTURILOR ÎN AGRICULTURĂ	199
METODE ȘI TEHNICI PRIVIND FUZIUNEA ȘI DIVIZAREA SOCIETĂȚILOR COMERCIALE	209
UTILITATEA CUNOAȘTERII TEHNICILOR DE PREVIZIUNE A VÂNZĂRILOR.....	219
BUNA PLANIFICARE – PREMISA DESFĂȘURĂRII EFICIENTE A ACTIVITĂȚII DE AUDIT	227
DILEME PRACTICE ÎN ESTIMAREA VALORII PRELIMINARE A PRAGULUI DE SEMNIFICAȚIE.....	235
BALANCED SCORECARD – INSTRUMENT DE MĂSURARE ȘI MANAGEMENT AL PERFORMANȚELOR FIRMEI	242
ANALIZA STATISTICĂ A FORȚEI DE MUNCĂ.....	247

CREȘTEREA ECONOMICĂ ȘI RECESIUNEA ÎN ROMÂNIA DUPĂ 1990.....	255
CINCI INDICATORI DE SEMNALIZARE AI CRIZEI GLOBALE APĂRUTE ÎN SUA ..	262
MODELAREA CREȘTERII ECONOMICE, VALORIFICÂND PENTAGONUL MAGIC CONJUNCTURAL	267
PENTAGONUL MAGIC AL ECONOMIEI ROMÂNEȘTI ÎN ANII 2010 ȘI 2011, SINTETIZAT ÎN DOUĂ DIAGrame RADIALE.....	274
EVOLUȚIA STATISTICĂ A RAPORTULUI DINTRE SALARIUL MINIM GARANTAT ȘI SALARIUL MEDIU ÎN ROMÂNIA	280
SECȚIUNEA 3 - MANAGEMENT ȘI MARKETING.....	286
MANAGEMENTUL CARIEREI.....	287
STRATEGIA DE MARKETING A FIRMEI.....	294
TEHNOLOGII DE RECICLARE A (D)EEE-URILOR PENTRU PROTEJAREA ECOSISTEMELOR ȘI A MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR.....	301
MARKETINGUL VIRAL – O TEHNICĂ NOUĂ DE COMUNICARE ÎN MARKETING.	309
SECȚIUNEA 4 - ADMINISTRAREA AFACERILOR, COMERȚ, TURISM , SERVICII.	316
SUSTENABILITATEA SOCIETĂȚII DE TURISM SC POSADA SA	317
O CLIPĂ DE TURISM ÎNTRE AMINTIREA IMPERIULUI ROMAN ȘI PROVOCĂRILE SECOLULUI XXI.....	328
POTENTIALUL TURISTIC AL STATIUNII BALEA	335
IMPORTANȚA TERMALISMULUI ÎN DIVERSIFICAREA SERVICIILOR TURISTICE	344
SISTEMELE SENZORIALE ȘI COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI.....	351
ECONOMIA EXPERIENȚELOR LA PENSIUNEA TURISTICA „VIRGINIA”	361
FRANCIZAREA LANȚURILOR DE FAST-FOOD. STUDIU DE CAZ KFC	377
SECȚIUNEA 5 - INFORMATICĂ ECONOMICĂ.....	385
SITE-UL ASTROINFO – INTRODUCERE ÎN LUMEA CELESTĂ.....	386
WEBSITE – ANSSA FILIALA PITEȘTI.....	396
SECRETELE CELUI MAI NOU SISTEM DE OPERARE MICROSOFT WINDOWS 7...	402
VIRUSI SI ANTIVIRUSI	412
SITE WEB AL UNEI SOCIETATI DE ASIGURARI	421
DESIGNUL UNEI PAGINI WEB.....	428

Secțiunea 1 - Economie, finanțe și politici economice europene

PRESTAȚIILE SOCIALE DE ȘOMAJ ÎN ȚĂRI MEMBRE ALE UE

Autor: Iuliana GHÎȚĂ
anul III, Finanțe și Bănci

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

1.1. FORME ALE PRESTAȚIILOR DE ȘOMAJ

În țările europene, există, în principal două tipuri de prestații de șomaj, și anume, prestații de asigurări – în sistem contributiv - și prestații de asistență socială pentru șomeri – în sistem necontributiv - cu particularități de la o țară la alta.

Frontiera dintre cele două forme de prestații nu este întotdeauna clar definită. Astfel, în unele țări, ca Marea Britanie sau Irlanda, prestațiile de asigurări împrumută din caracteristicile celor de asistență socială, în sensul că, dacă la colectarea cotizațiilor se respectă principiul proporționalității cu veniturile, distribuția prestațiilor se face uniform, în regim de asistență socială și constă într-o prestație în sumă fixă.

În alte țări, ca Suedia sau Finlanda, există o prestație de bază pentru șomaj, în sumă fixă, finanțată prin sistemul de asigurări obligatoriu, precum și o indemnizație de șomaj proporțională cu contribuția suplimentară la sistemul de asigurări.

Există, în același timp, prestații de șomaj integrale, parțiale sau regresive în timp, în funcție de perioada de cotizare sau de durata șomajului, cum este cazul Franței.

În unele țări, ca Marea Britanie, Belgia, Irlanda, Portugalia, prestațiile de șomaj sunt incluse în sistemul unic de securitate socială, iar în altele aceasta există și funcționează în cadrul unui sistem distinct de protecție socială a șomerilor.

Există și o serie de prestații speciale de șomaj, ca de exemplu indemnizația de șomaj tehnic, indemnizația de intemperii pentru lucrătorii în construcții etc.. Indemnizația de șomaj tehnic se acordă în situații de criză când are loc o reducere a timpului de lucru care afectează cel puțin 1/3 din personalul întreprinderii și care determină o pierdere de cel puțin 10% din salariul lunar, cu condiția menținerii contractelor de muncă nereziliate și a achitării obligațiilor la asigurările de șomaj. Aceasta se calculează pornind de la diferența de la salariul net (adică diferența dintre salariul obținut în timp de lucru normal și cel rezultat în urma reducerii timpului de lucru) la care se aplică procentajele stabilite pentru asigurările de șomaj.

Indemnizația de intemperii se acordă din întreprinderile de construcții a căror activitate, depinzând de condițiile atmosferice, se restrânge mult în caz de timp nefavorabil. Este vorba despre o indemnizație de șomaj parțial, finanțată prin contribuțiile lucrătorilor din sectorul de construcții și care se acordă în aceleași condiții ca și indemnizația de șomaj tehnic. Pentru lucrătorii în vârstă, cu risc crescut de șomaj, există posibilitatea acordării unei prestații parțiale de șomaj cu reducerea duratei de muncă sau a unei prestații de prepensionare. Prezența prestațiilor de asigurări de șomaj alături de cele de asistență socială pentru șomeri este situația cea mai frecvent întâlnită în țările europene, cu toate că diferențele dintre ele, din punct de vedere al beneficiarilor, în special sub aspect cantitativ, au tendința de diminuare.

Distincția de bază între cele două forme de prestații pornește chiar de la riscul social în întâmpinarea căruia vine fiecare. Prestațiilor de asigurări sociale le revine sarcina protejării împotriva riscului pierderii unui anumit nivel al veniturilor o dată cu pierderea locului de muncă. Prestațiile de asigurări de șomaj acoperă o parte din aceste pierderi prin indemnizația de șomaj, asigurând astfel o anumită rată de înlocuire a salariului anterior. În cazul asistenței, riscul social constă în absența unui venit pentru a face față nevoilor de bază, vitale. În această situație, prestațiile oferite șomerilor îmbracă forma unui venit minimal, de subzistență.

1.2. NIVELUL ȘI DURATA PRESTAȚIILOR

Între țările europene există diferențe, mai ales în ceea ce privește nivelul prestațiilor de șomaj și al proporționalității acestora cu celelalte elemente de determinare, în principal cu nivelul și durata contribuției la sistemul de asigurări. Plafonarea nivelului prestațiilor, în funcție de nivelul salariului de referință sau al salariului minim, dar și în corelație cu stabilirea unui plafon maxim și în cazul veniturilor asupra cărora se aplică prelevarea contribuției de șomaj, constituie o caracteristică în majoritatea țărilor europene. Nivelul prestațiilor de asistentă socială pentru șomeri este mult diminuat comparativ cu cel al prestațiilor de asigurări, dar durata acordării acestora este mai mare. Germania și Irlanda fac excepție de la aceasta regulă, ajutoarele sociale de acest gen situându-se la un nivel comparativ cu cel al indemnizațiilor de șomaj, ceea ce apropie sistemul de asistență de cel al asigurării, din acest punct de vedere.

În Germania, în stabilirea cuantumului și duratei prestațiilor de șomaj, a fost întărit principiul proporționalității cu nivelul salariului și durata contribuției plătite. În schimb, Marea Britanie a introdus o logică de asistență socială chiar și în cazul stabilirii nivelului prestațiilor de asigurări, astfel încât o mare parte a șomerilor depind în final de prestațiile generale de asistență socială. Sistemul francez îmbină practic cele două modalități de susținere a șomerilor. Prestațiile de asistență socială urmează în parte logica asigurărilor, prin condiția impusă pentru deschiderea acestor drepturi și, anume, aceea de a fi desfășurat o activitate profesională pe o perioadă minimă de cinci ani. Prestațiile de asigurări presupun și ele numeroase elemente caracteristice asistenței sociale. Astfel, în timp ce rata cotizăției nu este diferențiată în funcție de vârstă, la stabilirea nivelului indemnizației de șomaj se ține seama de vârsta șomerilor, fiind favorizați cei mai în vârstă, în detrimentul celor mai tineri care au cotizat o perioadă mai scurtă de timp. În acest mod, prestațiile de șomaj pot fi considerate, în parte, și ca prestații de prepensionare prin acordarea pentru șomerii mai în vârstă a unor indemnizații mai ridicate și pe o perioadă mai îndelungată, pe baza unor principii de solidaritate între generații.

Tendința generală este aceea de scădere a cuantumului indemnizațiilor de șomaj și a duratei de acordare a acestora, în scopul reducerii atractivității lor și pentru încurajarea interesului pentru muncă. Astfel, de la generoasele procente de 80-90% din salariul anterior, s-a ajuns la 50-60% și chiar mai puțin în unele țări (40% în Irlanda și Portugalia, 28% în Grecia, 25% în Marea Britanie). Este avut în vedere principiul conform căruia nivelul indemnizației de șomaj trebuie să fie sensibil inferior salariului câștigat în perioada de activitate sau chiar salariului minim pe economie pentru a nu duce la dezinteres în ceea ce privește găsirea unui loc de muncă într-un timp cât mai scurt. Introducerea prestației de șomaj regresive în timp, cu diminuarea cuantumului acesteia pe măsura prelungirii duratei șomajului, concomitent cu limitarea perioadei în care șomerul poate beneficia de indemnizație în regim de asigurări, se înscriu în cadrul general de sporire a austerității financiare.¹

1.3. PRESTAȚIILE DE ȘOMAJ ÎN ȚĂRILE MEMBRE U.E.

BELGIA

În Belgia, prestațiile de protecție socială a șomerilor sunt incluse în sistemul general de securitate socială, fiind finanțate din fondul social global constituit pentru acoperirea tuturor prestațiilor sociale și care este alimentat prin cotizăția socială obligatorie de bază, care se ridică la 37,94% din salariu (24,87% plătește angajatorul și 13,07% salariatul), precum și prin alte cotizății plătite numai de către angajatori. Statul are, de asemenea, o contribuție importantă la finanțarea sistemului de securitate socială, prin asigurarea unei subvenții globale, în funcție de nevoi.

Prin caracteristicile sale, sistemul belgian al prestațiilor de șomaj se situează între un sistem de asigurări și unul de asistență socială.

¹ Revista Probleme economice, volumul 81-82, 2003, p. 57 – 60;

Pentru obținerea prestației de șomaj este necesar un stagiul minim de plată a cotizației globale de 12 luni din ultimele 18 sau de 2 ani din ultimii 3 ani de muncă.

Nivelul prestațiilor de șomaj este relativ redus comparativ cu alte țări ale Uniunii Europene. Chiar și pe plan intern, nivelul prestațiilor de șomaj este mult mai scăzut decât cel al indemnizațiilor de boală sau de invaliditate, de pildă. Rata de înlocuire a salariului mediu zilnic este, în primele 12 luni de șomaj, de maximum 55% fără alte ajutoare familiale și de 60% împreună cu acestea, dacă este cazul. Nivelul maxim al prestației de șomaj este de 34 de euro pe zi, iar cel minim de 30 de euro pe zi. Acesta scade în următoarele trei luni la 35% fără alocații familiale (adică 20 de euro pe zi maxim și 17 euro minim), respectiv, 42% împreună cu alocațiile familiale (adică maxim 24 de euro și minim 22 de euro pe zi). După 15 luni de șomaj sunt luate în considerare și veniturile celorlalți membri ai familiei. Astfel, dacă cei doi soți sunt șomeri, iar veniturile lor nu depășesc 34 de euro pe zi, alocația de șomaj este de 17 euro, iar dacă depășesc această sumă, alocația se reduce la 13 euro pe zi.

Perioada de șomaj se poate prelungi în funcție de vechimea totală în muncă, dar cu condiția ca șomerul să efectueze o activitate salariată cel puțin trei luni pe an. Durata de timp în care sunt acordate prestațiile de șomaj, teoretic, nu este limitată, cu excepția cazurilor în care perioada de șomaj este anormal de îndelungată sau dacă beneficiarii acestora dispun de alte surse de venit. Pentru tinerii care nu au avut încă un loc de muncă, se află în căutare sau urmează cursuri de calificare sau recalificare, se acordă o alocație de șomaj în funcție de vârstă și de eventualele obligații familiale. Astfel, cei sub 18 ani primesc 7,68 de euro pe zi, cei peste 18 ani 12 euro pe zi, iar cei cu obligații familiale 17 euro pe zi. Șomerii în vârstă de peste 50 de ani, care au o vechime în muncă de cel puțin 20 de ani primesc, după un an de șomaj, un supliment pentru bătrânețe, astfel încât alocația totală, incluzând și eventualele ajutoare familiale, se poate ridica la maxim 37 și minim 33 de euro pe zi. Pentru cei fără obligații familiale, maximum alocației este de 31, iar minimumul de 25 euro pe zi. Șomerii în vârstă de peste 58 de ani pot opta pentru pensionarea anticipată.

Impozitarea prestațiilor sociale se face în funcție de nivelul tuturor veniturilor, precum și de situația familială, respectiv a persoanelor aflate în întreținere.

În cursul ultimilor ani, în Belgia, nivelul prestațiilor de șomaj a înregistrat o tendință constantă de scădere. De altfel, întregul sistem de securitate socială se află într-un amplu proces de reorganizare și reformare.

FRANȚA

Sistemul francez al prestațiilor de protecție socială a șomerilor este un sistem cu caracter obligatoriu, distinct, nefiind inclus în sistemul general de securitate socială.

Prestația de șomaj, în regim de asigurări, îmbracă forma alocației unice regressive în timp, care poate fi integrală sau parțială. În regim de asistență socială se acordă o alocație de solidaritate, specifică pentru șomerii de lungă durată, care și-au epuizat dreptul la alocații, precum și o alocație de inserție pentru anumite categorii speciale (deținuți eliberați, apatrizi, repatriați, refugiați, solicitanți de azil etc.).

Dreptul la alocația unică de asigurări pentru șomaj este condiționată de perioada de afiliere la sistem. Durata minimă de cotizare pentru deschiderea drepturilor la alocație este de patru luni în cursul ultimelor opt luni, iar pentru obținerea unei alocații integrale, de șase luni din ultimul an precedent intrării în șomaj. Nivelul cotizațiilor ce trebuie să fie plătite este variabil în funcție de mărimea venitului obținut. Astfel, pentru un venit lunar sub 2241 de euro, cotizația este de 6,18%, din care 2,21% sunt plătite de către salariat și 3,97% de către angajator. Pentru un venit lunar cuprins între 2241 de euro și 8964 de euro, nivelul contribuției crește la 6,68%, din care salariatul plătește 2,71%, iar 3,97% rămân în sarcina angajatorului. Patronatul mai plătește o contribuție suplimentară în cazul desfacerii contractului de muncă unui salariat în vârstă de peste 52 de ani (contribuția Delalande).

Pentru obținerea alocației de asistență socială, șomerii de lungă durată trebuie să îndeplinească condițiile de resurse iar, pe lângă acestea, ei trebuie să fi desfășurat anterior o activitate remunerată și să fi fost beneficiari ai alocației de asigurări de șomaj. Astfel, o persoană

singură șomeră primește alocația de solidaritate dacă resursele sale totale se situează sub plafonul maxim de 880 de euro lunar. Pentru un cuplu căsătorit plafonul maxim al resurselor este de 1382 de euro. Pentru obținerea alocației de inserție, categoriile speciale enumerate anterior trebuie să îndeplinească numai condițiile de resurse, respectiv un plafon maxim de 797 de euro lunar pentru o persoană singură și de 1293 de euro pentru cei căsătoriți.

Nivelul prestației de asigurări de șomaj se stabilește pe baza salariului de referință, calculat ca medie a salariilor cotizabile din ultimele 12 luni. Salariul de referință, în funcție de care se stabilește nivelul alocației, nu poate depăși plafonul maxim de 8964 de euro lunar.

Alocația unică regresivă este formată dintr-o parte proporțională cu salariul de referință și dintr-o parte fixă. Astfel, pentru o perioadă minimă de 6 luni de achitare a contribuției la asigurările de șomaj, nivelul alocației integrale de șomaj reprezintă 40,4% din salariul zilnic de referință la care se adaugă o sumă fixă de 9,29 de euro pe zi. Nivelul alocației integrale este diminuat din patru în patru luni dar este garantat un nivel minim de 16 euro pe zi sau de 21 de euro pe zi pentru șomerii în vârstă de peste 52 de ani, care au o vechime mai mare în muncă. Pentru o perioadă de contribuție la sistemul asigurărilor de șomaj cuprinsă între patru și șase luni, nivelul alocației este diminuat cu 25%.

Acest sistem este mai puțin avantajos pentru salariații care au cotizat o perioadă mai scurtă de timp sau pentru cei cu salarii mici și îi favorizează pe cei care au contribuit la asigurări pe durate mai lungi.

Prestația de solidaritate, specifică șomerilor de lungă durată este de 13 euro pe zi, iar pentru cei în vârstă de peste 55 de ani, aceasta se ridică la 18 euro pe zi. Alocația de inserție pentru categoriile speciale este de 9,03 euro pe zi.

Perioada de timp în care se acordă alocația integrală este cuprinsă între 4 și 27 de luni, în funcție de durata de afiliere la sistem și de vârstă. După această perioadă, coeficientul de reducere a alocației variază între 8% și 17% la fiecare patru luni, tot în funcție de vârsta șomerului și de durata de cotizare la sistem, primind, până la maximum 60 de luni indemnizația de șomaj.

Alocația de solidaritate specifică pentru șomerii de lungă durată se acordă, teoretic, pe durată nelimitată, dar, practic, ea se atribuie pe perioade de acte 6 luni, iar la expirarea fiecărui termen are loc o nouă verificare a nivelului resurselor beneficiarului.

Alocația de inserție, pentru categoriile speciale, se acordă pe o perioadă care nu poate depăși un an. În cazul șomajului parțial, determinat de reducerea duratei de muncă din rațiuni economice, accidentale sau tehnice, alocația de șomaj pentru perioadele de timp în care nu se lucrează reprezintă 50% din remunerația orară brută, cu un nivel minim de 4,42 de euro pe oră. Aceasta este plătită de către angajator, urmând ca el să recupereze ulterior o parte din sumă (2,44 de euro pe ora) de la asigurări.

Prestațiile de șomaj sunt impozabile după aplicarea unei deduceri de 20%. Nivelul minim al venitului net anual supus impozitării este de 6738 de euro pentru o persoană singură, 10732 de euro pentru familie fără copii, 14.788 de euro pentru o familie cu doi copii etc..

GERMANIA

Prestațiile de protecție socială a șomerilor se acordă atât în sistem contributiv, respectând principiile asigurărilor obligatorii, cât și în sistem necontributiv, de asistență socială. Sistemul de prestații de șomaj german este considerat ca fiind cel mai apropiat de modelul teoretic al asigurărilor. Legătura dintre activitatea salariaată și prestațiile sociale constituie fundamentul sistemului. Acesta are mai mult un caracter de prevenire a riscurilor, decât unul reparatoriu sau compensatoriu.

Pentru a avea acces la prestațiile de asigurări de șomaj sunt necesare minimum 12 luni de activitate salarială și implicit de plată a cotizațiilor, în cursul ultimilor 3 ani. Această contribuție este stabilită la 3,25% atât pentru salariați cât și pentru angajatori. Există un plafon maxim al salariului anual pentru care se plătesc aceste cotizații. În anul 2000 acesta era de 52 765 de euro în vechile landuri și 43 562 de euro în noile landuri. Statul acordă credite bugetare în caz de nevoie pentru a asigura echilibrul financiar al sistemului de asigurări, adică plata alocațiilor de asigurări de șomaj. El finanțează însă integral, prin bugetul federal, sistemul de asistență pentru șomeri. Șomerul trebuie să fie înscris la biroul de plasament, să fie apt de muncă, să

fie disponibil pentru a desfășura o activitate și să-și manifeste în mod activ dorința de a munci prin căutarea permanentă a unui loc de muncă. Veniturile provenind dintr-o activitate secundară desfășurată în timpul perioadei de șomaj (de maxim 15 ore pe săptămână) reduc în mod proporțional drepturile la alocația de asigurări de șomaj, dacă câștigul astfel obținut depășește 20% din alocația de șomaj. La prestațiile de asistență socială pot apela șomerii înregistrați care nu au dreptul la alocații de asigurări sau cei care și-au epuizat aceste drepturi, dar cu condiția unei durate minime de afiliere la sistem, precum și a îndeplinirii criteriilor referitoare la nivelul veniturilor totale ale familiei.

Rata de înlocuire a veniturilor anterioare prin prestațiile de șomaj, cuprinsă între 63% și 68% din salariul de referință în anul 1993, a scăzut în mod diferențiat. În prezent, în cazul indemnizațiilor de asigurări de șomaj, beneficiarii care au copii în întreținere primesc 67% din salariul de referință, iar cei fără copii 60%. În cazul alocației de asistență de șomaj, cuantumul prestației sociale scade la 57% și respectiv 53%. Salariul de referință se stabilește ca medie a salariului net primit în ultimele 52 de săptămâni anterioare perioadei de șomaj. Plafonul maxim lunar al salariului de referință în funcție de care se stabilește nivelul prestației de șomaj este de 4346 de euro în vechile landuri și 3681 de euro în noile landuri. Durata de timp pe parcursul căreia se acordă prestațiile de șomaj variază între 6 și 32 de luni, în funcție de perioada de timp lucrată și de cea de contribuție la sistemul de asigurări, precum și în funcție de vârstă. Durata acordării alocațiilor de asistență de șomaj nu este limitată, în principiu, dar în practică aceasta se atribuie de fiecare dată pentru cel mult un an și se reînnoiește la cerere, iar condițiile de resurse materiale ale potențialului beneficiar sunt examinate înaintea fiecărei reînnoiri.

Impozitarea prestațiilor de șomaj se face în cazul în care nivelul acestora depășește pragul venitului minim vital anual, care este de 6902 de euro pentru o persoană singură și de 13804 euro pentru persoanele căsătorite.

ITALIA

În Italia nivelul prestațiilor de șomaj este mult mai puțin dezvoltat decât în celelalte țări membre ale Uniunii Europene. Acesta prezintă anumite particularități care îl diferențiază mult de cele existente în celelalte țări.

În cazul șomajului total, sistemul actual oferă trei categorii de prestații :

- indemnizația ordinară de șomaj sau de bază;
- indemnizația specială de șomaj, pentru salariații din sectorul de construcții ;
- indemnizația de mobilitate, pentru salariații care au fost anterior în situația de șomaj parțial .

În cazul șomajului parțial există două categorii de prestații de șomaj :

- complementul ordinar de salariu;
- complementul extraordinar de salariu.

Prestațiile sunt finanțate preponderent pe principiul asigurărilor, prin cotizații. Cotizațiile sunt plătite în mare parte de patronat, care suportă astfel costurile asigurării de șomaj. Astfel, din totalul cotizației de șomaj de 4,71% angajatorului îi revine obligația să plătească 4,41%, iar salariatului numai 0,30%. Această cotizație totală pentru șomaj se distribuie astfel : 1,61% pentru indemnizațiile de șomaj total și 3,10% pentru complementul de salariu corespunzător șomajului parțial (2,20% pentru complementul ordinar de salariu și 0,90% pentru complementul extraordinar). Cotizația de 0,30%, plătită de salariat se regăsește abia în complementul extraordinar de salariu.

În Italia nu există un sistem de solidaritate specific pentru șomeri. Sistemul de asistență socială nu garantează un venit minim pentru șomerii care nu mai au dreptul la prestații de asigurări. Acesta este gestionat de autoritățile locale și diferă de la o regiune la alta.

- Indemnizația ordinară de șomaj, ca prestație de bază, are un nivel foarte scăzut, și anume 30% din salariul mediu obținut în ultimele trei luni, cu un plafon lunar maxim de 745 de euro pentru salariile de până la 1611 euro și de 895 de euro pentru salariile mai mari. Aceasta se acordă pentru o perioadă maximă de 5 luni. Pentru a avea acces la această prestație este necesară o perioadă de activitate și de cotizare la sistem de cel puțin 2 ani, din care un an înainte de intrarea în

șomaj. De indemnizația ordinară de șomaj beneficiază un număr relativ redus de persoane, în special din întreprinderile mici.

- Indemnizația specială de șomaj se acordă lucrătorilor din construcții, disponibilizați din cauza încetării activității, închiderii șantierului sau reducerilor de personal din rațiuni de criză economică. Aceștia au obligația să achite cel puțin 10 cotizații lunare în ultimul an de activitate. Nivelul acestei prestații este cu mult superior celui al indemnizației de bază, ridicându-se la 80% din ultimul salariu obținut. Indemnizația specifică se acordă pe o perioadă de 90 de zile, cu posibilitatea de prelungire în caz de necesitate.

- Indemnizația de mobilitate se acordă salariaților din celelalte sectoare economice, cu excepția sectorului de construcții, care s-au aflat în șomaj parțial și au beneficiat de complementul extraordinar de salarii, iar ulterior au intrat în șomaj total. Aceasta se acordă pe o perioadă de 36 de luni, cu posibilitatea de prelungire la 48 de luni pentru regiunile din sudul țării. În primul an, cuantumul acestei prestații se situează la același nivel cu cel al complementului extraordinar de salariu, primit anterior în perioada de șomaj parțial. În următoarele luni, nivelul acesteia scade la 80%, având aceleași plafoane maxime ca și indemnizația ordinară de șomaj. De această prestație de șomaj beneficiază cea mai mare parte a șomerilor din marile întreprinderi, în special din industrie, disponibilizați în circumstanțe speciale, din motive economice.

- Complementul ordinar de salariu se acordă în cazul reducerii sau opririi temporare a activității unei întreprinderi din cauze interne proprii acesteia, la cererea lucrătorului. Nivelul acestei prestații este de 80% din salariu. Se acordă pentru orele nelucrate (maxim 16 ore pe săptămână), pe o durată maximă de un an. Pentru o a doua tranșă de 6 luni, cuantumul prestației este plafonat la același nivel cu cel al indemnizației ordinare de șomaj. Se garantează păstrarea locului de muncă pentru persoanele aflate în șomaj parțial. De precizat că nivelul contribuției la asigurările de șomaj plătită de întreprindere crește dacă acestea apelează de mai multe ori la acest gen de prestații.

Complementul extraordinar de salariu se acordă în situații de criză economică, de restructurare a unui sector sau de schimbare a profilului de activitate al unei întreprinderi, la cererea lucrătorilor și prin decret al Ministerului Muncii. Nivelul prestației este de 80% din salariul anterior. Se acordă pentru maximum 40 de ore nelucrate pe săptămână pe o durată de până la 36 de luni. Contribuția statului, prin bugetul public, la finanțarea acestui gen de prestații de șomaj este importantă.

MAREA BRITANIE

Prestațiile de șomaj sunt integrate în sistemul unic de securitate socială și, din această cauză, ele sunt dificil de individualizat. Alocația de asigurări de șomaj constă într-o prestație fixă, săptămânală. În cadrul acestui sistem, zis de asigurări, totul se petrece ca și cum mecanismele de asigurări ar funcționa după principiile asistenței sociale. Prestații de asistență socială, speciale pentru șomeri, nu există. Numeroși șomeri nu au acces la prestațiile de asigurări din cauza condițiilor care trebuie îndeplinite pentru a putea beneficia de acestea. Aceștia primesc un venit minim garantat care este acordat și altor categorii defavorizate ale populației.

Finanțarea prestațiilor de șomaj se face, în parte, din surse publice și, în parte prin cotizații patronale și salariale care sunt vărsate în Fondul Național de Asigurări. Acesta cuprinde totalitatea cotizațiilor sociale și a contribuțiilor publice pentru diferite riscuri sociale. Dar nici asigurații, nici sindicatele, nici patronatul nu participă la gestiunea sistemului de asigurări, acesta fiind administrat de stat. Lucrătorii cu timp parțial sau al căror venit este inferior unui anumit nivel minim nu plătesc cotizații de asigurări. Cotizațiile salariaților sunt proporționale cu salariul până la un anumit plafon. Stabilirea acestui plafon maxim nu este valabilă și pentru patronat. Astfel, salariații cu un salariu pe săptămână sub 106 euro nu plătesc cotizații sociale, iar cei cu salariul cuprins între 106 și 801 euro plătesc o contribuție de 10%. Angajatorii plătesc un procent de 12,2% pentru salariile care depășesc 133 de euro pe săptămână.

Pentru a avea acces la alocațiile de asigurări de șomaj, este necesar ca șomerul să fie apt și disponibil pentru muncă, să fie activ în căutarea unui loc de muncă, să nu fie ocupat cu o altă activitate mai mult de 16 ore pe săptămână, să nu fie student la cursuri de zi, să nu se afle în situația de șomaj din motive voluntare. De asemenea, el trebuie să aibă cotizația plătită pentru cel puțin unul din ultimii anii fiscali, iar cuantumul total al acestora trebuie să corespundă unei sume cel puțin egale cu 50 de cotizații minime săptămânale. Plata cotizației globale de securitate socială este obligatorie atât pentru salariați cât și pentru angajatori. În același timp, este impusă și o perioadă în care nu se primește alocația, respectiv 3 zile, dar care poate ajunge la 6 luni dacă se constată că disponibilizarea s-a datorat unor motive imputabile celui în cauză. Pentru a beneficia de dreptul la venitul minim garantat, șomerii care nu îndeplinesc condițiile pentru obținerea alocației de șomaj sau cei care au depășit perioada în care aceasta se acordă, trebuie să îndeplinească și alte condiții suplimentare, și anume : să aibă statut de rezident în Marea Britanie, economiile totale ale familiei să nu depășească suma de 12808 de euro, soțul sau soția să nu lucreze mai mult de 24 de ore pe săptămână, să nu beneficieze de alte prestații sociale. Nivelul alocației de șomaj, în sumă fixă, nu depinde de salariul anterior sau de cuantumul cotizației sociale plătite. Achitarea cotizației sociale obligatorii este doar o condiție pentru deschiderea dreptului la alocația de șomaj. În prezent, alocația de șomaj se acordă diferențiat în funcție de vârsta șomerului. Astfel, șomerii cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani primesc o alocație de șomaj în sumă fixă de 65 de euro pe săptămână, iar cei în vârstă de peste 25 de ani, 82 de euro pe săptămână. Începând cu anul 1995 nu se mai acordă nici ajutorul suplimentar de 26,6 de lire pentru șomerii cu sarcini familiale deosebite (copii în întreținere).

Rata de înlocuire a salariului prin alocația de șomaj este una dintre cele mai scăzute din Europa, în jur de 23%, în medie, din salariul net anterior. Rata de acoperire a șomerilor prin sistemul asigurărilor este, de asemenea, scăzută. Limitarea strictă a accesului la indemnizații de șomaj explică de ce aproape 1/3 din numărul șomerilor nu a primit niciodată această prestație pe întreaga perioadă de șomaj. Cea mai mare parte dintre aceștia beneficiază de venitul minim garantat care nu depinde de antecedentele profesionale. Nivelul mediu al acestei prestații sociale necontributive se situează în jurul sumei de 60 de euro pe săptămână, dar el variază în funcție de situația familială a fiecărui beneficiar și în special de situația materială. Prestația de asigurări de șomaj se acordă pe o perioadă limitată de timp, de 182 de zile. Alocația de asistență socială, respectiv venitul minim garantat, poate fi acordată pe o perioadă nelimitată dacă se mențin condițiile de resurse sau, mai bine zis, de lipsa de resurse.

Vârsta maximă pentru acordarea alocațiilor de asigurări de șomaj este de 65 de ani pentru bărbați și 60 de ani pentru femei, adică vârsta pensionării. De menționat că în Marea Britanie nu există posibilitatea pensionării anticipate și nici nu se acordă alte facilități pentru șomerii de vârstă înaintată.

Alocația de asigurări de șomaj este supusă impozitării. Pentru o persoană singură, pragul inferior al veniturilor impozabile este chiar nivelul alocației de asigurări de șomaj, stabilit în funcție de vârsta beneficiarului. Practic, dacă persoana beneficiază de venitul minim garantat, al cărui nivel este inferior celui al alocației de asigurări de șomaj, nu plătește impozit. În cazul unei familii în care ambii soți primesc această alocație minimă de asistență socială, plafonul de impozitare este de 129 de euro.

SUEDIA

Până în anul 1997, sistemul prestațiilor de șomaj din Suedia se caracteriză prin rolul important al caselor sindicale de asigurări de șomaj și prin neobligativitatea salariaților de a adera la sindicat și implicit, de a se asigura pentru riscul șomajului. Pentru fiecare sector de activitate există câte o casă de asigurări de șomaj gestionată de sindicatul respectiv, la care erau afiliați din oficiu numai membri de sindicat, dar care cuprindea de fapt majoritatea salariaților. Nivelul cotizațiilor, ca și cel al prestațiilor, era diferit de casa de asigurări sindicală la care era afiliat fiecare contribuabil. Nesindicaliștii puteau adera voluntar la casa sindicală sub forma unor contribuții individuale. Cei

care nu erau asigurați – șomerii de lungă durată sau lucrătorii care nu erau afiliați la un sindicat – beneficiau de un ajutor în regim de asistență socială pe durată nelimitată.

În condițiile în care rata șomajului în Suedia a crescut, nivelul cheltuielilor cu prestațiile de șomaj a sporit. Pentru a face față acestei noi situații, au fost necesare câteva modificări ale sistemului. Dintre acestea, cea mai importantă a fost de natură organizatorică și a constat în unificarea tuturor caselor sindicale și în introducerea administrării și gestionării publice, astfel încât toți salariații să aibă aceleași obligații și aceleași drepturi în legătură cu prestațiile de șomaj. S-a produs, de asemenea, creșterea nivelului contribuțiilor, precum și reducerea ratei de înlocuire a salariului prin indemnizația de șomaj, de la 90%, cât era până la acel moment, la 80%.

Începând din anul 1998, în urma adoptării noii legi asupra asigurărilor de șomaj, s-a creat un sistem unic de asigurări de șomaj cu două componente, respectiv două forme de prestații de șomaj:

- alocația de bază, care înlocuiește prestația socială pentru șomeri ;
- indemnizația de șomaj, proporțională cu contribuția la asigurări.

Finanțarea prestațiilor de șomaj este realizată prin cotizațiile obligatorii ale angajatorilor – în procent de 5,84% ale salariaților – în procent de 3,30% până la un plafon maxim de 85 de euro pe zi al salariului și prin subvențiile de stat, care sunt rambursate în proporție de 2/3 de către întreprinderi.

- Alocația de bază este acordă persoanelor în vârstă de peste 20 de ani care au terminat o formă de calificare sau de pregătire profesională și sunt înscrise la o agenție de ocupare în vederea găsirii unui loc de muncă, nu au avut un loc de muncă și deci, nu sunt asigurate, sau celor care au avut un loc de muncă, dar nu îndeplinesc condițiile pentru a beneficia de prestația proporțională cu salariul (12 luni de achitare a cotizației).

De asemenea, șomerul trebuie să accepte orice altă muncă în folosul comunității cel puțin 3 ore pe zi, în mod permanent, pe întreaga perioadă în care beneficiază de prestația socială. Nu este necesară îndeplinirea altor condiții legate de nivelul resurselor materiale, iar durata acordării acestei alocații sociale, teoretic, nu este limitată.

Cuantumul alocației de bază este în sumă fixă, și anume 28 de euro pe zi. Dacă ulterior condițiile se schimbă prin efectuarea unei activități cu timp parțial remunerate, alocația socială se reduce proporțional.

- Indemnizația proporțională se acordă persoanelor asigurate la casa de asigurări și care au plătit cotizația pe o perioadă de cel puțin 12 luni.

Durata maximă pentru care se acordă indemnizația proporțională cu salariul este de 300 de zile pentru persoanele în vârstă de până la 57 de ani și de 450 de zile pentru cei peste această vârstă. Această durată este relativ scurtă comparativ cu alte țări membre ale Uniunii Europene, dar rata de acoperire este mai ridicată în Suedia (70% din numărul șomerilor primesc această indemnizație). De asemenea, rata de înlocuire a salariului prin indemnizația de șomaj se situează încă la unul dintre cele mai înalte niveluri din Europa, respectiv 80% din salariul de referință, până la plafonul maxim de 68 de euro pe zi.

Politica de ocupare a forței de muncă este, în principal, axată pe măsuri active: de formare și reconversie profesională, de subvenționare a anumitor categorii de locuri de muncă. De aceea pentru a beneficia de prestații de șomaj pentru o nouă perioadă, după expirarea celei inițiale, este necesară, în mod obligatoriu, efectuarea unor cursuri complete în cadrul programelor de reconversie profesională finanțate prin subvenții de stat. Pe durata cursurilor de pregătire profesională organizate în cadrul măsurilor de ocupare, șomerului i se asigură o asistență financiară specială. Agențiile de ocupare au obligația să propună șomerilor efectuarea unor activități în sectorul public sau să asigure accesul la o formă de pregătire, recalificare a celor care se află la sfârșitul drepturilor de asigurări.

În Suedia prestațiile sociale sunt impozabile în totalitate, după aceleași reguli de impozitare ca orice alt venit.²

² Revista “Probleme economice”, volumul 81 – 82, 2003, p. 60 – 76;

Bibliografie

- 1) Bică Gheorghe, Mihail Gheorghe, “Piața muncii în România”, Editura Sitech, Craiova, 2000;
- 2) Centrul de Resurse Juridice, “Politici sociale și ocuparea forței de muncă”, București, 2004;
- 3) Coralia Angelescu și Ileana Stănescu, “Economie politică – elemente fundamentale”, Editura Oscar Print, București, 2000;
- 4) Dumitru Ciucur, Ilie Gavrilă, Constantin Popescu, “Economie”, Editura Economică, București, 2004;
- 5) Revista “Probleme economice”, volumul 81 – 82/2003
- 6) “Studii și cercetări economice”, volumul 55 – 56/2007.

PROMOVAREA CULTURII CONCURENȚEI

Autor: Ileana GÎRBĂ
anul III, Finanțe și Bănci

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

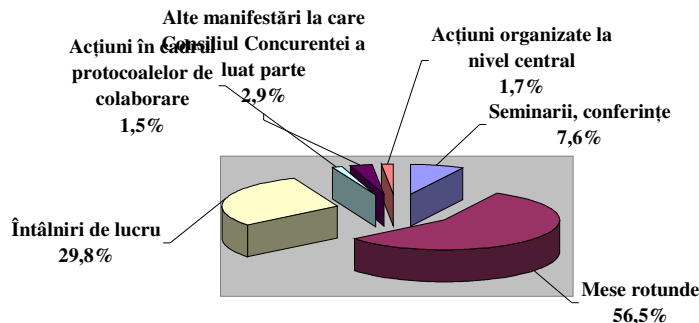
Ca activitate orientată spre familiarizarea tuturor factorilor decidenți, operatorilor economici și a publicului larg cu regulile de concurență și cu beneficiile asupra consumatorilor finali, promovarea culturii concurenței a deținut un loc central în activitatea Consiliului Concurenței și în anul 2009.

În acest sens, Consiliul Concurenței, prin intermediul aparatului central și teritorial, a organizat numeroase seminarii, conferințe, mese rotunde pe teme de actualitate vizând problematica concurenței și ajutorului de stat.

În același timp, autoritatea de concurență a intensificat acțiunile orientate către grupurile țintă: autoritățile publice, reprezentanții mediului judecătoresc, agenții economici din anumite sectoare, mass-media.

În anul 2009, Consiliul Concurenței a desfășurat un număr de 1.103 de acțiuni de promovare a culturii concurenței a căror structură este reprezentată în Graficul nr. 5

Graficul nr. 1. 1. Structura acțiunilor de promovare a culturii concurenței în anul 2009



Sursa: Raport anual 2009 Consiliul Concurenței

Mesele rotunde, întâlnirile de lucru și seminariile/ conferințele organizate au condus la o mai bună cunoaștere a regulilor de concurență, precum și la clarificarea unor aspecte regăsite în activitatea operatorilor economici, cu impact asupra mediului concurențial.

În activitatea de promovare s-a pus un accent deosebit pe organizarea acțiunilor la nivel regional prin inspectoratele de concurență teritoriale.

De asemenea, autoritatea de concurență a derulat un proiect specific de promovare a culturii concurenței în mediul academic, al cărui scop a fost de familiarizare cu regulile din domeniu. În acest scop, au fost organizate 3 seminarii la Universitatea din Oradea - Facultatea de Drept, și la

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași - Facultatea de Drept și Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor.

Interesul manifestat de studenții și cadrele didactice participante la aceste seminarii au condus la necesitatea organizării și pe viitor a unor astfel de manifestări, de altfel incluse în proiectele instituției pentru anul 2010.

Un loc aparte în promovarea culturii concurenței și în consolidarea relațiilor cu alte instituții, autorități, societate civilă, a fost reprezentat de colaborarea cu Societatea Academică din România în procesul elaborării unui Raport cu titlul: „Piață unică, piață națională: politica de concurență în sectoare cheie”. Raportul a fost lansat în cadrul conferinței organizată de Consiliul Concurenței în luna octombrie 2009, beneficiind de sprijinul Proiectului de Twinning.

Scopul acestui raport a fost de identificare a aspectelor de natură legislativă care afectează funcționarea concurenței într-o serie de sectoare cheie ale economiei naționale, precum și a soluțiilor pentru asigurarea unui mediu concurențial eficient în sectoarele analizate. Raportul conține o analiză a mediului concurențial integrând atât experiența națională, cât și pe cea europeană în următoarele sectoare: bancar; energetic; farmaceutic; profesii liberale; concesiuni de resurse minerale; servicii de transport (taximetrie); comerț cu amănuntul.

Publicațiile și materialele informative ale Consiliului Concurenței – parte integrantă a promovării culturii concurenței

În anul 2009, Consiliul Concurenței a continuat să elaboreze buletine trimestriale, revista „Profil: Concurența”, buletinul „Concurența – studii și cercetări privind protecția concurenței economice”, precum și materiale informative (ghiduri) în domeniul ajutorului de stat care să vină în sprijinul furnizorilor de ajutor de stat.

La acestea se adaugă publicarea Raportului anual al Consiliului Concurenței (aferent anului 2008) și a sintezei acestuia.

O preocupare constantă în cadrul activităților de promovare a culturii concurenței l-a ocupat și actualizarea site-ului instituției cu informații relevante din activitatea curentă.

Relația Consiliului Concurenței cu mass-media

Transparența activității desfășurate de Consiliul Concurenței în anul 2009 a fost asigurată și prin dialogul activ și permanent cu mass-media. Astfel, au fost publicate în cotidiene și periodice cu acoperire națională, articole și suplimente speciale cu tematică specifică și de actualitate în domeniul concurenței și ajutorului de stat.

Activitatea Consiliului Concurenței a fost reflectată într-un număr de 1859 de apariții în presă, din care 80% în presa centrală și 20% în cea locală.

Pe parcursul anului 2009, au fost organizate un număr de 12 conferințe de presă și au fost date publicității 90 de comunicate de presă, referitoare la activitatea Consiliului Concurenței.

Importanța deosebită a cunoașterii regulilor de concurență și de ajutor de stat, face necesară intensificarea acestei activități și pe viitor, ceea ce va conduce la o mai bună înțelegere a necesității unei bune funcționări a mecanismelor piețelor într-un mediu concurențial normal, cu efecte directe asupra consumatorului final.

1.3. CONSOLIDAREA CAPACITĂȚII ADMINISTRATIVE

Alocări bugetare și grad de execuție

Consolidarea capacității administrative a reprezentat pentru Consiliul Concurenței o activitate permanentă, al cărei scop a fost subsumat creșterii eficienței instituției în îndeplinirea atribuțiilor conferite de lege.

În anul 2009, Consiliul Concurenței a beneficiat de fonduri de la bugetul de stat în cuantum de 41,9 mil. lei, din care 82,8% au reprezentat cheltuieli cu personalul, 11,1% - bunuri și servicii,

1,3% - alte transferuri și 4,9% - active nefinanciare. Privit în dinamică, bugetul instituției s-a majorat, în termeni nominali, în perioada 2005-2009 cu 87,4%, pe fondul creșterii alocațiilor aferente fiecărui capitol bugetar (Tabelul nr. 1.1) și în conformitate cu cerințele Tratatului de aderare al României la Uniunea Europeană.

Tabelul nr. 1.1. Evoluția bugetului aprobat al Consiliului Concurenței în perioada 2005-2009 (mii lei)

Buget aprobat	2005	2006	2007	2008	2009
Total	22.346	33.000	36.340	47.369	41.887
Cheltuieli de personal	16.423	26.028	28.542	40.373	34.667
Bunuri și servicii	3.208	3.900	4.698	4.834	4.646
Alte transferuri	205	468	612	210	527
Active nefinanciare	2.500	2.604	2.578	1.952	2.047

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Gradul de execuție bugetară s-a situat pe o pantă ascendentă la toate capitolele bugetare, cu variații cuprinse la nivelul anului 2009 între 99,1% (active nefinanciare) la 100% (alte transferuri). Comparativ cu anii anteriori, gradul de execuție bugetară se situează pe o pantă ușor ascendentă, majorându-se cu 0,1 puncte procentuale în 2009 comparativ cu anul 2005 (Tabelul nr. 1.2).

Tabelul nr. 1.2. Evoluția gradului de execuție bugetară al Consiliului Concurenței în perioada 2005-2009 (%)

	2005	2006	2007	2008	2009
Total	99,3	97,3	98,2	96,9	99,4
Cheltuieli de personal	99,5	97,9	99,9	99,8	99,8
Bunuri și servicii	98,9	99,7	98,4	86,2	96,9
Alte transferuri	98,5	61,5	95,1	94,3	100
Active nefinanciare	98,1	93,7	79,7	63,4	99,1

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Pentru al treilea an consecutiv, au fost alocate resurse financiare și materiale suficiente pe bază de proiecte; astfel, în anul 2009, Consiliul Concurenței a derulat 6 proiecte specifice activității instituției, cu un buget total de 714 439 lei, defalcăt pe proiecte astfel:

- a) Înființarea Rețelei Naționale în domeniul Ajutorului de Stat – 185.387 lei;
- b) Îmbunătățirea cunoașterii mediului concurențial național și comunitar – 158.306 lei;
- c) Stimularea interesului mediului academic față de problematica concurenței – 43.000 lei;
- d) Promovarea culturii concurenței – parte a politicii de concurență – 217.746 lei;
- e) Alinierea procedurilor de achiziție publică la regulile, politicile și practicile Uniunii Europene – 58.000 lei;
- f) Optimizarea sistemului de management al performanței – 52.000 lei.

Resurse umane

Din perspectiva resurselor umane, structura personalului Consiliului Concurenței este formată din funcționari publici și personal contractual. Numărul total al personalului autorității de

concurență s-a majorat în perioada 2005-2009 cu 15%, ca urmare a creșterii, în special, a numărului personalului contractual (44%) (Tabelul nr. 1.3.)

Tabelul nr. 1.3. Evoluția numărului personalului Consiliului Concurenței pe categorii, exclusiv membrii Plenului, în perioada 2005-2009 (număr)

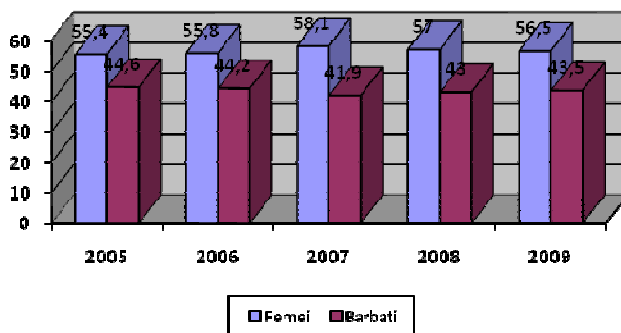
	2005	2006	2007	2008	2009
Funcționari publici	230	233	260	264	256
Personal contractual	30	27	36	38	43
Total personal	260	260	296	302	299

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Din punct de vedere structural, perioada 2005-2009 se caracterizează printr-o tendință de diminuare a ponderii numărului de funcționari publici cu 2,9 puncte procentuale (de la 88,5% în anul 2005 la 85,6% în anul 2009), în timp ce ponderea numărului de personal contractual s-a majorat în același interval cu 2,9 puncte procentuale.

Pe sexe, personalul Consiliul Concurenței este format preponderent din femei, ponderea acestora majorându-se în perioada 2005-2009 cu 1,1 puncte procentuale (Graficul nr. 6).

Graficul nr. 1.2. Evoluția structurii personalului Consiliului Concurenței pe sexe în perioada 2005-2009



Sursa: Raportul anual 2009 Consiliul Concurenței

Pe categorii de vârstă, în perioada 2005-2009, personalul cu vârstă de până în 30 de ani s-a diminuat cu 50%, categoriile de vârstă 30-40 ani, respectiv peste 50 de ani au cunoscut creșteri semnificative de 67,6% (30-40 ani) și 33,8% (peste 50 de ani) (Tabelul nr. 1.4).

Tabelul nr. 1.4. Evoluția numărului de personal pe categorii de vârstă (exclusiv membrii Plenului) în perioada 2005-2009 (număr)

Categorii de vârstă	2005	2006	2007	2008	2009	2009 /2005(%)
până în 30 de ani	68	63	60	64	34	50,0
între 30 – 40 de ani	68	74	99	100	114	167,6
între 40 – 50 de ani	47	37	38	39	48	102,1
peste 50 de ani	77	86	99	99	103	133,8
Total personal	260	260	296	302	299	115,0

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Pe tipuri de studii (economisti, juriști, alți salariați), cea mai mare pondere revine economiștilor (59,9% pe total în anul 2009), cu variații însemnate de la o categorie de vârstă la alta, pentru ca pe ansamblul perioadei, ponderea economiștilor să se diminueze ușor, cu doar 0,1 puncte procentuale (Tabelul nr. 1.5).

Tabelul nr. 1.5. Evoluția ponderii numărului de economiști în total personal al Consiliului Concurenței în perioada 2005-2009 (%)

Categorii de vârstă	2005	2006	2007	2008	2009	2009/2005(%)
până în 30 de ani	54,4	54,0	58,3	57,8	73,5	19,1
între 30 – 40 de ani	42,6	43,2	47,5	50,0	50,9	8,2
între 40 – 50 de ani	63,8	64,9	52,6	61,5	54,2	-9,7
peste 50 de ani	77,9	74,4	70,7	69,7	68,0	-10,0
Ponderea economiștilor/total personal	60	59,2	58,1	59,6	59,9	-0,1

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Ponderea juriștilor în total personal s-a majorat în perioada 2005-2009 cu 2,6 puncte procentuale, respectiv de la 13,5% (2005) la 16,1% (2009), cea mai însemnată creștere revenind categoriei de vârstă 30-40 de ani (Tabelul nr. 9).

Tabelul nr. 1.6. Evoluția ponderii numărului de juriști în total personal al Consiliului Concurenței în perioada 2005-2009 (%)

Categorii de vârstă	2005	2006	2007	2008	2009	2009/2005(%)
până în 30 de ani	29,4	28,6	31,7	31,3	17,6	- 11,8
între 30 – 40 de ani	17,4	18,9	25,3	24,0	30,7	13,1
între 40 – 50 de ani	2,1	5,4	5,3	0,0	8,3	6,2
peste 50 de ani	2,6	2,3	3,0	4,0	2,9	0,3
Ponderea juriștilor/total personal	13,5	13,8	16,6	15,9	16,1	2,6

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Cea mai însemnată diminuare a ponderii a revenit categoriei „alți salariați” al căror procent în total s-a redus cu 2,5 puncte procentuale, menținându-se totuși la un nivel destul de ridicat în numărul total al personalului (24,1% în anul 2009) (Tabelul nr. 1.7).

Tabelul nr. 1.7 Evoluția ponderii altor salariați în total personal al Consiliului Concurenței în perioada 2005-2009 (%)

Categorii de vârstă	2005	2006	2007	2008	2009	2009/2005(%)
până în 30 de ani	16,2	17,5	10,0	10,9	8,8	-7,4
între 30 – 40 de ani	39,7	37,8	27,3	26,0	18,4	-21,3
între 40 – 50 de ani	34,0	29,7	42,1	38,5	37,5	3,5
peste 50 de ani	19,5	23,3	26,3	26,3	29,1	9,6
Alți salariați/Total personal	26,5	26,9	25,5	24,5	24,1	-2,5

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Tabelul nr. 1.8. Evoluția structurii personalului în funcție de nivelul studiilor, categorii de personal și sexe în anul 2009 (număr) (exclusiv membrii Plenului)

Categorii de personal	Total personal din care:	Licență		Master		Doctorat	
		Femei	Bărbați	Femei	Bărbați	Femei	Bărbați
Funcționari publici	256	142	107	42	31	4	2
Personal contractual	43	9	7	1	1	0	1
Total salariați	299	151	114	43	32	4	3

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Perfecționare profesională

Pentru a răspunde cerințelor de pregătire profesională, Consiliul Concurenței a organizat în perioada 2005-2009, cumulativ, un număr de 72 de cursuri de pregătire pe diverse tematici, valoarea totală a acestora aferentă celor 5 ani fiind de 332 162 lei, din care 41% a fost destinată anului 2009.

Numărul total al cursanților s-a situat pe o pantă ascendentă, majorându-se de la 119 cursanți în 2005 la 165 de cursanți în 2009, peste 50% din personal beneficiind de astfel de cursuri (Tabelul nr. 1.9.).

Tabelul nr. 1.9. Evoluția ponderii numărului de personal care a beneficiat de cursuri de perfecționare profesională în total personal în perioada 2005-2009 (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2009/2005 (%)
Funcționari publici	51,7	23,2	12,3	48,1	57,4	5,7
Personal contractual	0,0	14,8	11,1	10,5	41,9	41,9
Total personal	45,8	22,3	12,2	43,4	55,2	9,4

Sursă: www.consiliulconcuretei.ro

Trebuie precizat faptul că, în anul 2009, au fost organizate 19 tipuri de cursuri, dintre care amintim:

- analiză economică și econometrie;
- management (în administrația publică și managementul proiectelor);
- drept comunitar și integrare europeană;
- contabilitate publică, control financiar și fiscal;
- protecția informațiilor clasificate;
- achiziții publice;
- limbi străine;
- cursuri destinate perfecționării specialiștilor în informatică (Microsoft Share Point și Microsoft Windows 2008 Server), etc.

Suplimentar acestor cursuri de perfecționare profesională, inspectorii de concurență au participat la un număr de 60 seminarii de pregătire, din care 50% organizate în cadrul proiectului de Twinning.

Un loc important în cadrul consolidării capacității administrative a revenit Grupului de analiză economică, ale cărui acțiuni s-au concretizat în anul 2009 în:

- Aplicarea de metode de analiză economică și econometrică în cadrul investigațiilor sectoriale derulate;
- Realizarea unui sistem de evaluare a eficienței autorității de concurență;
- Estimarea prejudiciului provocat consumatorilor în cazul cartelului de pe piața pâinii din județul Vrancea;
- Estimarea beneficiilor potențiale ale măsurilor propuse în urma investigației utile pentru cunoașterea pieței imobiliare și a serviciilor conexe.

Crearea acestui grup, ale cărui baze au fost puse în anul 2008, a pornit de la importanța pe care analiza economică aprofundată o are în definirea corectă a piețelor afectate de practicile anticoncurențiale și, mai ales, într-o mai bună evaluare a efectelor asupra concurenței și comerțului; în acest fel se poate realiza o departajare a cazurilor care ridică, din start, probleme și celelalte cazuri (studii de impact ante și post factum).

Grupul de analiză economică deține un loc important și în cadrul investigațiilor utile deschise pentru cunoașterea diferitelor piețe, prin aplicarea de metode econometrice moderne, colaborând activ și cu celelalte autorități de concurență, în soluționarea problemelor intervenite pe parcursul investigațiilor utile; este de așteptat ca în anii viitori, grupul de analiză economică să fie extins, prin angajarea de personal de specialitate, astfel încât să fie posibilă lărgirea sferei de acțiune și de implicare a grupului în activitatea autorității de concurență;

Pe parcursul întregului an 2009, Consiliul Concurenței s-a implicat în dezvoltarea infrastructurii tehnice, prin achiziționarea de echipamente și programe specializate, modernizarea rețelilor de telecomunicații dintre sediul central și aparatul teritorial al Consiliului Concurenței, etc. De asemenea, s-au continuat demersurile în vederea dezvoltării sistemului de control managerial intern, prin realizarea de proceduri operaționale și de sistem, astfel încât procesele derulate în cadrul instituției să respecte standardele de control intern aplicabile conform reglementărilor legale în vigoare.

Cooperarea activă în cadrul organismelor comunitare

a) Participarea Consiliului Concurenței în cadrul Rețelei Europene de Concurență (ECN) și la reuniunile externe privind ajutorul de stat ECN reprezintă cadrul în care Comisia Europeană și autoritățile naționale de concurență cooperează în vederea aplicării regulilor de concurență comunitare. În același timp, ECN reprezintă un forum de dezbateri și de cooperare informală între autoritățile din rețea.

Ca membru cu drepturi depline în cadrul ECN, Consiliul Concurenței și-a intensificat acțiunile la nivel comunitar, prin participarea constantă și activă la lucrările grupurilor și subgrupurilor de lucru, la reuniunile comitetelor consultative, precum și prin implicarea în schimbul de informații, atât în calitate de beneficiar, cât și de furnizor. La acestea s-au adăugat acțiunile de monitorizare permanentă și de procesare rapidă a informațiilor referitoare la cazurile de concentrare economică notificate la Comisia Europeană, precum și a celor întemeiate pe art. 101 și 102 din Tratatul privind funcționarea UE.

În cursul anului 2009, au fost desfășurate un număr de 62 de acțiuni în cadrul ECN, din care 23 de participări la reuniuni, grupuri/subgrupuri de lucru/sectoriale și 39 de schimburi de informații. Scopul acestor acțiuni a fost, în primul rând, de a participa la procesul de revizuire a prevederilor legale comunitare, precum și de a utiliza cunoștințele acumulate în activitatea curentă. În al doilea rând, participarea Consiliului Concurenței la reuniunile ECN a asigurat un schimb de informații între autoritățile de concurență privind modalitatea de rezolvare a cazurilor.

Reuniuni, grupuri și subgrupuri de lucru în cadrul ECN

- Grupul de lucru privind acordurile orizontale de cooperare;
- Subgrupul sectorial „Asigurări”;
- Grupul de lucru „Cooperare”;
- Reuniunile plenare ECN;
- Grupul de lucru „Concentrări economice”;
- Subgrupul sectorial „Produse farmaceutice”;
- Grupul de lucru „Economistul șef” ;
- Subgrupul sectorial „Produse alimentare”;
- Reuniunile ECN ale Comitetelor Consultative;
- Grupul de lucru „Politica de clemență”;
- Reuniunea ECN a Directorilor Generali;
- Grupul de lucru informal „Consumatori”;

- Grupul de lucru informal „Bănci”.

Din cele 39 de schimburi de informații, 72% au reprezentat răspunsuri ale Consiliului Concurenței la solicitările autorităților de concurență ale altor state membre, restul fiind dat de cererile de informații ale autorității române de concurență înaintate membrilor ECN.

- b) Participări externe pe problematica ajutorului de stat

În anul 2009 au continuat să aibă loc întâlniri între reprezentanții Comisiei Europene și experții pe probleme de ajutor de stat din statele membre UE. Aceste întâlniri au avut ca scop atât exprimarea poziției statelor membre UE cu privire la proiectele legislative comunitare, cât și discutarea unor cazuri concrete de ajutoare de stat. În cadrul acestor întâlniri, experții Consiliului Concurenței au avut o participare activă, contribuind astfel la accelerarea procesului decizional al Comisiei Europene.

De asemenea, în cursul anului 2009, președintele Consiliului Concurenței a participat la două întâlniri tehnice cu reprezentanții Comisiei Europene, în cadrul cărora au fost discutate atât probleme privind ajutorul de stat, cât și concurența, cât privind concurența.

- c) Coordonarea afacerilor europene

În anul 2009, reprezentanții Consiliului Concurenței au continuat să participe la reuniunile săptămânale de coordonare a afacerilor europene organizate de Ministerul Afacerilor Externe și Departamentul pentru Afaceri Europene, în calitate de coordonatori la nivel național a transpunerii acquis-ului comunitar și a procesului de formulare a poziției României față de propunerile de acte legislative comunitare. În cadrul acestor reuniuni, reprezentanții Consiliului Concurenței au raportat stadiul îndeplinirii obligațiilor României prevăzute în Tratatul de Aderare la Uniunea Europeană, ce cad în responsabilitatea instituției.

Relații multilaterale

- a) Participarea la activitățile OCDE

Anul 2009 a oferit Consiliului Concurenței prilejul de a valorifica statutul său de observator la structurile de lucru ale Comitetului de Concurență al OCDE, precum și de a se afirma pe plan internațional.

Printre rezultatele semnificative obținute, menționăm:

- Contribuții naționale pe teme de importanță majoră pentru evoluția actuală a politicii de concurență la nivel internațional;
- Evoluții în domeniul politicii și legii concurenței în România, în anul 2008;
- Reglementarea și practicile anticoncurențiale în cadrul profesiei libere de contabil;
- Standardul pentru evaluarea concentrărilor economice, cu accent pe experiența statelor membre și a observatorilor OCDE cu privire la trecerea de la testul de dominanță la testul SLC/SIEC;
- Aplicarea legislației în domeniul concurenței la întreprinderile de stat;
- Guvernanța corporativă la întreprinderile de stat și principiul neutralității concurențiale.
- Contribuții naționale cu privire la politica de concurență și economia informală, precum și la provocările cu care se confruntă autoritățile de concurență în implementarea și promovarea regulilor de concurență; aceste contribuții au fost prezentate la lucrările celei de-a VIII-a sesiuni a Forumului Global de Concurență OCDE, ocazie cu care România, reprezentată de Consiliul Concurenței, a prezidat una dintre sesiunile plenare ale Forumului;
- Susținerea de prezentări și de intervenții în cadrul a 6 seminarii, organizate sub egida Centrului Regional de Concurență OCDE de la Budapesta, pe teme de interes, dintre care putem menționa: aspecte juridice și economice care stau la baza înțelegerilor pe orizontală și verticală, carteluri, aplicarea regulilor de concurență în sectorul transporturilor aeriene.

De asemenea, pe parcursul anului 2009, în vederea asimilării la nivel instituțional și

național a celor mai bune practici la nivelul OCDE, autoritatea română de concurență a publicat pe pagina sa de website și a diseminat la nivelul autorităților de reglementare și instituțiilor Guvernului României varianta în limba română și engleză a următoarelor materiale:

- Instrucțiuni emise de Comitetul de Concurență OCDE la începutul anului 2009 privind modalități de detectare a licitațiilor trucate în domeniul achizițiilor publice;
- Setul de Instrucțiuni cu privire la tehnici de analiză a impactului proiectelor de reglementare din punctul de vedere al regulilor de concurență (filtru de concurență), prin care se asigură o identificare rapidă a reglementărilor susceptibile să aducă atingere concurenței pe piață, precum și o mai bună înțelegere a obiectivelor politicii de concurență;
- Recomandarea Consiliului OCDE prin care încurajează guvernele statelor membre și observatorilor OCDE să implementeze evaluarea impactului reglementărilor din punct de vedere al regulilor de concurență.

La sfârșitul anului 2009, implicarea activă a autorității române de concurență în activitățile OCDE, precum și eforturile susținute ale instituției pentru îmbunătățirea continuă a activităților sale de promovare și aplicare eficientă a politicii concurenței în vederea dezvoltării unui mediu competitiv sănătos în România au fost recunoscute de către acest for internațional de excelență în domeniul concurenței. Comitetul de Concurență al OCDE a recomandat Consiliului OCDE reînnoirea, până la sfârșitul anului 2011, a statutului de observator al României la structurile de lucru ale organizației din domeniul concurenței.

b) Participarea la activitățile Rețelei Internaționale de Concurență (ICN)

În anul 2009, în calitate sa de membru al ICN, Consiliul Concurenței a continuat să participe la activitățile derulate în cadrul grupurilor de lucru ICN privind cartelurile, comportamentul unilateral al firmelor dominante, eficacitatea unei autorități de concurență și promovarea politicii de concurență.

Printre rezultatele semnificative, menționăm:

- Reflectarea experienței Consiliului Concurenței referitoare la jurisprudența și legislația privind înțelegerile anticoncurențiale orizontale în proiectele realizat de Grupul de lucru ICN în domeniu cartelurilor;
- Reflectarea experienței Consiliului Concurenței cu privire la modalitățile de analiză a cazurilor de abuz de poziție dominantă (prin practici de tipul refuzului de a tranzacționa) în proiectul realizat de Grupul de lucru ICN privind comportamentul unilateral al firmelor dominante;
- Participarea Consiliului Concurenței la Atelierul de lucru anual privind cartelurile, ocazie cu care România a moderat sesiunea de lucru privind politica de clemență;
- Reflectarea experienței Consiliului Concurenței cu privire la modalități și instrumente de planificare strategică și de organizare, prin susținerea de intervenții în cadrul seminarului ICN privind eficacitatea unei autorități de concurență și prin elaborarea de materiale;
- Participarea la Conferința anuală ICN;
- Participarea experților din cadrul Consiliului Concurenței la teleseminariile organizate periodic de grupurile de lucru ICN.

c) Participarea la activitățile Grupului Interguvernamental de Experți UNCTAD (IGE-UNCTAD)

Conferința Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare (UNCTAD) este una dintre organizațiile internaționale care acordă o atenție majoră politicii de concurență. Nucleul activităților UNCTAD constă în acordarea de asistență tehnică țărilor în curs de dezvoltare și țărilor în tranziție în activitatea lor de adoptare și implementare a regulilor de concurență.

Cu prilejul celei de-a X-a sesiuni a Grupului Interguvernamental de Experți UNCTAD, Consiliul Concurenței a participat activ prin elaborarea de contribuții și susținerea de intervenții în cadrul dezbaterilor cu privire la următoarele tematici:

- Monopolurile, concesiunile și politica de concurență;
- Utilizarea analizei economice în cazurile de concurență.

d) Participarea la activitățile Asociației Autorităților de Concurență din Europa (ECA). În anul 2009, Consiliul Concurenței s-a implicat activ în lucrările structurilor ECA, susținând 3 prezentări care au vizat stadiul de reglementare și practica națională în luarea deciziilor cu angajamente, rolul jucat de autoritatea de concurență în aplicarea în privat a regulilor de concurență și importanța investigațiilor sectoriale în descoperirea comportamentelor anticoncurențiale.

Relații bilaterale

Dezvoltarea relațiilor bilaterale cu autorități similare reprezintă o modalitate importantă de creștere a vizibilității autorității de concurență din România pe plan internațional și de efectuare a unor schimburi de experiență în aplicarea ultimelor evoluții legislative în domeniul concurenței și al ajutorului de stat. În acest context, menționează faptul că, în anul 2009, Consiliul Concurenței a demarat colaborarea cu autoritățile de concurență din China, Ucraina și Armenia.

Participarea la manifestările cu caracter bilateral a oferit reprezentanților Consiliului Concurenței posibilitatea de a aprofunda cele mai actuale teme și practici folosite de autoritățile respective.

Bibliografie

- 1) T. Moșteanu, E. Câmpeanu, A. I. Panaite, “Aspecte ale concurenței”, Editura Economică, București, 2004;
- 2) Bandoi, A., Tomiță, I. Ciurlău, C-tin.- „Prețuri și concurență”, Editura Universitaria, Craiova, 2001;
- 3) Ciucur D., Gavrilă I., Popescu C. - „Economie”, Editura Tribuna Economică, București, 2004;
- 4) Popescu, C.Ciucur, D.Morega, D. I.- „Microeconomia concurențială”, Editura Economică, București, 1997;
- 5) Prahoveanu, E. - „Economie politică. Fundamente de teorie economică”, Editura Eficient, București, 1998;
- 6) „Legea Concurenței nr. 21/1996”, publicată în MO nr. 88/1996 - cu modificările și completările ulterioare
- 7) Raport anual 2010 Consiliul Concurenței;

EVOLUȚIA DATORIEI EXTERNE A ROMÂNIEI ÎN PERIOADA 2006 – 2009

Autor: Camelia PĂTRAȘCU
anul III, Finanțe și Bănci

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

1.1. Noțiunea de datorie externă

Datoria externă în sine reprezintă, inițial, un efect al unui alt fenomen economic internațional de mare amploare – creditarea internațională.

Astăzi, creditarea internațională este un fenomen care suscită interesul atât al analiștilor economiei mondiale, cât și al factorilor de decizie din fiecare țară în parte, mai ales după experiența crizei mondiale a datoriei externe care a zguduit lumea finanțelor în anii '80. Criza datoriei s-a născut din două motive: primul – o politică deplorabilă de administrare a datoriei externe dusă de țările mari debitoare (în special din America Latină – cazul Mexic), iar, pe de altă parte, băncile comerciale cu activitate internațională nu au dat nici ele dovadă de prea mare înțelepciune în alocarea resurselor proprii, mărite rapid ca volum prin injecția de petrodolari ce a urmat crizei petrolului din anii '70. Criza datoriei a fost rezolvată printr-un progres cu multiple laturi: s-a modificat, în primul rând, atitudinea creditorilor (oficiali sau privați), dinspre scopul unic de a-și recupera resursele alocate spre controlul utilizării acestora de către debitori. Efectul acestei schimbări de atitudine s-a materializat în măsurile convenite prin înțelegeri bilaterale între țările cu mari datorii și Clubul de la Paris (pentru creditorii oficiali) sau Clubul de la Londra (pentru băncile comerciale), măsuri ce au dus la diminuarea poverii datoriei externe asupra economiilor țărilor îndatorate și la înlesnirea, pentru acestea, a drumului spre dezvoltare.

1.2. Datoria externă în perioada 2006 - 2009

Datoria publică externă a României a crescut de aproape 170 de ori în perioada 1990 – 2006, valoarea acesteia cifrându-se la finele anului 2006, la 27,718 miliarde euro (35,61 miliarde dolari), potrivit datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice. La finele anului 1990, datoria publică externă a României s-a cifrat la 209 milioane de dolari, reprezentând creditul fără dobândă acordat Guvernului României în 1970 și rambursabil prin livrări de utilaje pentru termocentrale PUCHENG – China. Conform statisticilor Băncii Naționale a României, la sfârșitul anului 2006, datoria externă pe termen mediu și lung a crescut cu 12,5% față de finele anului 2005. Datoria externă publică și publică garantată a înregistrat, la 31 decembrie 2006, un sold de 10,694 miliarde euro și a reprezentat 38,6% din datoria externă pe termen mediu și lung (față de 45,8% la 31 decembrie 2005).

Datoria externă negarantată public a însumat 16,058 miliarde euro la 31 decembrie 2006, fiind cu 29,5% mai mare decât la 31 decembrie 2005. Rata serviciului datoriei externe pe termen mediu și lung s-a situat la 19,5% în anul 2006, comparativ cu 20,1% în 2005.

Analiza datoriei publice guvernamentale externe efective în funcție de creditor arată că 47,3% reprezintă datoria contractată cu creditorii oficiali, inclusiv împrumuturile de la Fondul Monetar Internațional. Creditorii privați, care includ băncile comerciale, emisiunile de obligațiuni și alte surse, reprezintă 52,7% din total. Ponderea cea mai mare o dețin creditele cu durată de peste zece ani (59,6% din total), urmată de creditele între 5 – 10 ani (34,3%) și cele între 1 – 5 ani (6,1%).

România va înregistra un vârf al serviciului datoriei publice externe guvernamentale în anul 2008, când va avea de rambursat în contul acestei componente a datoriei externe 2,36 miliarde

euro. Serviciul datoriei publice a statului reprezintă rambursări de rate la împrumuturi scadente, plăți de dobânzi, comisioane și alte costuri aferente angajamentelor asumate.

În anul 2006, serviciul datoriei publice externe a fost de 1,68 miliarde euro, iar în perioada 2007 – 2008 se va menține la niveluri între 1,6 și 2,3 miliarde euro. Potrivit Ministerului Finanțelor Publice, din punct de vedere al strategiei de îndatorare se recomandă prudență în contractarea datoriei publice externe pe termene de sub cinci ani pentru evitarea acumulării scadențelor în această perioadă.

Datoria externă publică și public garantată a înregistrat, la 31 decembrie 2006, un sold de 10,69 miliarde euro; la aceeași dată, datoria externă pe termen mediu și lung se situa la nivelul de 27,718 miliarde euro. La 31 decembrie 2006, datoria publică guvernamentală externă a fost de 10,28 miliarde euro, în scădere cu 662,5 milioane euro față de sfârșitul anului 2005. Datoria publică guvernamentală contractată direct de stat a reprezentat 62,5% din totalul datoriei publice externe, iar datoria publică guvernamentală externă garantată de stat – 37,5%. De apreciat că 47,3% din datorie reprezenta datoria contractată cu creditorii oficiali (inclusiv Fondul Monetar Internațional). Creditorii privați, respectiv băncile comerciale, emisiunile de obligațiuni etc. reprezentau 52,7% din total. În funcție de valutele componente, ponderea cea mai mare o are moneda euro – 60,7%, urmată de dolar – 29%. În 2006, datoria publică externă reprezenta 10,4% din PIB, iar serviciul datoriei publice externe – 1,8% din PIB. Îndatorarea externă a României este sub nivelul de îndatorare maxim admis în Uniunea Europeană, de 60% din PIB.

S-a manifestat o tendință generală de creștere a datoriei publice externe de la un an la altul, cu excepția perioadei anului 2006, când aceasta a înregistrat o scădere față de anul 2005, urmând ca în anul 2007 să se reia creșterea cu 4,28%.

Tabelul nr. 1. Datoria publică externă (DPE) directă și garantată, între 2001-2009

milioane euro

Indicatori	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
DPE - total	8,354.94	9,684.33	11,935.79	12,481.67	13,815.62	12,118.62	14,067.67	15,479.48	16,886.83
DPE directă	5,397.30	7,531.54	9,399.92	9,340.74	9,899.56	9,108.68	11,176.43	12,892.98	14,847.77
DPE garantată	2,957.64	2,152.79	2,535.87	3,140.93	3,916.06	3,009.94	2,891.24	2,586.49	2,039.06

Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice.

Ponderile datoriei publice externe directe și garantate în totalul datoriei publice externe a fluctuat puțin în perioada 2002 (77,75%, respectiv 21,25%), față de anul 2009 (87,93%, respectiv 12,07%), ceea ce demonstrează că oportunitățile sectorului privat de a obține garanții pentru împrumuturi au rămas aproximativ aceleași în decursul celor 9 ani (Anexa 1 – Figurile nr. 1a și 1b).³

Se observă o tendință de creștere pe ansamblu a împrumuturilor contractate pe toate tipurile de scadențe, cu excepția anului 2005 când, datorită existenței unei datorii publice externe în scădere comparativ cu anul 2004, s-a diminuat și volumul împrumuturilor cu scadențe între 1 și 5 ani (cu 38,67%), respectiv între 5 și 10 ani (cu 8,25). De asemenea, ponderea datoriei publice externe cu scadență de până la 5 ani a cunoscut o scădere de aproape 50% în 2006 față de 2005, ceea ce indică o situație favorabilă care nu îngreunează cu mult serviciul datoriei publice externe din anii următori. În același timp, această pondere s-a diminuat considerabil pe tot parcursul perioadei: dacă în 2001 aceasta era de 19,05%, în 2006 reprezenta 4,98% din totalul datoriei publice externe.⁴

³ Văcărel, Iulian, *Politici fiscale și bugetare în România: 1990-2000*, Editura Expert, București, 2001, p. 296.

⁴ Pentru finanțarea deficitului bugetar, în iulie 2003, România, prin Ministerul Finanțelor Publice, a lansat o emisiune de Euro-obligațiuni în sumă de 700 mil. EUR (807,9 milioane USD), cu scadența la 7 ani și o rată a dobânzii de 5,75 %.

Evoluția favorabilă s-a manifestat pe întreaga perioadă, sugerând îmbunătățirea managementului datoriei publice externe, prin contractarea de împrumuturi cu scadențe mai lungi și ținând cont ca acestea să nu se aglomereze foarte mult într-o anumită perioadă (numai în anul 2002, comparativ cu 2001, serviciul a înregistrat o creștere mai mare, de 19,81%, datorată sporirii semnificative a celui aferent datoriei publice garantate, de 43,64%).

De asemenea, raportul dintre serviciul datoriei publice externe și datoria publică externă s-a diminuat continuu, atât pe ansamblu (de la 23,64% în 2001 la 20,60% în 2009).

În general, s-a manifestat o tendință de diminuare a ponderii serviciului datoriei publice externe garantate, ajungând la sfârșitul perioadei la 13,73% (față de 35,39% la începutul perioadei), respectiv o scădere a ponderii serviciului aferent datoriei directe a statului, la 64,60% în 2001, comparativ cu 87,92% în 2009.

Din punctul de vedere al structurii se pot observa două trenduri:

- până în 2007 a fost un trend de creștere a datoriei pe termen scurt în totalul datoriei externe de la 14,91% în 2004 la 33,97% în 2007
- începând cu 2008 un trend de diminuare, ajungând de la 32,57% în noiembrie 2008 la 19,28% noiembrie 2009.

Produsul Intern Brut în 2008 a fost de 503,958.7 miliarde lei, iar datoria publică era 51,7% în lei, 35,9% era denominată în euro, 6,8% era în dolari, 1,5% era în yen japonezi, iar restul în alte valute.

Ca structură, în 2009, datoria publică a fost contractată prin împrumuturi de stat (37,95%), urmată de certificate de trezorerie (15,44%) și obligațiuni de stat (14,09%). De asemenea, 7,24% din datoria publică a fost contractată prin eurobonduri, 0,07% prin leasing financiar, iar 25,2% prin alte surse. Potrivit Ministerului Finanțelor Publice, din totalul titlurilor emise de stat aflate în derulare la 31 noiembrie 2009, de 37,2 miliarde lei, 58,08% aveau scadență pe termen scurt - de mai puțin de un an, 38,44% erau pe termen mediu - între 1 și 5 ani, iar 3,48% urmau să ajungă la scadență peste mai mult de 5 ani. Titlurile luate în calcul de Ministerul Finanțelor Publice în această evidență nu includ eurobondurile și certificatele de depozit adresate populației, dar cuprind obligațiunea de stat denominată în euro (în echivalent lei). Valoarea medie a scadenței rămase pentru titlurile de stat active la 31 octombrie 2009 este de 1,7 ani.

Până în 2008 datoria publică externă era supraunitară comparativ cu datoria publică internă. Începând cu anul 2008 situația acestui raport s-a inversat, astfel pe fondul atragerii de împrumuturi de pe piața internă prin emisiuni de obligațiuni, datoria publică internă este de aproximativ două ori mai mare decât cea externă la nivelul anului 2009.

În anul 2008, datoria externă pe termen mediu și lung a crescut față de sfârșitul anului 2007 cu 31 la sută, iar structura pe creditori a datoriei externe pe termen mediu și lung relevă faptul că s-a menținut tendința de creștere a ponderii surselor private (de la 85,1 la sută în decembrie 2007 la 86,8 la sută în decembrie 2008), ca urmare a creditelor primite din partea băncilor private străine, concomitent cu scăderea ponderii organismelor multilaterale la 12,6 la sută și a surselor bilaterale la 0,6 la sută din total. La polul opus se găsește perioada 2007-2009 unde datoria publică internă a fost în continuă creștere, de la 121,94% în 2007 la 168,81%, ceea ce relevă o îmbunătățire a capacității de a atrage împrumuturi de pe piața internă.

Cauzele capacității scăzute a pieței împrumuturilor românești a fost rezultatul unei economii nefuncționale la data respectivă, inexistenței unei piețe concurențiale și a unui sistem inflaționist controlat, care se traduce prin neîncredere în moneda națională. De aceea, piața titlurilor de stat, după un ușor interes în perioada anilor 1996-2000, a stagnat sau chiar a scăzut, populația preferând investițiile în valută, metale prețioase sau în domeniul imobiliar, considerându-le mai sigure. Situația s-a inversat începând cu 2008, pe fondul dobânzilor atractive oferite și a limitării accesului la împrumuturi externe, astfel încât ministerul finanțelor a putut emite cu succes 24 de emisiuni de titluri de stat în 2008 și 33 în 2009. Cauza a fost dată de necesitatea acoperirii balanței de plăți pe fondul diminuării accesului la piețele externe și a instabilității ce a dominat sistemul financiar mondial în 2008-2009.

Un alt element de analiză și o posibilă explicație a ponderii reduse a datoriei interne în totalul datoriei publice până în 2008 este reprezentat de costul creditelor, care a fost mai redus pe piața externă față de piața internă, ca urmare a nivelului ridicat al inflației. De menționat este, însă, faptul că, și din acest punct de vedere, țara noastră a înregistrat o evoluție constant pozitivă.

Nu aceeași este situația în țările central și est-europene în tranziție (spre exemplu, Ungaria și Polonia), unde datoria publică internă este mult mai mare decât cea externă. Prin urmare, comparativ cu România, în aceste țări există resurse interne mai mari care pot fi atrase pentru a satisface nevoile temporare ale statului, ceea ce arată că economiile acestor țări s-au înscris pe linia formării unor piețe interne reale și funcționale înaintea României. Acestea sunt cu atât mai bune cu cât, din punct de vedere financiar și valutar, împrumuturile de stat externe generează eforturi legate de rambursarea acestora la scadență, ca și de suportarea dobânzilor și comisioanelor aferente datoriei publice externe. Astfel, până la stingerea lor, împrumuturile de stat externe grevează an de an bugetul de stat cu cheltuieli în lei, iar balanța de plăți cu cheltuieli în valută. Este mai ușor de suportat serviciul datoriei publice interne în moneda națională, decât serviciul datoriei publice externe în valută, întrucât procurarea resurselor valutare necesare acestuia din urmă este dependentă de volumul exporturilor de bunuri și servicii, de intrarea în țară a altor fluxuri în valută, de mărimea rezervelor valutare, de evoluția cursului de schimb al monedelor în care au fost contractate împrumuturile externe, precum și de nivelul dobânzilor, când acestea nu sunt fixe, ci fluctuante⁵.

Potrivit Tratatului de la Maastricht, nivelul datoriei publice al statelor Uniunii Europene nu trebuie să depășească 60% din PIB. Din acest punct de vedere, se poate aprecia că România se încadrează în grupa țărilor cu o datorie publică sustenabilă, având încă un grad de îndatorare redus. Cu toate acestea, experți în domeniu consideră că menținerea unui raport echilibrat între serviciul datoriei și nivelul exporturilor necesită păstrarea sub control a deficitului bugetar și a balanței de plăți externe⁶.

1.3. Efectele îndatorării pe termen mediu și lung

Angajarea economiei în schimburile comerciale internaționale presupune comercializarea pe alte piețe a unei părți din producția internă și completarea acesteia din importuri. Finanțarea importurilor se face în primul rând din încasările valutare obținute din exporturi. Dacă economia națională nu poate susține eforturile valutare generate de importuri, ea va trebui să apeleze la credite externe contractate de pe piața financiară internațională. Condițiile în care va obține aceste credite depind în mod direct de performanțele economice și de gradul de îndatorare actual.

Dacă angajarea de credite externe nu este însoțită de un pachet de reforme cu efect imediat în economia reală, menite să o stabilizeze, criza economică se va adânci. Singurul avantaj al datoriei externe este acela că oferă guvernului un câștig de timp în vederea adoptării măsurilor de politică economică necesare. Utilizarea creditelor externe pentru satisfacerea unor nevoi stringente de consum și nu pentru finanțarea unor proiecte de investiții sau de dezvoltare, ale căror efecte ulterioare să justifice eforturile angajate în prezent (dobânzi, speze bancare), va avea asupra economiei un efect negativ.

Orice credit contractat, inclusiv cele angajate sau garantate de stat, este purtător de dobânzi fixe sau variabile. Țara ce a angajat împrumutul va trebui să-l restituie, plătind dobânda aferentă. Prin serviciul datoriei externe se înțelege suma dintre amortizarea datoriei (tranșa anuală) și masa dobânzii. Cu cât gradul de îndatorare externă al unei țări este mai mare, cu atât ea este considerată mai riscantă pentru investitorul străin. Sub presiunea creditorilor externi, o astfel de țară ar putea să adopte o serie de măsuri nefavorabile pentru aceștia: blocarea transferurilor profiturilor în străinătate, limitarea accesului pe piața valutară, creșterea fiscalității etc.

⁵ Văcărel, Iulian, *Politici fiscale și bugetare în România: 1990-2000*, Editura Expert, București, 2001, p.284.

⁶ Talpeș, Ioan, *Economia României în fața integrării europene*, Occasional Papers No.6 (III)/2004, Ministerul Apărării Naționale, 2004, p. 48.

În evaluarea riscului de țară, analiza gradului de îndatorare se face cu ajutorul următorilor indicatori: datoria externă brută, datoria externă netă, ponderea datoriei externe în PIB, în exporturile totale, în totalul populației, serviciul anual al datoriei externe, deficitul primar, calculat ca o diferență între deficitul bugetar total și serviciul datoriei publice și ponderea datoriei externe în rezervele naționale. Un grad de îndatorare ridicat poate sufoca economia națională, reducând la minim șansele sale de creștere. Necorelarea nivelului datoriei externe cu posibilitățile reale ale economiei va conduce și mai mult țara în criză. Incapabilă să plătească, ea va apela la diverse tehnici: reeșalonare, renegociere, repudiere. O astfel de situație reduce în mare măsură gradul de atractivitate a țării respective pentru investitorii străini, comunitatea internațională sancționând prompt nerespectarea angajamentelor internaționale.

Manifestarea crizei datoriei externe și a efectelor sale negative asupra țărilor debitoare a reclamat stabilirea și aplicarea unei anumite strategii pentru soluționarea ei.

Una dintre modalitățile folosite în acest scop a fost soluționarea cererilor țărilor debitoare ajunse în incapacitate de plată cu privire la *reeșalonarea plăților scadente*. Aceste cereri au fost exprimate și soluționate de către Fondul Monetar Internațional. Apoi s-au încheiat acorduri bilaterale pe baza garanțiilor oferite de un acord între FMI și țara debitoare respectivă. Reeșalonarea a fost o măsură excepțională, care a constat în amânarea rambursării unei părți din datoria scadentă pe o perioadă de câțiva ani. Dobânzile și cealaltă parte a datoriei publice nu au fost reeșalonate. Băncile creditoare au acceptat reeșalonarea numai a unei părți din datoria publică externă, pe termen scurt și cu dobândă majorată.

Pe baza acordurilor de reeșalonare convenite, FMI acordă țărilor debitoare un credit suplimentar, menit să permită debitorului plata serviciului scadent al datoriei externe, cu condiția acceptării unui *program de ajustare* într-un termen cât mai scurt, care să asigure redresarea situației și reluarea normală a rambursării împrumuturilor față de străinătate. Programele de măsuri corective cuprindeau: reducerea cheltuielilor de investiții și a celor de consum; diminuarea deficitului bugetar; stimularea exportului și limitarea importului pe calea devalorizării monedei naționale; reajustarea schimburilor cu străinătatea; reducerea subvențiilor de la bugetul de stat; reducerea ratei inflației; restrângerea cererii interne; reajustarea prețurilor; stabilirea unui curs de schimb valutar mai realist etc., care să asigure reluarea plății datoriei publice externe. În fapt, programul de ajustare a reprezentat un amestec inacceptabil în politica economico-socială și financiară a țărilor debitoare.

Programele de ajustare aveau în vedere: reducerea cheltuielilor cu investițiile în țările debitoare, reducerea cheltuielilor de consum pentru a reduce deficitul în valută, măsuri prelungite de austeritate, înghețarea salariilor, devalorizarea monedei naționale pentru a stimula exportul și pentru a limita importul, limitarea creditului bancar, majorarea ratei dobânzii etc.

Condițiile reeșalonării sunt oneroase pentru țările debitoare, deoarece datoria este supraevaluată prin “actualizarea” sumei împrumuturilor. Măsurile stabilite prin acordurile de reeșalonare a datoriei nu au dat rezultatele scontate, au agravat și mai mult situația economică și financiar-valutară a țărilor debitoare. Reducerea investițiilor și limitarea importurilor au avut ca rezultat scăderea producției, micșorarea ritmului de creștere economică și chiar stagnarea economiei, diminuarea veniturilor populației și creșterea șomajului. Devalorizarea monedei naționale și lipsa resurselor valutare au avut ca efect scumpirea sensibilă a importurilor. Stimularea exportului nu s-a putut realiza din cauza protectionismului practicat de țările dezvoltate, în același timp s-au scumpit sensibil importurile.

Programele de restructurare impuse de FMI, BIRD și băncile comerciale n-au dus, în fapt, la redresarea economiilor acestor țări, ci la accentuarea îndatorării și a sărăciei. Ar fi trebuit stabilite și aplicate măsuri care să contribuie la dezvoltarea economică a țărilor debitoare și la susținerea eforturilor acestor țări pentru consolidarea balanțelor de plăți externe.

Unele țări debitoare preferă să nu se mai angajeze în relații cu FMI și, ca urmare, rămân fără resurse. Când se apelează la noi credite, acestea sunt inefficiente. Diferite țări au asemenea

arierate încât au fost declarate inapte să primească noi credite. Deși țările debitoare au făcut mari eforturi pentru rambursarea datoriei externe, ele nu au obținut stabilitatea financiară scontată.

Țările debitoare au propus, între altele, ca serviciul datoriei externe să fie limitat la un anumit procent din încasările din export, care să permită dezvoltarea fiecărei țări, înlesnirea condițiilor la acordarea creditelor, anularea sau diminuarea datoriei și a dobânzilor pe care trebuie să le plătească țările cu venituri mici și mijlocii. Țările debitoare au făcut mai multe propuneri pentru reglementarea globală a datoriilor externe. Țările în curs de dezvoltare au prezentat, la o sesiune a Consiliului pentru Comerț și Dezvoltare al UNCTAD, din septembrie 1984, un proiect menit să contribuie la îmbunătățirea în relațiile dintre țările debitoare și creditoare.

Proiectul respectiv cuprinde, în principal, următoarele propuneri:

- povara adaptării economice și a rezolvării problemelor datoriei țărilor debitoare să fie suportată și de țările dezvoltate, creditoare, de băncile internaționale private și de instituțiile financiare internaționale;

- transformarea împrumuturilor acordate țărilor celor mai slab dezvoltate în ajutoare nerambursabile și reducerea datoriilor celorlalte țări în curs de dezvoltare;

- guvernele țărilor dezvoltate să adopte măsuri care să ducă la o reducere substanțială a dobânzilor nominale și reale pe piețele financiare internaționale;

- soluționarea durabilă a crizei datoriilor presupune acțiuni imediate complexe, care să cuprindă măsuri specifice de ușurare a poverii datoriei, îndeosebi în favoarea celor mai sărace țări, un aflus net crescând de noi resurse financiare, publice și particulare, sprijinirea bilanțelor de plăți, măsuri contra sporirii dobânzilor, eliminarea barierelor comerciale care afectează exporturile țărilor în curs de dezvoltare și măsuri pentru scăderea prețurilor pentru bunurilor de consum;

- renegocierea datoriei externe să excludă condițiile care ar reclama ajustări drastice cu mari costuri economice și sociale;

- renegocierea datoriei externe să ia în considerare capacitatea actuală și viitoare a fiecărei țări de a face față serviciului datoriei externe, perspectivele de dresare economică și de întoarcere la o dezvoltare și la o creștere susținută;

- recurgerea la reeșalonări ale datoriei publice externe pe mai mulți ani (cel puțin 15), cuprinzând și perioade de grație și consolidare substanțiale. Plățile care urmează să fie efectuate de țările debitoare trebuie să reprezinte un procent rezonabil din exporturile lor, astfel încât să se asigure un volum adecvat de importuri pentru sprijinirea planurilor și programelor de ajustare și dezvoltare;

- eliminarea taxelor, a comisioanelor și a altor cheltuieli care se adaugă la dobânzi;

- în cazul programelor de ajustare finanțate de FMI, să încurajeze mai mult exporturile, dar să nu reducă importurile;

- să se aloce instituțiilor financiare internaționale mai multe resurse, pentru a se mări capacitatea lor de împrumut;

- să se aloce noi drepturi specifice de tragere de către FMI, pe măsura nevoilor actuale și viitoare de lichiditate ale țărilor;

- ajutorul oficial pentru dezvoltare să fie accelerat, iar în ceea ce privește transferul de resurse, să se ia măsuri pentru alocarea unor fonduri mai mari pentru sprijinirea importurilor;

- democratizarea centrelor de decizie în relațiile financiar-valutare și organizarea unei noi ordini economico-financiare internaționale;

- restructurarea sistemului monetar internațional, care să asigure obiectivele dezvoltării și creșterii susținute, stabilității valutare și monetare, procurării de resurse pentru investiții, cu luarea în considerare a nevoilor speciale ale țărilor în curs de dezvoltare.

Măsurile adoptate până în anul 1984 nu a dat rezultatele scontate. Ca urmare, începând din anul 1985 a fost stabilită o nouă strategie a soluționării crizei datoriei externe, care cuprinde următoarele măsuri: elaborarea și aplicarea unor politici de ajustare macroeconomică a țărilor în curs de dezvoltare; acordarea unor noi împrumuturi de către băncile comerciale; conferirea unui rol mai mare Băncii Mondiale și altor bănci în acordarea unor noi împrumuturi pentru obiectivele economice mai eficiente. Reeșalonările

s-au făcut pe termene mai lungi și cu comisioane mai reduse. Chiar dacă au fost luate de aceste măsuri, datoria publică externă a țărilor în curs de dezvoltare a continuat să crească, ajungând în anul 1989 la 1.133 de miliarde de dolari, față de 918 de miliarde de dolari în anul 1985.

Deși s-au luat o serie de măsuri și în perioada 1985-1989, datoria externă a țărilor în curs de dezvoltare a continuat să crească, iar rambursările de împrumuturi și plata dobânzilor au constituit transferul de resurse financiare către țările creditoare. Ritmul de creștere economică a acestor țări a fost depășit de ritmul de creștere a datoriei publice externe. Nu s-a acționat împotriva cauzelor crizei. Ca să mai poată beneficia de împrumuturi externe, țările în curs de dezvoltare au fost obligate să reducă investițiile, să restrângă importurile, să diminueze cheltuielile bugetare social-culturale ș.a., măsuri care au avut ca efect încetinirea ritmului activității economice.

Criza datoriei publice externe este o criză a dezvoltării economice, iar modul de rambursare a datoriei și de plată a dobânzilor n-a contribuit îndeajuns la dezvoltarea economică și socială. Rezolvarea problemei crizei datoriei externe a țărilor în curs de dezvoltare necesită amplificarea cooperării internaționale pentru sprijinirea țărilor puternic afectate de această criză și ajutorarea țărilor pentru a realiza o rată normală a creșterii economice⁷.

Statele naționale suverane, care se află în imposibilitatea de a face față rambursării datoriei publice externe, nu pot fi declarate în stare de faliment ca o întreprindere privată. Avuția națională a unui stat nu poate fi vândută pentru a compensa pierderile creditorilor. De asemenea, o țară independentă nu poate fi reorganizată sau restructurată după voința creditorilor, așa cum se petrec lucrurile cu o întreprindere privată falimentară. Se prevede ca în anii viitori să aibă loc o nouă scumpire a creditelor pe piața financiară internațională, din cauza creșterii cererii țărilor din centrul și estul Europei, aflate în mare criză de capital.

Criza datoriei publice externe este nu numai o problemă economică și financiară, ci și o problemă de politică internațională. Ca urmare, este necesar ca țările creditoare și cele debitoare, guvernele și organismele financiare internaționale să adopte de urgență măsurile adecvate și eficiente pentru soluționarea crizei datoriei publice externe, pentru lichidarea dezechilibrelor economice și financiare, pentru sprijinirea dezvoltării economico-sociale a țărilor debitoare.

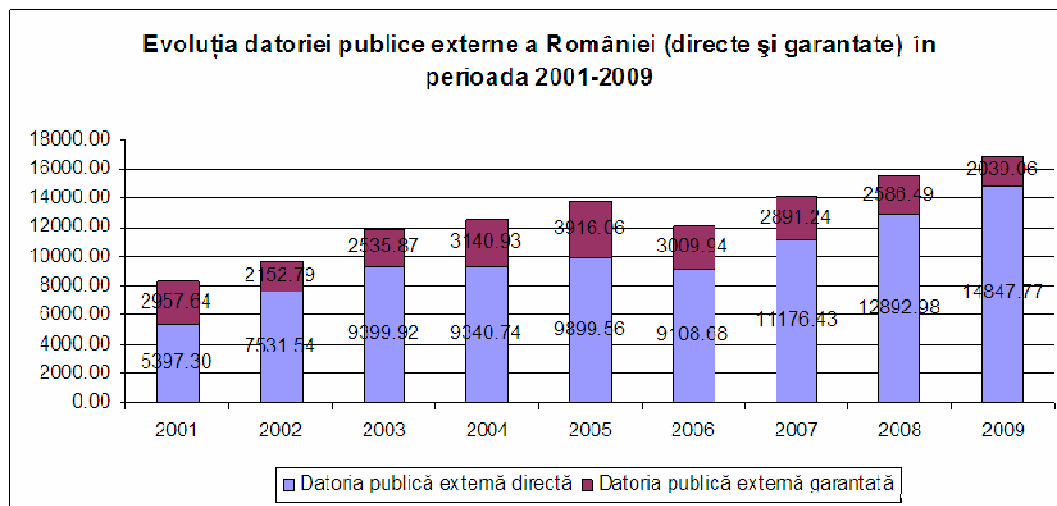
România a avansat propunerea de anulare a datoriilor țărilor celor mai puțin dezvoltate, reducerea cu anumite cote a datoriilor celorlalte țări, ținându-se seama de mărimea produsului lor național brut. De asemenea, România a propus reeșalonarea datoriei pe 10, 15 sau 20 de ani, limitarea nivelului dobânzii etc. Concomitent, Occidentul trebuie să mărească volumul asistenței financiare, să reducă cheltuielile militare etc., cunoscut fiind faptul că țările lumii a treia suportă și acum consecințele fostului regim colonial.

În concluzie, pentru soluționarea crizei datoriei externe sunt necesare, în primul rând, dinamizarea factorilor endogeni ai țărilor debitoare, utilizarea cu maximă eficiență a resurselor externe, folosirea intensivă a potențialului economic uman și financiar-valutar, național, creșterea veniturilor de export mai repede decât dobânzile. În același timp, este necesar ca O.N.U., F.M.I., Banca Mondială, celelalte bănci și organisme financiare guvernamentale din țările dezvoltate să revadă întregul program de asistență economico-socială și financiară și să-l adapteze cerințelor lichidării crizei datoriei publice externe.

⁷ Iulian Văcărel, *Finanțe Publice, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2001, pag. 548-550*

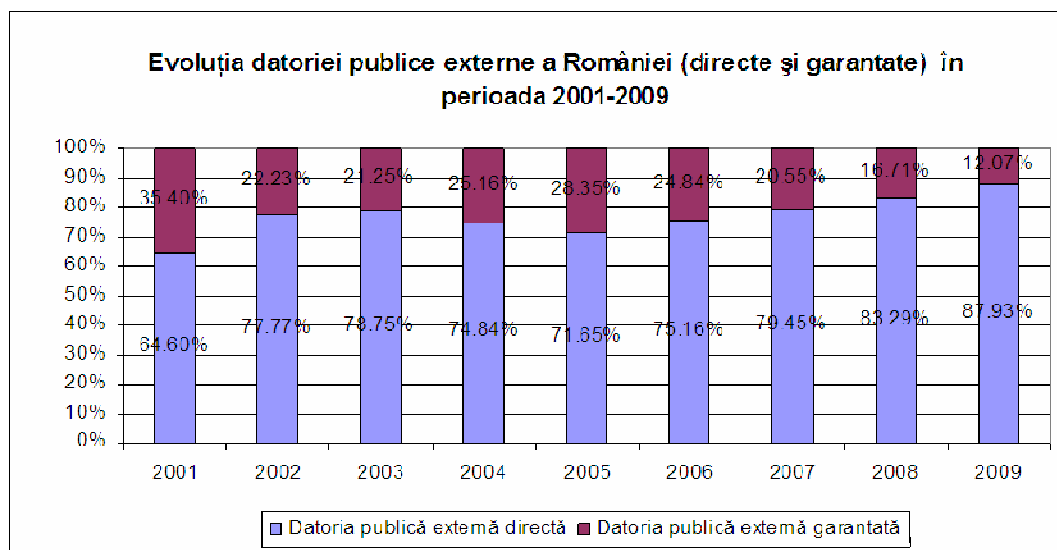
Anexe

Figura 1. Evoluția datoriei publice externe a României în perioada 2001-2009



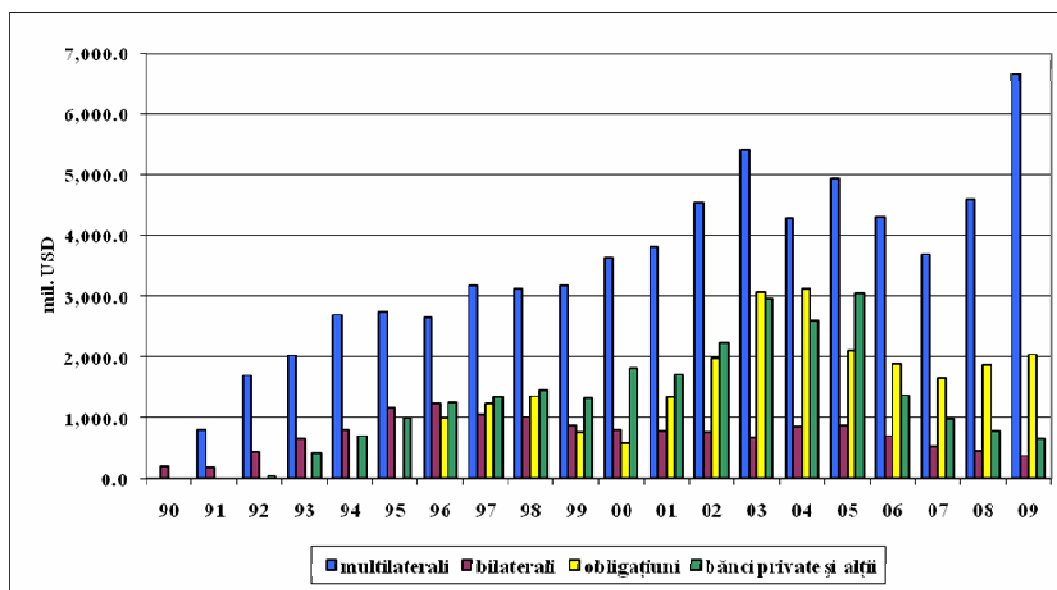
Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice.

Figura nr. 2. Evoluția datoriei publice externe a României (directe și garantate) în perioada 2001-2009



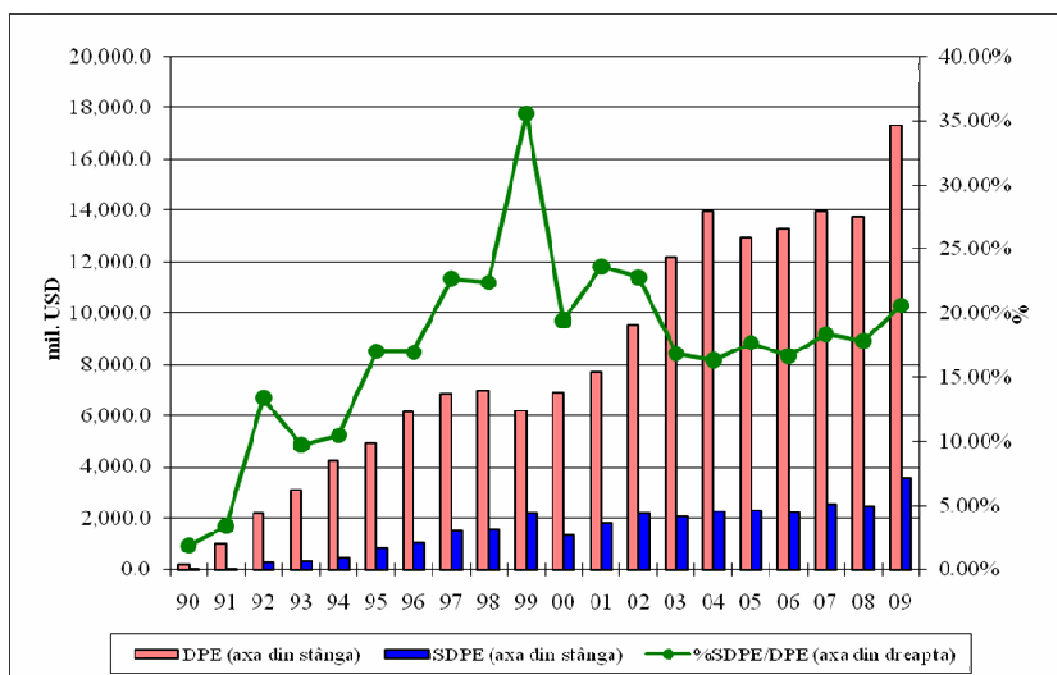
Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice.

Figura nr. 3. Evoluția datoriei publice externe a României pe categorii de creditori în perioada 1990-2009 (ca pondere în total)



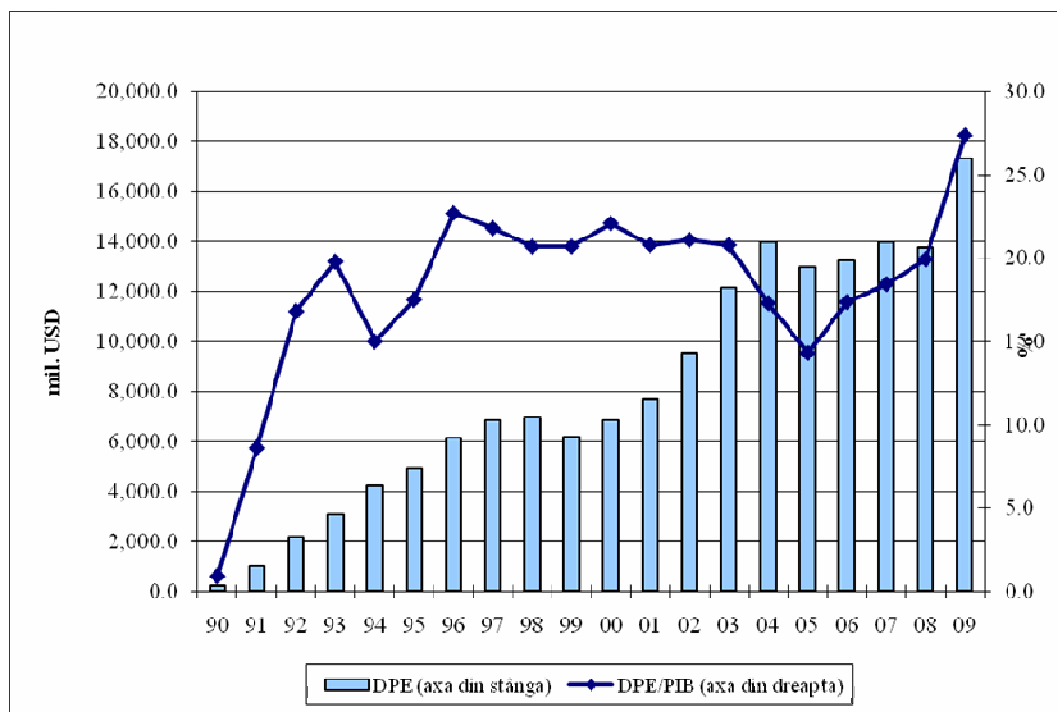
Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice

Figura nr. 4. Evoluția comparativă a datoriei publice externe a României (DPE), a serviciului datoriei publice externe (SDPE) și a ponderii SDPE în DPE (% SDPE/DPE) în perioada 1990-2009



Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice.

Figura nr. 5. Evoluția comparativă a datoriei publice externe a României (DPE) și a ponderii datoriei publice externe în PIB (DPE/PIB) în perioada 1990-2009



Sursa: Întocmit pe baza datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice.

Bibliografie

1. Anghelache, Constantin - *România 1999*, Editura Economică, București, 1999
2. Anghelache, Constantin - *România 2000*, Editura Economică, București, 2000
3. Matei, Gheorghe - *Finanțe Publice*, Editura Universală, Craiova 1998
4. Paja, Maria - *Probleme Economice*, Vol. 176, Centrul de Informare și Documentare Economică, București, 2005
5. Ungureanu, Emilia (coordonator) - *Economie Politică*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A
6. Văcărel, Iulian - *Finanțe Publice*, Editura Didactică și Pedagogică, 2006
7. Văcărel, Iulian - *Politici fiscale și bugetare în România 1999-2000*, Editura Expert, București, 2000
8. *** - *Buletine anuale și Caiete de studii ale BNR*, 2003-2006
9. *** - *Tribuna Economică*, 1998-2007
10. Popescu Constantin, Gavrilă Ilie, Ciucur Dumitru, *Teorie economică generală. Macroeconomie*, Editura ASE, București, 2001

11.***

-*Piata Financiară*, numărul 2, februarie 2007

12.Dumitrescu Sterian, Bal Ana

- *Economie mondială*, Editura Economică, București, 2002

13. Gheorghe Matei

- *Finanțe Publice* Editura Universității, Craiova 2000

14. Dijmărescu E. (coordonator)
București, 2000

- *Datoria externă a țărilor în curs de dezvoltare*, Editura Didactică și Pedagogică,

FONDUL MONETAR INTERNATIONAL

Autori: Florin POPESCU, Alexandru Georgian GUȚĂ
anul I, Economie și Afaceri Internaționale

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

1.1.Crearea, statutul și obiectivele F.M.I.

Fondul Monetar Internațional a fost conceput în iulie 1944 la Conferința Națiunilor Unite de la Bretton-Woods, SUA, la care au participat 44 de țări. Încă din timpul celui de-Al Doilea Război Mondial, au apărut preocupări pe plan internațional privind organizarea relațiilor valutare – financiare internaționale.

Prin acordurile încheiate, Conferința monetară a prevăzut înființarea a două organisme: Fondul Monetar Internațional și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (B.I.R.D.). Rolul principal în cadrul sistemului monetar internațional este deținut de F.M.I., prevăzându-se că o țară nu poate deveni membru B.I.R.D. , atâta timp cât nu este membru al F.M.I.

Activitatea oficială a F.M.I. a început la 1 martie 1947. La 15 noiembrie 1947, F.M.I. a obținut statutul de instituție specializată a Organizației Națiunilor Unite, după ce Adunarea Generală a ONU a aprobat Acordul încheiat de ECOSOC cu FMI. ONU influențează activitatea FMI *prin consultări și recomandări*, ONU nu poate interveni direct în activitatea acestuia.

Crearea FMI răspundea voinței comune a statelor aliate în perioada celui de-al Doilea Război Mondial, în special SUA și Marii Britanii, de a se instaura, după război, o ordine monetară care să faciliteze reconstrucția postbelică și să permită evitarea crizelor economice și sociale din anii '30. S-a urmărit deci crearea unei instituții internaționale care, acordând asistență financiară țărilor cu probleme în domeniul balanțelor de plăți, să permită evitarea recurgerii, de către acestea, la protecționism sau devalorizări competitive, ca metode de redresare a balanțelor de plăți.

Acordul a fost concretizat în 20 de articole, urmate de amendamente ulterioare. Fondului Monetar Internațional i s-a stabilit un statut juridic, conform căruia acesta are o deplină personalitate juridică, sistem de organe de conducere, un buget propriu și un mecanism procedural de decizie și interpretare a propriului statut.

F.M.I. urmărește îndeplinirea următoarelor **obiective** principale:

- ❖ promovarea cooperării monetare internaționale prin intermediul unei instituții permanente, care să constituie un mecanism de consultare și de colaborare cu țările membre în probleme monetare internaționale;
- ❖ facilitarea și creșterea echilibrată a comerțului internațional, aducându-și astfel contribuția la promovarea și menținerea unei nivel ridicat de folosire a capacităților de producție în toate țările membre, la sporirea resurselor productive și la creșterea venitului național;
- ❖ promovarea stabilității cursurilor valutare și evitarea devalorizărilor monetare, ca mijloc de concurență internațională;
- ❖ crearea unui sistem multilateral de plăți în ceea ce privește tranzacțiile curente dintre țările membre și eliminarea restricțiilor valutare, care stânenesc dezvoltarea comerțului internațional;
- ❖ oferirea țărilor membre de fonduri valutare sub formă de credite pe termen scurt și mijlociu, în vederea reducerii dezechilibrelor temporare din balanțele de plăți externe ale țărilor membre.

1.2.Organizarea F.M.I., funcțiile și resursele acestuia

Cu toate că în baza acordului încheiat cu ONU în noiembrie 1947, FMI are statut de instituție specializată a Națiunilor Unite, calitatea unui stat de membru al acestei organizații nu implică calitatea de membru al ONU. Orice țară, care se bucură de autonomie în domeniul relațiilor

externe, este capabilă să se achite de obligațiile impuse statelor membre prin statut și este dispusă să-și asume aceste obligații, poate obține calitatea de membru al FMI.

În prezent FMI numără 184 țări membre³⁴, reprezentând aproape în totalitate comunitatea celor 200 țări membre ale ONU.

FMI este condus de următoarele trei organisme:

1) **Consiliul Guvernatorilor**, se află în fruntea sistemului de conducere, este format din reprezentanții țărilor membre și se reunește o singură dată pe an, având rolul unei adunări generale a acționarilor. Fiecare țară numește câte un reprezentant pe o perioadă de 5 ani, iar acesta are un drept de vot a cărui importanță diferă în funcție de cota-parte subscrisă. Fiecare țară dispune de câte 250 de voturi la care se adaugă câte un vot pentru fiecare 100.000 DST subscrisi. În acest fel, numărul cel mai mare de voturi revine țărilor cu cea mai mare cotă-parte de capital subscris (SUA, Marea Britanie, Germania, Franța, Japonia). Cum toate deciziile importante trebuie luate cu o majoritate de 85% din voturi, SUA, care singure dispune de aproape 20% din voturi, are de fapt un drept de veto.

Reprezentanții sunt miniștri de finanțe sau guvernatori ai unor bănci centrale, care reprezintă guvernul țării din care provin.

2) **Consiliul Administratorilor** este format din 21 de membri: 6 membri reprezintă țările ale căror cote-părți sunt cele mai mari, sau care, sunt creditori foarte importanți ai FMI (Arabia Saudită) și 15 membri desemnați de celelalte țări membre, grupate, în principiu, pe zone geografice. În acest caz, unele grupuri lasă țării celei mai importante dreptul să numească un administrator care să le reprezinte, iar altele practică rotația.

3) **Directorul General**, este, prin consens, un european, care conduce Fondul sub controlul administratorilor. Sediul F.M.I. este la Washington, DC, iar director general al FMI este, în prezent, dl. Rodrigo de Rato.

Conform articolului IV din statutul FMI, țările membre pot utiliza resursele sale numai pentru acoperirea unui deficit al balanței conturilor curente.

Principalele funcții ale FMI sunt:

♦ **supravegherea politicilor financiar-valutare** – funcția inițială a FMI, rămasă nemodificată, care presupune consultări periodice între țările membre și specialiștii Fondului cu privire la situația balanței de plăți în vederea asigurării funcționării efective a sistemului monetar internațional, cât și cu privire la respectarea de către fiecare membru a obligațiilor ce îi revin, conform principiilor adoptate de FMI, respectiv: obligația membrilor de a se abține de la manipularea ratelor de schimb, intervenția pe propriile piețe de schimb pentru a contracara dezordinea monetară și respectarea interesului celorlalte țări, ale căror monede pot fi afectate.

♦ **asistența financiară** – constă în acordarea unei țări a dreptului de a cumpăra moneda proprie a altei țări, cu obligația de a-și răscumpăra moneda națională într-un anumit interval de timp. Dacă inițial au beneficiat

Pentru cotele inițiale ale participanților la Conferința de la Bretton-Woods s-a utilizat o formulă care lua în considerare următorii indicatori: venitul național, deținerile în aur și dolari, volumul mediu al importurilor, variabilitatea exporturilor și raportul acestora cu venitul național. Această formulă a fost revizuită de mai multe ori fie prin luarea în considerare și a altor indicatori, fie prin modificarea, în cadrul formulei de calcul, a ponderii indicatorilor menționați.

Creditele acordate de FMI sunt pe termen mediu (2 – 5 ani) sau termen lung (4 – 10 ani) și se solicită garanții specifice pentru rambursare. Garanțiile constau în obligația guvernului țării receptoare de a respecta anumiți indicatori de stabilitate macroeconomică, definiți în cadrul strategiei proprii de relansare economică sau în cooperare cu specialiștii Fondului. Indicatorii respectivi vizează politica monetară, fiscală, bugetară, politicile structurale prin prisma dezechilibrelor care afectează balanța de plăți. Accesul la resursele financiare ale FMI depinde atât de condițiile impuse de funcționarea Fondului, cât și de adoptarea unor măsuri de ajustare care să asigure soluționarea dezechilibrelor existente.

- ♦ **asistența tehnică**, realizată prin:
 - trimiterea gratuită de specialiști în domeniile specifice de expertiză ale FMI;
 - pregătirea și formarea funcționarilor publici; în acest scop funcționează în cadrul Fondului două instituții specializate, cu sediul la Washington și la Viena, care oferă gratuit cursuri de specializare în domenii cum ar fi finanțele publice, ajustarea balanței de plăți, programe financiare, etc.
 - consultanță pe probleme monetare și financiare.

Constituirea resurselor F.M.I.

Fiecare țară membră a FMI trebuie să contribuie la **resursele financiare** ale Organizației cu o anumită sumă, denumită *cotă de subscripție* sau *cotă parte*, care este exprimată în echivalent DST. Mărimea cotelor subscripțiilor se stabilește pornindu-se de la indicatori identici, ținând de puterea economică a fiecărei țări.

După stabilirea cotei de subscripție a fiecărei țări, subscripția propriu-zisă se trece în contul FMI, în structura următoare: 25% în monedă convertibilă și 75% în monedă națională. Pentru a reflecta schimbările petrecute în economia mondială și rolul diverselor țări în cadrul acesteia, cotele de subscripție la capitalul FMI, se revizuiesc periodic, de regulă la intervale nu mai mari de cinci ani. Mărimea cotei de subscripție oferă un indiciu în legătură cu locul unei țări în economia mondială, de aceasta depinzând mărimea împrumutului de care o țară poate beneficia, cât și influența acesteia în procesul decizional al FMI.

Când o țară devine membră a FMI îi este repartizată o cotă inițială ce are același nivel cu cele ale țărilor membre considerate de Fond a fi comparabile ca mărime economică și caracteristici cu aceasta.

Principală resursă a FMI o constituie subscripțiile țărilor membre. Totalul acestora, în momentul intrării în funcțiune a FMI era de 7 miliarde USD. Începând cu 22 ianuarie 1999, în urma unei majorări cu 45 % a cotei de subscriere, totalul resurselor FMI se ridică la 212,4 miliarde DST, adică aproape 265 miliarde USD. Cu prilejul majorărilor de cote părți se urmărește și menținerea unui echilibru între diferitele grupe de țări. Așa se explică majorarea cotei Chinei în 2001, ca urmare a dobândirii suveranității asupra Hong-Kong-ului, care a ajuns la același nivel ca și Canada.

Drepturile Speciale de Tragere (DST)

Fondul Monetar Internațional are autoritatea conferită de clauzele Acordului să emită Drepturi Speciale de Tragere (DST). Create în 1969, DST-urile reprezintă mijloace de rezervă internaționale care servesc drept unități de cont și drept mijloace de plată utilizate de către statele membre ale Fondului, de către Fondul însuși și de către „alți deținători” împuterniciți (care trebuie aprobați de către Consiliul Administratorilor al FMI cu o majoritate de 85%). DST-urile se constituie ca parte a rezervei valutare oficiale a unui stat. Există un număr de agenții internaționale și bănci de dezvoltare care folosesc DST – urile ca unități de cont. Statele membre și ceilalți deținători aprobați pot cumpăra și vinde DST-uri ca valută. Ele pot lua sau acorda împrumuturi sub formă de DST-uri sau le pot utiliza drept garanție. Utilizarea DST-urilor în operațiuni de tip swap și la termen (*forward*) este, de asemenea, permisă.

Valoarea DST-urilor se determină pe baza unui coș de patru valute importante: dolarul american, euro, yenul și lira sterlină. Statele membre ale FMI pot utiliza DST-urile pentru a achiziționa valută de la ceilalți membri FMI la cursul de schimb curent, care este ajustat zilnic. FMI are datoria să-i sprijine pe „ceilalți deținători” de DST-uri pentru a putea efectua schimburi valutare.

DST-urile reprezintă un instrument purtător de dobânzi. Statele membre primesc dobândă pentru DST-urile deținute și plătesc dobândă pentru DST-urile alocate. Rata dobânzii pentru DST-uri (plătită de către statele membre care au utilizat DST-urile alocate inițial pentru a cumpăra valută de la alte state membre) se stabilește în funcție de media ponderată a împrumuturilor pe termen scurt reprezentative ale țărilor a căror monedă constituie coșul de evaluare a DST-urilor (țările din zona euro, Japonia, Marea Britanie și Statele Unite) și este ajustată săptămânal. Dobânda se plătește săptămânal. DST-urile se creează printr-un proces de alocare și distribuire către țările membre FMI.

Alocațiile DST trebuie aprobate cu un procent „supramajoritar” de 85% din puterea totală de votare a FMI, fiind distribuite fiecărui stat membru proporțional cu cota de participare.

În cadrul unor facilități puse la dispoziție de Fond, un membru poate împrumuta cumulativ până la de 4 ori cota subscrisă numai pe baza unor programe de reformă ale țării în cauză, care să demonstreze capacitatea acesteia de a depăși dezechilibrele temporare în care se află.

Rolul pe care-l joacă FMI în susținerea procesului dezvoltării derivă din funcțiile pe care acesta le are. Această instituție este principalul for pentru coordonarea și supravegherea politicilor monetare și fiscale internaționale. Totodată, FMI s-a implicat activ și în procesele de reformă din țările aflate în tranziție, această instituție având un rol determinant în asigurarea unui dialog fructuos în vederea analizării problemelor cu care se confruntă aceste țări și stabilirii celei mai adecvate strategii pentru soluționarea acestor probleme.

Cu toate eforturile depuse în plan internațional pentru creșterea rolului asistenței financiare oficiale, acordată pe cale multilaterală, ponderea acesteia în totalul sumelor transferate către țările în dezvoltare nu reprezintă decât 20% dintre care doar 14% sunt acordate în condiții de favoare. Cum resursele FMI sunt, practic, limitate la cotele părți ale membrilor, împrumuturile fiind proporționale cu aceste cote părți, ***creditele FMI dețin doar 3,5% din totalul asistenței financiare externe către țările în dezvoltare.***

1.3. Formele de finanțare practicate de FMI

I. Tragerile ordinare (normale). Misiunea FMI, în calitatea sa de instituție financiară internațională, este de a furniza membrilor săi, la cerere, moneda altor membri: se cumpără deci monedă convertibilă cu monedă națională.

Tragerile ordinare presupun mai multe tranșe, dintre care prima poartă numele de *tranșa de rezervă*, iar următoarele sunt *tranșe de credit* :

a) tragerile în cadrul tranșei de rezervă (noua denumire a tranșei aur) , se acordă automat, fără condiționări. Dimensiunea lor este determinată de ponderea DST sau a devizelor convertibile în totalul cotei-părți a țării în cauză. Aceste drepturi de trageri figurează în rezervele monetare a statelor membre.

b) tragerile în cadrul tranșelor de credit au un regim diferit. În primul rând ele nu mai sunt necondiționate și folosirea lor este însoțită de îndeplinirea unor condiții economice, al căror grad de constrângere crește

O țară recurge la astfel de trageri atunci când și-a epuizat drepturile de trageri în cadrul tranșei de rezervă. Există patru tranșe de credit, reprezentând, în ordine, 125, 150, 175 și 200 % din cota – parte a țării în cauză. Prima tranșă este liberalizată; începând cu cea de a doua, condițiile devin tot mai dificile. Cu cât cererile de trageri vizează tranșe superioare, cu atât mai mari vor fi justificările ce trebuie aduse, precum și controlul exercitat de Fond. Totodată, crește și dobânda aferentă. Acest tip de trageri se derulează, de regulă, în baza unui *acord stand-by*. ***Aranjamentele stand-by*** - sunt destinate țărilor aflate în dificultate privind implementarea unor programe de reformă economică și constau în deschiderea unor linii de credit pe termen mediu pentru echilibrarea balanțelor de plăți. Perioada de acordare a împrumutului este 12 – 18 luni, iar perioada de rambursare a creditului este între 2 ani și 3 luni – 4 ani, cu posibilități de extindere până la 10 ani. Dobânda aferentă este dobânda standard percepută de FMI (în jur de 5%), la care se adaugă , atunci când este cazul, comisioane de serviciu sau penalități (0,5 % din suma disponibilizată).

Prin folosirea sistemului de *trageri* , suma totală în monedă convertibilă, posibil a fi cumpărată de către o țară membră în schimbul monedei naționale, poate ajunge până la dublul cotei sale de subscripție (200 %). Această limită statutară privind folosirea resurselor FMI poate fi ridicată doar prin derogare, prevăzută în statutul FMI. Plafonul poate ajunge până la 600 % din cotă, în cazul în care se cumulează și efectul altor facilități de creditare. Plafonul poate depăși această limită, atunci când sunt luate în considerare criterii de strictă urgență, cum a fost cazul Mexicului în 1995 sau al țărilor sud-asiatice în 1997.

II. Politica de creditare cuprinde și următoarele *facilități de finanțare*:

♦ *facilități de finanțare compensatorii*, care au fost introduse în 1963 pentru a acorda asistență țărilor care au cunoscut atât o cădere bruscă a câștigurilor din exporturi, cât și o creștere neașteptată a costurilor la importurile de cereale din cauza fluctuației prețurilor mondiale la anumite mărfuri. Termenele de acordare a împrumutului și de rambursare a creditului sunt aceleași ca în cazul aranjamentelor stand-by, excepție în acest caz făcând neperceperea de comisioane sau penalități.

♦ *facilități de finanțare extinsă* – introduse în 1974, în scopul ajutorării țărilor care se confruntă cu grave dezechilibre ale balanței de plăți ca urmare a aplicării unor reforme fundamentale defectuoase în structura lor economică (producție, comerț sau politica prețurilor). Perioada de acordare a împrumutului se întinde pe 3 ani, iar perioada de rambursare este de 4 – 7 ani.

♦ *facilități de transformare sistemică (1993)* – introduse cu scopul de a asigura asistență financiară țărilor membre care se confruntă cu dificultăți severe datorită tranziției la sistemul economiei de piață. Pentru a obține împrumuturile dorite, țările solicitante trebuie să atașeze la cererea de obținere a împrumutului și un document în care să descrie obiectivele de politică economică, estimări macroeconomice, măsuri fiscale, monetare și valutare ce urmează a fi implementate în perioada acoperită de această facilitate.

♦ *facilitatea de prevenire a crizelor* a fost creată în 1998 pentru a sprijini țările confruntate cu o *iminentă* criză valutar-financiară (era cazul Braziliei).

De-a lungul timpului, volumul împrumuturilor acordate de FMI a fluctuat semnificativ: șocul petrolier din 1970 și crizele financiare din 1980 au avut ca efect o creștere rapidă a împrumuturilor acordate de Fond, iar în anii '90, procesul tranziției la economia de piață a țărilor din Centrul și Estul Europei, a condus spre un nou val de facilități de finanțare acordate de FMI.

♦ *facilități de finanțare a stocurilor tampon* (1964), care permite țărilor în dezvoltare care stochează produse primare în scopul reducerii ofertei de pe piețele internaționale să aplice o tranșă suplimentară de credite de până la 25 % din cotele lor părți, cu condiția ca aceste stocuri „tampon” să fie constituite conform principiilor O.N.U., care trebuie să guverneze relațiile interguvernamentale.

Ținând cont de anumite circumstanțe economice și politice, FMI acordă împrumuturi membrilor săi, în următoarele condiții: țările cu un venit național redus pot primi credite de la FMI cu o rată a dobânzii concesională în condiții de creditare privind reducerea sărăciei (Poverty Reduction and Growth Facility – PRGF). Împrumuturile non-concesionale provin direct de la patru surse principale: aranjamentele de tip stand – by, facilități de finanțare extinsă, facilități de transformare sistemică și facilități de finanțare compensatorii. Totodată, FMI asigură asistență de urgență țărilor afectate de dezastre naturale sau situații post conflict, în asemenea cazuri percepend o rată a dobânzii concesională. Cu excepția PRGF, toate facilitățile de finanțare sunt stabilite în funcție de rata medie a dobânzii, calculată în funcție de rata dobânzii DST care se stabilește, săptămânal, pe baza mediei ponderate a împrumuturilor pe termen scurt reprezentative ale țărilor a căror monedă constituie coșul de evaluare a DST-urilor.

1.4.Fondul Monetar Internațional și România

România a devenit membră FMI la 15 decembrie 1972 și face parte din constituenta condusă de Olanda, alături de Armenia, Bosnia și Herțegovina, Bulgaria, Croatia, Cipru, Georgia, Israel, Serbia și Muntenegru, Macedonia, Republica Moldova, Olanda și Ucraina.

Participarea României la FMI se ridică la 1.030,2 milioane DST sau 0,48% din cota totală. Puterea de vot a României este de 10.552 voturi sau 0,49% din total.

România a acceptat obligațiile prevăzute în Articolul VIII ale Statutului FMI referitor la convertibilitatea de cont curent la 25 martie 1998.

Începând cu 1972, România a folosit resursele FMI în nouă ocazii (detaliat mai jos) ca suport financiar al programelor economice ale Guvernului (șase acorduri încheiate după 1990 în valoare totală de 2015.5 milioane DST, din care au fost trase numai 1234,45 milioane DST). Totalul creditelor și împrumuturilor nerambursate la sfârșitul lunii iunie 2004 se ridică la 337 milioane DST, respectiv 32,71 % din cotă.

1.4.1. Rolul și activitățile Biroului Reprezentanței Rezidente a FMI în România

Biroul Reprezentanței Rezidente în România desfășoară o gamă largă de activități în scopul de a contribui activ la implementarea recomandărilor de politică economică ale Fondului de către autorități, cât și la menținerea unei strânse legături între sediul central al FMI și autoritățile din România. Biroul se ocupă cu:

- Explicarea opiniilor Fondului în chestiuni legate de politici și consilierea autorităților române în implementarea programelor macroeconomice încheiate cu FMI, în principal în contextul solicitării României pentru sprijin financiar din partea Fondului (cum ar fi acordurile stand-by). Această activitate implică o strânsă colaborare și consultare atât cu instituții guvernamentale cât și cu sediul central al FMI.

- Schimburi de opinii cu misiunile rezidente ale Băncii Mondiale, Uniunii Europene, BERD, agențiile Națiunilor Unite, precum și cu ambasadele țărilor membre ale FMI, pentru a asista autoritățile din România în implementarea unui program macroeconomic coerent și cuprinzător

- Monitorizarea evenimentelor și a evoluției economice în scopul de a ajuta la evaluarea performanțelor financiare și economice ale programelor și politicilor macroeconomice ale Guvernului. Biroul se bazează pe o gamă largă de surse de informare, care includ Banca Națională a României, Ministerul Finanțelor și Comisia Națională de Statistică.

Biroul Reprezentanței Rezidente a FMI joacă un rol important în asigurarea transparenței politicilor FMI în România. Biroul este disponibil pentru întâlniri cu oamenii de afaceri români și străini, reprezentanți din domeniul bancar și pentru schimbul de opinii referitoare la economia românească și politicile economice. Reprezentantul Rezident este singurul purtător de cuvânt al Fondului în România și este disponibil pentru contacte periodice cu ziariștii. În acest context, Reprezentantul poate face declarații de presă și poate participa la interviuri de presă și televiziune, prezentând viziunea Fondului în probleme legate de economia românească.

Mai mult decât atât, Reprezentantul Rezident al FMI participă ocazional la conferințe și întâlniri organizate de instituții publice, organizații financiare internaționale, organizații neguvernamentale, sindicate și alte grupări care se dezbate probleme generale de macroeconomie și referitoare la economia românească. Biroul nostru este, de asemenea, gata să colaboreze cu universități și institute economice interesate în activitatea desfășurată de FMI.

Biroul Rezident acordă, totodată, o atenție deosebită posibilităților de instruire profesională care contribuie la înțelegerea și tratarea de către participanți a problematicei FMI. În acest sens, Reprezentantul Rezident al FMI participă la preselecția candidaților care solicită participarea la cursuri și seminarii organizate de FMI și Joint Vienna Institute.

FMI are un rol bine definit în economia României, acela de a crea un sistem financiar și monetar puternic și de-a încuraja dezvoltarea economică durabilă.

1.4.2. România și programele de instruire sprijinite de FMI

FMI asigură instruire profesională prin intermediul cursurilor și seminariilor organizate la sediul său central și prin sponsorizarea Joint Vienna Institute. Aceste programe sunt astfel concepute încât să fie la nivelul cerințelor în creștere ale țărilor membre. În acest scop, programul de bază include cursuri elementare, medii și avansate despre programare și politici financiare și management macroeconomic, statistica balanței de plăți, operațiuni monetare și valutare, conturi naționale și statistici guvernamentale etc.

Obiectivul de bază al acestor programe este instruirea profesională a oficialilor din țările membre ale Fondului. Instruirea are scopul de a crește nivelul calitativ al elaborării politicii economice în țările membre și de a îmbunătăți înțelegerea reciprocă a unor chestiuni, de către oficialii țărilor membre și personalul FMI.

Până acum, prin programele sale, Institutul FMI a contribuit la instruirea profesională a unui număr de peste 65 de persoane oficiale din România în domeniile: programare și politică financiară, tehnici de analiză și programare financiară, politici de sector extern, finanțe publice, operații valutare și monetare, statistică. Peste 120 de oficiali români au participat la cursuri și seminarii organizate la Joint

Vienna Institute în domeniul analizei și politicii macroeconomice, cheltuielilor publice, politicii și operațiunilor de schimb valutar, politicii și reformei fiscale, managementului politicii fiscale și statisticii.

Dupa 10 ani de crestere puternica, Romania a intrat in recesiune in 2009, cand Produsul Intern Brut (PIB) s-a contractat cu 7,1%. In 2010, dupa un scenariu optimist care viza o crestere de 1,3%, previziunile s-au inrautatit, iar analistii, precum si autoritatile nu au exclus posibilitatea ca recesiunea sa continue.

În schimbul împrumutului de 20 de miliarde de euro de la FMI, UE și Banca Mondială, Bucureștiul s-a angajat să "scape" de aparatul birocratic obez pentru a micșora deficitul. Însă la un an după aceste discuții, sistemul bugetar pare intact, efectivele sale nefiind decât ușor scăzute, în timp ce efortul guvernului de a suprima bonusurile și primele - care adesea dublează salariile - s-a lovit de opoziția sindicatelor, scriu jurnaliștii francezi.

Confruntat cu posibilitatea unei noi înghețări a împrumuturilor internaționale, Bucureștiul a anunțat la 13.05.2010 o serie de măsuri de austeritate draconice, care includ și micșorarea cu 25% a salariilor bugetarilor și cu 15% a pensiilor și ajutoarelor de somaj. Doua zile mai târziu, FMI nu a anunțat dacă sustine ca aceste masuri sunt suficiente pentru a elibera o noua tranșă din ajutorul financiar, noteaza AFP.

1.4.3. Asistența financiară pentru România

Aceasta s-a materializat în programe de împrumut de tipul Acord Stand-by. Începând cu 1972, Romania a folosit resursele FMI în noua ocazii (detaliate mai jos) ca suport financiar pentru programele economice ale guvernului. Al zecelea acord, aprobat în iulie 2004 a fost un acord Standby de tip preventiv, pe 24 de luni, din care autoritățile române nu au intenționat să facă trageri. Nici acest acord nu a fost finalizat.

Totalul creditelor nerambursate la sfârșitul lunii septembrie 2007 se ridică la 13.8 milioane DST, respectiv 1.33% din cotă.

Tabelul 1.1. Acorduri Stand-by cu FMI

Tipul Acordului	Data aprobării	Data expirării sau rezilierii	Suma aprobată (milioane SDR)	Suma trasă (milioane SDR)
Stand-by	10/03/75	10/02/76	95.0	95.0
Stand-by	09/09/77	09/08/78	64.1	64.1
Stand-by	06/15/81	01/14/84	1,102.5	817.5
Stand-by	04/11/91	04/10/92	380.5	318.1
Stand-by	05/29/92	03/28/93	314.0	261.7
Stand-by	05/11/94	04/22/97	320.5	94.3
Stand-by	04/22/97	05/21/98	301.5	120.6
Stand-by	08/05/99	02/28/01	400.0	139.75
Stand-by	10/31/01	10/15/03	300.0	300.0
Stand-by preventiv	07/07/04	07/07/06	250.0	0 (nefinalizat)*

Sursa: www.bnro.ro/Rel_int

*Suma trasă este zero deoarece acesta a fost un Acord Stand-by preventiv (precautionary). Programul nu a fost finalizat, numai prima evaluare fiind încheiată.

Acordul stand-by încheiat pe perioada 2001–2003 (al nouălea), în valoare de 300 milioane DST a fost singurul finalizat cu succes de către România după 1990. În urma analizării raportului de evaluare a eficienței programelor economice derulate cu România în ultimii 14 ani, Board-ul FMI a decis încheierea unui nou acord.

Al zecelea acord încheiat la 7 iulie 2004 este un acord stand-by de tip preventiv (Precautionary Stand-By Arrangement), pe 24 de luni, din care autoritățile române nu intenționează să facă trageri. Totalul creditelor și împrumuturilor nerambursate la sfârștul lunii iunie 2004 se ridică la 337.00 milioane DST, respectiv 32,71 % din cotă.

În continuare au avut loc numai consultări anuale. Acordul conține angajamentele luate de România în privința politicilor macroeconomice pentru următorii doi ani, și permite accesul la fonduri de circa 367 milioane de dolari (250 milioane DST), care vor fi utilizate numai în cazul unor crize economice neprevăzute. Noul acord cu Fondul are ca obiectiv întărirea poziției contului curent, reducerea în continuare a inflației, susținerea creșterii rapide a PIB și pregătirea economiei pentru integrarea în Uniunea Europeană.

În perioada 14-23 iunie 2005 o misiune a FMI s-a aflat la București pentru discuții privind cea de-a doua și a treia evaluare în cadrul Acordului Stand-by. Cu această ocazie s-a convenit asupra scrisorii suplimentare de intenție care trasează principalele politici economice și financiare pentru 2005 și 2006.

Fondul Monetar Internațional și România au decis să nu finalizeze acordul stand-by, principalele cauze fiind divergențele pe marginea impozitelor, cheltuielilor și politicilor monetare.

FMI consideră că politicile fiscale ale României au creat un cadru macro-economic „nerealist”. “România riscă să intre în Uniunea Europeană cu o competitivitate slăbită, cu majore dezechilibre macro-economice, sisteme de educație și de sănătate deteriorate și cu importante lipsuri în infrastructura fizică,” a avertizat Emmanuel Van der Mensbrugghe, șeful misiunii FMI în România.

Fondul a îndemnat România să ia măsuri mai ferme de reducere a inflației de la 7,5 la 4 procente, considerând că actuala rată a inflației și continua apreciere a monedei naționale datorată unor mari intrări de capital străin cauzează necompetitivitate pe piața afacerilor.

Oficialii români și-au apărât strategia criticând cererile FMI, pe care le cataloghează ca nerealiste. “FMI ne forțează să adoptăm politici pe care nu ni le permitem din punct de vedere economic și social,” a declarat ministrul Finanțelor Sebastian Vlădescu la o zi după anunțul FMI.

Guvernul a anunțat, de asemenea, că nu poate satisface solicitările FMI în ceea ce privește reducerea deficitului bugetar. Fondul Monetar Internațional solicitase o reducere a deficitului bugetar de la 0,98 la sută la 0, sau chiar un excedent de 0,2 la sută. Însă autoritățile de la București propun o reducere a deficitului la 0,5% din PIB în 2006.

Fondul criticase guvernul pentru introducerea taxei unice, sugerând ca această măsură a costat țara aproximativ 1,1 miliarde euro, cerând o majorare a impozitelor, lucru pe care guvernul român nu îl planificase pentru 2006.

Spre sfârșitul anilor '90, FMI a jucat un rol important în reforma economică a României insistând pentru politici economice stricte pentru crearea unei economii de piață libere. Totuși, România a finalizat un singur acord cu FMI după 1989, datorită în primul rând refuzului guvernului de a sărăci populația și de a risca astfel tensiuni sociale.

Pe data de 7 iulie 2004, Comitetul Executiv a încheiat consultările din 2004 pe Articolul IV și a aprobat un Acord Stand-By de precauție (250 milioane de DST (24,27% din cotă)). Prima revizuire a fost efectuată pe 22 septembrie 2004 (tabel). Nu au fost efectuate alte revizuri.

La 26 aprilie 2006, Comitetul Executiv al Fondului Monetar Internațional a încheiat consultările cu România, conform Articolului IV. Conform prevederilor Articolului IV din Acordul FMI, Fondul are discuții bilaterale cu membrii săi, de obicei în fiecare an. Un membru al personalului vizitează țara, strânge informații economice și financiare și discută cu oficialitățile politicile despre evoluțiile și politicile economice ale țării. La întoarcerea sa la sediul central, acesta redactează un raport care formează baza discuțiilor ce se vor ține în Comitetul Executiv. La încheierea discuțiilor, Directorul Administrativ, în calitate sa de președinte al Comitetului, face un rezumat al opiniilor exprimate de directorii executivi, care va fi transmis autorităților din țări. Acest AIP (Anunțurile pentru informații publice) rezumă opiniile Comitetului executiv așa cum au fost ele exprimate în decursul sedinței din 26 aprilie 2006, când Comitetul Executiv a discutat raportul prezentat de reprezentantul său.

Tabelul 1.2. Relațiile României cu FMI
(La 28 Februarie 2006)

I	Statutul de membru	A devenit membră la 15 decembrie 1972			
II	Contul resurselor generale:	<u>Milioane SDR</u>	Cota %		
	Cota	1,030.20	100.00		
	Valută detinută de Fond	1,192.09	115.71		
III	Departament SDR:	<u>Milioane SDR</u>	% Alocare		
	Alocare cumulată netă	75.95	100.00		
	Depozite	0.32	0.43		
IV	Imprumuturi □ i achizitii restan □ e:	<u>Milioane SDR</u>	Cota %		
	Acorduri Stand-By	161.89	15.71		
V	Aranjamente financiare:				
		Data aprobarii	Data expirării	Suma aprobată	Suma retrasă
	Tip			(Milioane SDR)	(Milioane SDR)
	Stand-By	07/07/04	07/06/06	250.00	0.00
	Stand-By	10/31/01	10/15/03	300.00	300.00
	Stand-By	08/05/99	02/28/01	400.00	139.75
	Stand-By	04/22/97	05/21/98	301.50	120.60
	Stand-By	05/11/94	04/22/97	320.50	94.27
	Stand-By	05/29/92	03/28/93	314.04	261.70
	Stand-By	04/11/91	04/10/92	380.50	318.10
VI	Pla □ i proiectate către Fond (Baza de anticipare)				
	(Milioane SDR; pe baza utilizării curente a resurselor □ i a depozitelor actuale de SDR-uri):				
		Viitor			
		2006	2007	2008	2009 2010
	Capital de baza	93.00	68.89		
	Cost/dobandă	6.14	4.31	2.58	2.58 2.58
	Total	99.14	73.20	2.58	2.58 2.58

România a încheiat cu FMI un acord stand-by pe 2 ani pentru acordarea a 12,9 miliarde euro, dintr-un pachet total de finanțare de circa 20 de miliarde euro.

Pachetul total de finanțare cuprinde 12,9 miliarde euro de la FMI, 5 miliarde euro de la UE, 1,2-1,5 miliarde euro de la Banca Mondială și 1 miliard de euro de la alte instituții internaționale. BERD anticipează că va suplimenta finanțările în următorii doi ani cu 500 milioane euro, până la 1 miliard de euro.

Împrumutul de la FMI este destinat să întărească politica fiscală, să reducă necesarul de finanțare al guvernului și să îmbunătățească sustenabilitatea politicii fiscale pe termen lung.

Acest împrumut va face din România a treia membră a Uniunii Europene, după Ungaria și Letonia, care solicită un pachet de ajutor coordonat de FMI, din cauza unui deficit de finanțare externă care i-a afectat creșterea economică, a ridicat riscuri de recesiune și a stârnit tulburări sociale în tot estul Europei.

Împrumutul convenit de autoritățile române cu Fondul Monetar Internațional (FMI), în valoare totală de 19,95 de miliarde de euro, va fi acordat României în opt tranșe, în funcție de rezultatele evaluărilor trimestriale efectuate la București de către experții FMI, după cum rezultă din textul Acordului Stand-By, al scrisorii de intenție și al Memorandumului Tehnic, date publicității de către FMI.

Prima tranșă, în valoare de 4,37 de miliarde de DST (drepturi speciale de tragere, echivalent cu 5 miliarde de euro), a fost deja virată în 6 mai 2009, imediat după aprobarea de către boardul instituției financiare internaționale a Acordului Stand-By.

Ulterior, pe baza situației rezultate din prima evaluare, care va avea loc la finele lunii iunie, cea de-a doua tranșă, în valoare de 1718 milioane DST a fost virată la data de 15 septembrie 2009, iar la data de 15 decembrie a fost pusă la dispoziția României cea de-a treia tranșă a împrumutului, în valoare de 1409 milioane DST. În 15 martie 2010 a sosit la București cea de-a patra tranșă a împrumutului acordat de FMI, în valoare de 766 milioane DST.

Următoarea inspecție a experților FMI a fost efectuată la începutul lunii mai 2010.

În cazul în care România va reuși să își îndeplinească în totalitate criteriile de performanță convenite prin Acordul Stand-By, celelalte tranșe ale împrumutului vor fi puse la dispoziția autorităților române la 15 iunie, apoi la 15 septembrie și 15 Decembrie 2010.

Ele vor avea valori de 768 milioane DST, 769 milioane DST și, din nou, de 769 milioane DST. Ultima tranșă, în valoare de 874 milioane DST, va ajunge la București în 15 martie 2011 și va face ca acest acord să iasă din tiparele precedentelor acorduri dintre România și FMI care, după 1990, nu au fost duse până la capăt decât cu o singură excepție.

Până la data la care Acordul Stand-By cu FMI va ajunge la final, expunerea instituției financiare internaționale în România se va ridica la circa 10 la sută din PIB-ul României, se arată în documentele date publicității de către FMI.

Această sumă depășește media altor împrumuturi acordate recent de FMI. Deși expunerea este mare, experții Fondului apreciază că riscurile ca România să nu își poată respecta obligațiile și să nu achite serviciul datoriei sunt reduse de nivelul relativ mic al datoriei publice (anticipat să rămână sub 26 la sută din PIB), iar datoria externă publică se va ridica la 10 la sută din PIB la finele lui 2010.

Reducerea deficitului de cont curent va aduce datoria externă totală în limite controlabile. Experții FMI consideră că modul exemplar în care România și-a îndeplinit până în prezent obligațiile externe fundamentează convingerea că și obligațiile față de FMI vor fi îndeplinite la timp.

Tranziția în România a fost susținută prin asistență tehnică substanțială din partea agențiilor multilaterale și a donatorilor bilaterali. Fondul a oferit sprijin în mai multe domenii, în peste 40 de misiuni de asistență tehnică din 1990 până acum. Asistența din partea experților Fondului s-a axat pe un număr de domenii cheie, printre care: reformele fiscale, modernizarea băncii centrale și a sistemului bancar, crearea unei structuri legale orientată către piață, cursuri de instruire și îmbunătățirea colectării și raportării datelor statistice.

Bibliografie:

- 1) Dumitrescu S., Bal, A. – “Economie mondială”, Editura Economică, 1999
- 2) Miga-Besteliu, Raluca – „Organizații internaționale interguvernamentale”, București, Editura AllBeck, 2000
- 3) Paul Bran (coordonator) – “Relații valutare-financiare internaționale”, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1990, pag.197-198
- 4) Soros, George – “Despre Globalizare”, București, Editura Polirom, 2002
- 5) Zaharia, Rodica Milena – „Economie mondială”, București, Editura ASE, 2005
- 6)

www.bnro/Ro/Rel_int

SISTEMELE DE SĂNĂTATE – COMPONENTĂ A POLITICILOR SOCIALE. EXEMPLIFICARE PE CAZUL MARII BRITANII ȘI FRANȚEI

Autor: Ștefănița Roxana ȚURLEA
anul III, Finanțe și Bănci
stefania_turlea@yahoo.com

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Politicile sociale sunt parte a politicilor publice. Politicile sociale reprezintă un set de programe, activități, măsuri ce au ca scop satisfacerea unor nevoi – mai mult sau mai puțin elementare – umane de protecție socială, educație, sănătate, locuire și, în general, creșterea bunăstării sociale, prin intermediul redistribuirii unor resurse considerate a fi relevante (bani, servicii, timp, etc.).⁸

Obiectivele politicilor sociale, adică *obiectivele sociale*, vizează deci protecția socială, bunăstarea individuală și colectivă. Protecția socială este un rezultat al politicilor sociale, dar ea se poate realiza pe mai multe căi. Politicile sociale nu sunt decât una dintre strategiile ce au ca obiectiv protecția socială. Sectorul nonguvernamental reprezintă o altă modalitate de adresare a protecției sociale. Statul, prin intermediul politicilor sociale pe care le dezvoltă, este doar unul dintre furnizorii bunăstării individuale. Alți furnizori importanți ai bunăstării sunt piața muncii și comunitatea.

1.1. Domeniul de activitate al politicii sociale

Cât privește anvergura politicii sociale, acesta diferă pe coordonatele spațiu-timp, cunoscând o varietate aproape infinită de abordări, existând țări și momente ale istoriei în care politica socială se suprapune cu „peste trei sferturi din ceea ce face un guvern”, după cum există contexte în care politica socială se reduce considerabil, limitându-se la acordarea unor beneficii minimale pentru persoanele fără venituri. Diferențele în delimitarea politicii sociale provin atât din raportarea la un context politico-economic variabil în timp, dar și din asumarea unor tradiții legate de cultura politică a fiecărei societăți. De exemplu, în Marea Britanie se conferă acestei politici un înțeles mai restrâns și bine precizat, cu referire strictă la cinci servicii fundamentale: securitatea socială (în sensul menținerii unui minim de venit prin alocațiile de șomaj și sistemul de pensii), politica în domeniul sănătății, politica educațională, politica locuințelor sociale și serviciile de asistență socială. În principiu, aceeași semnificație restrictivă o are politica socială și în Statele Unite, incluzând doar sistemul pensiilor, asistența medicală, învățământul public, sistemul „welfare” (asistența socială în înțelesul american) și asigurarea locuințelor pentru persoanele fără venituri.

În schimb, în Europa, politica socială ocupă o plajă mai largă (îmbogățită, în special, de tradiția franceză), incluzând o gamă variată de inițiative și programe ale statului. În afara preocupărilor menționate în dreptul sistemelor britanic și nord-american, apar deseori, ca „apanaje” ale politicii sociale, politica privind angajarea forței de muncă, politica transporturilor, politica privind protecția mediului (politica ecologică), politica privind promovarea culturii și chiar politica privind petrecerea timpului liber (*leisure policy* sau politica agrementului). Punctul comun al tuturor acestor politici nu poate fi decât existența unor cheltuieli publice îndreptate pe direcția creșterii calității vieții și confortului cetățenilor, deci cu impact asupra bunăstării colective. Fără a fi negate

⁸ Luana Miruna Pop – „Elemente de teorie, analiză și evaluare a politicilor sociale” – Ed. Economică, București 2005, p. 7

implicațiile sociale ale politicilor mai sus menționate, se poate totuși afirma că o abordare atât de largă aproape că suprapune politica socială peste politica publică.

În ceea ce privește principalele domenii de activitate în politica socială, sunt considerate astfel numeroase politici sociale sectoriale, cum ar fi: securitatea socială (*social security*), politica educațională (*education policy*), politica pentru îngrijirea sănătății (*health-care policy*), politica locuințelor sociale (*housing policy*), asistența socială (*social assistance* sau *welfare policy*), politica ocupării forței de muncă (*employment policy*), politica în domeniul culturii (*culture policy*), politica mediului (*environment policy*), politica pentru tineret (*youth policy*).⁹

O componentă a politicii sociale o reprezintă sistemele de sănătate. Vom exemplifica, în continuare, pe cazurile Marii Britanii și Franței.

1.2. Sisteme de sănătate în Marea Britanie și Franța

1.2.1. MAREA BRITANIE

Serviciul Național de Sănătate (NHS), încă de la crearea sa din 1948, a instituit accesul universal la îngrijirile de sănătate. NHS este un serviciu public de sănătate, finanțat în principal din impozit. Cu mai mult de un milion de salariați, reprezintă cel mai mare angajator nemilitar din Europa.

Gama de servicii acoperite în cadrul NHS este completă, iar accesul la îngrijiri este gratuit. Organizarea îngrijirilor a fost profund transformată după 1990. schimbările majore s-au concentrat pe separarea cumpărătorilor de ofertanții de servicii medicale și pe crearea unei «piețe interne» în cadrul NHS. Solicitanții care intervin pe piață sunt autoritățile sanitare de district (DHA) și medicii generaliști «gestionari de fonduri» (General Practitioner Fundholders), care cumpără îngrijiri trusturilor spitalicești (fundații autonome din cadrul NHS) și centrelor de sănătate comunitare. Sistemul de negociere a contractelor, a fost introdus

în 1991, cere furnizorilor să își asume noi funcții și în principal să își dezvolte capacitățile de gestiune. Ideea fundamentală care stă la baza acestei reforme este stimularea concurenței între furnizori de îngrijiri de sănătate mai eficiente. Documentul publicat de către guvernul britanic în 1992 asupra «sănătății națiunii» a făcut ca îmbunătățirea rezultatelor de sănătate să devină un obiectiv-cheie al reformei.

Concentrarea asupra îngrijirilor primare și rolul-pivot al generaliştilor, punct de trecere obligatoriu pentru a accede la îngrijirile secundare, sunt frecvent citate ca puncte forte ale sistemului britanic, raportat la alte sisteme de sănătate în vigoare în țările Uniunii Europene. Indicatorii de sănătate afișează valori relativ bune. Creșterea cheltuielilor este în mod remarcabil temperată, în comparație cu tendințele observate în majoritatea statelor membre. Nivelul de finanțare a îngrijirilor de sănătate, supus unui riguros control bugetar central, face totuși obiectul unor continue dezbateri publice și politice. Criticile sunt alimentate în special de slabele resurse consacrate îngrijirilor secundare, care apar ca una din principalele ale lungilor liste de așteptare din spitale. Problema listelor de așteptare explică nivelul de satisfacere relativ mediu al britanicilor cu privire la sistemul lor de sănătate. Cu rare excepții, sistemele funcționează corect pentru bolile grave sau urgente, dar mai puțin bine pentru afecțiunile minore (care nu sunt mai puțin dureroase pentru pacienți).

Efectele reformei din 1991 și crearea unei piețe interne de îngrijiri în cadrul NHS sunt încă incerte și controversate. În ochii responsabililor politici, apare necesară realizarea unei evaluări aprofundate și sistematice a acestor efecte, în scopul de a decide dacă se poate urma această cale sau se vor căuta altele noi.

⁹ *Politici sociale – „ Volumul I” – Academia română, Institutul de cercetări socio-umane „C.S. Nicolăescu- Plopșor, Ed. Alma, Craiova 2006, p. 11*

Populația și starea de sănătate

Marea Britanie numără, în anul 1996, 58 milioane de locuitori, cu o proporție a tinerilor sub 20 de ani de 25% (media UE – 24,6%) și o proporție de 15,8% pentru persoanele în vârstă de peste 65ani. Proporția celor de peste 75 de ani este deja de două ori mai ridicată decât media UE (6,15%); se așteaptă în 2020 o creștere la 12,4%. Îmbătrânirea populației exercită presiuni din ce în ce mai puternice asupra sistemului de sănătate britanic. Îmbătrânirea populației exercită presiuni din ce în ce mai puternice asupra sistemului de sănătate britanic.

Pe global, starea de sănătate a populației a fost considerabil îmbunătățită în cursul ultimilor zece ani și majoritatea indicatorilor de sănătate se încadrează în media UE.

Speranța de viață a fost estimată la 74,4 ani pentru bărbați (73,9 ani - UE) și de 79,3 ani pentru femei (80,2 ani - UE).

Rata mortalității infantile afișează o valoare de 6,1 decese la 1 000 de născuți vii în 1996 (media UE – 5,4).

Ca și în restul Uniunii Europene, principalele cauze de deces sunt bolile cardiovasculare, cancerul și accidentele înaintea vârstei de 35 ani.

Incidența SIDA, după o creștere progresivă între anii 1982 și 1994, s-a diminuat apoi, a se stabili la – 24 noi cazuri diagnosticate la un milion de locuitori în 1996 – (media UE – 42,7).

Indicele DMF al sănătății în domeniul stomatologic a fost stabilit în 1990 la 3,1 la copii de 12 ani (media UE – 3,1).

Consumul de alcool a fost estimat în anul 1990 la 8,9 litri pe persoană – nivel inferior mediei UE – 11,6 litri.

În 1992, consumul de tutun este mult inferior mediei UE pentru bărbați – 29%, în timp ce pentru femei este relativ ridicat – 28%, toți fumători de mai mult de 15 ani (media UE 37,1% - bărbați, 25,1% - femei).

Finanțarea și organizarea sistemului de sănătate

Secretarul de stat de la sănătate este responsabil în fața Parlamentului de oferta de îngrijiri din cadrul NHS. Consiliul director al NHS este și el responsabil în fața secretarului de stat de fixarea obiectivelor și priorităților NHS în acord cu politica guvernului. Consiliul director distribuie fondurile în cadrul unui buget anual, către 106 autorități sanitare districtuale (DHA), care acoperă fiecare între 250 000 și 1 milion de locuitori. Autoritățile sanitare districtuale și «General Practitioner Fundholders» administrează bugetele pentru cumpărarea îngrijirilor primare și secundare. Trusturile din cadrul NHS, întemeiate în 1991, sunt instituții spitalicești autonome. Generaliștii și stomatologii au un statut independent și de află sub contract cu NHS, dar un număr mare de stomatologi nu acceptă decât pacienți privați.

În Marea Britanie, în anul 1997, se aflau 463 de trusturi, care acopereau mai mult de 1 600 de spitale și reprezentau majoritatea instituțiilor spitalicești, de servicii de ambulanță și unitățile de îngrijiri comunitare din cadrul NHS. Trusturile spitalicești propun serviciile lor în cadrul negocierii de contracte de cumpărătorii de îngrijiri. În ciuda predominării sectorului public în producerea de îngrijiri, sistemul este în permanență completat de un sector independent marginal, dar în expansiune. El este compus dintr-o panoplie de organisme private, voluntare sau caritative, care completează serviciul național de sănătate nu numai în domeniile bine acoperite de către NHS, dar și în sectoarele unde această acoperire este limitată.

NHS este finanțat în principal prin fiscalitate (95%) și prin alte contribuții (5%), în cadrul unui buget global stabilit de către minister și supus aprobării Parlamentului. Există dispozitive bazate pe asigurări legate de un mic sector privat, care a cunoscut un salt rapid în cursul anilor 80 și 90. În 1996, 9% din populație deținea un contract privat suplimentar de sănătate, în scopul de a

acoperi serviciile spitalicești specializate și a evita marile întârzieri în așteptarea pentru intervențiile mai puțin urgente. Asigurările private nu acoperă decât 3,5% din cheltuieli, deci finanțarea este aproape în întregime concentrată asupra serviciilor furnizate în interiorul NHS. Mai mult, noul guvern laburist a eliminat, în 1997, reducerea fiscală, în favoarea asigurărilor private de sănătate. Participarea la costuri a crescut progresiv pentru un anumit număr de medicamente, precum și pentru îngrijirile stomatologice și examenele oftalmologice, dar numeroși pacienți sunt scutiți (copii, persoane în vârstă, femei însărcinate, șomeri ș.a.).

Spitalele publice au devenit trusturi spitalicești, unde autonomia se aplică mai ales politicii aplicate în materie de personal, precum și în materie de negociere a contractelor de servicii medicale. Ele sunt în măsură atât să achiziționeze sau să vândă bunuri imobiliare sau funciare, cât și să administreze resursele. Trusturile negociază cu cumpărătorii de îngrijiri de sănătate tarifele și paleta de servicii de sănătate furnizate. Înainte de reformă, remunerația personalului clinic și nonclinic se decidea la nivel central.

În 1997, 60% din personal lucrează pe bază de contracte de servicii încheiate cu trusturile locale. Personalul din spitale este salariat, dar un număr de medici acordă îngrijiri și clienților privați.

Sistemul de remunerare a generaliştilor constă într-o combinație complexă între onorariu și alocări specificate în contractul lor. În principal, remunerația lor se constituie în funcție de numărul de pacienți înscriși pe listele lor. Ea este influențată și de alți factori, precum vârsta pacienților. Anumite servicii (vaccinarea) sunt plătite pe bază de act. Există și prime de încurajare, de exemplu în cazul realizării unui obiectiv de imunizare. Generaliştili gestionari de fonduri (GPFH), care reprezentau în jur de jumătate din medicii generaliști în anul 1998, au primit buget destinat finanțării îngrijirilor primare care se acordă în cabinetul lor, precum și îngrijirilor secundare și terțiare, pe care le cumpără pentru pacienții înscriși pe listele lor. Generaliştili gestionari de fonduri nu își pot spori veniturile decât prin reinvestirea economiilor realizate. Medicii stomatologi sunt remunerați pe bază de act.

Există o listă negativă de medicamente care nu sunt rambursabile. Prețurile sunt fixate de către producători, dar guvernul central exercită un control asupra profiturilor. Medicamentele care se vând liber sunt plătite integral de către pacienți; în ceea ce privesc medicamentele prescrise, coplata reprezintă în medie 24% din prețul produselor. Scutirile sunt numeroase. Onorariile farmaciștilor sunt negociate între ei și guvernul central.

Numărul medicilor titulari estimat în 1994 la 15,6 pentru 10 000 locuitori este foarte scăzut de media europeană (28,1). Toate domeniile de sănătate se confruntă cu lipsa de personal.

Tabelul 1.1. Dimensiunea efectivului de profesioniști care lucrează în domeniul sănătății în Marea Britanie

Profesioniști în domeniul sănătății	Densitatea la 10 000 locuitori	Media în cadrul UE	Anul
Medici titulari	16	28	1994
Medici generaliști	6	8	1994
Specialiști și consultanți	n.d.	13	1994
Stomatologi	4	6	1994
Infirmieri calificați	n.d.	87	1994
Farmaciști	6	7	1993

Sursa: Eugen Blaga (coordonator) – „Politici sociale pentru sănătate” – Ed. Omega Ideal, București 2006, p.73

Priorități actuale

Marea reformă a NHS a fost lansată la începutul anului 1991. Dezbaterile asupra efectelor pieței interne se continuă și la ora actuală. Reforma a fost în întregime finalizată în 1996, dar este însă prea devreme pentru a evalua impactul ei, pentru că observațiile sunt împiedicate de frecvențele schimbări intervenite, inclusiv schimbarea guvernului în 1997. Introducerea mecanismelor de piață și punerea în regim concurențial a furnizorilor trebuie, teoretic, să se traducă prin câștig de eficiență, dar se vede neutralizată din cauza haosului în costurile tranzacțiilor. Pentru reducerea acestor costuri, va fi necesar atacul asupra insuficiențelor din sistemul de gestiune și de informare, nu doar asupra planului infrastructurii tehnice. Tot în acest scop trebuie avută în vedere și formarea medicilor și a altor profesii din sistemul de sănătate. Va fi necesară o evaluare aprofundată a resurselor utilizate, a rezultatelor de sănătate și a nivelului de satisfacere a utilizatorilor. Din păcate, dezbaterile publice, mai puțin din presă, se focalizează pe lungimea listelor de așteptare pentru intervențiile care nu sunt urgente. Dar, acesta nu este singurul criteriu după care se poate judeca funcționarea bună sau proastă a sistemului.

Unul din principalele obiective ale reformei NHS-ului este îmbunătățirea calității serviciilor de sănătate în ochii utilizatorilor, dar aceasta a fost tot timpul greu de realizat. Cumpărătorii urmăresc evoluția practicilor clinice și subiectele controalelor, în timp ce Ministerul Sănătății difuzează normele naționale. În urma unei tendințe ce se generalizează la nivel internațional, instituțiile științifice de prim plan joacă un rol din ce în ce mai activ în dezvoltarea de linii directoare și de norme de bună practică medicală.

Apărută în 1997, cartea albă a guvernului laburist prevedea noi orientări pentru NHS. Piața internă va fi înlocuită de un sistem de îngrijiri complete. Unitatea de bază a sistemului va fi «grupa de îngrijiri primare», echipe formate din generaliști și infirmieri sunt destinate să înlocuiască generaliștii gestionari de fonduri și să își asume responsabilitatea bugetară, sub controlul autorității sanitare din districtul respectiv. Un sistem de informare medicală comunitară funcționează 24 de ore din 24 și a fost introdus în 1998. noi legături electronice sunt prevăzute între generaliști, farmaciști și spitale. Modalitățile de finanțare și dispozițiile contractuale se negociază pe termen lung (3-5ani).

Există un proiect de creare a «Institutului Național de Excelență Clinică», însărcinat cu definirea normelor la nivel național, precum și a unei «Comisii pentru îmbunătățirea sănătății», care va controla performanțele serviciilor clinice.

Planul de raționalizare a structurilor spitalicești ridică numeroase controverse în tot ceea ce privește marile orașe, care suferă de învechirea parcului spitalicesc (spitalele au fost construite în secolul 19), ce necesită restructurări destinate adaptării la evoluția demografică și socială, precum și înnoirea tehnologiilor medicale.

1.2. FRANȚA

Modelul sistemului de sănătate francez se remarcă prin natura sa hibridă, rezultată dintr-o combinație complexă între sectorul privat și cel public, din punctul de vedere al ofertei și al finanțării. Sistemul este fondat pe asigurări de sănătate obligatorii și completat într-o mare măsură de asigurări voluntare private.

Acoperirea este cvasiuniversală. Atât sectorul spitalicesc, cât și medicina ambulatorie oferă o vastă gamă și un volum aproape nelimitat de servicii de sănătate și pacienții se bucură de o libertate totală de consultare. Sistemul pare performant din punctul de vedere al așteptărilor populației. În termeni de speranță de viață și de mortalitate, Franța se clasează în primele rânduri în cadrul UE. Sănătatea publică prezintă totuși puncte slabe, cum ar fi incidența SIDA, care este foarte puternică, consumul de alcool și tutun. Mortalitatea diferă mult în funcție de clasa socială, lucru ce îngrijorează din ce în ce mai mult.

Creșterea cheltuielilor cu sănătatea și adâncirea deficitelor securității sociale, combinate cu încetinirea creșterii economice, persistența unei rate ridicate a șomajului și îmbătrânirea populației

constituie o preocupare majoră. Sistemul francez este unul dintre cele mai răspândite în UE. Politicile de dominație a cheltuielilor vizează limitarea ofertei.

Populația și starea de sănătate

În anul 1997, *populația* Franței număra 58,5 milioane de locuitori. Franța se încadrează în media europeană la repartizarea pe categorii de vârstă astfel: 26% tineri sub 20 de ani (media UE – 24,6%) și 15,4% persoane în vârstă de peste 65 de ani, procent comparativ apropiat cu media UE – 15%. Proporția persoanelor de peste 75 de ani, estimată la 6,6%, este relativ ridicată față de media UE – 6,1%, dar, conform studiilor, se așteaptă o rată de 8,2% în anul 2010, care este inferioară mediei europene, prevăzută la 8,9%.

În jur de 75% din populația franceză se află concentrată într-un număr restrâns de zone urbane. Doar în capitală sunt 9 milioane de locuitori, alte mari orașe cum ar fi Lyon sau Marseille numără peste un milion de locuitori.

Speranța de viață, în anul 1996, a fost de 82,0 ani pentru femei (UE – 80,2) și de 74,1 ani pentru bărbați (UE – 73,9). Se observă că ambele valori sunt ridicate față de media UE.

Franța prezintă în 1996 cea mai joasă *rată a mortalității* din cadrul UE și anume 6,7 decese la 1 000 locuitori (UE – 8,2).

Mortalitatea infantilă a fost estimată la 4,9 decese la 1 000 de născuți vii în anul 1994 și este inferioară mediei UE (5,4).

Bolile cardiovasculare și cancerul reprezintă principalele cauze de deces. Rata mortalității masculine cauzate de cancer este foarte ridicată. Pentru femei, cauza principală de deces o reprezintă bolile cardiovasculare.

Incidența SIDA estimată în 1996 rămâne încă foarte ridicată – 72 noi cazuri diagnosticate la un milion de locuitori.

Indicele DMF al sănătății în domeniul stomatologic a fost în 1993 de 2,1. Această cifră este superioară mediei UE – 1,9.

Consumul de alcool este ridicat în Franța și a fost estimat în anul 1992 la 15,7 litri pe persoană, net superior în comparație cu media UE de 11,2 litri. În prezent, 6,3% din bărbați și 30% din femei consumă cel puțin un pahar de alcool pe zi.

În 1992, *consumul de tutun* a fost superior mediei UE pentru bărbați și inferior pentru femei: 38% la bărbați și 20% la femei, toți fumători de mai mult de 15 ani (media UE 37,1% - bărbați, 25,1% - femei).

Inegalitățile sociale sunt marcante. Riscul unei morți premature este mai ridicat pentru categoriile defavorizate și pentru muncitorii necalificați.

Finanțarea și organizarea sistemului de sănătate

Statul joacă rolul cel mai important în cadrul sistemului de sănătate francez. Acesta își asumă responsabilitatea pentru protecția tuturor cetățenilor. Guvernul central se ocupă de sănătatea populației în general și în ansamblu de sistemul de protecție socială, controlând relațiile între diferitele organisme financiare, exercitând tutela sa asupra sectorului spitalicesc public și organizând pregătirea profesională în domeniul sănătății. Ministerul Muncii și Solidarității și Secretarul de Stat pentru sănătate, asistați de organisme precum Agenția Medicamentului, formează baza politicii de sănătate la nivel național. Înalțul Comitet de Sănătate Publică, prezidat de Ministerul Sănătății, fixează obiectivele de sănătate publică. Agenția Națională de Acreditare și Evaluare în Sănătate (ANAES) are misiunea de evaluare a practicilor medicale, a calității și a performanțelor, stabilite de sectorul de sănătate public și privat.

La nivel regional, cele 22 de Direcții regionale ale problemelor de sănătate și sociale (DRASS) implementează planificarea echipamentelor sanitare și sociale și asigură urmărirea ei prin «carduri sanitare», care fixează numărul de paturi pe specialități și pe zone și stabilește reguli pentru instalarea echipamentelor medicale costisitoare.

Sistemul asigurărilor sociale de sănătate obligatorii are o acoperire cvasiuniversală.

Finanțarea sistemului de sănătate se bazează în principal pe cotizații din partea angajatorilor și din partea salariaților, ce reprezentau, în 1994, 12,8% din venitul brut (firmele) și 6,8% din salariu (angajații). Pensionarii contribuie cu un procent inferior.

Sistemul de asigurări de sănătate francez acoperă în proporție de 74% cheltuielile totale din domeniul sanitar. O cotă de 6,8% din cheltuieli este acoperită de mutualitate și 5% de asigurările private. Fiscalitatea contribuie cu mai puțin de 3%, în timp ce participarea directă a pacienților la costuri se ridică la mai mult de 13%.

Asigurările de sănătate joacă un rol major în fixarea tarifelor pentru furnizorii de îngrijiri de sănătate private. Guvernul determină nivelul de finanțare al spitalelor publice.

Spitalele publice sunt finanțate prin alocații globale, calculate la nivelul cheltuielilor din anul precedent. Serviciile sunt plătite pe o bază zilnică. Personalul spitalelor publice este salariat, la fel și cel din instituțiile private și este în general remunerat pe baza documentelor.

Spitalele private sunt finanțate după o formulă ce combină prețul pe zi de spitalizare cu plata pe baza documentelor.

În cadrul sectorului ambulatoriu, medicii sunt remunerați pe baza documentelor, conform unor tarife convenționale.

Medicamentele rambursabile sunt cuprinse într-o listă. Prețurile și proporția coplății sunt stabilite prin decret ministerial. Produsele OTC cu vânzare liberă, care nu sunt rambursabile, nu sunt reglementate de către stat. Procentul de participare a pacienților la costuri este în medie de 20%, dar variază de la zero (pentru medicamentele de strictă necesitate) până la 65% pentru medicamentele de confort. Nu există plafon bugetar pentru cheltuielile cu medicamentele.

Densitatea medicilor titulari în 1994 a fost de 29 pentru 10 000 locuitori, număr superior mediei UE – 28,1. Numărul specialiștilor este egal cu cel al generaliştilor. Proporția mediei UE (15). Sistemul suferă de o lipsă acută de infirmieri calificați, meseria de infirmier nefiind printre cele favorite în Franța.

Tabelul 1.2. Dimensiunea efectivului de profesioniști care lucrează în domeniul sănătății în Franța

Profesioniști în domeniul sănătății	Densitatea la 10 000 locuitori	Media în cadrul UE	Anul
Medici titulari	29	28	1994
Medici generaliști	14	8	1994
Specialiști și consultanți	14	11	1994
Stomatologi	7	6	1994
Infirmieri calificați	57	70	1993
Farmacisti	10	8	1994

Sursa: Eugen Blaga (coordonator) – „Politici sociale pentru sănătate” – Ed. Omega Ideal, București 2006, p.78

Priorități actuale

Stabilizarea asigurării de sănătate, care este considerabil scăzută datorită încetinirii economice și creșterii șomajului, deține primul loc în ordinea priorităților. Căutarea unui echilibru între diferitele sisteme de îngrijiri rămâne o prioritate. Măsurile se orientează către raționalizarea și reducerea structurilor în cadrul cardurilor sanitare; astfel sunt orientate către controlul difuzării tehnologiilor medicale de vârf.

Introducerea principiului de dezvoltare globală în sectorul spitalicesc pare că a reușit să limiteze creșterea cheltuielilor, dar tentativele de a controla cheltuielile în sectorul îngrijirilor

medicale primare au întâmpinat o puternică ostilitate din partea opiniei publice și a medicilor cu liberă practică.

Unul din proiectele în curs vizează limitarea cheltuielilor în sectorul ambulatoriu și fixează obiective naționale, însoțite de sancțiuni colective sau individuale în cazul depășirii plafoanelor.

Agenția Națională de Acreditare și Evaluare în Sănătate (ANAES) asigură dezvoltarea de programe de asigurări de calitate și de evaluare a tehnologiilor medicale în Franța. Introducerea dosarelor medicale are în vedere evitarea prescripțiilor excesive.

Bibliografie

Luana Miruna Pop – „Elemente de teorie, analiză și evaluare a politicilor sociale” – Ed. Economică, București 2005

Cezar Avram, Partenia Popescu - Politici sociale – „Volumul I” – Academia română, Institutul de cercetări socio-umane „C.S. Nicolăescu-Plopșor, Ed. Alma, Craiova 2006

Vasilica Ciucă, Viorel Crăciuneanu – „Protecția socială și asigurări” – Ed. Paralela 45, Pitești 2009

Eugen Blaga (coordonator) - „Politici sociale pentru sănătate” – Ed. Omega Ideal, București 2006

Marian Preda – „Politica socială între sărăcie și globalizare” – Ed. Polirom, Iași 2007

CONSUMATORUL ȘI CONSUMERISMUL ÎN ECONOMIA DE PIAȚĂ

Autor: Cristina Elena UNGUREANU
anul I, Economie și Afaceri Internaționale
cristina_xv@yahoo.com

Coordonator științific: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

1.1. Importanța activității de promovare și protecția consumatorilor în economia de piață

Consumatorii sunt expuși la schimbări care se produc în mediul socio-economic, schimbări ce pot avea un impact negativ asupra acestora. Pentru a se proteja de aceste influențe, consumatorii trebuie să beneficieze de un set de cunoștințe socio-economice și tehnice care nu sunt însușite de pe “băncile școlii”. Sau, chiar dacă aceste cunoștințe le au cei mai mulți dintre consumatori, schimbările din mediul socio-economic nu vor înceta să apară, ceea ce dovedește permanenta vulnerabilitate a consumatorilor.

Dezechilibrul istoric, al raportului dintre agenții economici și consumatori, s-a mărit o dată cu transformarea producției de consum în industrie de masă. El s-a accentuat mai apoi în timp, prin impactul revoluției tehnico - științifice care a pus la îndemâna agenților economici posibilități multiple de a oferi pe piață produse și servicii despre care ei știu totul, în timp ce consumatorii nu au mijloace de control privind calitatea acestora. Agenții economici au putere economică deosebită și folosesc specialiști în psihologie socială și psihosociologie, care le pun la dispoziție tehnici de manipulare a consumatorilor deosebit de subtile și de eficiente. Acestea demonstrează necesitatea apărării intereselor consumatorilor.

De aceea, relația dintre comerciant și consumator este prin natura ei dezechilibrată. Din dorința de a îndrepta acest dezechilibru, legislația Europeană propune unele linii directoare de protecție care acoperă **cinci drepturi fundamentale** orientate spre protejarea consumatorilor:

- sănătate și siguranță;
- protejarea intereselor economice;
- compensare pentru prejudicii;
- informare și educare;
- reprezentarea consumatorului din Uniunea Europeană, el fiind protejat prin aceste drepturi în toate Statele Membre.

Protecția consumatorilor se înscrie în cadrul politicilor sociale promovate de către orice stat. Ea trebuie să se constituie într-o politică de sine stătătoare cu obiective, priorități și instrumente proprii. Atât guvernele cât și alte organisme ce activează în domeniul protecției consumatorilor își stabilesc anumite structuri și domenii pentru programele lor de protecție a consumatorilor. Însă, există anumite domenii ale protecției consumatorilor asupra cărora s-au oprit toate guvernele, asociațiile, instituțiile și organismele cu implicații în domeniul protecției consumatorilor. Aceste domenii sunt:

- îmbunătățirea consumului populației prin politicile sociale ale statelor;
- asigurarea calității bunurilor și serviciilor oferite spre vânzare în cadrul pieței;
- asigurarea unui sistem de prețuri în concordanță cu cerințele pieței și calitatea produselor;
- organizarea unui sistem de informare util pentru consumatori;
- apărarea consumatorilor împotriva practicilor comerciale agresive și a publicității mincinoase.

Cauzele care justifică implementarea unei politici ce are ca scop promovarea intereselor consumatorilor sunt de natură economică și socială. Acest fapt impune necesitatea acordării unei

priorități tuturor preocupărilor în domeniul dreptului și politicii consumatorului datorită constatării că funcționarea corectă a pieței este împiedicată în mod semnificativ de eșecurile și distorsiunile din funcționalitatea ei. Aceste eșecuri și distorsiuni diminuează rolul și influența consumatorului pe piață din următoarele motive:¹⁰

- **deficitul concurențial** determinat de încălcarea structurii concurențiale a pieței prin existența unor firme de tip monopol care înlătură libera concurență;

- **deficitul informativ** generat de restricțiile impuse prevederilor legate de informarea consumatorilor în contextul unei piețe unde reclama domină și depășește mijloacele reale informaționale spre care se tinde în scopul informării consumatorilor în comparație cu simpla promovare a vânzării unui produs sau serviciu;

- **deficitul contractual sau de tranzație** oglindește poziția slabă pe care o au consumatorii în cadrul negocierilor, poziție reflectată cel mai adesea de absența totală a unui reprezentant al consumatorului individual în cadrul unui comerț din ce în ce mai standardizat;

- **deficitul de securitate**, reprezentat de existența unui număr nepermis de bunuri de consum care produc accidente ori, o circulație prea ușoară a unor produse defectuoase și periculoase într-o piață fără frontiere și exportul unor produse care nu corespund standardelor de calitate și siguranță, în zone cu reglementări severe din zone mai puțin riguroase;

- **deficitul accesului la justiție și aplicării legilor** reflectă barierele financiare, psihologice și culturale care apar, împiedicând accesul la organismele judiciare și asistența la legi, lipsind cu desăvârșire mecanismele colective de despăgubire și căile care pot rezolva disputele interstatale ale consumatorilor;

- **deficitul de reprezentare** relevă dificultățile în asigurarea unei reprezentări eficiente a consumatorilor în forurile politice, economice și judiciare de luare a deciziilor la nivelul regional și statal.

Toate aceste eșecuri și lipsuri sunt mult mai accentuate în economiile și/sau piețele de tranziție. Cauzele pentru existența acestei stări de fapt sunt multiple: persistența monopolurilor în numeroase sectoare de activitate, existența pieței negre, insuficiența educației și lipsa de pregătire a consumatorilor, acoperirea slabă a ariei de protejare a intereselor consumatorilor de către sistemul juridic, practicile comerciale și metodele de vânzare agresive, importul sau producerea la intern a unor produse periculoase și contrafăcute, lipsa unui management competitiv, lipsa unei coordonări eficiente între autoritățile competente de control și mijloace ori resurse limitate pentru aplicarea legilor de către autorități sau dominanța intereselor personale asupra intereselor colective.

Pe lângă cauzele economice, apariția și dezvoltarea în ultimii 40 de ani în economiile vest-europene a unei mișcări sociale puternice în favoarea promovării intereselor consumatorilor are cauze și de altă natură. Astfel, ideea generoasă a unei mai largi distribuții a resurselor între membrii societății și, în consecință, a puterii corelate cu idealul democratic al asigurării unei participări active a tuturor indivizilor în procesul de luare a deciziilor care îi afectează, influențează puternic acțiunile ce privesc politica și drepturile consumatorilor la toate nivelele:

- drepturile fundamentale ale consumatorilor nu se mai limitează la protecția intereselor lor economice, ci sunt recunoscute sau cel puțin declarate;

- garantarea unui nivel minim de protecție a consumatorilor de la care să nu se admită nici o deviere;

- promovarea inițiativelor necesare educării consumatorilor, reprezentării și despăgubirii lor.

Aceste cauze ce țin de domeniul social devin și mai stringente mai ales în perioadele de criză economică, ce generează serioase probleme de ordin economic dar și social, având drept efect agravarea eșecurilor pieței și a dezechilibrelor amintite, accentuând vulnerabilitatea unui număr crescând de consumatori, ceea ce ar impune o preocupare mai activă și mai diversificată a autorităților pentru protejarea cât mai eficientă a lor.

¹⁰ ***** - Ghid European pentru promovarea intereselor consumatorilor, Editat de Aromav, București, 1997

1.2. Consumatorismul și consumerismul. drepturile consumatorilor în economia de piață

Legea nr. 11/1994 privind protecția consumatorilor arată în articolul 1: “statul, prin mijloacele prevăzute de lege, protejează cetățenii în calitatea lor de consumatori, asigurând cadrul necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării lor complete despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale persoanelor fizice împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.”

Interpretând acest articol deducem că, protecția consumatorului înseamnă a informa și a proteja cetățenii în momentul accesului acestora la produsele și serviciile oferite de piață, precum și de a înlesni participarea acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori (de exemplu: decizia alegerii unui produs).

Protecția consumatorului este văzută ca o activitate, un concept care întrunește două elemente: a proteja și a informa consumatorii.¹¹

Informarea consumatorilor prin definiție reprezintă acțiunea de a face cunoscute în mod complet, corect și precis caracteristicile esențiale ale produselor și serviciilor oferite de către agenții economici, iar rezultatul acțiunii de a informa este o alegere rațională de către consumatori, în conformitate cu interesele lor. Informarea consumatorilor se realizează prin elemente de identificare și caracterizare a produselor și serviciilor oferite spre vânzare, prin publicitatea produselor și serviciilor în prospecte, cataloage, mass-media.

“Ghidul European pentru Promovarea Intereselor Consumatorilor” editat în anul 1997 ca urmare a unui program finanțat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile definește conceptul de “consumatorism” drept: “poziția și rolul consumatorilor în buna funcționare a pieței, aceștia necesitând protecție din partea producătorilor și comercianților, nu numai atunci când sunt constrânși.” Această definiție arată faptul că: “**consumatorism**” înseamnă atât o protejare a intereselor consumatorilor, cât și o influență exercitată de aceștia asupra unei bune funcționări a mecanismului pieței.

Conceptul de consumatorism trebuie înțeles drept o componentă a teoriei economice care, analizând condițiile reale ce există în economie în domeniul consumului, creează posibilitatea înțelegerii locului pe care-l ocupă și a rolului pe care îl joacă consumatorul pe piață. Consumatorismul nu trebuie înțeles greșit ca o caracteristică a societății contemporane. Crizele economice existente au drept efect agravarea eșecurilor pieței și a dezechilibrelor acestora, accentuând vulnerabilitatea unui număr crescând de consumatori, ceea ce impune o preocupare mai activă și mai diversificată a autorităților pentru protejarea cât mai eficientă a consumatorilor. Pornind de la cele afirmate, vom pune semnul egalității între consumatorism și protecția consumatorilor.¹²

Așa cum satisfacerea intereselor consumatorilor este un deziderat analizat în prealabil în cadrul marketing-ului, consumatorismului și protecția consumatorilor de influențele nefaste ale mediului socio-economic în care activează nu pot fi decât parte integrantă a științei care se ocupă de studiul și cercetarea pieței. Acest lucru este accentuat și de faptul că un rol primordial îl are exercitarea funcției de consum și a constrângerilor ce caracterizează această funcție, dar mai ales dezvoltarea unui sistem de consum de masă, bazat pe producția și promovarea unei abundențe de bunuri și servicii, care prevalează în fața suveranității alegerii consumatorului individual. În acest sens trebuie evitată crearea unei stări de fapt prin care orice consumator să fie expus riscului de a pierde controlul asupra procesului de consum, fiind nepăsător față de calitatea bunurilor și serviciilor oferite în comparație cu cantitatea de bunuri și servicii.

În concluzie, consumatorismul este o politică ce are drept scop promovarea intereselor

¹¹ ***** - *Ghidul specialistului în domeniul protecției consumatorului*, București, 1998

¹² L.Csorba – *Managementul promovării produselor agro-silvice*, Editura Gutenberg Univers, Arad, 2004, pag. 209

consumatorilor, o politică ce garantează în final asigurarea drepturilor acestora.

Drepturile fundamentale ale consumatorilor în economia de piață

În secolul XVIII-lea, Adam Smith menționa că unicul scop final al producției este consumul, producătorul fiind subordonat în totalitate cerințelor consumatorilor. Astăzi se poate spune că scopul activității economice este de a aloca resurse într-un mod cât mai eficient posibil, pentru a satisface nevoile consumatorilor.

Când se vorbește de un consumator, se face referire la o persoană fizică ce consumă, în scop particular și neprofesional, produse și servicii oferite pe piață de producători, distribuitori, vânzători și furnizori. Acest concept evidențiază trei trăsături principale:

1. Politica și dreptul consumatorilor, care trebuie privite dintr-o perspectivă mai largă. Ele implică pe lângă simpla protecție a cumpărătorilor și toate categoriile de bunuri și servicii, referindu-se la toți agenții economici care intervin efectiv în producția și circulația bunurilor și serviciilor, oricare ar fi stadiul circulației bunului sau serviciului respectiv.

2. Noțiunea de consumator ar trebui percepută într-un context mult mai larg, datorită faptului că el reprezintă o parte a unei colectivități. Consumatorul nu trebuie perceput doar ca individ ori ca partener de schimb. El reprezintă și interese colective alături de ceilalți indivizi care formează grupul consumatorilor.

3. Conceptul consumatorului implică un al treilea și la fel de important aspect: unicitatea, difuzitatea și eterogenitatea. Deoarece toată lumea consumă, consumatorul reprezintă un concept unic și difuz: **statutul consumatorului se aplică fiecăruia dintre noi**. Grupul de consumatori este prin natura lui eterogen.

Orice încercare de a elabora legi în domeniul protecției consumatorilor trebuie să ia în considerare dimensiunea colectivă a problemei. Pe de o parte, prejudiciul pe care-l oferă o persoană ce acuză o anumită pagubă nu trebuie considerat ca ținând numai de interesul individului respectiv ci trebuie să se ia în considerare importanța sa prin însumarea tuturor indivizilor care pot fi prejudiciat. De exemplu, trebuie ținut seama de prejudiciul pe care-l suferă toți cei care au vizionat sau citit o reclamă înșelătoare, toți cei care consumă un produs periculos sau toți consumatorii care au semnat un contract ce conține prevederi abuzive. Interesele colective ale consumatorilor trebuie recunoscute în mod distinct și specific față de interesul general sau public în același fel în care ordinea socială a recunoscut și caută să asigure apărarea altor interese colective.

Dimensiunea colectivă a dreptului și politicii consumatorului constituie una din cele mai importante caracteristici ale consumatorismului. Dimensiunea colectivă imprimă adevăratul scop al politicii consumatorului.

Caracterul colectiv al dreptului și politicii consumatorului explică de ce în reglementarea drepturilor consumatorilor sunt folosite mijloace colective. În acest domeniu este necesară intervenția directă a autorităților publice pentru a susține mobilizarea și instituționalizarea mișcării de protecție a consumatorilor. De asemenea se impune înființarea organismelor publice care să răspundă de promovarea intereselor consumatorilor, acordându-se o atenție sporită avantajelor de ordin social de care trebuie să beneficieze populația în urma adoptării măsurilor legislative, preventive și obligatorii. Rolul cel mai important în întregul mecanism de piață trebuie să îl dețină nu obținerea produselor sau serviciilor cu ajutorul unei superindustrii moderne, ci desfășurarea unor afaceri etice, bazate pe principiile responsabilității sociale și manageriale.

Din această perspectivă, buna funcționare a pieței deși este esențială, nu este concepută cu un scop în sine, ci ca un mijloc de realizare al scopului și de furnizare a unei politici cu obiective și elemente componente prin care să se asigure promovarea activă și eficientă a tuturor intereselor consumatorilor.

Dreptul consumatorilor operează la toate nivelurile de implementare a unei politici active sau care nu se limitează numai la protecția consumatorilor, ci urmărește și promovarea intereselor prin:

- îmbunătățirea legilor, inclusiv regulile ce privesc responsabilitatea, concurența, reclama, prețurile, contractele de vânzare și practicile de marketing, urmărind protejarea consumatorilor împotriva comportamentului abuziv;

- programe educative, sisteme de informații și consultanță juridică, facilitând astfel accesibilitatea consumatorilor pentru a-i face mai conștienți de existența drepturilor și obligațiilor lor;
- introducerea unui control mai amplu și mai sever asupra calității bunurilor și serviciilor oferite pe piață, ocrotind integritatea fizică și sănătatea fiecărui cetățean, dar să și diminueze costurile societății legate de accidente cauzate de consumarea unor produse și servicii periculoase sau defectuoase;

- introducerea unor îmbunătățiri esențiale ale drepturilor consumatorilor, urmărind oferirea acestora - la nivel individual și colectiv - de modalități și structuri care să faciliteze exercitarea drepturilor lor;

- introducerea de ajutoare și stimulente care să sporească eficiența organizării și reprezentării intereselor consumatorului la fiecare nivel al reformei realizate.

O mai bună educare a consumatorului îl va ajuta să perceapă amploarea dimensiunilor legale ale conflictelor în care poate fi antrenat în relațiile de piață.

Conceptul privind **“drepturile consumatorilor”** își are originea în **Carta drepturilor consumatorilor** fiind definită de fostul președinte al SUA, J. F. Kennedy, în martie 1962 sub forma unui mesaj special adresat Congresului american.¹³

Acest mesaj a enunțat pentru prima dată, drepturile consumatorilor: la securitate, la informare, de a fi ascultați și de a alege din multitudinea de produse și servicii oferite de piață. Deși Carta nu a mai fost definitivată, ea rămâne importantă prin conturarea drepturilor fundamentale ale consumatorilor. Impactul pe care l-a avut acest eveniment asupra evoluției ulterioare a protecției consumatorilor a determinat Organizația Internațională a Uniunilor de Consumatori să declare ziua de 15 martie drept: „Ziua mondială a drepturilor consumatorilor.” Ea a servit drept model de referință la elaborarea legilor de protecție a consumatorilor ce au apărut în deceniile șapte și opt în SUA și în alte țări din continentul American (Canada, Mexic), cât și în Europa (Belgia, Franța, Germania, Suedia). Tot atunci a luat ființă și prima asociație de consumatori, în forma în care le cunoaștem în prezent.

Rolul deosebit al protecției consumatorilor în viața economico-socială explică importanța care i se acordă în statele cu democrație avansată, cu economie de piață funcțională și dezvoltată.

Principalele obiective asupra cărora este necesar să se concentreze fiecare țară prin organismele sale guvernamentale și neguvernamentale, trebuie să urmărească în principal următoarele aspecte:

- facilitarea producției și distribuției de produse corespunzătoare nevoilor și cerințelor consumatorilor;

- încurajarea unor niveluri ridicate ale eticii celor angajați în producerea și distribuirea bunurilor de consum și a serviciilor către consumatori;

- asigurarea ținerii sub control prin intermediul tuturor organizațiilor naționale și internaționale, a practicilor comerciale abuzive care afectează consumatorii;

- promovarea unei cooperări internaționale în domeniul protecției consumatorilor;

- încurajarea dezvoltării condițiilor de piață care să asigure consumatorilor o gamă largă de produse, la prețuri avantajoase pentru aceștia;

- stabilirea unui sistem de priorități privind protecția consumatorului din fiecare țară, conform circumstanțelor economice și sociale specifice nivelului de dezvoltare atins precum și nevoilor caracteristice populației statului respectiv;

- protecția consumatorilor față de pericolele ce afectează siguranța și sănătatea lor;

- promovarea și protecția intereselor economice ale consumatorilor;

- asigurarea accesului consumatorului la informații corecte, care să le permită o alegere conform dorințelor și necesităților personale;

- crearea unui sistem de educare a consumatorilor;

¹³ B.B.Kurtz – „Le marketing realite contemporaine”, HRW Ltee Montreal, 1980, pag. 125, citat de C. Păunescu – *Marfa și globalizarea pieței. Editura ASE, București 2004, p.263*

- asigurarea posibilității unei despăgubiri efective a consumatorului în cazul ivirii unor daune generate de produse sau servicii achiziționate în cadrul pieței;

- obligativitatea tuturor întreprinderilor ofertante – producătoare sau comerciale – de a se supune legilor și reglementărilor privind protecția consumatorilor din toate țările cu care au afaceri;

- obligativitatea firmelor de a respecta prevederile standardelor internaționale privind protecția consumatorilor;

- înființarea în fiecare țară a unor organisme corespunzătoare, care să creeze și să aplice potrivit legilor statului respectiv, politicile de protecție a consumatorilor ce urmează să fie implementate în beneficiul tuturor sectoarelor, în general al întregii populații și în special al diferitelor categorii de populație din mediul rural;

- luarea în considerare la elaborarea politicilor de protecție a consumatorilor, a potențialului pozitiv al instituțiilor de învățământ și cercetare – publice sau private;

- asigurarea libertății consumatorilor precum și a altor grupuri sau asociații reprezentative de a se organiza și de a-și desemna liderii care să le exprime opiniile în procesele de luare a unor decizii și de reprezentare a intereselor acestora.

Prin natura lor, principiile conturate de Organizația Națiunilor Unite și recomandate guvernelor statelor membre se adresează puterii de stat și administrației publice. Ele pot să constituie un serios suport în stabilirea obiectivelor specifice mișcării de apărare a drepturilor consumatorilor din cadrul fiecărei țări în parte.

În activitatea de cumpărare și utilizare a bunurilor și serviciilor necesare, cetățenii unei țări în calitate de consumatori trebuie să aibă asigurat cadrul adecvat pentru accesul neîngrădit la produsele și serviciile de care au nevoie și pe care le doresc. **Drepturile fundamentale** ale consumatorilor sunt:

1) Libertatea consumatorului de a alege produsele și serviciile pe care le apreciază ca fiind cele mai potrivite pentru satisfacerea nevoilor lor de consum sau a gusturilor proprii din punct de vedere al calității și durabilității, sferei de folosință, gamei de utilități pe care le poate acoperi sau satisface, prețului, coloristicii, aspectului și designului, mărcii produsului, respectiv producătorului care l-a fabricat, experienței și obișnuinței acumulate în timp, a tradiției unui produs sau serviciu.

2) Dreptul la protecția împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a i se presta un serviciu care ar putea să-i prejudicieze sănătatea, securitatea sau viața, ori să-i afecteze drepturile și interesele legitime. Pentru realizarea acestui deziderat este nevoie ca:

- produsele și serviciile să aibă în dotare toate mijloacele ca să asigure protejarea consumatorilor, astfel încât să nu-i primejduiască sănătatea, securitatea sau chiar viața;

- produsele și serviciile oferite pe piață să nu afecteze în timpul folosirii lor mediul înconjurător care îl poate afecta pe consumator;

- produsele și serviciile să fie prevăzute cu instrucțiuni clare și ușor de înțeles privind utilizarea, păstrarea și depozitarea;

- produsele și serviciile oferite consumatorului să aibă clar specificate termenele de garanție sau valabilitate astfel încât la cumpărare, consumatorul să fie în măsură să aprecieze dacă produsul respectiv întrunește toate condițiile de calitate și utilitate, în perioada în care va fi folosit, consumat sau păstrat;

- consumatorul trebuie să fie informat, educat, pregătit, instruit asupra modului în care poate aprecia și evalua riscul pe care și-l asumă, precum și în ceea ce privește modul în care-l poate preveni.

3) Dreptul consumatorului de a fi informat complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o va lua în legătură cu achiziționarea unui produs sau solicitarea unui serviciu să corespundă cât mai bine nevoilor sale. În acest scop, consumatorul trebuie să cunoască cât mai bine:

- elementele principale care definesc calitatea comercială a produsului (design, culoare, mod de prezentare, ambalaj, grad de finisare etc.);

- elementele principale care alcătuiesc calitatea funcțională a produselor și serviciilor ce

urmează a fi achiziționate respectiv solicitate (funcțiile tehnice, tehnologice), gradul în care răspunde scopului pentru care a fost conceput, siguranța și mentenabilitatea funcționării etc.;

- elementele principale ce caracterizează calitatea fundamentală și care îmbină parametrii calitativi ai unui produs stabilind o anumită ordine a lor, astfel încât consumatorul să poată percepe actul de cumpărare și de consum prin prisma parametrilor tehnici și tehnologici pe care îi apreciază cel mai mult.

4) Dreptul consumatorului de acces liber la piețele, magazinele, furnizorii care îi asigură o gamă variată de produse și servicii și care îi dă posibilitatea să le aleagă pe cele pe care le consideră cele mai bune sau pe cele ce răspund cel mai bine sferei de utilități pe care o are în vedere consumatorul. Astfel:

- consumatorul poate solicita, iar vânzătorul este obligat să-i prezinte toate produsele prezente în magazin sau la punctul de vânzare respectiv la piață, în depozit, care răspund cererii sau utilității menționată de consumator;

- cumpărătorul poate cere informații suplimentare referitoare la produsul sau serviciul dorit – cu deosebire a celor noi – cu privire la performanță, preț, fiabilitate etc.;

- consumatorul poate solicita scurtarea timpului de realizare a actului de comerț, vânzătorul fiind obligat să ia măsuri pentru reducerea timpului de așteptare și prezentare, îmbunătățirea etalării, scurtarea timpului de demonstrare a funcționării produsului.

5) Dreptul consumatorului de a fi despăgubit pentru prejudiciile cauzate de calitatea necorespunzătoare a produselor și/sau serviciilor. În acest scop consumatorul are dreptul să:

- reclame deficiențele produselor achiziționate față de caracteristicile funcționale garantate de vânzător, solicitând remedierea lor;

- primească în schimb un nou produs de același tip sau similar în locul celui necorespunzător, precum și despăgubirea daunelor pe care le-a suferit consumatorul în timpul utilizării produsului defectuos;

- primească despăgubiri morale ca urmare a consumării sau utilizării unor produse sau servicii necorespunzătoare pe care le-a achiziționat de pe piață.

6) Dreptul consumatorului de a se asocia în diverse forme asociative ca: asociații, fundații, grupuri socio-economice, consilii, uniuni și federații, care să acționeze permanent, constant și cu forță pentru apărarea intereselor și aplicarea în viață a drepturilor fundamentale ale consumatorilor.

Buna desfășurare a mecanismului pieței este condiționată de dezvoltarea unei politici active ale consumatorilor prin care să se recunoască locul și rolul decisive al acestora în constituirea unei politici de piață active. O politică activă în ceea ce privește consumatorii urmărește și corectarea imperfecțiunilor inerente ce apar în funcționarea unei astfel de piețe de tip nou.

Datorită complexității acestui domeniu și a problemelor tot mai diversificate care pot apărea, au fost elaborate și implicit anunțate o serie de alte “drepturi particulare” ale consumatorilor cum ar cele implicate în momentul încheierii contractelor dintre furnizor/producător și consumator sau drepturile pe care le au în raporturile pe care aceștia le stabilesc cu furnizorii de servicii.

Dimensiuni ale mișcării consumeriste pe plan mondial

În economia modernă, scopul oricărei activități economice nu mai este doar obținerea profitului ci și satisfacerea cât mai bună a nevoilor consumatorilor. Pentru a cunoaște cu exactitate care este reacția consumatorilor în urma posesiei și consumului unui produs, respective pentru a ști cu exactitate dacă individul sau subiectul analizat este sau nu mulțumit de calitatea produsului/serviciului achiziționat, un agent economic efectuează studii de piață respective testează gradul de satisfacție al consumatorului.

Analiza comportamentului consumatorului și a gradului de satisfacție a acestuia nu este o activitate izolată, un proces de sine stătător. Pretențiile consumatorului modern sunt din ce în ce mai numeroase. Schimbările care au loc în ierarhia valorilor sociale ale individului au antrenat un proces complex ce este parte a vieții sociale contemporane, proces ce poartă denumirea de **mișcare consumeristă**.

Realitatea istorică arată că, primele acțiuni sistematice de protecție a consumatorilor s-au întreprins în SUA la începutul secolului al XX-lea, odată cu cel mai înalt nivel de industrializare al producției bunurilor de consum, acolo unde datorită concurenței tot mai acerbe, s-au folosit primele metode și tehnici de marketing.

În Europa, mișcarea consumeristă are o vechime de circa 200 de ani. Ea a apărut mai întâi ca noțiune, conturându-se ulterior, o dată cu dezvoltarea științei și tehnicii, forma principală de manifestare exprimându-se prin preocupările pentru asigurarea și controlul calității.

Consumerismul este un protest al consumatorilor îndreptat spre injustițiile percepute în activitatea de marketing a firmelor dar și o serie de mișcări și acțiuni menite să remedieze aceste injustiții. Consumerismul este un proces pentru a cărui definire exactă trebuie să se țină cont de următoarele două elemente:

- (1) un protest al consumatorilor;
- (2) o serie de eforturi menite să remedieze injustițiile sociale.

Consumerismul contemporan include **trei arii largi de insatisfacție a consumatorilor** dar și de eforturi specific remedierii situației. Accentul cel mai important care se pune azi pe consumerism include disfuncționalitățile directe în relația cumpărător-vânzător, respective cele între consumator și firme de afaceri (business).

A doua arie de disfuncționalități depășește sectorul afacerilor. Astfel, consumerismul se extinde la toate organizațiile, chiar dacă acestea activează în alte sectoare decât cel al afacerilor (spitale, școli și agenții guvernamentale).

A treia arie a consumerismului se referă la impactul direct pe care o relație între două unități sociale (o persoană, o afacere etc.) o are asupra unei a treia unități sociale. De exemplu, consumatorul dorește să cumpere oțel de la producător. Dar, în procesul de producție al oțelului, producătorul poluează un râu care aparține unei terțe persoane și care este utilizat de acesta cu două destinații: pescuit și înot. Cu alte cuvinte, un schimb sau o afacere între două persoane riscă să creeze problem unei a treia (sau unui grup întreg).

Consumerismul a devenit astfel o mișcare socială de amploare în anii 1960 și continuă să se extindă și în prezent. Consumerismul nu este un fenomen nou. În anii 1900, dar și în timpul Marii Depresiuni (1930) existau mișcări ale consumatorilor. Eforturi pentru protejarea consumatorilor s-au realizat și atunci. În schimb, mișcarea consumeristă care a început în 1960 a fost diferită de tot ceea ce exista înainte cel puțin din trei motive:

1. Consumerismul contemporan este asociat cu venituri mai ridicate și nevoi multiple în contrast cu precarele condiții economice existente în prima parte a secolului XX.

2. Legislația referitoare la consumerism s-a axat, începând cu anul 1960, pe protejarea intereselor consumatorilor. Accentul s-a pus anterior (1900-1959) pe protejarea competiției și concurenței.

3. Consumerismul contemporan este în continuă dezvoltare deoarece el a creat deja o structură instituțională care să îl susțină. Sensibilitatea socială a organizațiilor a crescut și s-au dezvoltat firme a căror politică se orientează spre consumatori și mediu.¹⁴

De ce s-a dezvoltat consumerismul în anii '60, când factorii sociali și economici generator de probleme (poluare, inflație, produse nesigure etc) au existat și cu 100 de ani în urmă? Acest lucru s-a întâmplat datorită unor factori care au apărut în 1960 și care au dat naștere acestei **“conflagrații sociale”** numită consumerism. Dintre acești **factori**, cei care au avut un **caracter cultural** sunt remarcabile:

- schimbarea dramatică a **scopurilor consumatorilor** americani în momentul atingerii unui nivel înalt de dezvoltare economic. În decada în care a precedat anii '60, accentul consumatorilor era pus pe îmbunătățirea standardului material de viață. Astăzi, cu un nivel ridicat de satisfacție a cerințelor materiale, consumatorii sunt din ce în ce mai sensibili la nevoile sociale și de mediu;

- rolul activ al tineretului în extinderea consumerismului. În comparație cu generațiile

¹⁴ P.N. Bloom – “Exploring the future of consumerism”, Marketing Science Institute, Cambridge Mass Report nr. 81-102, 1981

anterioare, generațiile actuale sunt mai bine informate și au o înclinație ridicată spre acțiune și schimbare.

Toți acești factori culturali se îmbină cu o serie de probleme cu caracter macroeconomic, generând consumatorilor sentimente de frustrare și insecuritate (inflația, conflicte rasiale, războaie, poluare, scăderea calității vieții etc.).

Focul consumerismului a continuat să ardă și în 1980 dar în alt mod decât în 1960. Scopul mișcării consumeriste este de a aduce consumatorului poziții cel puțin egale cu ofertantul. Mișcarea este una socială, cu nuanțe politice, iar aspectele economice sunt folosite doar ca instrument. Mișcarea consumeristă pune accentual pe: **dreptul la asociere, dreptul la organizare și dreptul la mediul ecologic.**

Părintele mișcării consumeriste este considerat juristul American Ralph Naden, care a atacat în instanță pe marii producători de automobile din SUA. Celebra sa carte **“Nesiguranță la orice viteză. Pericolele proiectate în automobilele americane”** a devenit **“baza ideologică”** a mișcării consumeriste.

Consumerismul este un fenomen mult mai amplu în raport cu consumatorismul, el fiind sinonim cu cel de “mișcare consumatoristă”, adică exprimă un proces complex de organizare și coordonare a tuturor acțiunilor care au drept scop influențarea consumatorilor, respective: educarea, informarea, prezentarea acestora a drepturilor pe care le au și care le sunt recunoscute de forurile interne și internaționale, relatarea către consumatori a numeroaselor încălcări ale regulilor ce vizează protecția lor precum și amenzi aplicate celor care s-au făcut vinovați, ocrotirea sănătății și garantarea securității consumatorilor, asigurarea accesului lor la organismele judiciare. Toate aceste elemente sunt component ale mișcării consumeriste.

Consumerismul este o forță socială parte a mediului economico-social care are ca scop protejarea cumpărătorilor prin exercitarea de presiuni legale, morale și economice asupra afacerilor și a guvernelor.

Consumerismul este definit și drept un protest al consumatorilor față de injustițiile percepute în afaceri, fiind totodată o cerință a acestora de a remedia aceste probleme.

Prin natura sa **mișcarea de apărare a drepturilor consumatorilor** reprezintă:

a) o luptă conștientă a consumatorilor care îndeamnă la grupare și exprimare nonviolentă în cadrul unui stat de drept, a nemulțumirilor față de oferta de bunuri și servicii de pe piață;

b) o acțiune sau pachet de acțiuni ale puterilor publice și profesionale ce rezultă ca urmare a conștientizării necesităților privind lupta împotriva unor practici abuzive din cadrul pieței.

La stabilirea unui cadru al mișcării consumeriste pot concura următoarele preocupări:

- cunoașterea nevoilor reale ale consumatorilor;
- apărarea intereselor tuturor categoriilor de consumatori;
- diminuarea dezechilibrelor dintre diferitele categorii de consumatori în domeniile economic, educațional și al respectării clauzelor convenite;
- asigurarea dreptului de a avea acces la produse care să nu prezinte nici un risc pentru sănătatea și securitatea fiecărui consumator;
- preocuparea pentru promovarea corectă, echitabilă și susținută a dezvoltării economice și sociale.

În prezent marketerii, industria, guvernul dar și publicul țărilor dezvoltate (în special SUA care are cea mai puternică mișcare consumeristă) sunt conștienți de impactul consumerismului asupra economiilor naționale și a bunăstării generale. Marketerii au înțeles cu aceste variabile consumeriste (tehnici consumeriste) afectează deciziile pe care le iau. În ultimii ani, marketerii și publicul asigură la o creștere a activităților consumeriste. Boicoturile și nemulțumirile meselor sau tehnici consumeriste specifice care devin din ce în ce mai numeroase odată cu trecerea anilor. Însă, firmele nu pot să rezolve în totalitate nemulțumirile și solicitările consumatorilor. În Statele Unite ale Americii și nu numai, unele firme au creat posturi pentru ocuparea funcției de **“manager al cercetării politicilor publice”** în vederea monitorizării permanente a schimbărilor în mediul social, respective al studierii impactului acestor fluctuații asupra activității firmei.

Mișcarea de apărare a drepturilor consumatorilor este în plină afirmare în țările puternic dezvoltate din punct de vedere economic și cu o autentică democrație. În SUA și Suedia, mișcarea

consumeristă s-a impus deja în fața autorităților, materializându-se în diverse influențe exercitate asupra administrației publice. În **Canada, Anglia și Japonia** fenomenul se manifestă sub forma unei **largi mișcări populare** cu un număr mare de aderenți și în continuă creștere. În Franța, mișcarea de apărare a drepturilor consumatorilor îmbracă uneori forme mai dure cum ar fi boicoturile de produse sau grevele consumatorilor. În țările cu economie de tranziție, mișcarea consumeristă se dezvoltă după exemplul țărilor civilizate. Un motiv pentru care acest fenomen nu va dispărea este că numeroși consumatori sunt acum protejați prin legislație. În loc de greve și marșuri stradale azi, numeroși oameni lucrează pentru rezolvarea problemelor consumatorilor în corelație cu sistemele politice legale și sociale capabile să aducă schimbări.¹⁵

Consumerismul este astăzi la nivel mondial în faza de maturitate a ciclului său de viață. În trecut, industria consumeristă era alcătuită din câteva organizații interesate în primul rând de elaborarea unei legislații care să apere consumatorii. În țările foarte evaluate, această industrie s-a transformat într-o rețea imensă de organizații și instituții care încearcă fiecare în cel mai lesne mod posibil să servească interesele consumatorilor. Eforturile importante orientate în direcția remedierii problemelor consumeriste au fost realizate prin acțiunile conjugate ale consumatorilor, guvernelor și organizațiilor de business. Toate acestea sunt rezultatul eforturilor depuse atât de firmele mari, cât și de cele mici. Astfel consumerismul rămâne o mișcare social menită să rezolve problemele crescânde ale consumatorilor și producătorilor.

Consumerismul este considerat azi drept o activitate practică, ca urmare este un domeniu cu foarte puține publicații teoretice. Strategiile concrete adoptate de fiecare stat în vederea susținerii și soluționării problemelor consumeriste nu au caracter fix și standardizat. România este o țară în care mișcarea consumeristă este sufocată încă de birocrăție, dezinteres, haos, legislație inadecvată, corupție, ca urmare nu a vut prilejul să se dezvolte. Aceasta este și cauza lipsei interesului de aprofundare a acestui domeniu extreme de actual pentru o economie în curs de dezvoltare, și nu numai: **promovarea intereselor consumatorilor**.

Mișcarea consumeristă este vitală pentru promovarea și apărarea drepturilor consumatorilor. Ea nu și-a încheiat și nu își va încheia niciodată misiunea istorică de a impune parlamentelor și guvernelor să ia măsuri legislative și administrative în această direcție.

Bibliografie

- 1) L. Csorba - Protecția consumatorilor în economia de piață. Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2010
- 2) C. Păunescu – Marfa și globalizarea pieței. Editura ASE, București 2004
- 3) C. Stanciu C., M. Cantacuz - Protecția consumatorilor. Editura Oscar Print, București, 2006
- 4) ***** - Ghid European pentru promovarea intereselor consumatorilor, Editat de Aromav, București, 1997
- 5) ***** - Ghidul specialistului în domeniul protecției consumatorului, București, 1998
- 6) ***** - Legea.11 /1994 privind protecția consumatorului
- 7) ***** - www.anpc.ro
- 8) ***** - www.infoeuropa.ro

¹⁵ L.Csorba – ”Componente și tehnici ale psihologiei de piață”, Revista Tribuna Economică nr. 37/2006, pag. 62

POLITICA FISCALĂ ȘI INFLUENȚELE EI ASUPRA ECHILIBRULUI MACROECONOMIC

Autor: Elena-Dorina DINICILĂ

Anul I, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator: Lect.univ.dr. Tiberiu AVRĂMESCU

1. Rolul economic al statului și politica fiscală

1.1. Politica fiscală-aspecte teoretice

Politica fiscală este principala componentă a politicii financiare. Fiind o componentă a politicii economice, fiscalitatea trebuie să conducă spre îndeplinirea obiectivelor economice. Conform specialiștilor în domeniu, se consideră că politica fiscală cuprinde ”ansamblul deciziilor de natură fiscală luate de factorul decident public în scopul asigurării resurselor financiare destinate finanțării nevoilor publice și al realizării unor finalități de natură economico-socială”.

Prin politica fiscală se stabilesc volumul și proveniența resurselor de alimentare a fondurilor publice, metodele de prelevare care urmează a fi utilizate, obiectivele urmărite, precum și mijloacele de realizare a acestora.

În orice societate există 3 tipuri de nevoi:

- nevoi individuale
- nevoi colective
- nevoi cvasipublice, respectiv cvasiprivat.

Dacă prima categorie de nevoi se satisface prin bunuri private, asigurate prin mecanismul pieței, contra unui preț, nevoile colective se satisfac prin bunuri colective (sociale). Autoritățile publice participă la satisfacerea nevoilor colective, deoarece sectorul privat se află în imposibilitatea de a oferi astfel de bunuri și servicii. Nevoile cvasipublice sau semipublice pot fi satisfăcute atât prin bunuri private cât și prin bunuri publice. Prin urmare, rolul alocativ, distributiv și chiar reglator al statului implică obținerea anumitor resurse financiare pe care statul și le procură prin vânzarea anumitor servicii.

Veniturile cu caracter fiscal ale administrației publice centrale sunt:

- impozite directe
- impozite indirecte
- taxe de înregistrare și de timbru.

Structura resurselor financiare publice este diferită de la o țară la alta. În timp ce în țările dezvoltate cea mai mare parte a resurselor financiare publice este determinată de impozitele directe, în țările în curs de dezvoltare printre care și România, sursa principală o constituie impozitele indirecte, în special impozitele pe consum (TVA, accize).

1.2. Impactul politicii fiscale asupra creșterii economice

Creșterea economică constituie o problemă de maximă importanță pentru organele de guvernământ din toate țările și reprezintă o prioritate în analizele economiștilor din diferite timpuri ca obiectiv al politicii economice a statului. În procesul de tranziție a țărilor Europei Centrale și de Est, politicile macroeconomice au avut funcția importantă de a asigura ajustarea structurilor economice la un anumit model de economie de piață de tip central și est-european. În acest context politicile de macrostabilizare și creștere economică au avut un rol primordial.

Creșterea economică nu poate fi analizată fără a lua în considerație sporirea și consolidarea, rolul instituțiilor și politicilor guvernamentale cu implicațiile pe care acestea le au în promovarea reformelor economice. În cadrul politicilor de creștere economică analiștii includ politica fiscală, deoarece ea reprezintă un instrument al politicii macroeconomice care încearcă reglarea impozitelor și taxelor precum și a cheltuielilor guvernamentale și a ratei impozitelor în vederea orientării economiei. Aspectul important este, a autoritățile fiscale ale oricărei țări trebuie să poată evalua cât mai exact ritmul și efectele acțiunii lor asupra economiei. Acest fapt presupune în primul rând înțelegerea mecanismelor prin care politica fiscală infuțențează economia, unul dintre cele mai importante fiind mecanismul de transmisie a politicii fiscale. Astfel, o bună cunoaștere a mecanismului de transmisie este de o mare importanță din punct de vedere al alegerii instrumentelor potrivite, al evaluării situației de fapt, al înțelegerii modului de funcționare, a sectorului financiar și chiar din punct de vedere al corectării eventualelor erori de politică fiscală cu minimum de costuri și maximum de efecte.

La modul general, putem defini creșterea economică ca fiind capacitatea unei țări de a furniza cantități în creștere de bunuri și servicii, fapt reflectat de creșterile, într-o anumită perioadă de timp, ale indicatorilor macroeconomici rezultativi, deoarece atât nivelul indicatorilor cât și populația, producătoare și consumatoare de bunuri și servicii sunt variabile în raport cu timpul.

Evaluarea creșterii economice ca proces global pornește de la principalele agregate macroeconomice ale sistemului conturilor naționale, reprezentate prin PIB sau venitul național. În orice țară “sistemul conturilor naționale oferă cadrul necesar pentru elaborarea analizelor macroeconomice, precum și indicatori ce permit astfel de analize: componentele consumului, producției, fluxurile financiare și nefinanciare”. Conturile naționale constituie “intrări” pentru politicile macroeconomice, pentru implementarea, monitorizarea, evaluarea și analiza acestora și permit elaborarea modelelor și a previziunilor pe termen scurt, mediu și lung ale evoluției economiei.

Istoria dezvoltării economice mondiale demonstrează că, bunăstarea unui popor a fost dată de nivelul PIB, care reprezintă “valoarea brută a producției finale de bunuri și servicii produse în cursul unei perioade de timp de către agenții economici ce își desfășoară activitatea în interiorul granițelor naționale”. Astfel politica fiscală, prin utilizarea impozitelor și taxelor ca pârghii de stimulare a comportamentului macroeconomic, poate avea ca efect relansarea economiei.

1.3. Rolul alocativ și rolul distributiv al politicii fiscale

Economiștii americani Richard și Peggy Musgrave afirmă că politica financiar-bugetară îndeplinește 3 funcții importante:

- funcția de alocare, prin care serviciile cu caracter special sunt distribuite prin intermediul autorităților publice ce asigură satisfacerea unor nevoi sociale.
- funcția de distribuire, realizată prin impozite și cheltuieli publice, devine necesară în măsura în care distribuirea veniturilor și averii între persoanele fizice și juridice nu este în concordanță cu necesitățile și justiția socială.
- funcția de stabilizare, prin care se urmărește atingerea unui grad înalt de ocupare a forței de muncă.

Principiile impunerii fiscale

Principiile impunerii fiscale au fost formulate pentru prima dată de către economistul englez Adam Smith sub forma unor maxime sau principii fundamentale, respectiv:

- ❖ maxima de justiție, conform căreia cetățenii fiecărui stat trebuie să contribuie la acoperirea cheltuielilor publice atât cât le permit facultățile proprii, respectiv mărirea veniturilor obținute sub protecția statului.
- ❖ maxima de certitudine, ce vizează legalitatea impunerii și presupune ca mărirea impozitelor datorate să fie certă și nu arbitrară.
- ❖ Maxima comodității, potrivit căreia perceperea impozitelor trebuie să aibă loc la termenele și în modalitățile cele mai convenabile pentru contribuabili.

Principiile impunerii fiscale formează un sistem unitar ale cărui componente se întrepătrund și influențează reciproc, acestea fiind:

- Principiile de echitate fiscală.
- Principiile de politică financiară.
- Principiile de politică economică.
- Principiile social-politice.

1.4. Presiunea fiscală , puterea de cumpărare și protecția socială

Presiunea fiscală exprimă intensitatea cu care sunt prelevate venituri de la persoane fizice sau juridice ori la nivelul întregii societăți, prin intermediul impozitării. Un alt termen care poate fi utilizat pentru a exprima presiunea fiscală este cel de grad de fiscalitate.

Comparativ cu câteva dintre țările cu economie dezvoltată, României îi este caracteristic un nivel mediu de fiscalitate. Presiunea fiscală are o mare relevanță economică, deoarece indică măsura în care veniturile nominale ale populației sunt ajustate prin intermediul impozitării și în același timp, arată măsura sau gradul în care bugetul de stat își procură veniturile pe calea prelevării de impozite.

Interpretarea presiunii fiscale și efectele acesteia

Presiunea fiscală poate fi interpretată:

a) Din perspectiva plătitorului de impozite – presiunea fiscală exprimă gradul de supunere a contribuabilului la suportarea sarcinii fiscale stabilite de lege. Chiar denumirea de presiune fiscală este de natură să sugereze că ea semnifică pentru plătitor o sarcină, o obligație.

b) Din perspectiva statului încasator de impozite – mărimea presiunii fiscale indică ce parte din venitul național creat de către agenții economici urmează să se constituie ca venituri bugetare pe calea impozitării. Pentru stat, creșterea presiunii fiscale indică o relaxare a mecanismului de finanțare a cheltuielilor bugetare, în timp ce o scădere a lui atenționează asupra tensionării acoperirii deficitului bugetar.

c) Din perspectiva teoriei economice și a teoriei finanțelor publice – deși mărimea absolută a coeficientului presiunii fiscale este destul de sugestivă, indicând raportul în care venitul național se împarte între consumul de bunuri private și consumul de bunuri publice, mult mai relevant este să se analizeze dinamica acestui coeficient.

În ceea ce privește efectele presiunii fiscale există două categorii de efecte ale presiunii fiscale: efecte economice și efecte sociale.

Efectele economice apar la nivelul modificării cererii agregate la nivelul societății, precum și la nivelul individual. La nivel agregat, creșterea presiunii fiscale conduce la reducerea cererii globale prin preluarea unei părți mai mari din venitul nominal la dispoziția statului. Scăderea cererii agregate pentru consumul privat este, într-o oarecare măsură, compensată prin creșterea cheltuielilor publice, adică prin creșterea consumului de bunuri publice.

Efectele sociale se manifestă în forma scăderii capacității de cumpărare la nivelul venitului real. Totuși, acest efect este contradictoriu, întrucât cei cu venituri mici sunt compensați prin politica de protecție socială asigurată prin intermediul bugetului de stat.

Presiunea fiscală exercită un efect direct și asupra muncii. Asupra muncii se repercutează variația impozitului pe salariu, care este un impozit direct, deci plătitorul impozitului coincide cu cel ce suportă această sarcină financiară. Efectul imediat al creșterii impozitului asupra salariilor este acela că reduce venitul disponibil.

Presiunea fiscală acționează și asupra puterii de cumpărare prin intermediul variației venitului disponibil al agenților economici: mărește acest venit atunci când scade și micșorează acest venit când crește. Cum venitul disponibil este venitul care se manifestă pe piață sub forma cererii, rezultă că variația presiunii fiscale acționează asupra puterii de cumpărare a agenților economici. Puterea de cumpărare crește atunci când scade presiunea fiscală și crește venitul disponibil la persoanele fizice și firme.

2.Sistemul fiscal și politica fiscală în România

2.1.Politica fiscală în România dupa 1989

În cadrul economiei românești rolul sistemului fiscal era de a asigura finanțarea economiei publice pe calea prelevărilor fiscale, alături de alte mijloace care să permită statului intervenții în economia națională pentru corectarea unor fluctuații negative ale ciclului economic. Așadar, în cadrul procesului de reformă economico-socială a României, un rol major și de o importanță deosebită l-au avut pârghiile financiar-fiscale. Noul sistem fiscal creat după 1989 trebuia să urmărească atât alinierea la practicile fiscale din țările dezvoltate, cât și crearea unui sistem fiscal modern care să corespundă relațiilor economice ale României.

De îndeplinirea în bune condiții a funcțiilor finanțelor publice, de felul în care aceste au reușit să asigure resursele și să le administreze în mod corect pentru dezvoltarea economico-socială depindea în mare măsură succesul reformei la nivel național.

Reforma economică și socială s-a realizat în următoarele domenii: deblocarea structurilor economice, reorganizarea activității economice, reforma sistemului financiar-fiscal, reforma sistemului bancar, reforma în domeniul monetar-valutar, reforma în domeniul prețurilor și tarifelor, reforma în agricultură, privatizarea unei părți importante din proprietatea de stat și cooperatistă, promovarea inițiativei private și mixte, acțiuni de protecție economică și socială a populației în perioada de tranziție. Prin măsurile întreprinse în domeniul financiar-fiscal, s-a urmărit alinierea la practicile fiscale din țările dezvoltate, concomitent cu crearea unui sistem fiscal mai modern corespunzător cerințelor economiei de piață, prin introducerea taxei pe valoarea adăugată, îmbunătățirea sistemului de impozitare a profiturilor, salariilor și eliminarea discriminărilor dintre societățile cu capital de stat și cele cu capital privat, între persoanele fizice din mediul urban și cele din mediul rural, între proprietari de bunuri imobile care desfășoară activități cu salariați, sau în mod independent.

Adevărata reformă fiscală a început prin introducerea taxei pe valoarea adăugată și prin introducerea taxelor de consumație, respectiv a accizelor la unele produse din import și din țara în care practic au vizat gestionarea întregului sistem de impozite, apariția legilor finanțelor și a contabilității care formează o adevărată constituție financiară într-o economie în plină reorganizare continuată în 2003 cu legile unitare în materie fiscală: Codul Fiscal și Codul de Procedură Fiscală. Se poate conchide că reforma economică și cea legislativă, ambele incluzând și pe cea financiară, ocupă un loc important în cadrul reformei generale a societății românești, ele creând condiții favorabile pentru ca societatea și economia noastră să realizeze treptat principalele trăsături ale economiei de piață și transformările așteptate pe plan social.

Pentru prima dată în România după revoluția din 1989, grupele mari de impozite și taxe, părți componente importante ale bugetului de stat consolidat, au fost cuprinse într-un act normativ și tratat unitar din punct de vedere al definirii, aplicării și controlului, fiind abrogate numeroasele acte normative anterioare ce defineau fiecare impozit sau taxă separat, dar și acestea pentru o mai bună armonizare cu legislația europeană au suferit până în prezent modificări. Cu toate modificările aduse Codului Fiscal până în anul 2009, încă legislația fiscală și mai precis procedurile fiscale din România trebuie simplificate și corelate cu procedurile conducerii bugetare. Normele fiscale nu concordă cu procedurile bugetare fapt ce duce la o administrare greoaie a sistemului fiscal cu costuri nerentabile.

Toate aceste etape și-au lăsat amprenta asupra modului de acțiune și de viață al populației, care a fost principalul barometru în acțiunile de schimbare a sistemelor, care de lungul istoriei s-au modificat în mare parte în funcție de interesele globale.

2.2.Probleme ale sistemului fiscal românesc

Deși cota unică de impozitare de 16%, atât pentru profitul companiilor cât și pentru veniturile populației este foarte atractivă, sistemul financiar din România descurajează investitorii, din cauza altor taxe extrem de ridicate și a schimbărilor frecvente, se arată într-un studiu al KPMG. Sistemul fiscal din România este în continuare complicat, cu schimbări frecvente, descurajând investitorii, se arată într-un studiu KPMG. Introducerea cotei unice de impozitare de 16% atât pentru profitul companiilor, cât și pentru veniturile populației a avut un mare succes în relansarea creșterii economice a României, nu numai pentru că a oferit cetățenilor putere de cumpărare crescută, dar și pentru că a fost mai puțin costisitor pentru companii să angajeze directori de top, se arată într-un studiu KPMG. ”România are o cotă de impozit foarte competitivă și pentru profiturile companiilor, ceea ce a contribuit la atragerea investitorilor”, a declarat Patrick Leonard, partener în cadrul Departamentului de taxe al KPMG România. Totuși, acest atu al țării noastre este umbrit de alte taxe, al căror nivel este foarte ridicat. ”Impozitul pe clădiri este de câteva ori mai mare decât în țările vecine, iar acest lucru poate fi descurajator pentru afaceri. Este adevărat că există anumite excepții pentru marii investitori, dar aceste sunt acordate de autoritățile locale și pot fi arbitrare. Așadar, lipsa de transparență poate fi, de asemenea, o problemă pentru sistemul fiscal din România”, a afirmat Valenti Tic, partener în cadrul KPMG România. La rândul său, Nicolae Done, partener al firmei de audit și consultanță, considera că Guvernul ar trebui să îmbunătățească claritatea și stabilitatea legislației fiscale pentru a contribui la succesul cotei unice. ”Guvernul trebuie să contribuie, în continuare, la succesul cotei unice și să îmbunătățească claritatea și stabilitatea legislației fiscale”, a precizat Done. Studiul KPMG a analizat nivelurile cotelor de impozit pe veniturile personale pentru perioada 2003-2008 și acoperă situația din 87 de țări, concentrându-se pe nivelul maxim de impozit personal plătit Administrației centrale/Guvernului. Pe lângă cotele de impozit, firmele iau în considerare o serie de factori înainte de a decide dacă investesc sau nu într-o anumită țară. Astfel, pentru investitorii străini, modul de utilizare a banilor colectați din impozite este mai important decât nivelul acestora. ”Investitorii analizează și cât de eficient folosesc instituțiile statului banii colectați din impozite și contribuții sociale. Ar putea să ia în considerare chiar și gradul de utilizare eficientă a fondurilor cu scopul de a furniza infrastructură de calitate și servicii publice care să contribuie la starea generală de bunăstare a economiei. Astfel că investitorii se întreabă în procesul decizional dacă în general contribuabilii (atât indivizii, cât și companiile) obțin valoare în schimbul banilor, ceea ce ar putea fi mai important decât nivelul impozitului propriu-zis”, a explicat consultantul KPMG. În anul 2005, România a înlocuit sistemul progresiv în care cota maximă era de 40%, cu un impozit unic de 16%. La nivelul anului 2007, aceasta era cota cea mai mică din Uniunea Europeană. În cursul acestui an, Bulgaria și Cehia au introdus cote de impozitare de 10%, respectiv 15%. Potrivit KPMG, mai multe state din regiune au înlocuit sistemul progresiv cu unul bazat pe cota unică. Astfel, Estonia a micșorat cotele de impozit de la 26%, în 2003, la o cotă unică de 21%, în 2008, Slovacia a trecut la cota unică de 19%, iar Lituania a redus taxele la o cotă unică de 24%.

2.3. Avantajele și dezavantajele cotei unice de impozitare

Cota unică de impozitare implică înlocuirea setului complex al diferitelor tipuri de impozitare, în funcție de venit, cu un sistem conform căruia statul va declara o rată unică de impozitare a tuturor veniturilor superioare unui plafon anterior stabilit. În general, plafonul minim de impozitare este destul de scăzut, astfel încât să ofere „un stimulent” cetățenilor care s-ar putea eschiva de la plata taxelor. Astfel, venitul global este impozitat o singură dată.

În ceea ce privește taxa pe profit, se va aplica același sistem – o rată unică de impozitare pentru toate categoriile de profit. Ca o concluzie, succesul regimului cotei unice de impozitare depinde de nivelul acestei rate: cu cât aceasta este mai mică, cu atât mai eficientă tinde să devină.

Cu toate acestea, experții atrag atenția asupra importanței competitivității unui stat care este influențată și de alți factori, în afara cotei unice de impozitare. Deși o rată mai mică de impozitare conduce la fluidizarea fluxului financiar și crește dorința cetățenilor de a-și plăti taxele, impozitele scăzute vor conduce inevitabil la scăderea veniturilor la bugetul de stat.

Mai mult, există experți, printre care se numără și cancelarul german Gerhard Schröder și primul ministru suedez, Goran Persson, care au afirmat că economiile în tranziție din Estul Europei își pot permite reducerea taxelor, nu datorită creșterii veniturilor la bugetul de stat, ci datorită subvențiilor obținute din partea UE, argument disputat de către statele criticate în acest sens. În același timp, Germania, Italia, Austria, Finlanda, Danemarca și Grecia au decis reducerea taxelor în vederea stimulării investițiilor și creșterii consumului.

Cota unică de impozitare a fost aplicată pentru prima dată în Estonia (1991), fiind urmată de Letonia (1994), Lituania (1994), Rusia (2001), Serbia (2003), Ucraina (2003), Slovacia (2003), Georgia (2004) și România (2005).

După cum se poate observa din informațiile de mai sus, deși cota unică de impozitare nu reprezintă un leac universal la slăbiciunile economice ale unui stat, o serie de state europene, printre care și câteva state membre UE, au introdus regimul „o singură taxă pentru toate tipurile de venit/profit”. Multe dintre aceste țări se confruntă, însă, cu deficite bugetare substanțiale, iar pentru unele se impune alinierea statutului economic la cerințele „zonei euro”.

Caracteristicile cotei unice de impozitare:

- Reduce inegalitatea (aceeași rată de impozitare pentru toți),
- Reduce evaziunea fiscală,
- Oferă stimulente pentru cei ce doresc să economisească și să investească,
- Elimină toate tipurile de excepții și scutiri de la plata taxelor,
- Favorizează persoanele bogate în detrimentul celor sărace,
- Favorizează investițiile în acțiuni (obținerea de dividende), deoarece profiturile sunt impozitate o singură dată, la sursă.

În România, spre exemplu cota unică de impozitare care se aplică din 2005 arată că veniturile au reușit să acopere cheltuielile bugetului general consolidat. Cota unică a însemnat o diminuare a impozitului pe profit și pe venitul personal. Dar aplicarea acesteia în cadrul veniturilor poate fi foarte diferită de la un stat la altul care corelează direct cu dinamica economiei (creștere sau stagnare). Ar fi bine să se facă o evaluare a impactului cotei unice, deoarece de la aplicarea acesteia ar putea avea loc o mărire concomitentă a fiscalizării (cât din economie este impozitat/taxat) și a fiscalității (acolo unde impozitele pot crește ca o urmare a aplicării cotei unice). Astfel, vom putea judeca modul în care cota unică poate stimula creșterea încasărilor bugetare, alte condiții fiind neschimbate. Mai jos vin cu potențiale avantaje și dezavantaje în eventualitatea aplicării acesteia.

Avantaje:

- ✓ Este atractivă prin faptul că este simplă și convenabilă datorită costurilor sale reduse;
- ✓ Duce la simplificarea sistemului fiscal, ceea ce atrage reducerea cheltuielilor cu un aparat fiscal numeros, costisitor și adesea neeficace;
- ✓ Evaziunea fiscală ar putea fi eliminată prin controlul fiscal mai simplu și mai eficient, concomitent cu “eliminarea” din legislație a facilităților fiscale;
- ✓ Încurajează obținerea de venituri mari, deci stimulează activitățile de producție și activitățile comerciale și chiar activitățile producătoare de bunuri și servicii;
- ✓ Cota unică ar diminua polarizarea socială, oferind clasei de mijloc o șansă de înmulțire a afacerilor;
- ✓ S-ar putea scoate bani mai puțini, însă de la mai mulți contribuabili;
- ✓ S-ar diminua veniturile din economia subterană;
- ✓ Introducerea cotei unice în Rusia, Estonia și Lituania a avut rezultate foarte bune;

Dezavantaje:

- ✓ Posibilitatea creșterii deficitului bugetar;

- ✓ Are caracter nepopular, deoarece restructurarea aparatului administrativ ar putea sta la baza înțierii unor mișcări sociale contestate
- ✓ Încurajează nedeclararea unor venituri obținute din activități ilicite, ușor controlabile fiscal;

“Aplicarea cotei unice de impozitare în România a stimulat economia pe partea de cerere, nu de ofertă, favorizând consumul”(Liviu Voinea,directorul executiv al Grupului de Economie Aplicată/GEA/citând studiul realizat de GEA, în septembrie 2008, privind impactul cotei unice asupra inegalității în România).

“Cota unică a crescut stimulentele pentru a muncii, dar în special pentru cei cu salarii deja mari, în condițiile în care 82% din câștigurile din cota unică s-au dus în consum. Studiul arată că, în medie, doar 17% dintre familii au cumpărat bunuri durabile, restul s-au axat pe bunuri curente, care au stimulat cererea și importurile”, a precizat Voinea. Studiul GEA arată că familiile cele mai sărace au consumat 74% din ceea ce au câștigat din cota unică, în timp ce familiile bogate au consumat 85% din câștigurile venite din cota unică. “Deși teoria economică, arată că, cu cât veniturile sunt mai mari, cu atât economisești mai mult, paradoxal, la noi, familiile sărace au economisit mai mult din câștigurile înregistrate de cota unică, în timp ce familiile bogate au cheltuit și mai mult”, a afirmat Voinea. Cota unică, așa cum a fost propusă inițial, trebuie să stimuleze economia pe partea de ofertă.

Potrivit concluziilor studiului, câștigurile din cota unică au fost distribuite foarte inegal, 10% din angajați obținând doar 40% din câștigurile din cota unică. Cota unică a sporit și mai mult inegalitatea distribuției veniturilor întrucât de cele mai multe ori este un obiectiv politic, nu o politică fiscal, fiind frecvente cazurile în care introducerea cotei unice a urmat unei schimbări radical de guvern, ceea ce s-a întâmplat și în România. În prezent, 24 de țări au adoptat cota unică, între care și Irak, dar nu și SUA.

Liviu Voinea: “Mărirea cotei unice îi va afecta, în primul rând, pe cei cu salarii sub medie”(6 mai 2010). Soluția pentru rezolvarea problemelor bugetare ale României stă în reducerea cheltuielilor cu achizițiile publice și îmbunătățirea colectării și nu în creșterea taxelor, este de părere directorul executiv al Grupului pentru Economie Aplicată (GEA), Liviu Voinea. Acesta a apreciat miercuri, 5 mai, că adoptarea măsurii creșterii fiscalității reprezintă un eșec al guvernului, iar creșterea TVA și a cotei unice sunt “măsuri disperate, care îl vor afecta în primul rând pe omul obișnuit”. “Mărirea cotei unice îi va afecta, în primul rând, pe cei cu salarii sub medie și va reduce venitul disponibil și, implicit, consumul, ceea ce ar fi fost bine acum doi-trei ani, dar este rău în acest moment, pentru că reduce șansele de a ieși din recesiune”, a explicat Liviu Voinea, adăugând că aceleași argumente sunt valabile și în cazul în care se intenționează o majorare a TVA.

Directorul executiv al GEA consideră că soluția la problemele financiare actuale ale României se găsește în îmbunătățirea colectării taxelor la nivelurile actuale. “Dacă noi nu colectăm decât 50 % din TVA, este corect să creștem această taxă exact pentru cei 50 % care deja o plătesc?”, a întrebat, retoric, Liviu Voinea.

O zonă în care evaziunea este foarte mare și unde există mari resurse bugetare pierdute în fiecare an este cea a accizei la alcool, tutun și combustibili. Pe partea de cheltuieli bugetare, marea risipă se înregistrează în zona achizițiilor publice, nu a salariilor și a pensiilor, potrivit directorului GEA, deși fondul total de salarii și cel de pensii se află la niveluri nesustenabile. “Dacă ne uităm la dimensiunea reducerii deficitului bugetar, care este de șase la sută din PIB în următorii doi ani, este limpede că nu putem reduce acest deficit în primul rând prin reduceri de salarii și pensii, pentru simplul motiv că nu ar ajunge. Nu ai de unde să scoți nici trei la sută din PIB numai tăind salariile și pensiile. Toate salariile bugetarilor sunt nouă la sută din PIB. Nu se poate obține o diminuare a acestui fond cu o treime într-un an”, a explicat Liviu Voinea.

Că atare, în opinia acestuia, atenția ar trebui să se îndrepte spre zona de achiziții publice și chiar spre cea de investiții. “Investițiile nu trebuie să fie fetișizate, pentru că niște investiții supraestimate, care nu se întorc în economie, sunt făcute degeaba. Trebuie să ne concentrăm pe reducerea cheltuielilor pentru achiziții și pe îmbunătățirea colectării, iar creșterea impozitelor acum

ar reflecta eșecul guvernului în aceste două direcții, care ar fi fost nu numai posibile, dar și mai simple, fără costuri economice semnificative și fără costuri sociale”, a subliniat Liviu Voinea.

Bibliografie

1. Ștefura Gabriel, *Bugete Publice și Fiscalitate*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași 2005
2. Elena Drăgoescu, *Finante. Finante Publice*, Editura “Dimitrie Cantemir”, Târgu-Mures, 2000
3. Liviu Voinea, *Studiul GEA, septembrie 2008*.
4. ***- Ziarul Financiar, colecția 2009-2010
5. www.arhiva.ise.ro
6. www.insse.ro

ROLUL STATULUI ÎN PROCESUL CREȘTERII ECONOMICE

Autor: Adriana ILINCA

Anul I, Marketing

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Tiberiu AVRĂMESCU

1. Creșterea economică și rolul statului în economie

Adesea, prima și cea mai importantă problemă macroeconomică este surprinsă cu ajutorul tripticului: *creștere – dezvoltare – criză*. Împrumutați din biologie, termenii sugerează că macroeconomia, ca faptele și actele economice agregate au caracter vital pentru organismul social. În același timp, spre deosebire de unitățile microeconomice, macroeconomia se caracterizează prin continuitate generală. Discontinuitățile în timp apar doar în ceea ce privește calitatea, tipul și structurile dinamicii macroeconomice.

Problemele dezvoltării economico-sociale interacționează tot mai puternic în timp și spațiu și în contextul creșterii rolului ansamblului economiei asupra părților sale componente. Efectul de antrenare a progresului tehnico-științific în plan național și internațional relevă diminuarea importanței relative a piețelor concurențiale locale, crescând rolul piețelor naționale, regional-internaționale și mondiale. O asemenea mutație reflectă și globalizarea unor *fenomene grave* cum sunt sărăcia, degradarea mediului înconjurător, pierderea încrederii în instituții, extinderea necontrolată a urbanizării, nesiguranța ocupării unui loc de muncă, inflația, șomajul etc.

Știința economică este solicitată să includă tot mai mult în domeniul sau de studiu fenomenele și procesele economice la scara macroeconomică, regională și chiar mondială. Teoria creșterii economice studiază procesele economice în dinamica lor pe termen lung, cauzele dezvoltării în perspectiva economiei, condițiile ce trebuie îndeplinite pentru realizarea echilibrului dinamic, precum și alegerea strategiei care să asigure traiectoriile cele mai favorabile ale indicatorilor macroeconomici. Ea are ca obiectiv sporirea producției în vederea satisfacerii mai bune a trebuințelor umane.

Dintotdeauna, oamenii au considerat că, sporind bunurile materiale și serviciile, adică realizând creșterea economică, au pe ce să-și bazeze îmbunătățirea nivelului de trai. De aceea, de-a lungul dezvoltării societății, oamenii au realizat creșterea economică fără însă să o denumească în acest fel.

Notiunea de *creștere economică* a fost introdusă de economistul englez Roy F. Harrod în 1939, iar primele căutări teoretice încep în anii '30, când criza economică a determinat schimbarea preocupărilor economiștilor de la analiză microeconomică spre analiza problemelor macroeconomice în scopul găsirii factorilor creșterii economice pe termen lung și a unor soluții pentru politica economică.

Teoria creșterii economice, ca o componentă a științei economice contemporane, deși s-a conturat după cel de-al doilea război mondial, își are originea în secolul al XVIII-lea. Prima abordare sistematică a evoluției vieții economice de ansamblu și primul model cantitativ, numeric al conexiunilor reproducției, sunt realizate de economistul clasic francez Francois Quesnay, în celebra sa lucrare “Tabloul economic”.

Studierea unor probleme macroeconomice a fost continuată de reprezentanți ai economiei politice clasice, A. Smith și apoi de D. Ricardo. Ei au elaborat *concepțiile* privind diviziunea muncii la scara societății, înzestrarea economiei naționale cu factori de producție, schimburile economice internaționale.

Resursele creșterii economice reprezintă potențialul de substanțe minerale utile (minereuri, hidrocarburi etc.), potențialul uman (populația în vârstă de muncă), de cercetare științifică, financiar

etc.de care dispune societatea la un moment dat. Din resurse se creează *factorii creșterii economice* care sunt utilizați și care determină posibilitățile reale de dezvoltare a societății. Factorii creșterii economice sunt componentele ce participă direct în procesele de producție, determinând ritmul și eficienta acestora.

Pentru delimitarea *conceptului de creștere economică*, în literatura de specialitate se fac comparații între acesta și alte concepte: dezvoltare economică, progres economic, expansiune, reproducție, etc. Creșterea economică exprimă procesul complex de evoluție de lungă durată, care se manifestă printr-o mărire a dimensiunilor caracteristice ale unei economii naționale. Pentru a exista creștere, nu este suficient doar ca producția să crească, ci este necesar ca mișcarea ascendentă să fie durabilă. Din acest punct de vedere, al perioadei în care are loc creșterea economică, ea nu se identifică cu *expansiunea*, ca fază a ciclului economic, aceasta desemnând mișcarea de sporire a producției naționale pe termen scurt (reversibilă), în timp ce creșterea economică desemnează un fenomen pe termen lung, o mișcare ascendentă a unor indicatori macroeconomici (creșterea PIB, a venitului național, etc.) pe o perioadă îndelungată. Scăderea temporară a producției nu înseamnă oprirea creșterii; în special recesiunile sunt parte integrantă a creșterii economice. Creșterea economică include atât expansiunea, cât și recesiunea din mai multe cicluri economice succesive. Creșterea economică există dacă aceasta sporire este fundamentată pe rolul investițiilor nete în creștere, modificării calificării mâinii de lucru, încorporării progresului tehnico-economic prin noile mașini, obiceiurile noi de consum, etc.

Pe baza realităților contemporane și ținând seama de noile achiziții ale științei economice, s-a recurs la caracterizarea procesului creșterii economice în două planuri, în două registre cum ar spune unii specialiști din alte domenii.

În sens larg, creșterea economică semnifică ansamblul modificărilor (positive, negative, zero) ce au loc, într-un orizont de timp și într-un spațiu, în dimensiunile rezultatelor macroeconomice.

În sens restrâns, creșterea economică constă în sporirea cantitativă a activităților și rezultatelor acestora pe ansamblul economiei (naționale) și pe diferitele subsisteme în strânsă legătură cu factorii care contribuie la această sporire.

Indicatorii de exprimare a creșterii economice sunt, de fapt, indicatorii rezultativi macroeconomice. Deci, se au în vedere ieșirile (output-urile) macroeconomice, nu intrările (input-urile) în activitățile private la nivel general. În context, este de remarcat că are în vedere doar sensul general pozitiv al procesului, chiar dacă, în mod conventional, se folosesc și termeni de creștere zero și de creștere negativă.

Esența creșterii poate fi conturată și mai bine printr-o analiză comparativă a acesteia cu alte procese ce exprimă dinamica macroeconomică, cum sunt: dezvoltarea economică și progresul economic.

Realizarea unui ritm optim de creștere economică presupune optimizarea tuturor elementelor sistemului, printre care și crearea unui raport optim între producție și consum. Creșterea economică trebuie să se bazeze pe echilibrul dintre creșterea producției (bazată pe investiții și sporirea productivității factorilor) și a consumului (bazată pe creșterea veniturilor, ca rezultat a creșterii productivității muncii).

O componentă de bază a teoriei creșterii economice este și elaborarea de *modele de utilizare și combinare a factorilor de producție* care să asigure o eficiență economică maximă, având în vedere și protecția mediului înconjurător.

Modelul creșterii economice elaborat de economistul englez R. F. Harrod se bazează pe o serie de variabile independente (creșterea populației, progresul tehnic, creșterea productivității muncii) și variabile dependente (rata creșterii economice și necesarul de acumulare de capital pentru investiții), urmărind determinarea necesarului de capital pentru a obține o anumită creștere a venitului național.

Cu ajutorul modelului, Harrod încearcă să rezolve anumite probleme tehnico-economice legate de corelația dintre rata creșterii venitului național și investiții, respectiv acumularea necesară, în condițiile date de progresul tehnic, precum și să explice diferite manifestări ale instabilității și cauzele dezechilibrelor, ale crizelor economice.

Creșterea economică poate avea *caracter* extensiv sau intensiv. Creșterea economică extensivă reprezintă o creștere obținută în principal prin mărirea volumului factorilor de producție folosiți, în timp ce creșterea economică intensivă înseamnă creșterea producției naționale prin îmbunătățirea calității și folosirea mai eficientă a factorilor de producție.

2. Forme de implicare ale statului în economie

Implicarea statului în economie se face în următoarele *ipostaze*:

- de producător și consumator;
- partener la operații de schimb;
- titular unic de emisiune monetară;
- realizator al protecției sociale;
- responsabil al executării bugetului.

Formele implicării statului în economia de piață sunt:

1. Statul reprezintă puterea publică instituționalizată pe plan național, asigurând cadrul legislativ, juridic pentru desfășurarea activității economice;

2. Furnizează servicii colective agenților economici fără contraprestație directă, deci acele servicii sunt plătite de la bugetul statului;

3. Administrația publică își asumă riscul unor acțiuni (care în mod tradițional erau specifice celorlalți agenți), precum:

- cercetare științifică;
- activități din domeniul bancar;
- activități din sectorul public;
- achiziționarea de armament.

4. Concepe și pune în aplicare politici economice, susținând economia, acordând subvenții, mediind conflicte de muncă.

Ca *direcții* ale intervenției statului regăsim astfel, două:

- la nivel macroeconomic - ca direcție fundamentală – statul se ocupă de înlăturarea unor dezechilibre economice precum inflația, șomajul, criza, stimulează relansarea economică, ia măsuri de protecție socială;

- la nivel microeconomic, fixează limitele unor prețuri, limitele minime ale salariilor, administrează proprietatea publică.

Oricare din cele două direcții de intervenție este pusă în discuție, importanță prin faptul că în măsurile adoptate trebuie subordonate activității agenților economici privați și jocului pieței.

Limitele care stabilesc gradul implicării statului în economie sunt:

- a) raportul de interese – foarte fragil – pro sau contra intervenției statale;
- b) respectarea libertății agenților economici (a liberei inițiative);
- c) respectarea autonomiei organelor locale și centrale ale administrației de stat.

Între pârghiile sau mijloacele de intervenție posibil de folosit menționăm: bugetul central și local, sistemul fiscal, creditele, programarea economică.

3. Politicile macroeconomice :modalitate de intervenție a statului în economie

Prin *politică economică* se înțelege ansamblul măsurilor pe care le ia statul pentru a influența și dirija viața economică.

Aceste măsuri se referă atât la comportamentul autorităților publice centrale, cât și la cel al administrației de la eşantioanele inferioare, din profil departamental sau teritorial.

O distincție importantă care trebuie făcută în legătură cu politica economică este cea dintre *politica de conjunctură* și *politica de structură*. În timp ce prima vizează în special aspectele cererii, axându-se pe influențarea compoziției nivelului cheltuielilor sectorului public și privat (prin intermediul, de exemplu, a grevării sau degrevării cu un procent determinat a diferitelor impozite și

taxe , în scopul descurajării sau încurajării unor cheltuieli), cea de-a doua vizează îndeosebi oferta procesului economic, urmărind influențarea volumului și naturii constituirii capitalului, a calității muncii, a evoluției tehnice și a structurii vieții industriale. Adesea aceste două tipuri de politici economice pot fi în contradicție.

Printre obiectivele majore ale politicii guvernamentale se pot enumera:

- controlul șomajului sau realizarea unei piețe a forței de muncă echilibrate;
- controlul inflației sau asigurarea unui nivel de prețuri stabil;
- realizarea unei balanțe de plăți echilibrate sau favorabile;
- distribuirea echitabilă a veniturilor;
- creșterea echilibrată a economiei în general;
- asigurarea protecției mediului înconjurător (deși acesta din urmă ar putea fi încadrat în obiectivul anterior, cel al creșterii echilibrate, care presupune printre altele și apărarea mediului înconjurător prin evitarea poluării solului, apelor și aerului).

Statului îi revin însă și importante alte sarcini, care se concretizează în noi obiective, vizând în mod deosebit *corectarea lipsurilor pieței*, prin diferite modalități, căi și instrumente de intervenție a guvernului în economie. Printre aceste alte obiective pot fi enumerate:

- a) asigurarea așa numitelor “bunuri publice” (public goods), cum ar fi apărarea;
- b) asigurarea acelor așa-numite “bunuri de preț” (merit goods) și servicii, cum ar fi apărarea sănătății; reglementarea circulației și utilizării bunurilor dăunătoare, ca de exemplu drogurile;
- c) ajustarea externalităților, adică a acelor acțiuni ale agenților care afectează nu numai situația lor proprie, ci și pe a celorlalți. Guvernul poate încerca să diminueze externalitățile negative, cum ar fi poluarea, sau să încurajeze situațiile producătoare de externalități pozitive, cum ar fi, de exemplu, sănătatea publică;

Aplicarea analizelor cost-beneficii la scară macroeconomică, pe care doar guvernul o poate realiza, datorită capacității sale de a evalua în mod global costurile și beneficiile unei decizii macroeconomice. În felul acesta pot fi stabilite prioritățile concurente ale unor obiective, în cazul în care rezolvarea unora poate conduce la agravarea altora (cum sunt, de exemplu, inflația și șomajul).

4. România în contextul integrării în U.E.

Strategia de dezvoltare a PND 2007-2013 este o reflectare a nevoilor de dezvoltare a României, în vederea reducerii cât mai rapide a decalajelor existente față de UE. Strategia PND 2007-2013 se axează atât pe orientările strategice comunitare privind coeziunea, cât și pe prioritățile Agendei Lisabona și obiectivele de la Göteborg, respectiv creșterea competitivității, ocuparea deplină și protecția durabilă a mediului.

România se afla în anul 2004, din punct de vedere al PIB /locuitor², la cca. 31% din media UE. Având în vedere acest decalaj considerabil față de nivelul mediu de dezvoltare din Uniune, precum și rolul PND de instrument dedicat reducerii acestor disparități, a fost stabilit **Obiectivul Global** al PND 2007-2013: „*Reducerea cât mai rapidă a disparităților de dezvoltare socio-economică între România și Statele Membre ale Uniunii Europene*”. Conform estimărilor realizate, România ar putea recupera până în anul 2013 cca. 10 puncte procentuale din decalajul general față de UE, ajungând la cca. 41% din media UE.

Obiectivul global se sprijină pe trei **obiective specifice**:

- Creșterea competitivității pe termen lung a economiei românești ;
- Dezvoltarea la standarde europene a infrastructurii de bază ;
- Perfecționarea și utilizarea mai eficientă a capitalului uman autohton ;

În vederea atingerii obiectivului global și a obiectivelor specifice și pornind de la aspectele identificate în etapa de analiză socio-economică, au fost formulate **sase priorități naționale de dezvoltare pentru** perioada 2007-2013:

1. Creșterea competitivității economice și dezvoltarea economiei bazate pe cunoaștere ;

2. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii de transport;
3. Protejarea și îmbunătățirea calitatii mediului ;
4. Dezvoltarea resurselor umane, promovarea ocupării și incluziunii sociale și întaririi capacității administrative;
5. Dezvoltarea economiei rurale și creșterea productivității în sectorul agricol;
6. Diminuarea disparităților de dezvoltare între regiunile țării.

Stabilirea unui număr limitat de priorități este de natură să asigure concentrarea resurselor disponibile pe realizarea acelor obiective și măsuri cu impact maxim asupra reducerii decalajelor față de Uniunea Europeană și a disparităților interne. Trebuie precizat, însă, că în interiorul acestor priorități sunt abordate numeroase domenii / sectoare de intervenție specifice, cum ar fi educația, sănătatea, energia, sectorul comunicații și IT, prevenirea riscurilor naturale etc.

Pe baza domeniilor acoperite de prioritățile sus formulate, autoritățile române și Comisia Europeană au stabilit, în cadrul negocierilor la Capitolul 21, viitoarele Programe Operaționale prin intermediul cărora se vor gestiona Fondurile Structurale și de Coeziune.

Domeniile prioritare, fără a fi ordonate din punct de vedere al importanței, sunt:

a. Tehnologiile societății informaționale

Tehnologia societății informaționale reprezintă atât un suport transversal pentru toate sectoarele economiei, cât și o industrie (Tehnologia informațiilor și comunicații –TIC) cu un dinamism extraordinar. Ca urmare, inițiativa i2010 - O societate europeană informațională pentru creșterea economică și ocuparea forței de muncă recomandă statelor membre dublarea cercetării în domeniul TIC. Chiar dacă în România societatea informațională are un decalaj de dezvoltare de câțiva ani față de Uniunea Europeană, sectorul software s-a dovedit foarte activ, devenind unul dintre cele mai competitive ale economiei. În acord cu obiectivele cuprinse în Strategia Națională de Export referitoare la domeniul TIC, perioada 2007 – 2013 impune o creștere a capacității sectorului de CDI referitor la tehnologiile informației și comunicațiilor de a răspunde nevoii industriei românești de oferire a unor produse și servicii noi și de a profita de tendințele de externalizare graduală a activităților de concepție și inovare ale clienților internaționali, trecând treptat de la exportul de software și servicii de valoare mică la concepția de produse și servicii informatice noi, cu valoare adăugată ridicată. De asemenea, cercetarea va trebui să susțină și o angrenare a sectorului TIC în recuperarea decalajului în dezvoltarea societății informaționale din România. Obiectivele cercetării vor avea în vedere dezvoltarea tehnologiilor și instrumentelor în scopul realizării unor sisteme și aplicații informatice performante, deschise, eterogene, scalabile, tolerante la defectări și cu o bună conectivitate între utilizatori și resurse, dezvoltarea tehnologiilor support necesare creării unei infrastructuri naționale integrate de comunicații, dezvoltarea unor metode și sisteme de inteligență artificială, realizarea de produse bazate pe cercetări în nanoelectronică, fonică, micro- și nanosisteme, din gama componentelor și sistemelor inteligente.

b. Energie

Sectorul energetic românesc, parte integrantă a infrastructurii, influențează în mod decisiv dezvoltarea economică și socială a țării. Uniunea Europeană și-a propus ca până în 2010, 21% din electricitate să fie obținută din surse regenerabile, iar o nouă directivă vizează o reducere cu 9% a intensității energetice în următorii ani. Potrivit documentului de Politică Energetică a României 2006-2009 intensitatea energetică în România este de circa 4 ori mai mare decât media UE. România dispune de un potențial important de resurse regenerabile: energie hidroelectrică, biomasă, energie solară, eoliană și geotermală. Racordarea la obiectivele europene, dar și interesul direct în rezolvarea acestor probleme complexe reclamă un efort de CDI, efort complementar direcției de acțiune “Îmbunătățirea eficienței energetice și dezvoltarea sustenabilă a sistemelor energetice” inclusă în Cadrul Strategic Național de Referință 2007-2013. Obiectivele cercetării pentru perioada 2007 – 2013 vizează elaborarea de concepte, tehnologii, produse care să contribuie la satisfacerea necesarului de energie la un preț cât mai scăzut, inclusiv prin utilizarea de noi surse energetice și îmbunătățirea procesului decizional, creșterea competenței tehnologice și promovarea transferului de cunoștințe și tehnologii în domeniul energetic, vizând satisfacerea necesarului energetic al unei

economii moderne și al unui standard de viață civilizat, în condiții de calitate și siguranță în alimentare, cu respectarea principiului dezvoltării durabile.

c. Mediu

Dezvoltarea economică generează o presiune imensă asupra mediului, iar decuplarea celor două presupune soluții tehnice tot mai complexe, care au ajuns să reprezinte în sine o industrie. Inovarea poate contribui la reducerea poluării și respectiv la atingerea obiectivului Protocolului de la Kyoto prin care România s-a angajat la o reducere cu 8% a emisiilor de gaze cu efect de seră în perioada 2008-2012 (față de 1989). Vor fi susținute cercetări privind influența schimbărilor climatice asupra ciclului hidrologic, menționate în Strategia Națională de Management al Riscului de Inundații. Cercetarea și dezvoltarea vor putea contribui la atingerea obiectivelor Strategiei Naționale de Gestionare a Deșeurilor. În pregătirea și implementarea planului național privind managementul ariilor protejate se va putea ține cont de contribuția importantă pe care o are activitatea de cercetare și dezvoltare în realizarea obiectivelor stabilite. CD poate contribui la o dezvoltare spațială echilibrată și prin integrarea și cooperarea în cadrul sistemului european de cercetare în domeniu, care este coordonat prin programul ESPON (European Spatial Planning Observatory Network). Obiectivele cercetării și dezvoltării pentru perioada 2007 – 2013 vizează: crearea de tehnologii curate de produs și proces, cu aplicare în mod special în transporturi și producerea energiei, precum și a mecanismelor economice și sociale de implementare a acestora; crearea unor noi tehnologii ecoeficiente de valorificare a deșeurilor, prin utilizarea analizei ciclului de viață a produselor în evaluarea impactului asupra mediului; crearea suportului științific și tehnologic pentru conservarea, reconstrucția și consolidarea diversității biologice și ecologice; dezvoltarea cunoașterii în domeniul amenajării teritoriului prin evidențierea fenomenelor, a impactului diferitelor politici și identificarea modalităților de obținere și propagare a dezvoltării spațiale, într-o manieră durabilă.

d. Sănătate

Sănătatea reprezintă o dimensiune cu impact deosebit asupra societății atât prin participarea la calitatea vieții cât și prin contribuția la rata de activitate a populației. Proporția încă ridicată a cheltuielilor societății pentru asigurarea calității vieții pacienților cu boli cronice (cardiovasculare, cerebrovasculare, neurogenerative etc.) solicită în mod deosebit activitatea de cercetare cu ținte foarte precise. Atingerea acestor ținte de “cercetare aplicată” este imposibilă fără o dezvoltare corespunzătoare a cercetării proceselor fundamentale biopsihologice. Obiectivele cercetării biomedicale pentru perioada 2007-2013 în România corespund în mare măsură obiectivelor europene și internaționale și vizează tot mai mult integrarea și respectarea normelor din spațiul european al cercetării. Una din necesitățile imperioase ale cercetării românești în vederea atingerii unui nivel de competitivitate european este, în primul rând, dezvoltarea zonelor în care există resurse umane și materiale confirmate de rezultatele obținute și recunoscute conform criteriilor internaționale și apoi abordarea cât mai rapidă a noilor domenii. Pentru eficientizarea cercetării, o preocupare deosebită rămâne încă dezvoltarea infrastructurii, a resursei umane și a comunicării și selectarea riguroasă a direcțiilor de cercetare. Pentru perioada 2007-2013, cercetarea se va orienta către dezvoltarea cunoașterii sistemelor biologice integrative ale ființei umane; mecanisme de adaptare ale organismului uman la dinamica factorilor de mediu biologic și psihosocial; metode de investigație și intervenționale bazate pe medicina moleculară și celulară, genomică și proteomică; terapii moderne orientate spre suportul chimic, genetic și celular și standardizarea lor conform normelor bioetice; dezvoltarea interfeței creier-mașină în scopul investigației și recuperării în afecțiunile neurologice; implementarea de noi metode de prevenție și intervenționale, la nivel național, arondate la spațiul european de operare.

e. Agricultură, securitatea și siguranța alimentară

Agricultura și industria alimentară din România dețin un potențial remarcabil. România ocupă unul dintre primele locuri în Europa ca suprafață agricolă și arabilă și, cu toate că aproape 40% din populația activă lucrează în agricultură, contribuția acesteia la PIB este de numai 13-15%. În același timp, peste 14.500 de firme activează în industria alimentară din România (5% din forța de muncă). Agricultură durabilă este o agricultură viabilă din punct de vedere economic, care

răspunde exigențelor cererii de alimente sănătoase și de calitate superioară, care garantează conservarea și reabilitarea resurselor naturale. Cercetarea științifică agricolă, prin natura obiectului de cercetare - sol, plantă, animal - trebuie să ofere produse biologice de înaltă valoare, materii prime, tehnologii, cunoștințe adecvate, care să contribuie la promovarea agriculturii durabile și dezvoltării rurale, la creșterea securității alimentare și a siguranței alimentului în concordanță cu cerințele generale și specifice ale pieței. În aceste condiții, obiectivul cercetării este de a dezvolta tehnologii care să acopere întregul lanț alimentar (de la sol până la consumator - „from farm to fork”) și de a răspunde cerințelor specifice ale consumatorilor („from fork to farm”), prin soluții și concepte științifice conforme principiilor agriculturii durabile și asigurării nutriției corespunzătoare și siguranței alimentare.

f. Biotehnologii

Biotehnologia va marca secolul XXI prin impactul deosebit pe care îl va avea atât asupra dezvoltării cunoașterii, cât mai ales asupra evoluției și calității vieții. Cercetările vor fi orientate spre descifrarea mecanismelor celulare, înțelegerea profundă a inteligenței naturale și spre modalitățile de interfațare eficientă cu natura. Pornind de la cerințele de hrană și până la asigurarea sănătății umane, biotehnologia va furniza instrumente și tehnologii curate pentru o evoluție durabilă a speciei umane. Industria alimentară, agricultura, mediul, industria farmaceutică, sănătatea, bio-economia în general vor beneficia de rezultatele cercetărilor inter și transdisciplinare din domeniul biotehnologiilor. Cercetările din domeniul biotehnologiei, bioingineriei vor deschide noi fronturi ale cunoașterii mecanismelor vieții cu impact asupra noilor sisteme bioingineresti, sisteme inteligente și cognitive pentru modelarea, conducerea și monitorizarea proceselor complexe. Interacțiunea biotehnologiei cu principalele domenii ale cunoașterii va genera noi cercetări indisciplinare cu impact major asupra dezvoltării globale durabile.

g. Materiale, procese și produse inovative

Trecerea de la competitivitatea bazată pe factori (muncă, resurse naturale) sau investiții la cea bazată pe inovare presupune dezvoltarea capacității de cercetare în domenii de înaltă tehnologie (high-tech) generatoare de valoare adăugată, cu potențial de export și antrenare a altor sectoare productive. Din această categorie fac parte domenii precum: materiale avansate, tehnologii avansate de conducere a proceselor industriale, tehnologii și produse mecanice de înaltă precizie, sisteme mecatronice precum și produse și tehnologii inovative destinate transporturilor. Obiectivele cercetării pentru perioada 2007 – 2013 vor presupune dezvoltarea de materiale avansate noi, capabile să asigure performanțe sporite produselor și echipamentelor; creșterea competitivității produselor și proceselor prin automatizare și proiectare integrată; conceperea și dezvoltarea de noi tehnologii și produse mecanice de înaltă precizie precum și de sisteme mecatronice competitive pe piața internațională; creșterea eficacității și eficienței sistemului de transport prin îmbunătățirea performanțelor componentelor - infrastructuri, mijloace de transport, sisteme informatice - realizabilă prin dezvoltarea de tehnologii concordante cu caracteristicile temporale și spațiale ale cererii de transport, vizând intermodalitatea ca soluție integratoare.

h. Spațiu și securitate

Cercetările și dezvoltarea tehnologică în domeniul spațial și cel al securității sunt domenii noi, cu profund caracter multidisciplinar, a căror dezvoltare și apropiere sunt generate atât de evoluțiile tehnologice, cât și de reconfigurarea securității globale în ultimele decenii. Conjugate cu tehnicile aerospațiale și militare, reprezintă capacități de prim ordin ale statelor mari și mijlocii, fiind de asemenea priorități tratate împreună în UE și NATO. În România, existența unui sector industrial, tehnologic și de cercetare cu semnificație, potențată de apartenența țării ca stat membru cooperant la Agenția Spațială Europeană (ESA), și reprezentarea unitară la organizațiile de profil euroatlantice constituie atât piață cât și driver pentru orientarea eficientă și pe termen lung a topicilor de cercetare și dezvoltare tehnologică. Strategia spațială europeană, corelată cu politica comună de securitate și apărare, au impus menționarea programului spațial european în Tratatul constituțional și finanțarea celor două teme în Programul CDT Cadru 7 al UE, în corelare cu ESA, respectiv EDA. Pe lângă contribuția la dezvoltarea științei și a capacității științifice naționale, produsele și tehnologiile rezultante au o piață specializată atât pentru instituțiile publice de

competență, cât și prin aplicații în servicii comerciale precum localizare / navigație / informație geografică / securitate personală, precum și în sectoarele industriei aeronautice și traficului aerian. Programele europene GMES (monitorizare globală pentru mediu și securitate), Galileo (navigație prin satelit) și LPIS (controlul subvențiilor agricole prin informație aerospațială) reprezintă un suport și un client consecvent pentru cercetări derulate în aceste domenii. Obiectivele cercetării cuprind realizarea de cercetări de explorare, aplicații și tehnologii spațiale, aerospațiale și de securitate, generate de programele internaționale majore, de necesități specifice de utilizare la nivel național și de dezvoltarea de nișe tehnologice identificate. Obiectivele specifice ale cercetării multidisciplinare conduc spre realizarea de produse științifice, tehnologice și socio-economice prin explorarea și utilizarea spațiului și dezvoltarea tehnologiilor spațiale, aerospațiale și de securitate orientate spre domeniile cu relevanță cuprinse în strategiile naționale și europene.

i. Cercetări socio-economice și umaniste

Dezvoltarea pe termen mediu și lung a unei țări presupune dincolo de realizarea de tehnologii și produse, elaborarea unor constructe și abordări în cadrul cărora să poată fi asigurat echilibrul structural necesar egalității de șanse, valorificării optime a resurselor și în general sustenabilității subsistemelor sale. România, țară care și-a propus un traiect rapid spre asigurarea convergenței socioeconomice cu Uniunea Europeană, are nevoie de contribuția științelor sociale și economice pentru a-și asigura adaptarea rapidă a sistemului de educație, a calității ocupării și locuirii, a culturii organizaționale, a capacității de absorbție adecvată a tehnologiei, simultan cu asigurarea egalității de șanse.

În perioada 2007 – 2013, cercetarea în domeniu va trebui să aibă în vedere: identificarea și soluționarea principalelor probleme sociale din educație, locuire și ocupare a forței de muncă în vederea elaborării, implementării și evaluării unor proiecte de dezvoltare locală, comunitară, regională sau națională, centrate pe creșterea bunăstării indivizilor; elaborarea de modele de diminuare a inegalităților socio-umane și a disparităților regionale; valorificarea și dezvoltarea patrimoniului cultural național, cu impact în special asupra turismului cultural și a industriilor creative; analiza impactului social și cultural al tehnologiilor, în special al celor de comunicare; elaborarea de noi metode manageriale, de marketing și dezvoltare antreprenorială pentru competitivitatea organizațională; identificarea principalelor probleme micro, mezo și macroeconomice cu care se confruntă România în contextul internaționalizării și elaborarea de modele și metode pentru soluționarea lor.

Bibliografie:

1. Ciucur D., Gavrilă I., Popescu C. - Economie, Editura Economică, București. 2001.
2. Iordache S, Lazăr C. - Curs de economie politică, Editura Economică, București, 1999.
3. Niță Dobrotă - Economie politică, Editura Economică, București, 1995.
4. *** - Planul Național de Dezvoltare, 2007-2013, Guvernul României, București, 2006.
5. *** - Strategia post-aderare a României, Guvernul României, București, 2006.
6. www.fseromania.ro ;
7. www.9AM.ro

CEREREA DE FORȚĂ DE MUNCĂ. CARACTERISTICI ȘI TENDINȚE

Student: Nicoleta ȚINTOIU

Anul I, Marketing

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Tiberiu AVRĂMESCU

1. Cererea de muncă – concept

Cererea de forță de muncă – reprezintă nevoia reală de muncă salariată care se formează la un moment dat într – o economie. Cererea de economie depinde de ritmul de creștere economică, de nivelul și dinamica productivității muncii, de structura producției și activităților economico – sociale, de formele de ocupare și regimul ocupării etc. Aceasta se exprimă prin numărul de locuri de muncă și nu include activitățile realizate de femeile casnice, militarii în termen, studenții și alți nesalariați.

Este necesar să se realizeze distincția dintre nevoia de muncă (adică necesarul virtual al volumului total de muncă) și cererea de muncă (adică necesarul real al volumului de muncă, condiționat de efectivitatea locurilor de muncă).

Cererea de muncă provine din partea firmelor care angajează, pe bază de contract, lucrători specializați în diferite domenii de activitate, la un anumit preț al muncii, numit salariu. Cererea de pe piața muncii se constituie ca o sumă a cererilor individuale. Cererea de muncă este o cerere derivată, ea fiind determinată de cererea de bunuri rezultate din utilizarea muncii.

Fiind o cerere derivată, toți factorii care influențează elasticitatea cererii de pe piața diferitelor bunuri influențează în aceeași direcție elasticitatea cererii de muncă. Prin urmare, *factorii care influențează elasticitatea cererii de muncă* sunt:

a. *Cererea de produs finit.* Dacă cererea pieței pentru produsul finit este elastică, tot așa va fi și cererea pentru factori (când elasticitatea cererii în funcție de preț pentru un produs este mare, la o creștere a prețului are loc o reducere a producției, ceea ce va determina scăderea numărului de angajați).

b. *Posibilitatea de substituire cu alți factori.* Pe măsură ce salariul crește, firmele vor încerca înlocuirea acestui factor cu altul mai ieftin. Aceasta va determina reducerea numărului de angajați. Prin urmare, posibilitatea substituirii muncii cu alți factori va determina o elasticitate mai mare a cererii de muncă;

c. *Ponderea muncii în costurile totale ale producției.* Cu cât ponderea muncii în costurile totale ale producției va fi mai mare, cu atât cererea de muncă va fi mai elastică.

d. *Timpul.* Pe diferite segmente ale pieței muncii, atât cererea cât și oferta sunt mai elastice pe o perioadă mai îndelungată de timp decât pe o perioadă scurtă de timp , deoarece, în cazul cererii, firmele au nevoie de o perioadă mai îndelungată de timp pentru a substitui unele profesii sau de a înlocui munca cu capitalul.

2. Tipuri de cerere de forță de muncă. Capacitatea de absorbție a forței de muncă.

Spre deosebire de oferta de forță de muncă, poate fi estimată (evident în lipsa unor evenimente catastrofale), cererea de forță de muncă este un fenomen cu caracter neliniar, fiind extrem de susceptibilă la modificări.

În susținerea acestei afirmații avem în vedere domeniul vast al meseriilor și profesiilor care este deosebit de sensibil la schimbările tehnologice, precum și în ceea ce privește conducerea și organizarea producției, cu implicații în politicile economice și sociale. Totodată nu trebuie neglijat

impactul unor factori conjuncturali, interni și internaționali care țin de psihologia și comportamentul agenților economici și a persoanelor cu o anumită experiență în exercitarea unei ocupații formale.

Cererea de lucrători va tinde să se autonomizeze de ofertă în momentul în care se renunță la tiparul tradițional al ocupării forței de muncă în economia casnică. Aceasta se datorează afirmării și consolidării unui nou tip de model economic, bazat pe erodarea structurilor casnice, familiale de tip preponderent agricol. Astfel vor intervenii mari deplasări în ocupare al unor însemnate contingente de lucrători din mediul rural în activități non-agricole ce aduc în centrul atenției problema atragerii și utilizării forței de muncă pentru meserii noi, în special cu caracter industrial și comercial.

În acest sens, *cererea de forță de muncă are drept conținut necesarul de lucrători în diferite meserii și profesii, într-un anumit areal geografic și interval de timp*. În termenii pieței, acest necesar rămâne o noțiune potențială, atâta timp cât nu acționează instrumente sau pârgii prin care să o transforme în cerere efectivă.

Printre aceste pârgii se află:

- ritmul și amploarea apariției de noi locuri de muncă pe cale investițională;
- mărimea salariilor și a altor stimulente materiale;
- motivațiile personale legate de conținutul muncii, de calitatea condițiilor de muncă și de infrastructură creată;
- facilități legate de modul de viață.

Având în vedere ca între un lucrător potențial și ocuparea unui loc de muncă se interpune, de regulă, un anumit agent economic (cu excepția persoanelor care lucrează pe cont propriu), putem afirma că cererea de forță de muncă este expresia voinței și nevoii acestuia de a achiziționa factorul de producție muncă.

Astfel, distingem următoarele tipuri de cerere de forță de muncă:

Cererea economică care pune în evidență necesarul de lucrători pentru a realiza în condiții rentabile un anumit produs sau serviciu sau o gamă a acestora. Principalul element ce definește cererea economică este achiziționarea și utilizarea forței de muncă, în corelație cu beneficiul care se obține. Condiția esențială de manifestare a acestui tip de cerere rezidă în existența unor posibilități alternative de selecționare și utilizare a forței de muncă. Dacă am presupune că o economie solicită numai un număr constant de lucrători și numai într-o singură meserie (profesie), atunci noțiunea de cerere economică devine un non sens. Un exemplu în acest sens îl constituie supraocuparea și subutilizarea forței de muncă. Supraocuparea poate să denote o cerere excesivă prin prisma unor costuri cu forță de muncă care nu exced beneficiul, dar pe care îl atenuează sensibil iar supradimensionarea capătă aspectul subutilizării lucrătorilor sau a șomajului deghizat.

O categorie cu totul aparte a cererii economice o reprezintă *cererea solvabilă de forță de muncă*. Aici solvabilitatea, deși ne trimite la clasică accepțiune de cerere acoperită de venituri (și de mărfuri), ni se prezintă sub o formă specifică pieței forței de muncă. Aceasta constă în manifestarea pentru anumite meserii sau profesii a unei cereri cronice neacoperite cu lucrători, fie din motive generate de nivelul salariilor practicate, fie datorate condițiilor grele sau periculoase de muncă.

În raport cu nivelul cantitativ la care se referă, cererea de forță de muncă, poate fi de trei tipuri: cerere (simplă) de înlocuire, cerere progresivă și cerere regresivă.

Aceste trei tipuri de cerere de forță de muncă sunt legate de existența fluxurilor de lucrători, în sensul că față de un moment de referință efectivul de forță de muncă se poate sau nu modifică în funcție de intrările și de ieșirile de personal.

Evident, cererea se identifică cu intrările de lucrători, sens în care ne referim la capacitatea de absorție a forței de muncă. Totodată, pentru persoanele care exercită deja o anumită ocupație, cererea se poate asimila și cu capacitatea de retenție a forței de muncă într-un spațiu economic bine determinat.

În cazul în care, toate celelalte condiții considerate egale, din punct de vedere numeric, într-o perioadă de timp dată, intrările de lucrători sunt strict egale cu ieșirile – prin transfer, întreruperi temporare de activitate din motive de ordin personal, pensionare sau deces – ne vom situa în domeniul cererii de simplă înlocuire.

În opoziție cu acest tip de cerere se află cererea progresivă și respectiv regresivă, care denotă existența unui dezechilibru între intrări și ieșiri.

Sporirea efectivelor de lucrători la nivel microeconomic este în esență rezultatul dezvoltării producției de bunuri materiale și servicii, ceea ce presupune o ameliorare a ritmului investițional cu efect, de regulă multiplicat asupra cererii de forță de muncă. Pe de o parte, se creează posibilități de ocupare în activitățile în care se obțin bunurile de investiții iar pe de altă parte este stimulată cererea de forță de muncă la utilizatorul investițiilor. În sectorul terțiar, cererea progresivă de lucrători se află sub incidența directă a consumatorului final de bunuri și servicii.

Marile deplasări intervenite în structura sectorială a forței de muncă, care în prezent se caracterizează prin terțializarea economiei, evidențiază cât se poate de clar activitățile cu cerere progresivă, și respectiv regresivă de forță de muncă.

Rolul esențial îl joacă modificarea tehnicilor și tehnologiilor folosite în agricultură, industria extractivă, industria prelucrătoare și construcții. În aceste domenii au fost și continuă să fie aplicate tehnici și tehnologii puternic economisitoare de forță de muncă, realizându-se niveluri de productivitate și eficiență economică ridicate. Și în sectorul terțiar, pentru serviciile cu pronunțat caracter manual, cererea de forță de muncă se restrânge drastic, chiar dacă la nivel global are totuși posibilități de absorbție a lucrătorilor disponibilizați.

Pârghia investițională susține cererea progresivă de forță de muncă. Dacă prin acționarea acesteia se vine în întâmpinarea dorințelor reale ale consumatorilor, atunci între cererea economică și cea tehnologică se stabilesc suficiente puncte de intersecție. În caz contrar, pomparea nemăsurată a investițiilor consumatoare de forță de muncă în ramurile din sectorul primar și secundar aduc în prim planul discuției o cerere progresivă de lucrători, falsă sau de penalizare a economiei, o supradimensionare a cererii care duce la subutilizarea forței de muncă, cum sunt: absenteismul, fluctuația majoră a personalului angajat, utilizarea deficitară a timpului zilnic de lucru.

Din punct de vedere al determinării capacității de absorbție al pieței muncii interesează în mod special numărul total al forței de muncă necesară unui macrosistem economic și detalierea acestui necesar pe meserii și profesii la nivelul întregii economii naționale.

Desigur, existența unui anumit număr de locuri de muncă macroeconomic disponibile indică prezența unei cereri agregate insolubile sau neacoperite. Acest fapt poate fi considerat drept o oportunitate favorabilă pentru persoanele aflate în căutare de lucru. Dar, fără a preciza exact structura acestei cereri pe meserii și profesii nu se poate obține imaginea reală a solvabilității cererii.

Ca regulă general-valabilă, pe piața forței de muncă operează incomparabilitatea de sens și intensitate între cererea integral-agregată și cererea parțială, aceasta din urmă fiind specifică anumitor segmente reprezentate de sectoare, ramuri, subramuri, unități economice, meserii și profesii.

Indiferent de caracterul progresiv, regresiv sau constant al cererii integral - agregate, cererea parțială de forță de muncă înregistrează ca formă specifică de manifestare permanente creări și respectiv suprimări atât de locuri de muncă, cât și de lucrători. Din acest motiv rezultanța macroeconomică a acestor modificări nu poate fi perfect compatibilă nici ca sens și nici ca intensitate cu ceea ce se întâmplă la nivel micro și chiar mezeconomic.

Dacă ținem cont de faptul că resursele și factorii de producție înregistrează o serie de discrepanțe în profil regional, structura macroeconomică nefiind identică cu cea a diferitelor zone teritorial - administrative, atât cererea parțială economică, tehnologică, cât și cea de protecție socială se diferențiază sensibil în teritoriu, precum și între mediul urban și cel rural.

Cererea de forță de muncă înaintază înspre o mobilitate profesională ridicată. Capacitatea de a exersa în condiții economice performante o gamă mărită de meserii (profesii) este generată de modificările cererii de produse și servicii și a tehnicilor și tehnologiilor de fabricație.

Dacă luăm în considerare capitalul fix și forța de muncă, este evident că între aceste două elemente se manifestă atât relații de complementaritate (în sensul că, la un moment dat, cei doi factori contribuie simultan și în anumite proporții la obținerea unui nivel al outputului), cât și relații de substituție.

Orice modificare a prețurilor de cumpărare a forței de muncă și a fondurilor fixe induce, asupra celui care dorește să-și procure cei doi factori de producție, un comportament specific, întemeiat pe aprecieri cu privire la scumpirea sau ieftinirea celor doi factori, la abundență sau, dimpotrivă, la raritatea unui anumit factor de producție, comparativ cu un altul.

Dacă forța de muncă este abundentă, în sensul că un anumit sistem economic (firma, subramură, ramură, economie națională) își poate satisface cererea tehnologică pentru aceasta resursă la un preț convenabil, atunci, în lipsa unei disponibilități investiționale suficiente, întreprinzătorii se vor orienta cu precădere asupra achiziționării de lucrători, factorul uman substituind astfel fondurile fixe. Apare pe piață un tip de cerere denumită cerere de tip substitutor.

Dacă forța de muncă este rară, atunci cererea potențială se va transforma în cerere efectivă la un cost salarial ridicat.

În funcție de durată participării la muncă, cererea se poate manifesta atât sub formă permanentă sau temporară. Pentru aceasta din urmă distingem tipul legat de ocuparea cu timp parțial și care exercită o atracție deosebită mai ales în cazul forței de muncă feminine, ca și cea sezonieră, frecvent utilizată în agricultură în perioadele de vârf pentru strângerea recoltelor.

3. Caracteristici ale cererii de forță de muncă în România.

În continuare voi analiza particularitățile de manifestare ale cererii de forță de muncă în România, în perioada de tranziție pe care o parcurgem.

Principalii factori care influențează cererea de forță de muncă sunt:

- evoluția producției ca expresie a cererii de consum previzibile sau dorite a fi satisfăcute de către întreprinzători și autoritățile de guvernare;
- productivitatea muncii;
- investițiile;
- sistemul de gestiune al resurselor umane;
- salariile;
- durata muncii;
- evoluția prețurilor;
- puterea de cumpărare a monedei care, prin raportul capital-muncă, va determina structura producției, volumul și destinația investițiilor precum și mărirea salariilor;
- progresul tehnic și tehnologic.

Teoria economică reține următoarele corelații între cererea de forță de muncă și indicatorii economici:

- salariul real nu poate crește mai repede decât productivitatea muncii întrucât s-ar ajunge la inflație. Dacă salariul real crește mai încet decât productivitatea, se manifestă o dezinflație, crește rentabilitatea întreprinderilor, acestea pot să investească și să retechnologizeze aparatul productiv. Se accelerează substituția dintre muncă și capital deși este valabilă și încetinirea substituției pentru că munca apare relativ ieftină; se înregistrează o creștere a cererii de locuri de muncă în alte sectoare. Creșterea investițiilor sporește cererea de capital, de mijloace de producție care înseamnă în final un spor de ocupare;

- între ritmul de creștere a salariilor și rata șomajului sau cea a ocupării este o relație invers proporțională (Philips);

- salariile excesive conduc la incompatibilitatea neoclasică a ocupării;
- insuficiența cererii efective de consum și investiții este o cauză a subocupării (Keynes);
- cu cât salariul real și venitul vor crește, cu atât rata de participare la muncă scade, oferta nu mai exercită presiuni, iar cererea deși în mod direct este stopată, indirect, ea poate să sporească datorită necesității de a satisface un consum de produse în creștere.

Pentru determinarea cererii de forță de muncă este necesară cunoașterea evoluției producției (cantitativ, calitativ și mai ales în structura: produs final, stocuri, export, consum intermediar, materii prime și semifabricate) începând de la micro spre macroeconomie, făcând posibilă

determinarea consumului de muncă de diferite calificări și profesii și investițiile *necesare*. *Odată cunoscută cererea de muncă a producției, s-ar putea evalua și necesarul de forță de muncă* ce nu evoluează direct proporțional cu producția (factorii inerțiali ai sistemului, factorii sociali, educaționali și culturali care uneori au un efect important asupra consumului și cererii de forță de muncă). În anumite etape, creșterea producției, a productivității sau a investițiilor pot să nu modifice cererea de muncă decât în proporții reduse în raport cu factorii din afara sistemului productiv.

În România, cererea de forță de muncă trebuie analizată în contextul unor schimbări fundamentale. Nivelul tehnic la care se află economia românească, dar și productivitatea se situează undeva între țările dezvoltate și cele în curs de dezvoltare, în timp ce nevoile și aspirațiile de consum sunt la nivelul unor țări dezvoltate sau oricum se situează la parametri europeni. Populația românească manifestă cereri și nevoi similare cu ceea ce vede și știe că au alții. Țările dezvoltate, atunci când s-au situat la nivelul actual al României, nu cunoșteau probabil o rată a șomajului similară țării noastre și aveau piață și resurse în colonii. Bagajul cultural-științific de pregătire și calificare a forței de muncă de la noi, inclusiv sistemul mass-media, de circulație și vizualizare a informațiilor este cu totul altul față de cel cunoscut de țările dezvoltate atunci când se situau cu productivitatea la nivelul nostru actual.

Cererea de forță de muncă se manifestă în condițiile unei restructurări profunde ce presupune atât conservarea unor segmente ale producției, cât și o veritabilă revoluționare a altora. Măsurile și pârgurile de stimulare, echilibrare și consolidare a cererii de forță de muncă presupun concomitent: susținerea, dezvoltarea și menținerea motivației economice de a muncii în întreaga economie, modernizarea capacităților de producție în sectoarele viabile, recalificarea forței de muncă în alte domenii de activitate.

Prin intermediul investițiilor se reasează raportul între capital și muncă. Modificarea volumului și structurii capitalului atrage perfecționarea tehnologiilor de producție și dezvoltarea factorul uman în sensul perfecționării calificării acestuia. Pe termen lung, investiția în om apare ca cea mai sigură și mai rentabilă, transformând omul în cel mai valoros capital și anume "capitalul uman".

Menținerea și consolidarea cererii de forță de muncă în economia românească se poate realiza și prin atragerea unor surse de investiții externe.

Sursele externe de investiții sau capital pot fi folosite și reglementate fie ca investiții directe, fie în regim de credit. În următorii ani, raportul între investiții și credite externe este de mare importanță. Creditele pot afecta posibilitățile viitoare de ocupare a forței de muncă în cazul unei conjuncturi proaste a perioadei de rambursare, în timp ce investițiile directe exclusive sau prin coparticipare a agenților economici români pot răspunde lipsei actuale de fonduri interne și pot facilita menținerea sau chiar creșterea ocupării atât în prezent, cât și pe termen mediu.

O altă modalitate de soluționare a presiunii cererii de forță de muncă și de evitare a creșterii bruște și de proporții a șomajului o constituie concesiunea sau eventual închirierea pe termen limitat a unor capacități interne de producție la care nu sunt asigurate toate condițiile de exploatare. Imposibilitatea asigurării surselor de materii prime și energie pentru funcționarea unor capacități de producție atrage, pe lângă șomaj necesitatea recalificării și reconversiei profesionale a forței de muncă, ceea ce implică costuri adiționale.

Investițiile interne sau externe, publice sau private, constituie cea mai sigură bază de susținere a creșterii economice, a modificării structurii producției, a re tehnologizării economiei, a realizării, menținerii și consolidării unui raport necesar între cererea și oferta de forță de muncă. Politica de acumulări și investiții este fundamentală pentru echilibrul socio-economic viitor.

De aceea investițiile rămân principală pârgie de echilibrare economică generală.

Există situații când o parte a populației ocupate are locuri de muncă diferite de cele pentru care sunt pregătiți sau nu găsesc locuri de muncă corespunzătoare pregătirii și aspirațiilor lor. Din rațiuni diverse, o parte a celor cu pregătire superioară, de pildă pot renunța la un moment dat la un loc de muncă ce solicită o asemenea calificare și se orientează spre posturile cu exigențe mai mici.

Evident ca în asemenea situații salariile, nivelul productivității, durata muncii și alți factori devin mecanisme principale de reglare a cererii și ofertei de forță de muncă.

Între creșterea salariilor și cea a productivității muncii există un decalaj. Este necesar ca productivitatea să crească mai rapid decât salariile pentru a nu genera inflație, asigurând totodată creșterea ocupării.

Creșterea salariilor (a veniturilor în general) conduce, de regulă, la scăderea ratei de participare la muncă. În aceste condiții are loc o reducere a ratei de activitate. Pe de altă parte, veniturile mici duc la creșterea ratei de activitate în special pentru persoanele aflate în grupele de vârstă extreme ale populației active (tineri sub 20-24 ani și persoane peste 55-59 ani) și la presiuni asupra cererii de locuri de muncă. Creșterea prețurilor, la rândul ei, afectează mai ales veniturile mici (salariile și pensiile anumitor categorii) și determină accentuarea presiunii asupra nevoilor de locuri de muncă.

Nivelul redus al costului muncii (însoțit de o slabă organizare sindicală și revendicativă) constituie un factor de stimulare a investițiilor interne și în special externe și respectiv un impuls favorabil în ocuparea forței de muncă.

Salariile mari sunt incompatibile cu o ocupare completă a forței de muncă atât datorită costului pe care îl generează, dar și prin asigurarea unui venit suficient pe un membru de familie care satisface cererea de consum și deci nu presupune participarea la muncă a categoriilor extreme din structura demografică.

În realitate, funcționarea pe principii strict economice a pieței muncii este limitată de multiple constrângeri ce împiedică fluiditatea și flexibilitatea pe care pârgurile economice (investiții, salarii, prețuri, productivitate) le-ar permite. Astfel, apar limitări sau creșteri ale producției și respectiv ale prețurilor. Ajutorul de șomaj poate avea uneori și efecte negative în afara celor de protecție, în sensul că acesta odată primit îl determină pe beneficiar să nu mai accepte orice muncă, mulțumindu-se cu respectiva sursă de subzistență. Opoziția dintre factorii sociali și economici se manifestă și prin piedici la concediere. Se adoptă uneori măsuri care evită mobilitatea și migrația forței de muncă. Formarea profesională nu este întotdeauna dictată de nevoile reale și cunoscute ale sistemului economic sau se are în vedere structurile actuale care nu vor mai fi asemănătoare peste ani. Creșterea duratei medii de viață este un rezultat al factorilor economici care evoluează invers în raport cu durată muncii și cu perioada activă. Reducerea natalității nu concordă cu forțele ce reglementează piața muncii.

De multe ori echilibrul între cererea și oferta de forță de muncă la nivel de agent economic sau sector de activitate se realizează prin dezechilibrul altora la fel cum există tendințe de a echilibra cererea la unele profesii prin dezechilibrarea altora. Tot astfel, nevoile unor ramuri pot fi incompatibile cu solicitările sau oferta altora.

În ceea ce privește salarizarea, deși productivitatea rămâne permanent un arbitru sever, în țările cu economie de piață se impune tot mai mult conceptul de remunerare globală. De la politici salariale se trece la politici de venituri. În conceptul de remunerare globală se merge pe ideea că preferințele oamenilor de a muncii într-un domeniu nu se bazează numai pe avantajele monetare imediate, salariul propriu-zis fiind ajustat cu o serie de alte avantaje.

4. Analiza gradului de ocupare a forței de muncă în România

Nivelul total al ocupării forței de muncă oferă o primă măsură a cererii de forță de muncă la nivel macroeconomic.

Analizând în context macroeconomic evoluția pieței muncii în perioada 2002 - 2008, observăm că tranziția la economia de piață a influențat puternic gradul de ocupare a populației sub aspectul volumului, structurii, și a determinat adaptarea politicilor pieței muncii, în paralel cu procesul de reformă instituțională.

În condițiile accelerării restructurării și sporirii insecurității locului de muncă, pe piața muncii s-au acumulat un mare număr de probleme sociale. Ocuparea forței de muncă a devenit una

din zonele cele mai tensionate ale tranziției. România s-a confruntat cu o criză a ocupării forței de muncă, în condițiile declinului economic instalat în ultimii ani. Privatizarea și restructurarea economiei românești au influențat semnificativ piața muncii, determinând masive disponibilizări și apariția fenomenului de șomaj. Involuțiile din economie au restrâns posibilitățile de ocupare a forței de muncă; numărul populației active și ocupate, respectiv rata de activitate și de ocupare s-au redus iar șomajul s-a cronicizat.

Din punct de vedere demografic, în această perioadă, s-a înregistrat un spor natural negativ, fapt ce a generat efecte negative și asupra resurselor de muncă.

Anii	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Pop. ocup. din care:	9234	9223	9158	9147	9313	9353	9369
-masculin	5031	5057	4980	5011	5074	5116	5157
-feminin	4203	4166	4178	4136	4239	4237	4212

În continuare, vom analiza structura populației ocupate în România în perioada 2002 - 2008 după caracteristici demografice și economice.

Din punct de vedere al structurii pe sexe, populația ocupată este majoritar masculină (circa 54,48 % sunt bărbați). În ultimii ani, aceasta a crescut, scăzând rolul forței de muncă feminine în activitățile economice.

Tabelul nr. 1. Evoluția populației ocupate în România în perioada 2002- 2008

- mii persoane –

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

În perioada 2002 – 2008 se observă o ușoară creștere a populației ocupate, însă, criza economică din anul 2009 nu a mai menținut aceeași tendință de creștere, ci dimpotrivă s-au înregistrat scăderi semnificative ale populației ocupate, deci creșteri ale numărului de șomeri, iar previziunile pentru anul 2010 sunt destul de pesimiste.

În perioada analizată, populația ocupată pe sexe, a avut aproximativ aceeași evoluție, cu o creștere mai accentuată în cazul populației ocupate masculine.

Se observă o creștere a populației ocupate totale de 135 de mii de persoane, populația ocupată masculină fiind majoritară cu 126 de mii de persoane față de 9 mii de persoane reprezentând populația ocupată feminină.

Tabelul nr. 2. Structura pe sexe a populației ocupate în perioada 2002 - 2008

(%)

Anii	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Masculin	54,5	54,8	54,4	54,8	54,5	54,7	55,0
Feminin	45,5	45,2	45,6	45,2	45,5	45,3	45,0
Bărbați /Femei	119/100	121/100	119/100	121/100	120/100	121/100	122/100

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

Populația ocupată masculină prezintă o ușoară creștere începând cu anul 2006, în timp ce populația ocupată feminină este într-o ușoară scădere, începând cu același an.

Tabelul nr. 3. Structura pe grupe de vârstă a populației ocupate în perioada 2004 - 2008
(%)

<i>Grupe de vârstă</i>	<i>Total populație</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>
15 -24	100,0	10,7	9,4	8,6	8,3	8,3
25-34	100,0	27,8	27,6	27,3	27,1	26,8
35-44	100,0	24,7	25,4	26,0	26,4	26,9
45-54	100,0	23,0	23,0	23,1	22,4	21,7
55-64	100,0	8,7	9,5	10,1	10,3	11,1
65 ani+	100,0	5,1	5,1	4,9	5,5	5,2

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

Fenomenele cele mai semnificative sunt reducerea grupelor foarte tinere de vârstă (15- 24 ani) de la 10,7 % la 8,3% și a grupelor tinere de vârstă (25 – 34 ani) de la 27,8% la 26,8%, paralel cu creșterea ponderii, până aproape de 12 % a populației ocupate în vârstă (55 – 64 ani).

Tabelul nr. 4. Structura populației ocupate, în total populație, pe grupe de vârstă și medii, în anul 2008

<i>Grupa de vârstă</i>	<i>Nivel național</i>	<i>Urban</i>	<i>Rural</i>
Sub 15 ani	-	-	-
15 – 64 ani, din care:	<i>59,1</i>	<i>57,5</i>	<i>61,2</i>
15-24	<i>24,8</i>	<i>19,1</i>	<i>32,0</i>
25-34	<i>73,1</i>	<i>76,3</i>	<i>68,5</i>
35-44	<i>79,1</i>	<i>80,5</i>	<i>77,0</i>
45-54	<i>70,8</i>	<i>69,3</i>	<i>73,4</i>
55-64	<i>43,1</i>	<i>31,8</i>	<i>57,4</i>
65 ani +	<i>15,2</i>	<i>1,8</i>	<i>25,7</i>

(%)

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2009, INSSE, București

Forța de muncă rurală este constituită în mare măsură atât din populația ocupată matură (25 – 34 ani) cât și din populația ocupată în vârstă, aceasta din urmă fiind în activitate încă mult timp după vârsta de 65 de ani. În mediul urban, numai 1,8% din populația activă au peste 65 ani, în timp ce în rural ponderea acestora se apropie de 27% din populația ocupată.

Tabelul nr. 5. Structura populației ocupate pe forme de proprietate, în perioada 2002 - 2008

<i>Anul</i>	<i>Total</i>		<i>Majoritar de stat</i>		<i>Majoritar privat</i>	
	<i>Persoane ocupate</i>	<i>%</i>	<i>Persoane ocupate</i>	<i>%</i>	<i>Persoane ocupate</i>	<i>%</i>
2002	8329	100	1871	22,46	6458	77,54
2003	8306	100	1711	20,60	6595	79,40
2004	8238	100	1668	20,25	6570	79,75
2005	8390	100	1551	18,49	6839	81,51
2006	8469	100	1499	17,70	6970	82,30
2007	8726	100	1519	17,41	7207	82,59
2008	8747	100	1502	17,17	7245	82,83

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

Din punct de vedere al structurării pe forme de proprietate, populația ocupată în sectorul public s-a redus continuu, până în anul 2008, de la 22,46% în anul 2002 la 17,17 % în anul 2008, ca urmare a afirmării tot mai puternice a sectorului privat în economie.

Analizând structura populației ocupate după statutul ocupațional, se observă o creștere semnificativă în perioada 2002 – 2008 a populației ocupate care face parte din statutul social de salariat, de la 61,7% la 67,4%, paralel cu o scădere a celor care fac parte din categoria de lucrător familial neremunerat de la 15,3% la 11,8%.

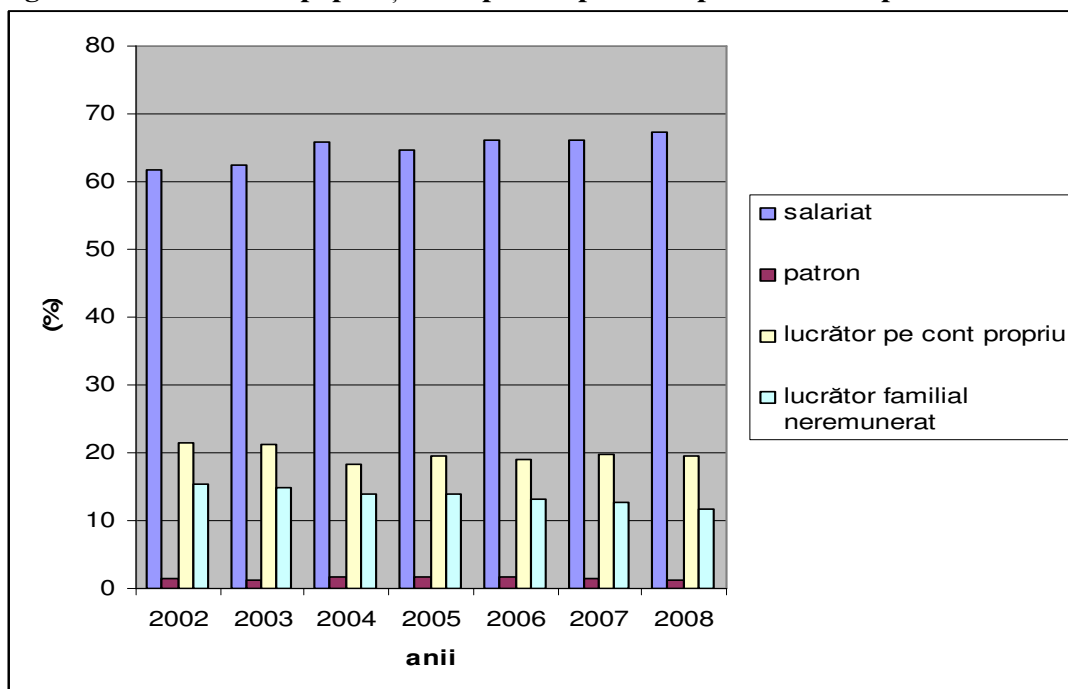
Tabelul nr. 6. Structura populației ocupate după statutul profesional, în perioada 2002 – 2008

- Total populație ocupată =100% -

<i>Anul</i>	<i>Total populație ocupată</i>	<i>Din care</i>			
		<i>Salariat</i>	<i>Patron</i>	<i>Lucrător pe cont propriu</i>	<i>Lucrător familial neremunerat</i>
2002	9234	61,7	1,5	21,5	15,3
2003	9223	62,5	1,3	21,2	15
2004	9158	65,9	1,7	18,4	14
2005	9147	64,7	1,7	19,6	14
2006	9313	66,2	1,6	19,0	13,2
2007	9353	66,2	1,5	19,7	12,6
2008	9369	67,4	1,3	19,4	11,8

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

De asemenea, în anul 2008, statutul de salariat a fost de 67,4 %, pe când statutul social de patron a fost de doar 1,3%, cel de lucrător pe cont propriu de 19,4%, iar cel de lucrător familial neremunerat de 11,8%.

Figura nr. 2. Structura populației ocupate după statul profesional în perioada 2002 – 2008

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

Tabelul nr. 7. Evoluția ratei de ocupare în perioada 2002-2008

- %-

Anul	Rata de ocupare (total)	Rata de ocupare (masculin)	Rata de ocupare (feminin)
2002	58,0	64,1	52,0
2003	57,8	64,1	51,5
2004	57,9	63,6	52,1
2005	57,7	63,9	51,5
2006	58,8	64,7	53,0
2007	58,8	64,8	52,8
2008	59,0	65,7	52,5

Sursa: Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București

Analiza ratei de ocupare pe sexe populației ocupate evidențiază faptul că în anul 2008, rata de ocupare, a crescut în anul 2008, față de 2002. În țara noastră aceasta este de peste 66% la bărbați și peste 53% la femei..

Gradul de ocupare a bărbaților a crescut în continuu de la 64,1 % la 65,7 %, iar în cazul gradului de ocupare al femeilor se observă o ușoară scădere începând cu 2006 (53,0 %) până în 2008 (52,5 %).

Bibliografie:

1. Popescu Constantin, Gavrilă Ilie, Ciucur Dumitru – Teorie economică generală. Volumul II. Macroeconomie, Editura ASE, București, 2005.
2. Ungureanu, Emilia – Economie politică, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004.
3. Ungureanu, Emilia – Economie. Microeconomie și Macroeconomie, Editura Sitech, Craiova 2009.
4. *** - Anuarul Statistic al României, 2003 – 2009, INSSE, București.
5. *** - Programul Operațional Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Guvernul României, București, 2007.
6. *** - www.insse.ro.
7. *** - www.mmssf.ro.

OCUPAREA ȘI ȘOMAJUL ÎN JUDEȚUL ARGHES

Autor: Moroiu Ana Maria

Anul I, Marketing

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Tiberiu AVRĂMESCU

1. Noțiuni teoretice privind ocuparea și șomajul

1.1. Ocuparea forței de muncă

Raportul dintre cererea și oferta de muncă prezintă o importanță esențială pentru echilibrul pieței muncii, iar prin legăturile dintre această piață și piața bunurilor și serviciilor pentru echilibrul macroeconomic.

Echilibrul macroeconomic implică, în mod necesar, și echilibrul pieței muncii, iar acesta are mare importanță economică și social – politică.

Echilibrul pieței muncii poate și trebuie să fie abordat din mai multe puncte de vedere:

a) echilibrul funcțional, care definește zona de compatibilitate a ocupării factorului muncă și creșterii productivității muncii în condiții strict determinate de producție;

b) echilibrul structural, care exprimă modul de distribuire a factorului muncă pe sectoare, ramuri, activități, calificări, profesii, pe teritorii, etc. în condițiile date ale nivelului producției, tehnicii și productivității muncii

c) echilibrul intern între nevoia socială de muncă și resursele de muncă, condiționată și acesta de nivelul producției și al productivității muncii.

Piața muncii poate fi în echilibru dacă, pentru un nivel dat al salariilor, cantitățile de muncă oferite și cantitățile de muncă cerute se echilibrează.

Piața muncii se află în dezechilibru dacă ofertele și cererile de muncă nu se echilibrează. Dacă cererea de muncă depășește oferta de muncă, piața este în situație de supraocupare, iar dacă oferta de muncă este mai mare decât cererea de muncă, piața este în situația de subocupare.

Termenul de subocupare are două înțelesuri:

- situația în care oferta de muncă este mai mare decât cererea de muncă a întreprinderilor, dar oferta și cererea de bunuri pot și echilibrate.
- situația în care, la nivelul unei întreprinderi, forța de muncă este subutilizată în raport cu posibilitățile sale productive.

În condiții determinate ale volumului și ritmului de creștere a producției și respectiv a productivității muncii, din confruntarea cererii și ofertei sau a nevoii de muncă și a resurselor disponibile de muncă rezultă **nivelul ocupării de echilibru a factorului muncă**.

Din modul în care se pot combina factorii respectiv, din punctul de vedere al ocupării factorului muncă pot rezulta trei situații:

a) oferta și cererea de muncă sunt egale, caz în care ocuparea de echilibru(făcând abstracție de structura ofertei și cererii) este egală cu **ocuparea deplină**.

b) oferta de muncă(resursele de muncă) este mai mică decât cererea de muncă(nevoia de muncă), situație în care dezechilibrul îmbracă forma deficitului factorului muncă, iar ocuparea de echilibru necesită fie resurse de muncă suplimentare (la nivelul creșterii economice dorite sau așteptate) fie o creștere mai accentuată a productivității muncii;

c) oferta de muncă(resursele disponibile) depășește cererea de muncă(nevoia de muncă) în acest caz nivelul ocupării de echilibru fiind inferior celui al ocupării depline, iar o parte a factorului muncă rămâne fără utilizare.

Un concept mult utilizat în literatura economică este cel de **ocupare deplină** (“ full employment”, “plein employ”). Ocuparea deplină, astfel încât orice individ apt de muncă și care dorește să se angajeze să poată găsi un loc de muncă, nu este posibilă în economia de piață contemporană; se consideră că ocuparea deplină nu trebuie înțeleasă în sensul utilizării integrale a resurselor de muncă, al economiei fără șomaj. Privită astfel, ocuparea deplină a ofertei de muncă se definește, astăzi, printr-o populație aptă de muncă, ocupată în proporție de 95- 98% sau ca o rată a șomajului de 2-5 % (rată naturală a șomajului).

În funcție de acea rată se vorbește, de obicei, despre starea de subocupare a factorului muncă (când rata efectivă a șomajului este mai mare decât cea naturală) sau de supraocupare (când rata efectivă a șomajului este mai mică decât cea naturală).

Implicațiile economico- sociale sunt diferite: în cazul subocupării se irosește munca socială, apărând probleme sociale, crește presiunea asupra salariului, iar în cel al supraocupării factorului muncă devine rară și scumpă, salariile crescând mai repede decât productivitatea muncii.

Ocuparea deplină este definită și ca volum de ocupare care permite să se obțină cu ajutorul factorului de producție volumul cel mai important al producției în raport cu nevoile indivizilor și ale colectivităților. Astfel, ocuparea deplină nu semnifică faptul că fiecare are un loc de muncă, ci faptul că locurile de muncă existente dau randamente maxime.

În mod absolut, **ocuparea** se exprimă prin numărul total al celor utilizați în activitatea socială.

1.2. Șomajul, factori, cauze, forme

În termenii pieței muncii, șomajul reprezintă excedentul ofertei de muncă față de cererea de muncă. Șomeri sunt toți cei apti de muncă dar care nu găsesc de lucru. Ei formează suprapopulația relativă pentru că reprezintă un surplus de forță de muncă în raport cu numărul celor angajați.

Este șomer oricine are mai mult de 15 ani și îndeplinește concomitent următoarele condiții:

- este apt de muncă;
- nu muncește;
- este disponibil pentru o muncă salariată sau nesalariată;
- caută un loc de muncă;

În România, Legea nr. 1/1991 precizează că sunt considerați șomeri persoanele apte de muncă ce nu pot fi încadrate din lipsa de locuri disponibile corespunzătoare pregătirii lor.

Șomajul poate fi caracterizat prin mai multe aspecte:

a) **Nivelul șomajului** este una dintre acestea. Se determină atât absolut – ca număr; cât și relativ - ca rată a șomajului (numărul șomerilor/ populația activă). În prezent șomajul este cel mai ridicat în țările slab dezvoltate.

Șomajul a devenit o permanență dar aceasta nu exclude total și definitiv existența stării de ocupare deplină a forței de muncă . Pentru ilustrarea acestei situații se invoca cel mai des exemplul Germaniei, Franței, Canadei și Statelor Unite ale Americii pentru anumite perioade de după cel de-al doilea război mondial, când numărul angajaților depășea oferta internă de forță de muncă și se recurgea într-o măsură mai mare sau mai mică, la emigranți. Dar, în asemenea perioade de ocupare deplină, există în țările respective și un număr de șomeri format din : persoane aflate în căutarea primului loc de muncă sau în căutarea unui loc de muncă după ce îl abandonase pe cel avut; persoane care nu acceptau locurile de muncă libere pentru că salariul real la care ar fi ajuns angajându-se nu le-ar fi permis să trăiască mult mai bine decât atunci când erau șomeri. Ca urmare , ocuparea deplină a forței de muncă a devenit echivalentă cu un șomaj de nivel scăzut reflectat printr-o rată de câteva procente. J.M. Keynes precizează că folosirea deplină a mâinii de lucru înseamnă absența șomajului, dar este compatibilă cu un șomaj voluntar și fricțional.

b) **Intensitatea șomajului** este o altă caracteristică ce se impune atenției. În funcție de aceasta, se poate distinge:

- **șomajul total**- care presupune pierderea locului de muncă și încetarea totală a activității;

- **șomajul parțial** – care constă în diminuarea activității depuse de o persoană în special prin reducerea duratei săptămânii de lucru sub cea legală cu scăderea remunerației;

- **șomajul deghizat** este specific mai ales țărilor slab dezvoltate, unde numeroase persoane au o activitate aparentă, cu eficiență (productivitate) mică, dar este întâlnit și în țările est-europene, inclusiv România, la niveluri apreciabile.

c) **Durata șomajului sau perioada de șomaj** de la momentul pierderii locului de muncă până la reluarea activității. Nu există o durată a șomajului legiferată, dar în numeroase țări există reglementări care precizează durata pentru care se plătește indemnizație de șomaj și acesta a avut tendința de creștere, atingând în unele cazuri 18 - 24 luni. În cea mai mare parte a țărilor, șomajul de lungă durată este considerat un șomaj continuu de mai mult de 12 luni.

d) **Structura șomajului sau componentelor** acestuia formate prin clasificarea șomerilor după diferite criterii: nivelul calificării, domeniul în care au lucrat, categoria socio-profesională căreia îi aparțin, ramurile de activitate din care provin, sex, categorii de vârstă, rasa etc.

În ultimul deceniu se acordă foarte mare atenție studierii structurii șomajului pe sexe și categorii de vârstă. Se relevă astfel că femeile sunt mai afectate de șomaj decât bărbații; de asemenea, tinerii până la 25 de ani și vârstnicii de peste 50 de ani, în raport cu restul populației active.

Șomajul se formează pe baza a două mari procese economico-sociale:

- a) pierderea locurilor de muncă de către o parte a populației ocupate;
- b) creșterea ofertei de muncă prin realizarea de către noile generații a vârstei legale pentru a se putea angaja și afirmarea nevoii de a lucra a unor persoane apte de muncă dar inactive, în condițiile unei cereri de muncă inferioare acestei creșteri

Factorii care contribuie la apariția șomajului:

a) **progresul tehnic și creșterea productivității muncii.** Acest proces se realizează în mod inegal de la o ramură la alta. Ca urmare, oferta sporită de bunuri din unele ramuri nu poate fi absorbită de cererea neschimbată corespunzător în alte ramuri, ceea ce impune ca, în ramurile în care productivitatea muncii a crescut mai mult, să fie concediată o altă parte din salariați.

b) **concurența din cadrul fiecărei ramuri.** Acest factor determină extinderea poziției întreprinderilor care realizează costuri mici și o structura sortimentală și calitativă corespunzătoare a mărfurilor. Ca urmare, multe întreprinderi sunt constrânse să dea faliment, iar salariații lor devin șomeri.

c) **dezvoltarea ciclică a economiei de piață.** Acest factor determină ca volumul de forță de muncă utilizat în economia fiecărei țări să varieze de la faza ascendentă.

Forme de șomaj:

- **șomajul tehnologic** datorat introducerii progresului tehnic. Resorbția sa este dificilă pentru că presupune recalificarea factorului muncă în concordantă cu noile nevoi ale unităților economice, dezvoltarea activității economice și în special a producției pentru a putea oferi locuri de muncă.
- **șomajul ciclic** determinat de conjunctura economică și de caracterul sezonier al diferitelor activități. În cadrul acestora delimităm:
 - *șomajul conjunctural* legat de faza descendentă a ciclului economic
 - *șomajul sezonier*, specific activităților economice care sunt influențate de factorii naturali (agricultură, construcții). Este un șomaj de scurtă durată.
- **șomajul structural**, consecință a schimbărilor în structura activităților economice. Amploarea șomajului structural depinde de trei factori: rapiditatea cu care apar modificările în cererea și oferta de bunuri și servicii în economie, gradul de concentrare regională a activităților economice sau lipsa de diversificare a producției și a serviciilor.
- **șomajul fricțional** este determinat de insuficiența mobilitate a factorului muncă sau de decalajele existente între profesiile disponibile și cele cerute. Șomerii nu pot răspunde cererii de muncă deoarece fie nu posedă calificarea necesară, fie nu au domiciliul în localitatea în care există locuri de muncă.

Pornind de la șomajul natural, se definesc și conceptele de șomaj voluntar și șomaj involuntar.

- **șomajul voluntar** sau clasic exprimă nonocuparea datorată refuzului sau imposibilității unor persoane de a accepta salariul oferit și/ sau condițiile de muncă existente.
- **șomajul involuntar sau keynesian** exprimă situația în care cererea de muncă este insuficientă în raport cu oferta de muncă. Șomerii din această categorie nu refuză să se angajeze la un anumit salariu existent pe piața muncii.

1.3. Efecte social-economice ale șomajului.

Efectele șomajului sunt resimțite atât de șomer cât și de familia sa, cât și de societate în ansamblul său:

- irosirea unei cantități importante de resurse de muncă;
- șomajul este un factor de scădere a intensității dezvoltării economice. Există și opinia opusă, conform căreia existența șomajului este un factor de presiune asupra celor ce lucrează, aceștia muncind cu intensitate sporită și asigurând o creștere a producției naționale mai mare decât dacă ar fi ocupați totii cei disponibili.

În anii 1960 economistul american Arthur M. Okun și-a pus întrebarea care este relația dintre șomaj și PNB (în termeni reali). Deoarece persoanele ocupate participă la producerea bunurilor materiale și serviciilor, iar șomerii nu produc bunuri economice, se poate presupune că ridicarea nivelului șomajului trebuie să fie însoțită de reducerea volumului real al PNB. Această relație negativă între nivelul șomajului și volumul PNB este numită Legea lui Okun.

- sporirea costurilor pe care economia țării trebuie să le suporte sub forma cheltuielilor pentru întreținerea și funcționarea instituțiilor din domeniul înregistrării și urmăririi șomajului, pentru plata ajutoarelor de șomaj și a altor cheltuieli privind reconversia forței de muncă, îngrijirea sănătății șomerilor;

- scăderea veniturilor și cheltuielilor bugetului de stat din cauza efectelor propagate ale șomajului;

- diminuarea veniturilor familiilor din care fac parte șomeri;
- aspectul psihologic, deoarece șomajul ridică și problema persoanei care este adusă la statutul de șomer.

În afara acestor aspecte, Samuelson asociază pierderii locului de muncă o serie de alte efecte negative, care se pot traduce prin costuri suplimentare, determinate de situații precum: îmbolnăviri, decese, neînțelegeri în familie, abandon școlar, etc., toate producând cheltuieli nu doar pentru persoanele afectate, ci și pentru societate.

Prezentarea succintă a acestor efecte este importantă pentru înțelegerea costurilor sociale ale șomajului.

Costul social al șomajului reprezintă efortul total pe care îl suportă persoanele, grupurile de persoane, economia și societatea afectate de acest fenomen.

Costul șomajului la nivelul persoanelor și grupelor de persoane afectate de nesiguranța muncii include atât aspecte de natură economică, precum și aspecte morale, social- culturale și chiar politico- militare. Aspectele de natură economică privesc în special reducerea veniturilor și, evident, a posibilităților de consum pentru întreaga familie în care există șomeri. Indemnizația de șomaj reprezintă modalitatea cea mai des folosită de asigurare a unui venit minim pentru șomeri.

Aspectele noneconomice se referă la starea psihică a șomerilor, dar și la posibilitatea atragerii acestora în acțiuni antisociale.

2. Analiza ocupării și șomajului în județul Argeș

2.1 Ocuparea factorului muncă în județul Argeș.

Repartizarea populației ocupate pe activități ale economiei naționale într-o anumită perioadă constituie o reflectare a nivelului de dezvoltare economico-socială a țării. În ceea ce privește sectoarele de activitate, analiza datelor statistice indică existența unei legături strânse între nivelul dezvoltării economice și structura economiei naționale, între ponderea serviciilor în populația ocupată și crearea produsului intern brut.

Tabelul nr.1. Populația ocupată și activități ale economiei naționale pe sexe în județul Argeș în perioada 2003-2007

- mii persoane -

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
TOTAL	256,5	100,0	252,0	100,0	252,7	100,0	249,1	100,0	259,7	100,0
femei	119,7	46,7	117,4	46,5	118,1	46,7	120,4	48,3	123,6	47,5
barbati	136,8	53,3	134,6	53,5	134,6	53,3	128,7	51,7	136,1	52,5
Agricultura vanatoare, silvicultura si exploatare forestiera	82,9	100,0	75,8	100,0	77,4	100,0	72,8	100,0	70,8	100,0
femei	43,4	52,3	40,1	52,9	40,5	52,3	38,6	53,0	37,4	52,8
barbati	39,5	47,7	35,7	47,1	36,9	47,7	34,2	47,0	33,4	47,2
Industria	84,0	100,0	81,2	100,0	77,4	100,0	74,2	100,0	77,5	100,0
femei	37,7	44,8	36,9	45,4	35,2	45,4	35,4	47,7	37,8	48,7
barbati	46,3	55,2	44,3	54,6	42,2	54,6	38,8	52,3	39,7	51,3
Constructii	11,2	100,0	13,5	100,0	14,0	100,0	15,1	100,0	18,5	100,0
femei	1,8	16,0	2,5	18,5	2,3	16,4	2,4	15,9	3,3	17,8
barbati	9,4	84,0	11	81,5	11,7	83,6	12,7	84,1	15,2	82,2
Comert cu ridicata si cu amanuntul	26,5	100,0	26,7	100,0	27,2	100,0	28,7	100,0	29,6	100,0
femei	10,9	41,1	11,0	41,2	11,6	42,6	14,0	48,8	14,2	48,0
barbati	15,6	58,9	15,7	58,8	15,6	57,4	14,7	51,2	15,4	52,0
Hoteluri si restaurante	2,5	100,0	3,7	100,0	3,2	100,0	3,4	100,0	4,3	100,0
femei	1,5	60,0	1,5	40,5	1,2	37,5	1,4	41,2	2,1	48,9
barbati	1,0	40,0	2,2	59,5	2,0	62,5	2,0	58,8	2,2	51,1
Transport, depozitare, posta si telecomunicatii	9,5	100,0	8,5	100,0	9,7	100,0	10,5	100,0	11,5	100,0
femei	1,7	17,9	1,5	17,6	1,6	16,5	1,9	18,1	1,7	14,8
barbati	7,8	82,1	7,0	82,4	8,1	83,5	8,6	81,9	9,8	85,2
Activitati financiare, bancare si de asigurari	1,9	100,0	1,8	100,0	2,1	100,0	1,9	100,0	2,3	100,0
femei	1,4	73,7	1,3	72,2	1,6	76,2	1,3	68,4	1,6	69,6
barbati	0,5	26,3	0,5	27,8	0,5	23,8	0,6	31,6	0,7	30,4
Tranzactii imobiliare, inchirieri si activitati de servicii prestate in principal intreprinderi	9,5	100,0	10,5	100,0	10,9	100,0	11,3	100,0	12,5	100,0
femei	2,9	30,5	3,1	29,5	3,6	33,0	4,2	37,2	4,6	36,8
barbati	6,6	69,5	7,4	70,5	7,3	77,0	7,1	62,8	7,9	63,2
Administratie publica si aparare; asistenta sociala obligatorie	3,6	100,0	3,8	100,0	4,4	100,0	4,7	100,0	5,6	100,0
femei	2,1	58,3	2,3	60,5	2,7	61,4	2,9	61,7	3,2	57,1
barbati	1,5	41,6	1,5	39,5	1,7	38,6	1,8	38,3	2,4	42,9
Invatamant	11,7	100,0	11,8	100,0	11,5	100,0	11,9	100,0	11,9	100,0
femei	7,8	66,6	7,8	66,1	8,5	73,9	8,5	71,4	7,9	66,4
barbati	3,9	33,4	4,0	33,9	3,0	26,1	3,4	28,6	4,0	33,6
Sanatate si asistenta	8,7	100,0	8,9	100,0	9,2	100,0	9,5	100,0	9,2	100,0

sociale										
femei	6,7	77,0	7,1	79,8	7,4	80,4	7,6	80,0	7,2	78,3
barbati	2,0	33,0	1,8	20,2	1,8	19,6	1,9	20,0	2,0	21,7
Celelalte activitati ale economiei naționale	4,5	100,0	5,8	100,0	5,7	100,0	5,1	100,0	6,0	100,0
femei	1,8	40,0	2,3	39,7	1,9	33,3	2,2	43,1	2,6	43,3
barbati	2,7	60,0	3,5	60,3	3,8	66,7	4,9	56,9	3,4	56,7

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Conform tabelului nr. 1, privind populația civilă pe activități ale economiei naționale pe sexe în județul Argeș, se observă că cel mai mare grad de ocupare al populației se află în sectorul industriei reprezentând 32,4% în anul 2003 din totalul populației ocupate iar în anul 2007 a reprezentat 29,8%. Și în agricultură populația ocupată reprezintă un grad ridicat de ocupare suferind o scădere în această perioadă. Acest sector este ocupat de mai multe femei dintr-un procent de 37,4% femei și de 33,4% bărbați în 2007. Domeniul construcțiilor a avut o creștere de aproximativ 7 procente în perioada 2003- 2007 ceea ce înseamnă că în județul Argeș a crescut infrastructura. Aici majoritatea persoanelor angajate sunt bărbați.

Tabelul nr 2. Numărul mediu al salariaților pe activități ale economiei naționale în județul Argeș în perioada 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Total	146499	139550	137331	136538	145895
Agricultura și vanatoare	1749	1909	1912	1807	1724
Silvicultura și exploatare forestiera	1568	1451	1662	1492	1543
Industria	76788	71791	66371	63561	65143
Construcții	8717	9848	9472	10031	12409
Comert cu ridicata și cu amănuntul	16434	15420	16067	17007	17787
Hoteluri și restaurante	1894	1769	1566	1872	2552
Transport, depozitare	5843	4880	5636	5705	5740
Posta și telecomunicații	1865	1428	1271	1347	1479
Activități financiar-bancare și asigurări	1774	1473	1769	1806	2085
Tranzacții imobiliare, închirieri și activități de servicii, prestate în principal întreprinderilor	5675	5633	6266	6930	8255
Administrație publică și apărare; asistență socială obligatorie	3536	3549	4197	4462	5331
Invatamant	11209	10988	10908	10189	11391
Sanatate	7160	6937	7615	7674	7355
Celelalte activitati	2287	2474	2619	2655	3101

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Conform datelor prezentate în tabelul nr. 2, privind numărul mediu al salariaților pe activități ale economiei naționale în județul Argeș, se observă o creștere însemnată a forței de muncă în domeniul construcțiilor în anul 2007 comparativ cu anul 2003, în schimb, în domeniul industriei se observă o scădere a numărului de salariați în 2007 față de anul 2003. Și sectorul tranzacțiilor imobiliare, închirieri și servicii prestate în principal întreprinderilor a înregistrat o creștere a forței de muncă în anul 2007 comparativ cu anii precedenți.

Tabelul nr. 3. Numărul mediu al muncitorilor pe activități ale economiei naționale în județul Argeș în perioada 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Total	97318	90714	86542	84399	90180
Agricultura și vanatoare	1247	1292	1280	1275	1261
Silvicultura și exploatare forestiera	793	716	832	690	798

Industrie	63076	59136	53456	50890	51920
Constructii	7178	7947	7723	8116	10260
Comert cu ridicata si cu amanuntul	12375	9684	10515	10467	10896
Hoteluri si restaurante	1047	1370	1293	1566	2013
Transport, depozitare	5026	4015	4396	4279	4597
Posta si telecomunicatii	1463	1237	1043	1058	998
Activitati financiar bancare si de asigurari	315	86	89	72	131
Tranzactii imobiliare, inchirieri si activitati de servicii prestate in principal intreprinderilor	2062	2399	2783	2547	3115
Administratie publica si aparare; asistenta sociala obligatorie	189	328	418	585	738
Invatamant	309	342	401	379	861
Sanatate	752	651	1037	963	736
Celelalte activitati	1489	1511	1301	1512	1856

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Cea mai mare parte a muncitorilor se află în sectorul industriei scăzând în 2007 față de anii precedenți asta înseamnă că în industrie s-a pus accentul pe un personal calificat în domeniu.

În sectorul construcțiilor a crescut numărul muncitorilor în această perioadă, sector care nu are nevoie de un personal calificat din câte se observă.

În sănătate numărul muncitorilor a rămas constant în toată această perioadă.

Tabelul nr. 4. Numărul mediu al salariaților pe forme de proprietate în județul Argeș în perioada 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Total	146499	139550	137331	136538	145895
Proprietate publica, proprietate publica de interes national si local	39062	41153	36120	35007	36773
Proprietate mixta	15088	9340	8189	6859	6490
Proprietate privata	83618	80465	81668	81778	84776
Proprietate cooperatista	2859	2066	1726	2138	1517
Proprietate osbteasca	262	268	272	276	240
Proprietate integral straina	5610	6258	9356	10480	16099

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Cea mai mare parte a salariaților se află în cadrul întreprinderilor cu formă de proprietate privată deoarece aici sunt oferite mai multe locuri de muncă decât în întreprinderile cu formă de proprietate publică și de interes național. Salariații din acest sector sunt mai bine plătiți decât în celelalte întreprinderi și de aceea ei aleg să se angajeze într-o astfel de întreprindere având o pregătire profesională conform cerințelor angajatorilor.

Numărul salariaților din cadrul întreprinderilor cu formă de proprietate cooperatistă s-a redus la aproape jumătate în această perioadă deoarece s-a redus numărul acestor firme.

Tabelul nr. 5. Numărul mediu al muncitorilor pe forme de proprietate în județul Argeș în perioada 2003 - 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Total	97318	90714	86542	84399	90180
Proprietate publica, proprietate publica de interes national si local	13272	15447	10887	10443	10903
Proprietate mixta	11360	6855	5601	4727	3462
Proprietate privata	65375	61058	60537	58747	61636
Proprietate cooperatista	2431	1783	1475	1706	1156

Proprietate obsteasca	29	30	30	19	33
Proprietate integral straina	4851	5541	8012	8757	12990

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Cel mai mare număr de muncitori pe forme de proprietate în județul Argeș, în perioada 2003- 2007, s-a înregistrat pe forma de proprietate privată, urmată de forma de proprietate publică, de interes național și local. În anul 2007 s-a înregistrat o creștere accentuată a muncitorilor în firmele cu capital integral străin, 12990 persoane comparativ cu 4851 în anul 2003. Acest lucru s-a datorat faptului că în județul Argeș au apărut investitori stăini dispuși să investească în acest județ.

Numărul muncitorilor în întreprinderile cu formă de proprietate privată a răms constant în această perioadă. În întreprinderile cu formă de proprietate obstească se află foarte puțini muncitori datorită faptului că există foarte puține astfel de firme în județul Argeș.

Tabelul nr. 6. Participarea populației la forța de muncă pe sexe în județul Argeș în perioada 2003- 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Populatia activa mii persoane					
Total	273,6	270,3	266,5	265,2	272,7
masculin	146,5	144,5	142,1	138,0	143,1
feminin	127,1	125,8	124,4	127,2	129,6
Populatia ocupata					
Total	256,5	252,0	252,7	249,1	279,7
masculin	136,8	134,6	134,6	128,7	136,1
feminin	119,7	117,4	118,1	120,4	123,6
Someri					
Total	17,1	18,3	13,8	16,1	13,0
masculin	9,7	9,9	7,5	9,3	7,0
feminin	7,4	8,4	6,3	6,8	6,0
Rata de activitate procente %					
Total	60,1	59,5	58,5	58,3	59,7
masculin	64,7	63,9	62,7	60,9	62,9
feminin	55,6	55,1	54,4	55,7	56,6
Rata de ocupare					
Total	56,3	55,5	55,5	54,7	56,9
masculin	60,4	59,5	59,4	56,8	59,8
feminin	52,3	51,5	51,7	52,7	54,0
Rata somajului					
Total	6,2	6,8	5,1	6,0	4,9
masculin	6,6	6,9	5,2	6,5	5,1
feminin	5,8	6,6	5,0	5,5	4,7

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

În perioada 2003 – 2007 a avut loc oarecare creștere a ratei de activitate și a ratei de ocupare a forței de muncă în județul Argeș. În schimb în anul 2007 rata șomajului a ajuns la nivelul cel mai scăzut din ultimii ani. Acesta a reprezentat un lucru bun, deoarece un șomaj scăzut înseamnă un grad mai mare de ocupare al forței de muncă.

Tabelul nr. 7. Structura populației după participarea la activitatea economică pe sexe în județul Argeș în perioada 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
procente					
Total poulatie	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
-Populatia activa	42,2	41,8	41,3	41,1	42,3
populatia ocupata	39,5	39,0	39,2	38,6	40,3
someri	2,7	2,8	2,1	2,5	2,0
-Populatia inactiva	57,8	58,2	58,7	58,9	57,7

Masculin	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
-Populația activă	46,4	45,9	45,3	44,0	45,6
populația ocupată	43,3	42,8	42,9	41,1	43,4
someri	3,1	3,1	2,4	2,9	2,2
-Populația inactivă	53,6	54,1	54,7	56,0	54,4
Feminin	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
-Populația activă	38,2	37,9	37,5	38,4	39,2
populația ocupată	35,9	35,5	35,6	36,3	37,4
someri	2,3	2,6	1,9	2,1	1,8
-Populația inactivă	61,8	62,1	62,5	61,6	60,8

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Populația activă a județului Argeș a rămas constantă în perioada 2003- 2007 la fel ca și populația inactivă. Numărul șomerilor a avut o oarecare scădere în această perioadă. Populația activă masculină este mai mare decât cea feminină. În județul Argeș există mai multe femei șomere decât bărbați, scăzând în 2007.

Tabelul nr. 8. Numărul șomerilor înregistrați în județul Argeș în perioada 2003-2007
persoane

	2003	2004	2005	2006	2007
Numarul șomerilor înregistrați	17064	18304	13845	16055	12985
femei	7419	8365	6282	6792	5963
bărbați	9645	9939	7563	9263	7022
- beneficiari de ajutor de șomaj	10809	10858	7378	7348	5160
femei	4728	5153	3341	3436	2563
bărbați	6081	5705	4037	3912	2597
- beneficiari de alocații de sprijin	34	-	-	-	-
femei	-	-	-	-	-
bărbați	-	-	-	-	-
- beneficiar de plăți compensatorii	1376	871	-	-	-
femei	660	367	-	-	-
bărbați	716	504	-	-	-
- persoane aflate în evidența agenției de ocupare a forței de muncă neîndemnizați	4845	6575	6467	8707	7825
femei	2031	2845	2941	3356	3400
bărbați	2814	3730	3526	5451	4425
Beneficiari de plăți după nivelul de instruire	12219	11729	7378	7348	5160
- primar, gimnazial și profesional	8637	8113	5067	4755	3400
femei	3370	3467	1999	1902	1466
bărbați	5267	4646	3069	2853	2066
- liceal și postliceal	2886	2998	1716	2070	1423
femei	1604	1682	981	1216	872
bărbați	1282	1316	735	854	551
- universitar	696	618	595	523	337
femei	414	371	361	318	225
bărbați	282	247	234	205	112

Sursa : Breviarul Statistic al Județului Argeș, Pitești 2008

Conform tabelului numărul 8, privind numărul șomerilor înregistrați în județul Argeș se observă că în anul 2007, comparativ cu anul 2003, a scăzut foarte mult numărul șomerilor asta datorită ușoarei creșteri economice care a loc în țara noastră.

3. Concluzii

Ocuparea și șomajul reprezintă două componente importante ale pieței muncii care a polarizat și care polarizează mari dispute, atât pe plan național cât și la scară internațională, deoarece în ciuda preocupărilor majore asupra acestora, sunt departe de a înregistra evoluții mai

bune, calitative. Atât în domeniul ocupării, cât și în cel al șomajului se observă evoluții, procese și tendințe care pot fi considerate erozive, amenințătoare pentru pacea socială, pentru aspirațiile legitime de constituire a unei societăți sănătoase, durabile, întemeiată pe drepturile fundamentale ale omului la un trai decent și prosper.

Neocuparea are efecte negative atât la nivel de societate, dar mai ales la nivelul fiecărui individ. Pe plan individual neocuparea produce pierderi multiple: morale, personale, familiale, devieri comportamentale care după unii specialiști, sunt strâns corelate cu creșterea violențelor, a criminalității, a delincvenței minorilor, toate acestea fiind accentuate de standardul scăzut de viață la care sunt supuși mai ales șomerii de lungă durată.

Nefolosirea resurselor umane, în general, și șomajul ca efect direct, reprezintă o povară pentru societate, care trebuie să suporte cheltuielile destinate acestora din banii publici, cheltuieli care se măresc pe zi ce trece și care frânează dezvoltarea generală a țării. Aceste cheltuieli bugetare sunt suportate până la urmă de cei care lucrează în regim salarial și care mai au în întreținere și alte persoane: bătrâni, copii, handicapați.

În prezent se constată tendința de amplificare a sarcinii de întreținere ce revine populației active, mai puțin în sporul natalității, dar foarte mult prin creștere numerică a adulților ce trebuie subvenționați, fapt care atrage o tensionare a relațiilor sociale și a condițiilor de existență.

În acest sens se impune ca toate procesele și tendințele din sfera ocupării și șomajului să atragă atenția asupra nevoii de regândire și eficientizare a mijloacelor și căilor utilizate până în prezent, în vederea elaborării unor măsuri și politici de ocupare eficiente.

Bibliografie

1. Dobrotă Niță – Economie politică, Editura Economică, București 1995.
2. Ungureanu Emilia, Avramescu Tiberiu - Economie, Editura *SITECH*, Craiova, 2009.
3. Ungureanu Emilia - Piața muncii în context european, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005.
4. Ungureanu Emilia, Avramescu Tiberiu - Macroeconomie, Editura Expert, București 2003.
5. www.ase.ro Biblioteca digitală – Varjan Daniela -, „Economie și politici sociale”,
6. www.ajofm.ro
7. *** - *Breviarul Statistic al Județului Argeș, CJS Pitești, 2008.*

DECALAJE ȘI INEGALITĂȚI ÎN ECONOMIA MONDIALĂ

Autor: Constantin-Bogdan RĂȚOI
Anul I, Administrarea Afacerilor

Coordonator: Lect. univ. dr. Tiberiu AVRĂMESCU

Ca urmare a adâncirii și amplificării interdependențelor economice internaționale, a tendințelor puternice spre globalizare, procesul cercetării și dezvoltării economice în orice țară a lumii, programul economic și cel social al fiecărui popor sunt puternic condiționate de amploarea și eficiența participării la raporturile economice internaționale, de amploarea schimbului de activități cu toate statele lumii.

Dezvoltarea economică contemporană confirmă justetea aprecierilor referitoare la accentuarea interdependențelor dintre economiile naționale ale statelor lumii. Ultimele decenii au adus prosperitatea unor națiuni și un complex de probleme tuturor națiunilor. Ele au ridicat un semn de întrebare în legatura cu multe din valorile, ideile și rațiunile pe baza cărora au fost făcute relațiile dintre națiuni și în cadrul națiunilor. Ele au legat națiunile într-o rețea complexă de interdependențe, din care nici o națiune, oricât de puternică ar fi, nu se poate autoexclue în mod realist. Ele au plasat omenirea în cadrul unor noi alegeri și au expus-o unor pericole fără precedent.

1. Globalizarea

Haosul cu care ne confruntăm astăzi derivă din faptul că, pornind de la dezvoltarea tehnologică și economică, ale cărei origini provin, în special, din Statele Unite, un număr important al activităților umanității se situează pe o scală și un orizont atât de mari, încât au depășit granițele naționale, în limitele cărora statele suverane își exercită dreptul la guvernare. Acest fenomen a fost denumit globalizare, un termen care ascunde mai multe decât lasă să se înțeleagă. Pe măsură ce domeniul activităților umane se extinde dincolo de reglementările statului-națiune, legalitatea și regulile au devenit prea strâmte. au cunoscut cele mai înalte creșteri.

Zonele cele mai „expuse” globalizării au cunoscut cele mai înalte creșteri. Între 1987 și 2001, ponderea în P.N.B. mondial a Americii Latine a crescut de la 4,1% la 5,7%, pentru Asia (fără Japonia), de la 8,8% la 12,2%, în timp ce pentru Africa (zona cel mai puțin atinsă de „virusul” globalizării) această pondere a scăzut de la 2,4% la 1,5%. Eficiența finanțării private în procesul de globalizare este, de asemenea, demonstrată de fapte: investițiile în țările emergente au crescut de la 13 miliarde dolari pe an între 1981 și 1989 la o medie de 84 miliarde pe an între 1990 și 2001. În ceea ce privește Asia, dezvoltarea nu este un mit, ci o realitate. Durata medie a vieții în Coreea de Sud, Thailanda și Malaiezia este acum de 68 de ani, față de 57 în anii ‘70. În aceeași perioadă, rata de alfabetizare a crescut de la 83% la 91% în aceste țări.

Cu toate progresele înregistrate, inegalitățile dintre țări sporesc. Decalajul dintre veniturile realizate de cinciimea cea mai bogată a globului și cinciimea cea mai săracă era de 74 la 1 în 1997, de la 60 la 1 în 1990 și 30 la 1 în 1960. În anii ‘90, cea mai bogată cinciime a lumii deținea, comparativ cu cea mai săracă cinciime a lumii:

- 86% din P.I.B. mondial, față de 1%
- 82% din piețele mondiale de export, față de 1%,
- 68% din investițiile străine directe, față de 1%,
- 74% din liniile mondiale telefonice, principalul mijloc de comunicație de azi, față de 1,5%.

Ultimele decenii au demonstrat această tendință de concentrare a averii la nivelul unor țări, corporații și persoane:

- țările membre OCDE, cu 19% din populația globului, dețin 71% din comerțul mondial cu bunuri și servicii, 58% din volumul total de investiții străine directe și 91% din totalul utilizatorilor de internet.

- cei mai bogați 200 de oameni ai globului, și-au văzut crescând averea mai mult decât de două ori în ultimii patru ani, la mai mult de 1 000 de miliarde USD. Activele primilor trei miliardari sunt mai mari decât PIB-urile celor mai sărace țări ale lumii și ale celor 600 de milioane de locuitori ai lor.

- valurile recente de achiziții și fuziuni concentrează puterea industrială la nivelul unor megacorporații, cu riscul erodării concurenței. Primele 10 corporații în domeniul pesticidelor controlează 85% din piață, cu 31 miliarde USD, iar primele din domeniul comunicațiilor, 86% din piață, cu 62 miliarde USD.

- în 1993, 10 țări dețineau 84% din cheltuielile mondiale în domeniul cercetării-dezvoltării.

Există din ce în ce mai multe opinii care privesc globalizarea ca pe un fenomen ale cărui efecte negative depășesc cu mult beneficiile pe care le poate aduce.

Iată câteva opinii împotriva globalizării:

- Este cunoscut faptul că globalizarea este prezentată ca ceva pozitiv, asociat cu progresul uman. Mai mult decât atât, globalizarea este considerată un process neutru, cu unele elemente negative nefericite, dar datorate mai ales administrării defectuoase a unei noi realități. În fond, este o realitate crudă, nu ai ce să faci, întotdeauna vor fi învinși; așa-i lumea.

Oricum ar fi, globalizarea este un proces inevitabil și singura soluție este adaptarea.

- Impactul globalizării, împreună cu partea sa națională – neoliberalismul (cu acel trio infernal liberalizare, deregularizare și privatizare) sunt prezente peste tot: creșterea economică cu pierderea viitoare a 40000 de locuri de muncă pe an în ultimii 10 ani în primele 100 de companii multinaționale, încălzirea planetei, războaie și intoleranță.

- Termenul globalizare este mult prea tehnic, prea curat dacă avem în vedere realitatea pe care o ascunde. La o privire mai atentă, globalizarea reprezintă culmea tendinței de dominare mondială a unei vechi mentalități. Globalizarea implică dominarea elitei occidentale (mai ales americane) asupra resurselor materiale și umane ale lumii.

- Globalizarea se hrănește dintr-un capitalism putred. Dar originile sale merg dincolo de mercantilism, strămoșul capitalismului. Globalizarea este consecința la scară mondială a unui mileniu de colonialism proslăvit. În acest sens, globalizatorii sunt instituțiile internaționale și corporațiile multinaționale care par vechii conchistadori, dar cu serviete, construind proiecte comerciale, acorduri de liber schimb și împrumuturi condiționate. Cuceritorii lumii de azi sunt încă în căutarea acelorași obiective de a subjuga întreaga populație și resursele pentru scopurile lor grobiene și puterea lor construită pe crima.

- Globalizarea reprezintă ultimul act al unei opere de 2000 de ani de concentrare a puterii și bogăției în mâinile unei elite supreme a bărbaților.

- În inima globalizării stă creșterea incredibilă a capitalurilor speculative din 1971, care fac bani din bani. Este o ruletă rusească la nivel mondial. Investitorii instituțional au 210 000 miliarde USD la dispoziția lor. Această sumă reprezintă de două ori PNB – ul tuturor țărilor industrializate. Între 1800 și 2000 de mld. dolari (dacă ar fi în monezi de un dolar ar parcurge drumul până la lună și înapoi de 63 de ori) circulă zilnic cu unicul scop de a influența ratele de schimb, sustrăgându-se salariatilor și mediului. Astfel de speculații crează riscuri enorme și conduc către un viitor imprevizibil. Creșterea numărului de crize financiare (criza din Asia a pus pe drumuri mai mulți oameni decât marea criză din anii '30) reprezintă dovada unei lumi dominată de dolar. Dar soluția pe care o oferă piețele financiare sunt noi produse financiare, care pentru o sumă minimă te asigură împotriva riscurilor, transformând astfel piromanii în agenți de vânzări. Piețele financiare au devenit o loterie distructivă unde vraja banilor sunt bufoneria restului umanității.

- Un bilanț al globalizării: creșterea numărului de războaie, creșterea violenței, degradare ireversibilă a mediului. O lume în care 30 mil. de copii pe an sau 340 de copii pe oră mor pentru că le-a fost luată pâinea de la gură!

● O nouă formă a colonialismului corporatist, care afectează țările sărace și pe săracii din țările bogate. Un proces de răspândire a Mc-culturii, respectiv de recunoaștere a mărcilor americane de băuturi răcoritoare. Globalizarea înseamnă, însă, și multe oportunități.

Globalizarea însă prezintă și o serie de avantaje:

● Să poți călători liber oriunde, fără vize, fără aprobări speciale. Cu toate că nu suntem cetățeni americani să putem călători aproape oriunde fără viză, în prezent, după aproape 21 ani de când avem democrație, putem călători fără vize oriunde UE și în alte câteva țări precum El Salvador, Zambia sau Brazilia.

● Să poți comunica mobil cu oricine de pe planetă instant și gratuit (sau cu costuri foarte mici). În prezent accesul roaming gsm sau telefonie prin satelit este disponibilă, dar costurile sunt destul de mari pentru un om obișnuit, chiar și pentru roamingul aceluiași operator gsm. Internetul mobil wifi gratuit este destul de răspândit în țările dezvoltate dar nu este îndeajuns încât să fie

majoritar.

● Să ai hărți GPS pentru orice zonă de pe planetă. În ultimii ani tehnologia GPS a explodat, costurile au scăzut încât să-și poată permite aproape oricine. Toate țările dezvoltate sunt acoperite cu hărți detaliate și cu servicii precum hoteluri, benzinării sau altele de interes general. Însa zone precum Orientul Mijlociu, Africa sau alte țări îndepărtate încă nu au acoperire.

● Să poți comunica cu oricine folosind o limbă cu caracter internațional. Odată cu renunțarea la granițe între națiuni, avem nevoie să ne putem înțelege cu persoanele din diferite culturi într-o limbă comună. Este mult mai dificil să învățăm limba locală unde călătorim. Mai ales că sunt sute de limbi și dialecte diferite. O limbă cu caracter global este necesară pentru o comunicare eficientă.

● Să existe monedă unică. O monedă unică folosită pe tot globul ar salva timp și costuri inutile. Nu mai stai să alergi după casele de schimb valutar și nu mai pierzi bani la diferențele de curs valutar.

● Să ai dreptul legal să poți munci oriunde. În prezent pentru o meserie IT este tehnic posibil să lucrezi de oriunde – dacă ai un laptop și o conexiune la internet. Tehnologia permite acum lucrul în echipă la distanță. În schimb pentru alte meserii sunt necesare aprobări speciale.

Într-un clasament realizat pentru 62 de națiuni, indicele globalizării plasa pe primul loc, drept cea mai globalizată națiune, Irlanda. În acest top figurează și România pe locul 38.

Dincolo aspectele negativiste, fenomenul globalizării este unul contemporan nouă. Ne modelează atitudinile, așa cum noi îi putem influența evoluția. Rămâne la latitudinea noastră și la îndemâna propriei inteligențe să nu-l scăpăm de sub control. Așa cum aprecia și Kofi Annan - “Dacă nu putem să facem ca globalizarea să lucreze pentru toți, în final, ea nu va lucra pentru nimeni!” Globalizarea ar trebui să conducă la creștere economică, echitate, securitate, educație, regândirea cadrului instituțional internațional, transparență, protejarea mediului, o mai bună guvernare globală, care să asigure o mai largă distribuție a oportunităților, un mediu propice creșterii economice echilibrate și includerea celor marginalizați.

2. Subdezvoltarea economiei internaționale

Subdezvoltare, Lumea a Treia, țări subdezvoltate sau în dezvoltare, „Sud”, „periferie”, reprezintă noțiuni ce încearcă să cuprindă în cât mai puține cuvinte o stare de fapt: un decalaj imens între lumi diferite sau în cadrul aceleiași lumi. Toate aceste țări se confruntă cu problema sărăciei, a șomajului, a asistenței sanitare precare, dar pentru cele mai multe dintre ele aceste probleme, și altele, sunt, însă, dramatice, iar acestea sunt considerate a fi cele mai sărace țări ale lumii. Din acest punct de vedere, fenomenul subdezvoltării este privit prin excelență prin prisma caracteristicilor acestor din urmă țări: imensitatea între lumi diferite sau în cadrul aceleiași lumi.

Cea mai importantă și mai complexă dimensiune a fenomenului de subdezvoltare, rămâne caracteristica de bază, care le unește și determină abordarea lor unitară: sărăcia. Cu toate eforturile făcute, aceste țări sunt în continuare deosebit de sărace. La început de mileniu, realizările în domeniul combaterii acestui flagel mondial, care este sărăcia, nu sunt pe măsura așteptărilor. Făcând un rezumat, se poate afirma că ultimul deceniu nu a adus cu sine ceea ce comunitatea internațională

spera să fie o bătălie câștigată. Printre nerealizările în domeniul dezvoltării umane și combaterii sărăciei putem aminti:

- Între 1990 – 1997 numărul celor infectați cu HIV a crescut de mai mult de două ori, de la mai puțin de 15 milioane de oameni, la peste 33 de milioane. În jur de 1,5 miliarde de oameni nu au o speranță de viață mai mare de 60 de ani, peste 880 milioane au un acces limitat la serviciile de sănătate și 2,6 miliarde la servicii de igienă.

- În 1997 mai mult de 850 milioane adulți erau analfabeți. În țările industriale peste 100 milioane erau analfabeți funcționali (deși au urmat o școală, nu au capacitatea să se descurce la scris și la citit). Mai mult de 260 de milioane de copii nu urmează cursuri primare sau secundare.

- 840 de milioane de oameni suferă de malnutriție. Consumul celei mai bogate cincimi a lumii este de 16 ori mai mare decât al celei mai sărace cincimi.

- Aproximativ 1,3 miliarde de oameni trăiesc cu mai puțin de un dolar pe zi și aproape un miliard nu își poate asigura necesarul pentru satisfacerea nevoilor de bază. Ponderea venitului global al celei mai bogate cincimi a populației este de 74 de ori mai mare decât a celei mai sărace cincimi.

- În jur de 340 milioane de femei nu au o speranță de viață mai mare de 40 de ani. Între 25% și 50% din numărul total de femei suferă de abuzuri fizice din partea partenerului.

- Circa 160 de milioane de copii suferă de malnutriție și mai mult de 250 milioane de copii lucrează ca salariați.

- În fiecare an, 3 milioane de oameni mor din cauza poluării aerului și peste 5 milioane mor din cauză de boli diareice, cauzate de apa contaminată.

- La sfârșitul anului 1997, se înregistrau aproximativ 12 milioane de refugiați.

Cele mai sărace țări ale lumii, aflate cu predilecție în Africa sub-sahariană și Asia, dețin o populație numeroasă, ceea ce face ca situația lor să fie cu atât mai dramatică. Operând cu indicatorul P.N.B./loc., ajustat cu paritatea puterii de cumpărare, cele mai sărace țări ale lumii înregistrează „performanțe” greu de imaginat. Pentru ocupantele ultimelor locuri, venitul pe locuitor nu depășea, la nivelul anului 2002, 800 USD/loc., ceea ce înseamnă, în medie, sub doi dolari/zi pentru fiecare cetățean!

Tabelul nr. 1 Cele mai sărace țări
-din punct de vedere al P.N.B.real/loc -

Tara	P.N.B. real/loc.
Sierra Leone	505
Tanzania	533
Malawi	570
Burundi	610
Etioția	585
Guineea Bissau	615
Yemen	712
Mali	735
Zambia	720
Niger	787
R.D Congo	758
Nigeria	788

Sursa: ***- „World Development Indicators 2003”, WorldBank, Washington, D.C., 2003

Alături de nivelurile scăzute ale venitului pe locuitor, țările subdezvoltate se confruntă și cu o mare discrepantă în distribuția veniturilor. Distribuția veniturilor reprezintă un indicator de apreciere al dezvoltării economice a unei țări. Pentru țările în dezvoltare, în special pentru cele mai sărace dintre acestea, inegalitatea în distribuția veniturilor se corelează cu sărăcia absolută în care trăiește o mare parte din populația acestor țări.

O problemă majoră a țărilor subdezvoltate este foametea și malnutriția, sau, mai bine zis, problema alimentară. Potrivit celor mai recente estimări, peste 550 de milioane de oameni (375 de milioane în Asia, mai mult de 80 de milioane în Africa, 45 de milioane în America Latină) suferă

efectiv de foame. Pentru a putea fi considerat hrănit normal, un om trebuie să consume zilnic, în medie, 2200 - 2400 de calorii și circa 80 – 90 grame de proteine. Ori, 28% din populație în Asia, 25% în Africa, 13% în America Latină consumă sub acest barem. Această situație contrastează puternic cu consumul din țările dezvoltate. Problema alimentară are atât implicații de ordin social, cât și implicații de ordin politic (accentuare migrației, convulsii sociale).

Țările subdezvoltate nu se pot baza pe "transferul de hrană", ci, în primul rând, pe efortul propriu. Printre căile posibile de sporire a producției alimentare în țările în dezvoltare, cele care rețin atenția experților sunt următoarele:

- extinderea suprafețelor cultivate,
- sporirea randamentului la hectar și pe animal productiv,
- exploatarea unor noi resurse naturale și producerea de alimente pe cale sintetică.

Cele mai mari rezerve de terenuri cultivabile se află în America Latină, Africa Tropicală și America de Nord (în Asia de Sud, ce se confruntă cu grave probleme, această soluție nu există).

Dar, deși își pot spori producția, lucrurile rămân deocamdată teoretice, pentru că majoritatea țărilor ar trebui să aloce mai mult decât au pentru a putea spori randamentul. De exemplu, o creștere de 4% a producției agricole necesită resurse financiare de 15 – 16 miliarde dolari anual, sumă greu de realizat în condițiile datoriei externe actuale.

Pentru a avea un nivel de referință uniform, Banca Mondială utilizează noțiunea de sărăcie extremă sau limita sărăciei, care este dată de asigurarea unui nivel caloric zilnic de 2250 calorii pe persoană, cu următoarea componență nutrițională: 5 g. de legume cu frunze, 110 g. alte legume (cartofi, rădăcinoase etc.). 90 g. lapte, 35 g. ulei, 35 g. zahăr, 10 g. carne, 45 g. legume cu boabe, 395 g. cereale. Cele 395 de grame de cereale pot fi echivalentul a 2 cești de orez, ceea ce reprezintă 54% din totalul hranei!

Un sfert din populația lumii trăiește sub limita unui dolar pe zi! Iar din punct de vedere al repartiției geografice, cei mai mulți săraci ai lumii trăiesc în Africa sub-sahariană și Asia de Sud, unde aproape jumătate din populație este la limita sărăciei absolute. Urmează Asia de Est și Pacific și America Latină, cu aproape aceeași pondere (15%) și China. Țările cu cei mai puțini săraci sunt țările Orientului Mijlociu și Africii de Nord și Europa și Asia. Din cele aproximativ 1,2 mld. persoane ce trăiesc sub un dolarPPC/zi (la nivelul anului 2000), 278 mil. sunt în Asia de Est și Pacific (de la 452 mil. în 1990), singura zonă unde reducerea a fost semnificativă, datorată în special progreselor din China, 522 mil. în Asia de Sud (de la 495 mil. în 1990), 291 mil. în Africa sub-sahariană (de la 242 mil. în 1990).

În America Latină și Caraibe, 15,2% din populație era înregistrată în 2000 ca trăind sub un dolarPPC/zi, luând însă ca limită 2 USDPPC/zi, 36% din populație se afla sub această limită, ceea ce arată diferențele și inegalitățile extrem de mari din această regiune.

În Europa și Asia Centrală, până în 1990 foarte puțini oameni trăiau în absolută sărăcie. După 1990, numărul acestora a crescut, ajungându-se ca 4,7% din populație să fie sub limita a 1dolarPPC/zi, iar sub 2dolariPPC/zi, 20% la nivelul anului 2000.

În Orientul Mijlociu și Africa de Nord situația este similară Europei: sub 2% din populație se află sub limita a 1 dolarPPC/zi și 22% sub limita a 2 dolariPPC/zi. Din punct de vedere al grupurilor țintă al săracilor, cea mai mare parte a săracilor lumii locuiesc în Asia de Sud, în special în India și Bangladesh. O cincime se află în Africa sub-sahariană, în principal în Nigeria și Etiopia. Ceilalți (cam două cincimi) se impart între America Latină (mai ales în Brazilia și Mexic), Asia de Sud-Est (cu predilecție în Filipine și Indonezia), Orientul Mijlociu și Asia de Est (China). La sfârșitul anului 2000, cel mai mare număr al celor săraci s-a înregistrat în Africa sub-sahariană, care a devenit regiunea cea mai săracă a lumii.

40% din cei săraci sunt copii sub 10 ani, care trăiesc în familii numeroase. În Pakistan, 10% dintre gospodăriile cele mai sărace au o medie de 7,7 persoane, din care 3,6 sunt copii sub 10 ani. Media națională este de 6,1, iar a copiilor sub 10 ani de 2,2.

La întâlnirea G8, din iulie 2000, țările cele mai dezvoltate, plus Rusia, au ajuns la aceeași concluzie lansată de Conferința din 1998. Identificând sărăcia drept una dintre cele mai grave probleme ale omenirii, s-a reafirmat sprijinul pentru o cooperare la nivel internațional, menită să

sprijine țările cele mai sărace în promovarea acelor politici, care să aibă drept consecință directă reducerea sărăciei. În scenariile elaborate, Raportul privind sărăcia globală stabilește parametrii de bază necesari evoluției economice pe regiuni, astfel încât să se atingă obiectivele de reducere la jumătate a numărului celor ce trăiesc sub limita a un dolar pe zi. În cele două scenarii elaborate pentru regiunile globului, se au în vedere 3 variabile (rata de creștere a consumului, rata de creștere a populației și schimbările în inegalitățile veniturilor) și, pornind de la proiecțiile acestora în perioada 1998-2008, s-a previzionat proporția persoanelor ce va trăi în sărăcie în anul 2008 și în 2015, precum și ponderea acestora în totalul populației, pe regiuni și la nivel mondial.

Un prim scenariu este unul optimist, ce merge pe extrapolarea unei rate de creșteri medii de 3,5%, diferit pe regiuni și o stagnare a inegalității veniturilor. În cel pesimist, rata de creștere este mai mică, iar inegalitatea veniturilor crește. Diferențele sunt semnificative la finele anului 2008.

Țintele propuse au fost ca, în 2015, populația ce trăiește în sărăcie să fie de 14,5% din populație, ceea ce reprezintă în cifre absolute 897 milioane persoane. În funcție de ipotezele luate în calcul, se poate observa că la sfârșitul acestui deceniu (mai precis în 2008), numărul săracilor poate fi cu mult mai mic, respectiv cca. 700 milioane. În varianta mai puțin optimistă, în 2008, numărul populației în sărăcie va fi aproape același ca în 1990. Acest lucru este cât se poate de probabil, dacă regiunile cele mai sărace ale lumii (Asia de Sud și Africa sub-sahariană) nu vor înregistra progrese evidente în plan economic și social.

Pentru multe din țările slab dezvoltate, inegalitatea distribuirii veniturilor își are sursa în decalajul între mediul urban și rural. Zonele rurale sunt, pe lângă extrem de sărace, și puternic concentrate în mâna unor latifundieri (cum este cazul celor mai multe din țările latino-americane) ceea ce face ca venitul obținut în agricultură să fie, practic, înșușit în cea mai mare parte de marii proprietari.

O altă cauză a acestei inegalități derivă și din accesul redus la educație pentru cea mai mare parte a populației acestor țări, ceea ce face ca majoritatea forței de muncă să fie slab calificată, cu salarii extrem de reduse. Se apreciază că reducerea analfabetismului are efecte pozitive asupra veniturilor ce revin celor 40% din populație, cea mai săracă.

Și politicile promovate de către statele în dezvoltare au contribuit la creșterea sau menținerea ridicată a inegalității veniturilor: supraevaluarea cursului de schimb, politica de preț, care dezavantajează net produsele agricole, în condițiile în care agricultura este principala ocupație în multe din aceste țări, anumite cheltuieli publice, admise doar pentru zonele rurale etc.

Din miliardul ce se va adăuga omenirii până în 2014, peste 600 de milioane se vor naște în țările cu cele mai scăzute venituri. Conform prognozelor Băncii Mondiale¹, 310 milioane se vor naște în Asia de Sud, 240 milioane în Africa subsahariană, 220 milioane în Asia de Est și Pacific, 9 milioane în Europa și Asia Centrală, 30 milioane în țările dezvoltate.

Creșterea populației în țările cele mai sărace își are motivația în mai multe aspecte. Unul este dat de rolul pe care femeia îl are în societate. Pentru cele mai multe din aceste țări, femeile sunt lipsite de educație, iar măsurile contraceptive sau de planing familial sunt inexistente. Datele furnizate de Banca Mondială în acest sens sunt relevante. Pentru femeile cu vârsta cuprinsă între 15 și 49 de ani, consumul de contraceptive este scăzut, mai ales în țările slab dezvoltate: Laos 25%, Indonezia 55%, China 85%, Rusia 35%, Haiti 15%, Nicaragua 60%, Yemen 20%, Iordania 50%, Iran 70%, Pakistan 25%, India 40%, Bangladesh 50%, Guinea 0%, Camerun 20%.

Un alt motiv îl constituie speranța de viață foarte redusă în multe țări sărace (sub 50 de ani), precum și mortalitatea infantilă foarte ridicată. Altfel spus, un număr mare de copii crește șansele de supraviețuire ale familiei.

Cea mai mare parte a populației sărace este analfabetă, neavând mai mult de un an sau doi de școală. Ca urmare, cunoștințele lor, precum și capacitatea de a înțelege ceea ce se întâmplă în jurul lor sunt foarte reduse. Populația feminină este mai săracă decât cea masculină, în special în cazul pătrimii din gospodăriile care sunt conduse de femei.

Forța de muncă feminină este mai scăzută, sunt angajate în slujbele cele mai prost plătite și au o rată a șomajului mult mai ridicată decât a bărbaților.

De altfel, rolul femeii în țările în dezvoltare, în special în cele mai sărace, este unul net inferior bărbaților. În multe părți ale globului, diferențele în ceea ce privește distribuția veniturilor în cadrul familiei arată că există o discriminare clară a femeilor în raport cu bărbații.

Rata de mortalitate, precum și rata mortalității pentru diferite tipuri de boli arată o hrană mai defectuoasă și o îngrijire a sănătății mai slabă pentru femei decât pentru bărbați.

De asemenea, femeile au o educație inferioară bărbaților. Cea mai mare parte a analfabetismului este în rândul femeilor, în unele țări femeile neavând dreptul la vot și nici alte drepturi în societate.

Din punct de vedere al școlarității, rata de școlarizare în învățământul primar și secundar, pe regiuni, se prezenta în felul următor:

Tabelul nr. 3. Rata fete/băieți cuprinși în învățământul primar și secundar
- %-

Regiunea	1990	1998	2001
Asia de Est și Pacific	88	91	93
Europa și Asia Centrală	85	93	96
America Latină și Caraibe	95	98	99
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	82	86	90
Asia de Sud	75	9	96
Africa sub-sahariană	82	87	90

Sursa: ***—

World Bank, Washington D.C., 2003

„Table 2003”,

Mortalitatea infantilă înregistrează cele mai mari niveluri în aceste țări: unul din 10 copii moare în primul an de viață, încă unul până la vârsta de 5 ani și doar unul din cinci atinge 45 de ani. Pe regiuni, mortalitatea infantilă se prezenta astfel:

Tabelul nr.4 Mortalitatea infantilă, media pe regiuni
-morți sub vârsta de un an la 1000 nașteri vii-

Regiunea	1990	1998	2001
Asia de Est și Pacific	40	35	33
Europa și Asia Centrală	28	22	20
America Latină și Caraibe	41	31	28
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	60	45	43
Asia de Sud	87	75	61
Africa sub-sahariană	101	92	90

Sursa: ***— „Table 2000”, World Bank, Washington D.C., 2000

Cele mai sărace țări înregistrează performanțe mult mai triste. Comparativ cu țările bogate, cele mai sărace țări au o rată a mortalității și de peste 50 ori mai mare (cazul Sierra Leone).

Tabelul nr. 5 Rata mortalității infantile în țările sărace, comparativ cu țările bogate

Țara	1980	2002
Cambodgia / Irlanda	201/11	102/6
Sierra Leone / Hong Kong	190/11	162/3
Rwanda / Australia	185/11	112/5
Malawi / Franța	169/10	115/5
Swaziland / Elveția	159/9	98/4
Etiopia / Olanda	155/9	107/5
Zambia / Japonia	154/8	105/4
Mozambic / Norvegia	145/8	122/4
Burundi / Danemarca	145/8	107/5
Bangladesh / Suedia	132/7	73/4

Sursa: ***— „Table 2003”, World Bank, Washington D.C., 2003

Două treimi populația țărilor subdezvoltate nu are acces la apă potabilă și o pondere și mai mare nu are asigurat un acces corespunzător. Sunt zone (în special în Africa sub-sahariană) unde asigurarea apei implică o deplasare zilnică din partea fiecărei familii la o distanță de peste trei ore de mers pe jos! Alături de apă, lipsa unor condiții sanitare și de igienă minime contribuie la peste 900 milioane de îmbolnăviri de diaree anual. Aceasta cauzează moartea a 3 milioane de copii anual, lucru ce ar putea fi prevenit în condiții sanitare mai bune și a existenței apei potabile.

Speranța de viață este mai mică. Media pentru persoanele ce trăiesc în sărăcie este de 45 de ani, comparative cu 77 de ani, media pentru țările dezvoltate.

Tabelul nr. 6. Țările cu cea mai mică speranță de viață

Țara	1980	2002
Zambia	35	32
Zimbabwe	42	33
Mozambic	41	36
Burundi	42	40
Rwanda	4	39
Leshoto	40	32
Swaziland	40	33

Sursa: *** –

World Bank, Washington D.C., 2003

„Table 2003”,

Între o treime și două cincimi din adulți sunt analfabeți și doar patru din 10 copii reușesc să urmeze mai mult de 4 ani de școală primară. Pe regiuni, cuprinderea în școala primară este următoarea:

Tabelul nr. 7. Cuprinderea în școala primară
-media % pe regiuni geografice-

Regiunea	1990	2002
Asia de Est și Pacific	97	99
Europa și Asia Centrală	96	99
America Latină și Caraibe	88	95
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	79	85
Asia de Sud	73	80
Africa sub-sahariană	58	68

Sursa: *** – „Table 2003”, *World Bank, Washington D.C., 2003*

Sunt țări unde peste jumătate din populația țării este analfabetă. Datele publicate în Raportul asupra Dezvoltării Umane pe anul 2000 reflectă această situație dramatică.

Tabelul nr. 8 Rata analfabetismului în țările sărace
-nivelurile cele mai ridicate, în %-

Țara	Rata analfabetismului
Niger	85,3
Burkina Faso	77,8
Gambia	65,4
Senegal	64,5
Etiopia	63,7

Sursa: Sursa: „Human Development Report 2000”, *U.N.D.P., 2000*

În cadrul Conferinței care a avut loc la Paris în anul 1998, cu participarea țărilor membre OCDE, reprezentanți ai Națiunilor Unite și ai Băncii Mondiale, s-au identificat 6 scopuri sociale și 16 indicatori complementari ce urmau a fi monitorizați de către comunitatea internațională, ca parte a unei noi strategii de dezvoltare. Scopurile au fost următoarele:

- reducerea sărăciei la jumătate (s-a estimat ca numărul celor ce trăiesc cu mai puțin de un dolar pe zi să scadă la 700 milioane la sfârșitul deceniului următor);
- asigurarea educației primare, astfel încât să crească la 100% procentul de cuprindere în școala primară a copiilor;
- creșterea egalității pe sexe în ceea ce privește cuprinderea în școala primară; peste 125 milioane de copii de vârstă școlară primară nu erau înscriși la școală în 1995, din care 2/3 erau fete.
- reducerea morții infantile și a celei până la 5 ani, la niveluri mai mici decât jumătate din nivelurile actuale, până la sfârșitul anului 2015;
- reducerea morții maternale cu 2/3 până în 2015, prin creșterea asistenței medicale la naștere;
- creșterea accesului la serviciile ce privesc reproducția, astfel încât să se prevină infestarea cu boli în perioada de sarcină (în special cu HIV), creșterea necontrolată a populației, mai ales în zonele foarte sărace.

3. Asistența financiară pentru dezvoltare

Adâncirea decalajului dintre țările bogate și țările cele mai sărace a atins deja niveluri îngrijorătoare. Comunitatea internațională reclamă din ce în ce mai des necesitatea acordării de ajutoare, sub diverse forme, pentru a putea preveni apariția unor dezastre în aceste țări.

Nevoia de capital străin rezidă deci tocmai din incapacitatea propriilor economii naționale de a satisface nevoia de capital pentru refacerea economică și pentru relansarea investițiilor, care în situația menținerii reculului din anii imediat după '90 risca să arunce aceste economii în totală dependență de lumea dezvoltată, cu grave consecințe pe termen mediu și lung.

În sistemul relațiilor economice internaționale contemporane, asistența financiară externă pentru dezvoltare reprezintă o instituție relativ recentă. Ea a apărut ca o expresie a extinderii și adâncirii permanente a cooperării economice dintre toate țările lumii, pe fondul reconstrucției economice a țărilor afectate de cel de-al doilea război mondial. Ulterior, asistența financiară externă s-a concentrat tot mai mult pe problema lichidării subdezvoltării, a surmontării decalajului existent între țările bogate și cele sărace.

Asistența financiară externă reprezintă un concept larg, care include, în opinia unor specialiști, mai multe elemente :

- Ajutoare, care sunt donații și împrumuturi acordate țărilor beneficiare prin organisme oficiale și care comportă elemente de favoare și de libertate de minim 25% din suma totală.
- Donații (granturi), care sunt transferuri, în bani sau natură, care nu implică rambursare.
- Împrumuturi pentru ajutor, care sunt acordate pe perioade mai mari de un an de organisme publice sau de guverne, care corespund criteriului amintit la ajutoare. Operațiunile de reeșalonare și împrumuturile acordate pentru refinanțarea unei datorii contractate, publice sau private, sunt incluse în această categorie.
- Alte contribuții ale sectorului public, ce reprezintă operațiuni al căror scop principal nu este altul decât finanțarea dezvoltării și care includ un element de libertate mai mic de 25%. Aici se includ operațiunile de reamenajare a datoriei externe efectuate de sectorul public în condiții de piață.
- Aportul sectorului privat, ce cuprinde investiții directe, investiții de portofoliu și credite la export.

Asistența financiară oficială pentru dezvoltare, care include donații bilaterale, împrumuturi, asistență tehnică și fluxuri multilaterale a crescut de la 4,6 miliarde dolari în 1966 la 69 miliarde dolari în 2003. Cu toate acestea, în termeni relativi, asistența financiară oficială pentru dezvoltare alocată de țările dezvoltate țărilor în dezvoltare a scăzut de la 0,51% din P.N.B.-ul țărilor dezvoltate în 1960, la 0,25% în 2003.

Din punct de vedere al scopurilor, se apreciază că doar 7% din asistența financiară pentru dezvoltare acordată pe cale bilaterală este direcționată către prioritățile privind dezvoltarea umană: sănătate, educație, accesul la apă potabilă etc.

Pe termen scurt și mediu, alocarea de asistență financiară trebuie să se facă pornindu-se de la necesitățile țărilor receptoare. Cu alte cuvinte, scopul asistenței financiare trebuie subordonat procesului de dezvoltare din țările beneficiare.

Pornind de la faptul că asistența financiară este menită să contribuie la atenuarea decalajului existent între țările bogate și cele sărace, în literatura de specialitate s-a conturat un set de criterii economice privind modul de alocare a asistenței financiare:

- nivelul sărăciei, scopul principal fiind eliminarea ei;
- favorizarea țărilor care au un set viabil de măsuri de administrare a asistenței financiare;
- favorizarea țărilor cu cea mai mare eficiență în utilizarea ajutorului extern.

Aceste criterii sunt, totuși, rareori urmărite în programele de ajutorare ale celor mai mulți dintre donatori. Astfel, de cele mai multe ori, este dictată de interesele și motivațiile donatorilor. Aceste motivații pot îmbrăca o paletă destul de largă:

- motive umanitare și morale;
- motive politice (extinderea sferei de influență a țărilor donatoare);
- motive militare (susținerea unui aliat tradițional sau potențial),
- motive economice (noi piețe de desfacere, noi surse de aprovizionare cu materii prime ieftine etc.).

De cealaltă parte, țările receptoare au nevoie de aceste fonduri nu doar din motive pur economice. Există o serie de motivații “ascunse”, care le determină să accepte uneori condiții deloc avantajoase, cum ar fi, de exemplu, dorința puterii politice de a suprima opoziția, existența corupției etc.

În ultima perioadă, se constată un declin al asistenței oficiale pentru dezvoltare. Studiile confirmă utilizarea, în continuare, a ajutorului extern ca instrument de politică comercială și politică externă.

Se conturează tot mai mult ideea de evaluare a criteriilor de alocare a ajutorului extern, ca urmare a faptului că opinia publică din țările donatoare este sceptică în ceea ce privește eficiența ajutorului extern. Sunt țări în dezvoltare care depind într-o măsură ridicată de ajutorul extern, ceea ce implică cel puțin două consecințe, și anume: ca urmare a dependenței, ele sunt extrem de vulnerabile în fața creditorilor, ceea ce diminuează capacitatea lor de negociere a condițiilor impuse de aceștia, pe de altă parte, dispare, în mare măsură, interesul de a promova acele politici menite să crească contribuția efortului propriu în procesul dezvoltării.

Bibliografie

1. Academia de Studii Economice, Economie, Editura Economică, București, 2000.
2. Avrănescu Tiberiu Cristian, Economie Europeană, Editura Sitech, Craiova, 2007.
3. Dobrescu Emilian, Integrare economică, Editura All Back, București, 2001.
4. Ioan Bari - “Economia mondială”, Editura Didactică și Pedagogică R.A., București, 1994.
5. Robert Cassen and associates - “Does aid work?”, second edition, Clarendon Press, Oxford, 1994.
6. Ungureanu Emilia, Economie politică, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004
7. P.N.U.D., "Human Development Report 1991,1992,1993", în Jan S. Hogendorn – „Economic Development”, Harper Collins College Publishers, Inc., 1996.
8. „Table 2003”, World Bank, Washington D.C., 2003
9. „Table 2000”, World Bank, Washington D.C., 2000
10. „World Development Indicators 2003”, WorldBank, Washington, D.C., 2003
11. „Global Development Finance”, World Bank, Washington D.C., 2000, p.65
12. „Global Poverty Report”, G8 Summit July 2000, African Development Bank, Asian Development Bank, BERD, Inter-American Development Bank, FMI. BM, p.17
13. www.wikipedia.ro

14. www.globalizarea.com
15. www.globalization.about.com

IMPACTUL CRIZEI ECONOMICE ASUPRA TRANSPORTURILOR AERIENE

Autori:

Elena BUJNIȚĂ

Valentin DUMITRAȘCU

Anul II, Economie și Afaceri Internaționale

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Emilia CLIPICI

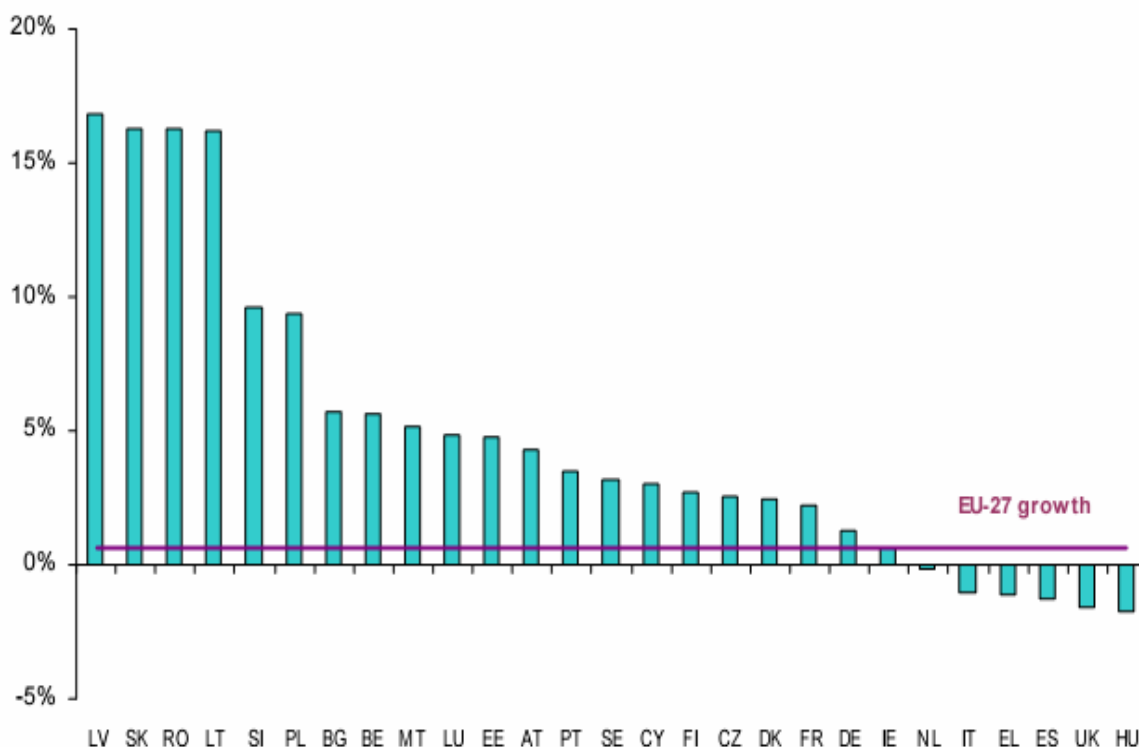
În 2008, 798 milioane de pasageri au fost transportați pe calea aerului spre, dinspre sau în interiorul UE-27. Deși acest lucru reprezintă o creștere anuală mică de 0,6% față de 2007, ca efect al crizei economice asupra industriei transportului aerian UE-27 a devenit evidență în cursul anului.

Într-adevăr, în timp ce în primele două trimestre ale anului 2008, o comparație a pasagerilor cu anul 2007 indică o creștere de 4,4%, însă în ultimul trimestru, datele au arătat o scădere de 5,6%. Acest lucru aduce la capăt o perioadă neîntreruptă de șase ani de creștere susținută în industria transportului aerian.

În ceea ce privește transportul aerian de mărfuri și poștă, imaginea este similară. În 2008, 12.9 milioane de tone au fost încărcate sau descărcate în UE-27, cu o creștere anuală de 3,3%. Cu toate acestea, a existat o tendință de scădere pe parcursul anului care s-a încheiat cu o scădere de 14% în luna decembrie.

La nivel de aeroport, London Heathrow și Frankfurt / Main au continuat să fie cele mai mari aeroporturi din UE-27 în termeni de pasageri transportați și de mărfuri și poștă încărcate / descărcate respectiv.

Graficul 1: 2007/2008 Creșterea totală a transportului aerian de pasageri de către statul membru (%)



Source: Eurostat ([AVIA_PAOC](#))

1. Transportul aerian de pasageri la nivelul statelor membre și la nivelul UE

Transporturile aeriene reprezintă o arie de comerț în care aeronavele sunt angajate pentru a transporta pasageri, marfă și poștă. Companiile de transport aerian operează servicii pe rute aeriene locale, regionale, naționale și internaționale.

Primele servicii de pasageri au început din 1910, când dirijabilele au început să opereze între câteva orașe din Germania.

Activitatea de transport aerian a cunoscut o importantă dezvoltare datorită caracteristicilor sale specifice, și anume: rapiditate, convertibilitate, oportunitate, confort, siguranță, accesibilitate și economicitate.

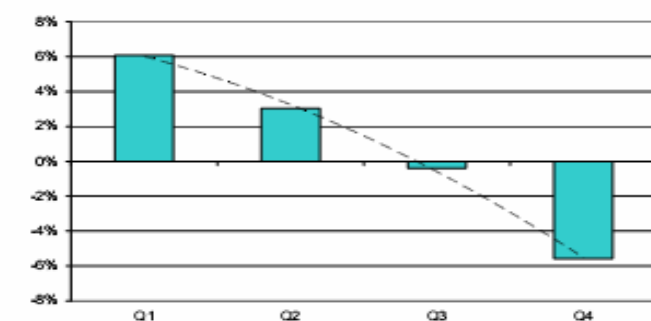
Tabelul 1: Situația transportului aerian de pasageri de către statele membre în 2008 (mii)

		Total transport		National transport		International Intra-EU-27 transport		International extra-EU-27 transport	
		Passengers	Growth 2007-2008	Passengers	Growth 2007-2008	Passengers	Growth 2007-2008	Passengers	Growth 2007-2008
BELGIUM	BE	21 982	5.7%	48	-20.0%	15 261	1.5%	6 672	16.9%
BULGARIA	BG	6 418	5.7%	141	42.8%	5 040	2.3%	1 237	18.4%
CZECH REPUBLIC	CZ	13 429	2.5%	271	1.1%	9 626	1.5%	3 532	5.6%
DENMARK	DK	24 629	2.4%	2 004	2.7%	15 998	0.9%	6 627	6.3%
GERMANY	DE	166 095	1.2%	25 183	2.4%	85 418	-0.3%	55 494	3.2%
ESTONIA	EE	1 804	4.8%	21	5.2%	1 445	3.2%	339	11.8%
IRELAND	IE	30 018	0.6%	845	-4.8%	25 911	0.8%	3 262	0.7%
GREECE	EL	34 404	-1.1%	6 564	-1.8%	23 180	-2.5%	4 660	7.7%
SPAIN	ES	161 401	-1.3%	40 792	-7.7%	100 568	-0.4%	20 041	9.3%
FRANCE	FR	122 724	2.2%	26 934	-0.9%	52 100	2.2%	43 690	4.3%
ITALY	IT	105 217	-1.0%	28 338	-1.3%	57 205	-2.0%	19 674	2.4%
CYPRUS	CY	7 218	3.1%	-	-	5 928	1.9%	1 290	8.9%
LATVIA	LV	3 687	16.8%	31	111.2%	2 770	14.6%	887	22.6%
LITHUANIA	LT	2 552	16.2%	0.2	-42.7%	2 045	14.7%	507	23.0%
LUXEMBOURG	LU	1 713	4.8%	0.3	152.1%	1 383	3.2%	329	12.0%
HUNGARY	HU	8 429	-1.8%	-	-	6 392	-2.0%	2 037	-1.1%
MALTA	MT	3 125	5.2%	-	-	2 849	5.6%	276	1.1%
NETHERLANDS	NL	50 419	-0.2%	44	-21.9%	29 324	-2.3%	21 051	3.0%
AUSTRIA	AT	23 900	4.2%	702	5.3%	16 015	4.2%	7 183	4.3%
POLAND	PL	18 727	9.4%	957	-11.9%	13 836	6.6%	3 934	29.0%
PORTUGAL	PT	25 180	3.5%	2 877	-2.6%	17 816	3.1%	4 488	9.8%
ROMANIA	RO	8 031	16.3%	671	23.3%	6 236	17.2%	1 124	7.8%
SLOVENIA	SI	1 649	9.6%	-	-	1 010	7.3%	639	13.5%
SLOVAKIA	SK	2 596	16.3%	193	10.0%	2 018	14.7%	386	29.4%
FINLAND	FI	14 851	2.7%	2 729	-5.5%	9 152	1.8%	2 970	15.0%
SWEDEN	SE	27 818	3.2%	6 741	-2.2%	16 460	3.3%	4 617	11.6%
UNITED KINGDOM	UK	213 888	-1.6%	24 889	-4.7%	123 598	-1.7%	65 402	-0.1%
EU-27 *		798 325	0.6%	170 974	-2.9%	345 004	-0.5%	282 347	4.2%

* Double counting is excluded in the intra-EU-27 and total EU-27 aggregates by taking into consideration only departure declarations.

Source: Eurostat ([AVIA PAOC](#))

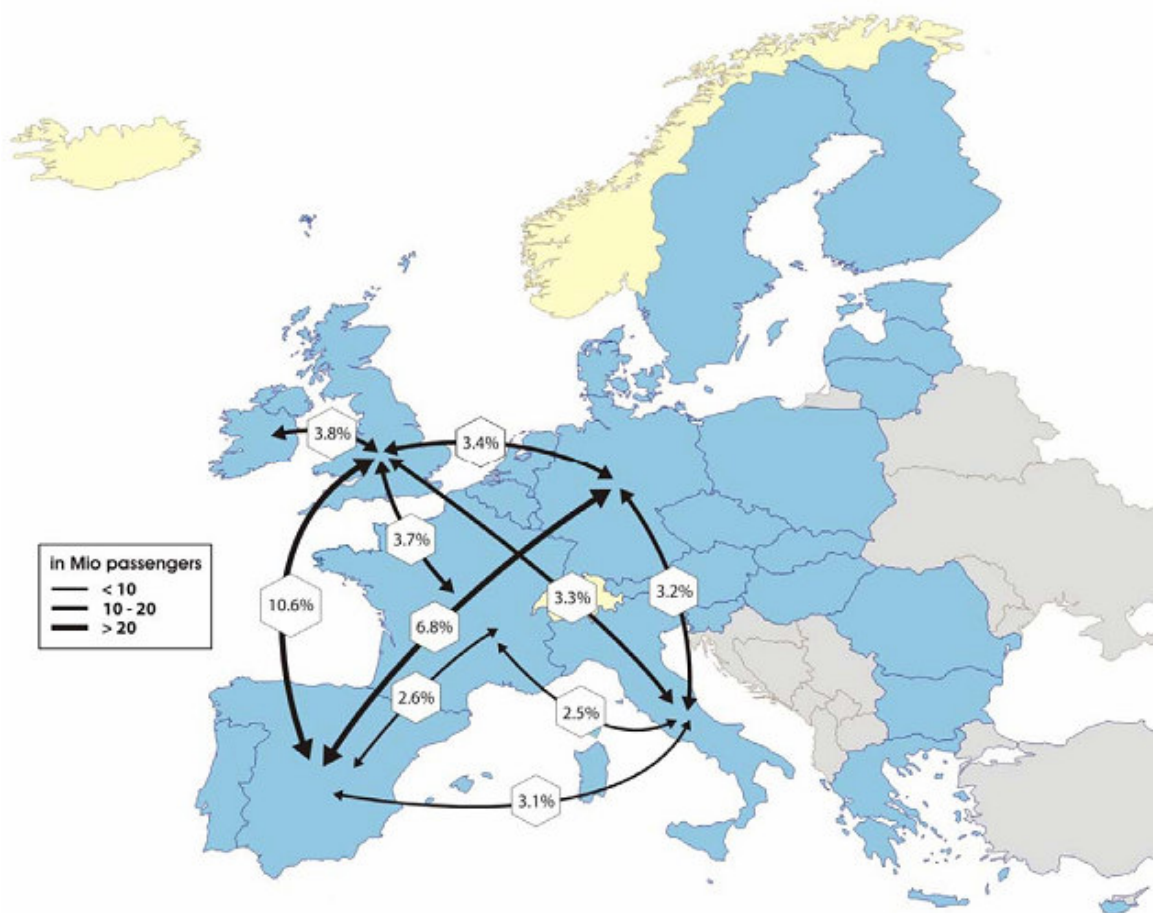
Grafic 2: UE-27 Creșterea trimestrială a transportului aerian de pasageri între trimestre similare în 2007 și 2008



Source: Eurostat ([AVIA PAOC](#))

Graficul 2 arată tendința în scădere trimestrială în transportul aerian de pasageri în UE-27. Impactul crizei economice a fost cea mai mare în noiembrie și decembrie, când o scădere de 7% a fost înregistrată în comparație cu luna similară a anului 2007. La nivelul statelor membre tendința a fost similară în cele mai multe cazuri. În timp ce în primul trimestru din 2008, fiecare stat membru a raportat o creștere a pasagerilor transportați, însă în al patrulea trimestru, doar patru din ele a înregistrat o creștere pozitivă. Cu toate acestea, creșterea anuală pentru UE-27 era încă pozitivă (0,6%). Aceasta reprezintă o performanță mai bună decât sectorul transporturilor aeriene din SUA. În această țară, Biroul de Statistică Transport al Departamentului Transporturilor din SUA a raportat în 2008 o creștere negativă de 3,5% și internaționale programate zboruri interne.

Harta 1: Transportul aerian în cadrul UE la nivel de stat în 2008: 43% din totalul transporturilor

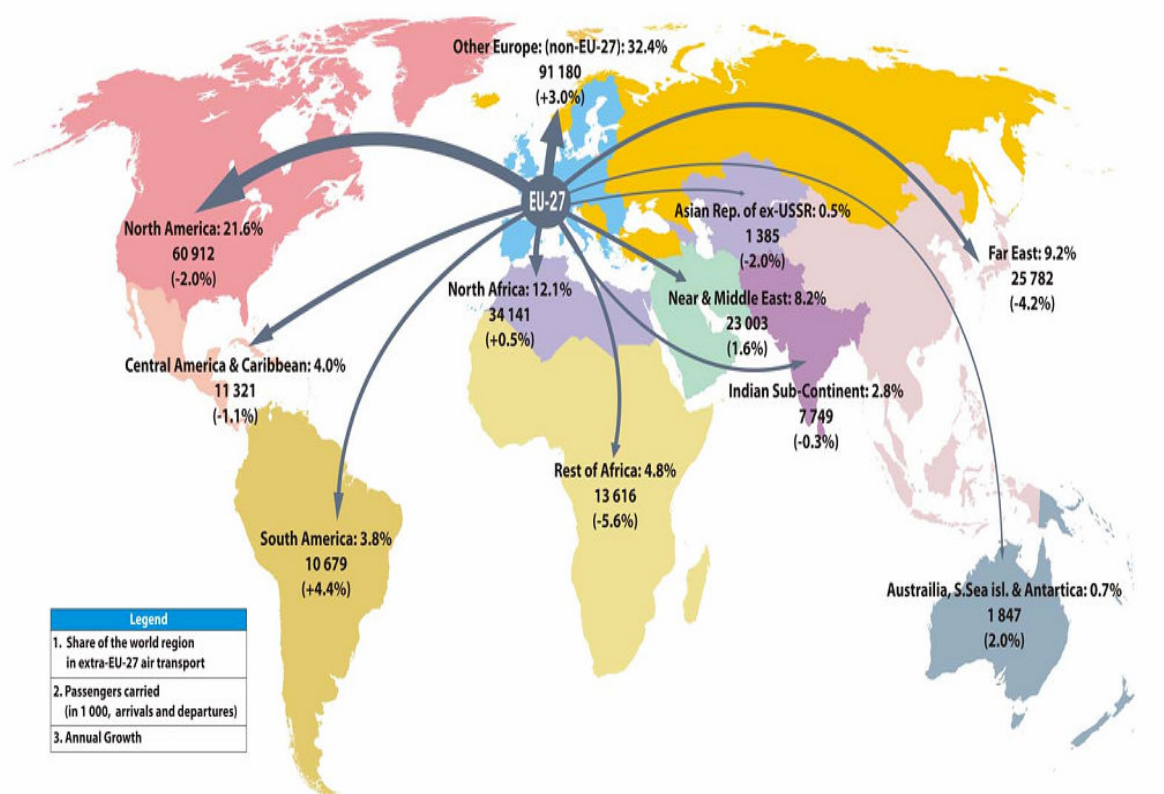


Source: Eurostat ([AVIA PAOCC](#))

Patru dintre topurile zece din domeniul fluxurilor internaționale precizează Spania ca fiind o destinație cu o pondere importantă în totalul transportului aerian. Cu toate acestea, Spania a fost statul membru cu cea mai mare înregistrare în scădere a traficului aerian de pasageri în cursul trimestrului al patrulea, cu aproape 11% mai puțini pasageri decât în același trimestru din anul precedent.

Extra-UE de piață a fost afectată de criza economică mai rapid decât piața intra-UE. În timp ce piața intra-UE a scăzut cu 7% în al patrulea trimestru din 2008, piața extra-UE a scăzut doar cu 1% în aceeași perioadă.

Harta 2:Transportul aerian din UE în exterior în 2008



Source: Eurostat ([AVIA_PAQCC](#))

Harta 2 prezintă o viziune de ansamblu asupra pieței externe UE. O mai mare grijă trebuie acordată cu privire la împărțirea lumii pe regiuni, datorită faptului că numărul pasagerilor care fac escale sau își schimbă ruta va fi alocat țării în care și-au pus conexiunile și nu în țara de origine sau destinația finală.

2. Transportul aerian de pasageri pe aeroport

Tabel 2: Topul aeroporturilor în UE-27 din punct de vedere al transportului de pasageri în 2008

Rank	Country	Airport	Total air transport (in 1000 passengers)	of which			Growth of total air transport 2007-2008	Total number of passenger flights (in 1000)	Growth of total number of flights 2007-2008
				National air transport	International intra-EU-27 air transport	International extra-EU-27 air transport			
1	UK	LONDON/HEATHROW	66 907	5 563	22 324	39 021	-1,4%	470	-0,5%
2	FR	PARIS/CHARLES DE GAULLE	60 496	5 167	25 720	29 608	1,6%	529	1,4%
3	DE	FRANKFURT/MAIN	53 189	6 362	19 966	26 861	-1,2%	452	-1,4%
4	ES	MADRID/BARAJAS	50 366	20 551	18 001	11 814	-1,6%	448	-2,2%
5	NL	AMSTERDAM/SCHIPHOL	47 404	43	26 554	20 807	-0,7%	419	-1,7%
6	IT	ROMA/FIUMICINO	34 815	13 453	12 985	8 377	7,4%	336	2,5%
7	DE	MÜNCHEN	34 399	9 839	15 337	9 223	1,7%	404	0,2%
8	UK	LONDON/GATWICK	34 162	3 731	19 468	10 963	-2,9%	256	-1,1%
9	ES	BARCELONA	30 364	12 633	13 901	3 831	-7,3%	304	-7,9%
10	FR	PARIS/ORY	26 188	14 603	5 806	5 778	-0,9%	234	-2,0%
11	IE	DUBLIN	23 379	828	19 936	2 616	0,8%	197	0,9%
12	ES	PALMA DE MALLORCA	22 807	6 313	15 602	892	-1,6%	177	-0,7%
13	UK	LONDON/STANSTED	22 338	2 343	18 595	1 400	-6,0%	167	-8,0%
14	DK	KØBENHAVN/KASTRUP	21 687	1 894	13 650	6 142	1,8%	254	5,0%
15	UK	MANCHESTER	21 062	2 944	11 847	6 272	-3,8%	189	-7,4%
16	AT	WIEN/SCHWECHAT	19 687	684	12 446	6 557	5,2%	259	4,8%
17	IT	MILANO/MALPENSA	19 012	3 086	9 655	6 272	-19,5%	201	-19,5%
18	BE	BRUXELLES/NATIONAL	18 369	2	12 047	6 320	3,5%	219	1,6%
19	SE	STOCKHOLM/ARLANDA	18 126	4 849	9 352	3 925	1,2%	204	2,8%
20	DE	DÜSSELDORF	18 103	4 440	8 485	5 179	1,8%	220	0,7%
21	EL	ATHINAI	16 362	5 796	7 811	2 755	-1,0%	183	-0,6%
22	DE	BERLIN/TEGEL	14 454	6 983	5 275	2 195	8,4%	153	6,2%
23	PT	LISBOA	13 604	2 009	8 023	3 572	1,6%	137	-2,3%
24	FI	HELSINKI/VANTAA	13 435	2 701	7 844	2 889	2,2%	174	2,9%
25	DE	HAMBURG	12 782	5 534	5 069	2 179	0,7%	149	-0,4%
26	ES	MALAGA	12 754	2 794	9 298	662	-6,0%	107	-6,6%
27	CZ	PRAHA/RUZYNE	12 587	139	9 191	3 256	1,8%	166	3,1%
28	FR	NICE/CÔTE D'AZUR	10 365	4 370	4 546	1 449	-0,2%	165	-3,8%
29	DE	KÖLN/BONN	10 296	3 716	4 791	1 790	-1,0%	104	-5,3%
30	UK	LONDON/LUTON	10 174	1 321	7 867	986	2,6%	83	3,2%
35	PL	WARSZAWA/OKECIE	9 480	943	6 134	2 404	2,7%	139	-1,7%
38	HU	BUDAPEST/FERIHEGY	8 429	-	6 392	2 037	-1,8%	105	-4,6%
54	CY	LARNAKA	5 477	-	4 255	1 222	4,1%	54	4,5%
60	RO	BUCUREȘTI/OTOPENI	5 063	504	3 637	922	2,5%	68	2,8%
76	LV	RIGA	3 687	31	2 770	887	16,8%	54	23,5%
84	BG	SOFIA	3 205	137	2 609	458	17,7%	39	14,0%
85	MT	MALTA/LUQA	3 125	-	2 849	276	5,2%	27	-1,0%
103	SK	BRATISLAVA/IVANKA	2 208	194	1 680	333	11,6%	25	12,3%
104	LT	VILNIUS	2 042	0	1 566	476	19,1%	35	19,7%
118	EE	TALLINN/ÜLEMISTE	1 804	21	1 445	339	4,8%	32	9,5%
124	LU	LUXEMBOURG	1 713	0	1 383	329	4,8%	39	2,3%
127	SI	LJUBLJANA/JOŽE PUČNIK	1 649	-	1 010	639	9,6%	37	9,1%

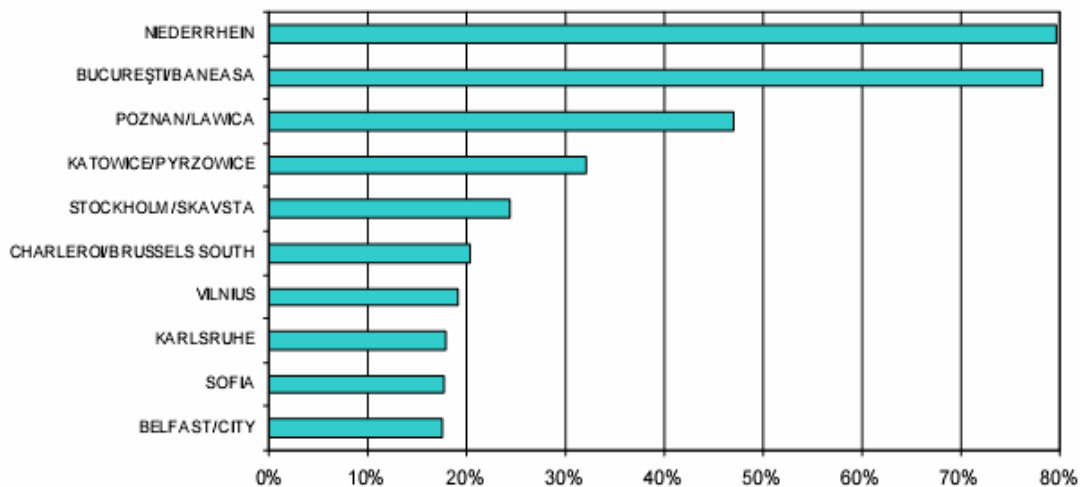
Source: Eurostat ([AVIA](#), [PAOA](#))

Top 5 nu arată vreo schimbare comparativ cu 2007, dar este semnificativ faptul că numai la Paris / Charles de Gaulle s-a înregistrat o creștere pozitivă pe tot parcursul anului.

Cele mai semnificative variații au fost înregistrate la Roma / Fiumicino (9-6) și Milano / Malpensa (12 - 17). Cauza acestei modificări a fost decizia luată de Alitalia să renunțe la Milano / Malpensa ca un hub, transferând o parte a operațiunilor lor de la Roma / Fiumicino martie 2008.

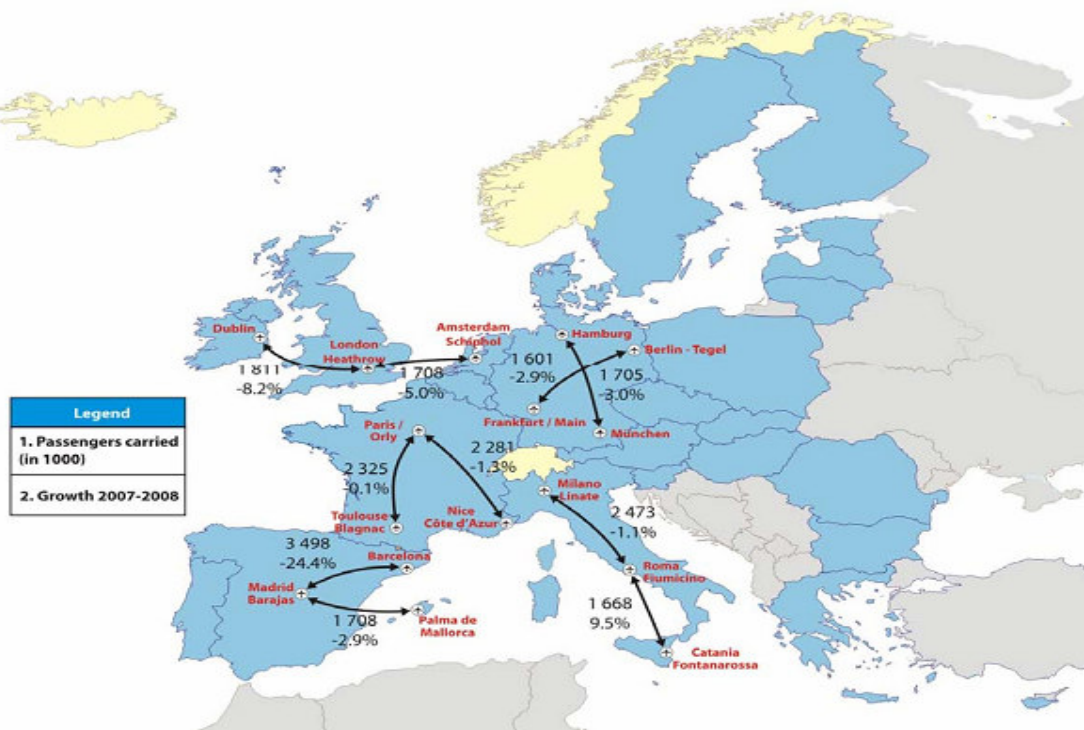
În ceea ce privește impactul crizei economice, aproape toate aeroporturile prezentate în tabel au raportat o creștere negativă în ultimul trimestru din 2008. Doar trei aeroporturi (Larnaca, București / Otopeni și Riga International) a raportat o creștere de pasageri în acest trimestru.

Graficul 3: Top 10 aeroporturi * în termeni de creștere între 2007 și 2008



Graficul 3 evidențiază acele aeroporturi care au raportat mai mult de 1 milion de pasageri în 2008 cu cea mai mare creștere. În toate cazurile, acestea sunt dimensiunile medii aeroporturilor în cazul în care transportul de călători a fost stimulat de creșterea operațiunilor efectuate de către transportatorii low-cost pe parcursul anului.

Harta 3: Topul 10 al aeroporturilor pereche în UE-27 în 2008



Source: Eurostat ([AVIA PAR ES](#), [AVIA PAR DE](#), [AVIA PAR FR](#), [AVIA PAR IT](#), [AVIA PAR UK](#))

Harta 3 arată cele 10 perechi de aeroport de top în cadrul UE-27. În special, 8 dintrecele în cauză sunt la nivel național. Cea mai mare cale națională a fost între Barcelona și Madrid, cu 40% mai mult decât oricare alta. Cu toate acestea, acest traseu a cunoscut o scădere semnificativă în 2008 (-24%). Deschiderea liniei de mare viteză între aceste două orașe a fost motivul principal pentru această reducere în transportul aerian.

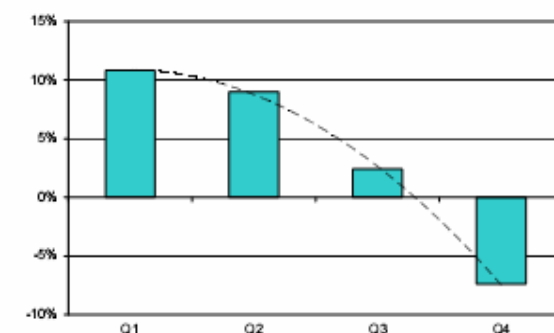
În general, traficul național în UE-27 a scăzut cu 3% în cursul anului 2008. Statisticile trimestriale sugerează că această piață a fost afectată în mod semnificativ cu o scădere de 4% în trimestrul al treilea și 9% în al patrulea.

3. Transport aerian de marfă și poștă

Mult timp transportul aerian cargo a fost considerat o activitate secundară în transportul aerian, dar rolul său devine din ce în ce mai important, fapt demonstrat de existența companiilor specializate în transport cargo.

În ultimii ani, prin intrarea în exploatare a unor noi tipuri de aeronave, printr-o mai bună organizare a transporturilor, s-a obținut micșorarea timpului de staționare la sol și de încărcare-descărcare, prin folosirea unor utilaje și sisteme de manipulare și transport adecvate. Traficul internațional aerian a înregistrat un ritm anual de creștere de 8,5%, respectiv cu 1,5% mai mult decât cel înregistrat de transportul aerian de pasageri.

Graficul 4: Evoluția trimestrială a transportului de mărfuri și poștă între aceleași trimestre din 2007 și 2008



Source: Eurostat ([AVIA GOOC](#))

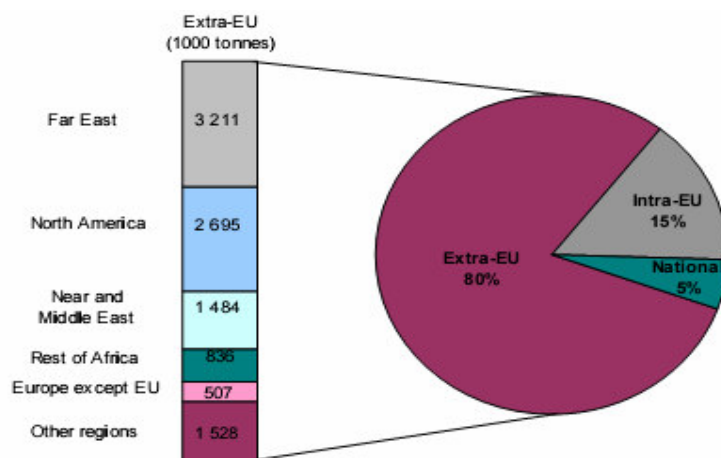
La nivelul UE-27, 12.9 milioane de tone de mărfuri și poștă au fost transportate în 2008. Aceasta reprezintă o creștere de 3,3% comparativ cu 2007. Uităndu-mă la datele trimestriale care stau la bază, o creștere pozitivă a fost înregistrată în primele trei trimestre ale lui 2008. Efect de încetinire economică a început să fie observate pe parcursul ultimelor trei luni din an, atunci când tonajul a scăzut progresiv până la 1% în octombrie, 7% în noiembrie și 14% în decembrie.

Tabelul 3: Privire de ansamblu asupra UE-27 transport aerian și transportul-mail de către statele membre în 2008: mărfuri și poștă transportate (în tone)

		Total transport		National transport		International intra-EU-27 transport		International extra-EU-27 transport	
		Freight and mail	Growth 2007-2008	Freight and mail	Growth 2007-2008	Freight and mail	Growth 2007-2008	Freight and mail	Growth 2007-2008
BELGIUM	BE	1 071 346	-11.0%	595	59.5%	317 212	-33.8%	753 539	4.1%
BULGARIA	BG	19 533	4.3%	32	56.8%	15 391	7.9%	4 110	-7.4%
CZECH REPUBLIC	CZ	55 906	-6.7%	1 893	-9.9%	30 600	-18.9%	23 413	16.5%
DENMARK	DK	254 100	:	2 603	:	112 777	:	138 720	:
GERMANY	DE	3 568 668	4.4%	129 619	22.0%	803 644	18.1%	2 635 404	0.1%
ESTONIA	EE	41 744	84.4%	-	-	7 104	20.3%	34 640	107.1%
IRELAND	IE	126 855	-4.4%	7 748	-28.3%	73 880	5.5%	45 227	-12.9%
GREECE	EL	108 628	5.5%	14 174	5.0%	59 376	-1.7%	35 078	20.6%
SPAIN	ES	539 803	5.7%	101 545	-7.2%	164 489	-4.7%	273 769	19.8%
FRANCE *	FR	1 668 136	-2.3%	145 540	-9.9%	295 492	-3.0%	1 227 104	-1.1%
ITALY	IT	814 995	-10.1%	68 301	-8.4%	269 529	-9.1%	477 165	-10.9%
CYPRUS	CY	42 795	1.8%	-	-	34 072	1.8%	8 723	2.0%
LATVIA	LV	6 884	-4.3%	-	-	4 765	2.4%	2 119	-16.7%
LITHUANIA	LT	9 049	-29.3%	1	:	6 500	-5.2%	2 548	-57.1%
LUXEMBOURG	LU	788 218	12.2%	-	-	45 705	-32.6%	742 513	17.0%
HUNGARY	HU	62 544	-7.5%	-	-	26 001	-20.0%	36 543	4.1%
MALTA	MT	18 256	1.5%	-	-	12 827	-0.9%	5 429	7.5%
NETHERLANDS	NL	1 648 519	-3.6%	0	-64.9%	60 656	11.6%	1 587 863	-4.1%
AUSTRIA	AT	206 221	-0.2%	887	5.7%	52 592	-4.6%	152 742	1.4%
POLAND	PL	58 148	30.0%	7 839	9.1%	29 987	56.2%	20 323	10.7%
PORTUGAL	PT	136 361	4.2%	22 106	-1.0%	60 934	-1.6%	53 321	14.5%
ROMANIA	RO	24 431	27.1%	299	-38.4%	18 546	29.9%	5 586	25.1%
SLOVENIA	SI	8 180	-34.6%	2	-84.6%	5 883	-38.0%	2 295	-23.9%
SLOVAKIA	SK	7 432	225.7%	1	0.0%	6 760	718.4%	671	-53.9%
FINLAND	FI	147 822	1.2%	3 602	-18.6%	58 401	-15.2%	85 819	17.8%
SWEDEN	SE	206 217	:	21 864	:	98 831	:	85 522	:
UNITED KINGDOM	UK	2 411 459	-1.3%	125 319	4.4%	411 209	-6.1%	1 874 930	-0.6%
EU-27 **		12 909 824	3.3%	653 970	2.9%	1 940 739	5.3%	10 315 115	3.0%

Transportul aerian UE-extra și piața poștei sunt de departe cel mai important segment în totalul transportului, reprezentând 80% din total. Acesta indică faptul că în interiorul UE și al piețelor naționale, există adesea alternative de concurență între modurile de transport.

Graficul 5: Privire de ansamblu asupra transportului de mărfuri lor în 2008



Source: Eurostat ([AVIA GOOC](#), [AVIA GOEXCC](#))

În martie 2008, DHL Express, unul dintre actorii de pe piața principală, și-a mutat activitatea de la Bruxelles la Leipzig. Acest lucru se reflectă în tabelul 4 în cazul în Leipzig / Halle apare pentru prima dată în cele 20 de aeroporturi (8), cu o creștere spectaculoasă de 400%

comparativ cu 2007. Efect secundar a fost un declin în cifrele de la Bruxelles / naționale și, de asemenea, Köln / Bonn. În plus, DHL Express a lansat un nou serviciu regulat de marfă între Leipzig / Halle și Bratislava / Ivanka.

Tabel 4: Topul primelor 20 de aeroporturi în UE-27

Rank	Country	Airport	Total air transport (in tonnes)	Freight and mail loaded	Freight and mail unloaded	Growth of total freight transport 2007-2008	Total number of freight flights (in 1000)	Growth of total number of freight flights 2007-2008
1	DE	FRANKFURT/MAIN	2 104 348	1 065 020	1 039 329	-2.7%	25	-1.5%
2	NL	AMSTERDAM/SCHIPHOL	1 592 455	846 676	745 780	-3.5%	17	-1.8%
3	UK	LONDON HEATHROW	1 482 662	814 608	668 054	6.4%	3	-0.5%
4	FR	PARIS-CHARLES DE GAULLE *	1 392 147	684 531	707 616	-3.0%	48	1.2%
5	LU	LUXEMBOURG	788 218	376 610	411 608	12.2%	12	0.4%
6	BE	BRUXELLES/NATIONAL	614 385	311 745	302 640	-16.3%	17	-2.0%
7	DE	KÖLN/BONN	574 123	267 723	306 400	-19.1%	24	-7.3%
8	DE	LEIPZIG/HALLE	430 236	217 349	212 887	399.7%	27	31.7%
9	IT	MILANO/MALPENSA	414 130	207 950	206 180	-14.2%	7	-19.3%
10	BE	LIEGE/BIERSET	381 637	181 790	199 847	4.9%	24	0.2%
11	ES	MADRID/BARAJAS	355 032	174 594	180 438	3.9%	11	-2.3%
12	UK	NOTTINGHAM EAST MIDLANDS	292 366	145 640	146 727	-8.2%	20	7.5%
13	DE	MÜNCHEN	264 908	127 798	137 110	-0.1%	5	0.3%
14	DK	KØBENHAVN/KASTRUP	246 794	127 157	119 637	:	8	4.6%
15	UK	LONDON STANSTED	230 063	134 023	96 039	2.1%	11	-7.4%
16	AT	WIEN-SCHWECHAT	201 287	123 979	77 308	-1.8%	4	4.5%
17	IT	ROMA/FIUMICINO	152 999	71 334	81 665	-0.6%	5	2.4%
18	UK	MANCHESTER	142 594	84 293	58 301	-14.2%	3	-7.4%
19	FI	HELSINKI-VANTAA	141 524	72 817	68 707	0.2%	6	2.5%
20	DE	FRANKFURT-HAHN	122 131	60 429	61 702	9.4%	4	-2.8%

* Due to freight and mail data collection difficulties, the data for Paris-Charles de Gaulle are underestimated.

Source: Eurostat ([AVIA_GOOA](http://avia.goaa))

În privința perioadei actuale, vom discuta despre o problemă majoră cu care companiile de transport aeriene s-au confruntat luna trecută.

La data de 16 aprilie, întreg sistemul de transport a fost perturbat de izbucnirea unui vulcan din Islanda, care a creat un imens nor de cenușă ce a acoperit întreaga Europa.

Companiile de transport aerian susțin ca impactul economic al închiderii traficului după erupția vulcanului din Islanda este mai mare decât cel generat de atentatele din 11 septembrie.

Întreaga filiera turistică, de la companiile aeriene și până la calatori, începe acum să facă decontul crizei inedite provocate de închiderea cvasitotală a spațiului aerian european. Organizația aviației civile internaționale susține că impactul economic al acestui eveniment este mai mare decât cel al atentatelor din 11 septembrie 2001. Acest lucru reprezintă o catastrofă pentru sectorul aerian, care traversează din 2008 una dintre cele mai grave crize din întreaga sa istorie. Anul trecut, potrivit Organizației internaționale a transportului aerian (IATA), cifra globală de afaceri a scăzut cu 79 de miliarde de dolari, iar pierderile au fost de peste 11 miliarde.

În concluzie, transportul aerian a trecut în ultimii 3 ani printr-o perioadă de încetinire a procesului de dezvoltare, dar spre deosebire de celelalte tipuri de transport s-a menținut pe linia de plutire, pentru ca are anumite avantaje în fața competitorilor săi.

Bibliografie

Eurostat Website: <http://ec.europa.eu/eurostat> Data on "Transport statistics":
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/transport/data/database>
 (Select "Air transport")
 Mai multe informații "Transport statistics":
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/transport/introduction>

TRANSPORTURILE MARITIME

Autori:

Laura Ioana CALIN

Andreea Alexandra DUMITRASCU

Anul II Economie si Afaceri Internationale

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Emilia CLIPICI

I. Tipuri de exploatare comercială a navelor

1. Navigația neregulată, sau tramp
 - nu este legată de o anumită rută de transport, de anumite porturi fixe de expediere și destinație
 - navele utilizate colindă mărilor și oceanele și acostează în porturile unde li se oferă condițiile de transport cele mai avantajoase.
 - situația armatorilor este clară numai la timpul presenți
 - fiecare cursă satisface în general interesele unui singur navlositor, care dispune de o partidă de marfă suficient de mare pentru a ocupa spațiul oferit de nava în cauză.
 - aceste nave transportă în general mărfuri grele și voluminoase – mărfuri de masă (țigări și derivate petroliere, minereuri, cărbuni etc.).

Contractul de transport: Charter party + Conosament – precizează condițiile transportului în cauză.

2. Navigația regulată, sau de linie
 - furnizează servicii unei clientele numeroase
 - se caracterizată prin lipsa dependenței față de un singur expeditor;
 - are orar fix. Contractul de transport – îmbracă forma de Booking Note (nota de rezervare a spațiului de transport pe nava de linie) și/sau Conosament (Bill of Lading).
3. Activitatea de brokeraj
 - activitate de intermediere între un armator (proprietar de navă) și un navlositor (proprietar de marfă) în vederea închirierii spațiului necesar încărcării și transportării mărfii între două și mai multe porturi.

Pentru intermediere brokerul primește un comision din partea armatorului stipulate în Charter Party sub forma unui procent (care variază între 2,5 și 5%), care se aplică asupra navlului, navlului mort și a contrastaliilor.

După natura activității pe care o îndeplinesc, brokerii se împart în 5 categorii:

- agenți intermediari de asigurare (insurance brokers)
- agenți intermediari de vânzări navale (brokers for the sale of ships)
- agenți intermediari de încărcare (loading brokers)
- agentul protector sau supervizor (apără interesele părții care l-a angajat)
- agenți intermediari navlosiri (chartering brokers)

4. Tehnica navlosirii

Teoretic, momentul începerii operațiunii de navlosire îl constituie primirea de către broker a cererii de tonaj (1):

- document tipizat;
- reprezintă dispoziția dată de o societate de a angaja nava în numele și pe contul lor = mandatul de navlosire;
- conține toate elementele de care trebuie să se țină seama: marfa, cantitatea, portul de încărcare, norma de încărcare, condiția de descărcare, rata de contrastalii și cum se reglementează plata acestora, data disponibilității mărfii, data expirării acreditivului, cine face asigurarea, referiri la transbordări, încărcări parțiale, încărcări pe punte etc.

Prospectarea pieței (2) – cererea de ofertă de tonaj (întocmită de broker) – studierea ofertelor primite – încheierea contractului de transport.

Ultimul act pe care îl mai întocmește brokerul în vederea îndeplinirii sarcinii sale este avizul de navlosire (3) pe care îl trimite agentului economic. Sarcina brokerului se consideră încheiată în momentul primirii mandatului de navlosire împreună cu cererea de tonaj.

De regulă contractul de navlosire este tipizat și specific fiecărui flux de mărfuri, în cursul negocierii purtându-se discuții numai în jurul principalelor elemente constitutive sau acelor clauze tipărite pe care o parte dorește să le modifice sau să le elimine.

II. Contractul de transport maritim

Definiție: Convenția Națiunilor Unite (regulile de la Hamburg) privind transporturile pe mare, din 1978, definește contractul de transport pe mare ca „orice contract prin care cărașul se obligă, contra plății unui navlu, să transporte mărfuri pe mare de la un port la altul”. Prevederile sale nu se aplică contractelor de tip Charter Party.

Tipuri de contracte de navlosire:

A. Charter by demise (Bareboat charter)

Se utilizează destul de rar, este un contract de închiriere a unei nave prin care un proprietar armator pune la dispoziția unui navlositor armator, folosința temporală a unui vas nearmat, în schimbul unei chirii numite „hire” – se calculează în funcție de durata folosinței.

Navlositorul- armator „bareboat” obține locația navei fără echipaj sau dotarea cu materiale specifice și își asumă obligația de a plăti întreținerea, reparațiile curente sau accidentale, andocarea, aprovizionarea, navlosirea, asigurarea, taxele portuale și de trecere prin canale, adică în general toată partea financiară a exploataării comerciale și tehnice.

Proprietarul- armator este obligat să pună la dispoziția navlositorului-armator nava în stare tehnică aptă de navigabilitate și să prezinte documentele de înregistrare, certificatul de naționalitate cât și cel de clasă. Locatarul poate avea dreptul (dacă se specifică în contract) de a arbora pavilionul companiei sale, alături de pavilionul național al navei și pavilionul companiei proprietarului.

B. Booking Note

Booking note, sau avizul de angajament, respectiv de rezervare a spațiului de transport necesar pentru expedierea unei cantități determinate de marfă, se folosește în general în navigația de linie.

Booking note precizează condițiile principale în care se execută transportul:

- marfa care face obiectul transportului
- cantitatea și modul de prezentare al acesteia la transport,
- portul de încărcare și de descărcare,
- numele și adresa expeditorului,
- numele și adresa destinatarului,
- condiția de încărcare/descărcare
- nivelul navlului.

Berth note = avizul de angajament – acest doc se utilizează cu precădere în navigația de tip tramp și de linie care nu lucrează după orare precise. El apare sub forma unei scrisori adresată de agentul armatorului către navlositor, prin care se confirmă angajarea spațiului necesar și celelalte condiții principale în care urmează să aibă loc transportul. Pe unul sau mai multe exemplare ale acestei scrisori, navlositorul urmează să semneze de luare la cunoștință. Acest document trebuie acoperit ulterior de un conosament.

C. Charter party

Încorporează condițiile contractului de transport cu nave de curse neregulate (tramp). Apare în două forme:

1. Voyage Charter Party – închirierea navei pentru un număr de voiaje (în cazul în care este vorba de mai multe voiaje se precizează numărul de voiaje consecutive și perioada de timp pe

care este valabil contractul); apar probleme cu privire la calculul staliilor, contrastaliilor și despatch money-ului, care nu apar în cazul navlosirii pe timp.

2. Time Charter Party (navlositorul închiriază nava pe o perioadă determinată de timp)

Principalele clauze ale contractului charter-party:

1. Denumirea navei, caracteristicile principale, capacitatea utilă;
2. Date referitoare la perioada în care trebuie să înceapă executarea voiajului, data la care se estimează că nava urmează să sosească în portul de încărcare, prima zi de când încep să curgă staliile și ultima zi admisă pentru încărcare, precum și durata de marș din portul de încărcare până în portul de descărcare;
3. Modul de avizare privind sosirea navei în portul de încărcare;
4. Descrierea mărfii;
5. Porturile în care trebuie să opereze nava, portul de încărcare și cel de descărcare;
6. Navlul, modul de calcul, moneda;
7. Condiția de navlosire, modul în care sunt suportate costurile de încărcare-descărcare;
8. Norme de încărcare/descărcare, modul de calculare al staliilor, contrastaliilor, rate de despatch/demurrage.

Timp de stalii (laytime sau laxday) – perioada maximă în care navlositorul trebuie să efectueze operația de încărcare/descărcare, fără nici un fel de penalitate din partea armatorului.

După modul de stabilire, staliile pot fi reversibile sau ireversibile.

Staliile reversibile se calculează cumulativ pentru încărcare și descărcare.

Staliile ireversibile se stabilesc și se determină separat pentru portul de încărcare și pentru portul de descărcare.

În portul de destinație **cheltuielile cu destituirea și cotarea mărfurilor** în hambare sunt suportate de armator. În plus la condiția „liner” pe lângă cheltuielile cu destituirea și cotarea mărfurilor în hambare, armatorul mai suportă și **descărcarea mărfurilor pe chei**.

Contrastalii – imobilizarea navei pentru operațiuni de încărcare/descărcare în afara timpului de stalii convenit.

Demurrage – reprezintă valoarea în bani a contrastaliilor pe care o plătește navlositorul armatorului (pentru zilele de supercontrastalii demurrage-ul este dublu).

Despatch money – suma de bani pe care armatorul o plătește navlositorului pentru timpul de stalii economisit. Se plătește numai dacă în contract (Ch/P) se specifică expres acest lucru.

9. Detalierea răspunderilor cărașului și încărcătorului referitoare la avariarea mărfii și a navei (avarie comună);

10. Ruta de transport;
11. Clauzele speciale pe care trebuie să le conțină conosamentele, în legătura acestora cu charter-party-ul;
12. Clauza devierii de la ruta normală de transport;
13. Clauza de forță majoră;
14. Situația navei în momentul închirierii;
15. Clauza de arbitraj;
16. Starea de navigabilitate;
17. Clasa de registru a navei;
18. Răspunderea în caz de încărcare a mărfii pe punte.

Orice contract de navlosire pe voiaj, care este și contract de transport prevede patru obligații principale ale cărașului:

19. Nava trebuie să fie în stare de navigabilitate;
20. Să dispună de suficient combustibil și de celelalte materiale necesare în cantități suficiente pentru a permite ajungerea la următorul port;
21. Să execute contractul de transport cu o diligență rezonabilă;
22. Să efectueze transportul direct și fără întârzieri.

III. Navlu

Definiție: navlul este prețul pe care navlositorul îl plătește armatorului pentru deplasarea mărfurilor dintr-un port în altul pe ruta cea mai directă, cu diligență rezonabilă.

1. Elementele prețului de cost al transporturilor maritime
 - a). Cheltuieli legate de achiziționarea și întreținerea în stare de navigabilitate a navei
 - b). Cheltuieli legate direct de exploatarea navei: combustibil, salariile personalului navigant, costurile materialelor necesare etc.
 - c). Cheltuielile navei necontrolate de armator și legate direct de exploatarea navei: taxe de canale, de andocare etc.
 - d). Modalitatea și moneda de plată a navlului – de regulă navlul se plătește anticipat și într-o monedă convertibilă.
 - e). Nivelul primelor de asigurare – în funcție de risc.
 - f). Cheltuielile generale ale firmei de transporturi.
2. Formele de stabilire a navlului
 - a). Sub forma unei sume pe tonă/mc/sau pe tonă/mc
 - b). Sub formă de sumă globală pe navă = lump sum.
 - c). Pe unitate de timp – Time Charter Party
 - d). Prețurile de transport cu navele de linie sunt sub formă de tarife pe tonă/mc publicate pe relații.
 - e). Procent din valoarea mărfii (ad valorem).
 - f). La produse petroliere – baza calculului – tonă lungă 1,016 kg sau 2240 livre + voiajul dintre porturi (se constituie o tabelă de tarife)
3. Factorii care influențează navlul
 - Nivelul navlului depinde de jocul liber al cererii și al ofertei;
 - De spațiul de transport, de felul mărfii– există mai multe piețe de navluri cum ar fi: piața transportului de cărbune, piața transportului de cherestea, piața transportului de petrol și produse petroliere, piața transportului de cereale etc.
 - Felul mărfii – gradul de ocupare al capacității navei, gradul de dotare suplimentară, pericolul manipulării, al transportului etc.
 - Capacitatea navei – la dublarea capacității navei costul de construcție crește cu 40% și cel de combustibil cu 35%.
 - Distanța parcursă în marș
 - Clasificarea navei – vechimea maximă admisă este de 15 ani.
 - Normele de încărcare/descărcare – cu cât normele de încărcare/descărcare sunt mai mari cu atât navlul este mai mic => timp de stalii mic.
 - Gradul de dotare al porturilor, capacitatea de operare simultană și regimul de lucru
 - Nivelul taxelor de tranzitare prin canale și strâmțori
 - Taxele portuare – Dues – taxe plătite de armatori pentru utilizarea temporară a instalațiilor. Tolls – taxe percepute de administrația portuară. De obicei structura și nivelul taxelor portuare trebuie puse de acord cu statul. După destinația lor taxele portuare pot fi grupate astfel: taxe de lumină (light dues); taxe de port (port dues); taxe de cheiaj (berthage, wharfage, quay, pier dues); taxe de ancoraj (anchorage dues); taxe de canal (canal dues) etc.
 - Prețul combustibilului;
 - Distanța la care se găsește nava de portul de încărcare;
 - Posibilitatea încărcării cu mărfuri a navei la cursa de retur;
 - Situația social – politică din zonă;
 - Situația geografică a portului privind posibilitatea riscului de îngheț;
 - Modul de calculare a timpului de stalii și rata de despatch – demurrage;
 - Data efectuării plății navlului și valuta de plată;
 - Modalitatea de navlosire.

IV. Conosamentul (Bill Of Lading)

Definiție: se definește ca fiind un document care evidențiază încărcarea mărfii pe o navă. Conosamentele au un conținut care nu diferă prea mult de la un tip la altul ca urmare a regulilor uniforme stabilite prin convențiile internaționale de la Haga, Haga-Visby, Bruxelles și Convenție Națiunilor Unite pentru transporturile mărfurilor pe mare – Hamburg.

1. Conținutul conosamentului:

- natura mărfurilor;
- starea aparentă a mărfurilor;
- numele și sediul principal al căraușului;
- numele încărcătorului;
- destinatarul, dacă este menționat de încărcător;
- portul de încărcare/descărcare, porturile de transbordare;
- numele navei;
- locul și data emiterii conosamentului;
- menționarea navului în conosament este obligatorie;
- data sau perioada de livrare a mărfurilor în portul de descărcare;
- numărul exemplarelor negociabile semnate de cărauș sau de comandantul navei

(de obicei un set de 3 originale);

- principalele clauze și condițiile de transport;
- declarația încărcătorului (dacă este cazul) că mărfurile vor fi sau vor putea fi încărcate pe

punte;

- data încărcării efective a mărfurilor pe navă – în cazul în care încărcătorul a primit un conosament pe care scrie „preluate pentru transport” – received for shipment, el poate cere ulterior un conosament cu mențiunea „încărcat la bord” – shipped on board, în schimbul restituirii celui primit înainte de încărcarea efectivă;

- denumirea convențiilor care guvernează conosamentul;

- limita sau limitele răspunderii căraușului în sensul creșterii față de prevederile convenției care guvernează conosamentul.

2. Mențiuni ce se pot face în conosament:

- în ceea ce privește calitatea mărfurilor
- în ceea ce privește cantitatea mărfurilor

3. Tipuri de conosamente:

A. Tipuri de conosamente în funcție de modul de transmitere a proprietății:

1. Conosamentul nominativ – se transmite numai prin cesiune pe care trebuie să îl notifice comandantul navei. Pentru a se simplifica procedura majoritatea statelor au adoptat procedura transmiterii cambiale = gir.

2. Conosamentul la ordin – se transmite prin andosare. Andosarea se poate face „în plin” (indorsment in full) atunci când se nominalizează persoana „în alb” (indorsment in blank). Posesorul se numește girant – indorser iar persoana nominată se numește girator – endorsee. Dacă nu se indică persoana căreia i se transmite și apare doar semnătura girantului atunci acesta circulă ca un titlu la purtător.

3. Conosament la purtător

B. Tipuri de conosamente diferite din punct de vedere al momentului încărcării:

1. Conosament încărcat la bord („shipped on board”) – indică faptul că marfa a fost încărcată la bordul navei. Se emite pe baza ordinului de îmbarco (mate's receipt) emis de ofițerul secund, care este responsabil cu încărcarea și descărcarea. În documentul: „ordinul de îmbarco” se indică numărul coletelor încărcate, mărcile, greutatea, locul acestora pe navă.

2. Conosament primit spre încărcare („receive for shipment bill of lading”) – se eliberează în cazul în care mărfurile au fost predate căraușului spre încărcare.

C. Tipuri de conosamente diferite din punct de vedere al rutei și destinației de transport acoperite:

1. Conosament oceanic sau maritim (ocean B/L)

2. Conosament de serviciu – eliberat în cazul în care la transport participă mai mulți cărași, eliberat la ordinul cărașului principal;

3. Conosament direct (through B/L) – acoperă întreaga distanță de transport de la locul de încărcare până la locul de descărcare indiferent de modalitatea de transport (feroviar, rutier, fluvial, maritim) și mijlocul de transport folosit. Se utilizează mai ales în transportul containerizat

D. Tipuri de conosamente diferite din punct de vedere al continuității transportului:

1. Conosament fără transbordare;

2. Conosament cu transbordare.

E. Tipuri de conosamente diferite din punct de vedere al persoanei care îl eliberează:

1. Conosamente eliberate de cărași;

2. Conosamente eliberate de agenții cărașului;

3. Conosamente eliberate de operatorii multimodali și de case de expediție internațională = FIATA bill of lading (numai aceste tipuri sunt negociate de către bănci) – în cazul în care este eliberat în nume propriu, casa de expediții trebuie să fie membru FIATA (Asociația Internațională a Tranzitărilor și Asimilațiilor acestora). Conosamentele eliberate de casele de expediții care nu sunt membre FIATA – „conosamente de casă” (house bill of lading) – nu pot fi negociate dacă acest lucru nu se prevede expres în acreditiv.

F. Tipuri de conosamente în funcție de modul de realizare al transportului maritim:

1. Conosamente convenționale – pt mărfuri de masă/navigația tramp

2. Conosamente de linie(liner B/L)

G. Tipuri de conosamente în funcție de angajarea navei în România:

1. CONLINEBILL – nave de linie

2. CONGENBILL – însoțesc un Charter Party (tramp).

3. CONBILL – se folosește în navigația tramp care nu face referire la un Charter Party, în general este un tip de conosament care le îmbină pe cele două.

Funcțiile conosamentului:

1. Titlu reprezentativ al mărfurilor;

2. Atestă existența unui contract de transport;

3. Atestă calitatea aparentă a mărfurilor (conosament curat și murdar. Cel murdar conține mențiuni cu privire la defecte aparente de calitate).

4. Atestă cantitatea efectiv livrată;

5. Este instrument de credit.

Tipuri de conosamente ce nu sunt acceptate la plată în cazul unui acreditiv documentar:

1. Conosamentul murdar;

2. Conosamentul eliberat de către o casă de expediție care nu este membră FIATA (Conosamentul de casă). Nu poate fi negociat decât dacă se prevede expres în acreditiv.

3. Conosamentele care intră sub incidența clauzelor unui Charter Party;

4. Conosamentele care atestă încărcarea mărfurilor pe punte;

5. Orice conosament prezentat după expirarea acreditivului (după expirarea celor 21 de zile în cazul în care nu se specifică altfel în acreditiv).

V. Executarea contractului de transport maritim

Executarea contractului de transport maritim:

1. Anunțul de sosire al navei în port

2. Libera practică

3. Notice of readiness – navă aptă pentru încărcare

4. Cargo-planul

5. Ordinul de imbarco – Mate's receipt

6. Stalii - istoricul operațiunilor (rapoarte zilnice ale stivadorilor) – Statement of facts - foaia timpului – Time-sheet
7. Contrastalii
8. Demurrage
9. Despatch money
10. Decontare
11. Descărcarea la destinație
12. Manifestul
13. Cargo-reportul

VI. Convenții internaționale în transportul maritim

Concret, prin cadrul economic și juridic se înțeleg sistemele și normele naționale și internaționale, inclusiv regulile și uzanțele locale și portuare care reglementează încheierea contractelor de transport maritim, stabilirea clauzelor și răspunderilor modalități de plată ale diferitelor operațiuni și criteriile de stabilire a tarifelor, taxelor, penalizărilor de orice natură.

a) Statutul navelor

În această categorie se menționează:

- Convenția Internațională pentru unificarea anumitor reguli referitoare la imunitățile navelor de stat, Bruxelles, 10 aprilie 1926;
- Convenția internațională pentru unificarea anumitor reguli referitoare la privilegiile și ipotecile maritime, Bruxelles, 10 aprilie 1928;
- Convenția internațională pentru unificarea anumitor reguli asupra sechestrului asigurator al navelor maritime, Bruxelles, 10 mai 1952;
- Convenția de la Londra asupra calculării capacității navelor 23 iunie 1969 (TONNAGE 1969), convenția adoptată de IMO,
- Convenția de la Montego Bay 1982.

b) Transportul maritim propriu-zis

În această categorie se include:

- convenții referitoare la traficul maritim și documentele de transport;
- Convenția vizând a facilita traficul maritim internațional, Londra, 9 aprilie 1965;
- Convenția IMO din 1965 (PAL 1965) și cele trei documente internaționale referitoare la conosamente și regimul transportului maritim
- Convenția internațională pentru modificarea anumitor reguli în materie de conosamente, Bruxelles 25 august 1924;
- Protocolul din 23 februarie 1968 modificând anumite prevederi ale Convenției de la Bruxelles;
- Convenția Națiunilor Unite asupra transportului marfurilor pe mare, Hamburg 31 martie 1978. În aceeași categorie se includ convențiile consacrate transportului pasagerilor și bagajelor pe mare:
- Convenția internațională pentru unificarea anumitor reguli în materie de transport de pasageri pe mare; Bruxelles, 29 aprilie 1961
- Convenția de la Atena din 1974 referitor la transportul pe mare al pasagerilor și bagajelor.

c) Responsabilitatea civilă și competentă jurisdicțională

Se evidențiază un ansamblu de convenții cu mare incidență practică, ajutând la soluționarea unor diferende maritime:

- Convenția internațională pentru unificarea anumitor norme referitoare la limitarea responsabilității armatorului, Bruxelles, 25 august 1924 și Convenția având același obiect, Bruxelles 10 octombrie 1957;
- Convenția referitoare la responsabilitatea exploatanților de nave nucleare, Bruxelles, 25 mai 1962.

d) Imunitatea navigației

- Convenția pentru unificarea anumitor reguli în materia asistentei salvării maritime, Bruxelles, 23 septembrie 1910; Convențiile IMO;
- Convenția internațională pentru ocrotirea vieții umane pe mare (1960 și 1974 SOLAS 1960, SOLAS 1974).

La ansamblul convențiilor de mai sus pot fi adăugate un număr important de recomandări și culegeri de reguli, adoptate de IMO, referitoare la determinarea volumului navei, proiectarea și echiparea navei, compartimentarea, stabilitatea și liniile de încărcare prevenirea incendiilor, etc.

În fine, două categorii de convenții cu o incidență mai puțin directă în transportul marfurilor pe mare, deși unele din normele lor impun participanților la contractul de transport anumite obligații de la care nu se pot sustrage:

- Convenții referitoare la statul spațiilor maritime, dintre care se citează convențiile de la Geneva, 1958, privitoare la marea teritorială și zona contiguoasă, platoul continental, marea liberă; Convenția asupra regimului internațional al porturilor maritime, Geneva, 9 decembrie 1924, precum și convențiile și tratatele consacrate regimului juridic al unor strâmțori și canale de interes internațional, cum sunt Convenția de la Montreux, 1936, referitoare la Bosfor și Dardanele și Tratatul asupra canalului Panama din anul 1977.

- Convențiile referitoare la protecția mediului marin împotriva poluării, elaborate fie de IMO, fie pe plan regional; Convențiile IMO pentru prevenirea poluării apelor marii prin hidrocarburi, din 1954 și 1973 (OILPOL, 1954, MARPOL, 1973), Convenția și protocolul internațional pentru crearea unui Fond internațional de indemnizație pentru daune datorate poluării prin hidrocarburi (FUND 1971 și FUND PROT 1976).

Cadrul juridic internațional referitor la transportul maritim a fost completat cu prevederile Convenției ONU asupra dreptului mării, în cadrul sesiunilor celei de-a III-a Conferințe ONU asupra dreptului mării din 1973.

O contribuție hotărătoare la precizarea cadrului juridic și economic al transportului maritim îl au lucrările și documentele elaborate în cadrul Comisiei pentru transporturile maritime ale UNCTAD.

Reglementările cu caracter intern, elaborate de state, creează cadrul juridic și economic intern al activității de transport maritim. În această privință există o mare diversitate de reglementări și, deci, de regim juridic.

Statele dezvoltate au, în general, legislații bogate în materie în care transportul maritim în totalitatea aspectelor sale, este reglementat în amănunțime fie prin intermediul unor coduri maritime, fie prin intermediul unor legi și instrucțiuni.

Numeroase state în curs de dezvoltare nu au o legislație maritimă dezvoltată, consecința a decalajului ce le desparte în activitatea de transport maritim de statele dezvoltate.

Eforturile pe care aceste state le fac pentru a-și crea cadrul juridic și economic intern corespunzător pentru propriul lor transport maritim sunt sprijinite de activitatea unor organisme internaționale ca, de exemplu, IMO, UNCTAD, OIM.

Canalele de navigație maritimă

Canalele interoceanice, rod al îndrăzneții înclăstări dintre om și natură, au devenit alături de strâmțori, cele mai importante culoare de circulație ale navigației maritime, adevărate magistrale vitale ale comerțului mondial, care asigură navigației moderne legăturile cele mai lesnicioase, la nivelul latitudinilor mici, între marile întinderi de apă ale Oceanului planetar.

Canalul Suez este situat între Africa și Asia fiind orientat aproximativ de la nord la sud, de la Port Said în Marea Mediterană, la Suez, în Marea Roșie asigură drumul cel mai scurt între statele europene și cele situate în bazinele oceanelor Indian și Pacific.

Canalul Suez este cel mai lung canal fără ecluze din lume, importanța lui economică deosebită constând în faptul că permite navelor comerciale să evite ruta ocolitoare pe la Capul Bunei Speranțe, scurtând distanțele cu 17-66% și consumul de combustibil cu 25-50%.

Canalul Kiel face legătura între porturile de la Marea Nordului și Marea Baltică, scutind navele să parcurgă traseul dificil prin strâmțorile daneze. Un capăt al canalului se află aproape de

gura de varsare a fluviului Elba, iar celalalt aproape de portul german Kiel, de unde provine și numele sau.

Canalul Corint se afla pe teritoriul Greciei și taie istmul cu același nume care desparte golfulurile Corint și Salonic. Asigura comunicatia între Marea Egee și Marea Ionica, scurtând substanțial distanțele până la porturile de la Marea Adriatică.

Canalul Dunare-Marea Neagra. Într-un studiu al Direcției județene de Statistică privind rezultatele anului precedent în economia constantă, se arată că, în 1996, traficul pe Canalul Dunare-Marea Neagra a însumat 10,4 mil. tone, cu 12,5% mai mult decât în 1995. De fapt, de mai mulți ani traficul pe canal este în continuă creștere. A crescut și numărul navelor străine tranzitate prin canal, ponderea acestora în totalul navelor ajungând la 17,3% se mai spune în studiu.

VII. Politica maritimă a UE

Uniunea Europeană este lider mondial

Există peste 9 000 de nave comerciale (de 500 tone brut sau mai mult) sub steagul UE, însumând aproximativ 240 milioane tdw, aproape un sfert din tonajul mondial. Industria europeană a transportului maritim are sub control alte 4000 de nave ce arborează steaguri străine.

Esential pentru comerțul extern al Europei

Transportul maritim pune în mișcare 90 % din comerțul european și 40 % din totalul comerțului intern al UE exprimat în tone-kilometri. Comerțul maritim a crescut de patru ori în ultimii 40 de ani. Comerțul maritim containerizat s-a dezvoltat considerabil din anul 2000 și se prevede că se va tripla în jurul anului 2020.

O formă ecologică de transport

Transportul maritim consumă doar o zecime din combustibilul pe tonă-milă necesar pentru transportul rutier.

Transportul maritim pe distanță scurtă are potențialul de a crea itinerarii alternative curate de-a lungul „autostrăzilor mării” între porturile UE.

Lipsa acută de forță de muncă calificată în sectorul maritim poate fi combătută printr-o revizuire a politicii sociale cu privire la condițiile de muncă, sprijinind mobilitatea locurilor de muncă prin legături mai strânse între formare, cercetare și politici industriale, și prin creșterea profilului și a atractivității sectorului maritim, mai ales în domeniul transportului maritim și al pescuitului.

Sprijinul vizat pentru cercetarea din UE poate genera inovații tehnologice ce împiedică creșterea costului pentru reînnoirea flotei prin standarde mai severe de mediu și siguranță, și stimulează dezvoltarea UE ca deschizătoare de drumuri în ce privește navele de petrecere a timpului liber de înaltă tehnologie și navele specializate.

Un sector care necesită o politică amplă

- Transportul maritim este una din cele mai mari industrii ale Europei. Dar condițiile corecte pentru succesul durabil nu vor fi create concentrându-se doar pe un singur sector.

- Volumul mare de trafic și navele mai mari determină gâturi de trafic în porturile europene, care pot fi descongestionate doar printr-un acces extins și o capacitate crescută. Soluțiile depind de asemenea de politicile și regulamentele cu privire la mediu, planificare și investiții, precum și de noile dezvoltări în domeniul logisticii, navigației și a monitorizării navelor.

VIII. Concluzii

Actuala criza financiară și economică a lovit din plin în transportul maritim: „Transportul maritim este o piață fără taine. Când cererea scade, prețul scade”, explică unul dintre actorii sectorului, care a dorit să-și păstreze anonimatul. O „cutie” transportată din China în Europa pentru aproximativ 1.500 de dolari bucătărită, la începutul anului 2008, nu aduce mai mult de 300 de dolari în 2009. Adică o scădere de 80% a cifrei de afaceri. Societatea britanică de studii Drewry Shipping Consultants a estimat că transportatorii de containere vor pierde 32 de miliarde de dolari la cifra de afaceri, în 2009. În transportul materiilor de bază (siderurgie, carbune, cereale etc.), o navă de 150.000 de tone nu va genera o cifră de afaceri mai mare de 16.000 de dolari pe zi, față de 80.000 până la 100.000 la începutul lui 2008. „Între sfârșitul anului 2006 și începutul lui 2008, navele încărcate cu 200.000 de tone de carbune ar putea aduce 200.000 de dolari pe zi”, asigură Philippe Louis-Dreyfus, președintele Louis Dreyfus Armateur. „După o scădere de 5.000 de dolari pe zi, prețul s-a stabilit între 15.000 și 20.000 de dolari”, a precizat el. Transportul petrolier, care a rezistat bine până în prezent, s-a prăbușit, la rândul lui. Sezonul rece a luat sfârșit, iar statele și-au reconsiderat stocurile și cererile în scădere cu 10% pentru 2009. Prin urmare, încasarile realizate de companiile de specialitate pe transportul „aurului negru” au căzut de la 100.000 de dolari la 27.000 de dolari.

Bibliografie

- http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/thematic.../shipping_ro.pdf
- www.euractiv.ro
- lideruldeopinie.ro/26826/politica-de-transport-maritim-in-ue
- en.wikipedia.org/wiki/Shipping

RISCURILE CREDITĂRII

Autor: Lucia Loredana BACIU

Anul I, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Lect.univ.dr. Tiberiu AVRĂMESCU

I CREDITAREA

1. Necesitatea diversificării operațiunilor, tehnicilor, produselor și serviciilor bancare

Creditul – operațiunea prin care se ia în stăpanire imediată resurse, în schimbul unei promisiuni de rambursare viitoare, în mod normal însoțite de plata unei dobânzi ce renumerează pe împrumutator.

Creditul exprimă o relație bănească ce ia naștere în legătura cu acordarea de împrumuturi bănești sau sub formă de bunuri materiale și servicii, unor persoane fizice sau juridice, iar rambursarea urmează să se efectueze la o data ulterioară, numită scadență.

Relația bănească de credit presupune următoarele elemente:

-Un raport juridic contractual, prin care o persoană, numită creditor, pune la dispoziția altei persoane, numită debitor, o sumă de bani, un bun material sau serviciu evaluate în bani;

-Suma de bani sau valoarea (prețul) bunurilor se rambursează creditorului, de către debitor, la o dată numită scadență;

-Pentru folosirea împrumutului, debitorul plătește creditorului un anumit preț, sub forma dobânzii.

-Creditul are o garanție reală (materială) atunci când un bun emitent poate fi vândut în cazul nerambursării creditului, sau o garanție personală, în cazul în care este suficient angajamentul personal al debitorului.

Tipuri de credite bancare

A. După debitorul băncii:

- *Creditele acordate populației
- *Credite acordate firmelor
- *Credite bancare acordate altor bănci
- *Credite acordate statului

B. După durata de acordare:

- *Creditele pe termen foarte scurt
- *Credite pe termen scurt
- *Credite pe termen mediu
- *Credite pe termen lung

C. În funcție de destinație:

- *Credite bancare productive
- *Credite bancare consumative

D. În funcție de calitatea lor:

- *Credite performante
- *Credite neperformante

Este necesară în această perioadă diversificarea cât mai mare a băncilor, serviciilor și produselor lor din următoarele motive:

- Concurența altor bănci
- Nevoia de apropiere de agenții economice și servicii
- Diversificarea atribuțiilor și rolul băncilor în economia de piață
- Găsirea unor noi forme de atragere a resurselor bănești necesare băncilor comerciale
- Constituirea, dezvoltarea și consolidarea bursei de valori

- Participarea băncilor comerciale la constituirea capitalului social al unor societăți comerciale

- Plățile interne și internaționale au fost diversificate

- Diferențierea dobânzii

Băncile comerciale se sprijină în activitatea de creditare, nu atât pe capitalul propriu, cât mai ales pe capitalul pe piața financiar-monetară. Sub acest raport se poate afirma că banca este o instituție ce lucrează cu banii altora. Cererile de credite sunt așa de mari încât capitalul propriu și fondul de rezervă nu pot face față. Considerând că banca este numai o instituție care împrumută, ea trebuie mai întâi să-și asigure resursele de alimentare cu fonduri care, ulterior, să fie utilizate drept credite.

1.2. Principiile activității de creditare

Activitatea de acordare a creditelor se bazează pe următoarele principii generale:

a) activitatea de angajare și acordare a creditelor sub toate formele, precum și activitatea de asumarea a unor riscuri, se bazează pe resursele proprii și atrase ale băncii.

În acest scop, este necesar ca evidența contabilă să fie structurat pe un sistem de conturi, corespunzător, în lei și valută, de credite și disponibilități deschise diferentiat, pe următoarele categorii: feluri de valută; termen scurt, mijlociu, lung; feluri de capital ale agenților economici: de stat, privat mixt, străin sau al persoanelor fizice.

b) elementele de analiză care vor sta în toate cazurile la baza asumării de către bancă a unor angajamente sunt următoarele:

- încadrarea în strategia generală a băncii; această strategie generală a băncii vizează atât menținerea pe linia politicii monetare a Băncii Naționale Române cât și obținerea unui profit cât mai mare, evitarea riscurilor, gestionarea cât mai eficientă a resurselor băncii;

- situația concretă a fiecărui client; se vor urmări lichidarea, bonitatea, solvabilitatea, responsabilitatea activității desfășurate, precum și poziția pe piață a fiecărui agent economic;

- activitatea de asumarea de angajamente și de derulare a operațiunilor de creditare, va fi treptat, pe măsura posibilităților, descentralizată în sensul aprecierii serviciilor de clientelă din punct de vedere al localizării teritoriale.

1.3. Băncile și sistemul bancar

Totalitatea băncilor care funcționează într-o economie formează sistemul bancar. Băncile reprezintă principalii intermediari financiari care concentrează mijloace de plată și acordă credite, facilitând formarea capitalului disponibil în economie.

În structura sistemului bancar distingem: banca comercială (de emisiune); băncile comerciale (de depozit); băncile specializate; cooperativele de credit; fondurile de pensii; societățile de asigurări; societățile de investiții.

Tehnicile de creditare mai au în vedere respectarea unor criterii adiționale:

- garanțiile

- rata rentabilității medii pentru bancă trebuie să fie cel puțin la nivelul rentabilității medii pe ramură

- prin tehnici de creditare performante banca poate realiza o dispersie convenabilă a ratei dobânzii, să țină seama și de alte venituri care să-i asigure o rentabilitate minimă chiar dacă împrumutul ar putea deveni creditele pierderi.

Tehnicile de credite sunt activitățile bancare complexe care necesită următoarele etape:

Primirea cererii de credit

- Culegerea de informații

- Evaluarea informațiilor primite

- Evaluarea inițială a colateralelor (garanții de un anumit gen) sau a garanțiilor propuse

- Negocierea cu firma

- Decizia de acordare/respingere a cererii de creditare

- Examinarea garanției din punct de vedere al legalității

- Semnarea contractului de credite și acordarea împrumutului

- Urmărirea permanentă a utilizării creditului și a capacității de rambursare a firmei
- Rambursarea creditului și a dobânzii

II. Gestionarea riscurilor bancare

2.1. Definirea riscurilor bancare

Cel mai adesea, riscurile bancare sunt considerate din două puncte de vedere sensibil diferite: punctul de vedere teoretic și cel practic. Riscul poate avea un impact considerabil asupra valorii băncii sau instituției financiare în gestiune, atât un impact în sine (de regula sub forma pierderilor directe suportate), cât și un impact îndus cauzat de efectele asupra clientelei, personalului, partenerilor și chiar asupra autorității bancare.

În funcție de punctul de vedere din care facem analiza riscului, acesta poate fi definit în mod diferit. Vom adopta ca definiție standard pe cea lingvistică și vom considera drept risc probabilitatea de producere a unui eveniment cu consecințe adverse pentru subiect. În acest context, prin expunerea la risc vom înțelege valoarea actuală a tuturor pierderilor sau cheltuielilor suplimentare pe care le suportă sau pe care le-ar putea suporta instituția financiară în cauză.

Riscurile bancare sunt acele riscuri cu care se confruntă băncile în operațiunile lor curente și nu doar riscurile specifice activității bancare clasice. Ca agenți care operează pe diverse piețe financiare, băncile se confruntă și cu riscuri ce nu le sunt specifice (de exemplu riscul valutar), dar pe care trebuie să le gestioneze.

2.2. Importanța gestionării riscurilor bancare

Este, desigur evident că o strategie bancară performanță trebuie să cuprindă atât programe cât și proceduri de gestionare a riscurilor bancare care vizează, de fapt, minimizarea probabilității producerii acestor riscuri și a expunerii potențiale a băncii.

Importanța gestiunii riscurilor bancare nu se rezumă totuși doar la minimizarea cheltuielilor. Preocuparea permanentă a conducerii pentru minimizarea expunerii la risc are efecte pozitive și asupra comportamentului salariaților care devin mai riguroși și mai conștiințioși în îndeplinirea sarcinilor de serviciu, nu este de neglijat nici efectul psihologic de descurajare a unor activități frauduloase.

Deoarece riscurile bancare sunt o sursă de cheltuieli neprevăzute, gestiunea lor adecvată pentru stabilizarea veniturilor în timp are rolul unui amortizor de șoc. În același timp, consolidarea valorii acțiunilor bancare se poate realiza doar printr-o comunicare reală cu piețele financiare și implementarea unor programe adecvate de gestiune a riscurilor bancare.

III. Riscul în activitatea de creditare

3.1. Rolul calității portofoliului de creditare bancară

Pentru mulți observatori principala operațiune bancară este creditarea. Într-adevăr, între plasamentele băncilor, pe primul loc se situează creditele. Felul în care banca alocă fondurile pe care le gestionează poate influența într-un mod hotărâtor dezvoltarea economică la nivel local sau național. Pe de altă parte, orice bancă își asumă, într-o oarecare măsură, riscurile atunci când acordă credite și, în mod cert, toate băncile înregistrează în mod curent pierderi la portofoliul de credite, atunci când unii dintre debitori nu-și onorează obligațiile.

Din acest punct de vedere, cea mai importantă funcție a conducerii băncii este de a controla calitatea portofoliului de credite. Aceasta, deoarece slaba calitate este principala cauză a falimentelor bancare. După cum se arată într-un raport al Oficiului Controlului Monedei din SUA referitor la cauzele principale ale falimentelor bancare din această țară în anii '80, între acestea se înscriu:

- neatenția în formularea normelor de creditare
- prezența unor condiții de creditare prea generoase cuplată cu lipsa unor normative clare
- nerespectarea normelor interne de creditare de către personalul băncii
- concentrarea riscantă a creditelor pe anumite piețe

- slăbăl control exercitat asupra personalului
- creșterea excesivă a valorii portofoliului de credite, peste posibilitățile rezonabile ale bănci de a acoperi riscurile

3.2. *Politica de creditare*

Pentru ca o politica bancară de creditare să se dovedească și utilă. Ea trebuie să îndeplinească condiții de formulare corectă și conținut complet.

O politică de creditare poate fi apreciată ca fiind corectă dacă în elaborarea ei s-a acordat prioritate atingerii următoarelor obiective:

- selecția unor credite sigure și cu o probabilitate maximă de rambursare
- asigurarea unor plasamente fructuoase pentru fondurile de care dispune banca
- încurajarea extinderii creditelor care corespund nevoilor pieței.

Politicele de creditare variază în timp și în funcție de ciclul economic. Ele trebuie să fie actualizate și să devină adaptabile la modificările mediului concurențial și economic.

Strategia în domeniul structurii creditelor bancare stabilește ponderea diferitelor categorii de credite în total, direcțiile și limitele minime de diversificare a portofoliului, precum și gradul de participare eventuală la credite sindicalizate. Fiind cel mai important activ bancar, creditele au o importanță deosebită pentru asigurarea lichidității bancare, o dată cu asigurarea rentabilității bancare.

Detecția problemelor se poate face din timp dacă evoluția calității debitorului și a mediului său economic sunt urmărite în deaproape de bancă. Pentru un ofițer de credite experimentat pot constitui semnale reducerea disponibilului în cont, creșterea frecvenței apelului la liniile de credit, nerambursarea la termen, depunerea cu întârziere a rapoartelor financiare, etc. Odată ce se înregistrează o întârziere la plată, se pot lua o serie de măsuri imediate, care presupun negocierea unui plan de măsuri cu debitorul și revederea termenilor contractului de creditare.

3.3 *Riscul individual de creditare*

Orice credit reprezintă o anticipare a unor încasări viitoare. Din această perspectivă, fluxul de încasări, orice credit comportă riscul ca aceste încasări să nu se realizeze deloc sau parțial. Acest risc mai este numit și risc de insolvabilitate al creditorului; el este esențial în activitatea bancară deoarece principala funcție a unei bănci o reprezintă acordarea de credite. Aprecierea justă a riscului de credit este, deci, de o importanță majoră pentru bancă.

Riscul de creditare trebuie apreciat în funcție de ceea ce banca se așteaptă să realizeze de pe urma creditării. Procesul de creditare este potențial purtător de câștiguri; acestea se pot grupa în două categorii:

1. câștiguri directe – sunt imediate și, cel mai adesea, cuantificabile. Cele mai importante sunt dobânda și comisionul încasat de bancă. La acestea se adaugă soldul creditor minim al contului clientului, sold care reprezintă garanția creditului

2. câștiguri indirecte – sunt mult mai greu de cuantificat și mai incerte. Acordarea unui credit poate însă să atragă după sine inițierea sau menținerea unei relații, o creștere a depozitelor, precum și o creștere a unei cereri pentru alte servicii bancare.

Procesul de analiză a creditului are două dimensiuni: o dimensiune calitativă și una cantitativă.

Analiza calitativă presupune adunarea și actualizarea tuturor informațiilor referitoare la responsabilitatea financiară a debitorului, determinarea scopului real al contractării împrumutului, identificarea riscurilor cu care se poate confrunta debitorul și estimarea seriozității și implicării debitorului în respectarea angajamentelor asumate față de bancă.

Se apreciază că principalele slăbiciuni în aprecierea riscului de creditare sunt unele de ordin intern: selecția defectuoasă a dosarelor și supravegherea internă improprie a evoluției (practica involuției) calității debitorilor. Riscul de selecție improprie a dosarelor poate fi minimizat prin : riguroare în conținutul dosarelor, apreciere internă a calității clienților pe baze unitare, prin punctaj,

dubla avizare a deciziei de creditare și stabilirea unei marje corespunzătoare dobânzii precedente.

În prezent sunt două modalități de tratare a cererii de creditare .

1) *Abordarea clasică* – sunt evaluate și comparate două elemente: nevoia de finanțare și cererea de creditare.

Nevoile de finanțare pot fi pentru investiții sau pentru exploatare. Nevoile de finanțare a investițiilor se caracterizează prin valori ridicate și caracterul punctual al cererii. Dosarul proiectului de investiție poate fi întocmit de întreprindere (client potențial), de un expert sau chiar de bancă.

Cea de-a doua etapă a analizei creditului în abordarea clasică este *studiul cererii de creditare*. Analiza riscului asociat implică parcurgerea următoarelor etape: identificarea, evaluarea și prevenirea riscului de creditare..

2) *Abordarea modernă* a analizei creditului se bazează pe credit scoring. Credit scoring-ul constă în evaluarea creditului pe bază de punctaj.

Creditarea persoanelor particulare reprezintă un domeniu distinct de activitate bancară deși, mult timp, îndatorarea unei persoane, mai ales pe termen scurt, a apărut suspectă, la fel ca și traiul peste mijloacele la care cineva poate dispune. Familiile degajă în mod tradițional un excendent de resurse financiare, iar apelul la credite era un fenomen de excepție ocazionat de evenimente unice, precum cumpararea unei locuințe sau a unui automobil. Creditele pentru particulari sunt relativ mai puțin rentabile pentru bănci și doar diminuarea piețelor tradiționale a determinat băncile să se extindă și în domeniul creditului și pentru particulari.

Aprecierea calității debitorului se face în funcție de venituri: regula este că valoarea creditului acordat să nu depășească veniturile încasate pe o perioadă de două luni.

Identificarea și evaluarea cauzelor insolvabilității se face pentru două grupe distincte: cauzele obiective, legate de mediul de activitate și cele subiective, care țin mai ales de caracterul clientului. În funcție de natura veniturilor (salariale sau nu), de mărimea și periodicitatea acestora, de existența altor angajamente de onorat și de caracterul clientului, banca poate stabili dacă probabilitatea de rambursare este suficient de ridicată pentru a acorda creditul.

Sunt 3 reguli practice pentru minimizarea riscului la credite pe termen scurt. Prin analiza cererii de creditare a solicitantului: creditul să fie de valoare rezonabilă, să existe surse stabile de venit și să nu existe incidente anterioare de plată.

3.4. *Gestiunea modernă a riscului*

Din practică s-au observat că implementarea cu succes a gestiunii preventive a riscului client depinde în mod esențial de conducerea proiectului. Este foarte important ca echipa de conducere să se implice efectiv în implementarea programului și să adere la principiile acestuia. În baza politicii de creditare este esențială identificarea obiectivelor strategice clare care să asigure programului coerența și eficiență.

Riscul de țara se definește ca fiind riscul de nerambursare generat de o insolvabilitate determinată de localizarea geografică a debitorului și nu de deteriorarea situației sale financiare. Nu este un risc de credit propriu- zis când insolvabilitatea debitorului nu este proprie.

Gestiunea riscului de credit global

Gestiunea riscului de credit global are la bază două principii :

1. *diviziunea riscului de creditare* urmărește evitarea concentrării riscurilor prin diversificarea plasamentelor și a creditelor, în special. Concentrarea clienților într-un singur domeniu de activitate este relativ periculoasă pentru o bancă universală: în perioada de recesiune pot interveni greutăți de exploatare.

2. *limitarea riscurilor*

- are caracter normativ și autonormativ.

-fixând o limită proprie, internă angajamentul său global în operații riscante. Se stabilește o limită maximă (75%) pentru ponderea activităților riscante, în total active sau relativ la capitalul bancar

-fixând plafoane de credite pe debitor, grup de debitori, sector de activitate sau zona geografică pentru a preveni ca modificări semnificative ale situației economice a acestor grupe să afecteze negativ expunerea la risc.

V. Studiu de caz: Acordarea unui credit societății Sigma

5.1. Principii generale de creditare

Politica generală de creditare a băncii este corelată cu obiectivele sale strategice și urmărește principiul eficienței (al profitabilității) capitalului investit în credite. În funcție de interesele sale și de tendințele pieței, banca, în urma analizelor departamentelor specifice poate stabili limite de expunere pe sucursale, zone, ramuri de activitate sau pe tipuri de credite.

1. Tipuri de credite practicate de bancă

A. Credite standard (pentru toate categoriile de persoane juridice) :

Clasificate după destinație :

a) Credite pentru finanțarea activității curente :

- linii de credite (durata maximă de 12 luni) ;
- credite pentru nevoi temporare pe documente/necertificate (1-180 de zile) ;
- credite pentru import/export (maxim 12 luni) ;
- credite pentru activitatea curentă (12 luni) ;
- credite pentru finanțare sezonieră (durata maximă de 12 luni) ;
- credite tip revolving (durata maximă de 12 luni).

b) Credite pentru finanțarea investițiilor :

- credite de investiții (achiziții noi, construcții, modernizări, dezvoltări) ;
- credite pentru cumpărări de acțiuni și active (pe termen scurt sau mediu).

c) Credite pentru preluarea împrumuturilor angajate de client la alte bănci.

d) Alte destinații neinterzise de lege.

Clasificate după durata de creditare :

- credite pe termen scurt (până la 1 an inclusiv) ;
- credite pe termen mediu (1-5 ani inclusiv);
- credite pe termen lung (5-15 ani).

B. Credite nestandard- urmează structuri flexibile, adaptate nevoilor clienților conform politicilor specifice de creditare.

5.2 Solicitarea creditului, cererea de credit și documentele necesare acordării creditului

S.C. SIGMA S.A. solicită un credit bancar. Procedura de dedulare a acordării creditului presupune parcurgerea unui lung șir de operațiuni.

Documentele necesare analizei creditului

Documentele depuse de S.C. SIGMA S.A. sunt următoarele :

*certificatul de înregistrare (C.U.I.), statutul și contractul de societate cu modificările ulterioare ;

*bilanțul contabil pentru ultimii 2 ani de activitate cu anexele, după caz, conform politicilor, înregistrate la administrația financiară, inclusiv bilanța de verificare aferentă ;

*bilanța de verificare aferentă ultimelor 2 luni de activitate ;

*documentele care să justifice volumul și destinația creditului – dacă există la momentul analizei ;

*fluxul de numerar, conform modelelor din politici de creditare ;

*acte privind garanțiile propuse (tipul garanției, denumirea bunului propus, valoarea contabilă/sau înscrisă în actele de proprietate) precum și actele de proprietate și cele privind situația juridică a activelor propuse drept garanție pentru creditul solicitat ;

*aprobarea C.A. sau A.G.A. pentru contractarea creditului cu specificarea cuantumului, perioadei, destinației, a garanțiilor, precum și a persoanelor împuternicite să contracteze creditul ;

*acordul de consultare a bazei de date a Centralei Riscurilor Bancare ;

*avize, acorduri, licențe necesare desfășurării activității ;

*contracte comerciale (dacă există și sunt relevante) ;

*alte documente, acte, situații solicitate de bancă

Analiza efectivă a creditului acordat de către banca societății SIGMA

A.Date de identificare a clientului

Denumire : S.C. SIGMA S.A.

-societate pe acțiuni ;

-a luat ființă în conformitate cu legislația privind societățile comerciale respectiv Legea societăților comerciale și prevederile statutului.

Sediul:

-sediul central este în Ploiești, str. Trandafirilor

Obiect de activitate:

-activitatea principală: Lucrări de instalații electrice (caen 4531)

-activitatea secundară: Producția de echipamente de măsură, reglare și control pentru procese industriale (caen 3330)

Capital: social subscris reprezentat sub formă de acțiuni, acționariatul fiind compus din trei membrii cu drepturi egale.

Conducerea : este deținută de directorul general și alți trei directori – economic, comercial și de producție.

Personalul salariat : 250 salariați

B. Analiza efectivă a creditului oferit de bancă

Societatea solicită un credit pentru investiții în vederea achiziționării unui autovehicul DACIA DOUBLE CAB 1.9D. Valoarea creditului solicitat este de 4 000 EUR.

Obiectivul unui credit de investiții are în vedere realizarea investițiilor, în completarea resurselor proprii sau altor surse atrase necesare acoperirii cheltuielilor prevăzute în proiecte de investiții aprobate pentru:

~realizarea de noi obiective și/sau capacități de producție ;

~dezvoltarea, modernizarea, re tehnologizarea, extinderea obiectivelor de investiții, a capacităților de producție, utilaje, mașini, instalații ;

~realizarea de investiții publice de interes local ;

~procurarea de mașini, utilaje ;

Societatea luată ca exemplu achiziționează autovehiculul pentru nevoile personale ale firmei.

Pentru diminuarea/înlăturarea riscurilor, banca întocmește un dosar de creditare clientului solicitator al creditului. Sunt analizate foarte atent toate datele puse la dispoziția băncii de către viitorul imprumutat.

DOSAR CREDIT PENTRU INVESTIȚII

(Pentru achiziționarea unui mijloc de transport)

1. Dosarul juridic al clientului cuprinde :

◇acte constitutive și adiționale;

-acționariat : 3 acționari – societate pe acțiuni ;

-capitaluri : capital social subscris, sub formă de acțiuni ;

-sedii : sediul central în Ploiești;

-obiect de activitate : lucrări de instalații electrice

◇certificat de înregistrare la Oficiul Registrului Comerțului ;

◇sentința judecătorească de înființare a societății.

2. Dosar economic – de credit

- ◊plan de afaceri ;
- ◊bugetul de venituri și cheltuieli ;
- ◊contract de cumpărare al microbuzului ;
- ◊fluxul de venituri și cheltuieli ;
- ◊situațiile financiare conform ultimului bilanț :
 - situația clienților : clienții sunt reprezentați de călători;
 - situația furnizorilor : furnizorii de combustibili ;
 - situația datoriilor : datoriile aferente contractării creditulu

Tabelul 1

Euro-

Tipul garanției	Valoarea de piață a garanției	Proporția în care se iau în calcul garanțiile	Valoarea efectivă a garanției
Gaj pe sume de bani depozit	7 000	100%	7 000
TOTAL GARANȚII			7 000

Tipuri de prețuri aferente creditului pentru investiții :

- dobânda ;
- comision de analiză ;
- comision de revizie – semestrial ;
- comision de gestiune – lunar

Tabelul 2.

Credit auto în EURO			
Valoare credit:	5000	[EURO]	min: 1500 EURO max: 40000 EURO
Termen rambursare:	24	[luni]	min: 1 / max: 96
Dobânda:	9.50	[%]	
Comision:	137.5	[EURO]	
DAE:	13.02	[%]	

Tabelul 3.

Luna	Rata creditul	Sold credit	Dobândă	Anuitate
1	189.99	4810.01	39.58	229.57
2	191.49	4618.52	38.08	229.57
3	193.01	4425.5	36.56	229.57
4	194.53	4230.97	35.04	229.57
5	196.07	4034.9	33.5	229.57
6	197.63	3837.27	31.94	229.57
7	199.19	3638.07	30.38	229.57
8	200.77	3437.3	28.8	229.57
9	202.36	3234.94	27.21	229.57
10	203.96	3030.98	25.61	229.57
11	205.57	2825.4	24	229.57
12	207.2	2618.2	22.37	229.57
13	208.84	2409.36	20.73	229.57
14	210.5	2198.86	19.07	229.57
15	212.16	1986.69	17.41	229.57
16	213.84	1772.85	15.73	229.57
17	215.53	1557.32	14.04	229.57

18	217.24	1340.08	12.33	229.57
----	--------	---------	-------	--------

BIBLIOGRAFIE

- 1.Andrew Murray-Analiza creditului, Editura Expert, București, 1998
- 2.Avrămescu Tiberiu-Economie: microeconomie și macroeconomie, Editura Sitech, Craiova 2009
- 3..***- Contabilitatea evenimentelor și tranzacțiilor, Editura Oscar Print. București 2006
- 4.Tudorache D.Elemente de tehnică su strategie bancară, Editura Atheneum, București, 2001

Secțiunea 2 - Contabilitate, statistică și analiză economico-financiară

ASPECTE JURIDICE ȘI CONTABILE ALE LICHIDĂRII SOCIETĂȚILOR COMERCIALE

Autor: Irina PANĂ

Anul II, Master Contabilitate Managerială și Audit Contabil

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Claudia BURTESCU

Introducere

Societatea comercială se constituie pentru a desfășura o activitate comercială pe durata de timp stabilită în actul constitutiv sau pe durată nedeterminată.

Încetarea existenței societății comerciale presupune efectuarea unor operații care să aibă drept rezultat nu numai încetarea personalității juridice, ci și lichidarea patrimoniului acesteia, prin exercitarea drepturilor și îndeplinirea obligațiilor sociale.¹⁶

Este unanim admis în doctrina dreptului comercial faptul că, de regulă, încetarea existenței societății comerciale necesită parcurgerea celor două faze: **dizolvarea și lichidarea societății**.

În etapa **dizolvării** societății, se realizează acele operații care declanșează și pregătesc încetarea existenței societății și în care, deși activitatea normală a societății încetează, personalitatea juridică a acesteia nu este afectată.

Dizolvarea societății comerciale produce însă, indiferent de modul în care se realizează, două efecte specifice, respectiv deschiderea procedurii lichidării și interdicția unor operațiuni comerciale noi.

Lichidarea societăților comerciale reprezintă a doua fază a procesului de dispariție a societăților comerciale și cuprinde acele operații de lichidare a patrimoniului societății, plata creditorilor și împărțirea soldului între asociați. În această etapă, societatea comercială continuă să își păstreze personalitatea juridică, dar ea este subordonată cerințelor lichidării.

În principiu, operațiunile care se efectuează pe parcursul lichidării sunt necesare încheierii afacerilor societății, aflate în curs în momentul în care survine dizolvarea societății, operațiuni care au ca scop stabilirea, identificarea, cuantificarea activelor și transformarea lor în numerar, stabilirea pasivului, plata creditorilor sociali și împărțirea activului net între asociați.

Faza dizolvării și cea a lichidării sunt distincte și se succed, astfel încât, de regulă, numai după realizarea dizolvării se poate trece la etapa lichidării.¹⁷

1.1. Noțiunea de lichidare a societății comerciale

În forma actuală a Legii nr. 31/1990, art. 235 prevede că în societățile comerciale în nume colectiv, în comandită simplă și cu răspundere limitată, asociații pot hotărî, odată cu dizolvarea, și modul de lichidare a societății.

Legea prevede însă că o asemenea hotărâre poate fi luată numai în condițiile de cvorum și majoritate prevăzute de lege pentru modificarea actului constitutiv și numai dacă asociații sunt de acord cu privire la repartizarea și lichidarea patrimoniului societății și când asigură stingerea pasivului sau regularizarea lui în acord cu creditorii.

Ca o urmare a dizolvării, societatea nu mai poate angaja noi operațiuni comerciale, dar operațiunile aflate în curs la data dizolvării trebuie finalizate, astfel încât să existe posibilitatea ca societatea să își execute obligațiile și să-și valorifice drepturile care au ca sorginte raporturi juridice încheiate anterior dizolvării.

¹⁶ St. D. Cărpenaru, *Drept comercial român*, ed. A 6-a, Ed. All Beck, 2007, p.273

¹⁷ S.S.J., Secția comercială, decizia nr. 614/1996, în *Dreptul nr. 3/1997*, p. 127-232.

În acest scop, pentru a putea satisface creanțele creditorilor societății, bunurile societății sunt transformate în bani, pe calea licitației publice și numai eventualul activ net va fi împărțit între asociați potrivit drepturilor lor.

În consecință, lichidarea societății comerciale constă într-un ansamblu de operațiuni care au ca scop terminarea operațiunilor comerciale aflate în curs la data dizolvării societății, încasarea creanțelor societății, transformarea bunurilor societății în bani, plata datoriilor societății și împărțirea activului net între asociați.¹⁸

Reglementarea operațiunilor de lichidare a societăților comerciale este cuprinsă în dispozițiile Legii nr. 31/1990, iar regulile statuate pot fi completate cu dispozițiile conținute în actul constitutiv, în măsura în care nu sunt incompatibile cu lichidarea.

1. 2. Principiile generale ale lichidării societății comerciale

Statutul juridic al societății aflate în lichidare este definit în temeiul principiilor care guvernează lichidarea, ca fază subsecventă a dizolvării societății comerciale.

a) *Unul dintre aceste principii este acela potrivit cu care personalitatea juridică a societății comerciale subzistă pentru nevoile lichidării, conform art. 233 alin (4) din Legea nr. 31/1990.*

Acest principiu decurge din necesitatea ocrotirii drepturilor asociaților, cât și a creditorilor sociali, deoarece, deși societatea comercială a fost dizolvată, lichidarea patrimoniului acesteia presupune, așa cum s-a arătat, realizarea unor operațiuni. Or, aceste operațiuni nu pot fi efectuate în absența personalității juridice. În consecință, pe durata lichidării, societatea comercială își conservă atributele de identificare, păstrându-și firma, sediul, patrimoniul și naționalitatea.

b) Un alt principiu care guvernează lichidarea societăților comerciale este acela potrivit cu care *lichidarea societății se face în interesul asociaților*. Din această perspectivă, reglementarea Legii nr. 31/1990 este diferită de procedura insolvenței, astfel cum este detaliată prin Legea nr. 85/2006 și în care lichidarea societății se realizează în principal în interesul creditorilor societății.

În doctrină, se precizează însă că dispozițiile legale incidente în cazul lichidării, potrivit Legii nr. 31/1990, nu ignoră interesele creditorilor, dar ocrotirea acestora are un caracter secundar.¹⁹

O expresie a acestui principiu o constituie faptul că în temeiul Legii nr. 31/1990, lichidarea nu poate fi cerută decât de către asociați, cu excluderea creditorilor societății. Terții nu pot cere nici dizolvarea, nici lichidarea societății. Aceștia pot provoca însă prin faliment, lichidarea societății.

Scopul principal urmărit prin efectuarea operațiunilor de lichidare este împărțirea activului între asociați, după plata pasivului. În acest sens, asociații sunt îndreptățiți să se opună în modul în care lichidatorii întocmesc bilanțul de lichidare și proiectul de repartizare a activelor.

Faptul că lichidarea societății se face în interesul asociaților este ilustrat și de dispozițiile legale care permit asociaților să statueze prin actele constitutive condițiile lichidării societății.

1. 3. Modificările produse de trecerea la faza de lichidare a societăților comerciale

Trecerea societății comerciale în faza lichidării produce o serie de consecințe deosebite asupra existenței acesteia.

a) *Activitatea societății va fi subordonată exigențelor lichidării, scopul și obiectul său de activitate modificându-se în acest sens.*

Scopul societății nu mai constă în obținerea de beneficii, ci în realizarea finalității lichidării. Din momentul în care societatea dizolvată a intrat în lichidare, activitatea acesteia nu se mai poate desfășura în condițiile stabilite prin actul său constitutiv.²⁰

În consecință, obiectul societății comerciale se limitează la realizarea operațiunilor comerciale ale societății, aflate în curs la momentul dizolvării.

¹⁸ I. L. Georgescu, *Drept comercial român*, vol. II, Ed. Lumina Lex, București, 1994, p. 724

¹⁹ St. D. Cârpenaru, *Drept comercial român*, ed. A 6-a, Ed. All Beck, 2007, p.283

²⁰ I. L. Georgescu, op. cit., vol. II, p. 731-732.

Legea interzice administratorilor să întreprindă operațiuni noi, astfel încât obiectul de activitate al societății se restrânge în sensul arătat mai sus.

b) O altă modificare produsă de trecerea la faza de lichidare a societății comerciale este *înlocuirea administratorilor cu lichidatorii societății, deoarece, potrivit legii, operațiunile de lichidare a societății se realizează de lichidatori.*

Lichidatorii pot exercita această funcție numai după numirea lor, îndeplinirea formalităților de publicitate și după ce depun semnătura lor în Registrul Comerțului, potrivit dispozițiilor art. 252 din Legea nr. 31/1990.

Lichidatorii organizează și conduc operațiunile de lichidare și repartizare a activului net între asociați.

c) *Înlocuirea administratorilor de către lichidatori impune predarea gestiunii societății de la administratori către lichidatori, ceea ce constituie, de asemenea, o modificare produsă de trecerea la faza de lichidare a societății comerciale.*

După intrarea lor în funcție, lichidatorii sunt obligați ca, împreună cu directorii și administratorii, respectiv cu membrii directoratului societății să facă un inventar și să încheie un bilanț, care să constate situația exactă a activului și pasivului societății. Astfel, administratorii și lichidatorii trebuie să întocmească în acest scop anumite documente de predare – primire, iar în caz de dezacord între aceștia, lichidatorul sau administratorul interesat poate face contestații la instanță.²¹

Când gestiunea trece peste durata unui exercițiu financiar, darea de seamă trebuie anexată la prima situație financiară pe care lichidatorii o prezintă adunării generale, astfel încât orice acționar să poată formula opoziție, în condițiile legii, în termen de 15 zile de la publicare.²²

Îndeplinirea acestor operațiuni prevăzute de lege, în situația în care unul sau mai mulți administratori sunt numiți lichidatori, au drept scop asigurarea obiectivității stabilirii situației patrimoniale a societății.

O obligație suplimentară este statuată de lege pentru lichidatorii numiți în cazul societăților comerciale a căror activitate s-a desfășurat în baza autorizației de mediu prevăzute de Legea protecției mediului nr. 137/1995 republicată.

În asemenea situație, art. 254 din Legea nr. 31/1990 prevede că lichidatorii au obligația să ia măsuri pentru efectuarea bilanțului de mediu și să comunice rezultatele agenției teritoriale pentru protecția mediului.

Potrivit art. 253 din Legea nr. 31/1990, lichidatorii sunt obligați să primească și să păstreze patrimoniul societății, registrele ce le-au fost încredințate de administratori și actele societății.

Lichidatorii sunt obligați, conform legii, să țină un registru cu toate operațiunile lichidării în ordine cronologică.

1.4. Procedura lichidării societăților comerciale

1.4.1. Lichidarea activului și pasivului

Scopul operațiunilor de lichidare a activului și pasivului societății este transformarea bunurilor societății în bani și achitarea datoriilor societății, astfel încât eventualul activ net să se repartizeze, în final, asociaților.

Lichidarea patrimoniului societății presupune astfel, atât lichidarea activului, cât și a pasivului societății.

Toate operațiunile de lichidare a activului și pasivului societății comerciale sunt realizate de către lichidatori, și nu de către instanța judecătorească, “deoarece în faza lichidării, intervenția acestora are caracter excepțional, rolul sau redus limitându-se la cazurile strict prevăzute de lege”.

²¹ O. Căpățână, Societățile comerciale, Ed. Lumina, București, 1991, p. 218.

²² N. Ciovarnache, M. Pascu, Gh. Nistorescu, Regimul juridic al societății comerciale, partea I, Ed. Edicop, București, 1992, p. 165.

Lichidarea activului societății se realizează prin operațiunile de transformare a bunurilor societății în bani, prin încasarea creanțelor pe care societatea le are față de terți, cât și prin promovarea, în anumite cazuri, a unor acțiuni împotriva asociaților care datorează societății vărsăminte sau împotriva asociaților cu răspundere nelimitată pentru obligațiile societății.

Transformarea bunurilor societății în bani se realizează prin vânzarea de către lichidatori pe calea licitației publice a bunurilor mobile și imobile ale societății. Așa cum s-a arătat, legea prevede ca o măsură de protecție interdicția vânzării în bloc a bunurilor societății pe un preț global, astfel încât fiecare bun care se vinde prin licitație, trebuie evaluat în mod individual.

În practica judiciară, s-a analizat problema obligativității **vânzării la licitație** a tuturor bunurilor societății. Din această perspectivă, într-o decizie de speță, s-a statuat că, “dacă o construcție a fost constituită ca aport, cu păstrarea dreptului de proprietate pentru asociat, ea nu figurează în activul societății și deci nu poate fi cuprinsă în bilanțul lichidării”.

Se arată că asociații pot decide în actul constitutiv că bunul adus ca aport la capitalul social să nu devină proprietatea acesteia, ci să i se recunoască societății numai un drept de folosință asupra bunului respectiv pe durata existenței societății.

Într-un astfel de caz, bunul se întoarce în patrimoniul asociaților sau asociatului care l-au subscris ca aport.

Tot astfel, în cazul în care prin actul constitutiv asociații au decis ca anumite bunuri să nu facă obiectul vânzării prin licitație publică, s-ar pune problema partajului acestor bunuri între asociați.

Dat fiind însă că Legea nr. 31/1990 nu conține dispoziții cu privire la partajul acestor bunuri între asociați, se consideră că devin aplicabile dispozițiile Codului civil referitoare la societatea civilă. Articolul 1531 C. civ. prevede că dispozițiile referitoare la contractul de societate se aplică și societăților comerciale, în măsura în care nu sunt contrare legilor și uzurilor comerciale.

Cu toate acestea, legea dă dreptul asociaților de a hotărâ prin actul constitutiv regulile de lichidare a societății. În virtutea acestui drept, împărtășim opinia potrivit cu care anumite bunuri ale societății pot fi sustrate vânzării la licitație, dacă prin actul constitutiv s-a stabilit că bunurile în cauză vor reveni, în contul părților ce li de cuvin din lichidare, asociaților care le-au adus ca aport în societate.

În doctrină, se subliniază că în ceea ce privește **restituirea aportului către asociați**, acesta se restituie în natură în situațiile în care s-a constituit ca aport numai dreptul de folosință al bunului și în care, deci societatea nu a devenit proprietară.

Restituirea trebuie să se facă tot în natură, chiar în cazul în care societatea a devenit proprietara bunului, dacă bunul se află încă în patrimoniul social la terminarea lichidării. Uneori este necesară efectuarea unor expertize pentru determinarea sporului de valoare conferit bunului prin exploatarea sa, cum este cazul unor brevete de invenții, a unui fond de comerț etc.

Acest spor de valoare va fi asimilat unui beneficiu, care trebuie împărțit între toți asociații. Pe de altă parte, acest principiu al atribuirii în natură nu are caracter de ordine publică în dreptul francez, asociații putând deroga de la aceste reguli prin prevederile statutare.

În ceea ce privește **încasarea creanțelor**, potrivit legii române, lichidatorii au obligația să încaseze creanțele de la debitorii societății la scadență, deoarece obligațiile asumate de terți față de societatea aflată în lichidare își mențin valabilitatea.

Lichidarea societăților comerciale nu produce consecințe asupra raporturilor juridice încheiate între asociați și debitorii săi.

În anumite situații însă, fondurile societății obținute din vânzarea la licitație a bunurilor societății, precum și din încasarea creanțelor, nu sunt suficiente pentru plata datoriilor societății.

Articolul 257 din Legea nr 31/1990 dispune că „lichidatorii care probează prin prezentarea situației financiare anuale că fondurile de care dispune societatea nu sunt suficiente să acopere pasivul exigibil, trebuie să ceară sumele necesare asociaților care răspund nelimitat sau celor care nu au efectuat integral vărsămintele, dacă aceștia sunt obligați, potrivit reformei societății, să le procure sau dacă sunt debitori față de societate, pentru vărsămintele neefectuate, la care erau obligați în calitate de asociați”.

În doctrină s-a statuat că ordinea de urmărire a asociațiilor să fie stabilită în sensul în care trebuie urmărită mai întâi asociații restanțieri.

Se susține în acest sens că nu ar fi logic să se pretindă contribuția asociațiilor care au efectuat integral vărsământul aportului subscris, numai fiindcă răspund nemărginit pentru datoriile sociale, înainte ca fondul comun să fie mărginit prin exercitarea constrângerii împotriva restanțierilor, spre a-și executa obligațiile anuale și neonorate.

Urmărirea asociațiilor care nu și-au completat valoarea aportului este condiționată în societatea în nume colectiv, în comandită simplă sau cu răspundere limitată, de punerea lor în întârziere, iar în societatea pe acțiuni sau în comandită pe acțiuni, de o invitație adresată prin somație colectivă, publicată de două ori la un interval de 15 zile în Monitorul Oficial și într-un ziar de mare răspândire.

Asociații care nu au efectuat integral vărsămintele datorate cu titlu de aport răspund astfel în temeiul art. 257 din Legea nr.31/1990 pentru obligații proprii, și nu pentru obligațiile societății.

În ceea ce privește asociații în societatea în nume colectiv și asociații comanditați care au o răspundere nelimitată și solidară față de creditorii sociali, sunt garanți ai obligațiilor societății, dar răspunderea lor este o răspundere proprie care decurge atât din prevederile art.3 și art. 85 din Legea nr.1/1990.

Asociații care au subscris aporturi la capitalul social, dar care nu le-au vărsat în totalitate în termenul prevăzut de lege sau de actul constitutiv, au obligația față de societate să efectueze plata acestor aporturi.

În calitate de reprezentanți ai societății, lichidatorii au obligația să ceară această plată, indiferent dacă activul este sau nu suficient să acopere integral pasivul.

În societatea pe acțiuni, acționarii pot plăti la constituire 30% din aportul lor, urmând ca diferența să fie plătită în termen de 12 luni.

În societățile cu răspundere limitată, plata aportului subscris la un moment ulterior constituirii societății este interzisă, deoarece administratorii societății cu răspundere limitată răspund penal dacă încep operațiuni în numele societății înainte de a se fi efectuat vărsământul integral al capitalului social, conform art.275 alin.(1) pct. 3 din Legea nr. 31/1990.

În societățile de persoane, lichidatorii vor urmări mai întâi pe asociații care nu și-au achitat aportul subscris și numai dacă activul se dovedește neîndestulător pentru plata obligațiilor soceiale, vor trece și la urmărirea asociațiilor care răspund nelimitat și solidar.

În virtutea dispozițiilor art. 256 din Legea nr. 31/1990, care prevăd că „lichidatorii nu pot plăti asociațiilor nicio sumă în contul părților ce li s-ar cuveni din lichidare, înaintea achitării creditorilor societății”, asociații urmăriti nu au dreptul să invoce compensația sumelor datorate societății cu sumele care li s-ar cuveni din lichidare, atâta vreme cât creditorii societății nu și-au satisfăcut creanțele împotriva acesteia.

În ceea ce privește **lichidarea pasivului societății**, acestea constă în plata datoriilor societății pentru creditorii săi, operațiuni care se realizează în condițiile legii, de către lichidatori.

Societatea comercială beneficiază de personalitate juridică, astfel încât patrimoniul său este separat de cel al asociațiilor, iar răspunderea lor juridică nu poate fi, în principiu, extinsă asupra acestora.

În cazul în care societatea a garantat prin act separat vreuna din obligațiile societății, răspunderea sa față de creditor va fi angajată în calitate de fidejutor.

Creditorii sociali pot acționa în justiție pentru plata creanțelor lor societatea aflată în lichidare.

Faptul că societatea se află în lichidare nu afectează un asemenea drept, deoarece societatea își păstrează personalitatea juridică pentru nevoile lichidării.

Mai mult decât atât, conform art. 260 alin. (4) din Legea nr. 31/1990, lichidarea nu împiedică deschiderea procedurii de faliment a societății, astfel încât creditorii pot promova și o astfel de acțiune împotriva societății, prin lichidatori.

Sumele de bani provenite din lichidarea activului societății au ca destinație, în primul rând, stingerea datoriilor societății.

În acest scop, potrivit legii, lichidatorii pot contracta împrumuturi sau obligații cambiale, dar pot plăti datorii ale societății și din propriii lor bani.

În cazurile în care lichidatorii achită datoriile societății din bani proprii, art.258 din Legea nr. 31/1990 prevede că aceștia nu vor putea exercita împotriva societății drepturi mai mari decât acelea ce aparțineau creditorilor plătiți, în virtutea regulilor aplicabile la subrogația în drepturile creditorului prin plata creanței, reglementate Codul Civil.

În mod analog cu situația debitorilor societății aflate în lichidare, plata creditorilor societății trebuie făcută la scadență și integral, deoarece procedura lichidării nu afectează raporturile juridice ale societății cu creditorii săi.

La rândul lor, creditorii societății au posibilitatea de a formula anumite acțiuni pe calea cărora își pot valorifica drepturile.

Potrivit art.259 din Legea nr. 31/1990, creditorii societăți au dreptul de a exercita contra lichidatorilor acțiunile care decurg din creanțele ajunse la termen, până la concurența bunurilor existente în patrimoniul societății și numai după aceea de a se îndrepta împotriva asociaților pentru plata sumelor datorate din valoarea acțiunilor subscrise sau din aceea a aporturilor la capitalul social.

Astfel, în principal, creditorii pot exercita împotriva lichidatorilor acțiuni pentru a urmări bunurile existente în patrimoniul social, iar în subsidiar, au deschisă și calea promovării unor acțiuni împotriva asociaților, pentru plata sumelor de bani datorate ca aport de către asociați.

În doctrină s-a subliniat că recunoașterea unei acțiuni directe a creditorilor sociali împotriva asociaților în sensul arătat mai sus constituie o măsură excepțională de favorare pentru creditorii sociali.²³

Acțiunea directă a creditorilor sociali contra asociaților care și-au achitat aporturile la capitalul social pe care le-au subscris reprezintă o derogare de la regulile acțiunii oblice, astfel cum este reglementată de Codul civil.

Sumele obținute pe această cale de la asociați vor intra în patrimoniul societății, urmând a fi repartizate între creditori în proporție cu valoarea creanțelor lor, deoarece ele reprezintă aporturi la capitalul social și constituie gajul general al creditorilor chirografari.

Pentru aceste motive, sumele astfel obținute nu pot servi numai plății creanței creditorului urmăritor, deși au fost recuperate pe calea unei acțiuni directe intentate de către acesta împotriva asociaților care nu și-au anorat integral obligația de a plăti sumele de bani datorate cu titlu de aport.

Drepturile recunoscute creditorilor societății de a promova asemenea acțiuni constituie o reflectare a principiului potrivit cu care ”lichidarea se face în sensul asociaților, dar fără a vătăma pe creditori”. În acest sens statuează și dispozițiile Legii nr 31/1990, care prevăd că lichidarea nu eliberează pe asociați și nu împiedică declararea în stare de faliment a societății.²⁴

De aceea, în ipoteza în care nu recur la procedura concursuală, constând în declararea societății în stare de faliment, creditorii dispun de acțiunile în justiție detaliate mai sus.

Este de remarcat faptul că prin exercitarea acțiunilor decurgând din creanțele ajunse la termen, creditorii își pot valorifica drepturile numai ”până la concurența bunurilor existente în patrimoniul societății”.

În aceste condiții, există posibilitatea ca uzând de această cale, creditorii să nu-și satisfacă integral pretențiile împotriva societății aflate în lichidare.

Vocația recunoscută creditorilor sociali de a proceda în asemenea cazuri la urmărirea în justiție a asociaților pentru îndeplinirea obligațiilor de aport asumate răspunde imperativului strigent de întregire a capitalului social în faza finală de existență a societății.

²³ St D Cărpenaru, Drept comercial român, ed a 6-a, p 291

²⁴ O Căpățână, op. cit, p 221

1.4.2. Repartizarea activului net între asociați

Lichidarea se desfășoară în interesul asociaților, astfel încât părțile sociale sau acțiunile dau dreptul asociaților la o parte proporțională din activul societății rămas după lichidare.

În același timp însă, dreptul asociaților este un drept de creanță, subordonat plății tuturor creditorilor sociali.

Așa cum s-a arătat, lichidatorii trebuie să respecte ordinea de preferință obligatorie între creditorii sociali și asociați, astfel încât drepturile convenite asociaților nu se pot plăti mai înainte de achitarea tuturor datoriilor sociale, ceea ce poate conduce și la situația în care asociații să nu mai încaseze nimic după achitarea acestor datorii.

Uneori activul societății este suficient de mare față de pasivul acesteia, situație care permite lichidatorilor să plătească asociaților anumite sume de bani în contul drepturilor care li se cuvin, chiar înainte de a încheia operațiunile de lichidare.

În mod frecvent însă, lichidatorii au posibilitatea să constate dacă există un activ net care ar urma să fie împărțit între asociați numai la terminarea operațiunilor de lichidare.

Potrivit legii, lichidatorii au obligația de a încheia în acest scop **bilanțul final** și dacă este cazul, să facă propuneri pentru împărțirea între asociați a activului net.

Dispozițiile art 256 alin (2) din Legea nr 31/1990 trebuie interpretate în sensul că, atunci când apare evident că din vânzarea bunurilor societății și din încasarea creanțelor acesteia, va mai rămâne un excedent disponibil de cel puțin 10% din quantumul tuturor obligațiilor sociale, după plata acestora, asociații vor putea cere să se facă repartizarea asupra acțiunilor sau părților sociale, chiar în timpul lichidării.

Creditorii sociali pot formula opoziție la instanța judecătorească contra deciziilor lichidatorilor de repartizare anticipată asupra acțiunilor sau părților sociale, în condițiile art 62 din Legea nr 31/1990.

Lichidatorii care fac plăți asociaților cu încălcarea dispozițiilor art 256 din Legea nr 31/1990 se fac vinovați de infracțiunea reglementată de art 278 alin (2) din aceeași lege.

În doctrină, se precizează că, în cazul în care un asociat împrumută societatea sau devine creditor al societății în alt mod (de exemplu, pentru dividende hotărâte anterior lichidării de către adunarea generală, dar nedistribuite și, mai ales, dacă beneficiază de o garanție reală contra societății), asociatul respectiv intră în categoria creditorilor sociali, creanța sa neavând caracter de creanță subordonată.

Dacă însă un asociat garantează prin act separat vreuna dintre obligațiile societății, răspunderea sa față de creditorul beneficiat poate fi angajată în calitate de fidejutor.²⁵

Rezultatele lichidării sunt consemnate în situația financiară finală, întocmită de lichidatori, precum și în proiectul de repartizare a activului net între asociați. În acest sens, atât doctrina, cât și practica judiciară a statuat că repartizarea activului net între asociați se realizează de către lichidatori, fiind exclusă competența instanței judecătorești.

Conținutul situației financiare finale cuprinde atât sumele de bani rezultate din vânzarea la licitație publică a bunurilor societății, cât și sumele de bani achitate pentru plata datoriilor societății. Prin bilanț se constată și eventualul activ net reprezentând diferența între activul și pasivul societății.

Din activul net sunt satisfăcute drepturile asociaților rezultând din lichidare.

În consecință, din activul net se rambursează atât valoarea aporturilor asociaților, astfel încât eventualul beneficiu net se repartizează între asociați proporțional cu participarea la capitalul social sau conform prevederilor stabilite în actul constitutiv.

În practică, aceste două operațiuni se contopesc, pentru ca întreg activul net să fie repartizat asociaților.

Potrivit art 263 din Legea nr 31/1990, în societățile în nume colectiv, în comandită simplă sau cu răspundere limitată, după terminarea lichidării, lichidatorii trebuie să întocmească situația financiară și să propună repartizarea activului între asociați.

²⁵ St D Cărpenaru, S David, C Predoiu, Gh Piperea, op cit p780

În societățile pe acțiuni și în comandită pe acțiuni, legea prevede în art 268, că după terminarea lichidării, lichidatorii trebuie să întocmească situația financiară și să propună repartizarea activului societății.

Situația financiară finală de lichidare și proiectul de repartizare a activului net, astfel cum au fost întocmite și semnate de lichidatori, sunt aduse la cunoștința asociaților.

Astfel potrivit art 263 alin (1) din Legea nr 31/1990, în societățile în nume colectiv, în comandită simplă sau cu răspundere limitată, acestea se înaintează spre a fi înregistrate și publicate pe pagina de internet a Oficiului Registrului Comerțului.

La societățile pe acțiuni și la cele în comandite pe acțiuni, situația financiară finală trebuie însoțită, conform art 268 din Legea nr 31/1990, de raportul cenzorilor, sau după caz, de raportul auditorilor financiari.

Ambele documente se depun pentru a fi menționate la Oficiul Registrului Comerțului și se publică în Monitorul Oficial, partea a IV-a, pentru a permite oricărui acționar, în caz de nemulțumire, să formuleze opoziție, în condițiile art 62 al aceleiași legi.

Din această perspectivă, dreptul asociaților de a contesta situația financiară finală și proiectul de repartizare a activului net între asociați și-a găsit ilustrarea în jurisprudența comercială.

Urmare a aprobării situației financiare de lichidare și repartizare, asociații încasează sumele de bani convenite în baza unor chitanțe de primire. Potrivit art 270 din Legea nr 31/1990, în ceea ce privește sumele de bani convenite acționarilor, neîncasate în termen de două luni de la publicarea situației financiare, acestea vor fi depuse la o bancă sau la una din unitățile acesteia, cu arătarea numelui și prenumelui acționarului, dacă acțiunile sunt nominative sau a numerelor acțiunilor, dacă sunt la purtător. Plata se face persoanei arătate sau posesorului acțiunilor, reținându-se titlul.

Independent de expirarea termenului, chitanța de primire a celei din urmă repartiții ține loc de aprobare a contului și a repartiției făcute fiecărui acționar.

Aprobarea situației financiare finale a lichidării și a repartizării activului net între asociați marchează momentul din care lichidatorii sunt eliberați, conform art 269 din Legea nr 31/1990.

Lichidarea societății nu poate dura mai mult de trei ani, iar pentru motive temeinice, lichidarea poate fi prelungită de tribunal cu cel mult doi ani.

Dacă în contra societății aflate în lichidare s-a declanșat însă procedura falimentului, societatea, chiar în cursul lichidării, poate fi declarată în faliment, situație în care termenul maxim al lichidării se va prelunge cu durata procedurii falimentului.

1.4.3. Închiderea lichidării

La terminarea lichidării, la cererea lichidatorului sau din oficiu, societatea va fi **radiată** din registrul comerțului, moment în care societatea încetează de a mai fi subiect de drept, personalitatea sa juridică dispărând.

Radierea din registrul comerțului este o operațiune de eliminare, de ștergere din registrul comerțului a unei anumite înregistrări efectuate anterior.

Practic, ea nu constă în eliminarea însăși a înregistrării anterioare, ci în înregistrarea mențiunii privitoare la această radiere.

Radierea poate privi însăși înregistrarea societății comerciale sau numai anumite mențiuni privitoare la aceasta care au fost înregistrate în registrul comerțului, având semnificația unei operațiuni care poate avea loc oricând în cursul funcționării societății comerciale ori la încetarea acesteia, în urma dizolvării și lichidării.

Cazurile de radiere se pot grupa în două mari categorii, respectiv radierea societății comerciale în urma dizolvării acesteia și radierea înmatriculării societății comerciale sau a unor înregistrări privitoare la aceasta²⁶. Fiecare categorie are o reglementare distinctă, având ipoteze, reguli de procedură și efecte diferite.

La încetarea societății comerciale în urma dizolvării și, după caz, a lichidării acesteia, ultima etapă o reprezintă radierea.

²⁶ C Leaua, Procedura de radiere a societăților comerciale din Registrul Comerțului, în Dreptul nr 4/2005, p 109

Aceasta marchează încetarea deplină a capacității de folosință a societății comerciale, deoarece în etapa cuprinsă între dizolvare și radiere, fie că se parcurge faza lichidării, fie că nu, societatea pastrează o capacitate de folosință retransă, putând încheia actele necesare în vederea lichidării, în mod similar capacității de folosință restrânse existente între momentul întocmirii actului constitutiv și cel al înmatriculării societății (în acest interval de timp societatea poate încheia actele necesare dobândirii personalității sale juridice).

Art 233 alin (4) din Legea nr 31/1990 prevede în acest sens că societatea își pastrează personalitatea juridică pentru operațiunile lichidării, până la terminarea acesteia.

În cazul în care societatea comercială a parcurs etapele lichidării, radierea va fi făcută la cererea lichidatorilor.

În acest sens, art 260 alin (2) dispune: "în termen de 15 zile de la terminarea lichidării, lichidatorii vor cere radierea societății din registrul comerțului, sub sancțiunea unei amenzi judiciare de 200 lei pentru fiecare zi de întârziere, care va fi aplicată de judecătorul delegat în urma sesizării oricărei părți interesate, prin încheiere. Încheierea judecătorului delegat este executorie și este supusă recursului. Radierea se poate face și din oficiu".

În situația unor dizolvări de drept, legiuitorul a considerat ca fiind de interes public acordarea posibilității efectuării unei radieri a societății comerciale, chiar dacă societatea nu a parcurs etapa lichidării, deci în condițiile în care nu a fost realizată lichidarea patrimoniului societății. În astfel de cazuri, **radierea** se dispune **din oficiu**.

1.5. Lichidarea hotărâtă de Adunarea generală a acționarilor sau asociaților, în situația în care se obține profit din lichidare

Acționarii societății comerciale **S.C. Confarg SA** au hotărât cu ocazia întrunirii AGA lichidarea societății.

Cu această ocazie se efectuează:

- Inventarierea și evaluarea elementelor de active și de pasiv ale societății comerciale care urmează să se lichideze, potrivit Legii contabilității nr. 82/1990, republicată, a normelor și reglementărilor contabile, înregistrarea rezultatelor inventarierii și ale evaluării.
- În urma inventarierii patrimoniului societății, de către lichidator situația patrimonială a societății Confarg SA înainte de începerea operațiunilor de lichidare se prezintă conform bilanțului .

BILANȚUL S.C. Confarg SA

DENUMIREA INDICATORULUI	Nr rd.	Sold
A	B	1
A. ACTIVE IMOBILIZATE		
I. IMOBILIZĂRI NECORPORALE (ct. 208-2808) (60.000-40.000)	01	20.000
II. IMOBILIZĂRI CORPORALE (ct. 212-2812 + 2131-2813) (21.000.000-14.000.000)+(8.800.000-6.600.000)	02	9.200.000
III. IMOBILIZĂRI FINANCIARE	03	0
ACTIVE IMOBILIZATE TOTAL (rd.01 la 03)	04	9.220.000
B. ACTIVE CIRCULANTE		
I. STOCURI (ct 371)	05	2.000.000
II. CREANȚE (ct 4111+4118-491) (3.500.000+400.000-300.000)	06	3.600.000

III. INVESTIȚII FINANCIARE PE TERMEN SCURT	07	0
IV. CASA ȘI CONTURI LA BĂNCI (ct 5121)	08	980.000
ACTIVE CIRCULANTE TOTAL (rd.05 la 08)	09	6.580.000
C. CHELTUIELI ÎN AVANS (ct.471)	10	0
D. DATORII CE TREBUIE PLĂTITE ÎNTR-O PERIOADĂ DE PÂNĂ LA UN AN (ct 401+404) (1.900.000+5.900.000)	11	7.800.000
E. ACTIVE CIRCULANTE NETE / DATORII CURENTE NETE (rd.09+10-11-18)	12	- 1.220.000
F. TOTAL ACTIVE MINUS DATORII CURENTE	13	8.800.000
G. DATORII CE TREBUIE PLĂTITE ÎNTR-O PERIOADĂ MAI MARE DE UN AN	14	0
H. PROVIZIOANE (CT 151)	15	1.700.000
I. VENITURI ÎN AVANS (rd.17 și 18)	16	0
Subvenții pentru investiții	17	0
Venituri în avans	18	0
J. CAPITAL ȘI REZERVE		
I. CAPITAL (rd.20 la 22)	19	5.250.000
Capital subscris vărsat (210.000 acțiuni x 25 lei/acțiune)	20	5.250.000
Capital subscris nevărsat	21	0
Patrimoniul regiei	22	0
II. PRIME DE CAPITAL	23	0
III.REZERVE DIN REEVALUARE (ct 105)	24	0
sold C		0
sold D		0
IV. REZERVE (ct 1061)	25	1.050.000
Acțiuni proprii	26	0
V.REZULTAT REPORTAT (ct 117)		0
-sold C	27	0
- sold D	28	0
VI.REZULTATUL EXERCITIULUI (ct 121)		0
-sold C	29	0
-sold D	30	0
Repartizarea profitului	31	0
TOTAL CAPITALURI PROPRII	32	6.300.000
Patrimoniul public	33	0
TOTAL CAPITALURI	34	6.300.000

Funcția de lichidator este îndeplinită de către firma SC Evalexpert SRL.

Operațiunile efectuate de lichidator în numele societății sunt:

- Vânzarea programelor informatice cu 20.000 lei;
- Vânzarea clădirilor cu 8.700.000 lei;
- Vânzarea echipamentelor tehnologice cu 2.200.000 lei;
- Vânzarea mărfurilor cu 1.700.000 lei;
- Clienții incerți (ct 4118) în sumă de 400.000 lei se încasează parțial la nivelul sumei de 190.000 lei. Pentru încasarea clienților incerți s-au acordat sconturi în sumă de 40.000 lei;
- Se încasează clienții ;
- Pentru plata furnizorilor de imobilizări s-a primit un scont de 160.000 lei;

- Pentru plata furnizorilor s-a primit un scont de 90.000 lei
- Se achită cheltuielile de lichidare (factura primită de la lichidator) în sumă de 80.000 lei.

Înregistrarea în contabilitate a operațiunilor efectuate:

1. a) Vânzarea programelor informatice:

23.800 lei	461	=	%	
	Debitori diversi		7583	20.000 lei
			Venituri din cedarea	
			activelor	
			4427	3.800 lei
			Tva colectată	

b) Încasarea contravalorii programelor informatice vândute:

23.800 lei	5121	=	461	23.000 lei
	Conturi curente la		Debitori diversi	
	bănci			

c) Scoaterea din gestiune a programelor informatice vândute:

	%	=	208	60.000 lei
	2808		Alte imobilizări	
40.000 lei	Amortizarea altor		necorporale	
	imobilizări			
	necorporale			
	6583			
20.000 lei	Cheltuieli cu			
	activele cedate			

2. a) Vânzarea clădirilor:

10.353.000	461	=	%	
	Debitori diversi		7583	8.700.000
			Venituri din cedarea	
			activelor	
			4427	1.653.000
			Tva colectată	

b) Încasarea contravalorii clădirilor vândute:

10.353.000	5121	=	461	10.353.000
	Conturi curente la		Debitori diversi	
	bănci			

c) Scoaterea din gestiune a clădirilor vândute:

	%	=	212	21.000.000
	2812		Construcții	
14.000.000	Amortizarea			
	construcțiilor			
	6583			
	Cheltuieli cu			
7.000.000	activele cedate			

3. a) Vânzarea echipamentelor tehnologice:

2.618.000	461	=	%	
	Debitori diversi		7583	2.200.000
			Venituri din cedarea	
			activelor	
			4427	418.000
			Tva colectată	

b) Încasarea contravalorii echipamentelor tehnologice vândute:

2.618.000	5121	=	461	2.618.000
	Conturi curente la		Debitori diversi	
	bănci			

c) Scoaterea din gestiune a echipamentelor tehnologice vândute:

	%	=	2131	8.800.000
	2812		Echipamente tehnologice	
6.600.000	Amortizarea			
	echipamentelor			
	tehnologice			
	6583			
2.200.000	Cheltuieli cu			
	activele cedate			

4. a) Vânzarea mărfurilor:

2.023.000	411	=	%	
	Clienți		707	1.700.000
			Venituri vânzarea	
			mărfurilor	
			4427	323.000
			Tva colectată	

b) Descărcarea gestiunii de mărfurile vândute:

2.000.000	607	=	371	2.000.000
	Cheltuieli privind		Mărfuri	
	mărfurile			

c) Încasarea contravalorii mărfurilor vândute:

2.023.000	5121	=	411	2.023.000
	Conturi curente la		Clienți	
	bănci			

5. Încasare clienții :

3.500.000	5121	=	411	3.500.000
	Conturi curente la		Clienți	
	bănci			

6. Încasare clienții incerți și acordarea unui scot de 90.000 lei:

	%	=	4118	400.000
	5121		Clienți incerți	
190.000	Conturi curente la bănci			
	667			
40.000	Cheltuieli cu sconturile acordate			
	654			
170.000	Pierderi din creante și debitori diverși			

7. Anulare ajustărilor înregistrate pentru creanțe- clienți:

300.000	491	=	7814	300.000
	Ajustari pentru deprecierea creantelor - clienti		Venituri din ajustari pentru deprecierea activelor circulante	

8. Plata furnizorilor în condițiile în care se primește de la aceștea scont de decontare:

1.900.000	401	=	%	
	Furnizori		5121	1.810.000
			Conturi curente la bănci	
			767	
			Venituri din sconturi primite	90.000

9. Plata furnizorilor de imobilizări și primirea scontului de 6% (3.500.000 x 6% = 210.000)

5.900.000	404	=	%	
	Furnizori de imobilizări		5121	5.740.000
			Conturi curente la bănci	
			767	
			Venituri din sconturi primite	160.000

10. a) Înregistrarea facturii primite de la lichidator:

	%	=	401	95.200
	628		Furnizori	
80.000	Cheltuieli cu alte servicii executate de terți			
	4426			
15.200	Tva deductibilă			

b) Achitarea facturii primite de la lichidator:

95.200	401	=	5121	95.200
	Furnizori		Conturi curente la bănci	

11. Anularea provizioanelor pentru riscuri și cheltuieli:

95.200	151	=	7812	95.200
	Provizioane pt. riscuri și cheltuieli		Venituri din provizioane	

12. Regularizarea TVA :

TVA colectată (ct. 4427) = 1.653.000+417.000+3.800+323.000 = 2.397.800 lei

TVA deductibilă (ct 4426) = 15.200 lei

a) Înregistrarea obligației de plată față de bugetul statului privind tva-ul:

2.397.800	4427	=	%	
	Tva colectată		4426	15.200
			Tva deductibilă	
			4423	
			Tva de plată	2.382.600

b) Plata TVA:

2.382.000	4423	=	5121	2.382.000
	Tva de plată		Conturi curente la bănci	

13. Stabilirea rezultatului lichidării:

a) Închiderea conturilor de cheltuieli

11.510.000	121	=	%	
	Profit și pierdere		6583	9.220.000
			Cheltuieli cu activele cedate	
			607	
			Cheltuieli privind mărfurile	2.000.000
			667	
			Cheltuieli cu sconturile acordate	40.000
			654	
			Pierderi din creante si debitori diversi	170.000
			628	
			Cheltuieli cu alte servicii executate dec terți	80.000

b) Închiderea conturilor de venituri

D	121	C
11.510.000		14.870.000
.		.
SFC = 3.360.000		

$$\text{Impozit pe profit} = 3.360.000 \times 16\% = 537.600 \text{ lei}$$
$$\text{Impozit pe profit} = 3.360.000 \times 16\% = 537.600 \text{ lei}$$

537.600	691	=	441	537.600
	Cheltuieli cu		Impozit pe profit	
	impozitul pe profit			

2.382.000	441	=	5121	2.382.000
	Impozit pe profit		Conturi curente la bănci	

537.000	121	=	691	537.000
	Profit și pierdere		Cheltuieli cu impozitul pe profit	

$$SFC = 2.822.400 \text{ (profit net din lichidare)}$$

• **Situația contului 5121 Conturi curente la bănci**

D	5121	C
SI 980.000		5.740.000
10.353.000		1.810.000
2.618.000		95.200
23.800		2.382.600
2.023.000		537.600
3.500.000		
190.000		
TRD 19.687.800		TRC 10.565.400
SFD = 9.122.400		

15. Întocmirea bilanțului lichidării:

ACTIV	VALOARE - lei -	PASIV	VALOARE - lei -
Disponibilități bănești (ct 5121)	9.122.400	Capital social (ct 1012)	5.250.000
		Rezerve legale (ct 1061)	1.050.000
		Rezultatul lichidării (ct 121)	2.822.400
TOTAL ACTIV	9.122.400	TOTAL PASIV	9.122.400

17. Efectuarea partajului:

Repartizarea(decontarea) elementelor de capitaluri

a) Capitalul social (ct 1012)

5.250.000	1012 Capital social	=	456 Decontări cu acționarii/asociații privind capitalul	5.250.000
5.250.000	456 Decontări cu acționarii/asociații privind capitalul	=	5121 Conturi curente la bănci	5.250.000

b) Rezervele legale(ct 1061)

1.050.000	1061 Rezerve legale	=	456 Decontări cu acționarii/asociații privind capitalul	1.050.000
-----------	-------------------------------	---	---	-----------

- Impozitul aferent rezervei legale = 1.050.000 x 16% = 168.000 lei:

168.000	456 Decontări cu	=	441 Impozit pe profit	168.000
---------	----------------------------	---	---------------------------------	---------

acționarii/asociații
privind capitalul

- Plata impozitului:

5.250.000 **441** = **5121** 5.250.000
Impozit pe profit Conturi curente la bănci

- distribuirea rezervei legale acționarilor (1.050.000 – 168.000 = 882.000 lei) :

882.000 **456** = **5121** 882.000
Decontări cu Conturi curente la bănci
acționarii/asociații
privind capitalul

c) Rezultatul lichidării (ct 121)

• Înregistrarea obligației de plată față de acționari

2.822.400 **121** = **456** 2.822.400
Profit și pierdere Decontări cu
acționarii/asociații privind
capitalul

• Calculul și reținerea impozitului aferent profitului repartizat
(2.822.400 x 16% = 451.584 lei)

451.584 **456** = **446** 451.584
Decontări cu
acționarii/asociații
privind capitalul

• Plata impozitului

451.584 **446** = **5121** 451.584
..... Conturi curente la bănci

• Remunerarea acționarilor

2.370.816 **456** = **5121** 2.370.816
Decontări cu
acționarii/asociații
privind capitalul Conturi curente la bănci

D	5121	C
9.122.400	5.250.000	
	168.000	
	882.000	
	451.584	
	2.370.816	.
9.122.400	9.122.400	.

- Repartizarea câștigului celor 5 acționari în funcție de cota de participare a fiecăruia la capitalul social:

NR. CRT.	NUME ȘI PRENUME ACȚIONAR	COTA DE PARTICIPARE LA CAPITALUL SOCIAL	SUME PRIMITE - LEI -
1	Acționarul A	60 %	5.101.689.60
2	Acționarul B	20 %	1.700.563.20
3	Acționarul C	10 %	850.281.60
4	Acționarul D	5 %	425.140.80
5	Acționarul E	5 %	425.140.80
TOTAL			8.502.816

Bibliografie

1. St. D. Cărpenaru, *Drept comercial român*, ed. A 6-a, Ed. All Beck, 2007
2. O. Căpățână, *Societățile comerciale*, Ed. Lumina, București, 1991
3. I. L. Georgescu, *Drept comercial român*, vol. II, Ed. Lumina Lex, București, 1994
4. C. Leaua, *Procedura de radiere a societăților comerciale din Registrul Comerțului*, în *Dreptul* nr 4/2005
5. C. M. Letea, *Dizolvarea și lichidarea societăților comerciale*, Ed. Hamangiu, București, 2008
6. *** *Norme metodologice privind reflectarea în contabilitate a principalelor operațiuni de fuziune, divizare, dizolvare și lichidare a societăților comerciale, precum și retragerea sau excluderea unor asociați din cadrul societăților comerciale și tratamentul fiscal al acestora*, Ed. CECCAR, București, 2004

INFORMAȚIA CONTABILĂ PRIVIND REZULTATUL – PREZENTARE ȘI VALORIFICARE

Autor: Florina DUMITRESCU

anul II , Master Management Contabil și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Claudia BURTESCU

Introducere

Poziționarea conceptului de rezultat la nivelul unei entități și măsurarea lui în contabilitate face apel la stabilirea unor convenții și la găsirea unei ecuații de determinare.

Profitul, de fapt rezultatul, este diferența între venitul total al întreprinderii și costul total.

Definiția se nuanțează și structurează în raport de naturile de venituri și cheltuieli, respectiv funcțiile întreprinderii delimitate ca segmente comparabile la nivelul cărora se asociază venitul cu costul corespondent. În definirea rezultatului nu poate fi ocolit punctul de vedere patrimonial, acela adoptat pentru menținerea capitalului financiar. Din acest punct de vedere evaluarea și calculul rezultatului trebuie să asigure menținerea capacității de finanțare a capitalului ca sumă investită de către proprietar. Fondurile investite de proprietar sub formă de capital trebuie astfel reconstituite încât acesta să-și mențină în plan monetar și financiar capacitatea inițială de finanțare la începerea unui nou exercițiu. Orice modificare, creștere sau micșorare a acestei capacități se explică prin rezultatul pozitiv-negativ sau prin aportul proprietarului. În aceste condiții rezultatul contabil se identifică cu variația situației nete a patrimoniului.¹

În timpul perioadei contabile, orice întreprindere își fixează ca obiective profit imediat sau pe termen mediu și continuitate. Pentru a realiza aceste obiective ea cumpără, vinde, fabrică, plătește salarii și impozite, investește în mașini și echipamente, își plasează excedentele financiare în capitalul altor societăți sau efectuează și alte operații consumatoare de resurse și producătoare de rezultate. Aceste tranzacții ocazionează de fiecare dată cheltuieli și generează venituri care modifică situația netă a patrimoniului. Dacă valoarea acestei situații nete a crescut în raport cu cea a situației nete inițiale, întreprinderea a realizat profit pe timpul perioadei. Această creștere este profitul net, în afară de cazul în care întreprinderea a primit noi aporturi de capital în timpul exercițiului, caz în care se efectuează o corecție prin diminuarea echivalentă a creșterii situației nete. Dacă valoarea noii situații nete s-a diminuat în raport cu cea de la începutul exercițiului, întreprinderea a suferit o pierdere egală cu această diferență.

1.Relatii și diferențieri între rezultatul contabil și performanța întreprinderii

Profitul este frecvent utilizat ca o măsură a performanței sau ca bază de referință pentru alți indicatori, cum ar fi rentabilitatea investiției sau rezultatul pe acțiune.

Veniturile și cheltuielile constituie elemente direct legate de măsurarea profitului. Recunoașterea și măsurarea veniturilor și a cheltuielilor, și deci a profitului, depind de conceptele de capital și de menținerea capitalului, concepte utilizate de întreprinderi în elaborarea situațiilor financiare.

Elementele de venituri și cheltuieli sunt definite după cum urmează:

- a) veniturile constituie creșteri ale beneficiilor economice înregistrate pe parcursul perioadei contabile sub formă de intrări sau creșteri ale activelor ori descreșteri ale datoriilor, care se concretizează în creșteri ale capitalului propriu, altele decât cele rezultate din contribuții ale acționarilor;
- b) cheltuielile constituie diminuări ale beneficiilor economice înregistrate pe parcursul perioadei contabile sub formă de ieșiri sau scăderi ale valorii activelor ori creșteri ale datoriilor, care

se concretizează în reduceri ale capitalului propriu, altele decât cele rezultate din distribuirea acestora către acționari.

Veniturile și cheltuielile se pot regăsi în contul de profit și pierdere în diferite moduri, astfel încât să furnizeze informația relevantă pentru procesul decizional. De exemplu, se folosește adesea distincția dintre acele elemente de venituri și cheltuieli care sunt rezultatul activităților curente ale întreprinderii și cele care nu sunt rezultatul acestor activități. Această distincție se realizează plecându-se de la prezumția că sursa unui element de venituri sau cheltuieli este relevantă în procesul de evaluare a capacității întreprinderii de a genera în viitor numerar și echivalente ale numerarului. De exemplu, activități întâmplătoare, cum ar fi înstrăinarea unui activ imobilizat nu pot apărea în mod curent. În procesul de separare a veniturilor și cheltuielilor în funcție de caracterul lor curent sau extraordinar este necesară analiza naturii și activității întreprinderii. Elementele care pentru unele întreprinderi sunt rezultatul unor activități curente pot reprezenta în cazul altor întreprinderi activități extraordinare.

Distincția dintre elementele de venituri și cheltuieli și combinarea acestora în diferite moduri permite întreprinderii să își prezinte în mod variat performanțele. Aceste clasificări prezintă diferite grade de cuprindere. De exemplu, contul de profit și pierdere poate include marja brută, profitul din activitățile curente înainte de impozitare, profitul din activitățile curente după impozitare și profitul net.

Definiția veniturilor include atât venituri din activitățile curente, cât și câștiguri din orice alte surse. Veniturile din activitățile curente se pot regăsi sub diferite denumiri, cum ar fi vânzări, comisioane, dobânzi, dividende, redevențe și chirii.

Câștigurile reprezintă alte elemente care corespund definiției veniturilor și pot apărea sau nu pot apărea ca rezultat al activității curente a întreprinderii. Câștigurile reprezintă creșteri ale beneficiilor economice și din acest punct de vedere nu diferă ca natură de venituri. Câștigurile includ, de exemplu, sumele rezultate în urma ieșirii activelor imobilizate pe termen mediu și lung. Definiția veniturilor include totodată și câștigurile nerealizate, de exemplu cele rezultate din reevaluarea titlurilor de plasament și cele rezultate din creșterea valorii contabile a activelor pe termen lung. Prezentarea câștigurilor în contul de profit și pierdere se realizează de obicei distinct, deoarece cunoașterea existenței acestora este importantă pentru procesul decizional. Câștigurile sunt prezentate de regulă la valoarea netă, exclusiv cheltuielile aferente.

Veniturile pot fi utilizate pentru achiziționarea de active sau pentru creșterea valorii diferitelor tipuri de active, de exemplu: numerar, creanțe, bunuri și servicii primite în schimbul bunurilor și al serviciilor furnizate. Veniturile pot rezulta, de asemenea, din lichidarea datoriilor.

Definiția cheltuielilor include pierderile precum și acele cheltuieli care apar în procesul desfășurării activităților curente ale întreprinderii. De exemplu, cheltuielile ce apar în cursul activităților curente ale întreprinderii includ costul vânzărilor, salariile și amortizarea. Ele se regăsesc de obicei sub forma ieșirilor sau scăderii valorii activelor, cum ar fi: numerarul sau echivalentele numerarului, stocurile, terenurile și mijloacele fixe.

Pierderile reprezintă alte elemente care corespund definiției cheltuielilor și care pot apărea sau nu pot apărea pe parcursul desfășurării activităților curente ale întreprinderii. Pierderile reprezintă diminuări ale beneficiilor economice și din acest punct de vedere nu diferă ca natură de alte tipuri de cheltuieli.

În categoria pierderilor sunt incluse, de exemplu, cele rezultate din dezastre, cum ar fi inundațiile sau incendiile, precum și cele rezultate din ieșirea activelor pe termen lung. De asemenea, definiția cheltuielilor include și pierderile nerealizate, de exemplu cele rezultate din creșterea cursului de schimb valutar în cazul unor împrumuturi pe care întreprinderea le-a contractat în valută. De obicei, în contul de profit și pierdere prezentarea pierderilor se efectuează distinct, datorită importanței cunoașterii existenței și valorii acestora în procesul decizional. Pierderile sunt raportate de regulă la valoarea netă, exclusiv veniturile aferente.

Deciziile economice care sunt luate de utilizatorii situațiilor financiare necesită evaluarea capacității unei întreprinderi de a genera numerar sau echivalente ale numerarului și a perioadei și

siguranței generării lor. În ultimă instanță de aceasta depinde, de exemplu, capacitatea unei întreprinderi de a-și plăti angajații și furnizorii, de a plăti dobânzi, de a rambursa credite și de a-i remunera pe proprietarii acesteia. Utilizatorii sunt mai în măsură să evalueze această capacitate de a genera numerar sau echivalente ale numerarului dacă le sunt oferite informații concentrate asupra poziției financiare, performanței și modificărilor poziției financiare a unei întreprinderi.²⁷

Poziția financiară a unei întreprinderi este influențată de resursele economice pe care le controlează, de structura sa financiară, de lichiditatea și solvabilitatea sa, precum și de capacitatea sa de a se adapta schimbărilor mediului în care își desfășoară activitatea.

- **Informațiile despre resursele economice** controlate de întreprindere și capacitatea sa din trecut de a modifica aceste resurse sunt utile pentru a anticipa capacitatea întreprinderii de a genera numerar sau echivalente ale numerarului în viitor.
- **Informațiile despre structura financiară** sunt utile pentru anticiparea nevoilor viitoare de creditare și a modului în care profiturile și fluxurile viitoare de trezorerie vor fi repartizate între cei care au un interes față de întreprindere; acestea sunt utile și pentru anticiparea șanselor întreprinderii de a primi finanțare în viitor.
- **Informațiile despre lichiditate și solvabilitate** sunt utile pentru a anticipa capacitatea întreprinderii de a-și onora angajamentele financiare scadente. Lichiditatea se referă la disponibilitățile de numerar în viitorul apropiat, după luarea în calcul a obligațiilor financiare aferente acestei perioade. Solvabilitatea se referă la disponibilitatea de numerar pe o perioadă mai mare în care urmează să se onoreze angajamentele financiare scadente.
- **Informațiile despre performanța unei întreprinderi**, în special despre profitabilitatea acesteia, sunt necesare pentru evaluarea modificărilor potențiale ale resurselor economice pe care întreprinderea le va putea controla în viitor. În acest sens informațiile despre variabilitatea performanțelor sunt importante. Informațiile despre performanțe sunt utile pentru anticiparea capacității întreprinderii de a genera fluxuri de trezorerie cu resursele existente. Ele sunt utile și pentru formularea raționamentelor despre eficiența cu care întreprinderea poate utiliza noi resurse.
- **Informațiile privind modificările poziției financiare** a unei întreprinderi sunt utile pentru a evalua activitățile sale de exploatare, finanțare și investiții în perioada de raportare. Aceste informații sunt utile, oferind utilizatorului o bază pentru evaluarea capacității întreprinderii de a genera numerar sau echivalente ale numerarului și a nevoilor întreprinderii de a utiliza aceste fluxuri de trezorerie.
- **Informațiile privind poziția financiară** sunt oferite în primul rând de bilanț. Informațiile privind performanța sunt oferite în primul rând de contul de profit și pierdere. Informațiile privind modificările poziției financiare sunt furnizate în situațiile financiare prin intermediul unei situații distincte.

Părțile componente ale situațiilor financiare se inter-relaționează, deoarece ele reflectă diferite aspecte ale aceluiași tranzacții sau ale altor evenimente. Deși fiecare situație oferă informații diferite, este probabil ca nici una să nu servească unui singur scop sau să ofere toate informațiile impuse de necesitățile specifice ale utilizatorilor. De exemplu, contul de profit și pierdere oferă o imagine incompletă a performanței dacă nu este folosit împreună cu bilanțul și situația modificărilor poziției financiare.

Pe lângă cele arătate anterior putem concluziona faptul că, performanța întreprinderii (profitul sau pierderea) implică luarea în considerare a diferitelor aspecte legate de:

- recunoașterea, clasificarea și evaluarea veniturilor;
- recunoașterea, clasificarea și evaluarea cheltuielilor;
- calculul rezultatului din exploatare și al celui financiar;
- analiza impactului activităților extraordinare;

²⁷ Claudia Burtescu „Rezultatul exercițiului”, Ed. Independența Economică, București, 2002, pag. 46

- calculul și analiza unor indicatori de performanță;
- analiza menținerii capitalului financiar sau fizic;
- analiza impactului corecției erorilor fundamentale și a modificării politicilor contabile;
- prezentarea detaliată și complexă a performanțelor întreprinderii în cadrul situațiilor financiare.

2. Rezultatul contabil între informația de rentabilitate și informația de lichiditate a întreprinderii

În contextul economiei de piață asistăm la deplasări structurale de anvergură din punct de vedere financiar, atenția fiind polarizată în mod deosebit de finanțele microeconomice, de gestiunea financiară a întreprinderilor. În analiza și controlul activității lor, prin mijloace exclusiv financiare, se apreciază că esențial este de a lua în considerare trei mari dimensiuni²⁸:

- profitabilitatea (rentabilitatea);
- modul de gestiune al activelor;
- modul de finanțare al activelor.

Acestora li se adaugă o a patra dimensiune menită a pune în evidență capacitatea întreprinderii de a-și onora obligațiile pe termen lung și cele pe termen scurt față de creditorii săi, fiind în același timp și expresia modului de îndeplinire a echilibrului financiar.

Puncte de vedere în ceea ce privește modul de construire a indicatorilor în cauză sunt diferite, părerile convergând unanim spre utilizarea ratelor, lucru acceptat atât de teoria cât și de practica financiară. Aceasta cu toate că se recunoaște că nu este singura modalitate de a analiza situația financiară a întreprinderii.

Rata, provenind de la latinescul „ratio, înseamnă un raport între două mărimi coerente cu mare valoare informațională. Rațiile permit aprecierea performanțelor procedând la o confruntare între:

- un indicator de rezultate;
- un indicator privitor la fluxul global al activității sau la valoarea mijloacelor puse în aplicare pentru obținerea rezultatului considerat.

Interpretarea în procesul conducerii nu trebuie să fie rigidă, să nu se facă izolat, ci în contextul infrastructural al ei. Prin rate se examinează stări și echilibre ale unei dezvoltări, se supraveghează parametrii de funcționare a sistemului.

Analiza financiară prin intermediul ratelor presupune luarea în considerare a unor indicatori selectivi, cu o mare putere de sintetizare și generalizare a fenomenului financiar.

Apar însă diferite păreri în privința modului de structurare a indicatorilor. De pildă, în literatura de specialitate americană se întâlnește opinia utilității structurării acestor rate în:

- rate ale lichidității;
- rate ale capacității de finanțare;
- rate ale gestionării activelor;
- rate ale rentabilității;
- rate ale creșterii;
- rate ale valorii întreprinderii.

Din această structurare reiese faptul că, în managementul financiar american, se acordă prioritate lichidității întreprinderii, respectiv capacității sale de a onora obligațiile pe termen scurt, ca expresie concentrată a modului în care se îndeplinește echilibrul financiar, precum și a modului de

²⁸ Claudia Burtescu „Rezultatul exercițiului”, Ed. Independența Economică, București, 2002, pag. 172

gestionare a activelor, ca factor cauzal al gradului de lichiditate. Acest aspect nu exclude însă și nu diminuează importanța celorlalte rate, respectiv ale capacității de finanțare precum și ale profitabilității.

Profitul rezultă dintr-un ansamblu de activități și operațiuni ce concură la îndeplinirea obiectivelor asumate de întreprindere. Prin urmare, el reprezintă pentru întreprindere, în egală măsură, o sarcină (obligație), un mijloc, un semnal (informație) și un rezultat al acțiunilor concertate pe care aceasta le realizează în virtutea manifestării funcțiilor sale²⁹.

Drept consecință, indicatorii randamentului financiar și rentabilității au rolul de a releva tocmai aceste aspecte și de a servi actul conducerii tocmai prin „furnizarea celor mai relevante informații cu privire la profit și profitabilitate.

2.1. Indicatori ai randamentului financiar

a) Rata profitului brut $R = \frac{Pb}{CA} * 100$

b) Rata profitului net $R = \frac{Pnet}{CA} * 100$

Cei doi indicatori relevă analistului proporția (marja) pe care profitul o deține în totalul încasărilor întreprinderii. În egală măsură, reflectă randamentul financiar al întreprinderilor, relevând câte unități monetare reprezentând profit revin pe o unitate monetară încasată.

Rata profitului exprimă eficiența politicii comerciale și de prețuri promovată de întreprindere. Analizată în dinamică nivelul este considerat optim dacă prezintă o evoluție crescătoare.

Este utilă compararea cu media ratelor profitului pe ramură sau economie. Când rata profitului este superioară sau la nivelul mediei înseamnă că întreprinderea ocupă o poziție bună în ceea ce privește performanța. Când nivelul este inferior mediei pe economie sau ramură, întreprinderea trebuie să acționeze asupra politicii de preț și a celei de distribuție.

c) **Coefficientul (marja) cheltuielilor financiare**, menit să reflecte ponderea pe care cheltuielile financiare ale exercițiului o deține în cifra de afaceri.

$$R = \frac{\text{Cheltuielile financiare}}{CA}$$

În cheltuielile financiare sunt luate în considerare toate cheltuielile la care este supusă întreprinderea, ca urmare a contractării de împrumutului pe termen lung și scurt, imputabile - exercițiului financiar. El relevă practic „costul resurselor împrumutate și, în același timp, capacitatea întreprinderii de a-și acoperi astfel de cheltuieli din încasările proprii.

Pentru a-i aprecia nivelul se compară cu dobânda medie pe economie iar evaluarea ei se face astfel:

- când marja cheltuielilor financiare este mai mare decât dobânda medie înseamnă că întreprinderea are o politică financiară deficitară iar creditele contractate sunt scumpe (nu
- are capacitate de negociere a creditelor sau are o situație financiară nefavorabilă și acest lucru atrage la dobândă o marjă suplimentară de risc percepută de creditori).
- în dinamică, valorile înalte ale acestui indicator demonstrează regresul rezultatelor și indicatorilor de rentabilitate ca urmare a politicii financiare costisitoare promovate de întreprindere.

d) **Coefficientul (marja) resurselor destinate autofinanțării**

$$R = \frac{\text{resurse efectuate pentru autofinanțare}}{CA}$$

²⁹ M. Niculescu, „Diagnostic global strategic”, Ed. Economică, București, 1998, pag.287

Scoate în evidență capacitatea întreprinderii de a procura resurse pentru autofinanțare din încasările proprii. Trebuie precizat că la cifra de afaceri se vor lua în considerare amortismentul exercițiului, rezervele afectate autofinanțării, precum și beneficiul net nedistribuit rămas pentru autofinanțarea întreprinderii.

Toți acești indicatori sunt în măsură să releve analistului capacitatea întreprinderii de a genera fluxuri bănești interne pe seama cărora să se asigure reînnoirea activelor întreprinderii, dezvoltarea activității prin noi investiții, dar și posibilitatea distribuirii de noi dividende acționarilor săi.

2.2..Indicatorii rentabilității

În această grupă de indicatori sunt încadrați indicatorii construiți după relația cu caracter general:
$$\frac{Pr\ ofit}{capitalangajat}$$
.

a) **Rata rentabilității capitalului total**, determinată în contabilitatea americană pe două nivele, prima numită „operating profit return stabilită după relația de calcul:

$$R = \frac{Pb}{Activetotale}$$

Ambele rate ale rentabilității au o tentă mai mult economică decât financiară, motiv pentru care ne apare mai degrabă ca un indicator al randamentului financiar al capitalului total. În acest context, se apreciază că indicatorul reflectă capacitatea capitalului total de a produce profit, motiv pentru care americanii fac uz de noțiunea de „randament, iar francezii de „rentabilitate economică brută sau netă.

Rata rentabilității economice arată eficiența utilizării activelor și prezintă valori diferite în funcție de sectoarele economiei naționale. Nivelul ei trebuie comparat cu rata dobânzii din economie, astfel:

- când nivelul ratei rentabilității economice este inferior ratei dobânzilor înseamnă că întreprinderea înregistrează pierderi întrucât ar câștiga mai mult păstrându-și disponibilul la bancă;
- când nivelul este superior ratei dobânzilor înseamnă că întreprinderea își utilizează eficient resursele de care dispune. Apare astfel, efectul de pârgie prin faptul că diferența dintre rata rentabilității economice și rata dobânzii la capitalul împrumutat suplimentează remunerarea capitalurilor proprii.

Această rată se mai formează și din rata rentabilității comerciale și din numărul de rotații pe care-1 face activul în cursul exercițiului, aceste două componente contribuind diferit la formarea ei, astfel:

- în ramurile cu rotație mare a activului acesta este factorul hotărâtor în formarea rentabilității economice;
- în ramurile în care activul înregistrează valori mari și numărul de rotații este mic, rolul hotărâtor în formarea ratei rentabilității revine ratei rentabilității comerciale.

b) **Rata rentabilității capitalului propriu**, numită, în contabilitatea americană, „return on investment sau „return on equity, este stabilită după relația de calcul:

$$R = \frac{Pnet}{Capitalpropriu}$$

Acest indicator are o tentă financiară pură și că el este cel care dă de fapt expresie rentabilității capitalului. Este extrem de folosit în practica firmelor din țările cu economie de piață consacrată și recunoscut ca un indicator al eficacității cu care administratorii întreprinderii utilizează mijloacele puse la dispoziția lor.

Indicatorul este un important mijloc de analiză și control al gestiunii întrucât se considera că rentabilitatea întreprinderii este într-o bună măsură efectul productivității capitalului.

Rata rentabilității financiare indică și remunerarea potențială a acționarilor. Din punct de vedere al acționarilor această rată poate fi comparată cu alte rate de remunerare din economie cum ar fi: rentabilitatea de pe piața de capital (care este riscantă) sau rata dobânzii (risc mai mic).⁹

Faptul că productivitatea capitalului devine unul din factorii esențiali ai rentabilității întreprinderii este relevat de corelația:

$$\frac{P_{net}}{Capitalpropriu} = \frac{P_{net}}{CA} * \frac{CA}{Activetotale} * \frac{Pasivetotale}{Capitalpropriu}$$

*Rata rentabilității = Marja profitului * Productivitatea * Efectul pârghiei*

Rentabilitatea capitalului propriu este considerat indicatorul cel mai sintetic întrucât permite măsurarea capacității și implicit a capitalului propriu, de a aduce profit net (beneficii). În același timp este indicatorul cel mai demn de luat în seamă de către investitori atunci când se apreciază potențialul financiar al unei întreprinderi și implicit valoarea ei de piață.

De asemenea, în literatura de specialitate franceză³⁰ întâlnim aprecieri asupra performanțelor întreprinderilor punând în discuție:

- ratele de marjă ce iau în considerare fluxul global al activității și,
- ratele de rentabilitate și randament.

Este ușor de restabilit o legătură între aceste două tipuri de indicatori grație combinațiilor dintre rate.

Ratele de marjă permit aprecierea, într-un mod mai mult sau mai puțin extensiv a „eficacității de care întreprinderea dă dovadă în conduita activității sale comerciale; după o expresie des utilizată, ele semnifică „profitabilitatea sa”³¹.

Marja este o diferență dintre un flux de rezultate și o categorie de cheltuială sau cheltuieli. Cele mai cunoscute marje sunt soldurile intermediare de gestiune calculate cu ajutorul TSIG. Metoda ratelor este tipică analizei financiare.

Ratele marjelor se construiesc prin raportarea unui rezultat (sold intermediar de gestiune) la un altul situat pe un nivel inferior. Acesta din urmă încorporează o cheltuială (sau cheltuieli) suplimentară în raport cu rezultatul utilizat la numărătorul raportului.

$$R_m = \frac{\text{rezultat(sold)denivel superior}}{\text{rezultat(sold)denivel inferior}} * 100$$

Plecând de la modul de calcul se precizează ca favorabile întreprinderii acele rate care sunt în dinamică crescătoare. Aceasta înseamnă că ponderea rezultatului de la numărător în rezultatul de la numitor crește, ceea ce este echivalent cu scăderea ponderii categoriei de cheltuială în rezultatul de nivel inferior (care scade din acesta pentru a obține rezultatul de nivel superior).

În concluzie creșterea ratei semnifică creșterea eficienței economice.

Principalele rate ale marjelor și semnificațiile economice ale lor sunt:

$$M_1 = \frac{\text{Marjacomercială}}{CA}$$

Măsoară dimensiunea (ponderea) marjei comerciale în cifra de afaceri. Este un indicator specific întreprinderilor care vând marfa în aceeași stare care au cumpărat-o (întreprinderile comerciale). Marja comercială este un indicator sinonim adaosului comercial utilizat de firmele românești (dar recalculat prin procedeul sutei mărite), acesta pentru că adaosul în terminologia românească se adaugă la costul de cumpărare al mărfurilor față de care este calculat. Marja

³⁰ Claudia Burtescu „Rezultatul exercițiului”, Ed. Independența Economică, București, 2002, pag. 174

³¹ M. Niculescu, „Diagnostic global strategic”, Ed. Economică, București, 1998, pag.291

comercială se calculează scăzând din valoarea cifrei de afaceri costul de cumpărare al mărfurilor. În consecință creșterea acestei rate o înregistrăm numai atunci când costul de cumpărare se va reduce, aspect ce se poate obține prin alegerea mai bună a furnizorilor, obținerea de discounturi, aprovizionări directe de la furnizori, evitându-se verigile intermediare etc.

$$M_2 = \frac{VA}{CA}$$

Este un indicator utilizat de întreprinderi indiferent de sectorul în care acționează, dar cu valori diferite funcție de acesta. Astfel rata va avea valori mai mari în întreprinderile din industrie, prestările de servicii, etc. și valori reduse în sectoarele în care intrările de la terți au valori mari (comerț).

Indicatorul măsoară contribuția întreprinderii la sporirea valorii produsului ce va fi vândut, adică ponderea valorii nou create de întreprindere (care se adăugă la consumurile de la terți).

Valoarea adăugată se calculează scăzând din producția exercițiului (sau cifra de afaceri) consumurile de la terți (adică valoarea creată de alte întreprinderi). În consecință se apreciază pozitiv valori ale ratei crescătoare în timp sau superioare mediei ramurii în care firma acționează, aceasta semnificând o creștere a eficienței economice, a randamentului cu care firma folosește materiile prime, materialele energia, combustibilul etc. Având în vedere că valoarea adăugată exprimă remunerarea de către întreprindere a unor factori de producție (munca, capitalul) și a statului, rezultă că dinamica crescătoare ale ratei mai pot semnifica și creșterea capacității întreprinderii de a spori remunerarea muncii, capitalului și statului. Unii autori consideră că indicatorul ar mai exprima performanțele economice ale firmei pe plan industrial și comercial.

$$M_3 = \frac{EBE}{CA}$$

Dacă valoarea adăugată reprezintă remunerarea salariaților, capitalului și statului și cum excedentul brut din exploatare se obține scăzând din valoarea adăugată cheltuielile de personal impozitele și taxele, rezultă că semnificația excedentului brut al exploatării este de contribuție a capitalului la sporirea valorii întreprinderii.

Rata excedentului brut al exploatării va exprima valoarea relativă a contribuției capitalului la sporirea valorii întreprinderii (relativă la cifra de afaceri). Rata excedentului brut din exploatare este optimă atunci când va crește de la un exercițiu la altul, acesta semnificând creșterea remunerării capitalurilor investite în întreprindere, și nu în ultimul rând capacitatea întreprinderii de a asigura dezvoltarea capitalului tehnic al firmei. Concret, această rată va crește când întreprinderea asigură o dinamică mai accelerată pentru cifra de afaceri și valoarea adăugată în raport cu dinamica cheltuielilor de personal (impozitele și taxele sunt un factor exogen întreprinderii, aceasta neputându-le controla). Această situație pe fondul creșterii productivității muncii și a creșterii gradului de utilizare a materiilor prime, materialelor, energiei, combustibilului etc.

Rata excedentului brut al exploatării mai exprimă contribuția activității de exploatare (fără a deduce influența politicii de amortizare) la obținerea rezultatului. De fapt după unii economiști ar fi prima rată de rentabilitate cu semnificații în acest sens.

$$M_4 = \frac{EBE}{VA}$$

Exprimă nivelul remunerării capitalului investit în firmă față de sursa (valoarea) ce stă la baza acestei remunerări. Excedentul brut al exploatării este parte componentă a valorii adăugate alături de cheltuielile de personal și impozite și taxe. Semnificația sa este: cât din valoarea adăugată creată de întreprindere rămâne la dispoziția ei după plata salariilor și impozitelor (cu excepția impozitului pe profit). Este evident că trebuie apreciată situația în care rata de la un an la altul crește, aceasta implicând automat o creștere a capacității de dezvoltare a firmei în viitor.

Între ratele M_2 , M_3 și M_4 există o relație directă. $M_3 = M_2 \times M_4$; adică:

$$\frac{EBE}{CA} = \frac{VA}{CA} * \frac{EBE}{VA}$$

Aceasta înseamnă că partea din cifra de afaceri care rămâne la dispoziția întreprinderii (EBE) este în funcție (și variază în proporție directă) cu creșterea capacității firmei de a crea valoare nouă și respectiv de modul cum aceasta din urmă este repartizată către stat (sub forma impozitelor și taxelor) și respectiv către personalul angajat sub forma salariilor.

$$M_5 = \frac{\text{Capacitatea de autofinanțare}}{CA}$$

Indică ponderea profitului și amortizării în cifra de afaceri sau altfel spus capacitatea întreprinderii de a degaja noi surse de finanțare. Totodată rata ne indică cât din cifra de afaceri poate aloca firma (potențial) pentru a-și asigura dezvoltarea sau pentru menținerea ei (profitul ar asigura dezvoltarea iar amortizarea ar menține-o). Teoretic ne dă valoarea maximă a investițiilor pe care firma le poate susține (finanța) din surse proprii. Maximizarea valorii ratei (creșterea ratei în dinamică) indică sporirea potențialului ei de dezvoltare. De fapt analiza trebuie să cerceteze și modul în care firma își menține standingul dezvoltării prin amortizare și cu cât poate contribui la viitoarea dezvoltare prin profitul exercițiului. Pentru aceasta se recurge la

$$M_6 = \frac{\text{Rezultatul exercițiului}}{CA}$$

Această rată indică capacitatea firmei de a degaja noi surse pentru a finanța dezvoltarea viitoare. Creșterea ratei semnifică, în mod evident, și creșterea capacității firmei de a finanța din profit noi investiții de exploatare, strategice sau de echilibru. De remarcat că indicatorul ia în considerare rezultatele politicii de exploatare, a celei de finanțare, a operațiilor cu caracter excepțional, dar nu și ale politicii fiscale (impozitul pe profit) sau ale celei de dividende promovate de firmă, care pot aduce modificări importante în ceea ce privește dimensiunea profitului alocat pentru dezvoltarea viitoare a firmei.

Ratele de randament raportează un indicator de rezultat la o evaluare a „capitalului economic pus în aplicare de întreprindere și presupus a reprezenta în mod mai mult sau mai puțin extensiv „instrumentul său de lucru, astfel:

$$M_7 = \frac{EBE}{\text{Capital de exploatare}}$$

EBE exprimă capacitatea întreprinderii de a remunera capitalul investit în firmă și alocat activității de exploatare. În consecință este logic ca întreprinderea să analizeze și relativ această remunerare, raportând-o la capitalul de exploatare.

Capitalul de exploatare înseamnă nu numai imobilizările alocate exploatării dar și fondul de rulment (fondul de rulment măsoară dimensiunea capitalului permanent alocat pentru finanțarea exploatării).

De fapt aceasta indică cât din capitalul de exploatare se amortizează în cursul exercițiului, adică se recuperează, din excedentul brut al exploatării.

Este evident că atunci când rata va fi mai mare cu atât mai repede va fi amortizat capitalul de exploatare. Indicatorul poate fi utilizat nu numai de întreprindere dar și de acționari pentru a vedea capacitatea firmei de a degaja venituri, care să asigure dezvoltarea firmei în viitor.

$$M_8 = \frac{\text{Rezultatul exploatarii}}{\text{Activ total}}$$

$$M_9 = \frac{\text{Rezultatul exercițiului}}{\text{Activ total}}$$

Rate M_8 și M_9 sunt două forme ale rentabilității economice. Ele măsoară profitabilitatea activului adică rezultatele degajate din diversele utilizări spre care întreprinderea își îndreaptă capitalurile. Diferența dintre ele apare în ceea ce privește numărătorul utilizat, adică rezultatul.

Pentru că primul raport lucrează cu rezultatul exploatării el va exprima gradul de remunerare al activului de către activitatea de exploatare - dominantă ca dimensiune în întreprindere.

Rata M_8 este impropriu calculată (sau altfel spus are rezultate puțin semnificative). Aceasta pentru că nu toate activele sunt folosite în exploatare (de exemplu o parte a activului se află sub formă de titluri de valoare și disponibilități adică investiții de echilibru, afectate activității financiare a firmei) și ca atare este eronat să comparăm rezultatul exploatarei cu activele afectate operațiilor financiare (ca parte a activului total) care determină propriile lor venituri și cheltuieli și în final un rezultat, fără să-l luăm și pe acesta în considerare. Drept pentru care considerăm mai exactă rata

$$M_{8*} = \frac{\text{Rezultatul exploatarei}}{\text{Activ din exploatare}}$$

Prin prisma corectitudinii calculului rata M_9 pare mai judicios calculată ea comparând rezultatul exercițiului - provenind din activități de exploatare, financiare, extraordinare cu toate activele firmei - indiferent de categoria de activitate către care au fost alocate. Indicatorul M_9 este interesant pentru că dă posibilitatea firmei să analizeze în ce sens se abate rentabilitatea operațiunilor de exploatare, financiare în raport cu această rată M_9 , considerată medie, și astfel să acționeze asupra acelei categorii de operațiuni pentru a diminua cheltuielile presupuse, astfel încât rentabilitatea să se apropie de medie sau să o egaleze.

M_9 poate fi utilizat în comparații între întreprinderi sau pentru comparații cu media pe ramură sau subramură, deși rezultatele pot fi alterate de faptul că firmele în vederea consolidării profitului și maximizării profitului își dezvoltă activități în două sau chiar mai multe ramuri ale economiei, ramuri care presupun în mod inerent rate de rentabilitate economică (gen M_8 și M_9) foarte diferite ca dimensiune.

M_8 și M_9 semnifică întotdeauna eficiența utilizării activului obiectivul întreprinderii în privința lor fiind creșterea lor de la an la an.

Ratele de rentabilitate se înscriu într-o perspectivă mai pronunțat financiară pentru că raportează indicatori de rezultate la indicatori cu privire la valoarea resurselor puse în lucru. În această optică, informația cea mai sintetică este furnizată de:

$$M_{10} = \frac{\text{Rezultatul exercițiului}}{\text{Capitaluri proprii}}$$

care apare ca expresie a rentabilității financiare, ca expresie a ratei profitului. Rata M_{10} corespunde în mod egal noțiunii „return on investment sau celei de „return on equity utilizate în literatura de specialitate engleză.

Pentru o bună comparare a indicatorilor de performanță a diferitelor societăți în cadrul aceleiași perioade, precum și a indicatorilor unei societăți de la o perioadă la alta se utilizează rezultatul pe acțiune.

Rezultatul pe acțiune - de bază se calculează conform prevederilor IAS 33 „Rezultatul pe acțiune raportând profitul sau pierderea netă aferentă exercițiului, corespunzătoare acționarilor comuni, la media ponderată a acțiunilor comune în circulație în exercițiul respectiv³².

Pentru **calculul rezultatului pe acțiune - diluat**, profitul net corespunzător acționarilor comuni și media ponderată a acțiunilor în circulație se ajustează Cu influențele tuturor acțiunilor comune potențiale diluante.

Evoluția acestui indicator este atent urmărită de investitorii prezenți și potențiali.

Calculând rezultatul pe acțiune s-a găsit o modalitate de uniformizare a profiturilor în scopul obținerii unei baze comune de comparație.

³² M. Ristea, „Contabilitatea rezultatului întreprinderii”, Ed. Tribuna Economică, București, 1997, pag. 298

3. Previzional în contul de rezultate. Așezarea contului de rezultate în sfera controlului de gestiune

Într-o economie dinamică, contabilității financiare nu i se mai cer doar informații care să caracterizeze și să descrie trecutul unei întreprinderi. Nu de puține ori se spune că prezentul își are izvorul în trecut, iar viitorul în prezent.

În doctrina contabilă, precum și în practica de contabilitate a mai multor țări, a fost concepută alternativa conturilor previzionale. Ele au menirea de a furniza, trimestrial, informația previzională privind activul și pasivul, cheltuielile și veniturile. În plan funcțional, o asemenea informație se delimitează ca un instrument de prevenire a dificultăților cu care se poate confrunta o întreprindere și de dirijare a eforturilor. „Orice management contabil care își propune gestiunea performantă trebuie să accepte documentele financiare previzionale.”³³

Din punct de vedere metodologic conturile previzionale se bazează pe analiza trecutului contabilității financiare și se articulează la sistemul de bugetare al întreprinderii. Aceste conturi preiau informația privind trecutul din contabilitatea financiară pe care o corelează și fundamentează în raport cu informația previzională regăsită în rețeaua de bugete.

Rețeaua de bugete poate cuprinde trei tipuri de bugete:

- planul financiar de orientare generală pe termen lung (3-5 ani);
- bugetele anuale, specifice diferitelor activități economice ale întreprinderii: aprovizionare, producție, desfacere, publicitate, investiții, administrație;
- bugetul de trezorerie, bilanțul și contul de rezultate previzional.

Legătura sistemică dintre aceste tipuri de bugete rezidă în elaborarea lor succesivă, pornind de la politica financiară adoptată de întreprindere, pe o perioadă mai mare de timp (de 5 ani), în vederea atingerii unor obiective strategice, apoi transpunerea anuală a acestora în bugete specifice pe activități și, în final, a patrimoniului și a rezultatelor întreprinderii.

Bugetele de orientare generală definesc vocația și imaginea viitoare a întreprinderii, prin descrierea produselor oferite, a proiectelor de fuziune, de achiziție, de dezvoltare, de fabricație de noi produse sau de cucerire de noi piețe. Bugetele specifice prezintă estimările intrărilor și ieșirilor de fonduri, legate de activitatea întreprinderii pe perioada bugetară, de publicitate, de control etc. Acestea sunt, de fapt, bugete de execuție a politicii generale a întreprinderii. Pentru estimarea situației patrimoniale și monetare, care rezultă din aplicarea bugetelor specifice, se elaborează bilanțul previzional, contul de rezultate previzional și bugetul trezoreriei.

Diversitatea metodelor și tehnicilor folosite pentru previzionarea activelor și pasivelor, cheltuielilor și veniturilor este foarte larg. De asemenea, metodologia de constituire a conturilor previzionale este variată. Ea se bazează pe diverse opțiuni ale abordării și calcule care completează informațiile financiare viabile, furnizate de contabilitatea financiară. Dacă luăm spre exemplu Franța, reglementările referitoare la prevenirea dificultăților întreprinderilor obligă întreprinderile de o anumită mărime (în funcție de cifra de afaceri și de numărul de salariați) să întocmească documente previzionale. Ele trebuie să furnizeze:

- în fiecare semestru, situația activului realizabil și a celui disponibil și a pasivului exigibil în următoarele trei luni după sfârșitul semestrului;
- în fiecare an, trei luni după începerea exercițiului, un plan de finanțare previzional și un cont de rezultat previzional (revizuit în primele trei luni ale celui de al doilea semestru).

Acestea permit, în parte, acoperirea insuficiențelor contabilității generale în materie de cunoaștere a perspectivelor întreprinderii. Ele pun totodată problema examinării viabilității datelor de bază utilizate, a pertinentei alegerii mărimilor caracteristice, a coerenței ansamblului de ipoteze reținute și a capacității de comparare cu realizările efective.

³³ M. Ristea, „Contabilitatea rezultatului întreprinderii”, Ed. Tribuna Economică, București, 1997, pag. 294

Principalele etape considerate necesare pentru elaborarea conturilor anuale previzionale sunt următoarele³⁴:

Precizarea obiectivului fundamental strategic al întreprinderii.

Teoretic, acest lucru presupune asigurarea viabilității întreprinderii în condiții de competiție internă și internațională, cu respectarea restricțiilor impuse de dezvoltarea durabilă. Practica arată, mai ales în condițiile economice din România, că este riscantă stabilirea drept obiectiv realizarea unui echilibru care asigură o subzistență. Afacerile mai mici sunt foarte ușor afectate de schimbarea unor anumite condiții ale pieței care, în prezent, nu mai pot fi considerate ca fixe. Printre principalele cauze care determină o asemenea situație ar fi de menționat:

- lipsa surselor de finanțare, nivelul dobânzilor, scăderea cererii solvabile a populației,
- reducerea investițiilor în domeniul public și altele.

Practic, întreprinderile pot să-și stabilească un anumit obiectiv. Măsura în care acesta se poate realiza depinde însă în mare parte de politica guvernamentală și de sistemul legislativ economic.

- **Elaborarea studiului de piață.** Acesta trebuie să ofere producătorului și comerciantului informații asupra evoluției probabile a cererii și a factorilor posibili de a acționa în viitor.

- **Previziunile vânzărilor și a costurilor aferente** (bugetul vânzărilor). Literatura de specialitate și practica oferă mai multe metode și tehnici de previziune a vânzărilor și costurilor. Indiferent de metoda folosită trebuie să se țină seama de unele elemente cum sunt: cererea solvabilă din sectorul în care acționează întreprinderea; capacitatea de producție proprie, posibilități de asigurare cu resurse; cota proprie de piață; politica concurenței; apariția produselor de substituție; politica guvernamentală în domeniul fiscalității.

- **Previziunea producției** (bugetul producției) vizează stabilirea cantităților ce urmează a fi fabricate în funcție de cerere, stocuri și capacitatea de producție.

- Elaborarea **programului de investiții**, pe termen scurt și lung, necesarul de finanțare și sursele de acoperire.

- **Previzionarea trezoreriei** (bugetul trezoreriei) vizează estimarea încasărilor și plăților, pornind de la planificarea cheltuielilor și veniturilor, aferente activității de exploatare, investiții și financiare.

În urma parcurgerii acestor etape se poate proceda la previzionarea fondului de rulment și, în final, la elaborarea contului de profit și pierdere previzional și a bilanțului previzional.

Bugetul unei întreprinderi poate fi realizat sub două forme: fie sub forma bugetului general al activității, așa cum este prevăzut de normele metodologice de elaborare a bugetului de venituri și cheltuieli, fie sub forma unui bilanț și a unui cont de rezultate previzional.

Datele cu privire la venituri cuprind veniturile din exploatare (vânzarea produselor finite, semifabricatelor, produselor reziduale, precum și din lucrări și servicii prestate, studii și cercetări, redevențe, locații de gestiune și chirii, activități diverse; producția de imobilizări corporale și necorporeale, precum și sumele prevăzute a se primi drept subvenții pentru produse și activități, diferențe de preț, transferuri și prime acordate producătorilor agricoli, după caz), veniturile financiare (din participații, alte imobilizări financiare, creanțe imobilizate, titluri de plasament, diferențe de curs valutar, dobânzi și alte venituri financiare), precum și veniturile excepționale din operațiuni de gestiune (bunuri rezultate din dezmembrarea imobilizărilor corporale) și din operațiuni de capital (cota-parte a subvențiilor pentru investiții virate asupra rezultatelor financiare, venituri din vânzarea activelor imobilizate).

Cheltuielile, la rândul lor, cuprind cheltuielile aferente activităților care determină veniturile, cu precizarea că cheltuielile de exploatare sunt prevăzute într-o structură specifică (cheltuieli materiale, de personal, amortizări și provizioane, precum și cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate).

³⁴ Anca Tutu, Bilanțul contabil în gestiunea firmei, Ed. Tribuna Economică, București, 1999, p. 131-134

La o analiză mai atentă a bugetului activității generale se observă că acesta urmează într-o formă sintetică modelul contului de rezultate, cu atât mai mult cu cât, așa cum precizează normele metodologice de elaborare, impozitul pe profitul previzionat se determină în funcție de cheltuielile deductibile fiscal.

În varianta elaborării unui bilanț previzional se pornește de la bilanțul întocmit la finele anului, avându-se în vedere destinațiile beneficiului, precum și creanțele și datoriile unității în scopul reglementării lor financiare. Pe baza acestor date și a celor preluate din bugetul de vânzări, producție, aprovizionări, TVA, investiții, trezorerie și cheltuieli generale se realizează o contabilitate previzională prin intermediul căreia se stabilește un nou cont de rezultate prin detalierea veniturilor și cheltuielilor previzionate pentru anul următor, iar în raport cu destinația beneficiului se determină un nou bilanț.

Indiferent de modalitatea de elaborare, bugetul activității generale constituie un ghid al activității viitoare și în același timp o garanție socială -în fața celor interesați cu privire la viața și prosperitatea firmei (acționari sau asociați, bancă finanțatoare, furnizori, creditori, stat).

Bugetul activității generale este însoțit de situația Principalii indicatori economico-financiar care cuprinde un număr de 15 indicatori și care constituie, alături de formularele anexe bugetului, un mijloc de control și analiză a activității desfășurate.

Previzionarea contului de rezultate, în calitatea sa de instrument al conducerii activității economico-financiare, are următoarele elemente specifice:

- integrarea activităților de previziune, evidență și control al cheltuielilor, veniturilor și rezultatelor financiare;
- descentralizarea procesului de conducere prin sectorizarea activității întreprinderii pe centre de responsabilitate;
- investirea fiecărui centru de autoritate și responsabilitate în gestiunea resurselor pentru realizarea obiectivelor previzionate;
- abordarea activității fiecărui centru prin prisma relației dintre venituri și cheltuieli, iar pe această bază antrenarea lui în creșterea rentabilității întreprinderii și economisirea resurselor.

În calitatea sa de instrument al conducerii activității economico-financiare contul de rezultate îndeplinește funcția de previziune, de control și de asigurare a echilibrului financiar.

Funcția de previziune are la bază faptul că prin estimarea financiară a nivelurilor de resurse, fonduri și cheltuieli pentru toate activitățile economico-sociale ce se desfășoară în întreprindere, el dimensionează veniturile, cheltuielile și rezultatele financiare privind activitatea de exploatare a întreprinderii, resursele și cheltuielile pentru investiții, resursele și cheltuielile pentru activele circulante, celelalte resurse și cheltuieli ale întreprinderii.

Funcția de control se manifestă în momentul când se angajează și se efectuează cheltuielile, se obțin veniturile ca rezultate ale propriei activități și se constituie fondurile necesare.

Contul de rezultate previzional dă expresie organizatorică funcției de control al finanțelor și se armonizează cu controlul financiar preventiv și ulterior privind angajarea și cheltuirea fondurilor întreprinderii. Funcția de control al contului de rezultate se exercită și prin urmărirea și analiza modului de execuție a acestuia prin care se asigură: cunoașterea modului de realizare a obiectivelor prevăzute; determinarea abaterilor; stabilirea cauzelor care au determinat aceste abateri.

În funcția sa de **asigurare a echilibrului financiar** contul de rezultate este folosit în dirijarea și stăpânirea relațiilor bilanțiere dintre venituri și cheltuieli.

Funcțiile contului de rezultate în sistemul de conducere a întreprinderii capătă un caracter operant și se transformă efectiv în acțiuni numai în măsura în care el este folosit ca instrument permanent de lucru pentru realizarea gestiunii economice.

Se consideră că în etapa actuală contul de rezultate previzional nu folosește încă toate valențele sale de pârghie a gestiunii economico-financiare. În cele mai multe cazuri contul de rezultate previzional se elaborează și se urmărește numai la nivelul întreprinderii luate în ansamblu, fără a coborî la nivelul secțiilor, sectoarelor sau compartimentelor.

Din acest punct de vedere se poate aprecia că încă nu s-au conturat căile și soluțiile prin care bugetul întreprinderii privit ca un cont de rezultat sau ca un bilanț previzional să dea posibilitatea organelor de decizie de a cunoaște care sunt locurile de activitate care funcționează în mod eficient și care sunt cele deficitare care diminuează realizările întreprinderii.

Controlul activ și previzional efectuat pe baza contului de rezultate necesită nu numai prevederi generale prin care se urmărește asigurarea eficienței globale, ci mai ales o coborâre a analizei la nivelul fiecărui centru de responsabilitate pentru a cunoaște cine este responsabil de eventualele rezultate negative.

Bibliografie:

1. Ana Gh., „*Profitul*”, Ed. Economică, București, 1998
2. Brezeanu P., „*Diagnostic financiar: Instrumente de analiza financiară*”, Editura Economică, București, 2003,
3. Burtescu Claudia, „*Rezultatul exercițiului*”, Ed. Independența Economică, București, 2002
4. Mărgulescu D., „*Analiza economico-financiară a întreprinderii*”, Ed. Tribuna Economică, București, 1994
5. Niculescu M., „*Diagnostic global strategic*”, Ed. Economică, București, 1998
6. Ristea M., „*Contabilitatea rezultatului întreprinderii*”, Ed. Tribuna Economică, București, 1997
7. Ristea M., „*Metode și politici contabile de întreprinderii*”, Ed. Tribuna Economică, București, 2000
8. Spătaru L., „*Analiză economico-financiară*”, Editura Economică, București, 2004
9. Stancu I., „*Gestiunea financiară a agenților economice*”, Editura Economică, București, 1997
10. Stoian A., „*Contabilitate și gestiune fiscală*”, Ed. Mărgăritar, București, 2001
11. Tutu A., „*Bilanțul contabil în gestiunea firmei*”, Ed. Tribuna Economică, București, 1999
12. Vâlceanu Gh., V. Robu, N. Georgescu, „*Analiză economico-financiară*”, Editura Economică, București, 2004

PROIECT DE FUZIUNE PRIN ABSORBȚIE ȘI CONTABILIZAREA OPERAȚIILOR DE FUZIUNE A SOCIETĂȚILOR COMERCIALE AXA CONSTRUCT MIL S.A. ȘI AXA EURO STEEL S.A

**Autor: Andra Monica MINCU,
anul II, Master Management Contabil și Informatică de Gestiune**

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Claudia BURTESCU

Introducere.

Fuziunea, tot mai des întâlnită astăzi într-o economie de piață globală, este rezultatul unor obiective propuse de managementul întreprinderii:

- eliminarea concurenței și consolidarea poziției pe piață;
- integrarea pe verticală a întreprinderii (absorbirea unui principal furnizor);
- supravețuirea unei întreprinderi aflate în dificultate;
- rentabilizarea unui grup de societăți.

Fuziunea este operațiunea prin care două sau mai multe societăți care au hotărât fiecare în parte, se reunesc pentru a forma o singură societate. Societatea nou formată poate lua naștere prin două modalități : absorbție și contopire.

Fuziunea prin absorbție se realizează atunci când o societate, numită societate absorbantă, absoarbe una sau mai multe societăți, numite societăți absorbite. În cazul fuziunii prin absorbție, societatea comercială care absoarbe dobândește toate drepturile și obligațiile societății comerciale pe care o absoarbe.

Fuziunea prin contopire se realizează atunci când două sau mai multe societăți hotărăsc înființarea unei societăți noi prin transmiterea elementelor de activ și pasiv societății nou înființate. În cazul fuziunii prin contopire drepturile și obligațiile societăților comerciale care își încetează existența trec asupra societății nou înființate.

Operația de fuziune a societăților comerciale are ca efect dizolvarea, fără lichidarea societăților care își încetează existența, și transmiterea tuturor elementelor de activ și pasiv către societatea beneficiară.

Fuziunea este operațiunea prin care două societăți se unesc pentru a forma una singură. Aceasta permite consolidarea și creșterea capacității concurențiale a întreprinderilor, fiind și un mijloc de reorganizare a unui grup.

Fuziunea reprezintă ansamblul de operațiuni prin care două sau mai multe societăți comerciale hotărăsc separat :

- transmiterea elementelor de active, datorii și capitaluri proprii la una dintre societăți;
- constituirea unei noi societăți comerciale în scopul comasării activităților.

Analizând procesul de fuziune se poate observa care sunt motivațiile pentru care se face fuziunea, ce avantaje și caracteristici implică acest fenomen și de asemenea care sunt tipurile de fuziuni care pot să apară în derularea procesului.

În condițiile în care economia de piață a României este destul de „tânără”, operațiunile de fuziune nu au fost des întâlnite, cauză pentru care experiența companiilor este destul de mică. După experiența altor țări, o fuziune se desfășoară după un scenariu destul de lung.

Înainte de fuziune propriu-zisă se distinge o etapă pregătitoare care comportă două faze :

1. faza de cunoaștere, studiere și negociere;
2. faza reglementată în care părțile întocmesc și semnează proiectul de fuziune.

Prima fază, cea de cunoaștere, studiere și negociere are un caracter secret, mai ales la societățile cotate, pentru a nu produce perturbații pe bursă. Această fază comportă pregătiri în cadrul fiecărei societăți și negocieri intense cu societățile interesate.

1. Datele de identificare ale celor două societăți comerciale

Premisele fuziunii

Având în vedere:

- Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A., din data de 27.04. 2010;
- Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor S.C. AXA EURO STEEL S.A. , din data de 20.04.2009;

Acționarii fiecăreia dintre societățile implicate în fuziune au hotărât și aprobat, de principiu, fuziunea prin absorbție a S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A în calitate de societate absorbită, de către S.C. AXA EURO STEEL S.A., în calitate de societate absorbantă și au mandatat administratorii lor cu întocmirea prezentului proiect de fuziune în conformitate cu art. 241 din Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale, cu modificările și completările ulterioare.

După avizarea de către judecătorul delegat de la Oficiul Registrului Comerțului și publicarea în Monitorul Oficial Partea a – IV - a, proiectul de fuziune va fi prezentat Adunărilor Generale Extraordinare ale Acționarilor societăților implicate în fuziune spre aprobare.

Procedura de fuziune va duce la dizolvarea, fără inițierea procedurilor de lichidare a societății absorbite prin transferul universal al patrimoniului societății absorbite către societatea absorbantă.

Date de identificare

a) Societatea absorbantă:

Denumire: S.C. AXA CONSTRUCT MIL S. A.

Sediul Social: Pitești, DN 23, Jud. Argeș;

Numar de inmatriculare în Registrul Comerțului: J03/446/1994;

Cod de înregistrare fiscală: 5486166;

Atribut fiscal : RO

Forma de organizare: societate pe acțiuni

Obiect de activitate: execută construcții, case, apartamente, hale industriale, birouri, magazine, construcții metalice

Durata de funcționare: nelimitată

Capital social: 92.000 lei împărțit în 23.000 acțiuni nominative cu o valoare nominală de 4 lei

b) Societatea absorbită:

Denumire: S.C. AXA EURO STEEL S.A.

Sediul Social: Ștefănești, str. Abatorului, nr. 211A, jud. Argeș;

Număr de înmatriculare în Registrul Comerțului: J03/795/2006 ;

Cod de înregistrare fiscală: 18663812 ;

Atribut fiscal : RO

Forma de organizare: societate cu răspundere limitată

Obiect de activitate: construcții metalice

Durata de funcționare: nelimitată

Capital social: 96.000 lei lei împărțit în 24.000 acțiuni nominative cu o valoare nominală de 4 lei

2. Fundamentarea și condițiile fuziunii

2.1. Temei legal

Prezentul Proiect de Fuziune a fost întocmit în conformitate cu prevederile art. 241 și următoarele din Legea nr. 31/1990, în baza Hotărârii Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor S.C. Axa Construct Mil S.A. nr. 3 din data de 27 aprilie 2010 și a Hotărârii Adunării Generale a Extraordinare a Acționarilor S.C. Axa Euro Steel S.A. nr. 2 din data de 20 aprilie 2010.

2.2. Modalitatea de realizare a fuziunii. Efectele Fuziunii

Fuziunea se va realiza prin absorbția societății Axa Construct Mil de către societatea Axa Euro Steel.

Efectele fuziunii se vor produce, în temeiul art. 240 și 249 lit. b din Legea 31/1990 (r2), la data înregistrării în Registrul Comerțului a mențiunii privind majorarea capitalului social al societății absorbante.

Fuziunea se face cu transmiterea integrală a patrimoniului societății absorbite către societatea absorbantă, cu toate drepturile și obligațiile pe care le are în starea în care se află la data fuziunii. Societatea absorbantă va dobândi drepturile și va fi ținută de obligațiile societății absorbite în cadrul procesului de fuziune.

În cadrul procesului de fuziune, societatea absorbită își va înceta existența pierzându-și personalitatea juridică și se va dizolva fără lichidare, urmând a fi radiată din Registrul Comerțului.

În schimbul acțiunilor deținute la societatea absorbită, acționarii acesteia vor dobândi acțiuni la societatea absorbantă.

După realizarea fuziunii, societatea absorbantă are obligația de a solicita operarea în cărțile funciare a modificărilor intervenite în ceea ce privește titularul drepturilor de proprietate și a tuturor celorlalte drepturi care fac obiectul înscrierii în Cartea Funciară asupra imobilelor societății absorbite, respectiv înlocuirea denumirii societății absorbite cu denumirea societății absorbante.

După realizarea fuziunii societatea Axa Construct Mil va fi guvernată în continuare de legile din România.

2.3. Fundamentarea economică și condițiile fuziunii

Având în vedere că ambele societăți implicate în fuziune au ca obiect de activitate construcțiile metalice, activitatea acestora este pe deplin compatibilă.

Ambele societăți implicate în fuziune au același acționar majoritar, acționar care deține controlul asupra celor două societăți, astfel încât motivația fuziunii proiectate este aceea de a simplifica procesul decizional, de a fluidiza procesul de execuție și de a reduce costurile administrative, prin formarea unei structuri unice în care să fie angrenate toate forțele societăților implicate.

În urma fuziunii, societatea AXA CONSTRUCT MIL își va consolida poziția pe piața confecțiilor metalice din România, devenind astfel o prezență mai importantă pe piața confecțiilor metalice, putând concura cu succes la nivel național cu cele mai importante companii în domeniu.

Alături de motivația fuziunii de mai sus, la baza acesteia au stat următoarele rațiuni economice și de strategie comercială:

- se va eficientiza actul de decizie managerial, datorită experienței profesionale și manageriale care există în societățile implicate în fuziune și care va fi utilizată la un randament mai ridicat de către AXA CONSTRUCT MIL;
- va determina o mai bună politică de marketing pentru cele două societăți implicate în fuziune

- în schimbul acțiunilor deținute la societatea absorbită acționarii acesteia vor primi acțiuni la societatea absorbantă o mai bună utilizare a facilitatilor și forței de muncă existente sau o reducere a costurilor unitare de achiziție a materilor prime prin creșterea volumului;
- va crește capacitatea de desfacere și nivelul vânzărilor, ceea ce va determina implicit creșterea beneficiilor..
- va crește puterea de negociere a societății AXA CONSTRUCT MIL cu furnizorii, cu clienții și cu instituțiile financiare și de credit;
- fuziunea va contribui la o mai bună alocare a resurselor la nivelul societății absorbante;
- se vor elimina paralelismele din cadrul structurilor administrative ale societăților care fuzionează;
- unirea celor două patrimonii va duce la mărirea puterii financiare necesară contractării de credite bancare cu dobânzi mai mici, și indirect efectuarea de economii utile derulării în bune condiții a activităților.

3. Evaluarea activului și pasivului societăților implicate în fuziune

Patrimoniile fiecărei societăți implicate în fuziune sunt evidențiate în situațiile financiare de fuziune încheiate la data de 31.12.2009.

3.1. Metode

S.C. CONSTRUCT MIL S.A este societate absorbantă.

S.C. AXA EURO STEEL S.A. este societate absorbită.

Elementele de activ și de pasiv ale fiecăreia dintre societățile implicate în fuziune au fost evaluate la valorile înscrise în bilanțurile de fuziune, respectiv la data de 31.12.2009.

Bilanțul contabil de fuziune al S.C. CONSTRUCT MIL S.A., precum și cel al S.C. AXA EURO STEEL S.A. au fost întocmite potrivit Reglementărilor contabile armonizate cu Directiva a IV-a a Comunităților Economice Europene și cu Standardele Internaționale de Contabilitate, aprobate prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1376/2004. Atât bilanțul de fuziune al S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A., cât și bilanțul de fuziune al S.C. AXA EURO STEEL S.A. au fost auditate în conformitate cu dispozițiile OUG nr. 75/1999.

Inventarierea și evaluarea elementelor de active și de datorii ale societății comerciale care fuzionează (S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A societate absorbantă. și S.C. AXA EURO STEEL S.A societate absorbită).

Pe baza evaluării efectuate de către evaluatori autorizați, S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A înregistrează un plus de 3.198 lei (valoarea justă este de 1.430.000 lei față de valoarea contabilă netă de 1.426.802 lei) din reevaluarea imobilizărilor corporale.

Pe baza evaluării efectuate de către evaluatori autorizați, S.C. AXA EURO STEEL S.A înregistrează un plus de 37.897 lei (valoarea justă este de 70.538 lei față de valoarea contabilă netă de 32.641 lei) din reevaluarea imobilizărilor corporale.

Rezultatele evaluării S.C. AXA EURO STEEL S.A. sunt reflectate la venituri.

3.2.Situații financiare de fuziune

Data bilanțului situațiilor financiare de fuziune este 31.12.2009 pentru ambele societăți implicate în fuziune.

Situațiile elementelor de active, datorii și capitaluri proprii, conform bilanțurilor întocmite de cele două societăți comerciale care fuzionează, în baza datelor din contabilitate, care au fost puse

de acord cu această ocazie, se prezintă astfel :situația financiară de fuziune a S.C. CONSTRUCT MIL S.A este prezentată în Anexa 7, iar situația financiară de fuziune a S.C. AXA EURO STEEL S.A. este prezentată în Anexa 8.

3.3. Patrimoniile societăților implicate în procesul de fuziune

- **S.C. CONSTRUCT MIL S.A (societate absorbantă)**

NR.CRT	ELEMENT PATRIMONIAL	VALOARE
1.	TOTAL ACTIVE	3.286.211 lei
2.	TOTAL DATORII	3160.599 lei
3.	CAPITALURI PROPRII	125.612 lei

Activ net contabil rezultat în urma evaluării = $1.436.211 + 1.835.543 + 14.457 - 3160.599 = 125.612$

Aport net = Activ net contabil

- **S.C. AXA EURO STEEL S.A. (societate absorbită)**

Valoarea globală a S.C. AXA EURO STEEL S.A. înregistrează o creștere de 193.000 lei ca urmare a evaluării față de activul net contabil.

NR.CRT	ELEMENT PATRIMONIAL	VALOARE
1.	TOTAL ACTIVE	223.243 lei
2.	TOTAL DATORII	60.020 lei
3.	CAPITALURI PROPRII	163.223 lei

Activ net contabil = $33.243 + 178.526 + 11.474 - 60.020 = 163.223$ lei

Aport net = $163.223 + 37.897 = 201.120$ lei

4. Stabilirea raportului de schimb al acțiunilor, conversia și schimbul acțiunilor

4.1. Valoarea contabilă a acțiunilor societăților implicate în fuziune

Valoarea contabilă a acțiunilor societăților implicate în fuziune a fost calculată prin raportarea activului net al fiecărei societăți, evidențiat în bilanțurile contabile de fuziune încheiate la data de 31.12.2009, la numărul de acțiuni emise de acestea.

Se va determina valoarea contabilă a acțiunilor societăților S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A și S.C. AXA EURO STEEL S.A.

Valoarea unei acțiuni la S.C. AXA CONSTRUCT MIL S A. este de:
 $125.612 \text{ lei} : 23.000 \text{ acțiuni} = 4.19 \text{ lei}$

Valoarea unei acțiuni la S.C. AXA EURO STEEL S.A. este de:
 $201.120 \text{ lei} : 24.000 \text{ acțiuni} = 8,38 \text{ lei}$

4.2. Raportul de schimb al acțiunilor

Se va stabili raportul de schimb al acțiunilor, prin raportarea valorii contabile a unei acțiuni a societății absorbite la valoarea contabilă a unei acțiuni a societății absorbante :

Valoarea unei acțiuni la S.C. AXA EURO STEEL S.A / Valoarea unei acțiuni la S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A = $8.38 \text{ lei} : 4,19 \text{ lei} = 2$

Pentru o acțiune a S.C. AXA EURO STEEL S.A se vor emite două acțiuni S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A

4.3. Conversia și schimbul de acțiuni

Se va determina numărul de acțiuni care trebuie emis de S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A, fie prin raportarea aportului net al societății comerciale absorbite la valoarea contabilă a unei acțiuni a societății comerciale absorbante, fie prin înmulțirea numărului de acțiuni ale societății absorbite cu raportul de schimb:

- valoarea aportului net al S.C. AXA EURO STEEL S.A este de 201.120 lei
- valoarea contabilă a unei acțiuni la S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A este de 4,19 lei

numarul de acțiuni = $201.120 \text{ lei} : 4.19 \text{ lei} = 48.000 \text{ acțiuni}$

sau

numarul de acțiuni = $24.000 \times 2/1 = 48.000 \text{ acțiuni}$

La data realizării fuziunii, toate acțiunile societății absorbite existente anterior realizării fuziunii se vor anula și în schimbul lor acționarii societății absorbite vor dobândi un număr total de 48.000 acțiuni.

De efectele fuziunii, precum și de acțiunile nou emise vor beneficia persoanele care au calitatea de acționar la data de înregistrare, astfel cum va fi stabilită în cadrul adunărilor generale extraordinare ale acționarilor care aprobă proiectul de fuziune.

Noile acțiuni emise de societatea absorbantă ca efect al fuziunii și distribuite acționarilor societății absorbite dau dreptul la dividende.

La data realizării fuziunii, acționarii societății absorbite pierd dreptul la dividende în această societate și dobândesc dreptul la dividende în societatea absorbantă, proporțional cu cota de participare a fiecăruia la capitalul social al societății absorbante.

5. Majorarea capitalului social și stabilirea primei de fuziune

Se va determina creșterea capitalului social la S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A., prin înmulțirea numărului de acțiuni care trebuie emise de S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A. cu valoarea nominală a unei acțiuni de la această societate comercială:
 $48.000 \text{ acțiuni} \times 4 \text{ lei} = 192.000 \text{ lei}$ capital social.

Prima de fuziune se va determina ca diferență între valoarea contabilă a acțiunilor și valoarea nominală a acestora:

$201.120 \text{ lei} - 192.000 \text{ lei} = 9.120 \text{ lei}$

Acționarii de la S.C. AXA EURO STEEL S.A vor primi, ca urmare a fuziunii 48.000 acțiuni a 4 lei (valoarea nominală a unei acțiuni).

Fuziunea dintre S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A. și S.C. AXA EURO STEEL S.A. are loc la data înscrierii în Registrul Comerțului a mențiunii privind majorarea capitalului social al societății absorbante.

Actul adițional modificator al actului constitutive al societății absorbante va fi întocmit în baza proiectului de fuziune și a hotărârilor adunărilor generale extraordinare ale acționarilor societăților implicate în fuziune privind aprobarea executării fuziunii și va fi înregistrat la Oficiul Registrului Comerțului Argeș după aprobarea acestuia de către Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor.

Toate contractele în derulare vor fi preluate de societatea absorbantă.

Drepturile și obligațiile izvirâte din contractele individuale de muncă ale salariaților societății absorbite vor fi transferate integral. După realizarea fuziunii contractele individuale de muncă vor fi renumerotate.

Personalul societății absorbite va fi redistribuit în societatea absorbantă, cu sarcini concrete, în funcție de pregătirea și experiența profesională.

Societatea absorbantă își va păstra sediul și obiectul de activitate, precum și structura administrativă.

Cheltuielile necesare fuziunii vor fi suportate de societatea absorbantă.

Proiectul de fuziune a fost întocmit în baza mandatului dat administratorilor de către acționarii societăților implicate în fuziune.

6. Contabilizarea operațiilor de fuziune a societăților S.C. Axa Construct MIL S.A. și S.C. Axa Euro Steel S.A.

6.1 .Contabilizarea operațiilor de fuziune la S.C. AXA EURO STEEL S.A.(societatea absorbită)

- Reflectarea valorii activelor transferate reprezentând total active identificate în bilanț plus creșterea de valoare înregistrată ca urmare a evaluării globale:

$$461 = 7583 \quad 261.140 \text{ lei}$$

- Scăderea din evidență a activelor transferate:

6583	= %	223.243 lei
208		602 lei
211		8.925 lei
212		8.675 lei
213		9.800 lei
214		5.241 lei
301		38.950 lei
302		6.576 lei
303		18.000 lei
371		75.845 lei
411		23.955 lei
5112		15.200 lei
471		11.474 lei

- Transferul veniturilor și cheltuielilor în contul de profit și pierdere:

121	=	6583	223.243 lei
7583	=	121	261.140 lei

- Transferul datoriilor :

% =	461	60.020 lei
401		36.274 lei
404		6.961 lei
419		16.785 lei

- Reflectarea activului net contabil ca urmare a fuziunii:

	% =	456	201.120 lei
1012			96.000 lei
105			8.000 lei
1061			4.423 lei
1068			4.700 lei
121			87.997 lei

- Primirea acțiunilor noi emise de către vechii acționari ai S.C. AXA EURO STEEL S.A:

456	=	461	211.120 lei
-----	---	-----	-------------

6.2 .Contabilizarea operațiilor de fuziune la S.C. AXA CONSTRUCT MIL S.A. (societatea absorbantă)

- Înregistrarea reevaluării instalațiilor tehnice și a mașinilor:

213	=	105	3.198 lei
-----	---	-----	-----------

- Reflectarea aportului net corespunzător majorării globale a societății absorbite:

117	=	456	211.120 lei
-----	---	-----	-------------

- Preluarea activelor transferate de la S.C. AXA EURO STEEL S.A.:

	% =	456	261.140 lei
207			37.897 lei
208			602 lei
211			8.925 lei
212			8.675 lei
213			9.800 lei
214			5.241 lei
301			38.950 lei
302			6.576 lei
303			18.000 lei
371			75.845 lei
411			23.955 lei
5112			15.200 lei
471			11.474 lei

- Preluarea activelor transferate de la S.C. AXA EURO STEEL S.A.:

456	=	%	60.020 lei
		401	36.274 lei
		404	6.961 lei
		419	16.785 lei

CONCLUZII

Fuziunea societăților comerciale este o necesitate în Uniunea Europeană. Pentru a face față concurenței și, mai ales, pentru a nu plăti mai multe impozite, firmele din România fuzionează.

Când afacerea trece într-o nouă etapă de dezvoltare, când piața evoluează sau mediul economic se schimbă, firmele pot fi nevoite să se divizeze sau să fuzioneze cu alte companii. Firmele aflate în creștere sunt reorganizate iar cele care se află în declin își închid liniile de business neprofitabile sau sunt vândute.

Indiferent de cauza care stă la baza fuziunilor, decizia este una strategică, însă implementarea acestor decizii presupune de cele mai multe ori un proces complex de management al schimbării la nivel operațional.

Cel mai des, fuziunea se face la achiziția unei companii din același domeniu de activitate.

Pe o piață volatilă procesul de fuziune este destul de activ.

Organizarea activității astfel încât să existe indicatori de performanță relevanți pe fiecare activitate în parte este unul dintre avantajele fuziunii.

Motivațiile generale ale fuziunii

Răspunsul la această întrebare este dat de comportamentul interesului propriu și de creșterea valorii companiei, principii de bază în gestiunea financiară. Fiecare companie judecă această acțiune prin prisma obiectivului de maximizare a averii acționarilor – obiectiv ce ghidează permanent deciziile managementului.

O fuziune poate fi avantajoasă din punct de vedere economic numai dacă suma părților depășește întregul. Există cel puțin o situație în care acest lucru se produce: realizarea unei exploatare eficiente și economii asupra costurilor fixe sau convențional constante. Două companii pot decide să fuzioneze în ideea de a realiza o exploatare eficientă sau de a prelua avantajul economiilor asupra costurilor fixe. Companiile combinate prin fuziune pot elimina dublarea utilităților, a operațiunilor sau a departamentelor de lucru (personalul financiar al companiei achiziționate este în mod frecvent primul eliminat). Realizarea unei mai bune exploatare rezultă mai degrabă din fuziuni orizontale și verticale, decât din fuziuni conglomerate (la care participă mai multe companii). O fuziune orizontală combină două companii din aceeași ramură economică sau din același gen de afacere. O fuziune verticală implică integrarea în “aval” către consumatorul final, sau “în amonte” către furnizorul inițial, pe o linie de afaceri anume. Când o companie cumpără un furnizor avem de-a face cu o fuziune pe verticală

Un sens al realizării unei exploatare mai bune este acela ce implică două companii ce au resurse complementare (experiența managerială, personal de vânzări bine pregătit, personal tehnic valoros). Dar o fuziune va fi avantajoasă pentru ambele părți numai dacă ele nu sunt capabile să obțină ceea ce au nevoie mai ieftin pe cont propriu, decât în combinație. Două companii din același gen de afacere ar putea fuziona pentru a realiza “economii de scală” adică de costuri fixe, în producție, distribuție sau alte faze ale activității lor. “Economii de scală” apar atunci când costul unitar mediu al produselor scade pe măsura creșterii producției și a vânzărilor. De exemplu, un volum mai mare al producției poate permite unei companii să construiască o uzină mai mare decât cea pe care o poate construi în prezent.

Realizarea de economii de scală este motivul pregnant al fuziunilor orizontale. Exploatarea mai eficientă și economiile de scală sunt principalele surse de potențial economic (sinergie). O fuziune conglomerată are cel puțin posibilitatea de a genera sinergie. În orice caz, trebuie să fim prudenți în evaluarea potențialului economic dat de o mai bună exploatare sau de economiile de scală. Există situația de a nu se realiza niciodată.

Avantajele fuziunii

Fuziunea aduce beneficii legate de consolidarea pe piață a companiei, obținerea unei cote mai mari de piață locală sau chiar extinderea în alte regiuni geografice. Alt avantaj al fuziunii este legat de salvarea afacerii și a personalului în condițiile competiției din piață și a efectelor acesteia asupra firmei. Integrarea pe verticală a afacerii este un alt beneficiu al fuziunii, pentru ca scurtează lanțul dintre producție și distribuție. De exemplu, un producător de mobilă poate achiziționa un furnizor de lemn pentru a elimina problema achiziției materiei prime. Pentru că vor fi reduse anumite costuri, va crește și profitul firmei. Un alt avantaj al fuziunii este diversificarea portofoliului de produse prin lansarea propriei game sau cumpărarea unui jucător care ofera deja acel produs. Fuziunea oferă și un avantaj și în ceea ce privește fiscalitatea.

Dezavantajele fuziunii

Unul dintre dezavantajele fuziunii este păstrarea echipei manageriale și a fiecărui departament în parte (vânzări, producție, marketing etc).

De cele mai multe ori, contractele de fuziune/achiziție se construiesc în timp îndelungat și presupun conlucrarea unor solide echipe de consultanți, juriști, strategii etc.

Un alt dezavantaj al fuziunii este riscul de a nu obține rezultatele dorite.

De multe ori, noua companie se naște sub presiunea obligativității succesului imediat, iar această presiune se transferă direct către angajați.

În concluzie, operațiunile de fuziune de întreprinderi se manifestă în România numai ca soluție de restructurare a capitalurilor ca urmare a unor semnale de scădere a performanțelor la societatea comercială absorbită, și nu ca soluții de dezvoltare externă a întreprinderii prin preluarea de capitaluri cu continuarea afacerilor cu performanțe stabile la societatea comercială absorbită. Diferența între rezultatul fuziunii concretizat în pierderea personalității juridice și radierea comercială a absorbitei și rezultatul fuziunii concretizat în continuarea activităților comerciale ale societății absorbite prin devenirea acesteia membră a grupului ca filială, subsidiară sau întreprindere legată prin participare semnificativă sau minoritară, exprimă prevalența juridicului asupra economicului, ceea ce caracterizează normele naționale în domeniu. Armonizarea acestora cu principiile economiei de piață dezvoltate presupune modificări și adaptări care să conducă la prevalența economicului asupra juridicului, principiu prezent, de altfel în reglementările contabile armonizate, dar inaplicabil în condițiile neadaptării reglementărilor privind aceste operațiuni.

BIBLIOGRAFIE:

1. Ionescu, Luminița - „*Analiza fuziunii societăților comerciale și evaluarea patrimoniului*”, Revista Tribuna Economică, v. 16, nr. 3, 2005
2. Ionescu, Luminița – „*Contabilitatea aprofundată a societăților comerciale*”, Ed. România de Măine, București, 2005
3. Ionescu, Luminița – „*Documente specifice fuziunii societăților comerciale și evaluarea patrimoniului*”, Revista Finanțe, bănci, asigurări: publicație pentru agenții economici, v. 8, nr. 3, 2005
4. Malciu Liliana – „*Contabilitate aprofundată*”, Editura Economica, București, 2000
5. Sebe, Liviu; Bădescu, Gheorghe – „*Contabilitatea și fiscalitatea operațiunilor privind fuziunea și lichidarea societăților comerciale*”, Ed. Tribuna Economică, București, 2001
6. Toma, Marin – „*Reorganizarea întreprinderilor prin fuziune și divizare*”, Ed. CECCAR, București, 2003

ANALIZA CONTRACTELOR DE CONSTRUCȚIE DIN PUNCT DE VEDERE AL DISPUTELOR GENERATE DE ÎNTÂRZIERILE DE TIMP

Autori:

Ramona – Marinela URS

anul I, master Contabilitate Managerială și Audit Contabil

Gabriela POPA

anul I, master Management Contabil și Informatică de Gestiune

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Victoria FIRESCU

Cele mai multe dintre proiectele de construcție sunt executate prin contractele care nu sunt, în general, ușor de înțeles nici de către profesioniști. Odata cu avansarea în tehnologie și cerințele uriașe ale infrastructurii în țările în curs de dezvoltare, a existat și o creștere în mărimea și complexitatea naturii proiectelor.

Pentru a depăși agravarea scenariului, este esențial să se dezvolte un sistem care poate ajuta administratorii contractului să înțeleagă și să evalueze valoarea creanțelor lor înainte de a le vorbi despre litigii.

În literatura de specialitate s-au identificat următoarele clauze critice care conduc la litigiile în contractele de construcții în cazul studiului de cercetare. Aceste clauze, în ordinea descrescătoare față de cum sunt criticate cu privire la inclinațiile litigiilor, sunt prezentate mai jos.

- Putere definitivă și obligatorie
- Timp, întârziere și prelungire
- Rezilierea contractului
- Prețuri de deviere și elemente suplimentare de către reprezentanții proprietarului
- Abaterea limită / domeniul de activitate
- Escaladarea prețului

Diversi cercetători au demonstrat, de asemenea, consistența legii în mai multe cazuri de exemplu, litigiile privind cerințele de notificare, litigiile ordinelor de schimbare pe cale orală, litigiile privind interpretările greșite, litigii privind clauza condițiilor de pe diferite poziții, litigiile privind interpretarea clauzelor, litigiile privind specificațiile în ceea ce privește litigiile de certificare și litigiile privind punerea în aplicare a daunelor lichidate. În fiecare dintre aceste studii autorii au arătat o metodă sistematică de rezolvare a disputelor care decurg din mai multe motive declarate mai sus. Căciva cercetători, prin studii de cercetare, au dezvoltat sisteme suport de decizie pentru a soluționa litigiile care decurg din deciziile adoptate în cadrul "puterii definitive și obligatorii" investit cu autoritate în contract și "timpul de întârziere și clauza de extindere".

Aceste sisteme de sprijin al deciziei pot fi sintetizate în continuare pentru a forma un sistem expert, astfel încât toate sursele de litigiu date să poată fi analizate simultan și să poată oferi decizii adecvate.

1. Sistemul expert

Evoluțiile recente în tehnologia informatică în special în domeniul de Inteligență Artificială face posibilă stimularea raționamentului uman - cum ar fi raționamentul la sistemele de calculator. Astfel de sisteme sunt cunoscute sub numele de sisteme expert. Sistemul expert cuprinde baze de cunoștințe, inferența motorului, memorie de lucru, interfața cu utilizatorul, explicația instalației și o facilitare a achiziției de cunoaștere.

Inima sistemului expert este baza de cunoștințe unde sunt depozitate cunoștințele specifice în domeniu, dobândite de la expert. Utilizatorul sistemului expert interacționează cu ea prin intermediul interfeței de utilizator și cunoștințele de specialitate sunt colectate și compilate prin

facilitatea achizitiei cunoștințelor. Cunoștințele dobândite de expert sunt stocate în baza de cunoștințe folosind diferite tehnici formale de reprezentare a cunoștințelor. Ipotezele și faptele sunt generate în timpul procesului de raționament și sunt stocate în memoria de lucru. Sistemul expert nu folosește sistemul de calcul bazat pe deductie, utilizand motorul de inferenta care efectueaza cautarea prin intermediul bazei de cunostinte, pentru a dovedi ipoteze sau pentru a ajunge la o concluzie. Facilitatea explicatiei spune utilizatorului „de ce” sunt necesare informatiile particulare si „cum” a ajuns sistemul la o concluzie speciala. Astfel sistemul expert actioneaza ca un magazin de stocare a cunoștințelor expertilor pentru a oferi solutii pentru interogarea utilizatorului într-o anumita maniera. Există trei categorii majore de sisteme expert și anume sistemele bazate pe reguli, sisteme bazate pe caz și sisteme hibrid.

Sistemul bazat pe reguli cuprinde un set de reguli formulate utilizând cunoștințele mai multor experți și interpretarea regulii. Atunci când o nouă problemă este ridicată sistemului, interpretarea regulii decide care norme să se aplice și determină rezultatul faptelor date sistemului de către utilizator. În cazul sistemului bazat pe o bază de date, acesta este creat folosind cazuri din trecut. Când un nou caz este alimentat, pentru care utilizatorul dorește soluție, sistemul compară (instantaneu) acest caz cu cazurile din baza de date. Apoi identifică și afișează informațiile cazului cel mai potrivit din baza de date, care îl ajută pe utilizator să ajungă la decizie. Sistemul hibrid este unul care combina cele două metode de mai sus de motivare pentru a încerca să răspundă problemei.

Unele orientări primare, cum ar fi decizia de a sprijini sistemele dezvoltate pentru a soluționa litigiile care decurg din diferite clauze de către unii cercetători sunt diferite. Aceste cercetări au ajuns la concluzia că un astfel de sistem suport de decizie poate fi sintetizat pentru a-l converti într-un sistem expert care va ajuta la reducerea timpului necesar de a da decizii. Având în vedere că sistemul expert ar conține o bază de date uriasă, ea va servi ca listă de verificare pentru administratorii contractului pentru a anticipa puterea cazurilor lor înainte de a ajunge la litigii. Odată ce această procedură de arbitraj este cunoscută, pot fi evitate, fie în cele din urmă accelerate.

2. Dezvoltarea sistemului bazat pe reguli pentru timpul de întârziere și clauza de prelungire

Acesta a fost văzut în cele mai multe studii de caz, deoarece disputele cu privire la “timpul de întârziere și extindere” are implicații mai mari în ceea ce privește costul și timpul de proiect. Fiecare întârziere, fie în ceea ce privește plata sau predarea locului, fie oprirea temporară a muncii duce la pierderea de timp care solicită în cele din urmă invocarea clauzei “timpul de întârziere și de extindere”. Prin urmare, devine necesar să înțelegem toate aspectele litigiilor care decurg din timpul de întârziere și din clauza de extindere, care este explicată mai jos într-o regulă pe baza formularului sistemului expert.

Dezvoltarea sistemului bazat pe reguli urmează o abordare în trei pași. Primul pas este de a înțelege cauza și relația efect a litigiului, al doilea pas implică formularea largă de domenii în care toate cauzele se potrivesc, iar ultimul pas este de a dezvolta baza de reguli pentru a anticipa efectele plauzibile pentru aceste domenii identificate.

2.1 Relația cauză-efect a litigiilor

Litigiile care decurg din întârziere și extindere sunt de natură diversă. Aceste dispute pot fi studiate în două etape pentru o mai bună înțelegere și analiză a acestora. Sunt identificate diferitele întârzieri, "cauza" și efect", și creanțele rezultate din aceste întârzieri.

Când luăm în considerare realitatea cauză-efect, trebuie să se aibă în vedere în acest sens faptul că un efect se poate dovedi a fi cauza pentru efectele ulterioare; Astfel acesta devine un lanț după cum se arată schematic în figura următoare.

Cauza1 => Efect1

III

Cauza2 => Efect2

III

Cauza3 => Efect3

2.1.1 Tipuri de întârziere

Întârzierea într-un proiect poate fi clasificată într-un anumit număr de tipuri, în funcție de etapele la care apare, precum și de natura rezultatului, adică creanțele. Aceasta definește critica de întârziere în proiectul global, finalizarea și impactul ulterior. Întârzierile sunt în consecință clasificate drept "întârzieri critice" și "întârzieri non-critice". Contractul definește obligațiile părților pentru a satisface executarea proiectului, inclusiv calendarul și, de asemenea, recursul, în cazul în care nu își îndeplinește obligațiile respective. În anumite cazuri partea afectată poate scuza (de exemplu, nu poate percepe despăgubiri pentru întârziere), în timp ce în alte cazuri poate să nu scuze întârzierea. Considerația de a scuza sau a nu scuza ar putea să depindă de mai mulți factori, cum ar fi: dacă o parte poate sau nu poate să prevadă situația care cauzează întârziere de la data intrării în contract și impactul întârzierii asupra proiectului de performanță. Acest lucru clasifică întârzierile ca fiind scuizabile sau nescuizabile.

2.2 Formularea de domenii pentru sistemul expert

Următorul pas în dezvoltarea unui sistem expert este formularea largă a domeniilor. Un domeniu este un subiect bine concentrat pe suprafața pentru care este dezvoltat setul de reguli. Într-un proiect de construcție orice întârziere poate conduce la un lanț de creanțe. Bazate pe studiul cazurilor de arbitraj și a literaturii disponibile, o multitudine de întârzieri s-au dovedit a fi invocate frecvent. Aceste întârzieri sunt în continuare cercetate pentru originile lor pentru a le clasifica pe domeniile corespunzătoare prezentate în continuare:

1. Întârziere din cauza "Predării locului"
2. Întârziere din cauza "Primirii întârziate/ verificarea proiectelor"
3. Întârziere din cauza "Accidentelor"
4. Întârziere din cauza "Opririi temporare"
5. Întârziere din cauza "Revizuirii"
6. Întârziere din cauza "Muncii suplimentare"

2.3 Dezvoltarea regulilor de baza pentru domeniile întârzierii

Regula de bază conține o diagramă de decizie logică, care stabilește relația dintre cerere și originea sa, în special partea responsabilă pentru întârziere. Apoi prevede valabilitatea creanțelor probabile și sugerează rezultatul probabil. Dezvoltarea regulilor de bază pentru diferite domenii de întârziere este discutată mai jos.

2.3.1 Întârzierea din cauza predării locului.

Conform condițiilor contractului, locul poate fi predat întreg sau pe părți/ etapele progresului de lucru. În special în cazul proiectelor de drumuri predarea este o trasatură comună a locului. Atunci când apare o diferență la etapa foarte inițială a proiectului din cauza lipsei de predare a întregului loc la o anumită dată, este obligatoriu pentru contractant să dea o notificare scrisă în timp, care poate fi verificată de către reprezentantul proprietarului. În cazul în care contractantul nu reușește să anunțe în timp, trebuie să aibă cel puțin dovezi că a amortizat resursele sale. În caz contrar el nu are dreptul la nici o revendicare.

Dimpotrivă, în cazul în care proprietarul dovedește că a predat locul la timp și contractantul având mijloace sărace nu a reușit să înceapă lucrările, proprietarul are dreptul la daune lichide. În mod similar la predarea locului, cel mai important este să se verifice dacă predarea unei părți este îngreunată de stadiul lucrărilor. Se verifică dacă predarea locului a fost o activitate pe cale critică. Dacă se dovedește că a fost pe un drum critic, atunci aceeași logică care este folosită este

aplicabila la predarea locului complet, si intarzierea va fi atribuita proprietarului. Pe de alta parte, daca nu este o activitate critica, atunci orice pretentie a contractantului inceteaza sa mai existe.

2.3.2 Intarzieri din cauza „Primirii tarzie/ verificarea proiectelor”

Proiectele formeaza un important element constitutiv al contractelor. Exista in practica diferite tipuri de contracte unde proiectele nu sunt doar responsabilitatea proprietarului. Contractantului i se poate cere pregatirea proiectelor care sunt apoi verificate de către proprietar. În general acestea conduc la trei situații: întârziere din partea contractantului în pregătire; întârziere din partea proprietarului în verificare; întârziere din ambele părți. Pentru primele două situații, responsabilitatea de întârziere este ușor de verificat în timp ce în a treia situație care este si cazul curenteii intarzieri, cererea trebuie să fie rezolvata prin repartizare.

În cazul unui esec în instiintarea proprietarului despre întârzieri în primirea proiectelor și consecințele sale , contractantul pierde drepturile sale de a obține despăgubiri.

Pe de altă parte, în cazul în care proprietarul nu răspunde la o astfel de notificare, se presupune că își asuma consecințele.

În alt tip de contract, în cazul în care furnizarea de proiecte este responsabilitatea proprietarului și există unele discrepanțe observate între seturi de proiecte și caietul de sarcini, unele detalii care lipsesc din proiecte, sau o serie de corecturi trebuie să fie încorporate în proiecte, acestea ar putea duce la întârziere. Chiar dacă nu există corecturi / completări, contractanții pot să aștepte pentru decizia cu privire la discrepanța care duce la pierderi de timp în execuția lucrărilor actuale. Având în vedere natura intrinsecă a industriei construcțiilor unde standardizarea nu a fost încă adoptata în întregime, apar diferențe în interpretarea discrepanțelor în proiecte. Întrebarea se pune în felul următor: daca intarzierea este substantiala si afecteaza proiectul in ansamblu sau nu.

Tipurile de creanta rezultate din aceste intarzieri sunt , în general, pe motive de amanare a forței de muncă și a echipamentelor taxelor prea mari. Chiar dacă responsabilitatea întârzierii rezolvă problema permisiunii de extindere a timp, compensatiile sunt acordate pe baza unor fapte.

2.3.3 Întârziere din cauza "Accidentelor la locul de munca"

Accidentul este o altă sursă de întârziere atunci când întregul loc al proiectului a fost închis pentru o perioada determinată, sau munca este suspendată, sau pe plan emoțional există forță de muncă neliniștită ce duce la oprirea muncii. Există diverse motive care pot duce la accidente, iar principala problemă este pentru a stabili responsabilitatea cui aparține. Deși există numeroase evenimente imprevizibile care ar putea duce la accidente, motivele au fost împărțite în șase largi capete :forța, majoră, acțiuni ce nu respectă norme de siguranță, lucrul substandard, Eroare în proiectare / desen, acțiuni de subcontractant, utilizarea instalatiilor inainte de predare.

Principalele efecte ulterioare ale accidentelor sunt pierderea de timp sau daune ale locului de muncă sau ale forței de muncă. Aceste pierderi uriașe în împrejurări similare de forță majoră trebuie să fie împărțite de către ambele părți. Pe de altă parte, în cazul în care considerentelor de siguranță li se acorda o mică atenție ceea ce conduce la accidente, contractantul este considerat responsabil pentru accident.

Și în cazul unor lucrari substandard care conduc la producerea accidentului, este responsabilitatea contractantului de a absorbi pierderile numai dacă lucrarea nu a fost aprobată de către proprietar. Dar dacă proprietarul a aprobat lucrarea, apoi pierderea trebuie să fie suportata de către proprietar.

Este destul de probabil ca proiectul (desenul) defectuos să provoace accidente.

Este o caracteristică comună a contractelor de construcții subînchirierea lucrărilor de construcție unui subcontractant. Dacă accidentul este din cauza subcontractantului, atunci este esențial să se verifice dacă numirea sa a fost efectuată de către proprietar sau de contractant. În consecință, responsabilitatea poate a fi fixata .

Accidentele se pot produce, de asemenea, datorită utilizării premature a instalației sau înainte de testare, înainte de a fi predată în mod oficial . În cazul în care o astfel de instalație este folosită, fără aprobarea oficială a contractantului și se produce un accident, atunci se interpretează

ca instalația este utilizată, fără cunoștința contractantului și, prin urmare, contractantul nu poate fi tras la răspundere pentru accident și proprietarul va fi obligat să plătească despăgubiri.

Dimpotrivă, în cazul în care permisiunea contractantului a fost obținută înainte de a utiliza instalația și a avut loc accidentul, contractantul este considerat responsabil pentru accident.

2.3.4. Întârziere din cauza "opririi temporare a lucrărilor"

În cazul în care lucrările în curs de desfășurare sunt întrerupte din cauza unor diverse motive, intervine oprirea temporară de muncă ce conduce la litigii. Următoarele motive: au fost găsite pentru opriri temporare în acest studiu. Aceste cauze sunt enumerate în funcție de frecvența lor de apariție.

- Plata facturilor neefectuate la timp
- Non-disponibilitatea de echipament de specialitate, materiale sau alte resurse
- Abandonarea lucrului de către subcontractant, fără un anunț prealabil
- Accidente la locul de muncă

Atunci când o activitate substandard este observată, contractantului îi este, în general, emisă o somare de a îmbunătăți calitatea muncii, în caz contrar lucrarea va fi suspendată până ce contractantul va arăta stăruință pentru a îmbunătăți la calitatea muncii.

În consecință plățile contractantului sunt reținute în așteptarea de măsuri corective de la acesta. Cu toate acestea, în cazul în care contractantului nu îi este emisă o notificare corespunzătoare la timp, fie în copie certificată de lege sau o scrisoare separată, proprietarul nu este în măsură să perceapă despăgubiri în ciuda unei dispoziții exprese în contract.

Alt motiv pentru reținerea plății la sursă este faptul că proprietarul deține resurse sărace, pentru moment, și implicit are dificultăți în a face plata.

Responsabilitățile pentru achiziționarea de resurse sunt bine definite în contract și întârzierea din cauza lipsei de disponibilitate a resurselor, ce conduce la oprirea temporară este atribuită părții responsabile pentru astfel de achiziții.

În mod similar atunci când sub-contractantul părăsește locul de muncă implicit responsabilitatea este atribuită părții care a ales sub-contractorul.

Accidentul poate genera, de asemenea, oprire temporară.

2.3.5. Întârziere din cauza "Revizuirii"

Preponderent revizuirea este determinată de o manoperă proastă, de lucrări care nu corespund caietului de sarcini, de schimbarea cerințelor proprietarului sau accidente la locul de muncă. În cazul în care manopera este necorespunzătoare, în general, se presupune că vina aparține în totalitate contractantului.

În caietul de sarcini al anumitor locuri de muncă specializate, proprietarul specifică echipamentele ce vor fi utilizate în timpul de execuție. În caz de indisponibilitate a echipamentelor, contractantul poate informa proprietarul și obține aprobarea prealabilă pentru utilizarea unor echipamente alternative.

În cazul în care echipamentul urmează să fie furnizat de către proprietar și dacă apare întârziere o notificare de la contractant devine o cheie în stabilirea valabilității cererilor de despăgubire.

Revizuirii pot fi comandate, de asemenea, ca urmare a accidentelor la locul de muncă, caz în care compensația se va decide cu privire la meritul cazului după cum sa discutat mai sus.

Revizuirile datorate schimbării cerințelor de către proprietar, solicită muncă suplimentară de către contractant și întregul domeniu de "muncă suplimentară" este discutat în paragraful următor.

2.3.6 Întârziere din cauza "Muncii suplimentare"

Industria construcțiilor este de așa natură încât întreg domeniul de activitate nu poate fi decis la momentul cererii de ofertă și schimbări ale ordinilor sunt inevitabile pentru îndeplinirea cu

succes a proiectului. Condițiile ascunse și schimbarea cerintelor proprietarului sunt adesea imprevizibile și conduc la muncă suplimentară.

Munca suplimentară este identificată ca o sursă majoră a litigiilor în cazul proiectelor de construcții rezidențiale, în special atunci când utilizatori și proprietarul sunt două entități diferite.

În timp ce proprietarul și inginerul său sunt părți ale contractelor și sunt singurii autorizați pentru a comunica cu contractantul, viitorii utilizatori, uneori, dau direct sugestii contractorului care conduc la litigii. Pentru a evita disputele, experiența joacă un rol important în prognozarea zonelor probabile de muncă suplimentară și încorporarea unor clauze relevante în condițiile contractului.

2.4 Dezvoltarea softului.

De-a lungul timpului s-a observat că întârzierile și prelungirea, dispute relationate, apăreau din cauza interpretării variate a contractului, a domeniului neclar al clauzelor și a condițiilor contractelor unilaterale, care sunt în favoarea proprietarului. Bazat pe recompensele arbitrale disponibile, orientările principale sunt formulate pentru a evalua aplicabilitatea și acceptabilitatea deciziilor în conformitate cu timpul de întârziere și a clauzelor extinderii.

Un model de programare logică, dezvoltat pe baza unui studiu de caz pentru a se ajunge la decizii pe domeniul problemelor legate de întârziere din cauza predării locului este prezentat în fig. 2. După cum se poate vedea, figura are o formă de copac unde fiecare nod descrie o întrebare bazată pe situații ce conduc la întârziere iar legăturile între nodurile predecesoare și succesoare, prezintă răspunsul ce permite utilizatorului să se deplaseze la nodul succesor corespunzător. Utilizatorul răspunde la întrebările din fiecare nod și în funcție de acestea se ajunge la o ieșire în final așa cum se arată în figura 2.

Chiar dacă Figura 2 prezintă arborele de decizie pentru domeniul problemei legate de “întârziere din cauza predării locului”, sistemul se ocupă, de asemenea, de alte domenii cerute, discutate mai sus.

Deoarece sistemele bazate pe reguli sunt sisteme de producție, acestea încorporează o formulare simplă “dacă...atunci...”. Este, oricum, importantă finalizarea metodei în care sistemul utilizează intrări pentru a ajunge la decizii. Mai departe este de asemenea importantă obținerea intrărilor de la utilizator fără oricare altă complicație. Pentru aceasta, sistemul a fost proiectat cu o interfață cât se poate de prietenoasă. Sistemul a fost dezvoltat utilizând Visual Basic 6.0. Pentru a funcționa corespunzător are nevoie de sistemul de operare Windows. Prima dată se prezintă utilizatorului formularul de introducere, ce necesită date de intrare ce privesc informații generale asupra proiectului cum ar fi numele proiectului, detinatarul, contractantul, durata totală a proiectului, natura contractului, etc. cum se arată în figura 3.

Fig 3 Foaia de intrari pentru detaliile cazului

Aceste informații sunt în general utile pentru păstrarea înregistrărilor asupra cazului analizat. După completarea datelor de intrare, utilizatorul este întrebat dacă continuă. În fereastra următoare, utilizatorului îi este prezentată o selecție a clauzelor litigiilor în care cazul poate oscila. (figura 4).

Fig 4. Selectia creantelor in litigiu

Utilizatorul poate selecta mai mult de o clauză aplicabilă. Aceasta va initializa respectivele domenii din memorie. În prezent doar “Timp de întârziere și prelungirea timpului” au fost puse la

dispozitie. Cand utilizatorul merge mai departe, i se prezintă subdomenii în “Timp de intarziere si clauze de extindere” (figura 5).

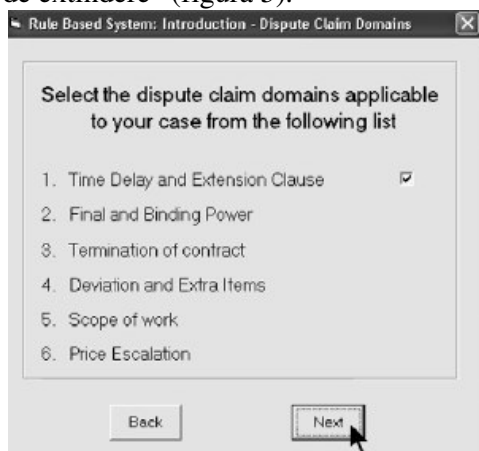


Fig 5 Selectia domeniului pentru intarzieri

Cand selectia domeniilor este încheiată, utilizatorul trece la urmatoarea fereastră. Oricare, subdomeniu ce a fost selectat în fereastra anterioară, se inițiază și apare în fereastra următoare. Acum se prezintă utilizatorului o serie de întrebări care întreabă despre faptele ce se află în relație cu subdomeniul. Selectarea răspunsului la întrebare va conduce automat la următoarea întrebare corespunzătoare. Un set de serii de întrebări, conducând de la una la cealaltă este prezentat ca un exemplu în figurile 6 -9.

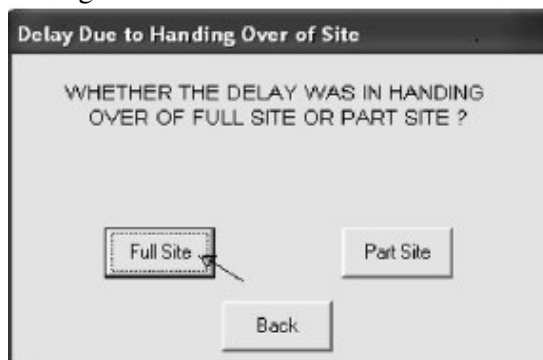


Fig. 6 Predarea locului – interogarea 01

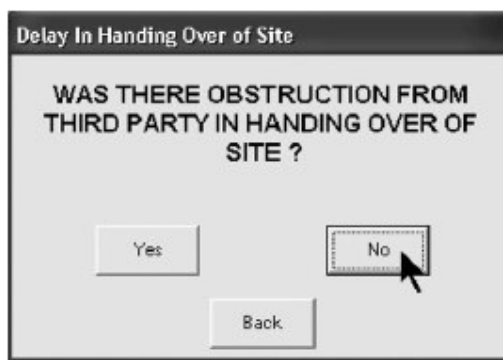


Fig. 7 Predarea locului – interogarea 02

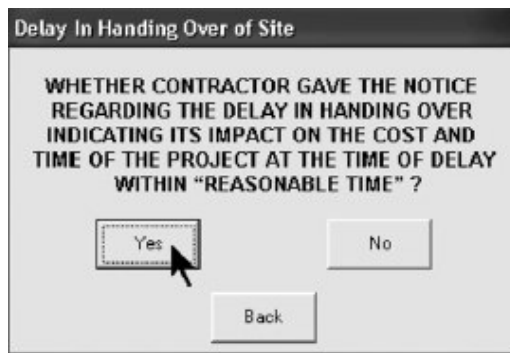


Fig 8. Predarea locului – interogarea 03

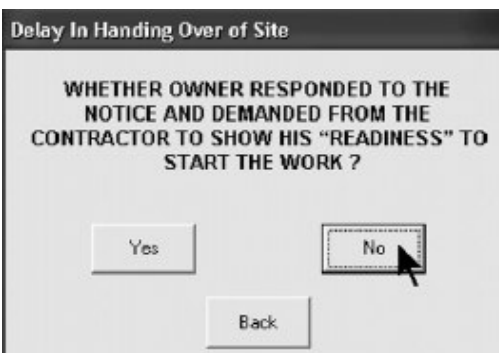


Fig 9. Predarea locului – interogarea 05

Raspunzând la aceste întrebări, ierarhia se termină într-o decizie pentru acel subdomeniu. Apasand butonul next, se initializeaza al doilea subsistem.

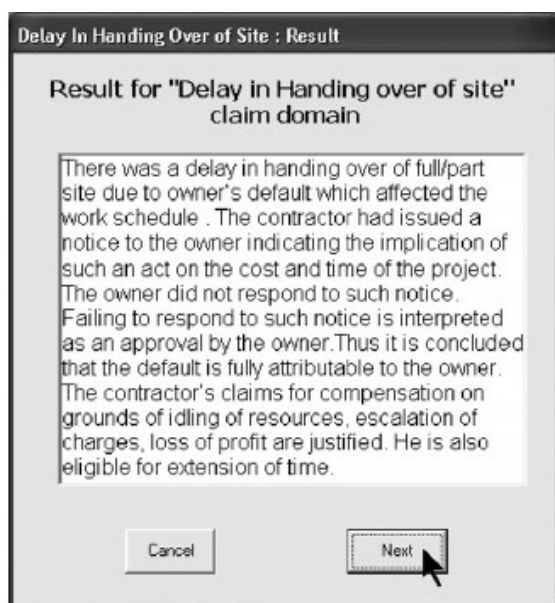


Fig 10. Decizia finala

Dupa analizarea tuturor subdomeniurilor se trece la următorul domeniu selectat în figura 4, în analiza cazului în ansamblu, o foaie de sinteză ce deține detalii asupra proiectului la fel ca toate deciziile este afisata.

Interacțiunea cu utilizatorul este foarte simplă și pentru funcționare este necesar doar un click. Nu în ultimul rând, acest sistem a fost proiectat pentru a servi ca un instrument pentru profesioniști în domeniul managementului contractului și, prin urmare era nevoie de unele cunoștințe profesionale prealabile pentru a răspunde la întrebări.

3. Concluzii.

Aspectele care au determinat dezvoltarea sistemului actual sunt în principal lacune în contract ce conduc la dispute. În timp ce un contract foarte simplu de manevrat ar putea reduce drastic problemele, este practic aproape imposibil de a avea un astfel de contract. Există motive pentru neconcordanțe și discrepanțe în contractele mari care sunt peste controlul redactorului de contract. Prin urmare, o mai bună formare în domeniul gestionării contractelor de către profesioniști, poate fi de mare ajutor în înțelegerea mai bună a contractului. Acest lucru poate ajuta la buna redactare a contractului cu grija cuvenita, fapt ce ar reduce aparitia disputelor. Cu toate acestea, atitudinea umană a părților de a obține maxim din lacunele din contract nu poate fi trecuta cu vederea și în astfel de situații, formarea profesionistilor nu se poate dovedi uneori a fi foarte eficientă, mai degraba devine contraproductivă prin modalitatea de afirmare a drepturilor prin litigii. Atunci când hotararile nu sunt date imediat pentru litigii și cu timpul alte litigii se adaugă la cele existente, devine o provocare pentru sistemul judiciar. Chiar dacă o problemă majoră în domeniul de rezolvare a disputelor este de a decide valoarea creanței, sistemul discutat mai sus identifică în prezent partea posibil vinovată ca primul pas spre un obiectiv mai larg. Ca pas următor, un sistem expert hibrid, care combina ambele sisteme bazate pe reguli și bazate pe caz, este în curs de dezvoltare. Aici vechile cazuri soluționate sunt stocate într-o formă logică într-o bază de date și, de asemenea, normele corespunzătoare sunt formulate și pot ajuta utilizatorul să identifice cele mai bune cazuri ce se potrivesc pentru cazul sau pentru a ajunge la o concluzie mai repede. Având în vedere că de cercetare este în curs de desfășurare și, totuși, detaliile de validare a dezvoltării sale nu sunt date în lucrare.

Bibliografie

1. Latham M. Constructing the team: joint review of procurement and contractual arrangements in the construction industry. London: HMSO; 1994.
2. Rahman MM, Kumaraswamy MM. Risk management trends in the construction industry: moving towards joint risk management. Eng Construct Archit Manage 2002;9(2):131–51.
3. Edwards PJ, Bowen PA. Risk and risk management in construction: a review and future directions for research. Eng Construct Archit Manage 1998;5(4):339–49.
4. Waring AI, Glendon AI. Managing risk. London: International Thomson Business Press; 1998.
5. Uff J. Risk, management and procurement in construction. London: Centre of Construction Law and Management; 1995.
6. Lyons T. Project risk management in the construction industry: The Australian Institute of Quantity Surveyor; 2003.
7. Rutgers JA, Haley HD. Project risks and risk allocation. Cost Eng AACE Trans 1996;38(9):27–30.
8. Flanagan R, Norman G. Risk management and construction. Oxford: Blackwell Scientific Publications; 1993.
9. Ward SC, Chapman CB, Curtis B. On the allocation of risk in construction projects. Int J Project Manage 1991;9(3)
10. Fisk ER. Construction project administration. New Jersey: Prentice- Hall; 2000.

POLITICILE CONTABILE ȘI INFLUENȚA LOR ASUPRA POZIȚIEI ȘI PERFORMANȚEI FINANCIARE A COMPANIEI

Autor: Florentina PERNIU

Anul I, master Management Contabil si Informatica de Gestiune

Coordonator științific: conf.univ.dr. Victoria FIRESCU

Rezumat :

The selection of the accounting policies is the paramount factor for the image of one company. Choosing between one or another accounting policy will lead to distinct results in financial statements and furthermore to different economic-financial ratios. Showing the influence of some of the often used accounting policies, the paper wants to find answers to questions like: which are the factors a company should consider when selecting its accounting policies? Is this favourable image obtained by applying certain accounting treatments a temporary or a permanent one? Taking into account the flexibility that exist, is there any possibility that analysts to reconsider the interpretation of financial statements?

Politicele contabile reprezintă principiile, bazele, convențiile, regulile și practicile specific adoptate de o entitate la întocmirea și prezentarea situațiilor financiare. Deși spațiul rezervat politicilor contabile în cadrul notelor explicative este unul din ce în ce mai cuprinzător, efectul aplicării acestora se regăsește în cadrul bilanțului contabil, al contului de profit și pierdere și, ca o consecință, în determinarea indicatorilor ce se stabilesc pe baza situațiilor financiare.

Ca materializări ale aplicării politicilor contabile, bilanțul contabil și contul de profit și pierdere reflectă poziția și performanța financiară a unei companii. Acestea din urmă sunt utile utilizatorilor de situații financiare pentru a anticipa:

- nevoile viitoare de creditare și șansele companiei de a primi finanțare în viitor;
- capacitatea companiei de a-și onora angajamentele financiare scadente;
- eficiența cu care compania poate utiliza noi resurse.

Întrebări firești precum: ce politici contabile trebuie aplicate într-un caz specificat, atunci când există mai multe posibilități sau când nu există nici una? se pot schimba politicile contabile de la un an la altul? își găsesc răspunsul în cadrul prevederilor normei IAS 8 „Politici contabile, modificări în estimările contabile și erori”. Astfel, sintetizând considerațiile privind selectarea și aplicarea politicilor contabile, subliniem următoarele:

- existența unui standard sau a unei interpretări aplicate în mod specific unei tranzacții, unui eveniment sau condiții, va conduce la aplicarea acelei reglementări;
- inexistența unui standard sau a unei interpretări aplicate în mod specific unei tranzacții, unui eveniment sau condiții, va impune utilizarea raționamentului profesional pentru elaborarea și aplicarea politicilor contabile care să vizeze însă informații relevante și credibile; se vor lua în considerare în ordine descrescătoare următoarele surse:
 - cerințele și îndrumările din Standardele și Implementările care privesc aspect similare și conexe;
 - definițiile, criteriile de recunoaștere și conceptele de evaluare a activelor, datoriilor, veniturilor și cheltuielilor prezentate în Cadrul general pentru întocmirea și prezentarea situațiilor financiare;

- selectarea și aplicarea politicilor contabile se va face în mod consecvent pentru tranzacții, evenimente și condiții similare; este permisă modificarea unei politici contabile doar în cazul în care este cerută de un Standard sau de o Interpretare sau în cazul în care oferă informații credibile și mai relevante ale tranzacțiilor, evenimentelor sau condițiilor prezentate în situațiile financiare;
- atunci când efectul aplicării unei politici contabile nu este semnificativ, acea politică nu trebuie aplicată.

Și totuși, există numeroare cazuri în care se manifestă o flexibilitate ce vizează aplicarea unuia sau altui tratament contabil, a cărui influență asupra situațiilor financiare variază în funcție de circumstanțe. Amintim aici politicile contabile privind evaluarea activelor (la cost sau la valoarea reevaluată), politicile referitoare la tratamentul cheltuielilor cu dobânzile, politicile privind subvențiile pentru investiții, cheltuielile de dezvoltare, evaluarea stocurilor la ieșire.

Alegerea din gama de tratamente permise, a acelor ce vor fi aplicate de companie, devine în contextul flexibilității admise de normalizatorii contabili, factorul de o importanță deosebită în prezentarea poziției și performanței financiare a companiei.

Influențele celor mai utilizate tratamente contabile asupra poziției și performanței financiare ale companiei și, deci asupra indicatorilor economico-financiar ai companiei sunt prezentate în tabelele 1 și 2.

Tabelul nr. 1 Tratamentele contabile și poziția și performanța financiară ale companiei

<i>Tratamente contabile</i>	<i>Influență asupra</i>	
	<i>Poziției financiare</i>	<i>Performanței financiare</i>
Reevaluarea activelor	✓	✓ *
Capitalizarea cheltuielilor cu dobânda	✓	✓
Recunoașterea subvenției la venituri în avans	✓	- **
Capitalizarea cheltuielilor de dezvoltare	✓	✓
Metode de evaluare a stocurilor	✓	✓

* - numai în anii următori anulului efectuării reevaluării

** - influența asupra performanței financiare este aceeași comparativ cu recunoașterea subvenției prin diminuarea valorii activului.

Reevaluarea activelor presupune recunoașterea activelor la valoarea justă și înregistrarea diferenței din reevaluare în cadrul capitalurilor proprii. Prin aceasta, sunt afectate elementele bilanțiere (total active și total capitaluri proprii) cu influență majoră în deciziile luate de utilizatorii situațiilor financiare.

Capitalizarea cheltuielilor cu dobânda constă în recunoașterea acestora în costul de achiziție sau de producție a activului. Astfel, crește valoarea activelor și rezultatul prezentat este mai mare decât în cazul înscrierii cheltuielilor cu dobânda în contul de profit și pierdere. Pentru capitalizarea cheltuielilor cu dobânda trebuie respectate anumite criterii de recunoaștere. Capitalizarea acestor cheltuieli îmbunătățește nivelul gradului de acoperire a cheltuielilor cu dobânzile din profit, indicator care face parte din fișa de apreciere a activității companiilor care sunt analizate în vederea finanțării pe termen mediu sau lung.

Tratamentul contabil al subvențiilor pentru investiții primite de companie presupune:

- a) recunoașterea acestora ca venit amânat, urmând a fi reluate la venituri curente (amortizarea subvenției) în fiecare an de utilizare a activului respectiv, fiind afectate elemente precum activele,

veniturile în avans, veniturile curente; sau

- b) recunoașterea acestora prin diminuarea valorii contabile a activului, caz în care este afectată valoarea activelor, rezultatul fiind același. Dintre cele două tratamente contabile privind recunoașterea subvențiilor pentru investiții, cel care presupune diminuarea valorii activului oferă o imagine mult mai favorabilă a companiei.

Capitalizarea acelor cheltuieli de dezvoltare care îndeplinesc criteriile de recunoaștere ca active, va avea ca și consecință creșterea valorii totale a activelor, fără a diminua rezultatul. Indiferent de varianta reținută, capitalizare sau înscriere în contul de profit și pierdere a acestor cheltuieli, rezultatul fiecărui exercițiu diferă semnificativ de la un tratament la altul, deși rezultatul cumulat pe cei cinci ani (dutilă de viață) este același.

Metodele de evaluare a stocurilor au o influență semnificativă atât asupra bilanțului contabil unde este prezentată valoarea stocului final și rezultatul exercițiului, cât și asupra contului de profit și pierdere care oferă informații despre valoarea cheltuielilor cu stocurile consumate sau vândute.

Impactul tratamentelor contabile analizate este mult mai vizibil în primul an, urmând sau nu o traiectorie descrescătoare în anii următori.

În cazul reevaluării activelor, în primul an se obține o valoare semnificativ îmbunătățită a indicatorilor economico-financiar. În anii următori însă, acea creștere de valoare recunoscută în bilanț, se va regăsi sub forma cheltuielilor cu amortizarea, proporțional cu numărul de ani rămași din durata utilă de viață a activului respectiv, astfel încât întreaga creștere va fi transferată în contul

de profit și pierdere ca o cheltuială. Și totuși, după terminarea duratei de viață utilă a activului, în structura capitalurilor proprii se regăsește în continuare creșterea de valoare a activului, ceea ce ne face să afirmăm că un astfel de tratament contabil oferă o imagine favorabilă permanentă.

Tabelul nr. 2 *Tratamentele contabile și indicatorii economico-financiar*

<i>Tratamente contabile</i>	<i>Influență asupra indicatorilor</i>		
	<i>Solvabilitate</i>	<i>Grad de îndatorare</i>	<i>Grad de acoperire a dobânzilor din profit</i>
	Capitaluri proprii/ Total active	Total datorii/ Capitaluri proprii	Profit înaintea cheltuielilor cu dobânzile și impozitului/ Cheltuieli cu dobânzi
Reevaluarea activelor	↗	↘	-
Capitalizarea cheltuielilor cu dobânda	↗	↘	↗
Recunoașterea subvenției prin diminuarea valorii contabile a activului	↗	↘	-
Recunoașterea subvenției la venituri în avans	↘	↗	-
Capitalizarea cheltuielilor de dezvoltare	↗	↘	-

În ceea ce privește capitalizarea cheltuielilor (cheltuieli cu dobânda sau cheltuieli de dezvoltare), în anii următori, valoarea cheltuielilor capitalizate va conduce la mărirea cheltuielilor cu amortizarea aceluși activ, la sfârșitul duratei de viață utilă a activului, influența asupra bilanțului contabil și a contului de profit și pierdere fiind nulă.

Indiferent dacă subvenția este recunoscută la venituri în avans sau diminuează valoarea contabilă a activului, influența asupra rezultatului este aceeași. Și în acest caz, la sfârșitul

duratei de viață utilă a activului, influența asupra bilanțului contabil și a contului de profit și pierdere este nulă.

Dacă în situațiile de capitalizare a cheltuielilor și de recunoaștere a subvenției, se obține o imagine favorabilă temporară până la sfârșitul duratei de viață utilă a activului, în cazul reevaluării activelor este imaginea obținută este una permanentă (dacă nu au loc modificări semnificative în valoarea de piață a activului).

Invariabil, anumite tratamente contabile oferă o imagine mult mai favorabilă a companiei decât altele.

Având în vedere influența acestor tratamente contabile asupra poziției și performanței financiare, compania trebuie să utilizeze flexibilitatea permisă pentru a obține o imagine fidelă a activității desfășurate și nu trebuie să urmărească selectarea politicilor care conduc la imaginea cea

mai favorabilă. În selectarea tratamentelor contabile, companiile nu trebuie să ia în considerare strategia și obiectivele de finanțare pe termen scurt sau lung (obținerea unui credit bancar, emisiunea unui împrumut obligatar), ci să reflecte cât mai fidel imaginea companiei.

Procedând în această manieră, interpretarea situațiilor financiare și modul de determinare a indicatorilor economico-financiar nu vor fi regândite. O valoare mai mare a gradului de acoperire a dobânzilor din profit, în cazul capitalizării acestora, nu trebuie pusă sub semnul îndoielii atâta vreme cât au fost îndeplinite toate criteriile de recunoaștere a acestor cheltuieli în costul activului și deci, ele vor genera beneficii economice viitoare pentru companie. De asemenea, în cazul reevaluărilor, un nivel mai mic al gradului de îndatorare va reflecta situația economică și financiară

reală a companiei, deoarece reevaluările au o bază reală, valoarea reevaluată fiind valoarea justă de pe piață, adică suma la care poate fi tranzacționat un activ sau decontată o datorie, de bunăvoie, între părți aflate în cunoștință de cauză, în cadrul unei tranzacții în care prețul este determinat în mod obiectiv.

Desigur, există cazuri când, în loc să utilizeze flexibilitatea pentru obținerea unei imagini fidele, companiile selectează politicile contabile și le aplică într-o manieră agresivă. Exemple de cazuri în care companiile au ca obiectiv prezentarea unei imagini cât mai favorabile, necesare impunerii pe piață sau obținerii de finanțare, pot fi:

- înregistrarea în contabilitate numai a creșterilor, nu și a reducerilor valorilor juste ale activelor evaluate la valoarea reevaluată;
- reevaluarea anumitor active și nu a întregii clase;
- capitalizarea cheltuielilor cu dobânzile chiar dacă nu sunt îndeplinite criteriile de capitalizare:
 - cheltuielile cu dobânzile nu se referă la un activ calificabil;
 - capitalizarea dobânzilor continuă și în perioadele de întrerupere a lucrărilor;
 - în determinarea valorii cheltuielilor cu dobânzile capitalizabile nu s-a ținut seama de veniturile obținute din plasarea temporară a sumelor neutilizate;
 - s-a depășit valoarea recuperabilă a activului;
- capitalizarea cheltuielilor de dezvoltare chiar și atunci când nu există dovada fezabilității;
- recunoașterea în bilanț a proiectelor de cercetare-dezvoltare neterminate, ce au fost preluate la achiziția altor companii;
- recunoașterea subvențiilor pentru investiții fără a fi îndeplinite criteriile de primire a acestora.

În astfel de cazuri se impun măsuri suplimentare de analiză a poziției și performanțe financiare ale companiei, deoarece indicatorii determinați pe baza situațiilor financiare întocmite reflectă o imagine amăgitoare privind compania.

Indiferent de impactul mai mare sau mai mic asupra poziției și performanței financiare politicile contabile trebuie selectate și aplicate într-o manieră care să conducă la reflectarea în situațiile financiare a imaginii fidele a companiei.

Bibliografie:

1. Eugene Comiskey, *The Financial Numbers Game: Detecting Creative Accounting Practices*, John Wiley & Sons, 2002
2. Hennie van Greuning, *Standarde Internaționale de Contabilitate. Ghid practic – International*
3. Koen Marius, *Accounting Standards. A Practical Guide*, Institutul Irecson, 2005
4. Ristea Mihai, *Bază și alternativ în contabilitatea întreprinderii*, Ed Tribuna Economică, București, 2003
5. *Standarde Internaționale de Contabilitate*, Ed. CECCAR, București, 2005

ASPECTE PRIVIND CALCULAȚIA COSTURILOR ÎN AGRICULTURĂ

Autor: Renatta Cristina GHINEA
anul III, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Mariana BĂNUȚĂ

Introducere

Într-o societate în care au loc schimbări permanente (accelerarea progresului tehnic, modificarea rapidă a preferințelor consumatorilor) entitățile trebuie să se adapteze mediului tot mai complex instabil și riscant. Acest mediu obligă întreprinderile, prin presiunile pe care le generează, să-și îmbunătățească capacitatea de a reacționa la factorii externi, asigurându-și astfel un maxim de securitate. În acest sens, managerii sunt cei care trebuie să depășească obstacolele întâlnite, astfel încât cu resurse costisitoare și limitate să obțină un maxim de rezultate. Unul din principalele sisteme de orientare, folosite cu succes de conducătorii eficienți în acest mediu fluctuant, îl constituie contabilitatea analitică sau de gestiune, a cărei principală componentă este desigur, informația cu privire la *costuri*. Apar astfel trei elemente, corelate într-o unitate inseparabilă, ca rezultat al condițiilor obiective din societatea actuală: calculația costurilor, informația vehiculată în procesul de conducere și decizia economică - întâia atribuție a oricărui manager.

Noțiuni generale privind calculația costului serviciilor și produselor

Costul de producție, reprezentând un indicator de bază ce caracterizează întreaga activitate economică a unui agent economic, constituie elementul principal al eficienței economice la nivel de unitate economică, iar studiul acestuia prezintă o importanță deosebită.

În condițiile economiei de piață, costul de producție reprezintă unul dintre indicatorii sintetici, care oglindește efortul de muncă vie și materializată dintr-un produs, lucrare sau serviciu, precum și folosirea judicioasă a mijloacelor economice, ordinea dintr-o unitate economică.

Calculația costurilor poate fi definită ca ansamblul de operațiuni matematice folosite în conformitate cu prevederile metodologice în vigoare, pentru determinarea costului unitar al unui produs sau serviciu. Metodele de calculație a costurilor au cunoscut o permanentă evoluție generată de problemele noi la care a trebuit să răspundă calculul costurilor. Decizia privind modul de organizare a calculației costurilor și adoptarea unei metode de calculație a costurilor sau a alteia presupune o analiză a principalilor factori care determină organizarea calculației costurilor.

Literatura de specialitate și practica economică recunoaște două mari grupe de metode clasice pentru stabilirea, controlul și analiza costurilor:

- metode de calculație bazate pe conceptul de cost complet: reflectă toate consumurile de resurse aferente elementului respectiv;
- metode de calculație bazate pe conceptul de cost parțial: reflectă numai o parte a consumului de resurse.

Calculația costurilor de producție în agricultură

Societățile comerciale agricole și societățile agricole de tip asociativ (asociații cu personalitate juridică) calculează costurile producției agricole obținută în cursul unui exercițiu financiar. Din punct de vedere organizatoric, activitatea acestor unități agricole se desfășoară în cadrul fermelor de producție și sectoarelor de deservire.

La nivelul unităților agricole, în cadrul cărora activitatea este delimitată pe ferme, evidența contabilă se poate organiza astfel:



La nivelul unității este organizată contabilitatea pe ferme;

La nivelul fermei este organizată evidența operativă urmărind execuția bugetului de venituri și cheltuieli: fiecare element de cheltuială este defalcat pe categorii de culturi, animale și feluri de activități auxiliare și de prelucrare.

Particularitățile pe care le prezintă procesul de producție din agricultură, modul de organizare a sistemului de evidență privind consumurile de resurse își pun amprenta asupra calculației costului producției agricole.

O primă problemă în legătură cu determinarea costului producției, se referă la termenul când poate avea loc calculația. Stabilirea costului producției agricole la intervale scurte de timp este dificilă datorită neconcordanței dintre perioada în care are loc consumul de resurse și timpul când se obține producția.

Neconcordanța între perioada când se efectuează cheltuielile cu producția și perioada de obținere a producției este diferențiată în funcție atât de profilul ramurilor, cât și al activităților din cadrul acestor ramuri ale agriculturii. Această situație este destul de vizibilă în ramura producției vegetale, ramură care influențează și producția animalieră prin aceea că asigură necesarul de furaje pentru creșterea și întreținerea animalelor. În zootehnie, neconcordanța este diferențiată în funcție de speciile și categoriile de animale.

La speciile și categoriile de animale unde apare sincronizare între cheltuieli și producție, aceasta are totuși un caracter relativ, situație determinată de particularitățile biologice ale animalelor. De exemplu, la animalele destinate pentru îngrășare, consumul de unități nutritive pe kilogram spor de creștere în greutate este diferențiat în prima perioadă (când este mai mare) față de ultima perioadă (când este mai mic), bineînțeles în condițiile unei furajări raționale, iar la categoria de animale vaci pentru lapte, după fătare, producția de lapte crește, progresiv, ca după o anumită perioadă să devină relativ staționară, în timp ce consumul zilnic de furaje are un nivel oarecum constant.

O altă problemă cu implicații asupra calculului costului unitar al producției agricole, o constituie obținerea, de la anumite culturi și categorii de animale, atât a produselor principale, cât și a celor secundare.

Obținerea de la anumite culturi și categorii animale a două sau mai multe produse principale determină stabilirea unui sistem de criterii pentru precizarea produsului principal și a produselor care sunt asimilate, din punct de vedere al calculației, ca producție secundară. Această delimitare în produse principale (cu și fără calculație) și în produse secundare impune, pe de o parte, alegerea procedurii de calculație, iar pe de altă parte, evaluarea produselor principale asimilate producției secundare.

Calculația costului unitar al producției are la bază datele privind cheltuielile de producție și producția obținută, înregistrate și grupate în evidența operativă a fiecărei ferme de producție.

Într-o formă generalizată, lucrările de postcalcul, în ordinea succesiunii lor, sunt următoarele:

- A. Centralizarea cheltuielilor de producție și a producției obținute;**
- B. Repartizarea cheltuielilor indirecte pe obiectele de calculație;**
- C. Stabilirea consumurilor interne și a altor elemente de cheltuieli pe obiecte de calculație;**
- D. Calculul costului unitar al producției.**

Aspecte specifice calculației costurilor pe subramuri ale producției agricole

Caracterul complex al producției agricole determină unele particularități în stabilirea costurilor pentru anumite subramuri ale producției agricole. În acest sens, prezentăm următoarele particularități:

➤ **Culturile de seră** se cultivă în două cicluri de producție: ciclul I în prima jumătate a anului calendaristic și ciclul II în a doua jumătate a acestuia. Calculul costului se efectuează pe cicluri de producție pentru fiecare cultură și pentru întreaga producție de seră. Calculația pe cicluri de producție este impusă de particularitățile procesului de producție în cele două cicluri sub aspectul naturii și cuantumului cheltuielilor de producție și al producției obținute.

În legătura cu acestea se impune delimitarea cheltuielilor de producție și a producției obținute pe cicluri de producție. Se disting două situații:

- În situația în care producția de bază a fermei constă numai în culturi de seră, în afara cheltuielilor individualizabile direct trebuie să se distingă două categorii de cheltuieli comune: cheltuieli comune fiecărui ciclu de producție și cheltuieli comune fermei care sunt și comune serei;

- În situația în care ferma are și culturi agricole în afară de cele de seră, este necesar să se separe trei categorii de cheltuieli comune, și anume cheltuielile comune ale fiecărui ciclu de producție, cheltuieli comune ambelor cicluri, adică întregii producții de seră și cheltuieli comune fermei.

Separarea acestor două grupe de cheltuieli comune serei se datorează faptului că, în ansamblul cheltuielilor comune ale fermei, cele comune culturilor de seră ocupă o pondere mare și ele trebuie repartizate numai la aceste culturi pentru a nu se denatura costul unitar. Serele au cheltuieli comune de mare pondere, cum sunt amortizarea și întreținerea instalațiilor de seră, cheltuieli cu încălzitul și udatul etc.

Cu privire la repartizarea cheltuielilor comune culturilor de seră se ridică problema criteriului sau bazei de repartizare. Considerăm că aceste cheltuieli trebuie repartizate proporțional cu suprafața ocupată de fiecare cultură în metri pătrați, ponderată cu numărul zilelor de vegetație.

În legătură cu răsadnițele cu încălzire termică se ridică probleme asemănătoare cu privire la cheltuielile comune.

➤ **Culturile furajere perene și anuale** prezintă unele particularități în procesul calculației, din punct de vedere al delimitării cheltuielilor pe perioade de gestiune și al procedurii de calcul al costului unitar. Problema delimitării cheltuielilor de producție se ridică pentru cheltuielile de înființare a culturilor perene, care se repartizează pe întreaga perioadă a culturii (2-3 ani) sub formă de cheltuieli în avans. Cu privire la procedeul de calcul utilizat, în cazul în care se dorește determinarea costului pe unitatea nutritivă (u.n.), este recomandat procedeul indicilor de echivalență.

➤ **Pentru creșterea ovinelor**, particularitățile calculației sunt determinate de caracterul eterogen al produselor obținute: lână, lapte, miei, respectiv gunoi. Primele trei produse sunt produse principale, iar ultimul produs secundar. Produsele se planifică și se urmăresc în evidență pe categorii (oi adulte, batali, tineret ovin din anul trecut după încărcare etc.), de la fiecare categorie de ovine obținându-se două sau mai multe feluri de produse. Costul se calculează însă numai pentru lână total, adică lâna obținută de la toate categoriile de ovine. În aceste condiții, cheltuielile de producție se înregistrează pe întreaga specie.

La calculul costului pentru lână trebuie să se scadă din totalul cheltuielilor valoarea, la prețul intern de decontare sau la valoarea realizabilă netă, a celorlalte produse obținute simultan: lapte, miei înțărcați, tineret ovin din anul precedent, piețele și gunoi de grajd (se aplică procedeul valorii rămase). Prin urmare, există multe produse principale fără un proces de calculație a costului, ceea ce influențează negativ costul produsului principal pentru care se recurge la un proces de calculație a costurilor. În această situație, se impune folosirea indicilor de echivalență.

➤ **Cu privire la producția avicolă** există particularitatea că pentru producția de ouă se calculează cost atât pentru ouăle destinate reproducției (incubatoarelor), cât și pentru ouăle destinate livrării, în două variante:

- Cu influența diferențelor dintre costul de înregistrare și cel de recuperare al păsărilor adulte reformate;

- Fără influența păsărilor respective.

Aceasta înseamnă că se calculează două costuri pentru fiecare categorie de ouă. În costul ouălor destinate reproducției se includ și cheltuielile privind cocoșii.

➤ **Producția albinelor (apicolă)** prezintă particularitatea că este variată ca și în cazul ovinelor. De la o colonie de albine se recoltează de regulă: miere, roiuri, ceară, lăptișor, polen. În ipoteza calculației costului pentru produsul de bază, mierea, se ridică de asemenea problema evaluării și scăderii produselor fără calculație din totalul cheltuielilor de producție. Pentru a se evita influența negativă a scăderii unor valori convenționale din cheltuieli, s-ar putea adopta procedeul indicilor de echivalență.

➤ **Specia de bovine** se subîmparte pe mai multe categorii, din care cea mai importantă categorie de producție este constituită din vaci pentru lapte și reproducători. De la această categorie se obțin două produse principale: lapte și viței, iar un produs secundar: gunoiul de grajd. În ipoteza în care este considerat produs principal numai laptele, calculul costului se efectuează prin aplicarea procedeului valorii rămase, viței și gunoiul de grajd fiind produse fără calculație. Calculul costurilor se poate realiza pentru lapte și viței prin utilizarea procedeului echivalării cantitative a produsului viței, cu produsul principal lapte.

Procedee de calculație a costului pe produs

Procedeul diviziunii simple

Acest procedeu își găsește o aplicabilitate limitată în ramura vegetală, unde toate cheltuielile sunt efectuate pentru obținerea unui singur tip de producție, neexistând culturi intercalate sau produse secundare, ca de exemplu în anumite sectoare din horticultură.

Procedeul valorii rămase

Acest procedeu este utilizat în toate cazurile în care de la o cultură sau de categorie de animale se obțin două sau mai multe produse, indiferent de destinația lor economică. Spre exemplu, la culturile cerealiere, obiectul principal de calculație îl reprezintă porumbul boabe, grâul etc. La categoria vaci pentru lapte produsul principal este laptele, la categoria ovine de producție produsul principal este lâna. În această situație, celelalte produse sunt produse fără calculație.

Procedeul indicilor de echivalență

Acest procedeu poate fi utilizat în cazul culturilor intercalate (spre exemplu: porumb cu fasole, porumb cu dovleci, pepeni cu fasole etc.). În acest caz, cheltuielile de producție se colectează în mod obișnuit pe grupul respectiv de culturi care constituie obiectul de calculație. Se pot distinge unele cheltuieli directe individualizabile, cum ar fi cele cu sămânța și recoltarea, dar practic nu se realizează această separare. Suma totală a cheltuielilor colectate, diminuată cu valoarea producției secundare (la valoarea realizabilă netă), se repartizează asupra produselor principale în baza unui criteriu ales. În practică se folosesc drept criterii de repartizare valoarea realizabilă netă a produselor, unităților nutritive.

Procedeul cantitativ

Acest procedeu de determinare a costului de producție are în vedere luarea în calcul a pierderilor potențiale ce pot surveni pentru anumite categorii de elemente pentru care se dorește determinarea costului de producție.

Procedeul echivalării cantitative a produsului secundar cu produsul principal

Se folosește în situația în care se obțin produse cuplate unul dintre acestea fiind considerat produs principal, iar altul produs secundar. Acest procedeu este întâlnit în cazul produselor obținute în cadrul unei stâne.

În concluzie, procedeele de calculație a costului pe produs sunt prezentate în schema de mai jos:

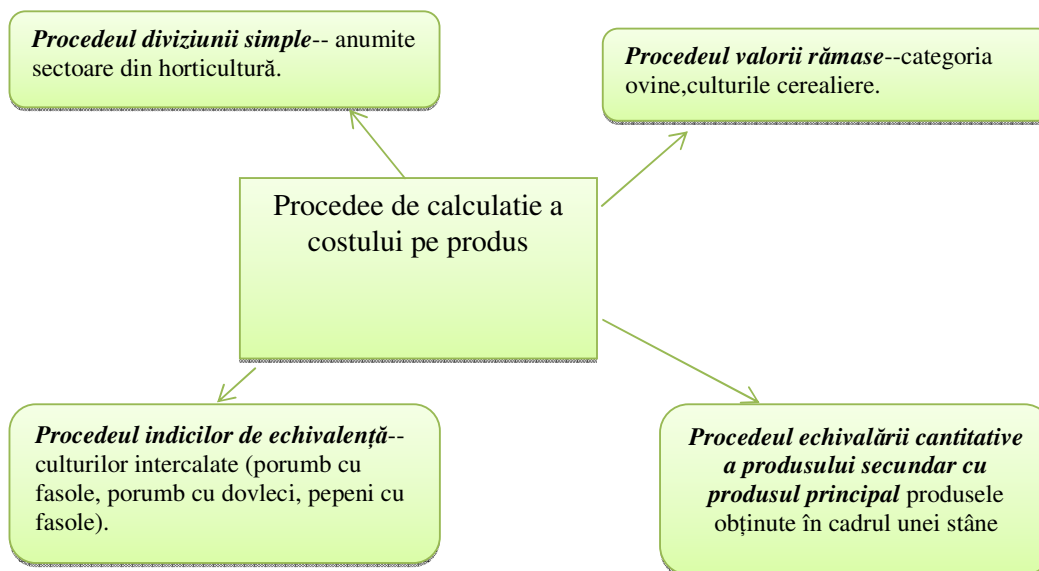


Figura nr. 1 Procedeele de calculație a costului pe produs

Dintre **metodele de calculație** ale costului complet utilizate în agricultură, amintim:

Metoda globală

Metoda globală este aplicată de societățile cu profil agricol care au o producție omogenă, ceea ce implică faptul că o structură a societății (ferma, sector de deservire) sau chiar întreaga societate are drept obiectiv obținerea unui singur tip de produs, lucrare sau serviciu.

În agricultură, metoda globală se aplică pentru:

- ✓ culturi legumicole (roșii, pepeni verzi, castraveți) și culturi în câmp deschis din care rezultă un singur produs (grâu, ovăz, orz, porumb);
- ✓ pomicultură în situația în care nu se mai plantează nimic între pomi și costul se calculează pentru întreaga producție și nu pe calități;
- ✓ sere dacă la nivelul serei se cultivă un singur produs.

Metoda pe faze

Metoda pe faze este folosită în cazul producției de masă, unde procesul de producție presupune parcurgerea mai multor faze. Obiectul calculației îl constituie produsele și fazele parcurse în procesul de producție. Această metodă este întâlnită în cazul producției avicole, de exemplu la categoria păsări tinere și la ingrașat pot fi determinate următoarele faze: puicute până la 125 zile, între 125-165 zile și între 165-540 zile, ultima perioadă cuprinzând perioada ouatului. De asemenea, în cazul vinificației fazele se pot delimita astfel: presare, fermentare, pritioc, filtrare, corecție aciditate.

Metoda pe comenzi

Obiectul de calculație îl reprezintă comanda individuală sau cea formată dintr-un număr de obiecte similare solicitate de diverși clienți. În cazul societăților în care se aplică metoda de calculație pe pe comenzi, la sfârșitul perioadei de gestiune există și producție în curs de execuție. Această metodă este întâlnită în cazul producției avicole.

Studiu de caz privind aplicarea metodei pe comenzi

O societate comercială are ca obiect de activitate creșterea fazanilor în vederea comercializării. Producția de fazani se stabilește în fiecare an în funcție de posibilitățile de creștere

si de dotarea cu mijloacele tehnice necesare (aparatură de incubat, spații de creștere în stare de funcționare si posibilități reale pentru valorificarea producției obținute – intern si extern). Societatea crește fazani pe baza acordurilor încheiate anterior, aplicând metoda pe comenzi pentru evidența activității în contabilitatea de gestiune În anul 200N societatea crește 1.500 de pui. Reproducătorii se procură la data de 1 martie a anului de producție și sunt în număr de 150. Prețul de achiziție al puilor cumpărați este de 1.000 lei/pui.

Cheltuielile înregistrate în cursul exercițiului au fost:

Cheltuieli cu hrana:	100.000	Cheltuieli cu amortizarea:	
• Hrană reproducători	20.000	• utilajelor din hala de producție	12.000
• Hrană pui 1-45 zile	55.000	• imobilizărilor utilizate de personalul administrative	8.000
• Hrană pui 46-120 zile	25.000	• imobilizarilor utilizate de personalul de distribuție	7.000
Cheltuieli cu salariile:		Cheltuieli cu medicamente:	30.000
• muncitorilor care lucrează în hală	50.000	- medicamente reproducători	5.000
• personalului administrative	25.000	- medicamente pui 1-45 zile	20.000
• personalului de distribuție	15.000	- medicamente pui 46-120 zile	5.000
Cheltuieli cu curățenia:	25.000	Cheltuieli cu alte servicii de la terți	11.500
• pentru hală	20.000		
• pentru birouri	5.000		
Cheltuieli cu utilitățile	50.000	Cheltuieli livrare per comandă	200
Cheltuieli cu combustibili	15.000	Cheltuieli urmărire per comandă	100

Costul unui pui de o zi este de 15 ori rația de hrană a unui reproducător pe zi.

După terminarea procesului de incubatie și acoperirea necesarului privind realizarea programului de producție stabilit, ouăle rezultate în plus vor fi valorificate pe piața liberă pentru consumul uman. Evaluarea contabilă a ouălor se face la costul de producție. Acesta se consideră a fi egal cu 1,5 x rația de hrană a unui reproducător pe zi. În cursul perioadei s-au obținut în plus 1.000 ouă. Prețul de vânzare al unui ou este de 1 leu. Ouăle sunt considerate produse secundare.

În anul 200N s-au obținut 1.600 pui, din care 300 au fost vânduți la 45 zile (pentru care s-au primit 5 comenzi cu aceeași cantitate), 1.200 au fost vânduți la 120 zile (pentru care s-au primit 9 comenzi cu aceeași cantitate), iar restul au fost păstrați ca reproducători. Costul de vânzare al unui pui de 45 zile este de 150 lei, iar al unui pui de 120 zile de 250 lei.

Cheltuielile indirecte se repartizeaza în funcție de numărul de păsări din fiecare categorie, ponderat cu următorii coeficienți:

- reproducători: 3;
- pui 1-45 zile: 0,5;
- pui 46-120 zile: 1.

Cheltuielile de administrație se repartizează în funcție de costul de producție, iar cheltuielile de desfacere în funcție de numărul de comenzi.

Se va urmări:

1. Determinarea costului produselor secundare și a rezultatului obținut din vânzarea lor;
2. Calcularea costului de producție al unui pui de 45 zile;
3. Calcularea costului de producție al unui pui de 120 zile;
4. Calcularea profitului obținut dintr-o comandă pentru 60 pui de 45 zile;
5. Calcularea profitului obținut dintr-o comandă pentru pui de 120 zile;

6. Reflectarea în contabilitate financiară a principalelor înregistrări contabile efectuate în perioada analizată;

7. Reflectarea operațiunilor în contabilitatea de gestiune.

Costul produselor secundare

Cost ou = $1,5 \times$ rația de hrană a unui reproducător pe zi

Rația de hrană a unui reproducător pe zi = $20.000/150$ reproducători $\times 365$ zile = 0,3653 lei.

Cost ou = $1,5 \times 0,3653 = 0,548$ lei;

Rezultatul obținut din vânzarea ouălor = $1.000 \times (1 - 0,548) = 452$ lei.

Repartizarea cheltuielilor indirecte conform procedului indicilor de echivalența directi

NC	Elemente	Cantitate	Indici de echivalența	Cantitate echivalența	Cost unitar	Cost total
1.	Reproducatori	250 ³⁵	3	750 ³⁶	226,4286 ³⁷	56.607,15 ³⁸
2.	Pui 1-45 zile	300	0.5	150	37,7381	11.321,43
3.	Pui 46-120 zile	1.200	1	1.200	75,4762	90.571,42
	Total			2.100		158.500

Cheltuiala indirectă pe unitate echivalentă = $158.500/2.100 = 75,4762$ lei

➤ **Repartizarea cheltuielilor de administrație în funcție de costul de producție:**

- Cost de producție total = $230.559,69 + 27.027,78 + 180.460,53 = 438.048$ lei
 $K = 38.000/438.048 = 0,0867$

➤ **Cheltuieli de administrație aferente:**

- reproducători = $0,0867 \times 230.559,69 = 19.989,53$ lei;
- pui 1- 45 zile = $0,0867 \times 27.027,78 = 2.343,31$ lei;
- pui 46-120 zile = $38.000 - 19.989,53 - 2.343,31 = 15.667,16$ lei.

➤ **Repartizarea cheltuielilor de distribuție în funcție de numărul de comenzi**

- Număr comenzi = 14
 $K = 26.200/14 = 1.871,43$

➤ **Cheltuieli de distribuție:**

- pui 1- 45 zile = $1.871,43 \times 5 = 9.357,15$ lei;
- pui 46-120 zile = $26.200 - 9.357,15 = 16.842,85$ lei.

Evidența valorică a efectivului de fazani se ține la prețul de achiziție pentru reproducatorii procurați de la alți furnizori, la care se adaugă lunar costul de întreținere a lor, iar la costul de producție sunt evidențiate producția de ouă și producția de pui. Evidența contabilă a reproducatorilor se ține cu ajutorul contului 361 prin înregistrarea contabilă :

361=401 150.000 lei

În fiecare perioadă de gestiune (luna) la acest preț se adaugă cheltuielile aferente întreținerii acestora care ar reprezenta sporul de creștere conform înregistrării:

361=711 72.387,95 lei

³⁵ 150 initial + 100 din anul curent

³⁶ 250×3

³⁷ $75,4762 \times 3$

³⁸ $226,4286 \times 250$

Înregistrările în contabilitatea financiară

NC	Operația economică	Contabilitatea financiară	Suma (lei)
1.	Consumul de furaje conform BC	6026=3026	100.000
2.	Consumul de materiale (medicamente)	6021=3021	30.000
3.	Centralizatorul statelor de salarii	641=421	90.000
4.	Amortizarea volierelor de stocaj și a eclozoarelor	6811=2812	27.000
5.	Utilități	605=401	50.000
6.	Inregistrare alte servicii terți, curetenie, cheltuieli livrare comenzi, cheltuieli urmarire comenzi	628=401	40.700
7.	Combustibili	6022=401	15.000
8.	Inregistrarea producției de oua	345=711	548
9.	Vanzare oua	4111=701 711=345	1.000 548

Productia de pui se receptioneaza și se inregistreaza după cum urmeaza:

- Puii de fazan de o zi se inregistreaza la costul de productie astfel:
 $3317.45=711 \quad 8.767,2^{39}$ lei
- In fiecare perioada de gestiune la acest pret se adauga cheltuielile aferente intretinerii:
 $3317.45=711 \quad 86.321,43$ lei
- Pui de 40-50 de zile se inregistreaza la costul de productie:
 $711=3317.45 \quad 95.088,63^{40}$ lei
 $3317.120=711 \quad 68.060,85^{41}$ lei
- Pui de 45-120 de zile colecteaza in cursul perioadei cheltuieli de productie astfel:
 $3317.120=711 \quad 120.571,42$ lei
- Cand puii ajung la maturitate(900g) se inregistreaza la costul efectiv astfel:
 $711=3317.120 \quad 188.632,27$ lei
- Cei 100 de pui transferati la reproducatori se inregistreaza astfel:
 $361=711 \quad 7.543,14$ lei

Înregistrări în contabilitatea de gestiune:

1.Colectarea cheltuielilor preluate in contabilitatea de gestiune	6.Recunoasterea produselor finite la cost efectiv
% = 901 352.700 lei	902 = % 131.288,86 lei
921/rep 25.000 lei	921/45 18.260,58 lei
921/45 75.000 lei	921/120 113.028,28 lei
921/120 30.000 lei	921/rep 452,00 lei
923 8.500 lei	
924 38.000 lei	
925 26.200 lei	
2.Includerea cheltuielilor indirecte	7.Recunoastere produselor finite la cost

³⁹ $150 \cdot 0,03653 \cdot 1600$ pui

⁴⁰ Suma cheltuielilor directe și indirecte aferente fazanilor din aceasta categorie

⁴¹ $83.767,2 \cdot 1300/1600$

repartizare rațional în costul produsului: % = 923 158.500 lei 921/rep 56.607,15 lei 921/45 11.321,43 lei 921/120 90.571,42 lei	efectiv % = 902 131.288,86 lei 931/45 18.260,56 lei 931/120 113.028,28 lei 931/oua 452,00 lei
3.Obținere pui de producție 902 = 921/rep 8.767,2 lei 931/45 = 902 8.767,2 lei	8.Închiderea conturilor de cheltuieli neincluse în costul de producție 902 = % 144.131,09 lei 921/rep 79.931,09 lei 924 38.000,00 lei 925 26.200,00 lei
4.Recunoaștere fazani 45 de zile transferați la fazani 120 de zile 902 = 921/45 68.060,85 lei 931/120 = 902 68.060,85 lei	9.Închiderea conturilor 901 = % 352.700,00 lei 931/4 27.027,78 lei 931/120 18.089,13 lei 931/ouă 452,00 lei 902 144.131,09 lei
5.Recunoaștere fazani 120 de zile transferați la reproducători 902 = 921/120 7.534,14 lei 921/rep = 902 7.534,14 lei	

Concluzii în urma realizării studiului de caz în ceea ce privește aplicarea metodei pe comenzi

Societatea utilizează ca metodă de calculație a costului, metoda pe comenzi. Aceasta prezintă avantaje, dar și dezavantaje. În cazul în care societatea nu ar crește fazani pe baza acordurilor încheiate anterior, ar atrage falimentul sigur al crescătoriei, deoarece fazanii stând în așteptare în voliere de stocaj consumă furaje, penajul se degradează, slăbesc, iar procentul de pierderi crește.

Însă utilizarea acestei metode prezintă și dezavantaje. Astfel, metoda **nu asigură controlul operativ și sistematic al cheltuielilor de exploatare încorporabile în costuri**. Calculând costul complet efectiv după încheierea procesului de producție, personalul ocupat cu evidența nu mai are timp suficient pentru a analiza mai amănunțit cheltuielile de producție și a veni cu propuneri pentru reducerea lor. În acest fel, conducerea entității este lipsită de un instrument eficient, menit să ducă la îmbunătățirea activității. Un alt dezavantaj îl constituie **ignorarea efectelor variației activității asupra cheltuielilor**. Calculația costurilor complete se bazează pe împărțirea costurilor în costuri directe și costuri indirecte pe purtători de costuri. Această diferențiere nu ține seama de dependența costurilor față de activitate (costuri variabile și costuri fixe), în consecință decontarea costurilor pe purtători de costuri nu se efectuează în mod rațional, adică în raport de ocazionarea lor.

Bibliografie:

- | | | |
|----|--|--|
| 1. | Nadia Albu
Cătălin Albu | Instrumente de management al performanței , Volumul I – Contabilitate de gestiune și Volumul II – Control de gestiune, Editura Economică, București, 2003 |
| 2. | Mariana Bănuță | Contabilitatea și auditul stocurilor în industria mobilei , teză de doctorat, ASE București, 2002 |
| 3. | Constantin Bărbulescu, Constantin Băgu | Managementul producției Vol. II, Editura Economică, București 2002 |
| 4. | Ilie Băvița (coord.), Daniela Artemisa Calu, Mădălina Dumitru, Ileana Cosmina Pitulice, Adriana Florina Popa | Contabilitate în agricultură-Abordări teoretice si practice , Editura Contaplus, București, 2008 |
| 5. | Oprea Călin,
Gheorghe Cârstea | Contabilitatea de gestiune și calculația costurilor , Editura Genicod, București, 2002 |
| 6. | Corina Graziella Dumitru, Corina Ioanăș | Contabilitatea de gestiune și evaluarea performanțelor , Editura Universitară, 2005 |
| 7. | Mihail Epuran,
Corina Grosu | Contabilitate și control de gestiune , Editura Economică, București, 1999 |
| 8. | Victoria Firescu | Contabilitatea de gestiune , Editura Tribuna Economică, București, 2006 |

METODE ȘI TEHNICI PRIVIND FUZIUNEA ȘI DIVIZAREA SOCIETĂȚILOR COMERCIALE

Autor: Emilia CÎNIPÎĂ
anul III, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Lector univ. drd. Mihaela-Iuliana DUMITRU

Abstract

This project presents the stages and processes by which companies participating in the merger or division must meet.

Operations performed on the merger are very complex, these including: inventory, revaluation, the overall assessment of the company, receiving and disposal of assets, share capital increase by issuing shares.

The effect of Merger or division is dissolution without liquidation of companies which ceases to exist, and sending their universal elements of assets and liabilities to the beneficiary company or companies, in the state is on the merger or division.

Aspecte privind fuziunea și divizarea societăților comerciale

Fuziunea reprezintă ansamblul de operațiuni prin care două sau mai multe societăți comerciale hotărăsc separat transmiterea elementelor de activ, și de pasiv la una dintre societăți sau înființarea unei noi societăți comerciale în scopul comasării activităților.

Divizarea se face prin împărțirea integrală a elementelor de activ și de pasiv ale unei societăți comerciale care își încetează existența, între două sau mai multe societăți comerciale existente ori care iau ființă.

Fuziunea trebuie hotărâtă de fiecare societate în parte, ele trebuind să respecte condițiile stabilite pentru modificarea actului constitutiv al societății. Cu ocazia acestei operații, fiecare societate va efectua inventarierea patrimoniului și evaluarea elementelor patrimoniale, întocmind un bilanț de fuziune care va fi depus odată cu cererea de înscriere a hotărârii de fuziune a registrului comerțului.⁴²

1.1 Consecințele și data fuziunii sau divizării

Fuziunea sau divizarea are ca efect dizolvarea, fără lichidare a societăților comerciale care își încetează existența, și transmiterea universală a elementelor de activ și de pasiv către societatea sau societățile comerciale beneficiare⁴³, în starea în care se află la data fuziunii sau a divizării.

Data fuziunii sau a divizării reprezintă data înmatriculării la Registrul Comerțului a noii societăți sau ultimei dintre ele în cazul constituirii uneia sau mai multor societăți, iar în celelalte cazuri la data înscrierii în Registrul Comerțului a mențiunii privind majorarea capitalului social al societății absorbante, în conformitate cu prevederile art. 243 din Legea nr. 31/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

⁴² Hurduzeu G – Achizitii și fuziuni de firme, Editura Economica, București, 2003

⁴³ Dacă, prin fuziune sau divizare, se înființează o nouă societate, aceasta se constituie în condițiile prevăzute de Legea societăților comerciale pentru forma de societate convenită.

O societate comercială nu își încetează existența în cazul în care o parte din elementele de natura activelor și pasivelor ei se desprind și se transmit către una sau mai multe societăți comerciale existente ori care iau ființă.

Aportul unei părți din elementele de activ ale unei societăți comerciale la una sau mai multe societăți comerciale existente ori care iau ființă, în schimbul acțiunilor sau părților sociale ce se atribuie acționarilor sau asociaților acelei societăți la societățile comerciale beneficiare, este supus în mod corespunzător dispozițiilor legale privind divizarea, dacă are loc prin desprindere potrivit alineatului precedent.

1.2 Modalități de realizare a fuziunii și divizării

Fuziunea sau divizarea se hotărăște de fiecare societate în parte, în condițiile stabilite pentru modificarea actului constitutiv al societății.

Cu ocazia acestei operații, fiecare societate va efectua inventarierea patrimoniului și evaluarea elementelor patrimoniale, întocmind un bilanț de fuziune care va fi depus odată cu cererea de înscriere a hotărârii de fuziune a registrului comerțului.⁴⁴

Fuziunea se face prin absorbirea unei societăți de către o altă societate sau prin contopirea a două sau mai multe societăți pentru a alcătui o societate nouă.

Câteodată, nu se poate proceda la schimbul părților sociale sau al activelor societăților care dispar, în cazul părților sociale sunt deținute:

- Fie de societatea beneficiară sau de o persoană care acționează în nume propriu, dar pe socoteala societății;
- Fie de societatea care dispare sau de o persoană care acționează în numele său propriu, dar pe contul societății.

Clasificarea fuziunii societăților comerciale

În literatura de specialitate au fost identificate mai multe tipuri de fuziuni însă cele mai reprezentative sunt:

- După modalitatea juridică de realizare, se disting două tipuri de fuziuni:
 - Fuziunea prin absorbirea⁴⁵ uneia sau mai multor societăți comerciale de către o altă societate comercială;

Societatea A + Societatea B (eventual și societățile C, D, etc.) = Societatea A

- Fuziunea prin contopirea a două sau mai multe societăți comerciale pentru a alcătui o societate comercială nouă.

Societatea A + Societatea B = Societatea C
--

Modalitățile de fuziune sunt menționate într-un proiect de fuziune întocmit de către managerii societăților implicate în operație, proiect care trebuie aprobat de adunarea generală a asociaților fiecărei societăți.

- Restructurarile interne au ca obiect o remodelare juridică a puterii în interiorul unui grup, cu scopul de a modifica organizarea internă a întreprinderii pentru a face față imperativelor de dezvoltare a acesteia.
- După apartenența societăților comerciale la diferite ramuri de activitate:
 - În aceeași ramură, în scopul intensificării specializării. Fuziunile duc la fenomenul de concentrare a producției și a capitalurilor;

⁴⁴ Hurduzeu G – Achiziții și fuziuni de firme, Editura Economică, București, 2003.

⁴⁵ Fuziunea prin absorbție are loc în condițiile în care o societate este de acord cu transferarea patrimoniului la o altă societate. Transferarea patrimoniului se poate face în mod total sau parțial. Societatea care absoarbe dobândește drepturi și este ținută de obligațiile societății comerciale pe care o absoarbe.

- Din punct de vedere organizațional sau strategic, fuziunea (operațiune de creștere externă) poate îmbrăca următoarele forme:
 - *Fuziunea orizontală* se realizează în vederea întăririi gamei sale de produse, o societate fuzionează cu o altă societate din același sector de activitate;
 - *Fuziunea verticală* se obține între partenerii comerciali;
 - *Fuziunea congenerică* se crează între societăți din aceeași ramură. Societățile, prin obiectul activității lor, sunt complementare; ele nu fac aceleași produse și nu prezintă relații comerciale între ele.
 - *Fuziunea conglomerat* are ca scop diversificarea activității cu risc comercial minim. Acest tip de fuziune se realizează între societăți din ramuri diferite.

Această clasificare permite evidențierea motivelor economice și financiare ale operațiilor de fuziune (creștere externă) economiile de scară (diminuarea costului de producție ca urmare a creșterii volumului producției, reducerea cheltuielilor administrative, etc), creșterea puterii de piață a întreprinderii și sinergiile de natură financiară.

- După motivațiile care stau la baza furnizorilor, acestea pot fi grupate în trei categorii:
 - *Fuziune-dezvoltare* realizată din considerente economice pentru creșterea specializării și/sau diversificării;
 - *Fuziune-salvare* operațiune bazată pe motive juridice sau financiare în scopul redresării întreprinderilor aflate în dificultate economică;
 - *Fuziuni-realizate* din motive juridice cu caracter social;
 - *Fuziune-dezvoltare* realizată din considerente economice pentru creșterea specializării și/sau diversificării.

1.3 Fuziunea între doua sau mai multe societati poate avea ca obiective:

- Consolidarea pozitiei pe piață; fuziunea
- Restructurarea;
- Integrarea pe verticală, prin absorbirea unui furnizor important sau a unui client important;
- Evitarea lichidării prin faliment.

În condițiile țării noastre, foarte multe întreprinderi continuă lupta supraviețuirii, una dintre probleme fiind realizarea unui nivel de concentrare dar și de specializare în domeniul producției sau al centralizării capitalului. Aceasta se poate realiza:

- Fie printr-o nouă concentrare sau specializare a producției cu fundament economic, comercial sau financiar (fuziune);
- Fie prin divizarea fostelor întreprinderi industriale mari, înscrise într-un proces de redresare economico-financiară.

În situația în care societatea comercială care a preluat afacerea continuă activitatea comercială a întreprinderii care și-a cedat bunurile, la operațiunile de fuziune se poate folosi metoda valorii nete contabile care presupune preluarea tuturor elementelor bilanțiere.

La data întocmirii bilanțului de fuziune, diferențele de curs valutar dintre cursul de schimb de la această dată și cursul de schimb de la data înregistrării în contabilitate.

Operațiunile care au loc după data întocmirii bilanțului de fuziune se efectuează numai cu aprobarea acestora de către societatea absorbantă sau de către societățile care primesc elementele de activ și de pasiv. Activitățile respective vor fi evidențiate în contabilitatea societății comerciale absorbite și vor fi avute în vedere la întocmirea documentelor privind protocolul de predare primire și balanța de verificare.

Societățile care fuzionează și care au înregistrat pierdere contabilă vor stipula în documentele de fuziune modalitățile de acoperire a pierderii.

1.4 Modalități de realizare a divizării

Divizarea întreprinderilor sau scindarea reprezintă operația prin care se realizează transmiterea patrimoniului unei societăți, la două sau mai multe societăți existente sau societăți noi.

Astfel divizarea poate îmbrăca următoarele forme:

- *Divizare totală* a societăților comerciale constă în împărțirea întregului patrimoniu al unei persoane juridice care își încetează existența către două sau mai multe societăți comerciale existente ori care se înființează.
- *Divizare parțială* are în vedere desprinderea numai a unei părți din patrimoniu, urmată de o transmitere către una sau mai multe societăți existente sau care iau naștere în acest fel. Este tratată ca un aport parțial de activ și nu ca o divizare propriu-zisă.

Între divizarea totală și cea parțială nu sunt decât deosebiri de ordin cantitativ și se referă la întinderea masei patrimoniale care formează obiectul împărțirii, nu și de ordin calitativ.

Divizarea societății poate avea loc:

- Prin deprinderea unei părți din patrimoniu și transmiterea către una sau mai multe societăți existente sau care iau astfel ființă;
- Prin împărțirea întregului patrimoniu al societății între două sau mai multe societăți existente sau care iau astfel ființă.

În acest caz, întreprinderea care se divide, își încetează existența.

Determinarea raportului de schimb al acțiunilor sau al părților sociale, pentru a acoperi capitalul societăților comerciale absorbite.

În cadrul acestei etape au loc următorii pași:

- a) se stabilește valoarea contabilă a acțiunilor sau a părților sociale ale societăților comerciale care fuzionează, prin raportarea aportului net la numărul de acțiuni sau de părți sociale emise. Valoarea contabilă a unei acțiuni/părți sociale se poate obține și prin raportarea activului net contabil la numărul de acțiuni/părți sociale;

Operațiunile care au loc cu ocazia fuziunii prin absorbție sunt:

1. Inventarierea și evaluarea elementelor de activ și de pasiv ale societăților comerciale care fuzionează, înregistrarea rezultatelor inventarierii și ale evaluării, efectuate cu această ocazie.

2. Întocmirea situațiilor financiare înainte de fuziune de către societățile comerciale care urmează să fuzioneze. Pe baza bilanțului întocmit înainte de fuziune se determină activul net contabil, potrivit formulei:

$\text{Activ net contabil} = \text{Total Active} - \text{Total Datorii}$
--

3. Evaluarea globală a societăților. Determinarea aportului net. Pentru evaluarea societăților intrate în fuziune se poate folosi una dintre următoarele metode: metoda patrimonială sau metoda activului net, metoda bursieră, metoda bazată pe rezultate (valoarea de rentabilitate, valoarea de randament, valoarea de supraprofit), metode mixte și metoda bazată pe fluxul financiar sau cash-flow-ul.

Valoarea globală a societății stabilită printr-una dintre metodele menționate reprezintă valoarea aportului net de fuziune al fiecărei societăți intrate în fuziune. Pe raportul baza acestei valori se stabilește raportul de schimb. Evaluarea se face pornind de la de schimb situațiile financiare încheiate la aceeași dată de către toate societățile.

În cazul în care valoarea activului net contabil nu este aceeași cu cea a aportului net, diferențele sunt recunoscute ca elemente de câștiguri sau pierderi din fuziune⁴⁶.

⁴⁶ Dacă valoarea aportului net este mai mare decât activul net contabil, diferența este recunoscută ca profit. În situația în care valoarea aportului net este mai mică decât activul net contabil, diferența este recunoscută ca pierdere.

4. Determinarea raportului de schimb al acțiunilor sau al părților sociale, pentru a acoperi capitalul societăților comerciale absorbite.

1. Aspecte financiare ale operațiilor de fuziune

Societățile care participă la fuziune trebuie să fie evaluate. Această evaluare se face în scopul determinării unui raport de schimb între titlurile societăților care participă la operația de fuziune.

Raportul de schimb este numărul de acțiuni ale societății ce beneficiază de aporturi la care dă/dau dreptul o acțiune sau mai multe acțiuni ale societății care aduce/au⁴⁷.

Pentru evaluarea societăților care participă la fuziune, se pot utiliza mai multe metode, dar primele trei par să tragă atenția specialiștilor, cum ar fi:

- Metoda bazată pe evaluarea patrimoniului;
- Metoda bazată pe valoarea capitalului economic;
- Metoda bazată pe rentabilitate.

Deși este recomandat să se folosească mai multe metode de evaluare, metodele cel mai des folosite pentru evaluarea societăților care fuzionează sunt cele bazate pe evaluarea patrimonială. Evaluarea societăților pe baza acestor metode presupune determinarea activului net contabil și a activului net corectat (corijat).

Activul net contabil se determină pe baza valorilor existente în bilanțurile întocmite înainte de operația de fuziune. Astfel:

Activul net contabil (ANC) = Activ bilanțier (mai puțin activele fictive) - Datorii;

SAU

Activul net contabil (ANC) = Capitaluri proprii - Active fictive

Deoarece, în cazul fuziunii, trebuie să se țină cont de eventualele plusuri sau minusuri de valoare latente, evaluarea societăților pe baza activului net corectat este mult mai obiectivă.

Activul net corectat = Activul net contabil +/- Valoarea rezultată din evaluarea activelor și datoriilor la fuziune.

2. Contabilizarea operațiilor de fuziune

Pentru contabilizarea operațiilor de fuziune, în literatura de specialitate din țara noastră, se regăsesc două metode: *metoda rezultatului* și, respectiv, *metoda capitalizării*.

Metoda rezultatului⁴⁸, care este de inspirație franceză, presupune utilizarea conturilor de venituri și cheltuieli pentru reflectarea în contabilitate a transferului activelor și datoriilor de la societatea care se dizolvă (societatea aporitoare) la societatea beneficiară de aport.

Deoarece planul de conturi din țara noastră nu este dotat cu conturi speciale pentru reflectarea în contabilitate a operațiilor de fuziune, pentru înregistrarea veniturilor și cheltuielilor generate de transferul activelor și datoriilor se utilizează conturile 7583 „Venituri din vânzarea activelor și alte operații de capital” și 6583 „Cheltuieli privind activele cedate și alte operații de capital”. În urma închiderii conturilor de venituri și cheltuieli, la societatea aporitoare, se determină rezultatul generat de operația de lichidare, care se reflectă cu ajutorul contului 121 „Profit și pierdere”.

Metoda capitalizării, care este un produs original al normalizatorilor contabili din țara noastră, presupune ca plusurile sau minusurile de valoare, constatate cu ocazia inventarierii efectuate în vederea fuziunii, să se înregistreze cu ajutorul contului 105 „Rezerve din reevaluare”.

⁴⁷ Niculae Feleagă, Ion Ionașcu, Tratat de contabilitate financiară, Vol. II, Editura Economică, 1998, pag 619.

⁴⁸ Deoarece nu a fost prevăzută de reglementările din țara noastră, această metodă de contabilizare este utilizată mai puțin în practică.

De asemenea, pentru reflectarea în contabilitate a transmiterii - primirii activelor și datoriilor se utilizează conturile 892 „*Bilanț de închidere*”, la societatea aportoare, și 891 „*Bilanț de deschidere*”, la societatea beneficiară de aport.

Exemplificarea operațiilor de fuziune

- Fuziunea prin absorbire:
 - a) Când societățile sunt independente;
 - b) Când absorbantul deține acțiuni la absorbit;
 - c) Când absorbitul deține acțiuni la absorbant;
 - d) Când societatea absorbantă și societatea absorbită dețin participații reciproce.

Pregătirea fuziunilor și divizărilor

A. Condițiile financiare ale operațiunii

Pentru a determina aceste condiții se pot folosi metodele tradiționale practicate în cazul aporturilor în natură (evaluarea bunurilor aportate la valoarea lor intrinsecă; evaluarea titlurilor atribuite ca plată pentru aporturi; împărțirea valorii nete a bunurilor aportate la valoarea reală a acțiunilor societății beneficiare a aporturilor). În practică sunt utilizate și alte criterii pentru o determinare mai exactă a valorii economice a întreprinderii (volumul producției; rentabilitatea; cursul la bursă; perspective de viitor).

Evaluarea societăților

Există foarte multe metode de evaluare a societăților, printre care:

- a) Valoarea intrinsecă (matematică) – valoarea patrimoniului.
- b) Valoarea lichidativă – valoarea intrinsecă diminuată cu cheltuielile și impozitele antrenate de lichidarea societății.
- c) Valoarea productivității – capitalizarea dobânzilor determinate de marja brută de autofinanțare, de beneficiar net sau de media dividendelor distribuite pe societate.
- d) Valoarea de bursă – calculată față de cursul mediu al acțiunii

Este necesară utilizarea mai multor criterii de evaluare, fără însă ca numărul lor să fie prea mare. Acestea trebuie să fie semnificativă pentru ceea ce doresc să reprezinte.

Determinarea parităților

Valoarea totală a societății este împărțită la numărul de acțiuni. Cu ajutorul capitalului fiecăreia dintre ele, se determină valoarea unitară a fiecărui titlu. Paritatea schimbului de titluri este dată tocmai de compararea acestor valori, dacă raportul de schimb definitiv poate fi hotărât. Raportul trebuie să fie simplu și posibil. Din paritatea obținută rezultă numărul de acțiuni noi emise de societatea absorbantă sau nouă în vederea atribuirii lor acționarilor societății absorbite sau divizate.

Crearea unui cont “Prima de fuziune”

Dacă valoarea reală a acțiunilor societății absorbante excede valoarea lor nominală, diferența între valoarea bunurilor primite ca aport și valoarea majorării capitalului societății absorbante trebuie să fie în pasivul bilanțului, într-un cont de “primă de fuziune”.

Prima de fuziune poate fi utilizată și pentru acoperirea cheltuielilor relative la fuziune sau divizare, completarea fondului de rezervă ori constituirea de provizioane sau de rezerve particulare.

B. Proiectul de fuziune sau divizare

Este întocmit de către consiliul de administrație al societăților interesate și semnat de reprezentantul fiecăreia dintre societățile participante la operațiune. Este necesar:

- a) pentru fuziune - acordul societății absorbante și a celor absorbite, sau al fiecărei dintre societățile ce fuzionează - dacă se crează o societate nouă.
- b) pentru divizare - acordul societății divizată și a celor beneficiare

Conținutul planului de fuziune sau divizare

Proiectul planului de fuziune sau divizare trebuie să aibă incluse cel puțin următoarele indicații:

- Forma, denumirea și sediul social al tuturor societăților participante la operațiune
- Fundamentarea - scopurile (cauzele, obiectivele) și condițiile fuziunii sau divizării
- Stabilirea și evaluarea activului și pasivului care trebuie transmis la societățile absorbante sau noi
- Modalitățile de predare a acțiunilor sau părților sociale și data la care acestea au dreptul la dividende
- Paritatea (raportul de schimb) a acțiunilor sau părților sociale
- Quantumul primei de fuziune sau al primei de divizare
- Drepturile ce se acordă obligatarilor – deținătorilor de obligațiuni și orice avantaje speciale (acțiuni preferențiale, drepturi de fondator)
- Data la care trebuie să fie încheiate bilanțurile contabile de fuziune sau bilanțul de divizare (data care trebuie să fie aceeași pentru toate societățile participante la operațiune)
- Data la care operațiunile societății absorbite sau divizate vor fi considerate din punct de vedere contabil, ca fiind efectuate la societatea beneficiară de aporturi.

Proiectul de fuziune sau divizare trebuie să conțină orice alte date particulare care prezintă interes pentru operațiune.

Publicitatea proiectului de fuziune sau divizare

Oricând se petrece un eveniment în viața societății comerciale – de natură să ducă la modificarea actelor constitutive sau să ducă la dispariția persoanei morale în cauză – trebuie îndeplinite formalitățile de publicitate prevăzute de lege. Este și cazul restructurării societăților comerciale prin fuziune sau divizare.

Proiectul de fuziune sau divizare, semnat de reprezentanții societăților participante la operațiune, se depune la Camera de Comerț și Industrie a României unde este înmatriculată fiecare societate implicată. Se depune împreună cu proiectul de fuziune sau divizare și o declarație a societății care încetează a exista în care se menționează modul în care aceasta a hotărât să stingă pasivul său. Proiectul de fuziune sau divizare se publică și la Monitorul Oficial.

Procedura de fuziune sau divizare

Fuziunea și divizarea societăților comerciale urmează în general aceleași reguli procedurale.

Fuziunea și divizarea se face **între societăți care au forme diferite** (SNC, SA, SCA).

Societățile în lichidare se pot fuziona sau se pot divide dacă nu a început repartitia părților ce li se cuvin din lichidare.

Proiectul de fuziune sau de divizare

Este întocmit de către consiliul de administrație al societăților interesate și semnat de reprezentantul fiecăreia dintre societățile participante la operațiune. Este necesar:

- a) pentru fuziune - acordul societății absorbante și a celor absorbite, sau al fiecărei dintre societățile ce fuzionează - dacă se crează o societate nouă.
- b) pentru divizare - acordul societății divizată și a celor beneficiare

Conținutul planului de fuziune sau divizare

Proiectul planului de fuziune sau divizare trebuie să aibă incluse cel puțin următoarele indicații:

- Forma, denumirea și sediul social al tuturor societăților participante la operațiune
- Fundamentarea - scopurile (cauzele, obiectivele) și condițiile fuziunii sau divizării
- Stabilirea și evaluarea activului și pasivului care trebuie transmis la societățile absorbante sau noi
- Modalitățile de predare a acțiunilor sau părților sociale și data la care acestea au dreptul la dividende
- Paritatea (raportul de schimb) a acțiunilor sau părților sociale
- Quantumul primei de fuziune sau al primei de divizare
- Drepturile ce se acordă obligatarilor – deținătorilor de obligațiuni și orice avantaje speciale (acțiuni preferențiale, drepturi de fondator)
- Data la care trebuie să fie încheiate bilanțurile contabile de fuziune sau bilanțul de divizare (data care trebuie să fie aceeași pentru toate societățile participante la operațiune)
- Data la care operațiile societății absorbite sau divizate vor fi considerate din punct de vedere contabil, ca fiind efectuate la societatea beneficiară de aporturi.

Proiectul de fuziune sau divizare trebuie să conțină orice alte date particulare care prezintă interes pentru operațiune.

Elemente caracteristice fuziunii și divizării

1. Transmiterea universală a patrimoniului

Transmiterea tuturor elementelor de activ și de pasiv este o caracteristică ce aparține atât operațiunilor de fuziune, cât și celor de divizare. Foarte important este faptul că în special pasivul societății absorbite sau divizate este luat în sarcina societăților absorbante sau noi.

2. Dizolvarea societății absorbite sau divizate

Prin această caracteristică, fuziunea și divizarea se disting de aportul parțial de active, prin care o societate face aport la o altă societate deja creată. Nu are loc o procedură de lichidare a societății absorbite sau divizate, așa cum se întâmplă în alte cazuri de dizolvare.

3. Schimbul (compensarea) drepturilor sociale

Pentru a restructura o societate prin fuziune sau divizare, trebuie ca acționarii sau asociații societății absorbite sau divizate să devină asociații societății moștenitoare prin atribuirea de acțiuni sau părți sociale la această societate. Atunci când societatea beneficiară a transmiterii patrimoniului deține titluri ale societății absorbite sau divizate, ea nu poate primi propriile sale titluri în schimb – acțiuni sau părți sociale.

O societate dizolvată sau în curs de lichidare poate să participe la o fuziune sau să se divizeze cu condiția ca, după deschiderea lichidării, să nu fi procedat la nici o repartizare de activ între acționari.

Dacă fuziunea sau divizarea a fost făcută pentru fraudă, creditorii lezați prin absorbirea sau divizarea societății, pot cere ca forma de reorganizare să fie inopozabilă⁴⁹.

Există foarte multe metode de evaluare a societăților, printre care:

- a) valoarea intrinsecă (matematică) - valoarea patrimoniului.
- b) valoarea lichidativă - valoarea intrinsecă diminuată cu cheltuielile și impozitele antrenate de lichidarea societății.

Este necesară utilizarea mai multor criterii de evaluare, fără însă ca numărul lor să fie prea mare.

⁴⁹ Este sancțiunea ce intervine în cazul nesocotirii unor cerințe de publicitate față de terți, prevăzute de lege pentru anumite acte juridice, și nu poate fi invocat față de alte persoane și în alte cazuri decât cele determinate de lege.

Cauzele fuziunii.⁵⁰

Printre principalele cauze care duc la fuziunea a două sau mai multe societăți se numără următoarele:

- Consolidarea pozițiilor pe piață a societăților care fuzionează fie prin crearea unei societăți noi, mai puternică, fie prin absorbție.
- Diversificarea și creșterea solvabilității creditare.
- Anumite considerente fiscale.
- Un preț mai scăzut al activelor.
- Economii financiare, ce pot include un coraport înalt între preț și venit, cheltuieli mai mici la deservirea datoriilor sau o mai mare capacitate a companiei de a atrage împrumuturi.
- Diferența în ce privește eficiența gestiunii, ce presupune ca dirijarea unei singure firme este relativ inefficientă. De aceea rentabilitatea procurării activelor poate crește pe baza fuziunii.
- Influența crescândă pe piață ca rezultat al diminuării concurenței în urma fuziunii.
- Se lichidează dublarea funcțiilor diversilor lucrători.
- Se unifică asemenea tipuri de activitate ca marketingul, evidența, aprovizionarea.
- Pot fi reduse cheltuielile pentru desfacerea producției.
- Combinarea resurselor ce se completează reciproc (accesul mai ieftin și mai rapid la ele, atunci când se fuzionează cu campania ce produce aceste resurse).

Pe lângă cauzele enumerate mai sus, mai sunt mulți factori de care trebuie ținut cont atunci când se dorește analizarea unei decizii în ceea ce privește o eventuală fuziune. De aceea, dat fiind faptul că din punctul de vedere al companiei absorbante absorbția poate fi considerată drept un tip de investiții capitale, principala deosebire a absorbției de celelalte investiții capitate este ca cheltuielile inițiate nu pot fi stabilite din timp, deoarece, de regulă, ele sunt negociate în procesul de încheiere a tranzacției. Mai întâi trebuie determinate detaliat avantajele și pierderile. Apoi, procurarea unei companii se complică mult din cauza că la fuziune apar probleme fiscale, juridice și contabile deosebite. După aceasta, trebuie luate în considerare procedeele tactice de atacare și apărare, care adesea se aplică în cazul absorbțiilor dușmănoase. În afară de aceasta, trebuie elucidate cauzele fuziunii, să se stabilească cine dintre participanți cel mai probabil va avea de câștigat de pe urma fuziunii și cine va pierde.

Concluzii

Contabilitatea, ca limbaj universal al afacerilor, trebuie să se adapteze la procesele economice care caracterizează climatul economic mondial actual. Financiarizarea și mondializarea economiilor naționale au avut ca urmare numeroase combinații de întreprinderi.

Divizare reprezintă o modalitate (un procedeu tehnic-juridic) de reorganizare a persoanei juridice prin care aceasta transmite patrimoniul sau în întregime sau parțial către două sau mai multe persoane juridice existente sau care iau în acest mod ființă.

Prin noțiunea de fuziune sunt generic identificate tranzacțiile în domeniul privat în cadrul cărora are loc un transfer de proprietate prin vânzarea parțială sau totală a unei afaceri sau schimbarea cotelor de proprietate prin combinarea unor afaceri.

Divizarea se face prin împărțirea întregului patrimoniu al unei societăți care își încetează existența, între două sau mai multe societăți existente sau care iau astfel ființă.

Fuziunea sau divizarea, pot fi efectuate chiar dacă societățile dizolvate sunt în lichidare, cu condiția ca acestea să nu fi început încă distribuirea între asociați a activelor ce li s-ar cuveni în urma lichidării.

⁵⁰ Ionașcu I. - Dinamica doctrinelor contabilității contemporane, Editura Economică, București, 2003

Fuziunea sau divizarea se hotărăște de fiecare societate în parte, în condițiile stabilite pentru modificarea actului constitutiv al societății.

Când acțiunile sunt de mai multe categorii, hotărârea asupra fuziunii/divizării este subordonată rezultatului votului pe categorii.

Dacă, prin fuziune sau divizare, se înființează o nouă societate, aceasta se constituie în condițiile prevăzute de Legea societăților comerciale pentru forma de societate convenită

Operațiunile de fuziune și divizare ale societăților comerciale sunt reglementate de Legea nr.31/1990 privind societățile comerciale, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Bibliografie

1. Feleagă N., Ionașcu I., “Tratat de contabilitate financiară”, vol. I, Editura Economică, București, 1998.
2. Feleagă N., Ionașcu I., “Tratat de contabilitate financiară”, vol. II, Editura Economică, București, 1998.
3. Ionașcu I., “Dinamica doctrinelor contabilității contemporane”, Editura Economică, București, 2003.
4. Malciu Liliana, “Contabilitate aprofundată”, Editura Economică, București, 2000.
5. Mihaela Dumitru, “Contabilitate aprofundată”, Editura Sitech, Craiova, 2010.
6. Ristea M. și colectiv, “Contabilitatea și fiscalitatea entităților”, Editura Tribuna Economică, București, 1995.
7. Ristea M., Dumitru Corina Graziella, “Contabilitate aprofundată: Note de curs, probleme, studii de caz, întrebări și teste grilă”, Editura Lucman, București, 2003.
8. Hurduzeu G ., “Achizitii si fuziuni de firme”, Editura Economica, Bucuresti, 2003.

UTILITATEA CUNOAȘTERII TEHNICILOR DE PREVIZIUNE A VÂNZĂRILOR

Autor: Emilia CÎNIPÎĂ
anul III, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Lector univ. dr. Mihaela GÂDOIU

Abstract:

Sales forecasting on products or services is the basis on financial forecasts. Sales forecasting is key to the whole financial plan so it is interesting to use realistic estimates.

For current products, sales forecast can be made based on quantitative techniques of extrapolating the trends observed in the earlier development of sales, or based on qualitative analysis techniques variables that determines the size of sales and their value in making a plan.

1. Bugetul - instrument al controlului de gestiune

Bugetul reprezintă o previziune în cifre a obiectivelor sau mijloacelor pentru realizarea lor luând în considerare toate funcțiile și entitățile întreprinderii.

Bugetul este o verigă importantă în mediul afacerilor deoarece reprezintă o metodă formală de detaliere a planificării financiare, asigurând o coerență a planurilor fiecărui centru de responsabilitate.

Sistemul bugetar presupune un element al ansamblului instrumentelor de control al activității societății economice și face parte din controlul de gestiune al acesteia.

Ca instrument de planificare, bugetele comportă două comentarii:

- reprezintă doar un instrument al controlului de gestiune;
- este o reprezentare valorică a planurilor.

În situația în care se utilizează tabloul de bord în care se regăsesc indicatorii bugetari esențiali la nivel decizional, la nivelul operațional se va utiliza un buget detaliat.

Unii specialiști consideră actuala perioadă de criză ca fiind o fază de declin economic din cadrul ciclului economic, ceea ce reprezintă o normalitate într-o economie de piață. În această situație este normal ca toți indicatorii de performanță să înregistreze pierderi, acest lucru determină acordarea unei atenții mai sporite asupra administrării eficiente a resurselor, folosind în acest scop planificarea și bugetele.

Bugetele sunt întocmite la nivelul fiecărei structuri organizatorice, având ca orizont de timp anul calendaristic, sau intervale mai scurte de timp, asigurând o coordonare internă între diferitele funcțiuni ale întreprinderii, între centrele de responsabilitate ale acesteia dar și între diferitele activități care se desfășoară în întreprindere.

Procedura bugetară nu este eficace doar în situația în care există compatibilitate între obiective și mijloace, și nu în ultimul rând, cu așteptările conducerii firmei.

Odată stabilite obiectivele vor deveni puncte de referință în promovarea, remunerarea, și acordarea de diverse compensații pentru personalul întreprinderii.

Sistemul bugetar, ca instrument de control de gestiune, trebuie să garanteze convergența între strategia, acțiunile și deciziile pe termen scurt ale întreprinderii, fiind în mod cert, mai eficient atunci când se referă la realitatea unui ciclu economic, decât a unui an fiscal.

Bugetele posedă un dublu rol, prezentat ulterior:

- un *rol tehnic*, ce permite gestiunea previzională a întreprinderii;
- un *rol comportamental*, de a permite mobilizarea și motivarea personalului.

În orice entitate economică, conducerea caută doar elementele cu ajutorul cărora să țină sub control activitatea acesteia.

Pentru că nu pot fi controlați toți parametrii care determină cifra de afaceri, profitul, un segment de piață sau succesul pe piață al unui nou produs, un control nu este niciodată total sau complet.

2. Bugetul vânzărilor

Bugetul vânzărilor reprezintă previziunea cifrată a vânzărilor întreprinderii pe tipuri de produse și servicii și/sau grupe, în cantități și prețuri, pe destinații și perioade. Previzionarea vânzărilor constituie una dintre etapele cele mai importante ale procesului bugetar, etapa care definește politica comercială a întreprinderii. Toate aceste bugete se bazează pe previziunea vânzărilor.⁵¹

Una dintre fazele cele mai importante ale procesului bugetar este determinată de elaborarea bugetului de vânzări deoarece ansamblul celorlalte bugete au la bază previziunea făcută în această fază. Previziunile cantitative sunt prezentate în corespondență cu forma de pilotaj bugetar utilizată de entitatea economică.

Pentru determinarea cifrei de afaceri, previziunile cantitative vor fi determinate cu ajutorul tarifelor previzionale.

Indicatorul dominant al activității economice al unei întreprinderi, în economia de piață, este reprezentat de cifra de afaceri deoarece în funcție de vânzări se reglează aprovizionarea, producția, numărul și structura personalului, cât și investițiile necesare.

Bugetul constituie un angajament al vânzătorului ce poate fi tentat să subestimeze, pentru a fi sigur că își va atinge obiectivele, fie să includă obiective a căror îndeplinire este incertă. Din acest motiv în stabilirea previziunilor apar anumite dificultăți ce nu pot fi evitate.

În ceea ce privește activitatea de vânzare, aceasta reprezintă în estimări un punct de vânzare.

Bugetul vânzărilor prezintă cantitativ și valoric vânzările ce urmează a fi realizate pe perioade, produse și destinații. În elaborarea lui se disting două etape:

1. Previziunea vânzărilor cantitativ și valoric și a cheltuielilor de desfacere;
2. Defalcarea prevederilor anuale bugetare, pe trimestre, luni, produse sau grupe de produse și grupe de beneficiari.

Bugetul de vânzări primește avizul direcției generale doar în momentul în care este stabilit bugetul la nivelul direcției comerciale.

După întocmirea și aprobarea bugetului vânzărilor, se poate trece la pregătirea bugetului producției, urmărindu-se realizarea celor două obiective principale ale planificării, respectiv: să atingă vânzările așteptate pentru perioada aferentă bugetării și să realizeze un nivel dorit al stocurilor de la sfârșitul perioadei de planificare.

Previziunea vânzărilor

Previziunea vânzărilor se referă pe de o parte la o prognoză cantitativă, iar pe de altă parte la o prognoză a prețului de vânzare.

Punctul de plecare pentru determinarea previziunii este cel de colectare a informațiilor, interne sau externe, pe baza cărora se realizează, pe o anumită perioadă de timp, un program de acțiuni și norme de gestiune cu valoare de referință pentru activitatea economică.

Modul de realizare a previziunii vânzărilor este determinat de cantitatea ce urmează a fi vândută și/sau a cifrei de afaceri ce urmează a fi realizată.

Prin previziuni se urmărește în principal elaborarea documentelor bugetare previzionate. Aceste documente financiare previzionate sunt riguros fundamentate, ele fiind permanent susceptibile de a fi supuse reprevizionării sau previzionării repetitive.

Costurile ascunse necuprinse în costurile vizibile sunt reprezentate de absența de producție rezultată de pe urma disfuncționalității. Această categorie de costuri reprezintă o reducere a

⁵¹ Caraiani, C., Dumitrana, M., “Contabilitate de gestiune și control de gestiune -Ediția a 2-a-”, Editura Universitară, București, 2008

performanțelor financiare așteptate de întreprindere prin previziunea vânzărilor. Este vorba despre anumite costuri virtuale (denumite și costuri potențiale) corespunzătoare unei subactivități.

Bugetul de vânzări poate fi considerat un buget-țintă, deoarece, se pleacă de la previziunea vânzărilor, se stabilesc cantitățile de produs și, apoi, necesarul de aprovizionat. Gestiunea oricărei întreprinderi trebuie centrată pe funcția de vânzare, care generează performanța măsurată în termeni de profitabilitate și lichidități.

Elaborarea unei previziuni a vânzărilor este supusă atât unor constrângeri externe întreprinderii, datorate evoluției mediului (evoluție tehnologică, reacție a concurenței, evoluția puterii de cumpărare, variabile climatice etc.) cât și unor constrângeri interne (gamă de produse foarte largă, rolul funcției de cercetare-dezvoltare etc.), fiind un proces complex.

Metode de previziune a vânzărilor

În funcție de natura factorilor reținuți ca fiind la originea fenomenului, se disting:

- *metodele cantitative*: se bazează pe studiul unor date statistice cifrate, permițând evidențierea unor regularități susceptibile a se reproduce, de la care se pot face previziuni. Metodele cauzale în această categorie ocupă un loc distinct.
- *metodele calitative*: recurg de asemenea la date cifrate, dar se bazează într-o mare măsură pe intuiție.

În funcție de criteriul temporal, se remarcă:

- *metodele endogene*: nu rețin decât timpul ca variabilă explicativă a evoluției fenomenelor (orice fenomen economic conține o anumită forță de inerție, care îl determină să evolueze pe același traseu, indiferent de evoluția celorlalte variabile economice). Acest tip de raționament, ce se regăsește la baza modelului ciclului de viață al produselor, este adesea utilizat în previziunea vânzărilor.
- *metodele exogene*: integrează și alte variabile decât timpul. Evoluția unui fenomen este dedusă din evoluția altor fenomene.

Pentru a alege o metodă de previziune, aceasta depinde de orizontul de timp în sensul că pe termen foarte scurt se preferă modelele *cantitative-endogene*. Cu cât orizontul de timp se prelungește, cu atât devine mai necesar să integrăm și alte variabile și să asociem raționamentului cantitativ și o caracteristică calitativă. Însă, totdeauna trebuie avut în vedere și costul unei asemenea previziuni.

Nu se poate vorbi de o previziune credibilă, indiferent de amploarea informațiilor, fără a cunoaște mediul economic, piața, fără a utiliza judecata și experiența din domeniu. Se aplică tehnicile cantitative bazate pe seriile cronologice, în cazul previziunii vânzărilor, sub formă de analiză matematică și statistică a datelor istorice care se vor grupa în serii cronologice.

Media seriilor cronologice se face remarcată prin simplitate și se aplică în previziunea pe termen scurt în condițiile existenței unei anumite stabilități.

Criteriul cel mai adesea utilizat și cel mai simplu pentru clasificarea metodelor de previziune este cel temporal, după care avem:

- previziuni pe termen scurt;
- previziuni pe termen lung.

Previziunea vânzărilor constituie cea mai importantă etapă, ce cuprinde ansamblul studiilor și evaluări ale pieței potențiale de desfacere și segmentului de piață pe care întreprinderea intenționează să-l cucerească și să-l mențină.

Previziunea necesită un demers complex, deoarece în numeroase cazuri utilizarea unor instrumente statistice este prețioasă.

Cercetarea este realizată de către un bun planificator care are în vedere informațiile culese din următoarele sectoare:

1. *Extern*: societatea își desfășoară activitatea într-un mediu economic și concurențial specific, care trebuie analizat;
2. *Intern*: conține vânzări potențiale furnizate de agenți de vânzări, dar și informații cu privire la cerințele clienților;

3. *Tendențe*: sunt determinate cu ajutorul unui trend posibil pe baza căruia este determinată evoluția datelor înregistrate.

În estimarea vânzărilor, punctul de plecare este determinat de către acțiunea de vânzare, luându-se în considerare: campaniile de publicitate și promoțiile, analiza comenzilor nesatisfăcute, etc.

Rezultatele acestei cercetări sunt prezentate cu ajutorul estimărilor cu privire la:

- Volumul vânzărilor posibile și dezirabile;
- Valoarea încasărilor, care este stabilită prin intermediul prețului de vânzare unitar.

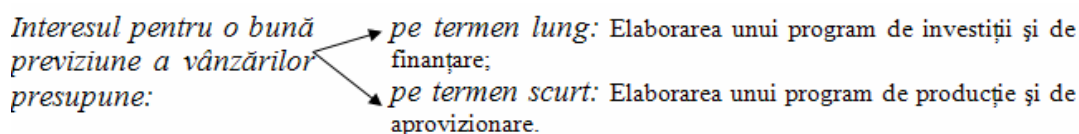
Între volumul vânzărilor și prețul de vânzare există o strânsă legătură și anume: în situația în care volumul vânzărilor este mare, acesta oferă posibilitatea de a reduce prețul de vânzare sau de a acorda anumite facilități clienților întreprinderii.

Elaborarea previziunii vânzărilor este un proces complex care trebuie să țină seama de o serie de factori.

Factorii care prezintă o importanță sporită sunt următorii:

1. *Date despre vânzările trecute*: pot fi utile la previziunea viitoarelor vânzări;
2. *Estimări realizate de centrele de vânzări*: centrele de vânzări sunt cea mai bună sursă de informații cu privire la dorințele și planurile clienților;
3. *Condiții economice generale*: previziunile unor indicatori macroeconomici importanți ce pot să influențeze evoluția vânzărilor sunt publicate în mod regulat.
4. *Acțiuni ale concurenților*: vânzările depind de forța și acțiunile concurenților. O întreprindere pentru a previziona vânzările, trebuie să aibă în vedere și strategiile probabile ale concurenților;
5. *Schimbări în prețurile practicate*: vânzările pot să crească prin scăderea prețului și invers. O întreprindere trebuie să aibă în vedere efectul schimbărilor de prețuri asupra cererii;
6. *Schimbări în gama de produse*: prin modificarea structurii produselor vândute se modifică și marja globală. Identificarea celor mai profitabile produse și găsirea pârghiilor de creștere a vânzărilor acestora este unul din secretele managementului de succes;
7. *Studii de marketing*: anumite întreprinderi angajează experți în marketing pentru a obține informații cu privire la condițiile existente pe piață și la preferințele clienților. Aceste informații sunt apoi utilizate în previziunea vânzărilor;
8. *Planuri de publicitate și de promovare a vânzărilor*: o previziune a vânzărilor trebuie să ia în considerare și efectele anticipate ale activităților promoționale.

O bună previziune a vânzărilor reprezintă piesa de bază pentru obținerea succesului oricărei organizații, deoarece:



În cadrul studiilor de marketing sunt luate în considerare atât produsele deja existente pe piață, fabricate de întreprindere, cât și noile produse, menite să răspundă nevoilor virtuale sau existente. Cercetarea mai cuprinde și studii cu privire la mediul extern (riscuri de faliment, nivelul prețurilor, etc.) dar și la mediul intern (politica comercială și de prețuri, capacitatea de producție normală, ș.a.).

Analiza mediului în care întreprinderea își desfășoară activitatea constituie un complex de factori ce fac din previziunea financiară o acțiune care nu poate mereu să anticipeze cele mai bune variante în care se desfășoară activitatea. Imperfecțiunea previziunii financiare sau a bugetelor ca mijloace de realizare a acesteia, impune în perioada următoare elaborarea mai multor scenarii de funcționare a întreprinderii.

În situația în care se realizează o previziune greșită a vânzărilor, acestea au consecințe grave asupra activității firmei. De aceea trebuie avut în vedere faptul că pentru determinarea unui volum optim al vânzărilor în contextul intern și extern al entității economice.

Pentru a realiza o paralelă între previziuni și realizări, este util ca cele două categorii bugetare și contabile să fie compatibile, astfel încât structura lor contabilă să fie identică cu cea bugetară. În concluzie bugetul trebuie calculat în funcție de organizarea contabilă.

3. Studiu de caz

Estimarea vânzărilor constituie elementul cel mai important al gestiunii bugetare. Pentru produsele existente, previziunea vânzărilor se face pe baza tehnicilor cantitative și calitative de extrapolare cu ajutorul cărora se determină tendința generală a evoluției fenomenelor.

Ajustarea, apelând la o funcție matematică, poate conduce la tendințe diferite ale vânzărilor.

a) S.C. SIGMA S.R.L., care produce încălțăminte sportivă, înregistrează următoarea situație a vânzărilor din ultimele 6 luni:

Luna (x)	Cantitatea vândută (y)
Noiembrie	1000
Decembrie	1500
Ianuarie	2000
Februarie	2500
Martie	3000
Aprilie	3500

Pentru estimarea vânzărilor în următoarele 6 luni vom apela la principiul celor mai mici pătrate pentru ajustarea lineară:

x_i	y_i	$X_i = x_i - x_m$	$Y_i = y_i - y_m$	$X_i \cdot Y_i$	X_i^2
1	1000	-2,5	-1250	3125	6,25
2	1500	-1,5	-750	1125	2,25
3	2000	-0,5	-250	125	0,25
4	2500	0,5	250	125	0,25
5	3000	1,5	750	1125	2,25
6	3500	2,5	1250	3125	6,25
$\Sigma x_i = 21$	$\Sigma y_i = 13500$	$\Sigma X_i = 0$	$\Sigma Y_i = 0$	$\Sigma X_i \cdot Y_i = 8750$	$\Sigma X_i^2 = 17,5$

$x_m = 3,5$; $y_m = 2250$;

Panta drepte de ajustare: $a = \Sigma X_i \cdot Y_i / \Sigma X_i^2 = 8750 / 17,5 = 500$.

Funcția lineară care reflectă tendința are următoarea formă: $y - y_m = a(x - x_m)$.

În cazul S.C. SIGMA S.R.L. funcția lineară este: $y - 2250 = 500(x - 3,5) \Leftrightarrow y = 500x + 500$.

Considerând că tendința se păstrează la această societate, în următoarele 6 luni se vor estima următoarele vânzări de încălțăminte sportivă:

Mai: $y = 500 \cdot 7 + 500 = 4000$

Iunie: $y = 500 \cdot 8 + 500 = 4500$

Iulie: $y = 500 \cdot 9 + 500 = 5000$

August: $y = 500 \cdot 10 + 500 = 5500$

Septembrie: $y = 500 \cdot 11 + 500 = 6000$

Octombrie: $y = 500 \cdot 12 + 500 = 6500$

b) S.C. SIGMA S.R.L., care produce încălțăminte de vară, înregistrează următoarea situație a vânzărilor:

Y ia valori în funcție de timp, adică de x.

Ani	Trim 1	Trim 2	Trim3	Trim4
2006	15	27,5	72,5	30
2007	20	35	75	32,5
2008	17,5	37,5	75	35
2009	22,5	40	82,5	37,5

Previzionarea vânzărilor conform tendințelor și variațiilor sezoniere presupune parcurgerea următoarelor etape:

1. Pentru estimarea vânzărilor în următorul an, vom calcula tendința pe baza celor mai mici pătrate, pentru fiecare trimestru.

x_i (trimestre)	y_i (cantitatea vândută)	$X_i \times Y_i$	X_i^2
2006 -1	15	15	1
2	27,5	55	4
3	72,5	217,5	9
4	30	120	16
2007-5	20	100	25
6	35	210	36
7	75	525	49
8	32,5	260	64
2008- 9	17,5	157,5	81
10	37,5	375	100
11	75	825	121
12	35	420	144
2009- 13	22,5	292,5	169
14	40	560	196
15	82,5	1237,5	22
16	37,5	600	256
$\Sigma x_i = 136$	$\Sigma y_i = 655$	$\Sigma x_i \times y_i = 5970$	$\Sigma x_i^2 = 1496$

Prin rezolvarea sistemului de ecuații vom determina valorile lui a și b.

Astfel: $655 = ax136 + bx16$

$5970 = ax1496 + bx136$, de unde rezultă: $a = 1,183$

$b = 31,43$

Dreapta tendinței va fi: $y = ax + b$; $y = 1,183x + 31,43$;

2. Estimarea vânzărilor trimestriale și calculul raportului procentual vânzări reale/ vânzări estimate:

Exemplu: trim. 1: $y = 1,183x1 + 31,43 = 32,61$;

$VE/VR = 15/32,61 = 45,99\%$;

x_i	y_i	Vânzări estimate (VE)	% VE/VR
2006 -1	15	32,61	45,99
2	27,5	33,79	81,38
3	72,5	34,97	207,32
4	30	36,16	82,96
2007-5	20	37,34	53,56
6	35	38,52	90,86
7	75	39,71	188,86
8	32,5	40,89	79,48

2008- 9	17,5	42,07	41,59
10	37,5	43,26	86,68
11	75	44,44	168,76
12	35	45,62	76,72
2009- 13	22,5	46,80	48,07
14	40	47,99	83,35
15	82,5	49,17	167,78
16	37,5	50,35	74,47

3. În continuare vom calcula mediile variațiilor procentuale sezoniere:

	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
	45,99	81,38	207,32	82,96
	53,56	90,86	188,86	79,48
	41,59	86,68	168,76	76,72
	48,07	83,35	167,78	74,47
TOTAL	189,21	342,27	732,72	313,63
/4	47,30%	85,56%	183,18%	78,40%

Din informațiile desprinse din tabelul de mai sus reiese că primul trimestru al fiecărui an va reprezenta 47,30% din valoarea tendinței.

4. Calculul necesar previzionării vânzărilor conform tendințelor și variațiilor sezoniere:

x_i	y_i	Calculul PSA
2006 -1	15	32,61x 47,30
2	27,5	33,79x 85,56
3	72,5	34,97x 183,18
4	30	36,16x 78,40
2007-5	20	37,34x 47,30
6	35	38,52x 85,56
7	75	39,71x 183,18
8	32,5	40,89x 78,40
2008- 9	17,5	42,07x 47,30
10	37,5	43,26x 85,56
11	75	44,44x 183,18
12	35	45,62x 78,40
2009- 13	22,5	46,80x 47,30
14	40	47,99x 85,56
15	82,5	49,17x 183,18
16	37,5	50,35x 78,40

Cu ajutorul informațiilor de mai sus se poate face o extrapolare pentru anul 2010.

Previziunea va fi:

Trim. 1 -2010: tendința de bază: $1,183 \times 17 + 31,43 = 51,54$

Ajustarea sezonieră: $51,54 \times 47,30\% = 24,37$

Trim. 2 – 2010: tendința de bază: $1,183 \times 18 + 31,43 = 52,72$

Ajustarea sezonieră: $52,72 \times 85,56\% = 45,11$

Trim. 3 -2010: tendința de bază: $1,183 \times 19 + 31,43 = 53,90$

Ajustarea sezonieră: $53,90 \times 183,18\% = 98,73$

Trim. 4 – 2010: tendința de bază: $1,183 \times 20 + 31,43 = 55,09$

Ajustarea sezonieră: $55,09 \times 78,40\% = 43,19$.

4. **Concluzii**

Controlul de gestiune, este un sistem ce produce informații, dar în același timp un beneficiar de informații atât interne cât și externe, care, împreună, constituie capitalul de informații al organizației.

Bugetele sunt stabilite anual dar cu defalcare trimestrială sau lunară. Previziunea vânzărilor cuprinde ansamblul de studii și evaluări ale pieței potențiale de desfacere; face obiectul unor studii specializate de marketing privind conjunctura economică, potențialul de absorbție, starea concurențială, poziția pe piață a ofertei proprii. Practic, previziunea vânzărilor reprezintă estimarea cifrei de afaceri viitoare în funcție de volumul vânzărilor probabile și prețul de vânzare unitar.

Anual, bugetele sunt transmise către structurile organizatorice, atât măsurile impuse cât și indicatorii sau restricțiile ce reies din planificarea pe termen lung.

Fiecare centru de responsabilități trebuie să cunoască în detaliu toate aspectele politicii bugetare stabilite la nivelul entității.

Bugetul vânzărilor este considerat a fi un buget pivot deoarece permite coordonarea celorlalte bugete. Întreaga activitate a întreprinderii este condiționată de către vânzări, pentru că variația acestora este considerată a fi principalul factor de risc asupra poziției financiare și performanței întreprinderii.

Pentru buget poate fi stabilită o anumită flexibilitate pe parcursul execuției bugetare, fiind aprobat de A.G.A.

Estimarea vânzărilor constituie elementul hotărâtor al gestiunii bugetare. Pentru produsele deja existente, previziunea vânzărilor se face pe baza tehnicilor cantitative și calitative de extrapolare cu ajutorul cărora se determină tendința generală a evoluției fenomenelor.

Activitatea întregii companii este influențată de către vânzări, care au consecințe complexe cu privire la rezultatele financiare și solduri ale afacerii.

Este important să se utilizeze estimări realiste pentru că previzionarea vânzărilor reprezintă cheia întregului plan financiar. Previziunile lunare se pot clasifica în funcție de anumite categorii destinate pentru fiecare tip de activitate, printre care: grupuri de clienți, linii de produse, departamente, amplasarea sucursalelor/filialelor, teritorii geografice.

Bibliografie:

1. Aslău, T., **“Controlul de gestiune dincolo de aparențe”**, Editura Economică, București, 2001
2. Caraiani, C., Dumitrana, M **“Contabilitate de gestiune și control de gestiune - Ediția a 2-a-”**, Editura Universitară, București, 2008
3. Caraiani, C., Dumitrana, M., **„Contabilitate și control de gestiune”**, Editura Infomega, București, 2005
4. **Cucui I., Horga V.**, Mariana Radu, **„Control de gestiune”** Editura Niculescu, București, 2003
5. **Dima, I.C.**, Mariana Man, **“Control de gestiune”**, Editura Agir, București, 2003
6. Dumitru, C.G., Ioanăș, C., **„Contabilitatea de gestiune și evaluarea performanțelor”**, Editura Universitară, București, 2005
7. Dumitru, C., Ristea, M., **„Contabilitatea în managementul întreprinderii”**, Editura Economică, București 2005

BUNA PLANIFICARE – PREMISA DESFĂȘURĂRII EFICIENTE A ACTIVITĂȚII DE AUDIT

Autor:

Ionuț Adrian FLORESCU
Anul III, Contabilitate și Informatică de Gestiune

Coordonator științific: Asist. univ. drd. Adrian ROMAN

Astract

În aceasta lucrare am încercat să identificăm factorii care influențează activitatea de planificare a auditului pentru desfășurarea unei activități de audit eficiente. O activitate eficientă presupune faptul ca tarifele de audit să depășească costurile realizării auditului, prin urmare auditorul poate acționa în două direcții: fie să majoreze tarifele de audit, fie să diminueze costurile auditului. Asupra tarifului de audit se poate acționa mai puțin datorita faptului că tariful este dat de piață. În consecință auditorul va trebui să acționeze asupra costului pentru realizarea unei activități eficiente. Lucrarea va prezenta o serie de factori care afectează de o manieră directă sau indirectă costul auditului. Costul auditului are două componente: pe de o parte costurile legate de planificare și colectarea probelor de audit iar pe de altă parte și costurile generate de răspunderea juridică a auditorului. Prima categorie de costuri depinde de natura, întinderea și durata procedurilor de audit desfășurate de auditor, care la rândul lor depind de acuratețea evaluărilor factorilor pe care îi vom descrie în continuare pe parcursul lucrării. A doua categorie de costuri este ocazională, însă nivelul acestor costuri sunt substanțial mai ridicate decât tarifele de audit, chiar și în situația în care auditorul și-a desfășurat activitatea cu rigoarea profesională cuvenită. În situația în care se produce riscul de audit, costurile suportate de auditor sunt exorbitante dacă se dovedește că auditorul nu și-a desfășurat activitatea cu rigoare profesională. Auditorul va trebui să identifice și să evalueze factorii care cresc riscul de litigii pentru a evita aceste costuri prin renunțarea la clienții riscanți.

Introducere

Utilizatorii situațiilor financiare se așteaptă ca auditorul să ofere o asigurare privind situațiile financiare ale companiilor. Auditorul poate fi tras la răspundere în cazul în care emite un raport de audit incorect.

Specialiștii din diverse domenii au avut întotdeauna datoria de a exercita un nivel rezonabil de rigoare profesională în cursul prestării de servicii către persoanele care îi angajează. Profesioniștii auditului poartă, în cadrul dreptului civil, răspunderea de a respecta acordurile scrise pe care le au cu clienții lor. Ei răspund în fața clienților lor pentru neglijență și/ sau încălcare a prevederilor contractuale în cazul în care nu prestează serviciile promise sau nu acordă acestor prestații rigoarea (atenția) profesională cuvenită, ca urmare a exprimării unei opinii eronate. De asemenea, în anumite circumstanțe, auditorii pot fi trași la răspundere în cadrul dreptului civil de către terțe persoane, altele decât clienții lor.

În cele mai multe cazuri auditorul suportă costuri suplimentare dacă compania auditată suportă un eșec economic.

Eșecul economic apare atunci când o întreprindere este incapabilă să-și ramburseze datoriile față de creditorii săi sau să facă față așteptărilor investitorilor săi din cauza unor condiții economice generale sau specifice întreprinderii, cum ar fi o recesiune, luarea de decizii greșite de către management sau apariția unei concurențe neașteptate în ramură. Punctul culminant al eșecului economic este declararea falimentului întreprinderii.

Eșecul de audit apare atunci când auditorul exprimă o opinie de audit eronată ca rezultat al unui eșec primar de a se conforma standardelor de audit general acceptate. Un exemplu este numirea de asistenți insuficient calificați pentru executarea unor lucrări de audit, aceștia nereușind

apoi să descopere anumite prezentări semnificativ eronate, pe care un auditor mai experimentat le-ar fi putut identifica.

Riscul de audit reprezintă riscul ca un auditor să concludă că situațiile financiare prezintă o imagine fidelă și să decidă exprimarea unei opinii fără rezerve când, în realitate, aceste situații conțin prezentări semnificativ eronate. Dat fiind faptul că auditorii nu pot colecta informații probante decât pe bază de testare sau eșantionare și că detectarea unor fraude bine camuflate poate fi foarte dificilă, va exista întotdeauna un anumit risc ca auditorul să nu descopere o fraudă semnificativă, în ciuda faptului că se respectă Standardele de audit

Majoritatea profesioniștilor din sfera contabilității sînt de acord că, în cele mai multe cazuri în care un auditor nu a reușit să descopere erorile semnificative și în care s-a emis un tip greșit de opinie de audit, se poate pune întrebarea legitimă dacă auditorul a executat lucrările cu rigoarea profesională cuvenită. Dacă un auditor nu dă dovadă de rigoarea profesională cuvenită în cursul unui audit, se produce un eșec de audit. În asemenea cazuri, legea permite deseori părților care au suportat pierderi ca urmare a nerespectării de către auditor a obligației de rigoare profesională cuvenită să recupereze o parte sau totalitatea pierderilor cauzate direct de eșecul de audit. Totuși incapacitatea unui auditor de a exersa cu rigoare profesională cuvenită poate conduce deseori la un anumit grad de răspundere și, în anumite cazuri, la solicitarea de despăgubiri firmei de expertiză contabilă.

Dificultățile apar mai curînd atunci când este vorba de un eșec economic, fără a exista și un eșec de audit. De exemplu, când o companie declară faliment sau nu-și poate achita datoriile, utilizatorii situațiilor financiare pretind, de obicei, că există un eșec de audit, mai ales atunci când ultimul raport de audit spune că situațiile financiare prezintă o imagine fidelă. Mai grav, dacă există un eșec economic și mai tîrziu se determină că situațiile financiare erau eronate, utilizatorii pot pretinde că auditorul a dat dovadă de neglijență, chiar dacă auditul a fost efectuat în conformitate cu standardele de audit general acceptate. Asemenea conflicte între utilizatorii situațiilor financiare și auditori apar frecvent din cauza a ceea ce se numește „decalajul dintre așteptările” utilizatorilor și auditorilor. Cei mai mulți auditori consideră că executarea auditului în conformitate cu standardele de audit general acceptate reprezintă cam tot ce se poate aștepta de la ei. Numeroși utilizatori ai situațiilor financiare consideră că auditorii sînt garanții acurateței acestor situații, iar unii dintre ei sînt convinși chiar și de faptul că auditorul garantează fiabilitatea financiară a întreprinderii. Din nefericire, decalajul dintre așteptări dă deseori naștere unor procese neîntemeiate

Necesitatea unei bune planificări

Prin “planificare” se înțelege construirea unei strategii generale și a unei abordări detaliate în ceea ce privește natura, durata și întinderea preconizate ale unui angajament de auditului. Auditorul planifică efectuarea auditului într-un mod eficient și oportun.

Există trei motive fundamentale care explică de ce auditorul trebuie să-și planifice angajamentele de manieră adecvată și anume:

- Să permită auditorului să obțină suficiente probe temeinice pentru setul de circumstanțe date. Obținerea unei cantități suficiente de probe temeinice este esențială dacă firma de expertiză contabilă vrea să-și minimizeze răspunderea juridică și să-și păstreze bunul renume în comunitatea de afaceri
- Să contribuie la menținerea costurilor auditului la un nivel rezonabil. Menținerea costurilor la un nivel rezonabil ajută firma să rămînă competitivă și, astfel, să-și păstreze sau să-și extindă baza de clienți, presupunînd că firma are o reputație de prestare a unor servicii de înaltă calitate
- Evitarea neînțelegerilor cu clientul. Evitarea neînțelegerilor cu clientul este importantă pentru menținerea unor relații bune cu clienții și pentru facilitarea prestării unor servicii de calitate înaltă la costuri rezonabile

Obiectivul unui angajament de audit al situațiilor financiare este de a da posibilitatea auditorului să exprime o opinie cu privire la situațiile financiare, dacă acestea sunt întocmite, sub toate aspectele semnificative, în conformitate cu un cadru aplicabil de raportare financiară.

În concluzie costurile auditului se compun din costurile obținerii probelor de audit pe de o parte și din costurile generate de răspunderea juridică pe de altă parte. Costurile generate de răspunderea juridică se compun din cheltuielile de judecată și eventual cheltuielile cu despăgubirile hotărâte de instanță. De obicei aceste costuri depășesc cu mult costurile obținerii probelor de audit.

Pentru a desfășura o activitate eficientă auditorul trebuie să reducă pe cât posibil costul auditului ținând cont de ambele componente sau să mărească tarifele de audit.

Există următoarele ⁵² componente de bază ale planificării unui audit:

- Preplanificare
- Obținerea informațiilor de context
- Obținerea informațiilor despre obligațiile juridice ale clientului
- Determinarea pragului de semnificație și evaluarea riscului de audit acceptabil și a riscului inherent
- Înțelegerea controlului intern și evaluarea riscului legat de control
- Întocmirea planului general și a programului de audit

Desigur, fiecare din aceste componente au drept scop să-l ajute pe auditor să întocmească un plan general de audit eficient și eficace și redactarea unui program de audit

Preplanificarea auditului

Acestă etapă este esențială într-o activitate de audit, întrucât auditorul trebuie să decidă mai multe aspecte importante, și anume:

a) Acceptarea clienților noi și păstrarea clienților actuali

Orice firmă de expertiză contabilă trebuie să fie foarte riguroasă în luarea deciziei de acceptare a unui client. Astfel ⁵³ cele mai multe firme de audit realizează o analiză a companiei client pentru a determina dacă ea poate fi acceptată în calitate de client de audit sau nu. Astfel se pune problema acceptării sau nu a noilor clienți care operează în ramuri economice cu riscuri foarte mari, cum ar fi instituțiile de economii și împrumuturi, de ocrotire a sănătății sau de asigurări. Numeroase astfel de întreprinderi suportă un eșec financiar și expun firma de audit unui risc de răspundere juridică semnificativ.

În cazul clienților potențiali care au mai fost supuși unui audit de către o altă firmă de expertiză contabilă, noul auditor (succesor) este obligat să comunice cu auditorul precedent. Scopul acestei obligații este de a-l ajuta pe auditorul succesor să decidă asupra acceptării noului angajament.

În ceea ce privește păstrarea clienților actuali, numeroase firme de audit își evaluează în fiecare an clienții curenți, pentru a se determina dacă există motive de a întrerupe relația de audit cu aceștia sau nu. Existența unor conflicte anterioare din cauze legate de perimetrul adecvat al lucrărilor auditului, de tipul de opinie de exprimat sau de onorariile pentru audit ar putea determina auditorul să întrerupă colaborarea cu un client.

Mai pot exista cazuri în care auditorul, constată că un client dă dovadă de lipsă de integritate și că, drept rezultat, întreprinderea respectivă nu ar mai trebui să fie un client al firmei. În condițiile în care un client dă în judecată firma de expertiză contabilă (sau viceversa), firma nu poate continua auditul. În mod similar, dacă există facturi neplătite pentru servicii prestate cu peste un an în urmă, firma de expertiză contabilă nu poate face auditul exercițiului în curs.

⁵² Alvin Arens, James Loebbecke - *Audit o abordare integrată*, ed. Arc, Chișinău 2003

⁵³ Conf. Standardului internațional de audit 310 – Cunoașterea clientului

A efectua auditul în oricare dintre aceste circumstanțe ar însemna o încălcare a regulii independenței din Codul de conduită profesională

Chiar dacă nu este valabilă nici una din situațiile de mai sus, firma de expertiză contabilă ar putea hotărî să nu continue relația de audit cu un client din cauza unui nivel de risc prea ridicat

b) Identificarea motivelor pentru care clientul dorește un audit

Vor fi luate în considerare două elemente: utilizatorii probabili ai situațiilor financiare și modul în care aceștia intenționează să utilizeze respectivele situații.

Cele mai probabile direcții de utilizare a situațiilor financiare pot fi determinate pornindu-se de la experiențele anterioare cu întreprinderea-client și de la discuții cu managementul acesteia. Pe întreg parcursul angajamentului, auditorul ar putea obține informații suplimentare despre motivele pentru care clientul se supune unui audit și despre utilizatorii probabili ai situațiilor financiare

Putem vorbi aici de cazul companiilor cotate pe piețele de capital, al întreprinderilor puternic îndatorate și al companiilor care urmează a fi vândute în viitorul apropiat.

Aceste informații ar putea avea un impact asupra modului în care auditorul va estima nivelul riscului de audit acceptabil.

Cu cât sunt mai numeroși utilizatorii situațiilor financiare cu atât creșterea expunerea auditorului la riscul juridic

c) Obținerea unui acord cu clientul

Între client și firma de expertiză contabilă ar trebui să existe un acord clar în ceea ce privește termenii și condițiile angajamentului

Înainte de acceptarea unui angajament, auditorul va obține cunoștințe preliminare cu privire la sectorul de activitate, structura proprietății, conducerea și operațiunile entității ce va fi supusă auditului, și va lua în considerare dacă poate fi obținut un nivel adecvat de cunoaștere a clientului în vederea efectuării auditului.

După acceptarea angajamentului, se vor obține informații suplimentare și mai detaliate. În măsura în care este posibil, auditorul va obține cunoștințele solicitate la începutul angajamentului. Pe măsură ce auditul progresează, informațiile respective vor fi evaluate și actualizate, și se vor obține și mai multe informații astfel încât auditorul să-și poată formula o opinie proprie cu privire la situațiile financiare auditate

d) Selectarea membrilor echipei de audit

Numirea angajaților potriviți în echipa care va executa un angajament de audit este importantă pentru respectarea standardelor de audit general acceptate, dar și pentru promovarea eficienței auditului

Auditul va fi executat de una sau mai multe persoane, auditori și asistenți, care trebuie să dispună de o pregătire profesională adecvată și de competențele necesare pentru un audit eficient și oportun.

Auditorul trebuie să se asigure că asistenții numiți într-un angajament obțin cunoștințe suficiente privind activitatea clientului, care să le permită desfășurarea activității de audit ce le-a fost delegată. De asemenea, auditorul trebuie să se asigure că aceștia înțeleg necesitatea de a ține cont de informațiile suplimentare și de necesitatea de a transmite aceste informații auditorului sau altor asistenți.

Planificarea contribuie la o corectă delegare a sarcinilor către asistenți și la coordonarea activității desfășurată de alți auditori sau experți.

În etapa preplanificării auditorul încearcă să estimeze pe cât posibil riscul de expunere juridică, având posibilitatea renunțării la anumite angajamente riscante ce pot genera ulterior costuri suplimentare.

Obținerea informațiilor de context

O bună înțelegere a activității și ramurii clientului și cunoștințele privind operațiunile clientului sînt esențiale pentru realizarea unui audit adecvat. În cea mai mare parte, aceste informații sînt obținute la sediul clientului, mai ales atunci cînd este vorba de un client nou.

a) Cunoașterea activității și ramurii clientului

Auditorul⁵⁴ trebuie să aibă sau să obțină cunoștințe suficiente referitoare la afacerea clientului, care să-i permită să identifice sau să înțeleagă evenimentele, tranzacțiile și practicile care, potrivit raționamentului auditorului, pot avea un efect semnificativ asupra situațiilor financiare sau a raportului de audit. Există numeroase ramuri și activități care prezintă o serie de particularități.

Numai pe baza cunoașterii adecvate a acestor particularități, auditorul va putea stabili dacă situațiile financiare a clientului sunt conforme cu practicile contabile reglementate

Auditorul poate de asemenea identifica riscuri specifice ramurii, care ar putea afecta modul în care el va estima riscul de audit acceptabil sau chiar modul în care va determina dacă este potrivit să accepte să facă auditul unei companii din respectiva ramură.

Întinderea planificării va fi în funcție de mărimea entității, complexitatea auditului, experiența pe care auditorul o are cu entitatea și cunoștințele auditorului despre afacerea clientului.

b) Vizitarea spațiilor de producție și a sediilor administrative

O vizită a spațiilor de producție ale clientului este utilă pentru obținerea unei înțelegeri mai bune a întreprinderii și activității clientului, deoarece ea creează oportunitatea de a observa procesele de producție la fața locului și de a discuta cu angajații care au un rol-cheie.

Observarea directă a spațiilor fizice de producție contribuie la înțelegerea modului în care este protejată integritatea fizică a activelor și la interpretarea datelor din contabilitate, deoarece ea creează un cadru de referință în care pot fi plasate și vizualizate active precum stocurile de producție în curs și utilajele de producție.

c) Evaluarea nevoii de specialiști externi.

Auditorul ar trebui să înțeleagă activitatea clientului suficient de bine pentru a-și da seama cînd este nevoie să se facă apel la un specialist.

Cunoașterea de către auditor a entității și al mediului său constă în înțelegerea următoarelor aspecte:

- Sectorul, factorii de reglementare și alți factori exogeni, inclusiv cadrul de raportare financiară aplicabil.
- Natura entității, inclusiv selecția și aplicarea de către entitate a politicilor contabile.
- Obiectivele și strategiile precum și riscurile de afaceri aferente care pot genera o denaturare semnificativă a situațiilor financiare.
- Evaluarea și revizuirea performanțelor financiare ale entității.
- Controlul intern.

În momentul în care auditorul se confruntă cu situații în care este nevoie de cunoștințe specializate, se impune consultarea unui specialist în domeniul respectiv astfel încât auditorul să-și poată formula opinia în baza unor cunoștințe cât mai adecvate.

d) Identificarea părților afiliate

Operațiunile cu părțile afiliate⁵⁵ (înrudite) sînt importante pentru auditor, deoarece principiile contabile general acceptate cer ca aceste operațiuni să fie dezvăluite în situațiile financiare dacă sînt semnificative.

⁵⁴ Conf. Standardului internațional de audit 315 – Cunoașterea entității și mediului său și evaluarea riscurilor de denaturare semnificativă

⁵⁵ Definițiile cu privire la părți afiliate și tranzacțiile cu părțile afiliate din IAS 24, „Prezentarea informațiilor referitoare la tranzacțiile cu părți afiliate” sunt:

Pentru a folosi într-o manieră eficientă cunoștințele referitoare la afacerea clientului, auditorul trebuie să aibă în vedere modul în care acestea afectează situațiile financiare considerate în ansamblu, precum și dacă aserțiunile din situațiile financiare se găsesc în conformitate cu cunoștințele deținute de auditor despre afacerea clientului.

Obținerea informațiilor despre obligațiile juridice ale clientului

Există trei tipuri de documente (strâns înrudite) și evidențe cu caracter juridic, care ar trebui examinate din primele etapele ale angajamentului: statutul de înființare și regulamentele interne, procesele-verbale ale ședințelor consiliului de administrație și ale adunărilor acționarilor și contractele întreprinderii.

- Statutul (actul) de înființare este aprobat de administrația statului în care compania este înregistrată și reprezintă documentul juridic necesar pentru recunoașterea unei societăți pe acțiuni ca entitate distinctă.

El cuprinde numele exact al societății, data înființării, tipurile și cantitățile de acțiuni pe care societatea este autorizată să le emită și tipurile de activități economice pe care societatea este autorizată să le desfășoare. În specificarea tipurilor de acțiuni se includ și informații precum drepturile de vot asociate fiecărei categorii de acțiuni, valoarea nominală sau valoarea stabilită prin statut a acțiunilor, privilegiile și condițiile asociate dividendelor, precum și drepturile de prioritate în caz de desființare a societății.

- Regulamentele interne cuprind regulile și procedurile adoptate de acționarii societății.

Auditorul trebuie să înțeleagă clauzele și condițiile din statutul de înființare și din regulamentele interne pentru a putea determina dacă situațiile financiare sînt corect prezentate. Dezvăluirea adecvată a informațiilor privind capitalul social, inclusiv a informațiilor privind plata corespunzătoare a dividendelor, depinde foarte mult de aceste clauze și condiții.

- Procesele-verbale reprezintă evidențele oficiale ale întrunirilor consiliului de administrație și ale adunărilor acționarilor. Ele cuprind un rezumat al celor mai importante subiecte discutate în cadrul acestor ședințe și al deciziilor luate de membrii consiliului și de acționari.

Auditorul ar trebui să citească procesele-verbale pentru a obține anumite informații care sînt relevante pentru audit. În procesele-verbale există două categorii de informații relevante: aprobările și discuțiile consiliului de administrație care influențează riscul inerent.

- Contractele

Existența contractelor afectează deseori modul în care auditorul evaluează riscurile inerente

Cele mai multe contracte au o importanță fundamentală în anumite porțiuni ale auditului și, în practică, beneficiază de un tratament special în cursul diferitelor faze ale testării detaliate. Mai târziu, aceste documente pot fi examinate cu mai multă atenție ca parte a testării fiecărei sfere de audit în parte.

Anumite informații, cum ar fi cele privind contractele, trebuie dezvăluite în situațiile financiare. Alte informații, precum aprobările din procesele-verbale ale consiliului de administrație, sînt utile în alte porțiuni ale auditului.

Cunoașterea din timp a acestor documente și evidențe cu caracter juridic îi permite auditorului să interpreteze probele asociate lor pe tot parcursul angajamentului și să se asigure că în situațiile financiare există toate dezvăluirile de informații necesare.

Determinarea pragului de semnificație și evaluarea riscului de audit acceptabil și a riscului inerent

Părți afiliate – părțile sunt considerate a fi afiliate dacă una din ele are capacitatea de a o controla sau de a o influența semnificativ pe cealaltă în luarea deciziilor financiare și de exploatare; și

Tranzacții cu părți afiliate – un transfer de resurse sau obligații între părți afiliate, indiferent dacă se percepe sau nu un preț.

Auditorul⁵⁶ trebuie să planifice și să desfășoare angajamentul de audit astfel încât să reducă riscul de audit până la un nivel acceptabil de scăzut care să fie consecvent cu obiectivul unui audit.

Când planifică auditul, auditorul ia în considerare aspectele care ar putea determina ca situațiile financiare să fie denaturate în mod semnificativ. Evaluarea de către auditor a pragului de semnificație, în relație cu soldurile specifice ale conturilor și clasele de tranzacții, ajută auditorul să se decidă asupra unor aspecte cum sunt cele referitoare la ce elemente trebuie examinate și dacă să folosească proceduri analitice și de eșantionare. Acestea permit auditorului să selecteze procedurile de audit care, combinate, se estimează că reduc riscul de audit la un nivel acceptabil de scăzut.

Auditorul reduce riscul de audit prin crearea și efectuarea unor proceduri de audit prin care să obțină probe de audit suficiente și adecvate, pentru a fi capabil să contureze concluzii rezonabile pe care să fundamenteze o opinie de audit. Certificarea rezonabilă este obținută atunci când auditorul a redus riscul de audit la un nivel acceptabil de scăzut.

Există o relație inversă între pragul de semnificație și nivelul riscului de audit și anume, cu cât este mai înalt nivelul pragului de semnificație, cu atât este mai scăzut riscul de audit și invers. Auditorul ia în considerare relația inversă dintre pragul de semnificație și riscul de audit atunci când determină natura, durata și întinderea procedurilor de audit.

De exemplu, dacă după planificarea procedurilor specifice de audit, auditorul determină că nivelul acceptabil al pragului de semnificație este scăzut, atunci riscul de audit este crescut. Auditorul va compensa acest lucru fie:

- reducând nivelul evaluat al riscului de control, acolo unde acest lucru este posibil, și menținând nivelul redus prin efectuarea unor teste extinse sau suplimentare ale controalelor;
- fie reducând riscul de nedetectare prin modificarea naturii, duratei și întinderii testelor detaliate de audit planificate.

Auditorul va lua în considerare pragul de semnificație atât la nivelul global al situațiilor financiare, cât și în relație cu soldurile conturilor individuale, cu clasele de tranzacții și prezentările de informații.

Pragul de semnificație poate fi influențat de considerente cum ar fi cerințele legale și de reglementare, cât și de considerente legate de soldurile conturilor individuale ale situațiilor financiare și de relațiile existente între acestea. Acest proces poate avea ca rezultat diferite niveluri ale pragului de semnificație, în funcție de aspectul situațiilor financiare luate în considerare

Înțelegerea controlului intern și evaluarea riscului legat de control

Auditorul trebuie să ia în considerare dacă, pe parcursul perioadei, au fost utilizate controalele interne.

Dacă au fost utilizate controale care au diferit în mod semnificativ, auditorul le va lua în considerare pe fiecare în parte, în mod separat⁵⁷. Deteriorarea controalelor interne pentru o anumită parte a perioadei cere luarea separată în considerare a naturii, duratei și întinderii procedurilor de audit ce trebuie aplicate tranzacțiilor și altor evenimente ale acelei perioadei.

De asemenea vor fi luate în calcul nivelurile evaluate ale riscului de control și ale celui inerent pentru a determina natura, durata și întinderea procedurilor de fond cerute pentru reducerea riscului de audit până la un nivel acceptabil de scăzut. În această privință auditorul va aprecia:

- natura procedurilor de fond, de exemplu, utilizarea de teste îndreptate mai degrabă spre părți independente din afara entității, decât teste direcționate către părți sau documentații din cadrul entității, sau utilizarea de teste ale detaliilor, în scopul unui obiectiv particular al auditului, în completarea procedurilor analitice;
- momentul de timp la care se efectuează procedurile de fond, de exemplu, efectuarea lor mai degrabă la sfârșitul perioadei (exercițiului), decât la o dată anterioară acesteia; și

⁵⁶ Conf. Standardului internațional de audit 320 – Pragul de semnificație în audit

⁵⁷ Conf. Standardului internațional de audit 400 – Evaluarea riscurilor și controlului intern

- întinderea procedurilor de fond, de exemplu, utilizarea unui eșantion mai mare.
- Înainte de concluzionarea auditului, pe baza procedurilor de fond și a altor probe de audit obținute de auditor, auditorul trebuie să aprecieze dacă evaluarea riscului de control este confirmată.

Concluzii:

În această lucrare am încercat să identificăm factorii care trebuie luați în considerare în activitatea de planificare a auditului, astfel încât această activitate să respecte principiul eficienței. Am identificat acești factori în funcție de succesiunea lucrărilor de planificare și am încercat să stabilim ce categorie de costuri de audit pe care le influențează.

Limitarea riscului de răspundere juridică din partea firmei de audit prin analiza companiei, client este realizată în principal în etapa de preplanificare a auditului, atunci când contractual de audit nu este încă semnat și se poate renunța ușor la un client care prezintă un risc ridicat de litigii.

Ulterior auditorul va încheia un acord clar cu clientul în ceea ce privește termenii și condițiile angajamentului. Esențial din partea auditorului este să accepte termeni ai angajamentului care pot fi respectați pentru a evita riscul unor procese comerciale generate de nerespectare a angajamentului.

Informațiile privind obligațiile juridice ale clientului sunt necesare în orientarea auditului către secțiunile ce prezintă riscuri ridicate de denaturări semnificative, evitarea acestor zone este echivalentă lipsei de rigoare profesională și poate atrage sancțiuni pecuniare drastice.

Pragul de semnificație este unul din instrumentele prin care auditorul acționează asupra costului de colectare a probelor de audit. Un prag de semnificație ridicat presupune colectarea unui număr mai mic de probe, deci un cost mai redus, pe când o valoare redusă a pragului de semnificație presupune costuri mai ridicate pentru obținerea probelor de audit.

Bibliografie:

- Alvin Arens, James Loebbecke - *Audit o abordare integrată*, ed. Arc, Chișinău 2003
Boulescu Mircea – *Audit financiar*, Ed. Economică, București 2003
Dumitru Gheorghe – *Audit financiar contabil*, Ed Herea, Pitești 2005
Stoian A., Țurlea E. - *Audit financiar contabil*, Ed. Economică, București 2001
Camera Auditorilor Financiari din România *Norme minimale de audit*, Ed. Economică, București 2003
Federația Internațională a Contabililor, *Standardele Internaționale de Audit*, Ed. Irecson, București 2009
Standardului internațional de audit 310 – *Cunoașterea clientului*
Standardului internațional de audit 315 – *Cunoașterea entității și mediului său și evaluarea riscurilor de denaturare semnificativă*
IAS 24, „Prezentarea informațiilor referitoare la tranzacțiile părțile afiliate”
Standardului internațional de audit 320 – *Pragul de semnificație în audit*
Standardului internațional de audit 400 – *Evaluarea riscurilor și controlului intern*

DILEME PRACTICE ÎN ESTIMAREA VALORII PRELIMINARE A PRAGULUI DE SEMNIFICAȚIE

Autor:

Felicia NICOLA

Anul III, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Asist. univ. drd. Adrian ROMAN

Abstract

Standardele Internaționale de Audit nu oferă modele de cuantificare a pragului de semnificație, ci doar factorii care influențează pragul de materialitate. Această reticiență este datorată particularităților specifice fiecărei țări care au aderat la aceste standarde, organismul de reglementare lăsând la latitudinea auditorilor și organismelor profesionale din fiecare țară să stabilească proceduri și modele de determinare a pragului de materialitate.

Organismul profesional din România, în speță Camera Auditorilor Financiari din România a adoptat un model simplu de cuantificare a materialității pe care îl recomandă auditorilor membrii.

Acest model însă prezintă unele deficiențe în sensul că nu ține seama de nici un factor calitativ care influențează semnificația și uneori nici de toți factorii cantitativi.

În aceasta lucrare am încercat să enumerăm o mare parte din factorii care influențează semnificația și am prezentat un model de determinare a pragului de materialitate conceput de specialiști olandezi.

Am realizat o paralelă între cele două modele de estimarea a pragului de materialitate preliminar încercând să sintetizăm principalele avantaje și dezavantaje ale celor două modele.

Aspecte teoretice legate de pragul de semnificație

Scopul efectuării unui audit obișnuit al situațiilor financiare de către un auditor independent constă în exprimarea unei opinii privind măsura în care aceste situații prezintă o imagine fidelă, sub toate aspectele semnificative, a poziției financiare, a rezultatelor exploatarei și a fluxurilor de trezorerie, în conformitate cu principiile contabile general acceptate.

Auditorul poartă răspunderea de a planifica și efectua auditul astfel încât să obțină o asigurare rezonabilă privind prezența sau absența unor prezentări eronate semnificative în situațiile financiare, indiferent dacă aceste prezentări eronate sînt cauzate de greșeli sau de fraude. Date fiind natura probelor de audit și caracteristicile fraudelor, auditorul poate ajunge la o asigurare rezonabilă, dar nu și absolută, privind faptul că prezentările eronate semnificative au fost detectate. Auditorul nu poartă nici o răspundere privind planificarea și efectuarea auditului astfel încât să obțină o asigurare rezonabilă în ceea ce privește detectarea prezentărilor eronate care sînt nesemnificative în raport cu ansamblul situațiilor financiare, indiferent dacă aceste prezentări eronate sînt cauzate de greșeli sau de fraude.

Ne punem astfel următoarea întrebare: Care este valoarea monetară a erorilor pentru ca acestea să fie semnificative?

Vom încerca în continuare să răspundem la această întrebare pornind de la recomandările Standardelor Internaționale de Audit și de la Ghidul Practic de desfășurare a unei misiuni de audit elaborat de Camera Auditorilor Financiari din România.

Pragului de semnificație este definit ca fiind „gravitatea unei omisiuni sau a unei prezentări eronate a informațiilor contabile care, prin prisma circumstanțelor generale, dă naștere unei probabilități ca raționamentul unei persoane rezonabile care se bazează pe informațiile respective să fi fost schimbat sau influențat de omisiunea sau eroarea de prezentare respectivă”

Prezentările eronate sînt, în general, considerate semnificative dacă efectul combinat al erorilor și al fraudelor necorectate din situațiile financiare ar fi putut schimba sau influența deciziile unei persoane rezonabile care utilizează respectivele situații financiare. Deși este deosebit de greu

să cuantifici importanța relativă a erorilor, auditorul poartă răspunderea de a obține o asigurare rezonabilă privind faptul că acest prag de semnificație a fost respectat. Ar fi extrem de costisitor (și, probabil, imposibil) să se impună auditorilor obligația de a descoperi toate erorile și fraudele nesemnificative.

O citire atentă a definiției ne oferă o idee despre dificultățile cu care se confruntă auditorii în aplicarea conceptului de prag de semnificație în practică. Definiția subliniază utilizatorii rezonabili, care se bazează pe situațiile financiare pentru a lua decizii. Prin urmare, auditorii trebuie să știe cine sunt utilizatorii probabili ai situațiilor clientului și ce decizii se vor lua pe baza acestor situații.

Informațiile sunt considerate a fi semnificative dacă omisiunea sau declararea lor eronată ar putea influența deciziile economice ale utilizatorilor luate pe baza situațiilor financiare. Pragul de semnificație depinde de mărimea elementului sau a erorii judecate în împrejurările specifice ale omisiunii sau declarării eronate. Astfel, pragul de semnificație oferă mai degrabă o limită decât să reprezinte o caracteristică calitativă primară, pe care informația trebuie să o aibă pentru a fi utilă.

Auditorul ia în considerare pragul de semnificație atât la nivelul global al situațiilor financiare, cât și în relație cu soldurile conturilor, cu clasele de tranzacții și prezentările de informații.

Utilitatea pragului de semnificație

Aprecierea pragului de semnificație prezintă importanță, deoarece prin intermediul acestui factor se estimează nivelul global al erorii sau inexactităților cuprinse în situațiile financiare. Acest aspect trebuie avut în vedere încă din etapa de planificare a misiunii de audit, prin care auditorul, după cunoașterea generală a întreprinderii și activităților sale, fixează un anumit prag care constituie o graniță, și anume:

- în segmentul dinaintea acestui prag, informațiile nu sunt semnificative în influențarea deciziilor utilizatorilor de informații financiare;
- în segmentul după acest prag, informațiile sunt semnificative în influențarea deciziilor utilizatorilor de informații.

Pragul de semnificație din stadiul planificării se bazează inițial pe conturile anului precedent sau pe conturile provizorii care au făcut obiectul unor ajustări. De aceea este esențială revizuirea pragului de semnificație prin raportarea la ultimele situații financiare, pentru a se asigura că nu a avut loc o fluctuație importantă a pragului de semnificație inițial. Dacă pragul a suferit o reducere semnificativă, s-ar putea să fie necesară extinderea testelor de audit. Creșterea semnificativă se înregistrează în cazul în care sunt efectuate mai multe teste decât ar fi fost necesar.

În cursul misiunii de audit, pragurile de semnificație determinate pentru controlul fiecărei secțiuni din situațiile financiare permite orientarea programelor de muncă spre riscurile existente, prin stabilirea mai corectă a eșantioanelor de control, evitându-se astfel angajarea în lucrări care nu vor servi la fundamentarea opiniei asupra situațiilor financiare. Aceste praguri sunt, în general, inferioare pragului global pentru a ține cont de cumulul posibil al erorilor constatate.

Pragul de semnificație e important nu numai pentru deciziile luate de utilizatorii situațiilor financiare, ci și pentru auditor în procesul de exprimare a opiniei sale.

La sfârșitul misiunii, auditorul elaborează lista recapitulativă a constatărilor făcute în cursul sondajelor și verificărilor sale, inclusiv a examinării diverselor obiective privind întreprinderea auditată.

Erorile sau inexactitățile descoperite de către auditor sunt clasificate în două categorii: cele care au o influență și o pondere ridicată față de principalii indicatori cheie ai întreprinderii și cele care au o incidență scăzută, fiind considerate comune în activitatea curentă a tuturor întreprinderilor.

De cele mai multe ori, întreprinderea procedează la rectificările sugerate de auditor, acesta acordând o certificare fără rezerve. În situația în care întreprinderea refuză să accepte sugestiile

făcute de auditor, caracterul semnificativ sau nu al constatărilor făcute va determina atitudinea auditorului și conținutul certificării sale.

În cazul în care constatările sale nu au un caracter semnificativ, auditorul va acorda o certificare a regularității și a sincerității conturilor anuale fără rezerve.

În situația în care constatările au un caracter semnificativ, auditorul, după caz, va fi determinat să adopte una din soluțiile următoare:

- Certificare cu rezerve – situație în care auditorul este în măsură să determine rubricile și posturile din situațiile financiare la care face referire rezerva sa. În concluzie, raportul va indica elementele care fac obiectul rezervei sale și cum aceste elemente pot fi corijate și, dacă este posibil, influența pe care această corecție o va avea asupra conturilor anuale.

- Refuzul de certificare – apare atunci când rezervele sunt prea numeroase. De asemenea, apare în toate cazurile în care regularitatea și sinceritatea contabilității și a conturilor anuale nu prezintă o imagine fidelă, clară și completă a patrimoniului, a situației financiare și a rezultatelor.

- Imposibilitatea certificării – apare în cazul în care auditorul consideră că întreprinderea nu i-a pus la dispoziție sau nu i-a putut furniza elemente suficiente pentru a-i permite să stabilească concluziile sale, consemnând în raport că nu este în măsură să emită o opinie.

Ca urmare, stabilirea unor praguri de semnificație permite o orientare mai bună și o planificare a misiunii, evitarea lucrărilor inutile, justificarea deciziilor referitoare la opinia emisă.

Factorii care afectează evaluarea preliminară a pragului de semnificație

Standardele de audit recomandă auditorului să fixeze într-o fază timpurie a auditului valoarea combinată a prezentărilor eronate din situațiile financiare care va fi considerată semnificativă. Această sumă este definită ca fiind valoarea preliminară a pragului de semnificație

Valoarea preliminară a pragului de semnificație este, prin urmare, suma maximă, în opinia auditorului, a prezentărilor eronate pe care le-ar putea conține situațiile financiare, *fără* a afecta totuși deciziile utilizatorilor rezonabili. Pragul de semnificație preliminar este definit astfel pentru a-i simplifica aplicarea în practică. Acest raționament este una dintre cele mai importante decizii pe care le ia auditorul. El necesită o logică profesională solidă.

Rațiunea definirii unei valori preliminare a pragului de semnificație este de a-l ajuta pe auditor să planifice probele adecvate ce urmează a fi colectate. Dacă auditorul fixează o valoare monetară mică, atunci va fi nevoie de o cantitate mai mare de probe decât în cazul în care această valoare ar fi mare.

Deseori, auditorul își va modifica decizia privind valoarea preliminară a pragului de semnificație pe parcursul desfășurării auditului. Când se produce acest lucru, noua estimare este numită valoare revizuită a pragului de semnificație. Printre motivele utilizării unei valori revizuite se pot menționa: o modificare a unuia dintre factorii utilizați pentru determinarea valorii preliminare sau o decizie a auditorului privind nivelul prea ridicat sau prea redus al valorii preliminare.

Mai mulți factori afectează determinarea unei valori preliminare a pragului de semnificație pentru un set dat de situații financiare. Cei mai importanți dintre acești factori sînt discutați în continuare.

Factori cantitativi care afectează semnificația:

- O eroare de o anumită magnitudine ar putea fi semnificativă pentru o companie mică, în timp ce o eroare cu aceeași valoare monetară ar fi nesemnificativă pentru o companie mare. Prin urmare, este imposibil să se definească niveluri orientative, exprimate în unități monetare, pentru o valoare preliminară a pragului de semnificație aplicabilă tuturor clienților de audit. Deci primul și cel mai important factor care afectează pragul de semnificație este dimensiunea întreprinderii.
- Deoarece pragul de semnificație este relativ, se impune găsirea unor termeni de comparație pentru a se putea stabili dacă prezentările eronate sînt semnificative. De regula, profitul net înainte de impozitare reprezintă principala bază de comparație utilizată pentru a se decide care sume sînt semnificative, deoarece el este considerat un element eu importantă

vitală pentru utilizatorii informațiilor. Anumite firme utilizează alte baze de comparație, deoarece, deseori, profitul net fluctuează considerabil de la un an la altul și nu oferă, prin urmare, o bază de comparație stabilă. Exemple de alte baze de comparație utilizate de firmele de expertiză contabilă sînt: vânzările nete, profitul brut și totalul activului. Pe lângă selectarea unei baze de comparație principale, este important să se decidă și dacă prezentările eronate ar putea afecta de manieră semnificativă caracterul rezonabil al altor baze de comparație posibile, cum ar fi activele circulante, totalul activului, datoriile pe termen scurt și capitalurile proprii. Al doilea factor care afectează semnificația este rezultatul net cu toate că nu întotdeauna poate fi folosit ca bază de comparație.

Factori calitativi care afectează semnificația. Anumite tipuri de prezentări eronate ar putea fi mai semnificative pentru utilizatori decît altele, chiar dacă valoarea lor bănească este identică. De exemplu:

- Abaterile implicînd fraude sînt, de obicei, considerate mai importante decît erorile neintenționate de valori monetare identice, deoarece fraudă este un indicator al onestității și fiabilității managerilor sau altor angajați implicați. Ca să ilustrăm, cei mai mulți utilizatori vor considera că o prezentare greșită intenționată a stocurilor este mai importantă decît erorile mecanice în evaluarea stocurilor, avînd aceeași valoare bănească.
- Erorile de prezentare care, în alte condiții, ar fi considerate minore ar putea deveni semnificative dacă ar avea posibile consecințe rezultînd din anumite obligații contractuale. Un exemplu este atunci cînd fondul de rulment net menționat în situațiile financiare depășește cu doar cîteva sute de dolari nivelul minim impus prin contractul de împrumut bancar. Dacă fondul de rulment net corect ar fi mai mic decît minimul obligatoriu, implicînd astfel o încălcare a prevederilor contractului de împrumut, atunci datoriile pe termen scurt și pe termen lung ar fi semnificativ afectate.
- Erorile de prezentare care, în alte condiții, ar fi considerate nesemnificative ar putea deveni semnificative dacă ele ar afecta tendința de evoluție a profiturilor. De exemplu, dacă profitul raportat a crescut cu 3% pe an în ultimii 5 ani, dar profitul anului curent a scăzut cu 1%, această schimbare a tendinței de evoluție ar putea fi semnificativă. În mod similar, o eroare de prezentare care ar determina raportarea unei pierderi ca fiind profit ar fi foarte îngrijorătoare.
- În situația în care crește riscul ca situațiile financiare să fie eronate auditorul diminuează pragul de semnificație pentru a fi sigur că poate detecta erorile de prezentare. Putem enumera în continuare o serie de factori care cresc riscul denaturării semnificative în situațiile financiare (existența unui control intern inefficient, management incompetent, schimbările frecvente ale managerilor societății, existența unor condiții de menținere a nivelului rentabilității, implicarea managementului societății în sarcinile zilnice, complexitatea activității, tranzacțiile comerciale complexe, inexistența unui soft de contabilitate, personalul contabil slab pregătit, presiunea exercitată asupra personalului din departamentul contabil, concurența puternică din ramura de activitate, relațiile conflictuale între auditori și conducerea societății)

Modele de determinare a pragului de semnificație

Datorită complexității elementelor care trebuie avute în vedere, nu există recomandări precise făcute practicienilor privind determinarea pragului de semnificație, astfel că auditorii, firmele de audit trebuie să-și stabilească propria procedură sub forma unor instrucțiuni care utilizează una sau mai multe baze de comparație și un interval de valori procentuale.

În normele minimale de audit, pragul de semnificație se situează în intervalul indicat de următorii factori:

- ~ Active totale (înainte de scăderea datoriilor): 1 %, 2 %

~ Cifră de afaceri: 0,5 %, 1%

~ Profit înainte de impozitare: 5%, 10 %.

În situația în care există pierderi sau profitul nu este corect prezentat, nu se ia în considerare ultimul factor indiferent de motivul distorsionării sale. Se vor utiliza alți factori considerați mult mai adecvați. Indiferent de cum se face repartizarea, când își încheie misiunea, auditorul trebuie să fie sigur de faptul că valoarea combinată a prezentărilor eronate din toate conturile este mai mică sau egală cu valoarea preliminară (sau revizuită) a pragului de semnificație.

Datorită faptului că auditorul examinează doar eșantioane și nu întreaga populație, prin extrapolare sau estimare, se calculează valoarea totală a erorilor de prezentare. Sumele erorilor extrapolate pentru fiecare cont sunt combinate, iar valoarea combinată a erorilor este comparată cu pragul de semnificație.

În cazul în care acești factori variază mult de la o perioadă la alta, pragul de semnificație se determină în funcție de elementul cel mai stabil. În normele minimale de audit se recomandă profitul net.

În determinarea pragului de semnificație se pleacă de la informațiile oferite de trei indicatori: cifra de afaceri, activ net (total capitaluri) și profitul înainte de impozitare. Aceștia se prezintă astfel:

Tabel 1 : Baza de referință pentru determinarea pragului de semnificație

Denumire element	Situații financiare exercitiu curent	Situații financiare exercitiu anterior	Fluctuații
	2008	2007	
	lei	lei	
Activ net (total capitaluri)	149.053.921,00	92.766.755,00	60,6%
1 %	1.490.539,21	927.667,55	
2 %	2.981.078,42	1.855.335,10	
Profit înainte de impozitare	-5.722.395,00	1.104.240,00	Nu se poate calcula
5 %	-286.119,75	55.212,00	
10 %	-572.239,50	110.424,00	
Cifra de afaceri	101.908.606,00	73.542.954,00	38,5%
0,50 %	509.543,03	367.714,77	
1 %	1.019.086,06	735.429,54	

Pragul de semnificație se calculează în funcție de cifra de afaceri, întrucât acest indicator, a avut fluctuația cea mai mică în ultimii doi ani și a fost considerat element relevant și suficient cantitativ comparativ cu ceilalți indicatori. Profitul înainte de impozitare nu poate fi folosit ca bază de referință pentru determinarea pragului de semnificație deoarece în anul curent are o valoare negativă.

Potrivit indicațiilor furnizate de Normele minimale de Audit, fixarea valorii preliminare a pragului de semnificație se efectuează între nivelul cel mai mic și cel mai mare al factorului de referință adică între 509.543 lei și 2.981.078 lei

Ne-am limitat în intern la o valoare a pragului de semnificație, apropiată de valoarea minimă a factorului de referință, respectiv 510.000 lei.

Însă recomandările de mai sus au un dezavantaj major pentru că nu țin cont de factorii calitativi care afectează semnificația.

Caracterul vag al îndrumărilor oferite de ISA și ținând cont de importanța pragului de semnificație în proiectarea planului și a programului de audit, am identificat o metoda de determinare a pragului de semnificație, conceputa de un grup de cercetători⁵⁸.

Studiul s-a desfășurat în Olanda, fiind implicate 13 firme de audit.

Eșantionul a fost compus din 108 firme industriale de dimensiuni variabile, având medii de control diferite și având complexitate diferită.

În elaborarea acestui model autorii au ținut cont de următorii factori:

- Pm – prag de materialitate (prag de semnificație)
- NIBIT – profitul net
- Total Assets – total active
- Sales – total vânzări
- Size - $\sqrt{\text{vanzari} \times \text{total.active}}$
- ROA – rentabilitatea economică (profit net / total active)
- Controls.- Sistemul de control al entității auditate. S-a acordat punctaje de la 1 la 7; 1- însemnând un sistem de control slab, 7- un sistem de control eficient)
- Curent ratio-lichiditatea generală (Active curente/ Datorii curente)
- Illegal acts – riscuri de fraudă S-a acordat punctaje de la 1 la 7; 1- însemnând risc de fraudă redus, 7- risc ridicat de fraudă)
- Leverage – (Activ net / total activ)
- Loss – (1 – pierdere, 0 – profit)
- Complexity – Nivelul de complexitate al firmei (S-a acordat punctaje de la 1 la 7; 1- însemnând firmă puțin complexă, 7- o firmă foarte complexă)
- Listed – (1 companie listată, 0 companie nelistată)
- Temure – cine a realizat auditul (1- O firmă din Big 5; 0 – alta firma de audit)

$\ln PM = -3,0263 + 0,856 \ln \text{Size} - 0,268 \text{ Big5} + 0,1280 \text{ Controls} + 2,7430 \text{ ROA} - 0,1034 \text{ Complexity}$

Conform modelului rezultă că :

- Pragul de semnificație este influențat de mărimea entității, adică cu cât dimensiunea evităției este mare, cu atât pragul de semnificație va fi mai mare
- Firmele mari de audit stabilesc praguri de semnificație mai reduse comparativ cu celelalte
- Cu cât riscul de control este mai mic cu atât pragul de semnificație este mai mare
- Pragul de semnificație este direct proporțional cu rentabilitatea economică
- Complexitatea firmei este invers proporțională cu pragul de semnificație
- Conform modelului ceilalți factori nu influențează mărimea pragului de semnificație.

Aplicând modelul de mai sus am ajuns la următoarele rezultate

$$\begin{aligned} \ln PM &= -3.0263 + 0.856 \ln \sqrt{101908606 * 94227690} - 0.268 * 1 + 0.128 * 6 \\ &+ 2.7430 * (-0.0673) - 0.1034 * 3 = 12.7296 \\ PM &= 337594.2 \end{aligned}$$

⁵⁸ Hans Blokdik, Fred Driecnhuizen, Dan Simunik, Michael T Stein - Factors affecting auditors assessments of planning materiality – Auditing a Jurnal of practice and theory, vol 22, sep 2005

Concluzii

Analzând cele două modele de determinare a pragului de semnificație am constatat următoarele:

Pragul de semnificație preliminar potrivit primului model a fost de 510.000 lei, adică am ales cea mai mică valoare posibilă a pragului de semnificație conform recomandărilor emise de Camera Auditorilor Financiari din România, datorită lipsei unor procedurii proprii de determinare a acestui indicator. După cum se observă a baza de referință folosită pentru determinarea pragului de semnificație a avut o fluctuație semnificativă, deci am avut un factor de risc suplimentar. Pe lângă acest neajuns nu am putut ține seama nici de rezultatul contabil și nici de factorii calitativi care afectează semnificația. În opinia noastră nivelul pragului de semnificație astfel determinat este mult prea ridicat. Un prag de semnificație mare cu toate ca presupune costuri de realizare a auditului mai reduse expune auditorul unui risc mai ridicat.

Conform celui de-al II-lea model pragul de materialitate a fost fixat la o valoare optimista de 337.594 lei, considerând un control intern eficient (acordând nota 6 din maxim 7) și o complexitate medie a activității (acordând nota 3 din maxim 7)

Discrepanța dintre pragul de materialitate stabilit conform celor două modele este mare ținând cont de faptul ca primul model s-a bazat pe o evaluare pesimistă, iar cel de-al doilea model s-a bazat pe o valoare optimistă.

Al II-lea model de determinare a pragului de semnificație ține seama de ambii factori cantitativi care afectează nivelul pragului de materialitate. Acest model ne ajută să ajustm pragul de semnificație la o valoare rezonabilă ținând cont de cei mai importanți factorii calitativi care pot afectează semnificația, diminuându-ne astfel riscul de audit.

Însă și acest model are limite în sensul că atunci când compania auditată obține pierderi foarte mari nivelul pragului de semnificație scade foarte mult, situație în care costul auditului crește semnificativ, iar această activitate nu ar fi justificată din punct de vedere economic.

Bibliografie:

Alvin Arens, James Loebbecke - *Audit o abordare integrata*, ed. Arc , Chișinău 2003

Boulescu Mircea – *Audit financiar*, Ed. Economică, București 2003

Dumitru Gheorghe – *Audit financiar contabil*, Ed Herea, Pitești 2005

Camera Auditorilor Financiari din România *Norme minimale de audit*, Ed. Economică, București 2003

Federatia Internationala a Contabililor, *Standardele Internaționale de Audit*, Ed. Irecson, București 2009

Hans Blokdik, Fred Driecnhuizen, Dan Simunik, Michael T Stein - *Factors affecting auditors assessments of planning materiality* – *Auditin a Jurnal of practice and theory*, vol 22, sep 2005

BALANCED SCORECARD – INSTRUMENT DE MĂSURARE ȘI MANAGEMENT AL PERFORMANTELOR FIRMEI

Autori: Simona Maria PÎRVU

Elena Laura GHEORGHE

Anul III, Contabilitate și Informatică de Gestiune

Coordonator științific: Asist. univ. drd. Marian ȚAICU

1. Introducere

Termenul „performanță” este utilizat în domenii diverse; se vorbește despre performanțe economice, tehnice, sportive, sociale. Etimologic, cuvântul performanță provine din latinescul „performare” care semnifică a finaliza o anumită activitate propusă. Sensul cuvântului vine însă din englezescul „to perform” care înseamnă a realiza ceva care presupune o anumită abilitate sau aptitudine. Termenul „performanță” este utilizat adesea pentru a aprecia activitatea desfășurată de o întreprindere și pentru evaluarea competitivității acesteia.

Performanța întreprinderii este apreciată în mod diferit de participanții la viața întreprinderii, în funcție de interesele lor. Performanța poate fi studiată din perspectiva fiecărei categorii de utilizatori ai informațiilor contabile: acționari, manageri, angajați, creditor, stat, parteneri comerciali.

În cadrul unei întreprinderi, măsurarea performanței se face în mod diferit, în funcție de nivelul de responsabilitate. Performanța unui responsabil al unei subunități de producție (atelier, secție etc.) poate fi măsurată prin gradul în care a reușit reducerea cheltuielilor indirecte de producție, dacă această acțiune a fost unul din obiectivele centrului de responsabilitate. Performanța nui responsabil al departamentului de vânzări poate fi măsurată prin îndeplinirea obiectivului reprezentat de creșterea cifrei de afaceri într-o perioadă determinată. În schimb, aprecierea performanței managerului general se va face în termeni de profitabilitate și lichidități, ca obiective definite la nivel global.

2. Instrumente de monitorizare a performanței

Controlul de gestiune din cadrul unei organizații economice oferă mai multe instrumente de monitorizare a performanței: tabloul de bord, reporting și balanced scorecard (tabloul de bord echilibrat).

Tabloul de bord este un instrument de pilotaj al întreprinderii care permite managerilor să aibă o viziune sintetică cu privire la indicatorii ce vizează întreprinderea și mediul de afaceri pentru luarea deciziilor aflate în competența lor. Noțiunea de „tablou de bord” a apărut în Franța încă din perioada interbelică.

Reporting-ul este un instrument de urmărire și evaluare a performanțelor frecvent utilizat în marile întreprinderi. Servește pentru justificarea gradului de îndeplinire a obiectivelor de către manageri și este utilizat pentru agregarea informației de la unitățile elementare (secții, uzine, centre comerciale, filiale etc.) către vârful ierarhiei.

Balanced scorecard este un instrument care oferă o reprezentare operațională a performanței globale a firmei și permite ghidarea și evaluarea strategiei acesteia.

Ovidiu Nicolescu și Ion Verboncu definesc⁵⁹ strategia drept „ansamblul obiectivelor majore ale organizației pe termen lung, principalele modalități de realizare, împreună cu resursele alocate, în vederea obținerii avantajului competitiv potrivit misiunii organizației”.

Acest instrument poate fi comparat cu o hartă cu ajutorul căreia se realizează implementarea și controlul strategiei la toate nivelurile organizației, realizând legături între obiective, ținte și

⁵⁹ Nicolescu O., Verboncu I., Management, ediția a III-a, Editura Economică, București, 1999, p. 131

măsurii, pe de o parte și strategia organizației pe de altă parte. Balanced Scorecard menține și indicatorii financiari tradiționali. Însă acești indicatori financiari tradiționali reflectă evenimente trecute, fiind instrumente adecvate pentru companiile din era industrială pentru care investițiile în capacitățile pe termen lung și în relațiile cu clienții nu erau critice pentru succes.

Raportarea performanțelor firmei a reprezentat de-a vremii o constantă a controlului de gestiune. În timp au existat diferențe cu privire la natura informațiilor oferite, orientarea spre trecut sau spre viitor, sau în ceea ce privește rolul indicatorilor de informare sau de acțiune. Albu N. și Albu C. subliniază⁶⁰ că „dacă în limba franceză deumneia acestui instrument, indiferent de caracteristicile sale, este cea de tablou de bord, în literatura anglo-saxonă se realizează separarea dintre:

- *performance reports* care reprezintă o comparație între valorile realizate și previzionate ale principalilor indicatori financiari în cadrul unei divizări a întreprinderii pe centre de responsabilitate;

- *Balanced Scorecard* – un set de indicatori financiari și non-financiari care arată constituirea performanțelor întreprinderii prin echilibrarea și conditionarea a patru forțe pe baza unei decupări a organizației ce include procese și activități”.

Așadar, tabloul de bord, reporting-ul și balanced scorecard sunt „construcții” care au o dimensiune istorică și s-au dezvoltat în contexte socio-economice diferite. Astfel, tabloul de bord a apărut încă din perioada interbelică ca o practică în gestiunea firmelor franceze iar reporting-ul, specific marilor companii americane, s-a extins în practica tuturor societăților multinaționale. Limitele reporting-ului, ca instrument de control al performanțelor, au impus un alt instrument de pilotaj, orientat mai mult către strategia firmei și măsurarea performanței globale: „balanced scorecard”. Prin caracteristicile sale, „balanced scorecard” realizează o convergență între tabloul de bord francez și reporting-ul american, putând fi considerat un instrument de gestiune integrator.

3. Prezentarea Balanced scorecard

Conceptul de balanced scorecard sau tablou de bord echilibrat a fost introdus de către economiștii David Norton și Robert Kaplan la începutul anilor 90. Aceștia au demarat un studiu în cadrul a 12 companii (confecții și servicii, industria grea și cea a tehnologiilor avansate) timp de un an de zile, prin care au dovedit că doar măsurarea rezultatelor financiare nu era suficientă pentru a analiza performanța companiei. Ulterior, în anul 1992, au publicat rezultatul cercetării lor în cadrul articolului ”The Balanced Scorecard – Measures That Drive Performance” din revista Harvard Business Review. La scurt timp după apariția articolului o serie de manageri din companii de top au dorit implementarea acestui instrument pentru a reuși să alinieze organizațiile cu noile strategii și pentru a eficientiza acele procese interne strategice care într-adevăr puteau conduce la performanță. Astfel, descoperirea acestui tablou de bord echilibrat este considerată una dintre cele mai importante inovatăii ale secolului 20 în domeniul managementului. În momentul de față aproximativ 50% dintre marile companii din America de Nord și 40% din Europa utilizează o anumită variantă a balanced scorecard. Deși este un instrument des utilizat de către companiile mari, tabloul de bord echilibrat este rar aplicat în cazul afacerilor mici.

Balanced scorecard constă într-un set de indicatori financiari și non-financiari ce ajută la măsurarea și evaluarea performanței organizației atât pe termen lung cât și pe termen scurt.

Putem întâlni numeroase definiții ale acestui instrument în literatura de specialitate dar, totuși, cea mai cuprinzătoare este cea dată de către Robert Kaplan și David Norton⁶¹: ”Tabloul de bord echilibrat traduce misiunea organizației într-un set complet de măsuri ale performanței care creează cadrul pentru un sistem strategic de măsură și de gestiune”. Pentru a înțelege mai bine importanța acestui tablou de bord prospectiv autorii cărții mai sus amintite fac o paralelă între pilotajul unui avion și conducerea unei companii. Așa cum un avion nu poate fi pilotat cu ajutorul unui singur instrument de bord, o companie nu poate fi condusă doar din perspectiva indicatorilor

⁶⁰ Albu N., Albu C., Instrumente de management al performanței, vol. II, Editura Economică, București, 2003, p. 121

⁶¹ David P. Norton, Robert S. Kaplan, *Translating strategy into action: The Balanced scorecard*, Boston, Part I, p. 2

financiari. Un manager eficient și bun, asemenea unui pilot, trebuie să utilizeze și să analizeze nenumăratele informații din jurul lui pentru a putea lua cele mai bune decizii în scopul unor rezultate pe măsură. Balanced scorecard furnizează managerilor întreaga paletă de instrumente de care au nevoie pentru a putea alinia obiectivele cu strategia organizației. Măsurarea performanței se face prin intermediul celor patru axe fundamentale⁶² (financiară, clienți, procese interne, învățare dezvoltare), proporțional, fără a acorda o importanță deosebită vreuneia dintre ele.

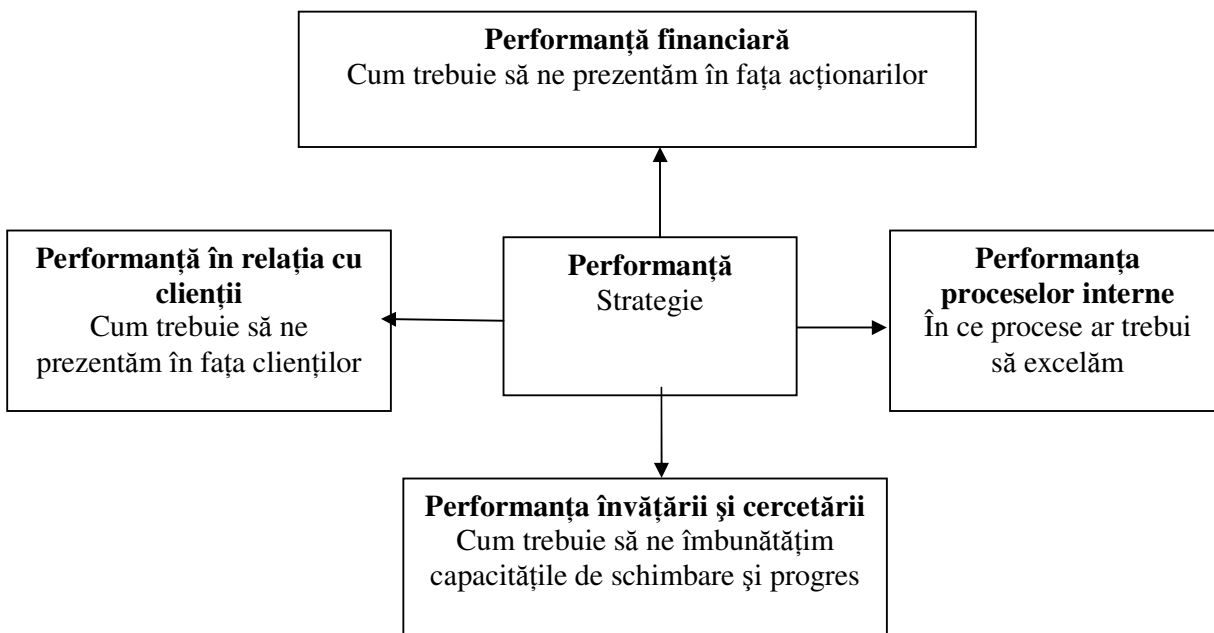


Figura 1. Articulația elementelor unui Balanced Scorecard

Sursa: după Albu N., Albu C. *Intrumente de management al performanței, vol II*, Editura Economică 2003, București, p. 122

Axa financiară: se referă la îmbunătățirea performanțelor financiare ale întreprinderii. Obiectivele sunt stabilite în funcție de nivelul de dezvoltare al afacerii astfel: atunci când organizația este la început de drum, obiectivele financiare sunt agresive, se cere o creștere a cifrei de afaceri iar atunci când o companie este matură, se optează pentru menținerea rezultatelor. De exemplu tuturor unităților li se cere să mărească cifra de afaceri cu 10%, obiectiv care este de altfel fixat la nivelul întregii corporații. Astfel obiectivele financiare ale diviziilor se subordonează strategiei întregii corporații. În final toate obiectivele și țintele din celelalte trei axe fundamentale ar trebui să fie legate de atingerea a unui sau mai multor obiective financiare.

Axa clienți: se referă la modul în care companiile identifică clienții și piețele pe care au decis să concureze. Managerii trebuie să se concentreze doar pe acele piețe unde produsele și serviciile lor se pot vinde cel mai bine și să încerce ca pe acea piață să devină cei mai buni. Este inutil și de asemenea riscant pentru o companie să încerce să își diversifice activitatea pe anumite piețe unde există deja alți competitori puternici. Așa cum Norton amintește "Companiile care încearcă să fie totul pentru toată lumea, de obicei, sfârșesc prin a fi nimic pentru nimeni". Organizația trebuie să se orienteze spre menținerea și întărirea poziției pe piețele unde activează prin mărirea gradului de satisfacție a clienților, mărirea numărului de clienți, creșterea părților de piață. Managerii diviziilor în afară de a încerca să multumească clienții, mai trebuie să-și traducă

⁶² Ion Ionașcu, Andrei Tiberiu Filip, Mihai Stere, *Control de Gestione*, curs universitar, p.63

misiunea și strategia în obiective specifice client-piață. Pentru a putea stabili aceste obiective sunt necesare studii de piață și chestionare privind calitatea, marca, funcționalitatea, reputația sau prețul.

Axa proceselor interne: se referă la acele procese critice din organizație care pot fi îmbunătățite continuu pentru a atinge obiectivele clienților și cele ale acționarilor. Obiectivele din această perspectivă se stabilesc după ce în prealabil au fost conturate obiectivele financiare și cele ale clienților. Inovația este un proces major aici deoarece prin dezvoltarea de noi tehnologii se pot satisface noile dorințe ale clienților asigurând un profit sigur companiei, mai apoi trebuie să se acorde o importanță mărită nevoilor actuale ale clienților dar și nevoilor care se manifestă post-vânzare.

Axa învățare-dezvoltare: vizează în principiu puterea de adaptare și inovare a companiei pentru a atinge obiectivele strategice. Tabloul de bord echilibrat atrage atenția asupra importanței viziunii pe termen lung, deoarece nu este suficient pentru o companie să achiziționeze echipamente noi și performante ci de asemenea să investească în capitalul uman. Datorită implementării sistemului Balanced Scorecard în diferite companii de servicii și producție, s-au stabilit trei categorii principale în cadrul perspectivei de învățare și dezvoltare: capacitatea angajaților, eficacitatea sistemelor infomormationale, motivarea angajaților.

Primele companii care au început să folosească acest concept inovativ au fost Rockwater's, o companie de forari subacvatice în domeniul petrolier, Apple Computers, AMD. Dacă Rockwater a folosit BSC pentru a diviza strategia în obiective și acțiuni tangibile și pentru a măsura calitatea relațiilor cu clienții, Apple și AMD au utilizat BSC pentru a planifica performanța pe termen lung și pentru a introduce indicatori care să translateze abordarea către clienți. Succesul acestor companii sunt cel mai bun exemplu pentru a evalua versatilitatea BSC-ului⁶³.

Fiecare obiectiv, țintă din cadrul celor patru perspective este selectat ținând seama atât de viziunea cât și de strategia organizației. Strategia firmei⁶⁴ este o pârgie importantă de impulsioneare și susținere a schimbării, de accentuare a laturii creative a managementului organizației. Planificarea strategică reprezintă un element determinant în conceperea, lansarea și supraviețuirea unei afaceri. Înainte ca afacerea să debuteze, întreprinzătorul acesteia trebuie să-și formuleze câteva întrebări privind orientarea sa în lumea afacerilor și să evalueze alternativele privind cursul acțiunilor sale. Strategia firmei nu trebuie confundată cu conceptul de management strategic care este un proces dinamic, în cadrul căruia, prin decizii strategice, managerii firmei prevăd și realizează schimbările viitoare din organizație, sub impactul modificărilor din mediul ambiant.

Furnizând un ansamblu echilibrat de indicatori interni și externi, obiectivi sau subiectivi, cu privire la procese, inovare, educație și creștere, tabloul de bord prospectiv prezintă în același timp indicatori de rezultate, ca efect a unor eforturi anterioare, dar și indicatori care anticipează performanța viitoare. Obiectivele strategice sunt stabilite la nivelul managementului de top al organizației iar mai apoi prin intermediul unui proces "cascadă" ele sunt făcute cunoscute și la nivelele operaționale. În acest fel fiecare angajat al întreprinderii cunoaște rolul lui în atingerea succesului companiei și contribuția sa la performanța globală. Atunci când angajații sunt informați corect despre intențiile conducerii și deciziile pe care aceasta le iau, ei pot contribui activ la atingerea țăntelor și implicit a strategiei alese. Acest parcurs al informațiilor de la sectoarele executive respectiv manageri la angajații din sectoarele productive/operaționale mai poartă și denumirea de "top-down". În cele din urmă tabloul de bord echilibrat este gândit și trasat de către conducătorii organizației (mai cu seama cineva din departamentul economic, financiar) dar este pus în mișcare de către angajații firmei, de aici reieșind și importanța deosebită ca aceștia să cunoască strategia, misiunea și obiectivele. Tabloul de bord echilibrat sau Balanced scorecard trebuie să fie problema tuturor și trebuie să alinieze întreaga companie la strategie.

Urmatoarea listă de verificare arată **punctele** care trebuie **respectate de companie**, respectiv de echipa de proiect **la elaborarea Balanced Scorecard** :

⁶³ Revista economică *Fortune Magazine*, Nr 4/2009

⁶⁴ David P. Norton, Robert S. Kaplan, *Translating strategy into action: The balanced scorecard*, Boston, Part I, p.2

- Utilizarea Balanced Scorecard începe cu consensul managementului de top cu privire la o viziune și o strategie comune.
- Abia după atingerea acestui consens se poate începe cu proiectul pentru arhitectura Balanced Scorecard. Prin aceasta se clarifică ce perspective trebuie ilustrate specific pentru companie pentru a transpune strategia managerului.
- În BSC pot fi folosiți doar indici cu relevanță strategică. Acest lucru necesită reducerea la doar câteva valori de referință.
- Obiectivul este de a reduce complexitatea și de a orienta atenția managementului de top spre elemente importante din punct de vedere strategic.
- Exprimarea clară a relațiilor între obiectivele de pe Strategy Map, chiar dacă la început sunt posibile numai afirmații referitoare la tendințe.
- Trebuie eliminată așteptarea că Balanced Scorecard ar putea duce la o imagine determinanta a afacerii. Utilizat corect, BSC oferă posibilitatea de a reveni de la runde de planificare nesfarșite la discuții strategice eficiente legate de conținutul afacerii decisiv pentru concurență. Ocuparea cu BSC poate fi folosită foarte bine ca impuls pentru a simplifica întreg sistemul de planificare.

4. Beneficiile aplicării Balanced Scorecard-urilor

- Balanced Scorecard furnizează un cadru prin care managementul să se poată concentra asupra acelor perspective care vor conduce organizația spre succes și, de asemenea, furnizează un cadru pentru evaluarea constantă a performanței în raport cu target-urile propuse. Acest instrument ajută managerii să aliniați măsuri importante de performanță la strategia organizației, la toate nivelele acesteia.

- Balanced scorecard permite unei organizații să definească strategia în termeni de obiective importante de business cu target-uri agreate, pentru îndeplinirea acestor obiective într-o perioadă stabilită.

- Balanced sraduce strategia organizației în scopuri și obiective ușor de înțeles, care apoi sunt comunicate fiecărui individ din organizație, într-un mod în care acesta să poată înțelege. Balanced scorecard furnizează managementului o imagine comprehensiva asupra operațiilor de business și asupra performanței actuale a acestora.

- Balanced scorecard permite organizațiilor să recunoască zone importante în business-ul propriu și să numească persoane responsabile pentru menținerea celor mai bune performanțe și procese pentru respectivele zone.

- Balanced scorecard asistă organizațiile la implementarea proceselor de management care sprijină strategia și aliniază procesele de business la această strategie.

- Balanced scorecard leagă prioritățile de activitate.

Bibliografie:

1. Albu N., Albu C., *Intrumente de management al performanței, vol II*, Editura Economică, București, 2003;
2. Caraiani C., Dumitrana M. (coordonatori), *Contabilitate de gestiune&Control de gestiune*, Editura Universitară, București, 2008;
3. Ionascu I., Filip AT, Stere M., *Control de gestiune* (curs universitar pe www.biblioteca-digitala.ase.ro);
4. Nicolescu O, Verboncu I, *Management*, Ediția a 3-a, Editura Economică, București, 1999;
5. Niculescu M., Lavalette G., *Strategii de creștere*, Editura Economică, București, 1999;
6. Norton D, Kaplan R, *Translating strategy into action: The balanced scorecard*, Part I, Boston;
7. *** Revista Fortune Magazine;
8. *** www.balancedscorecard.org

ANALIZA STATISTICĂ A FORȚEI DE MUNCĂ

Autor: Alina ȚĂRAN

Anul I, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Prof. univ. dr. Gheorghe SECARĂ

I. Introducere

Dezvoltarea economică este fundamentală pentru existența omului. Totodată, omul ocupă cel mai important loc în dezvoltarea economică, el fiind, alături de natură, un factor de producție “originar” sau “primar”. Legăturile reciproce dintre populație și economie au loc în cadrul unor procese de natură mai mult sau mai puțin variată și în condiții istorice diferite în timp și spațiu. Existența și progresul societății se asigură dacă atât evoluția celor doi termeni – populația și economia, cât și interacțiunea dintre ei întrunesc anumite caracteristici calitative și dimensionale. Lipsa acestora sau distorsionarea lor au efecte negative, cum sunt, subdezvoltarea economică, șomajul, scăderea nivelului de trai etc. considerate, adesea, nu fără temei, ca forme ale dezechilibrelor corelației populație-economie. Șomajul este astăzi unul dintre aceste aspecte care afectează, în proporții diferite, toate țările, printre care și România. Așa cum demonstrează însă rezultatele obținute de Statele Unite ale Americii după anii 1990-1991, precum și de unele țări vest-europene, evoluția șomajului nu este de necontrolat și nici nu are sens unic - de creștere, dacă se acționează cu pricepere prin promovarea unor măsuri adecvate. Așadar în lucrarea de față am avut drept scop să demonstrez marea importanță a pieței muncii. Lucrarea conține 3 capitole.

Primul capitol se intitulează “Definiție, particularitățile și funcțiile pieții muncii”, în care am încercat să prezint cele mai principale funcții și noțiuni ale pieții muncii. Al doilea capitol “Cererea și oferta forței de muncă”, iar al treilea capitol „Evoluția ocupării și șomajul din România” este divizată în patru paragrafe. În fiecare din ele am încercat să fac o caracteristică, cât se poate de bună, în ceea ce privește situația reală a României. Tema acestei lucrări este destul de actuală, interesantă, și sper că conținutul acestei lucrări să fie la un nivel cât mai înalt.

Capitolul 1. Definiție, particularitățile și funcțiile pieții muncii.

Piața forței de muncă se formează și funcționează după principiile de bază ale pieții: confruntarea cererii și ofertei și formarea unui preț; acestea se manifestă în funcție de specificul determinat de obiectul tranzacțiilor de pe această piață. Fiindcă posesorul factorului de producție muncă este omul, devine clar că tranzacțiile de pe această piață nu pot să se desfășoare numai în funcție de regulile pieții (Piața muncii este influențată de factorii de ordin fiziologic, demografic, social-politic, psihologic, etc.)

De aceea piața muncii ocupă un loc aparte în sistemul general de piețe și se află în conexiune directă cu celelalte componente ale ei. Piața forței de muncă păstrează unele caracteristici ale tipologiei pieței, dar prezintă unele trăsături specifice, generate de specificul forței de muncă ca marfă.

Piața forței de muncă reprezintă un spațiu economic, unde se confruntă cererea cu oferta de muncă, se negociază angajarea lucrătorilor, mărimea salariului, condițiile de muncă. Ea se prezintă și ca un sistem al relațiilor și al tranzacțiilor care permite echilibrarea cererii și ofertei forței de muncă

Particularitățile pieței forței de muncă în raport cu celelalte piețe:

- a) un grad înalt de rigiditate și de sensibilitate care condiționează atât echilibrul economic, cât și cel social-politic;
b) este o piață mai complexă organizată și reglementată în raport cu celelalte piețe;
c) un grad mai ridicat de imperfecțiune din punctul de vedere al concurenței în raport cu alte forme de piață.
- Piața forței de muncă se divizează în două trepte sau faze:
1) Se formează condiții generale de angajare a salariaților, se conturează principiile ce stau la baza stabilirii salariului (tendențele generale de formare a salariilor la nivelul economiilor naționale);
2) are loc întâlnirea directă a cererii cu oferta de muncă, care se concretizează prin contract de angajare și salariul.

Funcțiile pieței forței de muncă:

a) oferă posibilitatea satisfacerii nevoii de muncă prin confruntarea deținătorilor de capital și posesorilor forței de muncă;
b) asigurarea alocării eficiente a rezultatelor de muncă ale fiecărei țări pe sectoare, ramuri, subramuri, întreprinderi, profesii, teritorii, în concordanță cu volumul, structura și dinamica cererii de forță de muncă;
c) concură la procesul de unire și combinare a forței de muncă cu bunurile de producție;
d) influențează formarea și repartizarea veniturilor;
e) furnizează informații pentru orientarea profesională, recalificarea și reintegrarea forței de muncă;
f) echilibrează dinamica dintre cererea și oferta de muncă, ce are impact asupra pieței capitalului, influențează realizarea investițiilor și piața bunurilor materiale și serviciilor.

Capitolul 2. Cererea și oferta forței de muncă

Factorul muncă este o condiție generală a oricărei activități – se asigură, ca și ceilalți factori de producție, prin intermediul pieței.

Orice activitate, care se inițiază sau există în societate, generează nevoia de muncă. Aceasta reprezintă volumul total de muncă necesar activităților dintr-o țară pe o perioadă dată. Dar ea nu constituie în întregime o cerere care se exprimă pe piața muncii. Condiția generală pentru ca nevoia de muncă să ia forma cererii de muncă este remunerarea sa, salarizarea ei. De aceea, în cererea de muncă nu se includ activitățile care se pot realiza de către femeile casnice, miliari în termen, studenți, alți nesalariați.

Cererea de muncă reprezintă nevoia de muncă salariată care se formează la un moment dat într-o economie de piață.

Cererea se exprimă prin intermediul numărului de locuri de muncă.

Satisfacerea nevoii de muncă se realizează pe seama utilizării disponibilităților de muncă existente în societate, adică a volumului de muncă ce poate fi depus de populația aptă de muncă a țărilor respective, în perioada dată. Și în acest caz, trebuie să avem în vedere că nu toate disponibilitățile de muncă se constituie în ofertă, ci numai acelea care urmează să fie remunerate, salarizate.

Oferta de muncă este formată din munca pe care o pot depune membrii societății în condiții salariale. Prin urmare, în oferta de muncă nu se include femeile casnice, studenții, militarii în termen și alți oameni care depun activități nesalariale.

Oferta de muncă se exprimă prin numărul celor apti de muncă sau populația aptă disponibilă din care se scade numărul femeilor casnice, al studenților și al celor care nu doresc să se angajeze în nici o activitate, întrucât, au resurse pentru existență sau au alte preocupări.

Cererea și oferta de muncă nu trebuie considerate prelungiri simple și directe ale cererii și ofertei de bunuri economice pe o altă piață, ci ca niste categorii specifice cu un conținut care le este propriu.

În acest sens se impun atenției următoarele aspecte:

- Pe termen scurt, cererea de muncă este practic invariabilă, deoarece dezvoltarea unor activități existente și inițierea altora noi, generatoare de locuri de muncă, presupun o anumită perioadă de timp;
- Oferta de muncă în ansamblul său se formează în decursul unui timp îndelungat în care crește și se instruește fiecare generație de oameni până la vârsta la care se poate angaja;
- Posesorii forței de muncă au o mobilitate relativ redusă; oamenii nu se deplasează dintr-o localitate în alta și nu-și schimbă cu ușurință munca, ci sunt atașați mediului economico-social, chiar dacă nu au avantaje economice. De asemenea, oferta de muncă depinde de vârsta, sex, starea sănătății, psihologie, condiții de muncă etc, aspecte care nu sunt neapărat de natura economică;
- Oferta de forță de muncă este eminamente perisabilă și are caracter relativ rigid. Cel ce face oferta trebuie să trăiască, nu poate aștepta oricât angajarea pe un loc de muncă;
- Generațiile de tineri nu sunt crescute de părinții lor ca niște mărfuri sau numai pentru a deveni salariați, ci ca oameni. De aceea, oferta de muncă nu se formează în exclusivitate pe principiile economiei de piață.
- Cererea și oferta de muncă nu sunt omogene, ci se compun din segmente și grupuri neconcurențiale sau puțin concurențiale, neputându-se substitui reciproc decât în anumite limite sau deloc.

2.1. Resursele forței de muncă

- populația activă
- populația ocupată

Populația activă din punct de vedere economic include toate persoanele de 14 ani și peste, apte de muncă, care, într-o perioadă de referință specificată, furnizează forța de muncă disponibilă (utilizată sau neutilizată) pentru producerea de bunuri și servicii în economia națională.

Într-o formă generală, populația activă cuprinde populația ocupată și șomerii, după următoarea structură:

Populația ocupată

- ◆ salariați civili – persoana care își desfășoară activitatea pe baza unui contract de muncă într-o unitate economică sau socială, inclusiv elevii și studenții încadrați și pensionarii reîncadrați în muncă pe baza unui contract de lucru;
- ◆ patron – persoana care, având unul sau mai mulți angajați, conduce activitatea în propria sa unitate (întreprindere, agenție, atelier, magazin, birou, ferma etc.);
- ◆ lucrător familial neremunerat- persoana care-și exercită activitatea într-o unitate economică familială condusă de un membru al familiei sau o rudă, pentru care nu primește remunerație sub forma de salariu sau plată în natură; gospodăria țărănească este considerată o astfel de unitate;
- ◆ membru al unei societăți agricole sau al unei cooperative, persoana care a lucrat fie ca proprietar de teren agricol într-o societate agricolă constituită conform legii 36/1991, fie ca membru al unei cooperative meșteșugărești, de consum sau de credit;
- ◆ militarii de carieră;
- ◆ militarii în termen

Populația activă neocupată (sau șomerii)

- - Persoane în căutarea unui alt loc de muncă
- Persoane în căutarea primului loc de muncă

Capitolul 3: Evoluția ocupării și șomajul în România

3.1. Indicatorii forței de muncă

Datorită locului important pe care factorul muncă îl ocupă în activitatea economică, cunoașterea aspectelor principale care caracterizează forța de muncă a agenților economici constituie un important aspect în fundamentarea deciziilor economice.

Potențialul uman de care dispune un agent economic este exprimat cu ajutorul următorilor indicatori:

- Indicatorul numărului salariaților la un moment dat (număr scriptic). Acest indicator caracterizează nivelul potențialul uman la un moment dat și este format din totalitatea celor care au contract de muncă cu unitatea pentru care se face calcul indiferent dacă au fost prezenți la lucru sau nu, în perioada de calcul. Astfel spus “ Numărul salariaților” este un indicator de stoc.
- Numărul mediu pentru muncitori (M) este calculat diferit pentru muncitori și restul categoriilor de salariați .

$$\bar{M} = \frac{\sum M_i}{n_z}$$

Unde: M_i - numărul muncitorilor din ziua i

n_z - numărul de zile ale perioadei analizate.

Se poate calcula la nivelul unei luni, trimestru, semestru.

Pentru perioade mai mari de o lună numărul mediu trimestrial se calculează ca medie a numărului lunar. Deci, numărul mediu trimestrial al muncitorului va fi :

$$M_{TRIM} = \frac{\bar{M}_I + \bar{M}_{II} + \bar{M}_{III}}{3}$$

Pentru personalul de conducere, administrativ-funcționar, datorită fluctuației mai mici, numărul mediu se calculează pe baza numărului existent la începutul și sfârșitul perioadei de calcul:

$$\bar{CAF} = \frac{CAF_i + CAF_s}{2}$$

Unde: CAF_i - numărul personalului de conducere, administrativ -funcționar la începutul respectiv

CAF_s la sfârșitul perioadei

$\bar{CAF}$ - numărul mediu al personalului de conducere, administrativ funcționăresc .

- Numărul de personal la un moment dat include, pe lângă salariați și persoanele cu contract de prestări de servicii, colaborare.
- Numărul mediu de personal se calculează ca o medie aritmetică simplă a efectivului zilnic de personal (salariați plus colaboratori).
- Numărul maxim admisibil de personal reprezintă limita superioară a numărului de persoane. Aceasta este stabilă în funcție de volumul de activitate și productivitatea medie a muncii luată ca bază de comparație, prin bugetul de venituri și cheltuieli.

3.2 . Structura ocupării forței de muncă pe sexe, vârste și profesii

Informațiile care caracterizează populația activă pot fi structurate după mai multe criterii:

- Clasificarea personalului după vârstă

Analiza unor astfel de serii cu distribuții de frecvențe permite calculul și interpretarea unor indicatori cu o semnificație deosebită: vârsta medieponderată a populației active, intervalul mediu și mediana, intervalul modal și modul.

- Personal cu vârsta sub 25 ;
- Personal cu vârsta 26-35;
- Personal cu vârsta 36-45;
- Personal cu vârsta 46-55;
- Personal cu vârsta peste 55.

- Clasificarea personalului după sex.

Această clasificare permite evidențierea ponderii bărbaților (p_m) și a femeilor (p_f) în totalul populației active, atât pentru întreaga economie națională cât și pe ramuri de activitate .

	2004	2005	2006	2007	2008
		Mii persoane			
Populația activă					
Total	9957	9851	10041	9973	10059
Bărbați	5471	5431	5526	5418	5590
Femei	4486	4420	4515	4355	4469
Populație ocupată					
Total	9158	9147	9313	9174	9493
Bărbați	4980	5011	5074	5031	5228
Femei	4178	4136	4239	4143	4265

- Clasificarea personalului după pregătirea profesională cuprinde :
 - Muncitori (calificați, necalificați);
 - personal de specialitate (studii medii, superioare);
 - personal tehnic administrativ (medii, superioare);
 - personal de conducere.
- Clasificarea personalului după vechimea în întreprindere (sub 1 an, 2-5 ani, 5-10, ...).
- Structura pe sectoare de activitate a populației active respectiv gruparea populației active pe cele 3 sectoare: sectorul primar(agricultură, silvicultură);
sectorul secundar (industrie și construcții);
sectorul terțiar (serviciile).
- Clasificarea personalului pe ocupații cuprinde:
 - Muncitori: direct productivi, indirect productivi;
 - Personal tehnic-economic: ingineri, subingineri;
 - Personal de conducere tehnică;
 - Personal de conducere și administrativ;
 - Personal de deservire general de serviciu, de pază, pompieri.

Ca procedeu de analiză se utilizează metoda structurii fiecărei categorii în totalul personalului .

$$g_T = \frac{T_i}{\sum T} \cdot 100$$

T_i – este numărul de personal din categoria i ;

$\sum T$ – numărul total de persoane.

3.3. Dinamica ocupării și nivelul salarizării

După 1990, România a implementat o serie de reforme politice și economice în vederea transformării economiei de la „plan la piață”. Transformările postcomuniste, în România ca și în celelalte țări din Centrul și Estul Europei, au dus inițial la un declin sever al PIB. Între 1988 și 1992, PIB-ul României a scăzut cu 30%. După o scurtă revenire, a urmat o a doua perioadă de recesiune economică între 1997 și 1999. Creșterea economică robustă a început doar în anul 2000. În anul 2004, PIB-ul a atins nivelul din anul 1989, dar în 2005 acest indice al bunăstării generale încă reprezenta mai puțin de o treime din media țărilor UE-25.

Șocul căderii economice a fost acompaniat de alte șocuri care au dus la schimbări profunde la nivelul pieței muncii: distrugerea unui număr masiv de locuri de muncă, dezechilibre între sectoarele economiei naționale etc. Pe de altă parte, după 1990 au apărut și noi oportunități cu efecte semnificative asupra pieței muncii, cum sunt șansa de a urma cursuri universitare pentru tineri sau posibilitatea de a migra temporar pentru muncă în străinătate. Toate aceste șocuri și oportunități au dus la scăderea forței de muncă cu aproximativ 20% între 1990 și 2004. În anul 2005, rata de activitate de 62.4% din populația de 15-64 ani a fost considerabil mai mică decât media țărilor UE-15 (71%). Rata de ocupare pentru populația în vârstă de muncă era de asemenea sub 60% (și doar 55% în mediul urban), mult mai mică decât ținta stabilită prin Agenda de la Lisabona pentru țările europene de 70%.

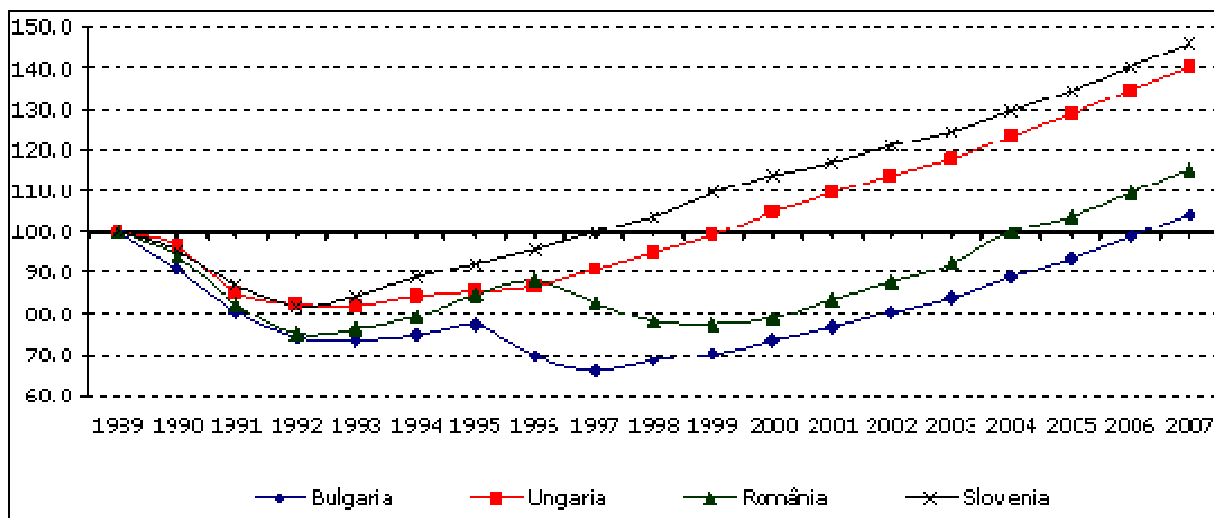
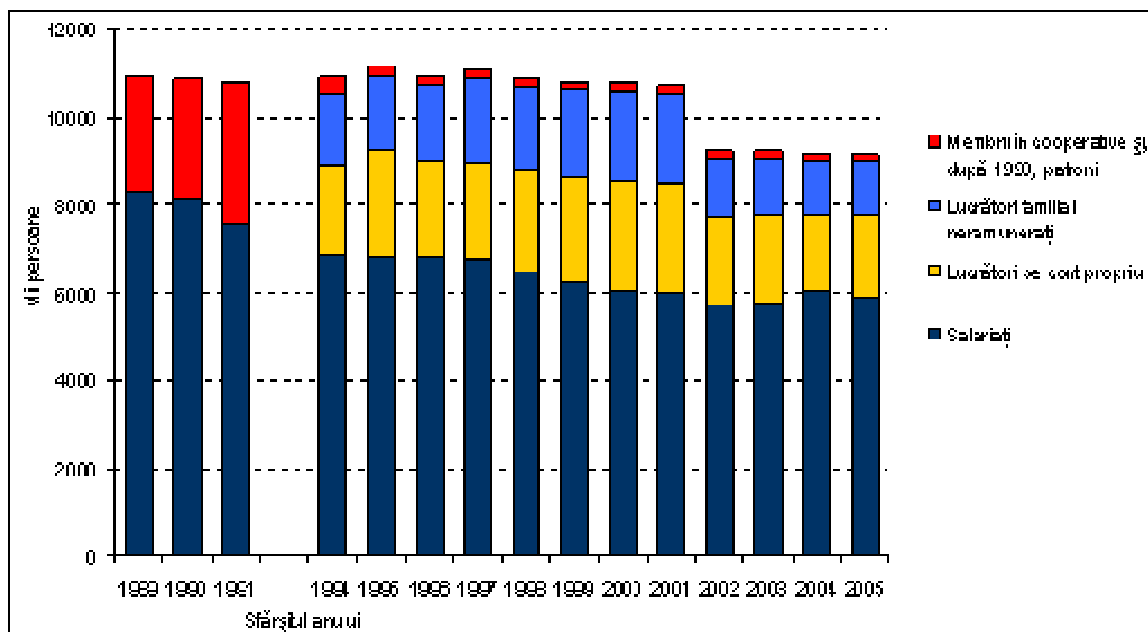


Figura 4. PIB în termeni reali (1989=100%)

Șocul căderii economice a fost acompaniat de alte șocuri care au dus la schimbări profunde la nivelul pieței muncii: distrugerea unui număr masiv de locuri de muncă, dezechilibre între sectoarele economiei naționale etc. Pe de altă parte, după 1990 au apărut și noi oportunități cu efecte semnificative asupra pieței muncii, cum sunt șansa de a urma cursuri universitare pentru tineri sau posibilitatea de a migra temporar pentru muncă în străinătate. Toate aceste șocuri și oportunități au dus la scăderea forței de muncă cu aproximativ 20% între 1990 și 2004. În anul 2005, rata de activitate de 62.4% din populația de 15-64 ani a fost considerabil mai mică decât media țărilor UE-15 (71%). Rata de ocupare pentru populația în vârstă de muncă era de asemenea sub 60% (și doar 55% în mediul urban), mult mai mică decât ținta stabilită prin Agenda de la Lisabona pentru țările europene de 70%.

Scăderea populației ocupate a fost concentrată la nivelul salariaților. Deși cu o tendință crescătoare după 2001, ponderea salariaților în populația ocupată totală a fost în România doar 65% în anul 2005, prin comparație cu, spre exemplu, 85% în Bulgaria, Slovenia sau Ungaria. Numărul de salariați a scăzut de la peste 8 milioane în 1989 la aproximativ 5.9 milioane, conform datelor AMIGO, respectiv 4.6 milioane, conform datelor anchetei statistice „Costul forței de muncă” (care estimează numărul salariaților din întreprinderi formal înregistrate), în 2005.

Pe de altă parte, ponderea lucrătorilor pe cont propriu și a lucrătorilor familiali neremunerați a crescut semnificativ. Deși cu o tendință descrescătoare după 2001, ponderea în populația ocupată totală a lucrătorilor pe cont propriu a fost de 20%, iar ponderea lucrătorilor familiali neremunerați a fost de 14%, în 2005. Aceasta reprezintă o problemă structurală majoră, pentru că de-a lungul întregii perioade după 1990, în jur de 90% din lucrătorii pe cont propriu și peste 95% din lucrătorii familiali neremunerați sunt în fapt gospodării de mici agricultori care fac agricultură de subzistență.



Fi

gura5. Numărul persoanelor ocupate în funcție de statut, România 1989-2005 Sursă: INS, *Anuarul Statistic* 2001 pentru 1989-1995 și INS 2005, *Ancheta asupra Forței de Muncă AMIGO* pentru 1996-2005.

3.4. Proporții și nivelul șomajului în România

Date generale despre șomaj

Vorbind de piața muncii este inacceptabil să nu vorbim despre șomaj.

Șomajul este un fenomen contemporan, complex, cuprinzător, care include în sfera sa aspecte economice, sociale, politice, psihologice și morale.

Șomajul este caracterizat de pierderea de venit, pierderea încrederii de sine, erodarea raporturilor cu comunitatea și apariția sentimentelor de alienare și excludere din viața normală, ceea ce provoacă tensiuni și amenințarea stabilității sociale.

Șomajul se manifestă inegal pe țări, zone, perioade, sexe, vârstă, calificare profesională. Afectează de cele mai multe ori tinerii și femeile, iar prelungirea în timp mărește riscul degradării competenței profesionale și dificultatea de reintegrare. Șomerul de lungă durată se descalifică, uneori iremediabil. Uitarea gesturilor profesionale, pierderea ritmurilor de muncă îl fac pe șomer mai puțin competitiv și antrenează o neîncredere sporită în rândul potențialilor patroni.

Pentru a analiza corespunzător șomajul, trebuie cercetate **ratele șomajului**, ele având cea mai largă utilizare. Rata șomajului se calculează după relația: $RS = [S / (PO + S)] \times 100$, unde S = numărul de șomeri, iar PO = populația ocupată. Rata șomajului arată ponderea șomerilor în numărul total al forței de muncă (FM), de aceea $FM = PO + S$ (suma dintre populația ocupată și șomeri).

		2002	2003	2004	2005	2006	2007
. Rata șomajului	Pondere în %	8,4	7,4	6,3	5,9	5,2	4,1

II Concluzii:

În lume există un puternic dezechilibru între cerere și ofertă, piața muncii neputând fi tratată separat de mediul economic general, fiind un fapt la randul său, un instrument funcțional pentru economia de piață. Este o piață cu oferta scăzută și nu foarte diversificată și respectiv cu o cerere mare, concentrată și ea pe câteva segmente. Din cauza decalajului evident între cerere și oferta, presiunea care apasă asupra celor implicați în sistem este foarte mare, mecanismul sănătos al concurenței încetează să mai funcționeze. De fapt, pe „piața” apar doar anumite posturi, altele fiind tranzacționate în afara pieței, adică pe o piață neagra paralelă. Acest fapt crează pe termen mediu și lung puternice frustrări și dezechilibre, pentru că se transmite implicit mesajul ca nu valoarea contează, ci accesul preferențial la informații și oportunități de muncă. Deoarece se tranzacționează liber în principal posturi mai puțin dezirabile, oamenii de valoare învăta ca nu este loc pentru ei.

III.Bibliografie

1. Corabia Angelescu „Economia Ediția V” ,Ed. Economică 2000;
2. Al. Isaic-Maniu „Statistica pentru managementul afacerilor-Ediția a II” Ed.Economică,1999;
3. I.Capanu „Statistica Macroeconomică” ,Ed. Economică 1997
4. Emilia Ungureanu „ Piața muncii în contextul European”, Ed. Didactică și pedagogică,R.A 2005
5. Gheorghe Secară „ Statistica Microeconomică și Macroeconomică”, Ed. Universității din Pitești 2009
6. www.insse.ro

CREȘTEREA ECONOMICĂ ȘI RECESIUNEA ÎN ROMÂNIA DUPĂ 1990

Autori:

Adriana MIHAI

Georgiana PETRE

Anul I, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: conf. univ. dr. Gheorghe SĂVOIU

Introducere

Creșterea economică este rezultatul statistic major al unei economii și probabil cel mai comentat dintre indicatorii macroeconomici contemporani. Creșterea economică se derulează într-un anumit cadru spațial și temporal, dar prezintă un caracter general ca țință a dezvoltării umane durabile.

Creșterea economică și evoluția sa după 1990

Dezvoltarea în cadrul unui anumit teritoriu sau a unei anumite economii presupune prezența evoluțiilor ciclice. Astfel, în timp, rezultatele microeconomice ca și cele macroeconomice pot înregistra, sub aspect cantitativ, creșteri, stagnări și chiar scăderi. Creșterea economică este procesul de evoluție ascendentă pe termen mediu și lung a dimensiunilor economiei naționale, pe baza utilizării și combinării factorilor de producție (evidențiat printr-un proces al majorării produsului intern brut sau venitului național pe locuitor). Creșterea economică reprezintă un proces global ce exprimă evoluția pozitivă a unor mărimi economice agregate, în cadrul unui orizont de timp bine delimitat, la nivel național sau internațional, cu efecte favorabile în planul vieții economice și sociale [11], evoluție cronologică unde rezultatele reale ale economiei de la un an la altul sunt tot mai mari (există și teorii ale stagnării sau descreșterii, crizei ori chiar recesiunii curative ciclice dar numai pe termen scurt). În sens strict, creșterea economică exprimă o majorare reală într-o anumită perioadă de timp, a valorii unui indicator economic agregat cum ar fi produsul intern brut, pe total sau pe locuitor, într-un anumit spațiu economic.

În sens larg, creșterea economică este forma sub care se manifestă ansamblul transformărilor cantitative, structurale și calitative ce se produc în cadrul vieții economice într-o perioadă îndelungată imprimând indicatorilor agregați o tendință ascendentă. Creșterea economică se află sub influența conjugată a unui ansamblu de factori, cu acțiune directă și indirectă. Creșterea economică apare ca rezultat al acțiunii conjugate a modificării dimensiunilor cantitative, structurale și calitative ale fiecărui factor sau ale tuturor acestora (ca trenduri și influențe fie pe orizontala, fie pe verticala fiecărui factor în sine ori a tuturor simultan).

La baza efortului de creștere economică se află investiția economică (macroagregatul esențial PIB fiind influențat în dinamică de către FBC), care are ca rezultat mărirea potențialului productiv, acumularea de capital uman tot mai bine pregătit tehnologic. Creșterea economică reprezintă o evoluție a economiei naționale pe termen mediu și lung (pozitivă, ascendentă), dar care nu exclude oscilații conjuncturale, chiar și perioade de regresie valorică sau fizică, dar de natură redusă ca durată în timp. Două aspecte majore ale creșterii economice se dovedesc utile în construcția sistemelor de indicatori:

I. Creșterea economică se măsoară pe baza agregatelor SCN.

Estimarea macroagregatelor SCN de tipul PIB, PIN, PNB, PNN conduce în final la aprecierea evoluției unei economii naționale și regionale. Abordarea prin indicatori relativi evidențiază noțiunea de creștere economică sau ritmul macroagregatului real analizat, respectiv ritmul PIB-ului real, obținut din indicele PIB-ului real exprimat procentual se scade valoarea ce identifică staționaritatea sau altfel spus 100 %:

$$(1) \quad R^{\text{PIB real}}(\%) = I^{\text{PIB real}}(\%) - 100(\%)$$

Imaginea SCN a principalelor macroagregate în prețuri comparabile asigură analiza în timp, oferind dimensiunea reală a transformărilor structurale (în prețurile unui același an, considerat an de bază). Evaluarea este rezultatul produsului între volumul neagregabil în unități fizice datorită varietății lor (fapt ce obligă la recurgerea la monedă) și *prețul exprimat prin variația medie a tuturor prețurilor vizate*. În mod concret se determină inițial rezultatul exprimat în prețuri comparabile al raportului PIB-ului realizat timp de doi ani consecutivi, din indicele PIB-ului în prețuri curente:

$$(2) \quad I^{\text{PIB prețuri curente}}(\%) = (\text{PIB în prețurile anului "0"} : \text{PIB în prețurile anului "1"}) \times 100$$

care de îndată ce a fost obținut se împarte la un indice de preț specific, denumit deflatorul implicit al PIB, iar ceea ce rezultă se denumește indicele PIB-ului real.

$$(3) \quad I^{\text{PIB real}}(\%) = (I^{\text{PIB prețuri curente}} : \text{Deflatorul implicit al PIB}) \times 100$$

II. Creșterea economică depinde și de dinamica altor indicatori ai macroeconomiei financiar contabile, fiind determinată direct de factori specifici (umani, resurse materiale, tehnologici, informaționali, abilități antreprenoriale etc.) și indirect de factori demografici, biologici și sociali.

După anul 1990, evoluția economiei românești este una de tip oscilant, când descreșterile din debutul tranziției la economia de piață sunt urmate de creșteri economice în mod ciclic.

Creșterea economică sau modificarea anuală a IPIB real, după 1990

Tabelul nr. 1

Anul precedent = 100

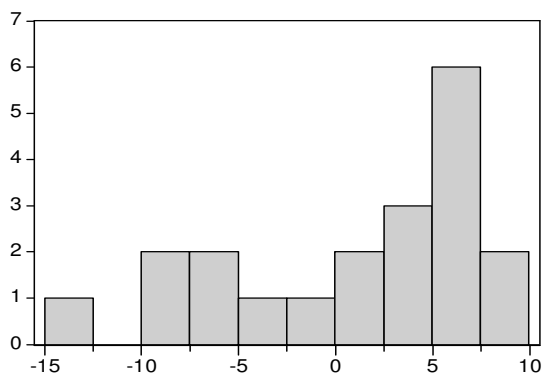
Anul	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ritmul I^{PIB real} (%)	-5,6	-12,9	-8,8	1,5	3,9	7,1	3,9	-6,1	-4,8	-1,2	2,1	5,7	5,1	5,2	8,5	4,2	7,9	6,2	7,5	-7,1

Surse: Anuarul statistic al României, 1990–2010 INS, București

Tendința medie a evoluției economiei naționale este una general ascendentă, iar trendul real rămâne unul pozitiv de 1,07% pe întreaga perioadă analizată.

Statistica descriptivă a creșterii economice în România, după 1990

Figura nr. 1



Indicatori statistici semnificativi

Media creșterii economice = 1,07%

Mediana creșterii economice = 3,9 %

Valoarea maximă = 8,5%

Valoarea minimă = -12,9%

Amplitudinea = 21,4 %

Abaterea medie pătratică = 6,431591

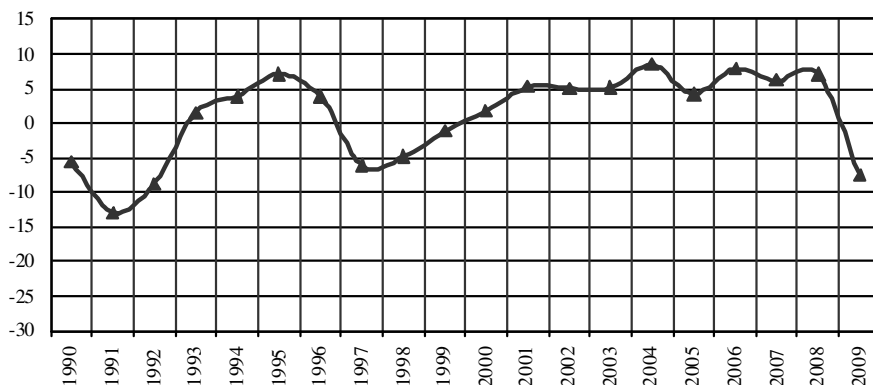
Coefficient de asimetrie = -0,7315581

Serie eterogenă cu valori pozitive și negative puternic polarizate în perioade de avânt și de recesiune

Sursele macroagregatelor trebuie să fie alese cu grijă dintre cele mai de încredere știind că aceste date devin definitive după 2-3 ani, respectiv se obțin fie accesând surse clasice de date prompte și credibile (anuale, buletine statistice), fie date disponibile on-line: <http://www.insse.ro/>, <http://www.bnr.ro/>) sau operativ date din conferințe specializate.

Evoluția ciclică a economiei naționale după anul 1990

Graficul nr. 1



Sursa: www.insse.ro

Creșterea economică ce s-a constatat permanent după anul 2000, până în anul 2008, la final, a fost determinată, în mod semnificativ, de mărirea volumului de activitate din domeniul industriei, serviciilor și construcțiilor. În ceea ce privește agricultura, caracterul sezonier al acesteia, precum și influența condițiilor meteorologice au avut o influență ambivalentă asupra dinamicii produsului intern brut și implicit asupra

creșterii, antrenând când descreșteri în perioadă de secetă când creșteri în anii cu recolte mai bune. Începând însă cu trimestrul al IV-lea al anului 2008 și, mai evident, în anul 2009, prin diminuarea rezultatului final macroeconomic al economiei naționale (PIB), criza globală a afectat grav economia României, generând o recesiune de fond comparabilă ca intensitate cu perioadele dificile ale tranziției, respectiv 1991-1992 și 1997-1998.

Câteva concluzii referitoare la adevărata creștere economică

Într-o exprimare sintetică, atunci când o parte din veniturile încasate de un individ este trecută sub tăcere sau declarată la un nivel inferior celui real, această sumă de bani va apare totuși la suprafață, cu un decalaj de timp, sub formă de cheltuieli. Partea nedeclarată este asemeni părții nevăzute a unui iceberg sau ghețar plutitor, care se va topi la „căldura” ofertei din piață, ridicând nivelul general al apei (cheltuielilor). Diferența de nivel, dintre venituri (mai mici) și cheltuieli (mai mari) oferă principalul suport de estimare a economiei neobservate. Dacă PIB-ul este mai mare când economia neobservată crește atunci și creșterea economică ar trebui să fie mai mare sau criza mai mică.

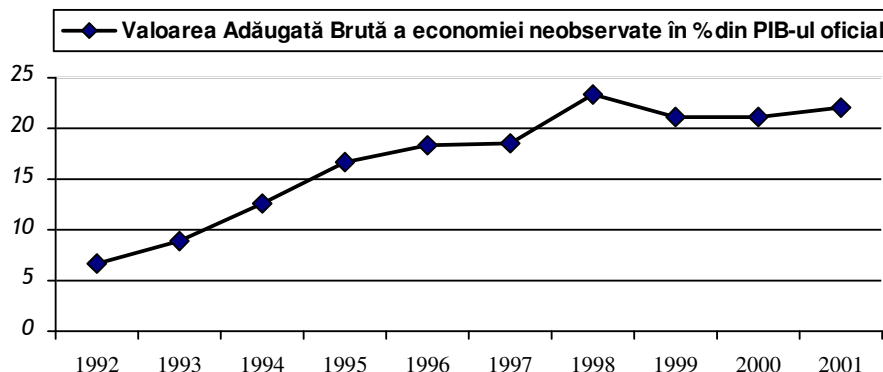
Un proces de evaluare continuă a diferenței descrise anterior, sugerează evoluția în timp a economiei neobservate (inițial). Criteriile de structurare ale metodelor de estimare a PIB-ului neobservat sunt nivelul de evaluare inițial (macro, mezo sau micro), percepția sau teoria urmelor rămase (indiciilor), suportul financiar contabil al metodelor sau economic pur etc. Percepția sau teoria urmelor multiplică practic cel mai mult aceste metode.

După indiciile (urmele) rămase se disting: a) metode ale diferențelor dintre veniturile declarate și cheltuielile făcute (macro, mezo sau micro); b) metode axate pe indiciile ce se desprind din activitățile de control (cu accent pe controlul fiscal, statistic și contabil); c) metode bazate pe urmele lăsate în piața muncii; d) metode ce au ca suport indiciile oferite de agregatele monetare.

Metoda *comparării diferitelor maniere de estimare a venitului* constă în confruntarea estimării veniturilor bazată pe înregistrările în conturile naționale cu estimările de venituri ce decurg din declarațiile fiscale de venituri. Diferența se consideră a fi veniturile nedeclarate, deci „veniturile subterane”. Comparații de acest tip s-au făcut în mai multe țări. Studiul cel mai complet se consideră a fi realizat în SUA. Cifrele obținute în diverse țări variază de la circa 10% din PIB în țările anglo-saxone și scandinave și la circa 20% în țările din sudul Europei. În România, INS a efectuat evaluări ale economiei neobservate, care au depășit 23% din PIB, deja din anul 1998, cu tendințe de diminuare la 21% până în 2001, dar urmată apoi de o tendință fermă de majorare, permanentă, de la an la an.

Dinamica pe o primă perioadă de 10 ani a PIB-ului neobservat ca procent din PIB-ul oficial al României apare detaliată în graficul următor:

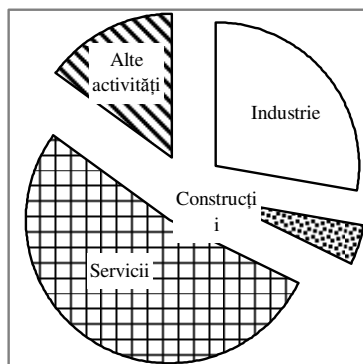
Graficul nr. 2



Sursa: Isaic-Maniu, Al., Mitruț, C., Voineagu, V., Săvoiu G., (2002), *Statistica afacerilor*, Ed. Independența Economică, Pitești, pag. 92

PIB-ul neobservat este încă și probabil va mai rămâne o lungă perioadă (inclusiv în România) o simplă estimatie. Sursele aproximării lui sunt aproape întotdeauna observații statistice indirecte sau documentare, iar metodologiile sunt similare celor folosite în economia vizibilă. Mai pertinente și evident mai relevante sunt elementele structurale ale PIB-ului neobservat. Astfel, se pot identifica din graficele de mai jos, o amprentă relativ asemănătoare dar și structuri diferite ale PIB - lui oficial și ale PIB- ului neobservat (mai ales în industrie și alte activități).

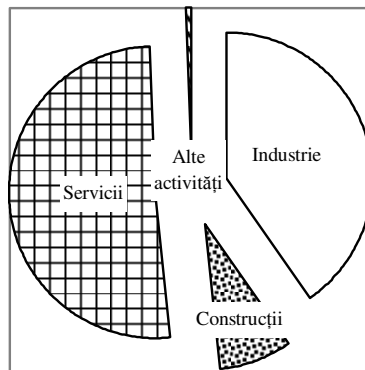
Graficul nr. 3



Structura PIB- ului oficial

Sursa: Isaic-Maniu, Al, Mitruț, C., Voineagu, V., Săvoiu G., (2002), *Statistica afacerilor*, Ed. Independența Economică, Pitești, pag. 93

Graficul nr. 4



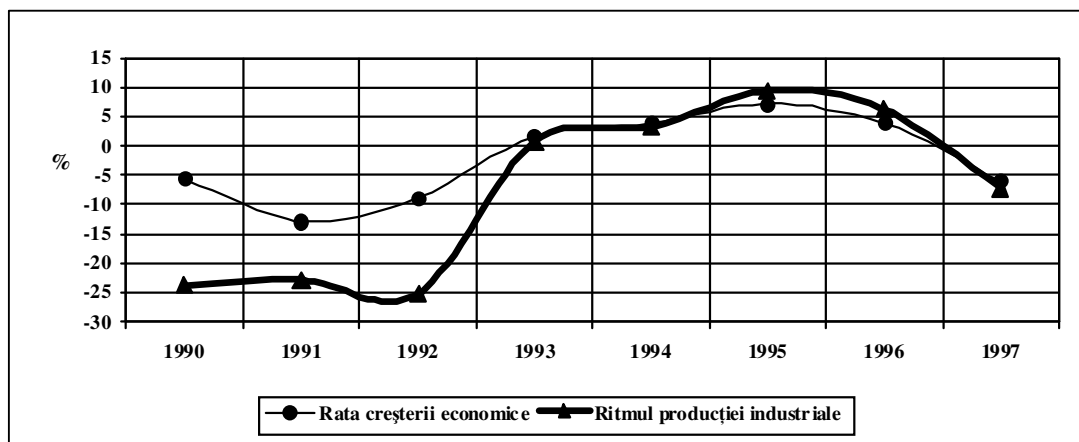
Structura PIB-ului neobservat

În principiu și astăzi serviciile domină similar și PIB-ul oficial și PIB-ul neobservat, definindu-le în proporție de 1/2, iar industria reprezintă peste 35% din PIB-ul oficial și aproximativ 1/3 din PIB-ul neobservat.

Orice indicator are și un semnal specific (să-l numim semnalul slab sau *weak signal*). Semnalul slab al creșterii economice românești este ritmul producției industriale naționale care încă mai descrie trendul macroagregatului esențial ce caracterizează dezechilibrul creșterii.

Modificarea procentuală anuală a PIB-ului și a producției industriale (PI) (în primul ciclu Juglar al economiei naționale: 1990 -1997)

Graficul nr. 5

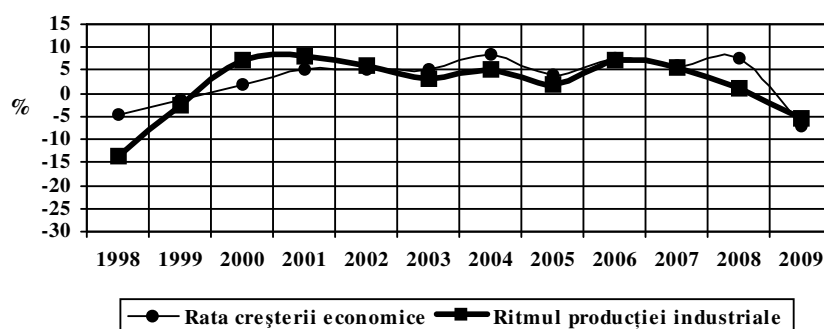


Sursa: www.insse.ro

Pentru perioadele 1990-1997 și 1998-2008 se pot formula două ipoteze de ciclicitate economică și industrială națională de tip Juglar, cu cele patru faze evolutive vizibile: recesiunea (1990-1991 și 1998-1999), urmată de inflexiunea grafică ascendentă a relansării (1992-1994 și 1999-2001), expansiunea (1995-1996 și 2002-2007), după care apar primele semne ale inflexiunii grafice descendente a declinului (1996-1997 și 2007-2008).

**Modificarea procentuală anuală a PIB-ului și a producției industriale (PI)
(în cel de-al doilea ciclu Juglar al economiei naționale: 1998 -2008 și intrarea în cel de-al
treilea ciclu Juglar, după trimestrul al IV-lea al anului 2008)**

Graficul nr.6



Sursa: www.insse.ro

Se poate observa că începând cu anul 2008 (mai precis din trimestrul al IV-lea al acestuia), economia națională prin semnalul slab al producției industriale intră într-un trend descendent și deschide un al treilea ciclu evolutiv de tip Juglar, sub influențele negative ale crizei financiare globale, recesiunii interne și ciclului electoral.

Specificitatea fiecărei economii trebuie îmbinată și cu suprapunerea unor cicluri distincte, care pot amplifica sau diminua etape ca impact temporal și rezultate. Se poate exemplifica, chiar cu economia României, care se află în actuala recesiune sub influența a trei crize reunite, ceea ce probabil va mări substanțial și impactul și durata și, mai ales, pierderile în rezultatele macroeconomice:

1. reintrarea în criză conform celui de al III-lea ciclu Juglar, după declanșarea tranziției din 1990;(ciclul Juglar al economiei de piață românești debutează cu recesiune pentru 2 ani în medie);
2. ciclul electoral și amplificarea crizei în primul an sau în primii doi ani postelectoral); creșterea PIB în ultimele două cicluri electorale reprezintă în primul an electoral circa 66 – 88% din media per ciclu, iar pe ansamblu coboară la 40%:

Tabelul nr.2

Ciclul și anul	I	II	III	IV
electoral				
1993-1996	1,5	3,9	7,1	3,9
1997-2000	-6,1	-4,8	-1,2	1,8
2001-2004	5,3	5,1	5,2	8,4
2005-2008	4,1	7,7	6	5

3. contagiunea crizei globale și impactul sporit al crizei în țărilor membre ale UE.

Indiferent de nivelul de agregare al datelor statistice financiar contabile (micro, mezo sau macroeconomic), în economia de piață, activitatea economică nu se desfășoară liniar, uniform

ascendent și omogen în timp, dominantă fiind alternarea stărilor de echilibru cu cele de dezechilibru, ascensiunile cu declinul, importanța crizei și a recesiunii devenind esențială în evaluările economice. Rolul statisticii oficiale de a oferi informații pertinente conjuncturale și pe termen scurt devine din acest punct de vedere fundamental în înțelegerea ciclului afacerilor în economiile de piață.

Bibliografie

1. Săvoiu G, (2009) *Statistica.Mod de gândire și metode*, Ed.Universitară, București.
2. Săvoiu G. (2010), *Gândirea statistică aplicată*. Ed.Universitară, București.

CINCI INDICATORI DE SEMNALIZARE AI CRIZEI GLOBALE, APĂRUTE ÎN SUA

Autor:

Florin BADEA

Anul I, Contabilitate și Informatică de Gestiune

Coordonator științific: conf. univ. dr. Gheorghe SĂVOIU

Introducere

Criza este un concept care deține o mulțime de semnificații și definiții. *Economic*, criza înseamnă stagnarea și perturbarea vieții economice, în teoria comunicării se suprapune cu ideea de eveniment, dezvăluire, acuzație sau set de probleme interne și externe care amenință integritatea, reputația sau existența unei organizații sau unui individ, din punct de vedere *istoric* coincide cu un dezechilibru ce apare între elementele componente ale unei societăți, cauzat de dinamică socială, de creșterea puterii militare a unui stat, de accentuarea tehnologizării, *sociologic* descrie o inechitate socială, scădere a motivației și inițiativei, revoltă împotriva autorităților, declinul moștenirii familiale, comunitare, civice și religioase, *politic* este sinonimă cu un eșec al conducerii politice, neguvernabilitate, inconsistență și incoerență a sistemului politic, incapacitate a partidelor politice de a rezolva conflictele sociale, în sens *organizațional* identifică o situație neașteptată, care pune în discuție responsabilitatea organizației în fața publicului și care îi amenință capacitatea de a continua în mod normal activitatea. Cel mai mare grad de acoperire îl deține conceptualizarea sistemică a crizei, ca perioadă dificilă în funcționarea normală a unui sistem, prin acumularea dificultăților, izbucnirea conflictuală a tensiunilor și puternice presiuni spre schimbare. O istorie succintă a crizelor americane oferă un răspuns rezonabil în ceea ce privește dinamica etapelor crizelor și recesiunilor în timp.

Scurtă istorie a ciclicității crizelor economice în S.U.A

Secolul XIX - 11 crize prelungite sau recesiuni

Tabelul nr.1

BUSINESS CYCLE		DURATA IN LUNI			
CLIMAX	INFLEXIUNE	RECESIUNE	EXPANSIUNE	CICLUL	
–	Decembrie 1854 (IV)	–	–	–	–
Iunie 1857(II)	Decembrie 1858 (IV)	18	30	48	–
Octombrie1860(III)	Iunie 1861 (III)	8	22	30	40
Aprilie 1865(I)	Decembrie 1867 (I)	32	46	78	54
Iunie 1869(II)	Decembrie 1870 (IV)	18	18	36	50
Octombrie1873(III)	Martie 1879 (I)	65	34	99	52
Martie 1882(I)	Mai 1885 (II)	38	36	74	101
Martie 1887(II)	Aprilie 1888 (I)	13	22	35	60
Iulie 1890(III)	Mai 1891 (II)	10	27	37	40
Januarie 1893(I)	Iunie 1894 (II)	17	20	37	30
Decembrie1895(IV)	Iunie 1897 (II)	18	18	36	35
Iunie 1899(III)	Decembrie 1900 (IV)	18	24	42	42

Secolul XX – 20 crize prelungite sau recesiuni

BUSINESS CYCLE		DURATA IN LUNI			
CLIMAX	INFLEXIUNE	RECESIUNE	EXPANSIUNE	CICLUL	
Septembrie1902(IV)	August 1904 (III)	23	21	44	39
Mai 1907(II)	Iunie 1908 (II)	13	33	46	56
Januarie 1910(I)	Januarie 1912 (IV)	24	19	43	32
Januarie 1913(I)	Decembrie 1914 (IV)	23	12	35	36
August 1918(III)	Martie 1919 (I)	7	44	51	67

Ianuarie 1920(I)	Iulie 1921 (III)	18	10	28	17
Mai 1923(II)	Iulie 1924 (III)	14	22	36	40
Octombrie 1926(III)	Noiembrie 1927 (IV)	13	27	40	41
August 1929(III)	Martie 1933 (I)	43	21	64	34
Mai 1937(II)	Iunie 1938 (II)	13	50	63	93
Februarie 1945(I)	Octombrie 1945 (IV)	8	80	88	93
Noiembrie 1948(IV)	Octombrie 1949 (IV)	11	37	48	45
Iulie 1953(II)	Mai 1954 (II)	10	45	55	56
August 1957(III)	Aprilie 1958 (II)	8	39	47	49
Aprilie 1960(II)	Februarie 1961 (I)	10	24	34	32
Decembrie 1969(IV)	Noiembrie 1970 (IV)	11	106	117	116
Noiembrie 1973(IV)	Martie 1975 (I)	16	36	52	47
Ianuarie 1980(I)	Iulie 1980 (III)	6	58	64	74
Iulie 1981(III)	Noiembrie 1982 (IV) Martie	16	12	28	18
Iulie 1990(III)	1991(I)	8	92	100	108
Martie 2001(I)	Noiembrie 2001 (IV)	8	120	128	128
Decembrie 2007(IV)	–	–	73	–	81

Sursa: NBER (<http://www.nber.org/>)

Conform istoriei crizelor derulate în S.U.A în ultimele două secole, criza ciclică americană și recesiunea profundă se repetă cu o anumită regularitate în secolul XIX, durata medie a unui ciclu economic era atunci de circa 50 de luni, criza acoperind cu expansiunea aproximativ paritar întreaga perioadă (23 de luni criza și 27 de luni expansiunea), durata totală a ciclului fiind păstrată relativ și un secol mai târziu, cu o ușoară creștere de numai patru luni, respectiv media va ajunge la 54 de luni, în secolul XX, dar distribuția se modifică substanțial în favoarea expansiunii economice, care atinge o valoare medie de 39 de luni, comparativ cu criza care scade la 15 luni. Într-un ciclu general al celor 32 de crize (incluzând aici și prima, dar scurta criză din secolul XXI, din martie 2001, plasată în cel mai lung ciclu economic al S.U.A. menținut în expansiune forțată până în decembrie 2007, situația descrie o medie a ciclului american de 55 de luni (circa patru ani și jumătate), în care criza medie prezintă un trend de diminuare, ajungând la o durată de circa un an și jumătate (17 luni) și o expansiune economică de peste trei ani (38 de luni). Recesiunea economică oriunde ar avea loc este caracterizată de o încetinire a activității economice a unei țări pentru o perioadă de minimum șase luni. O astfel de perioadă în ciclul economic durează din momentul în care activitatea economică a unei țări începe să scadă, până în momentul în care activitatea economică începe din nou să crească, media de 17 luni descriind valoare medie a recesiunii economiei S.U.A. Prin inerția dezvoltării și ca urmare a liberalismului specific se așteaptă ca pornind de la economia S.U.A să apară primele semne de redresare a economiei mondiale, economia americană reintrând curând într-o nouă expansiune. Criza ciclică americană descrisă în mod sintetic este reprezentativă ca reluare în dublă fază, în cadrul unui ciclu economic de tip Juglar estompat, a cărui tendință este de a se apropia structural de ciclul scurt sau minor (Kitchin, Hanau), dar cu o dilatare puțin artificializată dar substanțială a perioadei de expansiune, în defavoarea celei de criză, pe fondul unei creșteri lente a întregului ciclu. Simultan ciclul explodează lent către modelul Juglar, dar are loc și o tendință de implozie structurală amplă a crizei economice în ciclul de ansamblu, rezultatul fiind pozitiv pentru SUA, prin prelungirea duratei de creștere economică și bunăstare per ansamblu. Criza americană are un caracter tot mai parțial ca izbucnire și tot mai amplu ca expansiune, mai nou revărsându-se ca un veritabil flux de export de criză în economiile mondiale care absorb o mare parte din ea, ceea ce limitează din impactul intern, dar agravează impactul extern, ca urmare a poziției de pol „nordic”, pentru SUA, conform PIB-ului realizat de către această economie.

Numărul mare de crize analizate din istoria S.U.A, relevă și două caracteristici constante, de natură temporal-umană, ale cazului general, criza americană fiind mai violentă ca inflexiune și mai gravă în plan social și psihosocial, ca urmare a caracterului profund liberal al economiei S.U.A:

-criza este un moment critic, periculos și brusc de inflexiune în direcție involutivă;

-criza se definește și ca o schimbarea rapidă, gravă și brutală a unei stări aparent stabile, prin dificultăți, stres, tensiune.

Indicatori de semnalizare a crizei în economia americană

Statistica descriptivă din bazele de date ale crizelor financiare și bancare oferă o mulțime de *indicatori de semnalizare, care pot fi reuiniți într-un sistem de indicatori ai debutului crizelor financiare, bancare sau valutare.*

Complexitatea piețelor bursiere în economia americană, ca exemplu, a modificat radical indicatorii de semnalizare a crizelor și recesiunilor, reunind informații referitoare la deficitul contului curent, determinat în % din PIB, active nete străine, retragerile de capital ipotecar, tot în % din PIB, pierderile rezidențiale ipotecare, pierderile din creditele de consum etc. Există totuși soluția de sintetizare a semnalelor la numai cinci indicatori cu putere de generalizare mare în economia SUA: Treasury, Libor, TED spread, Comercial paper și Bond-urile.

A.TREASURY–(US three month Treasury Bill yield) semnalul de identificare sau evaluare a crizei trezoreriei (randamentele bonurilor de trezorerie) Semnalul slab al indicatorului (nivel scăzut sau în scădere) relevă o mare îngrijorare (turbulențe și incertitudini) referitoare la sistemul financiar iar semnalul puternic (nivel ridicat sau în creștere) descrie o evoluție optimistă.

B.LIBOR – (US three-month dollar LIBOR) rata de schimb interbancar pentru creditele pe termen scurt, semnalul de identificare sau evaluare a crizei în sistemul bancar. Semnalul slab al indicatorului (nivel ridicat sau în creștere) este un semn al neîncrederii reciproce a băncilor, iar semnalul puternic (nivel scăzut /în scădere) o abordare optimistă.

C.TED Spread – (în fapt diferența dintre TREASURY și LIBOR) este semnalul pentru identificarea sau evaluarea crizei în piața creditului și sintetizează stresul existent pe piața creditului, ca și percepția asupra riscurilor de creditare. Acest lucru se întâmplă deoarece TREASURY sunt considerate fără risc, în timp ce LIBOR reflectă riscul de creditare a băncilor comerciale. Semnalul slab (un nivel ridicat sau o creștere a TED Spread) este un semnal după care creditorii consideră că riscul de neplată al creditelor interbancare este în creștere. Semnalul puternic apare în momentul în care riscul bancar este considerat a fi în scădere, TED Spread se diminuează.

D.COMERCIAL PAPER (CP) sau documentele de creditare reprezintă semnalul de identificare (evaluare) a crizei privind piața creditelor pe termen scurt în cazul firmelor comerciale. Împrumuturile comerciale reprezintă datorii pe termen scurt, emise de către marile bănci și corporații, cu o scadență cuprinsă între 1 și 270 de zile.Tradițional, companiile utilizează Comercial Paper pentru finanțarea zilnică a operațiunii de împrumut în numerar de care au nevoie pentru a asigura compensarea salariaților sau cumpărarea de materiale. Semnalul slab coincide cu nivelul scăzut sau declinul CP, iar semnalul puternic cu amplificarea CP.

E.BONDS–semnalul de identificare sau evaluare a crizei privind piața obligațiunilor. High Yield Bonds sau obligațiunile de valoare mare reprezintă diferențele de randament ale obligațiunilor și sunt folosite de către investitorii și analiștii de piață pentru a evalua piețele globale de credit. Semnalul slab (nivel scăzut sau în scădere) relevă diminuarea încrederii în piețele globale de credit. O afirmație a laureatului premiului Nobel, Paul Krugman, justifică deplin importanța indicatorilor financiari contabili în identificarea ciclicității, inflexiunilor și implicit recesiunilor: „O recesiune se întâmplă, de regulă, atunci când, indiferent de motiv, o mare parte a sectorului privat, încearcă să majoreze rezervele de numerar, în același timp”.

Regrupând cei cinci indicatori ai crizei financiare declanșate în SUA la finele anului 2008, în graficele lor specifice, se poate observa coincidența de semnal sau identitatea de mesaj extrem vizual, cu sensuri diferite, ascendente sau descendente:

Figura nr.1

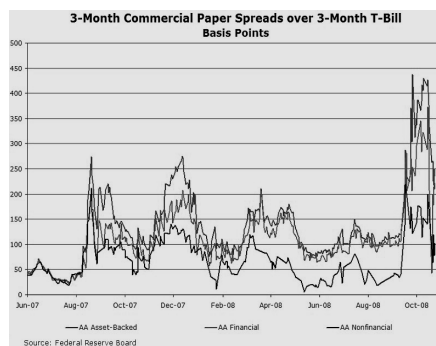
TREASURY (XII 2007-XII 2008)



TED SPREAD (XII 2007-XII 2008)



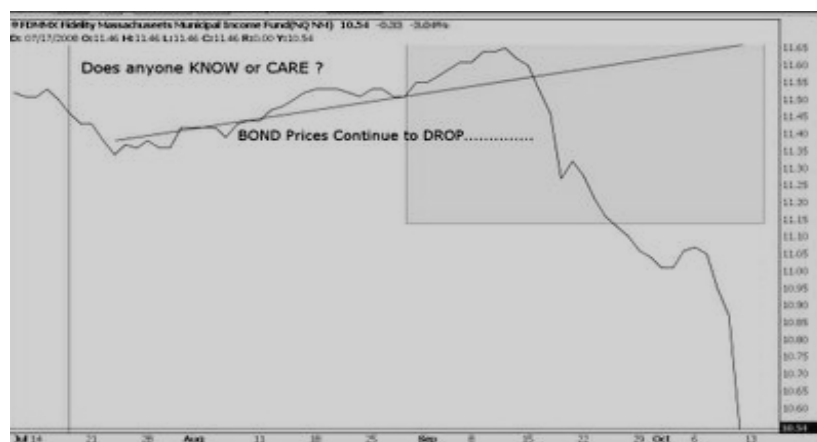
COMERCIAL PAPER



LIBOR (XII 2007-XII 2008)



HIGH YIELD BONDS (OBLIGAȚIUNILE DE VALOARE MARE)



Surse: Federal Reserve Senior Loan Officers Survey, Federal Reserve Board, Bloomberg.

Există și o variantă minimală, din trei indicatori, cu șanse mari în identificarea semnalelor crizei (recesiunii): LIBOR, TED SPREAD și COMERCIAL PAPER.

Valoarea maximă a lunii octombrie 2008, în SUA, este suficient de relevantă.

Tabel nr. 2

Indicatorul și perioada determinării	LIBOR	TED SPREAD	COMERCIAL PAPER
14 noiembrie 2007	4,89	0,95	5,05
1 septembrie 2008	2,82	1,11	3,14
Valoarea maximă (octombrie 2008)	4,82	4,57	6,69

Surse: Federal Reserve Senior Loan Officers Survey, Federal Reserve Board, Bloomberg.

Celebrul „*Index of leading indicators*”(ILI), considerat cel mai eficient instrument de detectare a crizelor cuprinde un set de 10 indicatori majori ai economiei americane: de la numărul de șomeri sau cereri pentru asigurări de șomaj, la indicele sentimentului consumatorilor și numărul de ore săptămânale lucrate de angajați. Citându-l pe Paul Samuelson, ILI a reușit să „identifice între 1959 și 2001, un număr de 12 crize din cele 7 care au avut loc în realitate”, ceea ce sugerează ironic că este un instrument prea sensibil în depistarea potențială a dezechilibrelor cauzatoare de crize sau recesiuni.

Bibliografie

1. Săvoiu G,(2007),*Statistica.Un mod științific de gândire*,Ed.Universitară,București.
2. Săvoiu G., Cruceru G., (2009), *Prețul petrolului – un factor de risc dominant și o variabilă explicativă majoră a incertitudinii în ciclul contemporan tehnologic de tip Kondratiev*, Progrese în teoria deciziilor economice în condiții de risc și incertitudine” în cadrul Zilele Academice Iașene, 18–19 sept. 2009 Ed.Tehnopres, Iași, vol VIII pag. 139-160.
3. Săvoiu G., (2009), *O teorie statistică a “semnalelor slabe” în identificarea crizelor economico – financiare*, Revista Română de Statistică nr.12/2009, Supliment, pag. 25 – 29.

MODELAREA CREȘTERII ECONOMICE, VALORIFICÂND PENTAGONUL MAGIC CONJUNCTURAL

Autor: Monica MUNTEANU
Anul I, master Sisteme Bancare Europene

Coordonator științific: conf. univ. dr. Gheorghe SĂVOIU

Ciclul afacerilor într-o economie de piață se lasă dezvăluit prin intermediul statisticii de tip conjunktural care se axează pe un sistem de indicatori statistici conjunkturali și se detaliază pe termen scurt. Cele mai simple soluții de prezentare statistică conjunkturală a economiei sunt considerate a fi următoarele:

- *patrulaterul strategiei economice*, cuprinzând rata creșterii economice, rata inflației, rata șomajului și soldul balanței comerciale;
- *pentagonul magic al strategiei economice*, rezultat din minisistemul de indicatori anteriori la care se adaugă raportul între veniturile maxime și cele minime la nivelul economiei analizate;
- *decalogul strategic și tactic al competitivității economice*, unde tabloul pentagonului magic se poate extinde semnificativ completând imaginea economiei cu aspecte caracteristice privind formarea brută de capital fix, dinamica investițiilor străine, participarea la circuitul intern și internațional al capitalului (prin îndatorarea internă și externă) și evoluția deficitului bugetului general consolidat ca procent din PIB.
- *dodecagonul conjunktural al unei economii naționale*, care adaugă la decalogul strategic și tactic al competitivității alți doi indicatori esențiali, respectiv ratingul riscului de țară și un indicator esențial de ierarhizare a economiei.

Cea mai simplă *prezentare statistică a economiei de o manieră conjunkturală* este aceea a *careului magic* al strategiei economice și cuprinde *rata creșterii economice, rata inflației, rata șomajului și soldul balanței comerciale*. Dacă acestui sistem minimal de indicatori i se adaugă raportul între veniturile maxime și cele minime, cunoscut sub denumirea de *indice de coeziune* se obține *pentagonul magic*, aici ca expresie a imposibilității atingerii simultane de către vreo economie a optimului pentru toate clasele de indicatori menționați. Practic nu există o economie care să fi putut realiza concomitent optimul ideal, în ceea ce privește dinamica celor cinci indicatori, proveniți din tot atâtea domenii caracteristice.

În cadrul celor cinci clase de domenii se găsesc și alți indicatori alternativi ce delimitează *pentagonul magic* și anume:

1. *Indicatori ai echilibrului investiție - consum și ai creșterii economice*: ritmul creșterii economice reale, rata formării brute de capital fix, ponderea consumului final etc.
2. *Indicatori ai echilibrului cerere-ofertă prin nivelul prețurilor*: indicii prețurilor bunurilor de producție și de consum, rata anuală a inflației, deflatorul PIB-ului, cursul de schimb al monedei naționale, taxa de scont etc.
3. *Indicatori ai echilibrului pieței forței de muncă*: gradul și structura ocupării și migrării internaționale a forței de muncă, rata șomajului, rata de înlocuire etc.
4. *Indicatori ai echilibrului extern al economiei naționale*: indicatori ai contului curent al balanței de plăți externe, de impact ai fluxurilor financiare internaționale în investiții, ai îndatorării externe etc.
5. *Indicatori ai echilibrului social și comunitar* (armonie și coeziune): ecartul dintre salariul minim și maxim, greve și conflicte, indicii de cost al vieții și dezvoltării umane, gradul de concentrare a veniturilor etc.

Uniunea Europeană prin EUROSTAT, Banca Mondială și FMI extind seturile de indicatori regrupându-i tactic și sub alte apelative la fel de expresive: a) indicatori *instrumentali* (exemplu:

deficitul bugetului general consolidat ca procent din PIB); b) indicatori de *pilotaj* (exemplu: soldul balanței comerciale); c) indicatori de *obiective* (exemplu: rata șomajului și rata inflației). Dintre indicatorii prezentați mai sus am ales spre modelare următorii: a) rata creșterii economice (ca variabilă explicată); b) indicele prețurilor bunurilor de consum; c) indicele prețurilor produselor industriale; d) rata șomajului; e) soldul balanței comerciale raportat la produsul intern brut; f) raportul dintre câștigul salarial minim și câștigul salarial mediu. În continuare vom testa fiecare variabilă explicativă pentru a determina care dintre cei cinci indicatori au o influență semnificativă asupra ratei creșterii economice și pentru a construi în final un model multifactorial de regresie de forma:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_k) + \varepsilon$$

unde: f = funcția care exprimă dependența variabilei rezultative (Y) de variabilele factoriale (X_i), în condițiile în care sunt cunoscute valorile parametrilor

Analiza indicatorilor s-a realizat pe cazul României, pe o perioadă cuprinsă între anii 1991-2009, valorile fiind exprimate în procente.

Modelul I. Corelația dintre Rata creșterii economice și IPC

Group: UNTITLED Workfile: UNTITLED			Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED				
View Procs Objects Print Name Freeze Tr			View Procs Objects Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids				
obs	IPC	RATA_CRE...	Dependent Variable: RATA_CRESTERE				
1991	170.2000	-12.900000	Method: Least Squares				
1992	210.4000	-8.800000	Date: 05/06/10 Time: 10:53				
1993	256.1000	1.500000	Sample: 1991 2009				
1994	136.7000	3.900000	Included observations: 19				
1995	32.30000	7.100000					
1996	38.80000	3.900000					
1997	154.8000	-6.100000					
1998	59.10000	-4.800000					
1999	45.80000	-1.200000					
2000	45.70000	1.800000					
2001	34.50000	5.300000					
2002	22.50000	5.100000					
2003	15.30000	5.200000					
2004	11.90000	8.500000					
2005	9.000000	4.200000					
2006	6.560000	7.900000					
2007	4.840000	6.200000					
2008	7.850000	7.500000					
2009	5.590000	-7.100000					
			Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
			C	4.571780	1.638936	2.789481	0.0126
			IPC	-0.047056	0.016219	-2.901280	0.0099
			R-squared	0.331167	Mean dependent var	1.431579	
			Adjusted R-squared	0.291824	S.D. dependent var	6.374694	
			S.E. of regression	5.364507	Akaike info criterion	6.296787	
			Sum squared resid	489.2249	Schwarz criterion	6.396201	
			Log likelihood	-57.81947	F-statistic	8.417424	
			Durbin-Watson stat	1.092927	Prob(F-statistic)	0.009936	

$$\text{Rata creșterii economice} = 4,57 - 0,04 * \text{IPC} + \square$$

Atunci când IPC crește cu 1%, rata de creștere economică scade cu 0,04%.

$R = \sqrt{0,33} = 0,57$. Conform raportului de corelație legătura dintre rata creșterii economice și IPC este una de intensitate medie. Testul Fisher-Snedecor indică faptul că rezultatele obținute sunt semnificative, cu un prag de semnificație de 5%, $F_c = 8,42 > F_{0,05;1;17} = 4,45$.

Modelul II. Corelația dintre Rata creșterii economice și IPPI

Group: UNTITLED Workfile: UNTITLED

View

Procs

Objects

Print

Name

Freeze

obs	BALANTA ...	RATA CRE...
1991	-5.200000	-12.90000
1992	-9.700000	-8.800000
1993	-6.100000	1.500000
1994	-3.000000	3.900000
1995	-6.800000	7.100000
1996	-9.700000	3.900000
1997	-8.000000	-6.100000
1998	-6.300000	-4.800000
1999	-3.200000	-1.200000
2000	-4.600000	1.800000
2001	-7.500000	5.300000
2002	-5.700000	5.100000
2003	-7.900000	5.200000
2004	-8.800000	8.500000
2005	-9.800000	4.200000
2006	-12.00000	7.900000
2007	-14.70000	6.200000
2008	-14.00000	7.500000
2009	10.00000	-7.100000

Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED

View

Procs

Objects

Print

Name

Freeze

Estimate

Forecast

Stats

Resids

Dependent Variable: RATA_CRESTERE

Method: Least Squares

Date: 05/06/10 Time: 10:59

Sample: 1991 2009

Included observations: 19

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.510185	2.268962	-1.106314	0.2840
BALANTA_PIB	-0.563109	0.262137	-2.148149	0.0464

R-squared

Adjusted R-squared

S.E. of regression

Sum squared resid

Log likelihood

Durbin-Watson stat

0.213492

0.167227

5.817315

575.2996

-59.35913

0.649725

Mean dependent var

S.D. dependent var

Akaike info criterion

Schwarz criterion

F-statistic

Prob(F-statistic)

1.431579

6.374694

6.458855

6.558270

4.614542

0.046408

$$\text{Rata creșterii economice} = -2,51 - 0,56 * \text{Soldul balanței comerciale/PIB} + \square$$

Atunci când raportul dintre soldul balanței comerciale și PIB crește cu 1% rata creșterii economice scade cu 0,56%. $R = \sqrt{0,21} = 0,46$

Conform raportului de corelație legătura dintre soldul balanței comerciale/PIB și rata creșterii economice este slabă.

Testul Fisher-Snedecor indică faptul că rezultatele obținute sunt semnificative, cu un prag de semnificație de 5%, $F_c = 4,61 > F_{0,05;1;17} = 4,45$.

Modelul V. Corelația dintre Rata creșterii economice și Smin/Smed

Group: UNTITLED

Workfile: UNTITLED

View

Procs

Objects

Print

Name

Freeze

T

obs	SMIN	SMED	RATA CRE...
1991	50.00000	-12.90000	
1992	50.00000	-8.800000	
1993	44.41000	1.500000	
1994	45.56000	3.900000	
1995	41.03000	7.100000	
1996	44.00000	3.900000	
1997	32.87000	-6.100000	
1998	33.48000	-4.800000	
1999	30.82000	-1.200000	
2000	34.34000	1.800000	
2001	49.65000	5.300000	
2002	46.36000	5.100000	
2003	52.85000	5.200000	
2004	48.52000	8.500000	
2005	42.86000	4.200000	
2006	38.11000	7.900000	
2007	37.44000	6.200000	
2008	42.55000	7.500000	
2009	42.25000	-7.100000	

Equation: UNTITLED

Workfile: UNTITLED

View

Procs

Objects

Print

Name

Freeze

Estimate

Forecast

Stats

Resids

Dependent Variable: RATA_CRESTERE

Method: Least Squares

Date: 05/06/10 Time: 11:01

Sample: 1991 2009

Included observations: 19

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.334337	10.18654	-0.130990	0.8973
SMIN_SMED	0.065113	0.237183	0.274525	0.7870

R-squared

Adjusted R-squared

S.E. of regression

Sum squared resid

Log likelihood

Durbin-Watson stat

0.004414

-0.054150

6.545015

728.2327

-61.59856

0.736304

Mean dependent var

S.D. dependent var

Akaike info criterion

Schwarz criterion

F-statistic

Prob(F-statistic)

1.431579

6.374694

6.694585

6.794000

0.075364

0.786989

$$\text{Rata creșterii economice} = -1,33 + 0,06 * \text{Smin/Smed} + \square$$

Atunci când raportul dintre salariul minim și salariul mediu net crește cu 1% rata creșterii economice crește cu 0,06%. $R = \sqrt{0,004} = 0,06$. Conform raportului de corelație legătura dintre Salariu minim/Salariu mediu net și rata creșterii economice este foarte slabă.

Testul Fisher-Snedecor indică faptul că rezultatele obținute nu sunt semnificative, cu un prag de semnificație de 5%, $F_c = 0,07 > F_{0,05;1;17} = 4,45$.

În urma analizei fiecărui model unifactorial variabilele ce prezintau un raport de corelație de sub 0,25 (prag sub care s-a considerat că legăturile nu există sau sunt foarte slabe), au fost excluse din analizele ulterioare, deoarece au fost considerate irelevante.

În final am optat pentru 2 modele multifactoriale care vor cuprinde:

1. $\text{Rata creșterii economice} = \alpha + \beta \text{IPPI} + \gamma \text{Soldul balanței comerciale/PIB}^* + \square$
2. $\text{Rata creșterii economice} = \alpha + \beta \text{IPC} + \gamma \text{Soldul balanței comerciale/PIB}^* + \square$

Modelele multifactoriale parametrizate se prezintă astfel:

Equation: UNTITLED Workfile: 1				
View Procs Objects Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids				
Dependent Variable: RATA_CRESTERE				
Method: Least Squares				
Date: 05/07/10 Time: 11:19				
Sample: 1991 2009				
Included observations: 19				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.504166	1.938936	0.775768	0.4492
IPPI	-0.057907	0.014530	-3.985469	0.0011
BALANTA_PIB	-0.532865	0.191561	-2.781693	0.0133
R-squared	0.605315	Mean dependent var	1.431579	
Adjusted R-squared	0.555979	S.D. dependent var	6.374694	
S.E. of regression	4.247769	Akaike info criterion	5.874604	
Sum squared resid	288.6966	Schwarz criterion	6.023726	
Log likelihood	-52.80874	F-statistic	12.26933	
Durbin-Watson stat	1.053597	Prob(F-statistic)	0.000589	

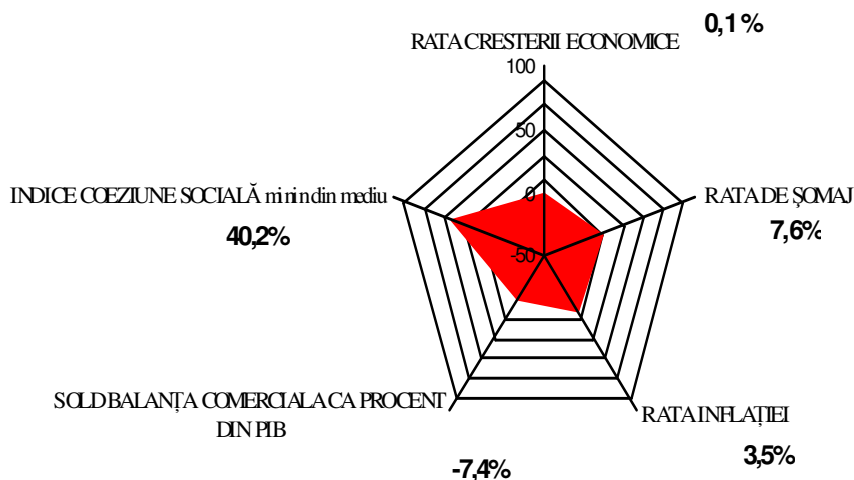
Rata creșterii economice = 1,5 – 0,06 IPPI – 0,53* Soldul balanței comerciale/PIB + □*

Equation: UNTITLED Workfile: 1				
View Procs Objects Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids				
Dependent Variable: RATA_CRESTERE				
Method: Least Squares				
Date: 05/07/10 Time: 11:23				
Sample: 1991 2009				
Included observations: 19				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.792599	2.128748	0.372331	0.7145
IPC	-0.044650	0.014341	-3.113463	0.0067
BALANTA_PIB	-0.516945	0.213741	-2.418562	0.0279
R-squared	0.510225	Mean dependent var	1.431579	
Adjusted R-squared	0.449003	S.D. dependent var	6.374694	
S.E. of regression	4.731884	Akaike info criterion	6.090463	
Sum squared resid	358.2517	Schwarz criterion	6.239585	
Log likelihood	-54.85940	F-statistic	8.334016	
Durbin-Watson stat	0.988301	Prob(F-statistic)	0.003311	

Rata creșterii economice = 0,79 – 0,04 IPC – 0,52* Soldul balanței comerciale/PIB* + □*

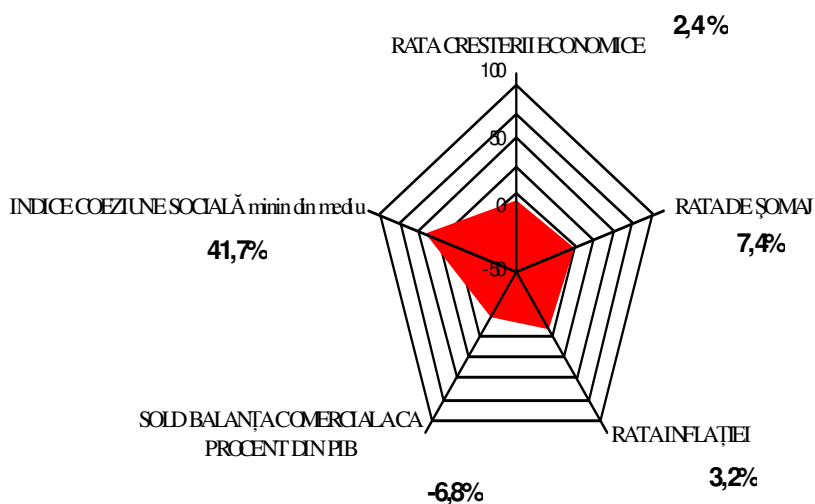
În concluzie, putem afirma că modelele sunt corect specificate, adică variabilele explicative (IPPI, IPC, soldul balanței comerciale/PIB) sunt factori semnificativi ai ratei creșterii economice, deoarece estimatorii lor sunt semnificativ diferiți de zero și corect identificați, deoarece modelul explică cea mai mare parte din variația ratei de creștere economică. *Evoluțiile indicatorilor economici* în anul curent și anul viitor sunt așezate în pentagonul magic astfel:

Figura 1. Pentagonul magic al economiei românești pentru anul 2010



Din figura 1 se observă valorile prognozate pentru cei trei indicatori economici care au o influență importantă asupra ratei creșterii economice. Se observă că rata creșterii economice se va situa la nivelul stagnării, în anul curent, respectiv 0,1%. Rata anuală a inflației IPC va coborâ de la 5,5% la 3,5%, la un nivel apropiat de stabilitatea impusă de Uniunea Europeană (3,5%), în luna martie înregistrând un nivel de 4,2%. În ceea ce privește soldul balantei comerciale ca procent din PIB acesta va coborâ de la valori de peste – 15% la -7,4%, ieșind astfel din zona de alarmă. În concluzie, economia României ar trebui să încheie o etapă de recesiune profundă în ciclul mediu de tip Juglar și să intre în perioada de avânt economic, conform comisiei naționale de specialitate.

Figura 2. Pentagonul magic al economiei românești pentru anul 2011



În anul 2011 economia României va înregistra o creștere de 2,4%, în contextul revenirii economiei europene, dar și prin măsuri luate de guvernul român precum reducerea cheltuielilor bugetare și relansarea investițiilor.

Rata inflației va coborâ de la 3,5% în 2010 la 3,2%, având un nivel apropiat de stabilitatea impusă de Uniunea Europeană (3,5%). Se dorește reducerea ratei inflației în condițiile în care România se pregătește că converge la moneda euro în 2015.

Soldul balanței comerciale ca procent din PIB va continua să se reducă și în 2011 până la 6,8%. Îmbunătățirea mediului economic ar putea conduce la o relansare a exporturilor și o temperare a importurilor pentru consum.

Bibliografie selectivă

1. Korka M, Tușa E., (2004), *Statistică pentru afaceri internaționale*, Ed. ASE, București
2. Stoléru, L., (1968), *L'équilibre et la croissance économiques*, Ed Dunod, Paris
3. Săvoiu G. (coord) (2009), *Econometrie*, Ed. Universitară, București.
4. Săvoiu G (2010), *Gândirea statistică aplicată*, Ed. Universitară, București.

PENTAGONUL MAGIC AL ECONOMIEI ROMÂNEȘTI ÎN ANII 2010 ȘI 2011, SINTETIZAT ÎN DOUĂ DIAGrame RADIALE

Autori:

Elena ANDREIANA

Mirela BELU

Anul I, Contabilitate și Informatică de Gestione

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Gheorghe SĂVOIU

1. Introducere

Creativitatea umană este ciclică, la fel și viața produsului, iar din evoluția oscilantă a timpului, cu atât mai mult, nu poate avea scăpare nici macroeconomia. Punctarea precisă a sistemului de indicatori statistici printr-o figură geometrică de forma unui clasic pentagon magic, relevă o corelare a activităților și produselor în spațiul și timpul economic al afacerii sau firmei, prin transformarea realității faptelor în împrejurări cu conținut economic, constituind astfel o alternanță de profit și pierdere, de ascensiune și declin.

Analiza statistică a datelor economice acumulate în timp a identificat mai multe tipuri de cicluri care se suprapun și se întrepătrund, câteva dintre ele detașându-se prin impactul și importanța lor:

- ciclurile economice lungi de 50, până la 60 de ani (Kondratiev),
- ciclurile medii investiționale de 15 până la 25 ani (Kuznets),
- ciclurile economice medii de 8 până la 10 ani (Juglar),
- ciclurile economice scurte industriale sau agricole (aproximativ 40 luni în ciclul industrial de tip Kitchin și circa 30 de luni cel agricol de tip Hanau),
- ciclurile electorale (în jurul a 46-50 de luni sau în medie 4 ani) etc.

Ca o constatare generală, ciclurile economice coexistă și influențează pe cele de tip politic sau electoral.

2. Pentagonul magic și expresia sa statistică grafică, denumită diagramă radială

Cea mai simplă *prezentare statistică a economiei de o manieră conjuncturală* (cu sens de ansamblu de factori obiectivi și subiectivi sau de împrejurări, situații influențând pozitiv sau negativ o economie, o regiune, o activitate) este aceea a *careului magic* al strategiei economice și cuprinde *rata creșterii economice, rata inflației, rata șomajului și soldul balanței comerciale*. Dacă acestui sistem minimal de indicatori i se adaugă raportul între veniturile maxime și cele minime, cunoscut sub denumirea de *indice de coeziune* se obține *pentagonul magic*, aici ca expresie a imposibilității atingerii simultane de către vreo economie a optimului pentru toate clasele de indicatori menționați.

Practic nu există o economie care să fi putut realiza concomitent optimul ideal, în ceea ce privește dinamica celor cinci indicatori, proveniți din tot atâtea domenii caracteristice.

Se pot enumera și alți indicatori alternativi, ce pot fi grupați în cadrul celor cinci clase de domenii, evidențiate ca informații despre principalele echilibre economice necesare ce delimitează *pentagonul magic*:

Figura nr. 1.

1.Indicatori ai echilibrului investiție - consum și ai creșterii economice
(ritmul creșterii economice reale, rata formării brute de capital fix, ponderea consumului final etc.)

2.Indicatori ai echilibrului cerere-ofertă prin nivelul prețurilor
(indicii prețurilor bunurilor de producție și de consum, rata anuală a inflației, deflatorul PIB-ului, cursul de schimb al monedei naționale, taxa de scont etc)

3.Indicatori ai echilibrului pieței forței de muncă
(gradul și structura ocupării și migrării internaționale a forței de muncă, rata șomajului, rata de înlocuire etc.)

4.Indicatori ai echilibrului extern al economiei naționale
(indicatori ai contului curent al balanței de plăți externe, de impact ai fluxurilor financiare internaționale în investiții, ai îndatorării externe etc.)

5.Indicatori ai echilibrului social și comunitar (armonie și coeziune)
(ecartul dintre salariul minim și maxim, greve și conflicte, indicele de cost al vieții și dezvoltării umane, gradul de concentrare a veniturilor etc.)

I. *Creșterea economică reală* (aleasă pentru a caracteriza echilibrul cerere-consum) este estimată prin intermediul indicelui produsului intern brut, în prețuri comparabile:

$$(1) \quad I_{PIB}^{real} = \frac{PIB_{real_1}}{PIB_{real_0}} \quad \text{sau} \quad I_{PIB}^q = \frac{\sum p_0 q_1}{\sum p_0 q_0}$$

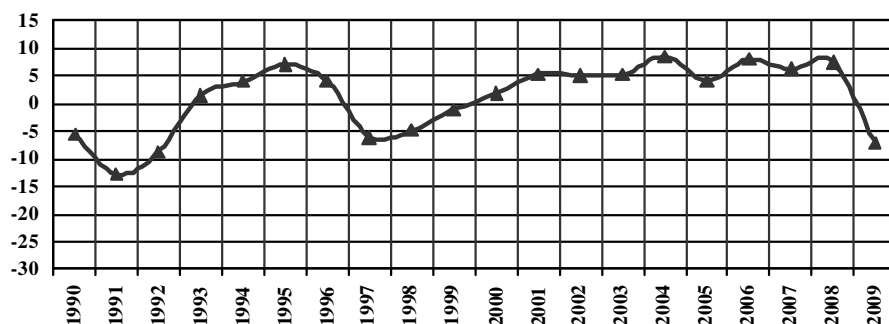
și se exprimă frecvent procentual, ca ritm al creșterii reale:

$$(2) \quad R = I_{PIB}^q \times 100 - 100, \text{ unde } I_{PIB}^q \text{ este indicatorul real.}$$

Media creșterii economice pentru cei 20 de ani de schimbări ale economiei naționale este de 1,07%, determinată ca medie a rezultatelor anuale după 1990, greu de sesizat altfel din ciclicitatea specifică grafică.

Ritmul sau rata creșterii economice reale a economiei românești după 1990

Grafic nr.1



Surse: www.insse.ro

II. *Stabilitatea prețurilor* (ca imagine reprezentativă a echilibrului cerere-ofertă) este măsurată prin intermediul a trei indicatori statistici distincți: indicele prețurilor bunurilor de consum (IPC), în calitate de instrument de evaluare de ansamblu a creșterii prețurilor mărfurilor cumpărate și a tarifelor serviciilor utilizate de către populație, indicele *implicit* al prețurilor produsului intern brut (deflatorul PIB-ului) care exprimă modificarea medie a prețurilor bunurilor și tarifelor serviciilor întregii producții a economiei naționale și indicele prețurilor produselor industriale (IPPI), instrument de măsurare a evoluției de ansamblu a prețurilor produselor industriale fabricate și livrate de producători interni. Promptitudinea IPC-ului în raport cu aceea a deflatorului PIB -ului și sfera sa de cuprindere mai bună comparativ cu aceea a IPPI-ului, îl transformă în indicatorul principal de măsurare a stabilității prețurilor. IPC este calculat prin formula indicelui de preț de tip Laspeyres, ca o medie aritmetică ponderată:

$$(3) \quad \text{IPC} = \frac{\sum I^P(p_o q_o)}{\sum (p_o q_o)}, \text{ în care: } \frac{(p_o q_o)}{\sum (p_o q_o)}, \text{ sunt coeficienți de ponderare. Indicele prețurilor}$$

bunurilor de consum reprezintă baza de calcul a inflației, rata inflației se exprimându-se ca ritm al IPC (în procente):

$$(4) \quad R = \text{IPC} \times 100 - 100.$$

Evoluția anuală a inflației în economia României

Tabel nr.1.

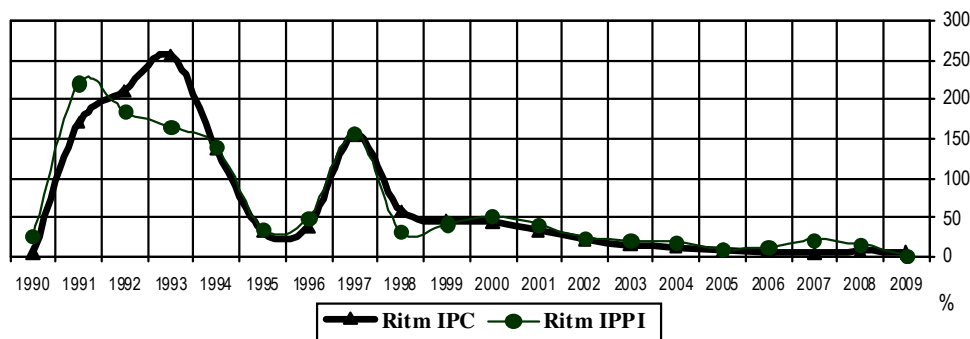
Anul precedent = 100

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
170,2	210,4	256,1	136,7	32,3	38,8	154,8	59,1	45,8	45,7	34,5	22,5	15,3	11,9	9,0	6,56	4,84	7,85	5,59
220,1	184,8	165,0	140,5	35,1	49,9	156,9	33,2	42,2	51,6	41,0	24,7	20,9	19,1	10,5	11,9	22,2	15,81	2,28

Sursa: ww.insse.ro

Dinamica ritmului IPC și al ritmului IPPI la nivel național, după 1990

Grafic nr. 2



III. *Echilibrul pieței forței de muncă* este relevant și de nivelul ocupării dar și de cel al șomajului și își găsește, de regulă, expresia sintetizatoare în rata șomajului. Rata șomajului înregistrat se calculează

prin raportarea șomerilor înregistrați fie la populația activă (PA), fie la cumulul populației ocupate și al șomerilor (PO + S).

$$(5) \quad R_S = \frac{S}{PA} \times 100 \quad \text{sau} \quad R_S = \frac{S}{PO + S} \times 100.$$

Evoluția ratei șomajului înregistrat, la finele anului

Tabel nr. 2

- % -

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
3,0	8,4	10,4	10,9	9,5	6,6	8,9	10,4	11,8	10,5	8,6	8,1	7,3	6,3	5,9	5,2	4,0	4,4	7,8

Sursa: ww.insse.ro

IV. *Echilibrul extern* al economiei naționale este rezultatul analizei contului curent al balanței de plăți externe. Fiecare sold este o dovadă a creșterii sau descreșterii performanțelor unei economii. În cazul economiei naționale, soldul balanței comerciale (Δ), deținând ponderea majoritară în soldul contului curent:

(6) $\Delta = X - M$, unde X = volumul exportului și M = volumul importului.

Soldul balanței comerciale caracterizează sintetic și prompt evoluția comercializării externe.

Soldul balanței comerciale a României ($\Delta = X_{\text{FOB}} - M_{\text{CIF}}$), după 1990

Tabel nr. 3

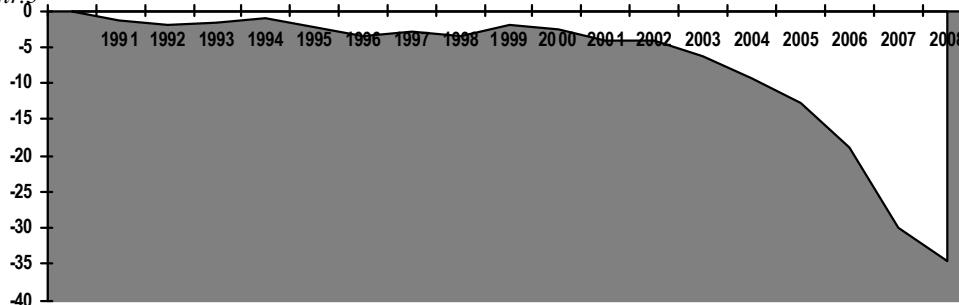
- miliarde dolari SUA -

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
-1,5	-1,9	-1,6	-0,9	-2,4	-3,4	-2,8	-3,5	-2,1	-2,7	-4,2	-4,0	-6,4	-9,2	-12,7	-18,8	-29,9	-34,6

Sursa: ww.insse.ro

Semnalul slab al deficitului cronic al balanței comercializării externe românești se află în volumul și dinamica importului de bunuri pentru consum.

Grafic nr.3



V. *Coeziunea socială* este un concept complex și, mai ales, hibrid. Două modalități indirecte sunt utilizate pentru identificarea acestui instrument statistic de măsură. Primul, poate și cel mai simplu de determinat, vizează modalitatea de repartizare a veniturilor între subiectele economice și membrii societății. Indicatorul conjunctural sau pe termen scurt de evaluare a coeziunii sociale în compensarea diferențiată prin venituri este constituit de „raportul dintre veniturile personale cele mai mari sau înalte și veniturile personale cele mai mici sau scăzute” întregit și de evoluțiile câștigului salarial mediu net real și minim net real. Indicele de coeziune socială (ICs) determinat astfel reprezintă un raport între valoarea maximă și cea minimă a câștigului salarial (brut sau net):

$$(7) \quad IC_s = \frac{CS_{\text{MAXIM}}}{CS_{\text{MINIM}}} \times 100,$$

iar al doilea instrument raportează câștigul minim garantat la salariul mediu:

$$(8) \quad IC_s = CS_{\text{minim}} : CS_{\text{mediu}}$$

Valorificând ultimele prognoze și programul guvernului se poate construi un pentagon magic al economiei românești pri intermediul unei diagrame radiale, pentru anul 2010 și 2011, apelând la sursele din paranteze(<http://www.cjalba.ro/texte1/An2009/Programguvernare> și http://www.cnp.ro/user/repository/prognoza_2009-2013.pdf) și www.guv.ro.

I. Ritmul creșterii economice reale

RPIB REAL = I PIB REAL -100

2010

IPIB REAL =100,1%

RPIB REAL = 0,1%

2011

I PIB REAL = 102,4%

R PIB REAL = 2,4%

II. Rata anuală a inflației = IPC -100

2010

Ritm IPC =3,5%

2011

Ritm IPC = 3,2%

III. Rata șomaj BIM

2010

Rata Șomajului =7,6%

2011

Rata șomajului = 7,4%

IV. Soldul balanței comerciale determinat ca % din PIB $=[(X-M)/PIB] \times 100$

2010

$\Delta=X-M=-7,4\%$

2011

$\Delta=X-M=-6,8\%$

V. Indice de coeziune socială ca raport între salariul minim și salariul mediu în%

2010

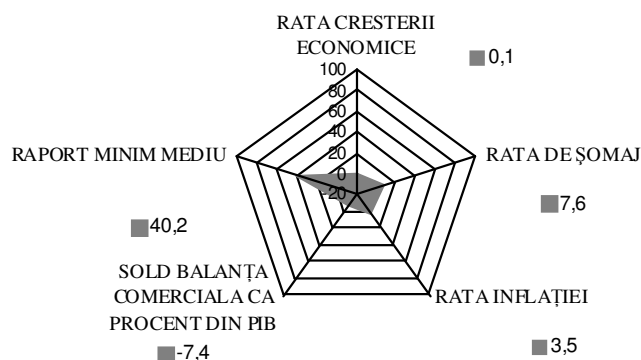
40,2%

2011

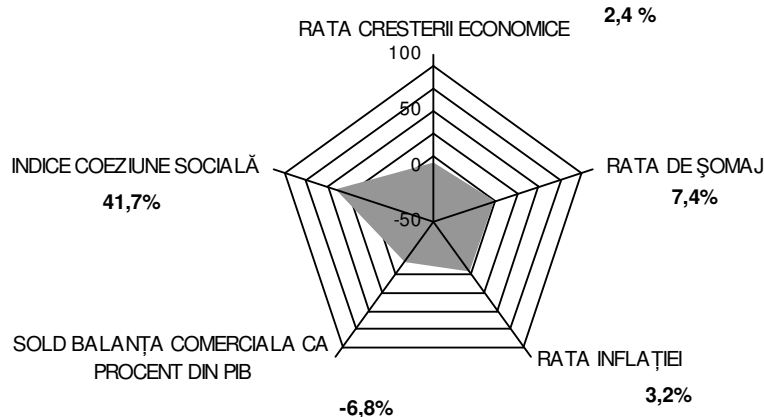
41,7%

Pentagonul magic al economiei românești în anul 2010

Grafic nr.4.



Pentagonul magic al economiei românești în anul 2011



În anul 2011, situația economiei nu se schimbă semnificativ, redresarea fiind minimă, dar semnalul creșterii economice este suficient de important (2,4%)

- Rata creșterii economice se situează la nivelul 2,4%
- Rata inflației coboară de 3,5% la 3,2% având un nivel apropiat de stabilitatea impusă de UE (3,5%)
- Soldul balanței comerciale ca procent din PIB a ieșit din zona de alarmă coborând de la valori de peste – 15% la -7,4% și apoi la -6,8%
- Rata de șomaj deține un trend ușor descendent de la 7,6% la 7,4%.
- Coeziunea crește conform raportului dintre salariul minim și salariul mediu net ajungând la 41,7%

În concluzie, după doi ani, economia României ar trebui între din 2011, într-o nouă perioadă de avânt economic, conform Comisiei Naționale de Prognoză.

Bibliografie

3. Săvoiu G, (2007), *Statistica.Un mod științific de gândire*, Ed.Universitară, București, pag. 367-368
4. Săvoiu G. (2010), *Gândirea statistică aplicată*. Ed.Universitară, București.
5. Săvoiu G., Grigorescu R., (2003), *Statistica Financiară*, Ed. Independența Economică, Pitești.

EVOLUȚIA STATISTICĂ A RAPORTULUI DINTRE SALARIUL MINIM GARANTAT ȘI SALARIUL MEDIU ÎN ROMÂNIA

Autori:

Alexandra BADEA

Laura URSU

Anul I, Contabilitate și Informatică de Gestiune

Coordonator: conf. univ. dr. Gheorghe SĂVOIU

Introducere

Abordarea politicilor sociale de către Consiliul Europei se bazează pe conceptul de coeziune socială, definită ca obiectiv, respectiv prin *capacitatea societății de a asigura bunăstare tuturor membrilor săi, minimizând disparitățile și evitând polarizarea*. După Strategia Consiliului Europei, coeziunea socială și dezvoltarea durabilă, reprezintă capacitatea societății de a asigura bunăstare pentru toți, inclusiv pentru generațiile viitoare și depind de responsabilitatea împărtășită a tuturor actorilor societății. Cadrul metodologic al Sistemul European al Indicatorilor Sociali (EUSI) utilizează două dimensiuni principale pentru caracterizarea coeziunii sociale: *reducerea disparităților teritoriale, inegalităților structurale și excluziunii sociale, precum și trăinicia capitalului social (trăinicia relațiilor sociale, interacțiunilor și legăturilor)*. În țările dezvoltate, coeziunea socială se identifică prin preocuparea de menținere a incluziunii în cadrul unei societăți care devine, în acest fel, capabilă să reziste șocurilor externe și efectelor dure ale economiei mondiale, în timp ce în țările slab dezvoltate, coeziunea socială este definită mai mult în termeni ai reconstrucției și dezvoltării. În țările aflate în tranziție, coeziunea socială vizează trei direcții: *menținerea unui grad al egalității și incluziunii*, deoarece piețele libere solicită mai mult abilitățile unora decât pe ale altora, *schimbarea, în sensul responsabilității, încrederii și cooperării*, acolo unde înainte erau suspiciune și *construirea unor instituții publice transparente, responsabile și flexibile, capabile să administreze noile cerințe și riscuri*. Varianta extinsă a domeniilor și dimensiunilor coeziunii sociale aparține lui Paul Bernard:

Tipologia dimensiunilor coeziunii sociale

Tabelul nr. 1.

Domeniul	Formalizat	Substanțializat
Economic	<i>Incluziune/ Excluziune</i>	<i>Egalitate/ Inegalitate</i>
Politic	<i>Legitimitate / Nelegitimitate</i>	<i>Participare/ Pasivitate</i>
Socio-cultural	<i>Recunoaștere/ Respingere</i>	<i>Apartenență/ Izolare</i>

Sursa: *www. eurostat*

În Europa, prin Sistemului European al Indicatorilor Sociali (EUSI), dezvoltat într-un proiect, intitulat „*Către Sistemul European al Raportării Sociale și Măsurării Bunăstării*” (EuReporting), se detaliază două dimensiuni ale coeziunii sociale:

I.Reducerea disparităților teritoriale și structurale, și a excluziunii sociale în interiorul societății, distingându-se următoarele aspecte: disparitățile regionale, oportunitățile egale/inegalități între femei și bărbați, generații, clase sociale, persoane cu handicap, grupuri minoritare, excluziunea socială.

II.Trăinicia capitalului social al societății, fiind identificate ca relevante: disponibilitatea relațiilor sociale, activitățile sociale, politice și implicarea,calitatea relațiilor sociale, calitatea instituțiilor

societății și suplimentar, o preocupare specific europeană, referitoare la aspectele coeziunii sociale între țările europene.

EUSI s-a dezvoltat în continuare luând în considerare și obiectivele coeziunii sociale între țările europene, ale identității comune, împărtășirea valorilor și atitudinilor, relațiile sociale și atitudinile între cetățeni și participarea la activități socio-politice europene. Abordarea românească a coeziunii sociale s-a realizat prin încercarea de diminuare a sărăciei și implicit a excluziunii sociale. În aprilie 2001, a fost înființată prin decizia Primului Ministru, Comisia Anti-Sărăcie și Promovare a Incluziunii Sociale (CASPI) cu rolul de a coordona măsurile antisărăcie. În final, Comitetul pentru Protecție Socială a stabilit o listă de 18 indicatori de incluziune socială (10 primari și 8 secundari). Din categoria indicatorilor primari fac parte: rata sărăciei (la pragul de 60% din mediana veniturilor), pe sexe, pe grupe de vârstă, pe categorii de gospodării, pe tipuri de gospodării, pe medii de rezidență; raportul dintre quintila superioară și inferioară a distribuției populației după venituri; rata sărăciei persistente; distanța mediană relativă; coeficientul de variație al ratei ocupării pe regiuni; rata șomajului de lungă durată; proporția populației din gospodăriile fără persoane ocupate; proporția tinerilor de 18-24 ani care au părăsit timpuriu sistemul educațional; speranța de viață la naștere; raportul dintre numărul persoanelor din quintila inferioară și superioară care își apreciază starea de sănătate ca rea sau foarte rea. Din cea de-a doua categorie a indicatorilor secundari se pot enumera: rata sărăciei la pragurile de 40%, 50% și 70% din venitul median; rata sărăciei la un prag ancorat în timp (3 ani); rata sărăciei înainte de transferurile sociale; coeficientul Gini; persistența sărăciei (în raport cu pragul de 50%); ponderea șomerilor de lungă durată în total șomeri; rata șomajului de foarte lungă durată; proporția persoanelor de 16 ani și peste cu nivel primar de instruire, din totalul persoanelor de 16 ani și peste.

2. Raportul dintre salariul minim garantat și salariul mediu în România

Indicatorul de evaluare a coeziunii sociale exprimat diferențiat prin venituri este constituit de „raportul dintre veniturile personale cele mai mari sau înalte și veniturile personale cele mai mici sau scăzute” întregit și de evoluțiile câștigului salarial mediu net real și minim net real. Indicele de coeziune socială (IC_S) determinat astfel reprezintă un raport între valoarea maximă și cea minimă a câștigului salarial (brut sau net):

$$(1) \quad IC_S = \frac{CS_{MAXIM}}{CS_{MINIM}} \times 100$$

Dar poate fi exprimat și printr-un al doilea instrument care raportează câștigul minim garantat la salariul mediu:

$$(2) \quad IC_S = CS_{minim} : CS_{mediu}$$

Soluția a doua este cuantificată pornind de la raportul dintre salariul mediu și cel minim garantat, cu condiția ca populația salariaților să fie relativ omogenă (coeficientul de omogenitate în raport cu salariul mediu să poată depăși 35 % dar nu mai mult de 50 %). Din păcate ancheta privind costul forței de muncă în România descrie anual o populație salarială tot mai heterogenă (coeficienții de omogenitate fiind cuprinși între 70 și 80%, în ultimii 10 ani).

Indicatorul structural ce poate fi preluat de aici în perspectiva unei legi a salarizării cu caracter mai omogen (ca procent al câștigului salarial minim garantat din salariul mediu calculat de statistica oficială) devine un element important, cu condiția constituirii unei baze de date privind evoluția acestor două informații statistice financiar contabile foarte prețioase în timp. În tabelul următor se prezintă un exemplu de realizare a bazei de date și a algoritmului de calcul al indicatorului.

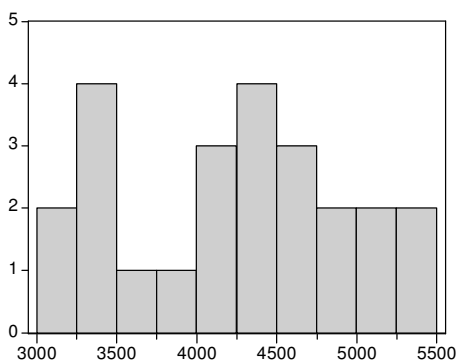
Evoluția salariului minim și a raportului dintre salariul mediu net și minim

Tabelul nr.2

Nr. crt.	Document HG/AN	În vigoare de la data de:	Salariul minim (lei ROL sau * = lei RON)	Salariul mediu net (lei ROL sau *=lei RON)	Smediu net / Sminim	Sminim /Smediu net (%)
1	586/1993	1.10.1993	40.200	79.732	1,983	50,42
2	683/1193	1.12.1993	45.000	101.331	2,252	44,41
3	85/1994	15.03.1994	60.000	112.603	1,877	53,28
4	353/1994	1.07.1994	65.000	142.657	2,195	45,56
5	184/1995	1.03.1995	75.000	182.803	2,437	41,03
6	594/1995	1.07.1995	97.000	218.535	2,253	44,39
7	27/1997	1.02.1997	150.000	456.305	3,042	32,87
8	468/1997	1.08.1997	225.000	650.641	2,892	34,58
9	468/1997	1.10.1997	250.000	797.194	3,189	31,36
10	183/1998	1.04.1998	350.000	1.045.498	2,987	33,48
11	296/1999	1.05.1999	450.000	1.460.453	3,245	30,82
12	101/2000	1.02.2000	700.000	1.748.052	2,497	40,05
13	1166/2000	1.12.2000	1.000.000	2.911.570	2,912	34,34
14	231/2001	1.03.2001	1.400.000	2.819.240	2,014	49,65
15	1037/2001	1.03.2002	1.700.000	3.666.430	2,157	46,36
16	1105/2002	1.01.2003	2.500.000	4.730.761	1,892	52,85
17	1515/2003	1.01.2004	2.800.000	5.771.049	2,061	48,52
18	2356/2004	1.01.2005	3.100.000	7.233.398	2,333	42,86
19	1766/2005	1.01.2006	330*lei RON	866*lei RON	2,624	38,11
20	1507/2007	1.01.2007	390*lei RON	1.042*lei RON	2,671	37,44
21	1507/2008	1.01.2008	500*lei RON	1.175*lei RON	2,35	42,55
22	1507/2008	1.10.2008	540*lei RON		2,176	45,96
23	1507/2009	1.01.2009	600*lei RON	1420*lei RON	2,367	42,25
24	2010* est	1.01.2010	705 *lei RON	1.375*lei RON	1,95	51,28

Surse: www.insse.ro și Monitorul Oficial al ROMÂNIEI

Așa cum se poate constata din histogramă cele mai frecvente valori se află în două dominante sau modale: una la 33-35% și cealaltă la 43-45%.



O valoare excesivă la numărătorul sau numitorul indicelui *denaturează* coeziunea socială. Raportul dintre veniturile personale maxime și minime s-a deteriorat în ultimii ani atingând niveluri ale unor coeficienți de ordinul sutelor și chiar al miilor și a condus la pierderea caracterului stimulativ al unor categorii de venituri, precum și la degradarea coeziunii sociale.

Evoluția trimestrială pe activități a raportului dintre câștigul salarial mediu net sau brut maxim (intermedieri financiare) și câștigul salarial mediu net sau brut minim (prelucrarea lemnului și a produselor din lemn), în România, între 2003 și 2005, perioadă selectată pentru exemplificare, reflectă o evoluție sezonier accentuată cu tendință de majorare certă la finele anului.

Evoluția pe activități a indicelui de coeziune socială

Tabelul nr. 11.

-%-

	Anul 2003				Anul 2004				Anul 2005			
	la sfârșitul trimestrului:				la sfârșitul trimestrului:				la sfârșitul trimestrului:			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
IC _S	597,2	534,3	523,2	715,1	571,8	551,5	490,1	722,0	592,2	556,0	469,9	640,1
Indicele de coeziune socială sectorial industrial									272,6	321,9	300,3	327,8
Indicele de coeziune socială calculat ca raport între maxima economică de ansamblu și maxima industrială									217,2	172,7	156,5	195,2

Sursa: www.insse.ro

Determinat în interiorul activităților industriale, indicele de coeziune socială este mai redus ca nivel (270-330 %), valoarea maximă a câștigului salarial mediu net sau brut fiind aceea a producției, transportului și distribuției de energie electrică, termică, gaze și apă, dar care reprezintă aproximativ 1/2 sau maxim 2/3 din câștigul salarial mediu net sau brut maxim la nivelul economiei (intermedieri financiare).

Derivată din coeziunea socială apare cu doar cinci dimensiuni și excluziunea socială:

1.*dimensiunea economică*, legată preponderent de sărăcie și care poate fi privită atât ca un efect al excluziunii, dar mai ales ca o cauză a acesteia,

2.*dimensiunea socială*, determinată de șomaj, care aduce pe lângă privațiuni materiale și reducerea statusului respectivei persoane în societate,

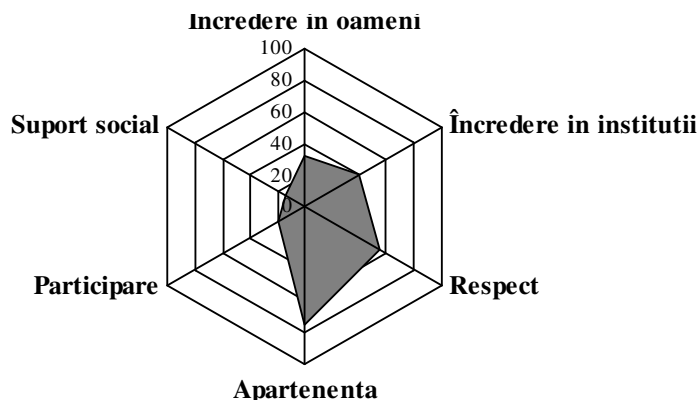
3.*dimensiunea politică*, determinată de inegalitatea accesului la propriile drepturi pentru diferite grupuri(femei/bărbați, tineri/vârstnici, grupuri majoritare/minoritare, persoane cu/ fără handicap etc.),

4.*dimensiunea culturală*, determinată de nivelele de instrucție scăzute care pot fi factori semnificativi ai accesului pe piața muncii și în viața socială, dar și de nivele precare de educație în familie și în societate,

5.*dimensiunea dezvoltării non-viabile*, determinată de modelele de dezvoltare non-durabilă care compromit supraviețuirea generațiilor viitoare, depozitându-le de posibilitatea de a-și satisface propriile nevoi.

Dimensiunile coeziunii sociale la nivel național

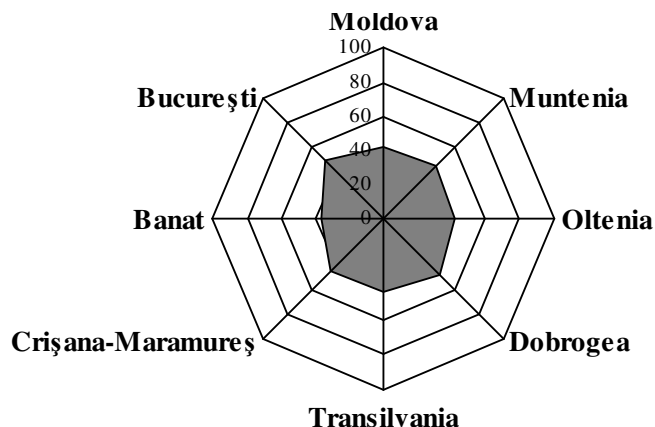
Graficul nr.1.



Valoarea critică de 50% nu a fost depășită, la nivel național, decât în cazul dimensiunilor *apartenență* și *respect pentru diversitate*, dimensiuni care deși au înregistrat cele mai mari ponderi în estimarea indicatorului coeziunii sociale, nu au reușit să contracareze efectul negativ produs de celelalte dimensiuni.

Coeziunea socială pe regiuni

Graficul nr.2.



Rezultatele prezentate arată că cele mai coezive regiuni sunt București și Dobrogea, pentru că la polul opus să se situeze Banatul. De asemenea, sub media națională se situează și Moldova și Muntenia.

Analiză coeziunii sociale prin sisteme multiple de indicatori este însă mai puțin folosită în investigarea ciclului afacerilor, cauza fiind complexitatea ei deosebită și lipsa promptitudinii. Pentru simplitatea sa este preferat indicele conjunctural al coeziunii sociale, rezultat din raportul dintre veniturile personale cele mai mari (înalte) și veniturile personale cele mai mici (scăzute), întregit și de evoluțiile câștigului salarial minim net real (garantat) și mediu net real. În perioade de criză acest raport final se majorează, semnalând apropierea și omogenizarea veniturilor salariale.

Bibliografie

Săvoiu G., Grigorescu R., (2003), *Statistica Financiară*, Ed. Independența Economică, Pitești.
Cristea A., Săvoiu G., (2005), *Coeziunea socială-concept și măsurare*, Ed. Universitară, București.
Săvoiu G., (2007), *Statistica. Un mod științific de gândire*, Ed. Universitară, București.

Secțiunea 3 - Management și Marketing

MANAGEMENTUL CARIEREI

Nume : Claudia Elena MARCU
Anul II, Finante și Bănci

Coordonator științific : prof. univ. dr. Marian POPESCU

Preocupările fata de problematica alegerii și dezvoltării carierei au apărut cu mult timp în urmă, sub forma orientării și reorientării profesionale, atât la noi în țară, cât mai ales în străinătate. O atenție deosebită s-a acordat orientării profesionale la vârste școlare mici, pornindu-se de la ideea că alegerea profesiei este o decizie importantă, cu un caracter în mare parte irevocabil. Profesia, odată aleasă, este greu de schimbat deoarece schimbarea acesteia implică pierdere de timp și energie. Din punct de vedere social, abandonarea unei meserii pentru care s-au investit bani și energie în vederea pregătirii înseamnă pierdere atât pentru individ, cât și pentru societate.

Preocupările s-au intensificat din ce în ce mai mult în ceea ce privește această activitate, mai ales fata de tineri. Premisa, logica de altfel, de la care s-a pornit în aceste preocupări, este aceea că, folosind o metaforă, mai frumos și mai ușor se dezvoltă un copac dacă îl îngrijești de mic decât dacă îl formezi și modelezi după ce crengile i-au crescut dezordonat și neharmonios. La noi în țară, preocupările actuale în această privință sunt de a îngriji "copacii" după ce au fost deja invadati de insecte sau când unele ramuri deja au crescut strâmb în încercarea de a găsi o altă cale spre a ajunge la soare.

Orientarea profesională și dezvoltarea carierei au fost privite mai mult la nivel individual, cel organizațional fiind doar implicit. Indiferent care este tendința momentului de a denumi un concept, realitatea este aceeași. Ori că se numește orientare și consiliere profesională, ori că se numește dezvoltarea și consilierea carierei, dorințele, aspirațiile și motivațiile individuale nu pot fi ignorate, iar cerințele societății sau organizației nu pot dispărea, chiar dacă ele sunt diferite; diferă numai condițiile de realizare.

Dacă în momentul actual țările occidentale utilizează din plin, redescoperind termenul de carieră, țările europene, în special Franța, au rămas la terminologia de orientare și formare profesională. Există și în momentul actual suficiente burse de studii, cu scop de formare continuă, care au ca obiectiv formarea și orientarea profesională (ex. Programul de formare profesională Leonardo da Vinci). Indiferent de nivelul de studii sau de statutul profesional, preocuparea pentru activitatea profesională desfasurată o are orice persoană. Dorința de dezvoltare, orizontală sau verticală, este general umană. Aspirațiile omului sunt spre evoluție și nu spre involuție.

În ultima decadă, un nou concept a pătruns în România, s-a extins rapid în majoritatea domeniilor și a devenit rapid o "industrie" prosperă: **managementul**.

Astăzi, când conotația negativă a termenului s-a schimbat, **cariera** reprezintă succesiunea de profesii, ocupații, posturi, funcții exercitate de-a lungul vieții active, presupunând fluctuații ocupaționale (uneori spectaculoase) de la o etapă de vârstă la alta.

Ceea ce caracterizează orice **carieră** actuală este dinamismul de proces, faptul că individul schimbă mai multe locuri de muncă (în medie 5-7) de-a lungul vieții sale active.

Cariera este considerată pentru educație un scop sau o aspirație, acordându-se o pondere mai mare procedurilor care să asigure dezvoltarea carierei (consilierea în orientarea carierei, formarea profesională inițială și continuă, promovarea și educația pentru carieră etc.).

Dezvoltarea carierei (într-o accepțiune) presupune că în succesiunea posturilor ocupate într-un anumit domeniu a existat nu numai un proces de creșteri cantitative, ci și de natură calitativă, în planul experienței acumulate, pe baza pregătirii profesionale și aptitudinilor demonstrate la locul de muncă.

Managementul carierei își propune să realizeze obiective care țin de: etapele dezvoltării carierei, planificarea carierei, responsabilitățile angajatului și ale managerului în dezvoltarea carierei, rolul consilierii în orientarea carierei etc.

Raportul sferelor noționale ale celor doi termeni este de incluziune, consilierea carierei constituind, parțial, unul din elementele managementului carierei.

Astfel, procesul de consiliere va fi direcționat adecvat în funcție de etapa, tipul și poziția persoanei în cadrul organizației, iar planul de acțiune întocmit în urma unor sesiuni de consiliere va face parte integrantă din fișa de planificare a carierei (ca instrument de operare în managementul carierei).

Planificarea carierei este procesul prin care viitorii angajați își evaluează punctele forte, slăbiciunile, oportunitățile de dezvoltare în cadrul unei organizații și stabilesc obiective și planuri prin care să orienteze propriile cariere în direcția dorită.

Managementul carierei trebuie să răspundă celor trei scopuri generale :

- să asigure satisfacerea necesităților organizației în ceea ce privește succesiunea managerială;
- să ofere angajaților cu potențial instruire și experiență practică pentru a-i pregăti pentru nivelul de responsabilitate pe care ar putea să-l atingă;
- să ofere angajaților cu potențial îndrumarea și încurajarea de care au nevoie pentru a și-l fructifica și pentru a face o carieră de succes în cadrul organizației sau nu, conform talentului și aspirațiilor proprii.

Într-o asemenea abordare, *managementul carierei este înțeles ca un proces de proiectare și implementare a scopurilor, strategiilor și planurilor care să asigure organizației satisfacerea nevoilor de resurse umane, iar indivizilor atingerea scopurilor propuse pentru carieră*.

Managementul carierei vizează planificarea și modelarea progresului angajaților în cadrul organizației în raport de evaluările nevoilor organizației, dar și în raport de performanțele potențialului și preferințele individuale ale angajaților.

Practic, așa cum sugerează specialiștii în managementul resurselor umane, managementul carierei reprezintă un model care implică multiple interdependențe funcționale dintre *planificarea carierei individuale, planificarea carierei organizaționale și dezvoltarea carierei*.

Un model relevant al procesului de management al carierei este prezentat de **Michael Armstrong**.

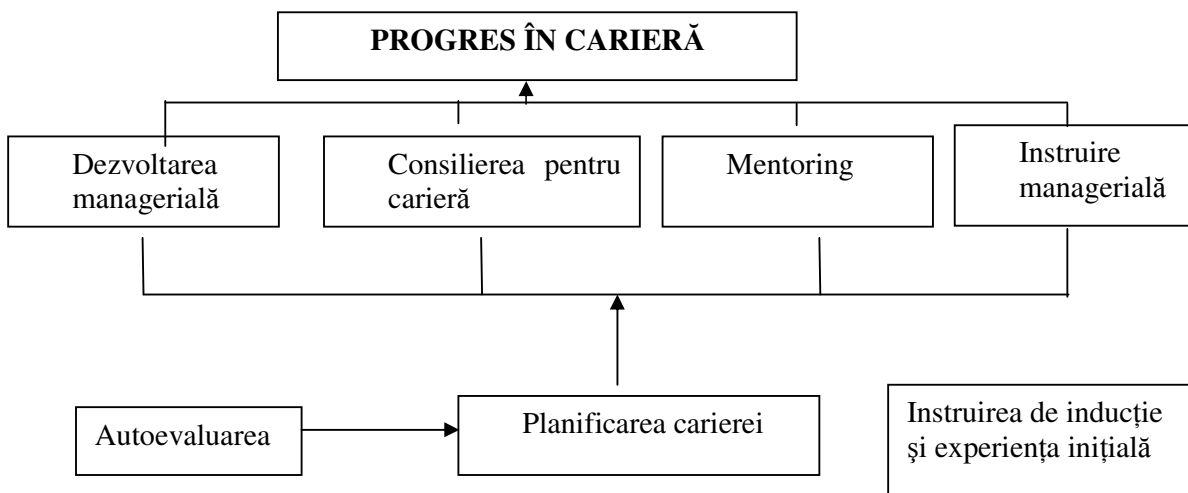


Fig. 1 Procesul de management al carierei (după M. Armstrong)

Dinamica evoluției în carieră se referă la modul în care progresează cariera unui angajat – felul în care angajații își construiesc cariera profesională, avansând prin promovare, lărgirea sau îmbogățirea rolurilor, asumându-și responsabilități mai mari și utilizând aptitudinile și capacitățile de care dispun. În această dinamică, cariera trece prin trei stadii: expansiunea de la începutul carierei; stabilizarea traseului carierei; maturizarea.

Politicile organizației de management al carierei se referă la deciziile privind proporțiile în care își creează și își dezvoltă singură managerii (promovarea din interior), recrutează sistematic din exterior, este nevoită să aducă angajați din exterior atunci se previzionează un deficit viitor.

Previziunile privind cererea și oferta se realizează pe baza tehnicilor de planificare a resurselor umane.

Planificarea succesiunii manageriale are rolul de a asigura, în limita posibilităților, un număr suficient de manageri care să ocupe locurile rămase vacante ca urmare a promovărilor, transferurilor, denumirilor, pensionărilor sau deceselor.

Evaluarea performanțelor și a potențialului se face în scopul identificării necesităților de instruire și a posibilităților de dezvoltare.

Recrutarea, ca parte integrantă a procesului de management al carierei, are în vedere că organizația va trebui să recruteze persoane noi care trebuie să facă dovada calităților proprii pe parcursul procesului instruirii de inducție.

Există diferențe individuale privind orientarea în carieră. Oamenii nu sunt toți la fel, ei diferă în ce privește abilitățile, valorile, obiectivele și activitățile preferate. Deși diferiți unii față de alții, oamenii au totuși multe lucruri comune. Pornind de la această abordare specialiștii în domeniu au relevat modalități de a clasifica oamenii care să surprindă tiparele majore ale asemănărilor și diferențelor în privința orientării carierei.

Avantajele pentru o companie ce implementează un sistem eficient de management al carierei sunt pe cat de evidente, pe atat de cunoscute:

- Cresterea gradului de motivare al angajatilor cu efecte directe asupra productivitatii muncii si a gradului de fidelizare al acestora;
- Scaderea fluctuatiei de personal;
- Cresterea capitalului de imagine al companiei etc.

Dar cum se implementează totuși managementul carierei?

Raspunsul nu poate fi regasit decat in tratarea acestui concept ca si proces, cuprinzand: in-put-uri; transformari; out-put-uri.

In-put-urile - previziunile privind nevoia de personal pe diferite niveluri ierarhice; rezultatele evaluarilor de potential ale angajatilor care ne dau o imagine asupra gradului in care o persoana poate asimila o dezvoltare de ordin personal, dezvoltare ce poate fi utilizata ca baza a ascensiunii sale in piramida organizationala.

Daca in privinta previziunilor privind nevoia de personal lucrurile sunt ceva mai clare, partea de evaluare este, de cele mai multe ori, lacunar inteleasa si implementata, firmele recurgand la evaluarea performantelor ca si in-put in sistemul de management al carierei.

Daca luam in considerare faptul ca o buna parte a persoanelor din middle management (in vanzari / distributie) erau promovate din randul agentilor foarte buni de vanzari ca urmare a evaluarii performantelor (in loc de cea a potentialului) ne dam seama de ce zeci de companii s-au confruntat cu o criza manageriala la nivel de middle: un foarte bun agent nu este, in mod implicit, un bun manager.

Cum ajung sa stiu ce transformari trebuie operate asupra diverselor persoane pentru a obtine o imagine clara a instrumentelor de folosit in acest demers?

Un punct de plecare il constituie intrebarea: "Ce performante / abilitati sunt necesare pentru a performa pe o pozitie superioara?". Unele companii dispun deja de un instrument deosebit de util in aflarea raspunsului la aceasta intrebare: socio-profesiograma. Sincer, nu sunt adeptul formularizarii acolo unde nu este cazul insa acest instrument este, odata intocmit, un adevarat "salvator de timp".

Am aflat, astfel, unde vrem sa ajungem (obiectivul, punctul B). Stim (cu ajutorul evaluarii

de potențial) dacă angajatul are potențialul nativ de a suporta schimbările spre atingerea obiectivului. Ce nu știm însă este: "Unde ne aflăm, care-i punctul A?". Aici sunt mai multe forme de aflare a răspunsului: de la analiza individuală de tip SWOT și până la organizarea unui "assessment center".

Transformări - ne găsim în situația de a cunoaște ce nevoi avem (ca și companie) de "populare" a diferitelor niveluri ierarhice. Știm și punctul de plecare a diferitelor angajați în acest drum de dezvoltare, precum și obiectivele carierale (punctul B). Ce instrumente folosim pentru parcurgerea acestui drum?

În funcție de profilul psihologic al angajatului, precum și de intensitatea transformărilor pe care e necesar să le parcurgă acesta, se pot folosi, combinat, următoarele instrumente:

- Modificări în structura sarcinilor / atribuțiilor / responsabilităților la nivel de post;
- Rotăția posturilor;
- Extinderea posturilor: creșterea numărului de atribuții aferente postului și/sau creșterea nivelului de răspundere;
- Îmbogățirea posturilor: modificarea structurii răspunderilor și/sau adăugarea unor noi niveluri de răspundere;
- Training - este, probabil, cel mai eficient instrument de transmitere a cunoștințelor și, într-o mică măsură, de dezvoltare a anumitor abilități. De aici până la afirmațiile providerilor de servicii de training cum că acest instrument instaurează comportamente... să fim serioși, 3-5 zile de training în-house? Nici măcar în glumă nu se poate spune așa ceva...
- Coaching;
- Mentoring;
- Delegare - reprezintă, în cele din urmă, o simulare reală a modului în care angajatul poate gestiona atribuții care, la un anumit moment, îi vor reveni în mod curent.

Mai trebuie remarcat că, deși pare simplu și rapid, demersul de dezvoltare profesională pe care îl implică un sistem eficient de management al carierei poate dura între 1 și 3 ani pentru fiecare ierarhică.

Out-put-urile - resursa umană pregătită din punct de vedere personal și profesional pentru acoperirea unor responsabilități superioare ca importanță în companie și, mai ales, resursa umană dornică să-și asume aceste responsabilități. Faptul că acest lucru este reprezentat sub forma unor afișe individuale ce conțin planul de carieră are mai puțin relevanță. Cu adevărat important este că, în acest fel, crește valoarea companiei.

Unele cercetări au examinat dacă preocupările oamenilor în legătură cu cariera, chiar se potrivesc stadiilor lui Super (Veiga, 1983; Isabella, 1998). Rezultatele sugerează unele distincții între stadii, dar nu foarte clare. Hall (1986) a arătat că este dificil să identifici în ce stadiu al carierei se află o persoană, mai ales dacă, de exemplu, aceasta își începe cariera relativ târziu în viață.

Încă de la începuturile anilor 1980 s-a acordat o atenție crescândă proceselor implicate în schimbarea locurilor de muncă. Acest fapt a inclus și procesul migrării și emigrării sau expatrierii specifice internaționalizării sau globalizării, cu cereri stricte asupra persoanei (Black și colaboratorii săi, 1991).

Referitor la tipurile de carieră există două teorii importante.

-teoria lui Holland

-teoria ancorelor lui Schein

Prima este **teoria lui Holland** care identifică șase tipare distincte de orientare în carieră: **convențional, artistic, realist, social, întreprinzător și investigativ**.

O a doua teorie folosită este **teoria ancorelor carierei a lui Schein**; sunt identificate cinci tipare distincte de talente, scopuri, nevoi și valori în percepția proprie, care apar în urma primelor experiențe profesionale: **competența tehnică/funcțională, competența managerială, siguranța, autonomia și creativitatea**. Termenul "ancoră" este folosit pentru a desemna nuclee consistente specifice individului ce fac parte din identitatea ocupațională a individului și cu timpul se manifestă

ca niște ancore. Diferențele ce rezultă din aceste teorii care identifică tipare sunt de natură să evidențieze faptul că oamenii nu sunt la fel și atunci sloganul “toți trebuie tratați la fel” trebuie regândit. Un comportament egal poate să împiedice valorificarea resurselor atât de diferite la fiecare. Ceea ce pentru un individ înseamnă o șansă (sarcina de a concepe și a implementa un sistem, de exemplu) poate însemna o ocazie de frustrare și de senzație de neputință (un individ creativ versus unul cu competențe tehnice). La fel, nu toți oamenii au capacitatea și dorința de a conduce pe alți; puși într-o astfel de situație cei ce nu au astfel de abilități, vor fi frustrați și incapabili să îndeplinească rolul așteptat de ceilalți de la el.

Etapale dezvoltării carierei sunt: explorarea, încercarea, stabilizarea, menținerea, criza mijlocului de carieră, schimbarea postului, declinul; succesiunea și parcurgerea acestor etape nu este imuabilă.

Explorarea începe foarte devreme, chiar din copilărie și constă în identificarea și clarificarea intereselor / posibilităților proprii pentru a putea fi ulterior dezvoltate de-a lungul carierei.

Perioada de încercare presupune, de obicei, traversarea mai multor posturi, care permite acumulare de experiență necesară în etapele următoare. Tendința angajatului în această căutare este aceea de a se stabili în cadrul unei companii (firme, instituții) conform aspirațiilor și competențelor sale.

Stabilizarea este perioada în care angajatul își poate proiecta cariera pe termen lung pentru că locul de muncă pe care se află deja îi oferă siguranță și stabilitate. Preocuparea principală devine acum promovarea rapidă și ridicarea statutului profesional.

Menținerea este faza în care angajatului (care are deja un rol în organizație), i se cer performanțe mai înalte și sarcini suplimentare (de pildă, mentorat în relațiile cu colegii mai tineri).

În jurul vârstei de 40 ani, evenimentele ce sunt legate de familie și aspirațiile financiare sporite generează, uneori, *criza mijlocului de carieră*, când angajatul este presat să-și schimbe locul de muncă.

„*Răscrucea carierei*” sau *schimbarea* majoră a profesiei se manifestă fie printr-o întoarcere la etapa exploratorie în vederea lansării într-o nouă carieră, fie schimbarea de statut profesional, eventual trecând prin faza de platou.

Platoul carierei este definit ca punctul unei cariere individuale în care perspectiva unei noi avansări este foarte mică.

Declinul se caracterizează prin reducerea interesului față de muncă, diminuarea eforturilor prestate și pregătirea pentru pensionare.

STRATEGIILE DE CARIERĂ

Strategiile de carieră își propun anticiparea problemelor și planificarea pe termen lung. Câteva din aceste strategii sunt:

A. **Cunoaște-te pe tine însuși** – și care propune o analiză atentă a orientării carierei, a punctelor slabe/tari, a locului în companie.

B. **Cunoaște-ți mediul profesional** – cunoscând mediul, problemele economice, companiile competitor, se pot anticipa atât evenimentele neplăcute cât și ocaziile. Urmărind semnalele din domeniul de activitate și culegând un permanent feed-back nu poți fi luat prin surprindere.

C. **Îngrijește-ți reputația profesională** – înseamnă să îți evidențiezi abilitățile și realizările, tot ceea ce te individualizează, ce demonstrează calități speciale, posibilitatea de a investi și capacitatea de a finaliza proiecte.

D. **Rămâi mobil, vandabil, mereu în evoluție** – înseamnă să urmărești corespondența între competențele personale și cele căutate pe piața forței de muncă, a celor ușor transferabile.

E. **Fii atât specialist cât și generalist** – trebuie dezvoltat un domeniu de expertiză, de specialitate dar trebuie păstrată o anumită flexibilitate și nu trebuie să te plafonezi. Stăpânirea unui domeniu foarte restrâns te face inflexibil și vulnerabil.

F. **Documentează reușitele proprii** – înseamnă să poți oferi dovada a ceea ce ai realizat, rezultatele și realizările identificabile sunt mai valoroase în piața forței de muncă.

G. **Pregătește întotdeauna un plan de rezervă și fii gata să acționezi** – care se leagă foarte bine cu celelalte indicații de a fi mereu activ.

H. **Mentține-te în formă financiară și psihică** – înseamnă să ai mereu asigurată o bază, un confort și un echilibru în plan psihic și material.

Aceste strategii privesc pe individ; de cealaltă parte se află organizația care trebuie să se preocupe atât de nevoile sale interne cât și de cariera angajaților.

Individul își propune ca obiectiv o carieră, organizația își propune să păstreze oamenii valoroși. Pentru ca lucrurile să se întâmple așa trebuie avute în vedere diferențele individuale în aprecierea angajaților și distribuirea rolurilor; trebuie să nu uităm că oamenii și carierele lor sunt dinamice. Pe de o parte succesul carierei cere oamenilor să fie elastici; organizațiile pot facilita succesul carierelor și pot contribui la dezvoltarea angajaților păstrându-i astfel acolo unde este nevoie de ei.

Munca are cinci roluri importante în viața omului:

- venitul pentru obținerea unui nivel și standard de viață ridicat ;
- petrecerea timpului și cheltuirea energiei ;
- obținerea identității și a unui statut – sursa respectului de sine și un mod de a obține recunoașterea altora ;
- nevoia de asociere, un mod de a-și face prieteni, a face parte dintr-un grup ;
- sursa unui scop în viață – un mod de a da un scop și un înțeles vieții prin servicii făcute altora, acte de creație, exprimarea eului, experimentarea unor noi lucruri.

Cariera este o succesiune evolutivă de activități și poziții profesionale pe care le atinge o persoană ca și atitudinile, cunoștințele și competențele asociale, care se dezvoltă de-a lungul timpului.

Cariera influențează mai multe aspecte ale vieții unei persoane :

- câți bani va câștiga ;
- ce haine va purta ;
- ce beneficii va avea în urma slujbei ;
- pentru ce organizație / companie va lucra;
- oamenii cu care va intra în legătură ;
- ce muncă va presta;
- unde va lucra ;
- cât timp va lucra ;
- ce responsabilități va avea ;
- ce lucruri va învăța ;
- ce abilități îi trebuie ;
- ce interese personale își vor găsi expresia în muncă.

Orientarea carierei cu toate implicațiile a reprezentat punctul de interes al cercetătorilor care au elaborat teorii legate de identitatea ocupațională a individului.

Teoria

ancorelor carierei stipulează că pe măsură ce persoana se cunoaște mai bine și capătă o identitate ocupațională mai clară se formează percepția unui tipar distinct al talentelor, scopurilor, nevoilor și valorilor proprii. Individul este centrat pe munci de tipuri de activitate cum ar fi : competența tehnică / funcțională, competența managerială, siguranța, autonomia și creativitatea.

Teoria motivațională are în vedere nevoile și scopurile individului din punct de vedere cognitiv. Adaptarea vocațională este expresie a procesului de motivare și adaptare a persoanei care caută roluri să fie compatibile cu ele și să se reorienteze după unele schimbări sau pierderea unei poziții anume. Aceste roluri vocaționale pot fi executate în diferite arii ale societății (muncă, familie, comunitate, vacanță).

O carieră de succes este condiționată și de implicarea conducerii organizației prin departamentul de resurse umane în planificarea carierei, consilierea individului. Este de dorit ca inițierea proaspeților angajați să fie făcută de un mentor din cadrul organizației, o persoană care este responsabilă și care cunoaște mersul lucrurilor în corporație îi va ajuta să se integreze și să facă față

eventualelor probleme. În orice organizație managerii se confruntă cu o serie de probleme privind *dezvoltarea carierelor angajaților* :

- managementul angajaților la mijlocul carierei ;
- managementul muncitorilor mai în vârstă ;
- managementul problemelor muncă / familie.

Planificarea fiecărei cariere este o altă responsabilitate a managementului și înseamnă a dezvolta și implementa programe care trebuie să fie compatibile cu specificul afacerii, cu structura organizației și cu aspirațiile angajaților.

Un exemplu de cariera l-ar putea da presedintele Danone Romania.

Jacques Ponty a început în 1987 din Mexic, iar în 2006 a ajuns în România, reprezentând aceeași companie: Danone. Astfel ar putea fi rezumată povestea presedintelui Danone România. Prin 1987 am început să lucrez ca reprezentant vânzări. Atunci eram în Mexic, povesteste Ponty.

Avea 20 de ani și își dorea o carieră în marketing sau vânzări într-o companie unde să aplice ceea ce învățase la școală și să obțină rapid competențe manageriale. Căuta un producător de bunuri de larg consum (Fast Moving Consumer Goods) pentru că acestea sunt cele mai bune școli în domeniu. A ales Danone datorită valorilor promovate de companie și pentru că aici noii angajați sunt responsabilizați încă de la început și pot avea o evoluție rapidă. La vârsta aceea nu știi și nu vrei să aștepti, dar timpul îți demonstrează că tocmai răbdarea este esențială, spune Jacques Ponty.

După opt ani de carieră în Vânzări (doi ani în Mexic, șase ani în Danone Franța), s-a transferat în celălalt domeniu în care își dorea să lucreze - Marketing. După 5 ani de Marketing în Danone Franța, în 1999 a fost numit Director de Marketing pentru reprezentanța Danone din Maroc. În toți acești ani am învățat că este foarte important să ai răbdare și să faci totul pas cu pas. Dezvolți echipa, cunosti mai bine oamenii cu care lucrezi și îți aduci aportul la consolidarea companiei. Este foarte important să faci totul cu pasiune și să găsești mereu noi provocări.

Lui i-a reușit, în 2003 devenind General Manager Danone Bulgaria. Aici a găsit o altă provocare: Țara fiind în plină dezvoltare, totul are un ritm foarte alert. Am reușit să atingem cote de piață semnificative prin proiecte orientate către creșterea consumului și dezvoltarea categoriei.

Cu câteva luni în urmă a venit ca General Manager pentru Danone Balcani în România, unde este cartierul general pentru țările din zonă (Bulgaria, Croația, Serbia și Muntenegru, Bosnia). Încă o provocare și noi impresii: Îmi place foarte mult ce am găsit aici: dorința de muncă, inventivitate și pasiune pentru evoluție permanentă.

Bibliografie :

1. Tatiana Gavrila și Viorel Lefter, Managementul organizațiilor, ed. Economica, 2007
2. Managementul organizațiilor: studii de caz, aplicații, teste de verificare, coord. Gavrila Tatiana, Ed. Economica, București, 2007
3. Julie Jansen, Managementul carierei. Ghid practic, ed. Polirom, 2007
4. www.zf.ro

STRATEGIA DE MARKETING A FIRMEI

Autor : Claudia Elena MARCU

Anul II, Finante si Banci

Coordonator științific : Prof. univ. dr. Marian POPESCU

Introducere

Adoptarea conceptului de marketing de catre o intreprindere presupune si utilizarea unui sistem adecvat de conducere prin intermediul caruia se urmareste o sincronizare permanenta cu mediul in care isi desfasoara activitatea.

Acest sistem trebuie sa permita intreprinderii incadrarea actiunilor sale intr-o anumita perspectiva prin formularea unor strategii de dezvoltare care sa asigure mobilizarea resurselor umane, materiale si financiare in vederea atingerii obiectivelor.

Politica de marketing se refera la atitudinea si conduita intreprinderii in vederea atingerii obiectivelor. Orice politica urmareste atingerea obiectivelor si este formata din strategii si tactici.

Strategia reprezinta calea, directia de actiune prin care intreprinderea isi atinge obiectivele, linia de dezvoltare pe care si-a propus sa o urmeze.

Strategia firmei exprima ansamblul obiectivelor majore proiectate pe orizonturi mari de timp, coroborate cu resursele ce urmeaza a fi utilizate, modalitatile si termenele de realizare, astfel incat misiunea firmei sa se finalizeze in conditiile unui avantaj economic competitiv.

Tacticile se refera la ansamblul de actiuni practice prin intermediul carora este pusa in aplicare strategia.

Strategii

Strategiile de succes sunt cele prin care se determină oportunitățile de piață și avantajul competitiv, având la bază rezultatele controlului de marketing ce pun în evidență: riscurile, situațiile favorabile, punctele tari și slabe ale organizației. Prin transpunerea lor în practică trebuie să se creeze un asemenea sistem de raporturi între întreprindere și mediul ambiant încât să se asigure plasarea ei într-o poziție cât mai bună în confruntarea cu ceilalți competitori.

O strategie de succes marchează o perioadă definitorie în viața întreprinderii, în care s-au adoptat cele mai bune decizii cu privire la consumatorul beneficiar și la căile prin care sunt satisfăcute necesitățile lui. O asemenea strategie ne indică ce se urmărește în esență în perioada respectivă, cum se intenționează să se îndeplinească scopurile respective și care sunt răspunsurile la *întrebările fundamentale*:

- ce trebuie să se producă și ce produse noi vor fi introduse în fabricație;
- care este segmentul de piață ce trebuie ținut de fiecare produs în parte;
- până la ce nivel pot fi ridicate prețurile;
- ce trebuie comunicat segmentului de piață;
- cum este mai bine să fie distribuit produsul sau serviciul respectiv.

Ca *element central* al activității de marketing, strategia este produsul țelurilor stabilite, a valorilor, a atitudinilor și ideilor predominante dintr-o organizație într-o anumită perioadă. Ea formulează clar obiectivele etapei respective în scopul orientării eforturilor ce le poate mobiliza. Se constată că orice întreprindere are la dispoziție un număr mic de posibilități strategice și de aceea ele trebuie nu numai identificate ci și selectate.

În final, strategia de marketing adoptată de o întreprindere pentru o anumită perioadă este rezultatul combinării experienței, intuiției și speranței managerilor de marketing, a științei și artei pe care ei o posedă, este rezultatul confruntărilor, compromisului, negocierilor și al consensului.

De obicei, întreprinderile elaborează strategii pe termen lung, mediu și scurt cu obiective clare, concrete, precise, realiste, care se detaliază prin tacticile corespunzătoare. În acest mod întreprinderile răspund atât solicitărilor imediate ale schimbărilor survenite în mediul ambiant, cât și încadrării într-un comportament de lungă durată, ceea ce permite o viziune unitară, coerentă și de perspectivă.

Strategia de piață reprezintă nucleul politicii de marketing. Este o componentă a strategiei generale a întreprinderii și se referă la relația întreprinderii, la fizionomia și dinamica mediului în care acționează. Ea stă la baza strategiilor de produs, pret, distribuție și promovare.

Adoptarea strategiei de piață trebuie să țină cont de factorii din interiorul întreprinderii (factori endogeni) cât și cei din exteriorul întreprinderii (factori exogeni).

Factorii endogeni sunt reprezentați de potențialul acesteia, de resursele umane, materiale și financiare de care dispune, de prestigiul și imaginea de care se bucură etc.

Din rândul factorilor exogeni pot fi menționați:

- natura și caracteristicile segmentelor de consumatori;
- modul de manifestare al cererii;
- structura și ponderea competitorilor;
- politica lor de piață (de marketing) și efectele asupra activității întreprinderii;
- elementele de ordin politic, juridic, cultural, demografic.

Pornind de la factorii prezentați, în stabilirea strategiei de piață pot fi considerate următoarele criterii de clasificare a acesteia:

Dinamica pieței	Structura pieței	Schimbările pieței	Exigentele consumatorilor	Nivelul competiției
A.- strategia creșterii pieței	-strategie nediferențiată	-strategie activă	-strategia exigentelor ridicate	-strategie ofensivă cu creșterea cotei de piață (CP)
B. strategia menținerii pieței	-strategie diferențiată	-strategie adaptivă	-strategia exigentelor medii	-strategie defensivă cu: B1. menținerea cotei de piață B2. restrângerea cotei de piață
C. strategia restrângerii pieței	-strategie concentrată	-strategie pasivă	-strategia exigentelor scăzute	

- A- specifică firmelor puternice
 B- specifică firmelor medii
 C- specifică firmelor mici

Modalitati de fundamentare a strategiei

Fundamentarea strategiei firmei presupune in principal:

-identificarea si luarea in considerare a prognozelor stiintifice, tehnice, comerciale, financiare, manageriale etc. privind mediul in care opereaza firma.

Prognozele sunt predictii pe termen foarte lung ale tendintelor din diverse domenii, ale tendintelor din tipologia si mecanismul de presiune ale variabilelor exogene intreprinderii si “alimenteaza” permanent proiectiile strategice, indiferent de tip si de domeniu. Prognozele-ca instrumente de cunoastere si investigare, in timp, a tendintelor viitoare ale proceselor economice, tehnologice etc.- constituie suportul logic al depistarii necesitatilor, posibilitatilor, evolutiei viitoare a firmei.

In conditiile tranzitiei la economia de piata, elaborarea de prognoze, care sa evidentieze procesul complex si dificil de reforma economica si sociala intr-un mediu ambient, national si international, complex si turbulent, este o conditie a succesului economic, commercial si managerial al economiei nationale, pe termen lung, cu consecinte dintre cele mai importante asupra viitorului intreprinderilor mici, mijlocii si mari;

-realizarea unor studii complexe de diagnosticare, prin intermediul carora se evidentiaza causal puncte forte si slabe ale activitatilor firmei si/sau ale mediului in care aceasta actioneaza si se elaboreaza recomandari strategico-tactice, valorificabile in fundamentarea strategiei si politicii sale.

Pe baza informatiilor furnizate de astfel de analize complexe, firma poate sa-si remodeleze unele activitati, sa-si adanceasca procesul de restructurare economica ori sa-si remodeleze sistemul managerial, premise importante ale consolidarii pe termen lung a pozitiei sale pe piata;

-efectuarea de studii de marketing aprofundate

Firma trebuie sa cunoasca aprofundat volumul si structura cererii in domeniul sau de activitate, precum si evolutiile pietei, pe o perioada cat mai mare.

Cercetarile de marketing ofera un raspuns numeroaselor intrebari referitoare la:

- pietele sau segmentele de piata cu cele mai bune perspective pentru firma;
- particularitatile constructive si functionale ale produselor solicitate;
- nivelul preturilor acceptate pe piata;
- modalitatile de distributie a produselor pe piata;
- actiunile promotionale ce urmeaza a fi initiate si desfasurate.

Informatiile desprinse din astfel de cercetari- regasite in studii de marketing- urmeaza a fundamenta proiectiile strategice ale firmei, atat in ceea ce priveste obiectivele, cat si modalitatile de realizare, tipologia si volumul resurselor angajate in operationalizarea lor.

Optiuni strategice

Pentru a face fata concurentei, firma isi poate afirma anumite optiuni strategice care impun competente necesare, cum sunt:

Strategie -ofensiva –profesionalism in exercitarea functiunii financiar-contabile;

- calitatea organizarii firmei;
- aptitudini manageriale ale echipelor importante implicate;
- profesionalism in exercitarea activitatii de marketing;
- resurse sporite.

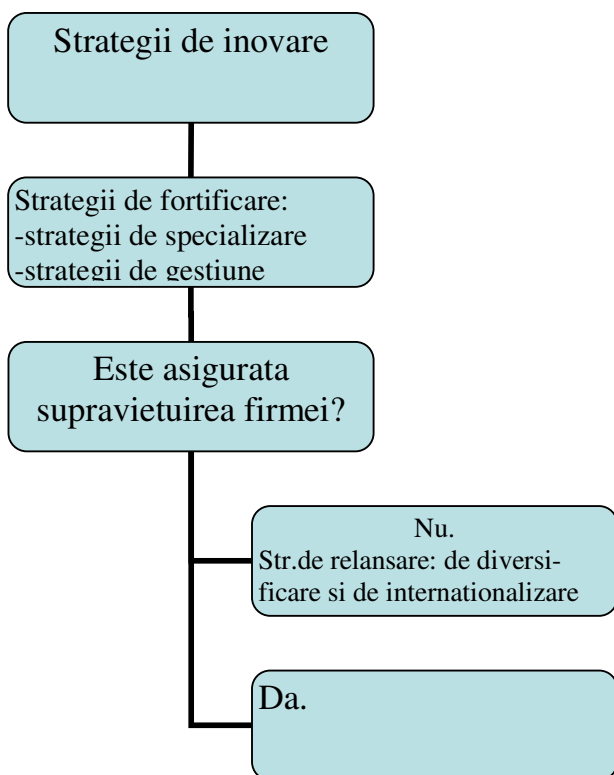
-defensiva –competente ridicate in rezolvarea problemelor sociale;

- abilitate financiara;
- fluiditatea circuitului decisional;
- competente comerciale importante.

-de diferentiere-marketing performant;

- practica a creativitatii, superioara celei a concurentei;
- organizarea adecvata a firmei.

O grupare secvențială a opțiunilor strategice, având la bază ideea maximizării șanselor de supraviețuire a firmei, poate fi prezentată schematic astfel:



Opțiunea firmei pentru inovare este condiționată de o serie de factori: strategii naționale; tipul de activitate; dimensiunea (talia) firmei; natura procesului de inovare; raportul dintre influența forțelor pieței și stocul de cunoștințe disponibile; dimensiunea efortului de cercetare-dezvoltare etc.

Prin strategii de fortificare desemnăm acele strategii care, pe lângă inovare și relansare, au ca obiect reducerea sau suprimarea unuia sau mai multor factori de vulnerabilitate a întreprinderii.

Relansarea înseamnă încercarea de a scăpa de factorii de vulnerabilitate legați de activitatea actuală. Spre deosebire de marile grupuri, întreprinderile mici și mijlocii trebuie să aleagă între cele două tipuri de strategii: de diversificare și/sau de internaționalizare.

Mediul concurențial tot mai complicat în care activează astăzi organizațiile de orice tip, le obligă pe acestea să se preocupe în mod cu totul special de stabilirea, realizarea, apărarea și menținerea avantajului competitiv. Acțiunea efectivă prin care se realizează este precedată de patru etape interdependente: audit, stabilirea obiectivelor, stabilirea strategiilor și întocmirea planurilor de implementare (Malcom Mc.Donald – op. cit., pag. 69).

Punctul de pornire îl constituie determinarea poziției competitive prin audit, ce asigură baza pentru stabilirea obiectivelor strategice ce se vor îndeplini prin căile și mijloacele alese prin formularea strategiei și se vor regăsi în planurile de implementare ce constituie “vehiculul necesar pentru a ajunge la destinație, urmând itinerariul stabilit”.

Obiectivele strategice reprezintă enunțarea formală a scopului urmărit prin care se definește statutul viitor al organizației într-un orizont de timp mai lung.

Scopul este o anticipație mentală a rezultatelor ce urmează a fi îndeplinite prin acțiunile concrete ale managerilor, o reprezentare a stării în care se găsește întreprinderea la un anumit termen. Stabilirea scopului este o necesitate, deoarece contribuie la creșterea rentabilității, implică

schimbarea naturii activității și evită apariția unor greșeli. De aceea, orice obiectiv trebuie să asigure (I. Petrescu, Gh. Seghete, pag. 477):

- certitudine și probabilitate de cuantificare;
- orizont previzional;
- certitudinea realizării în condiții de eficiență sporite;
- posibilitatea adaptării rapide și eficiente la schimbările ce apar etc.

În orice întreprindere se stabilesc numeroase *scopuri*:

- de perspectivă îndelungată: 3 – 5 ani
- de perspectivă medie: un an
- operaționale: lunare sau trimestriale.

Locul cel mai important în ansamblul scopurilor de perspectivă îl deține *scopul general* al activității de marketing, care este decizia esențială ce stă la baza celorlalte decizii adoptate în întreprindere. El definește legătura prezentului cu viitorul întreprinderii și constituie simbolul, decizia mobilizatoare.

Locul și rolul strategiei de piață

Strategia de piață sintetizează atitudinea întreprinderii față de piață, posibilitățile ei de influențare a acesteia și de adaptare la cerințele pieții. În raport cu celelalte forme ale strategiei de marketing, strategia de piață deține locul central întrucât constituie momentul inițial în elaborarea celorlalte strategii și are ca obiectiv finalitatea activității întreprinderii. Ea realizează conexiunea întreprindere – mediu dintre produsele realizate și piețele prezente și viitoare și înfăptuiește țelurile din perioada respectivă. Este elementul de referință pentru celelalte forme de strategii care sunt de fapt continuarea și concretizarea ei.

Elementele componente ale strategiei de piață definesc rolul și locul întreprinderii pe piață și vizează (Gh. Petrescu ”Strategia de piață și marketingul mixt” – în vol. “Bazele marketingului” – V. Munteanu (coord.), pag. 189): cantitatea de produse ce – și propune să o creeze și comercializeze, direcția în care se va orienta firma, competitivitatea produselor create și sinergia firmei prin care se exprimă acțiunea simultană a tuturor factorilor interni ce generează efectul total. De aceea fundamentarea ei riguroasă este condiționată de cunoașterea și utilizarea în combinații adecvate atât a factorilor interni cât și a celor externi ce influențează direct sau indirect activitatea firmei. Maniera folosirii acestor factori, ținând seamă de interdependența dintre ei, stă la baza definirii relațiilor strategice dintre firmă și piață, a fundamentării și apoi a aplicării celei mai bune strategii.

Pentru a face față amenințărilor și oportunităților cu care se confruntă permanent, întreprinderea trebuie să adopte permanent decizii strategice rapide care să țină seama de trăsăturile caracteristice ale pieții: dinamică, structură, ritmul schimbărilor, exigențe și nivel de competiție.

Atitudinea întreprinderii față de caracteristicile pieții este marcată de domeniul în care își desfășoară activitatea, poziția ce o deține la un moment dat pe piață, condițiile pieții, atitudine ce se regăsește într-o diversitate de opțiuni strategice. În alegerea variantei optime are mare importanță capacitatea de cunoaștere și anticipare a schimbărilor ce au loc pe piață, dar și experiența practică acumulată de întreprindere în domeniu.

Activitatea practică de marketing din perioada postbelică, a impus deja o serie de alternative de strategie de piață, ce reflectă comportamentul întreprinderii față de principalele probleme ale pieții, de trăsăturile caracteristice ale acesteia și care sunt recunoscute deja ca tipuri de strategii de piață (C. Florescu – “Strategii în conducerea activității întreprinderii” – Editura Științifică și Enciclopedică, Buc. 1987).

Strategia de piață, într-o altă abordare, poate fi stabilită și în funcție de situația actuală a produselor și pietelor.

Piete/ Produse	Produse actuale	Produse noi
Piete actuale	Penetrarea pietei	Dezvoltarea produselor
Piete noi	Dezvoltarea pietei	Diversificarea activitatii

Penetrarea pietei presupune creșterea acesteia prin atragerea consumatorilor firmelor concurente și stabilizarea prierii clientele utilizându-se produse actuale pe piete actuale.

Dezvoltarea produselor se referă la creșterea pietei prin introducerea de noi produse în oferta în încercarea de a atrage noi segmente de consumatori.

Dezvoltarea pietei se realizează prin atragerea de noi segmente dar și prin extindere geografică.

Diversificarea activității- piața crește atât prin introducerea de produse noi cât și prin extinderea pietei.

Mixul de marketing

Operationalizarea misiunii și strategiei întreprinderii se realizează prin alcătuirea unui mix de marketing specific. Conceptul ce ocupă astăzi o poziție centrală în teoria și practica marketingului a fost folosit prima dată de Neil Borden în 1964 și apoi perfecționat de Mc Carthy.

Mixul de marketing are în vedere modul în care sunt antrenate resursele întreprinderii, proporțiile în care ele vor intra în efortul global al acesteia și se referă la gruparea tuturor instrumentelor firmei în jurul celor 4 piloni ai activității de marketing: produs, pret, distribuție, promovare. Mixul de marketing fiind denumit și mixul celor 4 p.

Alcătuirea mixului de marketing se realizează prin combinarea într-un tot unitar, coerent, sub forma unor programe, a elementelor politicii de produs, pret, distribuție și promovare, ținându-se cont atât de resursele întreprinderii cât și de condițiile pietei pe care aceasta acționează.

Studiu de caz

Industria produselor și preparatelor din carne

Este o industrie interesantă prin prisma faptului că este departe de a-și fi atins maturitatea, efervescența datorită noilor reglementări europene ce vor duce la dispariția unui important număr de jucători care nu pot face față jocului, iar pentru locul lăsat liber de aceștia se vor bate atât marii jucători deja prezenți pe piață, cât și cei europeni/internaționali care vor penetra piața românească.

Ceea ce se observă cu ușurință este faptul că majoritatea jucătorilor prezenți pe această piață au ales să urmeze strategii de diferențiere care se bazează pe atribute (produse naturale, ingrediente de calitate și/sau de o anumită proveniență animală - pui, vacă, porc) și beneficii (gust bun, rafinat, mananci sănatoase etc.). Însa este prea mare „aglomeratia” pe această zonă de atribute și beneficii, iar consumatorul risca să fie confuzat.

O mișcare foarte bună din punctul de vedere al strategiilor de diferențiere și poziționare a făcut-o **Salonta**. Au ales să se diferențieze de ceilalți jucători pe piață prin tradiție („experiența de 30 de ani în fabricarea mezelurilor”) și prin modul de realizare a acestor preparate din carne („afumare, lemn fără rasini, mușegai nobil” etc.).

McDonald's

McDonald's este una dintre corporatiile multinationale aflate într-o poziție privilegiată în ansamblul rețelelor comerciale specializate în “fast-food” existente pe plan mondial și în România. Ea este considerată compania cu cea mai mare rată de multiplicare* a unui nou amplasament în fiecare regiune de pe mapamond.

Potrivit estimărilor efectuate de specialiștii Departamentului pentru Comerț Mondial și Marketing, rata de multiplicare a amplasamentelor **McDonald's** este de 17 ore pentru fiecare nou restaurant afiliat rețelei sale de comercializare a produselor specializate, respective aproximativ 508 spații de desfășurare anual.

Principiul elementar ce fundamentează totalitatea strategiilor operationale utilizate de corporația **McDonald's** pe plan mondial sub aspectul comercializării produselor la momentul implantării pe o anumită piață este “**profit minim-preturi minime**”. Fără îndoială însă, nivelul calitatii și serviciilor promovate, indiferent de economia sau regiunea de amplasare, constituie un alt factor primordial în structurarea propriei clientele și, totodată, criteriul de referință în reducerea ponderii companiilor competitorilor în totalul capacității de absorbție a pieței receptoare. În acest sens, un exemplu semnificativ este ilustrat pe piața României sub aspectul prețurilor produselor tradiționale (hamburger, cheeseburger, BigMac etc.) în care **McDonald's** continuă să fie lider de frunte în raport cu ansamblul structurii concurențiale în domeniu, respectiv: **Burger Ranch, Sheriff's** și **Kentucky Fried Chicken**.

Un alt criteriu de referință în ceea ce privește fundamentarea **strategiei corporației McDonald's**, atât din perspective pieței românești, cât și din punct de vedere global, îl constituie ansamblul **avantajelor competitive** fructificate în sensul realizării unei **economii de scară** rezultate ca efect direct sau, după caz, indirect, al implementării unor **mecanisme operationale** în acord cu exigențele și preferințele consumatorilor locali. În această orientare, **rețeaua strategică de furnizori ai companiei**, cu care aceasta derulează anual tranzacții de circa zece miliarde de dolari (materie primă, ambalaje, echipamente), constituie o sursă reală a acestor **economii de scară**, prin avantajul costului redus al aprovizionării cu cantități mari.

O altă sursă a **economiilor de scară** este reprezentată de **publicitatea globală**, angajată și susținută de un buget publicitar estimat la circa 4% din cuantumul valoric al produselor ce pot fi absorbite pe piața receptoare, criteriu aplicabil și utilizat în cadrul fiecărui “fast-food” amplasat în România.

Bibliografie:

1. Coord. Balaure Virgil, Marketing, Ed. Uranus, București, 2002
2. Managementul organizațiilor, coord. Gavrilă Tatiana, Ed. Economica, București, 2007
3. Managementul organizațiilor: studii de caz, aplicații, teste de verificare, coord. Gavrilă Tatiana, Ed. Economica, București, 2007
4. Bazele marketingului –Munteanu V. (coord.)
5. Strategia de piață și marketingul mixt –Petrescu Gh.
6. www.sfin.ro

TEHNOLOGII DE RECICLARE A (D)EEE-URILOR PENTRU PROTEJAREA ECOSISTEMELOR ȘI A MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR

Autori:
Georgică DRĂGAN
Constantin DUMITRU
Anul II, Management

Coordonator științific: Lect.univ.dr.ing.ec. Crenguța-Ileana TOMESCU

Abstract

Protecting the environment through various ecosystems of recycling technologies (D)EEE sites implemented in various multinational companies such as Panasonic or MEWA Recycling and Environmental Technologies are just a few of which mankind can use to protect natural ecosystems and environment. In Romania, these technologies have been implemented for some time, specifically since 2005, when he questioned by the authorities the issue of protecting the environment and natural ecosystems.

ECOSISTEMELE –NOTIUNI GENERALE

Ecosistemele sunt unități funcționale și structurale rezultate din integrabilitatea biotopurilor (habitatelor) și a biocenozelor.

Dar biotopul și biocenoza sunt atât de întrepătrunse, separarea lor în spațiu este absolut imposibilă.

În ecosisteme se realizează interacțiunile dintre biotop și substanța vie. Orice ecosistem dispune de un fond de substanțe abiotice pe care se „suprapun” procesele biologice prin care atomii trec din combinații minerale în combinații organice și invers.

Ecosistemul fiind o structura funcțională, funcționalitatea lui rezultă din relațiile dintre speciile care îl compun, cât și din interacțiunile acestora cu factorii abiotici.

Scopul ecosistemului este de a antrena energia solară și substanțele nutritive în circuitul biologic, pentru a fi transformate în substanțele organice ce alcătuiesc indivizii populațiilor din biocenoză. Astfel, ecosistemul este o unitate productivă de substanță organică ce se materializează în organisme ce populează biotopul respectiv.

CLASIFICAREA ECOSISTEMELOR

Exista mai multe clasificări ale ecosistemelor și anume:

A) După locul în care se găsesc, ecosistemele sunt în general clasificate în:

1. Ecosisteme acvatice (mari, oceane, lacuri, etc.);
2. Ecosisteme terestre (paduri, stepe, peisaje etc.).

B) O altă clasificare împarte ecosistemele în:

- a) ecosistem autotrof – ecosistem în care predomină activitatea plantelor verzi, și care se poate autosuține.
- b) ecosistem heterotrof – ecosistem în care predomină activitatea organismelor consumatoare.
- c) ecosistem tânăr – ecosistem în care producția plantelor verzi întrece consumul organismelor heterotrofe.

d) ecosistem matur – ecosistem în care producția plantelor verzi este aproximativ egală cu cea organismelor consumatoare.

e) ecosistem natural – ecosistem care a apărut spontan, prin lupta pentru existență a speciilor vegetale și animale, în care omul nu a avut nici un rol în modificarea densității, abundenței și diversității organismelor.

f) ecosistem antropogen – ecosistem în care intervenția omului este parțială sau totală.

g) ecosistem uman – ansamblul planetar în interacțiune al populațiilor umane, împreună cu factorii de mediu.

ECOSISTEMUL ACVATIC

La nivelul României se diferențiază două categorii de mlaștini, și anume:

mlaștini eutrofe, cu vegetație caracteristică bălților;

mlaștini oligotrofe care se întâlnesc în regiunile cu climat rece și umed, în zonele cu șisturi cristaline, gresii, granite, sedimentare sau în zonele montane unde substanțele provin parțial din mineralizarea materiei organice animale și vegetale. Aici este prezent mușchiul de turbă (*Sphagnum*) și alte specii vegetale (bumbacarița, rogoz, roua cerului).

Marea Neagră se caracterizează prin existența a două straturi de apă:

a) la suprafață, un strat relativ mai dulce (cu salinitate de 16- 17%) și mai ușor, oxigenat, în care se situează cea mai mare parte a biocenozelor;

b) un strat de adâncime (peste 180-200 m), mai sarat (salinitate – 21-22%) și mai greu, încărcat cu hidrogen sulfurat, lipsit de oxigen și, implicit, de formele aerobe de viață.

ECOSISTEMUL TERESTRU

Ecosisteme terestre prezintă substrat solid și disponibilitatea pentru organisme autotrofe, mediu fluid format de aer, caracterizat de un regim specific al temperaturii și umidității, sunt elemente care diferențiază categoria ecosistemelor terestre. Subtipurile identificate în această categorie s-au delimitat plecând de la asociația de specii vegetale, întrucât aceasta este aparentă și contribuie la edificarea peisajelor specifice.

Pădurea este prototipul structural și funcțional al ecosistemelor naturale, fiindcă nici o altă unitate de lucru din ecosferă (biosferă) nu întrunește, în aceeași măsură, toate elementele alcătuitoare într-o stare de maximă stabilitate, în pofida extremei complexități și diversități.

În interiorul pădurii pot fi identificate diverse laturi ale complicatei arhitecturi pe care o înfățișează un ecosistem natural, fiindcă pădurea este, înainte de toate, o ființă colectivă, cea mai grandioasă din câte există, înviorată de viața proprie, alcatuită la rândul ei, din milioane de vieți individuale, cât se poate de diverse, care impresionează copleșitor și într-un fel unic spiritul omenesc.

ECOSISTEMUL ANTROPIZAT

Așezarea umană reprezintă prin manifestarea sa spațial-funcțională o entitate complet diferită din punct de vedere al biotopului, față de ecosistemele naturale ; zone funcționale urbane, puternic antropizate, în special cele industriale, comerciale, și de afaceri, și în diverse măsuri cele rezidențiale, învățământ sau de agrement, prezintă modificări spațiale specifice ale biotopului inițial, orientat spre îndeplinirea scopurilor pentru care au fost realizate, rezultând astfel modificări le tuturor factorilor de mediu (apă, aer, sol), precum și schimbări semnificative ale microclimatului.

Biotopul urban reprezintă rezultatul acțiunii modelatoare a omului asupra mediului “fizic”, acțiune desfășurată într-un lung proces istoric, spre folosul său. Ca și în cazul ecosistemelor naturale, și în acest caz se poate vorbi de factorii staționari ai biotopului urban, dar în elementele de biotop urban se pot include factorii induși de către societatea umană (factori ce se exprimă prin elemente antropogenice).

RECICLAREA DEȘEURILOR DE ECHIPAMENTE ELECTRICE ȘI ELECTRONICE (DEEE)

Pentru a proteja mediul înconjurător și ecosistemele naturale, cele mai multe companii multinaționale au apelat la diverse tehnologii de protejarea a mediului înconjurător printre care se numără și reciclarea DEEE-urilor.

CLASIFICAREA DEEE-URILOR

Echipamentele electrice și electronice sunt „echipamentele care funcționează pe bază de curenți electrice sau câmpuri electromagnetice și echipamentele de generare, transport și de măsurare a acestor curenți și câmpuri destinate utilizării la o tensiune mai mică sau egală cu 1.000 volți curent alternativ și 1.500 volți curent continuu”.

Legislația română și cea europeană includ o clasificare în 10 categorii, și anume:

- aparate de uz casnic de mari dimensiuni
- aparate de uz casnic de mici dimensiuni
- echipamente informatice și de telecomunicații
- echipamente de larg consum
- echipamente de iluminat
- unelte electrice și electronice (cu excepția uneltelor industriale fixe de mari dimensiuni)
- jucării, echipamente sportive și de agrement
- dispozitive medicale (cu excepția tuturor produselor implantate și infectate)
- instrumente de monitorizare și control
- distribuitoare automate

Acestea acoperă aproximativ 90% din toate EEE-urile, și astfel din toate DEEE-urile, în mare, acestea acoperă aproape toate echipamentele electronice de larg consum.

DEFINIREA COMPONENTELOR ȘI SUBSTANȚELOR PERICULOASE

(D)EEE-urile sunt în principal un amestec de metale, materiale plastice, sticlă sau alte materiale și substanțe. Cele mai multe pot fi dezmembrate și reciclate fără a crea probleme de mediu deosebite. Doar anumite bucăți sau piese din alte materiale pot fi periculoase. Pot apărea serioase probleme de mediu și de protecția muncii nu atât pe perioada folosirii produsului de către consumatori cât în procesul de dezmembrare.

De aceea, Directiva UE și legislația românească prevăd ca cel puțin următoarele substanțe, preparate și componente să fie îndepărtate din orice DEEE colectat:

- condensatoarele care conțin policlorobifenil *PCB*;
- componentele care conțin mercur, precum întrerupătoarele sau lămpile cu retroiluminare baterii;
- plăcile de circuit imprimat ale telefoanelor mobile, în general, și alte dispozitive, dacă suprafața plăcii de circuit imprimat este mai mare de 10 cm²;
- cartușele de toner, lichid sau sub formă de pastă, precum și tonerele de culoare;
- materialele plastice care conțin materiale bromurate nepropagatoare de flacără;
- deșeurile de azbest și componentele care conțin azbest (ex. Boilere și sisteme de încălzire);
- tuburile catodice;

- lămpile cu descărcare în gaze;
- ecranele cu cristale lichide (împreună cu carcasa lor, dacă este cazul) cu o suprafață
- mai mare de 100 cm² și toate ecranele retroiluminate cu lămpi de gaz cu descărcare;
- cablurile electrice externe; componente conținând fibre ceramice refractare
- componente conținând substanțe radioactive (ex. detectoare de fum);
- condensatorii electrolitici care conțin substanțe periculoase (înălțime > 25 mm,
- diametru > 25 mm sau volum similar în mod proporțional).

Unul dintre cele mai importante principii ale ecologiei este că fiecare organism viu are o relație continuă cu fiecare alt element din mediul în care trăiește. Omul modern de azi, nu păstrează multă simpatie față de modelul în care natura își asigură echilibrul. Este nevoie deci de elaborarea unui ansamblu de norme prin care mediul să fie corect administrat și gestionat, pentru păstrarea acestuia în parametrii optimi care să nu afecteze condiția umană și existența vieții pe pamânt. Aceasta implică o îmbinare armonioasă dintre gândirea analitică (inginerească) cu gândirea sintetică (biologică).

În era dominației societății de consum și a globalizării, Directiva Comisiei Europene identifică între obiectivele prioritare ale politicii sale conservarea, protecția sănătății umane și utilizarea prudentă și rațională a resurselor naturale. Activitatea de reciclarea DEEE reprezintă unul dintre aceste obiective strategice.

În vederea aderării la Uniunea Europeană, România s-a angajat la buna îndeplinire a obiectivului reciclare DEEE colectând pe întregul an 4 kg de DEEE pe cap de locuitor.

Fiecare echipament ce face parte din categoria DEEE-urilor este format dintr-o combinație de componente ce conțin diferite substanțe, unele periculoase, care, pe de o parte, pot fi materii prime secundare ce pot fi reutilizate, iar pe de alta parte, pot fi o sursă importantă de poluare a mediului, cele mai periculoase substanțe conținute sunt: plumb, mercur, cadmiu, crom, substanțe clorurate sau bromurate.

În procesul de reciclare DEEE sunt întâlnite mai multe tipuri de deșeuri electrice, electronice și electrocasnice, cum ar fi computerele, monitoarele, imprimantele și scannerele, acestea conțin materiale convenabil de a fi folosite în produse noi.

Aparatura electronică este compusa din sute de materiale diferite, adesea, aceste materiale având valori foarte mari cum ar fi: aurul, platina, argintul, cuprul etc.

Activitatea de reciclare a DEEE-urilor a scos la iveală un aspect deosebit de periculos cu impact semnificativ asupra mediului înconjurător și anume: în timp ce unele substanțe produse de natură, cum ar fi cromul, un material inofensiv în stare naturală, atunci când sunt folosite pentru confecționarea echipamentelor electrice, electronice și electrocasnice rezultă compuși periculoși. Aceste substanțe foarte toxice sunt dăunătoare în special oamenilor și mediului în cazul în care sunt eliminate.

La fabricarea echipamentelor electrice, electronice și electrocasnice sunt utilizate mai multe tipuri de plastice. În realizarea procesului de reciclare a DEEE-urilor ar trebui ca stirenii (ABS, ASA, SAN, PS, HIPS) și polipropilena (PP) să fie considerați ca prioritate pentru îmbunătățirea reciclării materialelor plastice având în vedere faptul ca ei constituie cam 70% din totalul materialelor plastice utilizate.

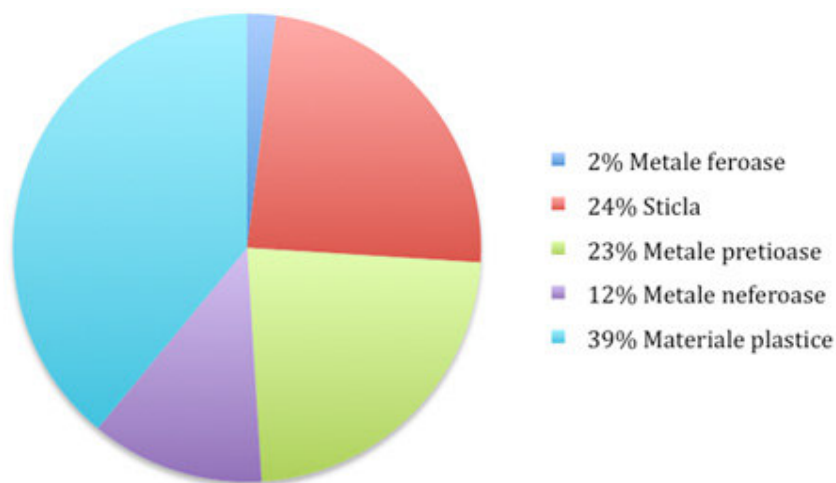


Fig. 1.1 Componența de material a unui DEEE

Politica de management a deșeurilor devine din ce în ce mai acut o preocupare a cetățenilor și a autorităților locale din toate zonele țării cu cât, aruncarea la întâmplare a deșeurilor în spații neamenajate special, pe parcursul mai multor ani, a condus la un impact periculos asupra mediului înconjurător.

La nivelul comunității europene rezultă anual un volum de deșeuri de cca. 2.000 de milioane de tone, peste 40 de milioane de tone din cantitatea totală sunt clasificate ca deșeuri toxice.

Activitatea de management a deșeurilor periculoase și nepericuloase reprezintă o succesiune de acțiuni de:

- colectare
- transportare
- procesare
- reciclare
- distrugere a deșeurilor.

Un bun sistem de gestionare și de management cu privire la deșeurile fie periculoase sau nepericuloase începe cu prevenirea creșterii cantității de deșeuri. Reciclarea completă sau parțială conduce la diminuarea cantității de deșeuri care se depozitează, precum și la micșorarea cantității de materie primă intrată în fabricație.

Uniunea Europeană are principii ferme pe care se bazează diferitele niveluri ale sistemelor de management a deșeurilor, și anume:

- Principiul prevenirii – producerea deșeurilor trebuie minimizată și evitată pe cât posibil;
- Principiul responsabilității producerii și al plății poluării – acela care produce deșeurile sau contaminează mediul înconjurător trebuie să plătească costul acțiunilor sale;
- Principiul precauției – trebuie anticipate problemele potențiale;
- Principiul proximității – deșeurile trebuie depozitate cât se poate de aproape de locul în care au fost produse.

În continuare vom prezenta două tehnologii noi de reciclare a DEEE-urilor, și anume:

1. Prima tehnologie este cea prezentată de *Panasonic Corporation* și *Panasonic Eco Technology Center (PETEC)* au pus la punct o tehnologie cu raze laser ce permite separarea mai rapidă și mai eficientă a părților componente din tuburile catodice ale televizoarelor de tip CRT, în vederea reciclării. Tehnologia este implementată deja la fabrica Panasonic din prefectura Hyogo, din Japonia.

Prin intermediul noii tehnologii, Panasonic răspunde cererii crescânde de reciclare a televizoarelor cu tub catodic, ca urmare a trecerii la televiziunea digitală, proces ce se va finaliza în Japonia în anul 2011. Dacă în 2005 PETEC a reciclat aproape 200.000 de unități, iar anul trecut a

atins pragul de 300.000, oficialii au declarat că în 2011 se așteaptă la o valoare în jurul cifrei de 650.000 de unități pe an.

Deoarece în fabricarea tuburilor catodice sunt folosite mai multe tipuri de sticlă, este esențială separarea acestora în vederea reciclării. Conform metodelor convenționale, un fir încălzit electric poziționat între ecran și partea conică a tubului catodic este utilizat pentru separare. Această metodă necesită mai mult timp pentru procesul de încălzire dar, în același timp, poate produce fisuri, iar ulterior este nevoie de intervenții manuale pentru corectarea suprafețelor tăiate.

Noua tehnologie laser dezvoltată de Panasonic pentru reciclarea televizoarelor CRT reduce drastic timpul de procesare dar și volumul intervențiilor manuale. Astfel, un tub catodic este procesat în doar 50 de secunde, de 3 ori mai rapid decât prin metodele anterioare. Astfel un singur om poate manevra 72 de tuburi pe oră!

Sistemul dispune de un cap laser cu funcție de profilare a suprafeței ce menține constantă distanța dintre punctul de focalizare și suprafața sticlei. Sistemul reușește să separe într-un mod foarte precis ecranul de partea conică a tubului catodic astfel încât diferitele tipuri de sticlă nu se amestecă.

Mai mult, sistemul de tăiere cu laser dezvoltat de Panasonic este capabil să măsoare dimensiunea ecranului TV (de la 14 la 36 inch) și stabilește tipul acestuia (normal sau lat), iar în funcție de acești indicatori generează condițiile de separare a părților componente.

Cea de-a doua tehnologie este prezentată de *MEWA Recycling* care vine cu o nouă provocare: *automatizare completă și procesare într-o singură etapă* – cea mai nouă tehnologie pentru reciclarea DEEE-urilor.

Producătorul german de echipamente pentru reciclare, MeWa Recycling Maschinen, a implementat automatizarea completă a sortării, în cadrul ultimei linii de procesare a DEEE-urilor, pe care a pus-o recent în funcțiune în Daventry Marea Britanie.

Îmbinând automatizarea completă cu patentatul Măruntitor cu Lant (QZ), care dezmembrează deșeurile într-un singur proces, MeWa Recycling stabilește astfel un nou record cost-eficiența la nivel european.

Noua linie de tratare a DEEE-urilor, îi conferă reciclatorului britanic, un grad remarcabil de competitivitate. Multe state membre ale UE au dezvoltat un sistem funcțional pentru gestionarea deșeurilor electrice și electronice din 2003, când a intrat în vigoare Directiva Comisiei Europene pentru DEEE-uri.

În Marea Britanie, Directiva nu a fost implementată în legislația națională până în Iulie 2007. Din acel moment, autoritățile britanice au devenit foarte riguroase. În Anglia, DEEE-urile reprezintă deșeurile cu cea mai mare rată de creștere, anual fiind generate 1,8 milioane de tone de DEEE-uri.

Companiile de reciclare britanice au reacționat înainte ca Directiva Europeana pentru DEEE-uri să fie aplicată și au investit în noi linii de reciclare.

Wincanton, unul dintre liderii europeni de servicii de transport și logistică, a făcut acum un pas către viitor. Reciclatorul a pus în funcțiune la Daventry, o linie ultra-modernă cu sortare complet automatizată.

Instalația a fost în întregime concepută și construită de către compania de inginerie, MeWa Recycling Maschinen, cu sediul în Gchingen, Germania.

Avantajele acestei linii sunt reprezentate de costurile scăzute de procesare și de calitatea excelentă a produselor finale, materii prime secundare. Personalul este folosit doar pentru gestionarea deșeurilor care urmează a fi reciclate și a produselor finale obținute în urma acestui proces sau pentru încărcare și pentru sortarea fracțiilor care nu pot fi separate mecanic.

“Întregul proces de dezmembrare precum și sortarea fracțiilor individuale este complet automatizat”, a declarat Helmut Stromaier, Managing Director al MeWa Recycling, prezentând instalația, unică în Europa.

O serie de sisteme de detectare a metalelor, de separare a nemetalelor, a plasticului și a plăcilor cu circuite integrate, precum și sisteme cu infraroșii (NIR) sau separatoare penumative, direcționează tipurile de materiale către destinația dorită. În cadrul celor 3 linii de sortare a metalelor, nemetalelor și a plasticului, doar fracțiile precum: bateriile, condensatorii și cablurile sunt separate manual.

Linia poate procesa atât deșeuri electrocasnice (clasa albă), electronice de consum (clasa maro) cât și echipamente IT, având o capacitate de cel puțin 10 tone pe oră.

Monitoarele și echipamentele frigorifice, care sunt sortate la sosire, sunt trimise la amplasamentul Wincanton, din Billingham, unde MeWa a pus în funcțiune, în anul 2002, una dintre primele linii la cheie, de reciclare a frigiderelor, care nu produce efecte nocive asupra mediului.

În cazul liniei din Daventry, deșeurile sunt procesate cu ajutorul Mărunțitorului cu lanț (QZ) în forma lor inițială, fără a fii dezmembrate în prealabil. Acest utilaj dezmembrează echipamentele în fracții individuale printr-un singur proces operațional. După această etapă, fracțiile sunt separate printr-o tehnologie complet automatizată. Cu această operațiune modernă de separare se obține o serie de produse finale de o calitate superioară celor obținute prin metodele manuale cu care am fost obișnuiți până acum. În această perioadă în care prețurile materiilor prime secundare a scăzut, gradul de puritate a acestora este foarte important.

Totodată, Wincanton beneficiază și de avantajul costurilor operaționale scăzute prin implementarea acestei tehnologii ultra-moderne.

Faptul că deșeurile sunt dezmembrate într-un singur proces, cu ajutorul Mărunțitorului cu lanț (QZ), reduce substanțial cantitatea de energie utilizată și costurile de operare în comparație cu liniile convenționale care folosesc tehnologii bazate pe mai multe etape de procesare cu shreddere.

Instalația este foarte ușor de operat, practic, fiind nevoie de doar 4-5 persoane pe schimb pentru a asigura funcționarea completă a acesteia.

Linia de reciclare de la Daventry este cea de-a 3-a pe care MeWa o pune în funcțiune pentru compania internațională Wincanton.

În ceea ce privește eficiența, instalația de reciclare a DEEE-urilor, proiectată și construită de MeWa, reprezintă un excelent exemplu de implementare a Directivei CE, la nivel european.

Tehnologia MeWa pentru reciclarea DEEE-urilor, prin procesarea acestora cu Mărunțitorul cu lanț (QZ), este prezentă și în România din 2008, în cadrul unui proiect de capacitate mai mică, realizat la Constanța.

CONCLUZII

Tehnologiile de reciclare a DEEE-urilor propuse de către Panasonic și MEWA Recycling sunt concepute pentru autoritățile de mediu și autoritățile administrației publice locale ce trebuie să fie permanent informate în legătură cu aspectele importante ale tratării și reciclării DEEE-urilor, punându-se accent pe bunele practici operaționale privind îndepărtarea substanțelor periculoase.

Principalele considerații de mediu și de siguranță a sănătății sunt prezentate împreună cu cerințele Directivei UE privind DEEE-urile și ale legislației românești. Acestea recomandă un număr redus de operațiuni manuale ce trebuie efectuate asupra DEEE-urilor și care scurtează timpul de procesare a acestora, implicit scurtearea timpului în care DEEE-urile poluează mediul înconjurător și ecosistemele naturale.

Așadar, aceste tehnologii de reciclare prezintă principalele aspecte privitoare la dezmembrarea și reciclarea DEEE-urilor, ținând cont de faptul că reciclarea celor mai multe materiale din DEEE-uri, se face prin aceleași procese ca și producția componentelor inițiale.

BIBLIOGRAFIE

1. Alpopi C., Angelescu A., Vișan S., “Mediul înconjurător – poluare și protecție”, Editura Economică, București, 2002
- 2 Butnariu I., Constantin N., “Protecția mediului înconjurător și a micromediului”, Editura Institutului Politehnic București, București, 1994
3. Directiva UE 2002/96/EC privind deșeurile de echipamente electrice și electronice (DEEE), Comisia Europeană, Bruxelles, 2002
4. Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile „Manual de tratare și reciclare a DEEE-urilor”, Editura Ministerului Mediului și Dezvoltării Durabile, București, 2007
5. Tomescu C. “Ecotehnologii”, Editura Sitech, Craiova, 2008
6. <http://www.mewa-recycling.de>
7. <http://www.panasonic.com/environmental/recycling-electronic.asp>

MARKETINGUL VIRAL – O TEHNICĂ NOUĂ DE COMUNICARE ÎN MARKETING

Autor: Cătălin-Marian LAZĂR

Anul III, Marketing

Coordonator științific: Lect. univ. dr. Amalia Viorica PANDELICĂ

Oamenii sunt bombardați astăzi cu publicitate agresivă, nu se pot ascunde, campaniile publicitare îi vânează peste tot: de la reclamele TV la pliante, la poșta gratuită cu care au de-a face zi de zi. Spre disperarea agenților publicitare, tot mai mulți indivizi adoptă o mentalitate “fortăreață”. Totul face parte din tendința de izolare cocon prognozată de Faith Popcorn: “*coconii înseamnă izolare și evitare, liniște și protecție, confort și control - un soi de super-cuibușor*”

Apariția marketingului viral a fost condiționată de necesitatea găsirii unui mijloc rapid și eficient pentru a transmite mesajul către public.

Marketingul viral se referă la tehnicile de marketing care caută să exploateze rețelele sociale existente pentru a produce creșteri exponențiale în recunoașterea mărcii, printr-un proces similar extinderii unei epidemii. Se folosește de rețeaua internet și poate ajunge la un număr mare de oameni într-un timp relativ mic. Pentru a înțelege conceptul de marketing viral, trebuie inițial înțelegerea conceptului de rețea socială.

O rețea socială este o structură socială compusă din noduri (ce reprezintă indivizi sau organizații) care sunt legate prin una sau mai multe tipuri de interdependență cum ar fi: valoare, viziune, prietenie, schimb, relații sexuale, conflict etc. Structurile rezultate sunt deseori foarte complexe.

Mărimea unei rețele sociale are un rol important în determinarea utilității rețelei pentru indivizi. Rețelele sociale mici și strânse pot fi mai puțin folositoare pentru membrii săi decât rețelele sociale cu legături slabe pentru indivizii din afara rețelei principale. Rețele deschise, cu multe legături slabe, sunt cele care oferă mai multe posibilități de a introduce noi idei și oportunități membrilor decât rețelele închise cu legături strânse. Cu alte cuvinte un grup de prieteni care au activități doar în interiorul grupului prezintă aceleași cunoștințe și oportunități. În schimb un grup de indivizi conectați la alte sisteme sociale au acces la mai multe informații. Pentru a avea succes individual este mult mai indicat să ai cât mai multe conexiuni cu o varietate de rețele decât să ai multe conexiuni într-o singură rețea.

Primele website-uri dedicate rețelelor sociale au fost Classmates.com (1995) care se concentra pe legăturile dintre foștii colegi de școală și SixDegrees.com (1997), care se concentra pe legăturile indirecte. Două modele noi de rețele au apărut în 1999, unul fiind bazat pe încredere (dezvoltat de Epinions.com) iar celălalt bazat pe prietenie (dezvoltat de Johnathan Bishop). Inovațiile cuprindeau posibilitatea de a vedea “cine este prieten cu cine?” precum și controlul sporit asupra conectivității.

Deja în 2005 unul din dintre principalii competitori, Myspace, avea mai multe accesări decât Google. Tot în 2005 rețelele sociale via internet au devenit o componentă importantă a business-ului pe internet când Yahoo a lansat yahoo!360, iar News Corporation a cumpărat Myspace și Friends Reunited.

Un număr din ce în ce mai mare de cercetători sunt interesați în studierea rețelelor sociale dezvoltate via internet pentru a determina care este impactul lor în societate. Articolele publicate investighează probleme cum ar fi identitatea, intimitatea, e-learning, capital social, utilizarea de către adolescenți.

Etimologia marketingului viral este una foarte simplă. Adjectivul “viral” este dat de modul în care se propagă virusii, de numărul mare de persoane expuse unui mesaj ce imită perfect procesul transmiterii de la o persoană la alta, multiplicându-se pe nenumărate niveluri.

Primul care a scris despre subiectul marketingului viral, în 1994, a fost criticul media Douglas Rushkoff, în cartea sa “Media Virus”. O parte dintre specialiștii de marketing argumentează faptul că termenul de marketing viral a fost inventat de către Tim Draper și promovat de către Steven Jurvetson, managerul general al Draper Fisher Jurvetson(DFJ). Steven Jurvetson a folosit expresia marketing viral pentru a descrie strategia de marketing a serviciului gratuit de poștă electronică Hotmail.

Fiind o ramură relativ nouă a marketingului este imposibilă o definiție corectă, exactă și completă. Una dintre cele mai simple definiții ar fi:

Fenomenul de marketing care facilitează și încurajează oamenii să transmită un mesaj de marketing.

O definiție mai amplă:

Marketingul viral reprezintă o formă a marketingului comercial, a cărei activitate se desfășoară prin intermediul rețelelor sociale, aproape exclusiv cele on-line, având scopul de a permite și încuraja transmiterea voluntară a unui mesaj de marketing prin intermediul clienților cu o viteză de creștere exponențială, fiecare client informând unul sau mai mulți potențiali clienți, proces asemănător propagării unui virus.

La început, marketingul viral se întâmpla pur și simplu, fără ca agenții de marketing să-și dea seama de forța lui. De exemplu, un consumator găsea pe internet un site interesant, un produs sau un serviciu, sau o informație care era prea interesantă pentru a nu o împărtăși cu ceilalți. Cea mai comună formă de marketing viral este opțiunea “spune-i unui prieten” de pe un site. Informația “din gură în gură”, recomandarea sau referința unui prieten este una din cele mai ușoare strategii de marketing.

Unele dintre primele campanii de marketing viral au fost desfășurate în 1996, de Tim Nolan de la Spent2000.com. Folosind o serie de citate, fraze, versuri ale unor melodii și imagini, domnul Nolan a reușit să dezvolte o metodă de a crea acel așa-numit „buzz” în jurul unui URL (Uniform Resource Locator).

Hotmail a avut un succes uriaș pentru că a mizat pe marketingul viral, și succesul nu a întârziat să apară. În partea de jos a fiecărui e-mail trimis apărea următorul mesaj: “*Vă puteți deschide un cont gratuit de e-mail la adresa www.hotmail.com*”. Fiecare persoană care deschidea e-mailul vedea acest mesaj. Cu ajutorul marketingului viral, Hotmail a reușit să ajungă la impresionanta cifră de 12 milioane de abonați în 18 luni. Hotmail a cheluit 500.000\$ pentru publicitatea făcută serviciilor sale și câștigat 12 milioane de abonați. Între timp, un concurent, Juno Online Services, a cheluit peste 20 milioane \$ promovându-și serviciile de e-mail cu anunțuri gratuite incluse, inclusiv CD-ROM-uri cu programe gratuite de expediere în masă, și au câștigat doar 2 milioane de utilizatori.

Considerăm că o campanie începe trimițând mail-uri la 100 de utilizatori. Nu toți dintre ei vor trimite mail-ul mai departe. Dar unii dintre ei o vor face. Să zicem că aceștia sunt în procent de 80%. În acest caz, 80 de oameni au primit prima generație de mesaje. De aici procentul va scăde exponențial, fiecare generație fiind mai mică, cum ar fi 80, 64, 51.2, 40.96, 32.768, 26.214, 20.971, 16.777, 13.421, 10.737. Eventual, campania se va sfârși de la sine. Dar la sfârșit, campania căreia i s-au alocat fonduri pentru trimiterea mail-urilor către 100 de utilizatori, va avea un target de încă 357, în acest caz, de utilizatori contactați prin metoda virală și, bineînțeles, gratuit.

Un amănunt important al funcționării marketingului viral este faptul că nu merge pentru orice produs. Este esențial ca produsele să fie noi, de actualitate, la modă, eventual cu o imagine de lux. Un lucru nou va fi întodeauna discutat și “dat mai departe”, pentru ca toți cei care sunt interesați să aibă acces la el. Este de asemenea necesar ca ambalajul produsului să fie atractiv:

“trebuie să-ți pui virusul într-un ambalaj pe care publicul să-l considere demn de a fi transmis mai departe”. Ambalajul poate fi ceva util, ca un cont de poștă electronică gratuit. Sau ar putea fi ceva distractiv, care să creeze popularitatea “virusului” pe care îl transmiți.

Numărul uriaș de produse și servicii cărora li se face publicitate prin intermediul mediilor interactive nu va duce decât la derutarea și ameteșirea cumpărătorilor. Consumatorii vor suferi de o supraîncărcare informațională. Cu cât ne confruntăm cu mai multe opțiuni, cu atât cel mai probabil că facem o alegere greșită. Mai mult ca oricând avem nevoie de oameni care să ne îndrume, care să ne arate cum să accesăm informația și să găsim oportunitățile cele mai bune.

Oamenii sunt bombardați astăzi cu publicitate agresivă, nu se pot ascunde, campaniile publicitare îi vânează peste tot: de la reclamele TV la pliante, la poșta gratuită cu care au de-a face zi de zi. Spre disperarea agențiilor publicitare, tot mai mulți indivizi adoptă o mentalitate “fortăreață”. Totul face parte din tendința de izolare cocon prognozată de Faith Popcorn: “*coconii înseamnă izolare și evitare, liniște și protecție, confort și control – un soi de super-cuibușor*”. Modul prin care va fi posibilă pătrunderea în acest cocon este marketingul viral. Chiar și individul cel mai reticent va pleca urechea la spusele unui prieten, rudă sau asociat care recomandă un anumit supliment de dietă, un plan de investiții sau un furnizor de servicii de internet, pentru a da câteva exemple.

Consultantul în e-comerț/comerț virtual, dr Ralph Wilson propune șase principii de bază în marketingul viral. Conform viziunii lui, o strategie reușită de marketing viral:

1. Oferă gratuit produse sau servicii;
2. Permite transferul comod către alți posibili clienți;
3. Suportă trecerea de la un număr mic de utilizatori, la o comunitate foarte mare;
4. Exploatează motivații și comportamente comune;
5. Folosește rețele de comunicare deja existente;
6. Profită de resursele altora.

Să abordăm, pe scurt, fiecare dintre aceste principii.

1. Oferă gratuit produse sau servicii

“Gratuit” este cel mai puternic cuvânt din vocabularul celui care se ocupă de marketing, dar mai ales pentru cumpărător. Majoritatea programelor de marketing oferă produse și servicii pentru a atrage atenția. Servicii gratuite de e-mail, software gratuit, care permite exercitarea anumitor funcții, însă nu este la fel de complet ca versiunile profesioniste. “Ieftin” poate genera într-o oarecare măsură interesul, dar “gratuit” atrage atenția instantaneu. Dacă oferi ceva gratuit, ai toate șansele să vinzi altceva.

2. Permite transferul comod către alți posibili clienți

Virusii se răspândesc numai dacă sunt ușor de transmis. Mediul purtător al mesajului viral trebuie să fie accesibil și să permită un transfer cât mai simplu pentru utilizatori. Tocmai din această cauză, marketingul viral funcționează cel mai bine prin intermediul internetului, deoarece acesta a devenit ieftin și ușor de folosit. Formatul digital asigură o copiere simplă, fără posibilitatea de degradare. Mesajul trebuie să fie cuprinzător, comprimat și vizibil. Cu cât mai scurt, cu atât mai bine.

3. Suportă trecerea de la un număr mic de utilizatori la o comunitate foarte mare

Printre obiectivele campaniei trebuie să se numere și o creștere rapidă, după principiul bulgărelui de zăpadă, a numărului de persoane virusate. Metoda de transmitere trebuie să se poată adapta de la un număr foarte mic, la un număr foarte mare de persoane. Principala slăbiciune a modelului Hotmail este că un serviciu de e-mail gratuit necesită propriile servere de mail pentru a transmite mesajele. Dacă strategia ajunge să aiba un succes răsunător, iar numărul utilizatorilor crește brusc și semnificativ, este absolut necesară adăugarea unor noi servere de mail, altminteri serviciul nu va putea susține un număr atât de mare de utilizatori și va ceda.

4. Exploatează motivații și comportamente comune

Planurile inteligente de marketing se bazează pe motivațiile specifice umane. Printre acestea, fie că ne place sau nu, se numără lăcomia, dorința de a fi cunoscut, iubit și înțeles.

5. Utilizează rețele de comunicare deja existente

Majoritatea oamenilor sunt sociabili. Sociologii susțin că fiecare persoană are o rețea de 8 până la 12 persoane, printre care prieteni, familie și asociați. Acestea sunt persoanele foarte apropiate. O rețea mai largă, a cunoștințelor, poate ajunge la sute și chiar mii de persoane, în funcție de poziția socială a fiecăruia.

6. Profită de resursele altora

Cele mai creative planuri de marketing reușesc să se folosească de resursele altora pentru a se face cunoscute. Anumite programe afiliate pot plasa texte sau linkuri pe anumite pagini de web. De asemenea, autorii care oferă gratuit articolele lor caută o astfel de promovare, deoarece articolul ar putea cu ușurință să fie preluat de periodice, iar autorul ar putea obține astfel un contract, pentru mai multe articole.

Procesul de comunicare în marketing viral trebuie să îmbine trei elemente, astfel încât potențialul acestora să fie utilizat la maximum în favoarea realizării obiectivelor propuse în cadrul campaniei. O foarte bună abordare a strategiei trebuie să încurajeze oamenii să comunice în ambele sensuri, să ceară feedback, să informeze, să ceară sfaturi, să își spună părerea, să contribuie la distribuirea mesajului.

Cele trei elemente sunt ale procesului de comunicare sunt: mesajul, canalele de transmitere și lista de recipienti.

Mesajele transmise prin intermediul marketingului viral trebuie să fie unice, să fie utile, trebuie să aibă acel “ceva” care să facă destinatarul nu numai să le citească, ci să le și trimită mai departe familiei, prietenilor, colegilor de serviciu, deci celor apropiați. Mesajul trebuie să surprindă, să aibă impact, să “viruseze”. Diferențiem cinci tipuri de mesaje care stau la baza dezvoltării marketingului viral: pass-along, incentivised viral, undercover, edgy gossip / buzz marketing și anonymous matching.

1. Mesajele de tipul pass-along mizează pe faptul că imaginile și clipurile vor avea priză la public, vor încânta sau vor marca puternic. Cel care vizionează mesajul are un impuls natural de a-l transmite și altora, iar încurajarea sau cererea postată în partea de jos a documentului este imboldul final de a-l trimite mai departe. Oamenii vor împărtăși celorlalți ceea ce au aflat și apoi vor comenta, vor analiza, vor modifica, într-un cuvânt, vor menține viu mesajul primit.

2. Mesajele incentivised viral (viral stimulat) sunt acelea care oferă recompense pentru furnizarea de adrese. Oamenii sunt atrași în general de recompensă, de a face un lucru pentru a primi ceva în schimb. Acesta este un mod mai puțin sigur decât primul, deoarece indivizii pot să nu transmită mesajele mai departe sau să nu furnizeze adrese pentru că ceea ce primesc în schimb li se pare mult prea puțin.

3. Al treilea tip de mesaj viral este așa-numitul “undercover” (sub acoperire). Acesta reprezintă un mesaj viral prezentat ca o pagină deosebită, fără incitări evidente către link-uri sau “pass along”. Datorită cantității mari de conținut neobișnuit pe internet, acesta poate fi tipul cel mai greu de depistat dar este unul din tipurile de mesaje care sunt cel mai apreciate pentru conținutul și formatul lor.

4. Reclamele sau mesajele “edgy gossip / buzz marketing” sunt acelea care creează controversă prin încălcarea regulilor de bun gust sau bun simț. Discuțiile rezultate din controversă pot fi considerate publicitate buzz și word of mouth. Mesajele virale din această categorie fac ca marketingul viral să funcționeze “la tură maximă”.

5. Ultimul tip de mesaj este cel “anonymous matching” (potrivire anonimă). În cadrul acestui sistem este nevoie ca fiecare utilizator să-și creeze o listă de prieteni și cunoștințe pe care sunt interesați să le întâlnească. O potrivire (match) are loc dacă obiectul afecțiunii lor se loghează de asemenea și îi adaugă în lista lor secretă. Majoritatea acestor servicii permit utilizatorilor să trimită mail-uri anonime altor persoane ca să-i

anunțe că altcineva are o pasiune pentru ei. Acest tip de mesaje este destul de controversat și nu toți utilizatorii îl consideră un serviciu care merită accesat.

Tipurile de mesaje virale sunt diverse și fiecare din ele acționează într-un anumit fel și pentru o anumită categorie de public. Pentru a sintetiza, am putea spune că mesajele “edgy gossip” și cele “pass-along” dau cel mai mare randament. Creatorii acestor mesaje se bazează pe curiozitatea și atracția indivizilor către nou și senzațional. De fapt, acesta este și esențialul marketingului viral: mesajul se dezvoltă singur, tocmai pentru că oamenii îi alimentează voluntar sau involuntar dezvoltarea. Nu e nevoie de spații publicitare costisitoare, ci doar ca mesajul său să aibă una din trăsăturile enumerate mai sus și cu siguranță obiectivul va fi atins.

Cu adevărat important în cazul marketingului viral este canalul utilizat. Acesta trebuie să fie ușor de folosit, dar mai ales să faciliteze transmiterea mai departe. Caracteristicile și limitele unui canal trebuie analizate foarte bine înainte să fie făcută o alegere. Am enumerat mai jos o serie de metode prin care se poate realiza transferul mesajului de la emițător (compania) către receptori (clienți, potențiali clienți):

1. Transmiterea de linkuri prin mesagerie instant (MSN, YAHOO!, GOOGLE TALK);
2. Distribuirea de cărți electronice gratuite;
3. Distribuirea de software gratuit;
4. Realizarea de web hosting;
5. Folosirea template-urilor gratuite, dar inscripționate cu mesajul de marketing ;
6. Folosirea forumurilor de discuții;
7. Folosirea email-ului;
8. Folosirea blogurilor;
9. Folosirea newsletter-ului;
10. Folosirea campaniilor de email marketing;
11. Folosirea de videoclipuri virale;
12. Utilizarea jocurilor online gratuite;
13. Crearea de e-cards (cărți poștale electronice);
14. Customer reviews (revizuirea clientului);
15. Folosirea bannerelor;
16. Tapeturile de ecran și screen-saverele.

Consumatorul actual este extrem de bine informat, pretențios, are standarde ridicate în ceea ce privește calitatea produselor și este destul de des tentat de schimbarea unui brand cu altul atunci când trendul, noutatea sau gradul ridicat al tehnologiei o impun. Modificarea comportamentului de cumpărare al consumatorului modern este o consecință a modificării mediului economic și social în care trăim. Dacă înainte se puteau face predicții în funcție de sex, venit, vârstă, acum trebuie luate în considerare mult mai multe variabile. Cu cât sunt mai multe date despre individ, cu atât cresc șansele să se identifice unele tabieturi legate de achiziția produselor, să se stabilească criteriile în funcție de care se ia decizia de achiziționare (preț, brand, etc.). Lista de recipienți se află astfel mai aproape de realitate, crescând șansele de succes ale campaniilor de marketing.

Pentru că vorbim de mediul online trebuie menționate principalele bariere împotriva transmiterii mesajului viral.

1. Dimensiunea - 79% din persoane își verifică zilnic mail-ul personal la locul de muncă. Pentru aceștia care au o viteză de conectare rapidă, aceasta nu reprezintă un obstacol, însă majoritatea oamenilor care se conectează la internet departe de casă printr-un modem mai slab, rata transferului de date este foarte scăzută. Dacă un conținut viral este un videoclip, poate fi prea mare pentru a fi primit de casuța de mail.

2. Format media - O campanie de marketing viral va eșua dacă mesajul este într-un format mai puțin folosit; de exemplu dacă este necesar un anumit software care nu este folosit de majoritatea userilor.

3. Antivirus și Firewall - Mulți oameni primesc mesaje de marketing viral când sunt la serviciu și antivirusii sau programele de firewall ale companiei previn primirea acestor atașamente.

4. Cumbersome Referral Mechanism (cumbersome = împovăraător) - Pentru ca o campanie de marketing viral să aibă succes, trebuie să fie ușor de folosit. De exemplu dacă promovează un concurs sau un joc, atunci aceste mecanisme ar trebui să fie o opțiune imediat după joc și nu o condiție pentru a juca.

5. Sabotajul - În special în cazul mesajelor undercover, descoperirea naturii marketingului unei campanii poate cauza ca aceleași rețele sociale să informeze oamenii de scopul comercial și să promoveze un boycott, formal sau nu, al companiei sau produsului în discuție.

Una dintre cele mai bune campanii virale aparține agenției belgiene HAPPINESS. Campania denumită “Let It Ring” (Lasa-l Să Sune) a fost realizată de agenția HAPPINESS în colaborare cu Garagetv.be o rețea socială asemănătoare unui Youtube național. Clientul este o organizație non-guvernamentală Ouders van Verongelukt Kinderen, pe scurt OVK iar în traducere liberă înseamnă “părinți ai copiilor victime rutiere”. Produsul “vândut” este siguranța.

Ipoteza este simplă. Un procent alarmant de 75% din accidentele rutiere din Belgia se datorează neatenției la volan datorită telefonului mobil. OVK a dorit să atenționeze populația asupra acestei statistici. Pentru cei care nu au fost implicați într-un accident rutier, utilizarea telefonului mobil în timpul șofatului nu pare un pericol, dar un accident este întotdeauna imprevizibil așa că s-a dezvoltat un mod imprevizibil de atenționare.

În parteneriat cu Garagetv.be cel mai mare site de găzduire de fișiere video din Belgia, HAPPINESS a reușit să transforme o banală navigare pe internet într-o experiență interactivă. Prin intermediul site-ului www.letitring.be oricine poate să trimită acest videoclip unui prieten, completând adresa de email și numărul de telefon al prietenului. Acesta va primi un mail personalizat cu un link către ceea ce pare un accident rutier spectaculos, neștiind că involuntar chiar el va fi protagonistul acestui accident.

Videoclipul prezintă o călătorie cu mașina din unghiul de vedere al șoferului. La câteva momente de la printrirea videoclipului folosind link-ul personalizat, telefonul persoanei va suna într-un moment crucial. În timp ce persoana își distribuie atenția către telefon, mașina din videoclip pierde controlul și lovește un pieton.

După această experiență unică se prezintă mesajul campaniei: “Evită un accident! Lasă-l să sune!”, urmat de câteva detalii despre site-ul și campania Let It Ring și mai ales îndemnul viral “Trimite unui prieten!”.

Prin intermediul acestei campanii oamenii au văzut consecințele acțiunilor lor directe și cu siguranță au înțeles un lucru: lasă-l să sune!. La doar două săptămâni după lansare, campania a atras atenția a mii de oameni. Foarte multe ziare, reviste, blogg-uri și chiar emisiuni televizate s-au “virusat” și au promovat mesajul.

Această campanie a fost susținută de o altă campanie independentă care țintește tinerii care ascultă muzică la MP3 Player în trafic. În colaborare cu muzicieni celebri ca Sioen, Joshua și Sound of Stereo au creat o serie de piese care se pot downloada gratuit. Pieseile încep normal dar pe la jumătatea acestora muzica este întreruptă și se aude zgomotul produs de roțile unei mașini care frânează brusc urmat de cel al unui accident rutier. În acest moment este captată toată atenția ascultătorului, moment optim în care este prezentată succint campania.

Consider că „Let It Ring” este o campanie model de marketing viral și trebuie menționată ori de câte ori se discută despre această ramură a marketingului. Let It Ring respectă toate cele 6 principii teoretice de bază ale unei campanii virale. Formularea este simplă și convingătoare. Mesajul este de tip „pass-along”, acesta fiind cel mai eficient tip de mesaj cu o rată de propagare foarte mare. Mesajul se poate încadra și în categoria „undercover”, în acest caz șocul impregnează lecția învățată pentru o durată mai mare de timp. Canalele de transmisie sunt moderne, foarte utilizate și accesibile aproape oricui.

Sub deviza „Spune-mi și voi uita, arată-mi și poate voi reține, implică-mă și voi înțelege!”, agenția HAPPINESS a câștigat doua medalii de aur la Cannes Lions Direct Winner 2009 și una de argint la Cannes Lions Promo Winner 2009.

Campania s-a derulat în perioada iunie 2009 – aprilie 2010 și s-a încadrat în categoria „Sănătate și siguranță publică”.

Toate persoanele care folosesc internetul au fost cel puțin o dată virusate. Majoritatea oamenilor au o adresă de Yahoo, au vizionat filme pe youtube.com, au primit numeroase prezentări Power Point cu imagini din Dubai, cu imagini despre Dumnezeu. Aceste tehnici exploatează slăbiciunile umane: umorul, curiozitatea, credința. Mesajele sunt de obicei adresate între persoanele tinere care fac schimb de informații în grupul de prieteni.

Din punctul meu de vedere aceste tehnici câștigă teren foarte repede, deoarece sunt mult mai subtile decât tehnicile tradiționale de marketing care ajung la un moment dat să agaseze cu agresivitatea lor. Sunt efective și câștigă popularitate deoarece oricine tinde să aibe mai multă încredere în persoanele apropiate cărora le cunoaște stilul de viață, preferințele, decât în reclamele pe care le vede la televizor.

Bibliografie selectivă

1. Deirdre Breakenridge, Cyberbranding. Brand Building in the Digital Economy, 2001
2. Richard Poe, Al patrulea val Network marketing-ul în secolul XXI, Editura Amaltea, București, 2002
3. Philip Kotler, Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2002
4. www.wikipedia.org
5. www.marketingterms.com
6. www.wilsonweb.com
7. www.imposibil.ro

Secțiunea 4 - Administrarea Afacerilor, Comerț, Turism , Servicii

SUSTENABILITATEA SOCIETĂȚII DE TURISM SC POSADA SA

Autor: Aurelia RADU

Anul III, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Prof. univ. dr. Viorica PANĂ

Abstract

În lucrare se analizează sustenabilitatea societății comerciale SC Posada SA, pornind de la definirea acestui concept în literatura de specialitate. Sunt studiate resursele naturale, financiare și umane, piața turistică a societății și rezultatele obținute în perioada 2005-2010.

1. Definirea sustenabilității întreprinderii

În anul 1988 Lester Brawn scria despre sustenabilitate „conceptul de capacitate de susținere este folosit de multă vreme de biologi, însă până acum a fost doar rareori luat în considerație de economiști”.⁶⁵

A venit timpul ca și economiștii, și nu numai ei, să ia în considerare „capacitatea de susținere” a resurselor pentru realizarea oricărei activități economice și sociale. Sustenabilitatea a devenit un criteriu cheie în strategia de dezvoltare a oricărei unități economice.

În strategiile de dezvoltare, organizațiile economice trebuie să ia în considerare câteva din elementele importante ale mediului de afaceri, mediului social și ecologic, pentru a putea asigura sustenabilitatea activităților proiectate.

Tendențele actuale de care trebuie să țină seama orice organizație economică sunt:

- **globalizarea crescândă; căutarea unor noi forme de conducere globală; reforma conducerii corporative; rolul global al noilor economii în dezvoltare; creșterea vizibilității și a așteptărilor legate de acestea; măsurarea progresului în dezvoltarea durabilă; interesul guvernelor pentru raportarea legată de sustenabilitate; interesul piețelor financiare pentru transparența legată de sustenabilitate; apariția unei noi generații de standarde contabile.**

Dobândirea sustenabilității presupune echilibrarea relațiilor complexe dintre nevoile economice, de mediu și sociale curente, într-un mod care nu compromite nevoile viitoare.

Definirea sustenabilității în termenii a trei elemente separate (economice, de mediu și sociale) poate determina uneori prezentarea fiecărui element în izolare de celelalte și nu într-o manieră integrată.

Politica Europeană pentru dezvoltare s-a bazat pe câteva strategii formulate de Consiliul European în momentele istorice care le-au dat numele:

✓ „Procesul Cardiff”, 1998, descrie strategiile sectoriale pentru integrarea componentei de mediu în politicile altor domenii, dar politicile sunt separate. (fig.1)

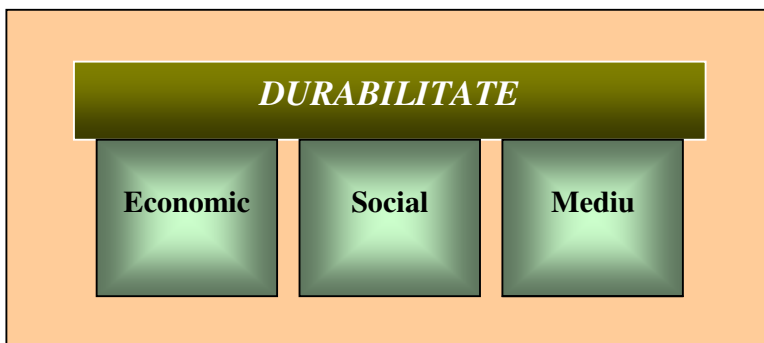


Fig.1. Edificiul sustenabilității post-Gothnburg

⁶⁵ L.Brawn, „Probleme globale ale omenirii”, Ed. Tehnică, București, 1988, p.58

✓ „Strategia Lisabona”, referitoare la reforma economică, angajarea forței de muncă și coeziune socială, încearcă să integreze politicile de mediu. (fig.)

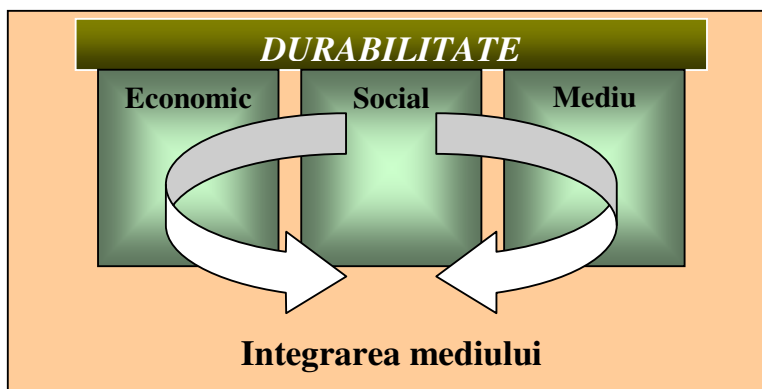


Fig.2. Edificiul sustenabilității –integrarea conceptelor Cardiff-Lisabona-Gothenburg

✓ Strategia de Dezvoltare Durabilă a Uniunii Europene (SDD- UE), ale cărei baze au fost stabilite la Consiliul European de la Gothenburg, 2001, unde cele trei domenii economic, social și mediu formează un tot unitar. (fig. 3).

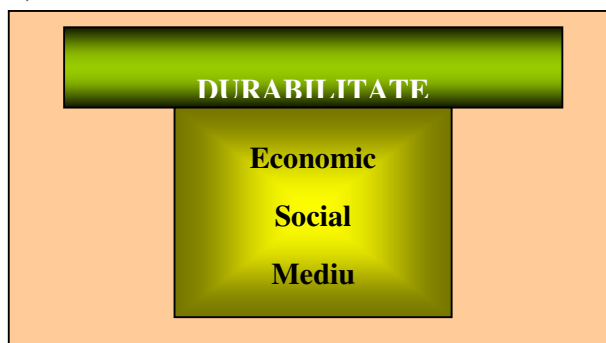


Fig.3 Modelul ideal al sustenabilității –integrare totală

2.Integrarea politicilor de dezvoltare durabilă în realizarea sustenabilității societății comerciale

Abordarea triplă a procesului de dezvoltare este un punct de plecare pe care mulți îl pot înțelege și asupra căruia s-a ajuns la un consens destul de larg în ceea ce privește desemnarea lui ca mod de abordare viabilă a unei probleme complexe.

Sustenabilitatea a devenit un criteriu cheie pentru cei preocupați de calitatea mediului. Definirea dezvoltării sustenabile nu este ușoară, deoarece se constituie într-un concept supus dezbaterii care implică și o serie de argumente etice referitoare la ceea ce este „drept” și „corect”, „etic”, argumente asupra cărora oamenii au adesea puncte de vedere diferite.

De exemplu, în viziunea Companiei BP dezvoltarea sustenabilă a companiei „este o problema strategică pe termen lung, care va implica afacerile în considerarea unor aspecte ce trec dincolo de responsabilitățile lor normale”.

Conceptul de sustenabilitate este astăzi construit pe ideea de nedepășire a limitelor sistemului global de a funcționa în continuare la parametrii acceptabili - necesitatea de a asigura ca impactul activităților economice asupra pământului să nu pună în pericol viabilitatea lor pe termen lung.

Definiția cea mai potrivită a dezvoltării sustenabile în termenii cei mai compatibili cu perspectivele dominante ale prezentului ar suna astfel: „sustenabilitatea se referă la menținerea pe

*termen lung a capacității funcționale a sistemelor interconectate ale societății contemporane, având în vedere considerente economice, ecologice și sociale”.*⁶⁶

Dacă aceasta definiție poate fi suficientă pentru a determina conținutul esențial al conceptului de sustenabilitate, este evident că fenomenul sustenabilității ca obiectiv realizabil, și nu doar ca deziderat pios, presupune definirea unor ținte mai precise. Sustenabilitatea ca obiectiv și responsabilitate a companiilor își găsește un conținut mai strict determinat în noțiunea de „triplu bilanț”.

3. Prezentarea societății de turism SC Posada SA

Situată în imediata apropiere a Mănăstirii Curtea de Argeș, S.C. POSADA S.A. își începe evoluția în anul 1971. Dacă timp de 13 ani, Hotelul Posada dispunea de un singur corp de clădire cu trei etaje, din anul 1983 acestuia i s-a mai alăturat un corp nou cu șase etaje care l-a definitivat și i-a dat forma actuală.

În anul 1989 a avut loc un moment important în evoluția SC POSADA SA și anume: intrarea societății în circuitul turistic internațional.

Obiectul de activitate⁶⁷ al societății cuprindea:

- exploatare de unități hoteliere, cabane, campinguri, restaurante, baruri și alte unități de alimentație publică de agrement și turism;
- desfacerea de mărfuri prin unități de alimentație publică sau puncte specifice profilului unităților ce le exploatează;
- turism intern și internațional;
- transport turistic și de marfă intern și internațional, inclusiv închiriere de mijloace auto;
- realizarea și operarea de unități hoteliere, alimentație publică și de agrement în alte localități;
- organizarea de competiții și activități pentru agrement.

3.1. Evoluția principalilor indicatori ai eficienței economice pe perioada 2005-2009

În tabelul nr.1 este reprezentă pe baza datelor contabile la nivelul Societății Posada, evoluția indicatorilor realizați în anii 2005-2009.

Veniturile totale, formate din venituri din alimentație, din cazare și venituri din exploatare au cunoscut o creștere permanentă în toată perioada analizată.

În aceeași perioadă au crescut și cheltuielile, dar într-un ritm mai lent, ceea ce a determinat obținerea de profit în fiecare an. (Fig. 4).

Un indicator relevant pentru sustenabilitatea firmei este rata rentabilității a cărei creștere se regăsește în (figura 5).

⁶⁶„Globalizare și sustenabilitate”-Elkington, 1998, p.20

⁶⁷ Statutul SC. Posada S.A.

Tabelul.1 Principalii indicatori economici la SC Posada SA pe perioada 2005-2009

2005=100		%			
Nr. crt.	INDICATORI	ANI			
		2006	2007	2008	2009
1.	Venituri din alimentație	152.61	136.73	188.14	191.14
2.	Venituri din cazare	156.67	203.83	154.23	158.22
3.	Alte venituri din exploatare	130.01	234.44	157.23	129.95
	TOTAL VENITURI	239.29	1275	299.6	279.31
4	Cheltuieli alimentare	145.04	150.83	159.87	160.98
5.	Cheltuieli cazare	145.27	175.23	26.51	31.96
	TOTAL CHELT.OPERATION.	187.31	226.06	32.36	129.02
6.	Cheltuieli cu salariile	148.90	226.88	130.57	206.28
7.	Cheltuieli cu materialele	173.42	198.46	163.20	118.55
8.	Cheltuieli cu amortizarea	14.86	170.50	147.65	249.11
9.	Impozite și taxe	113.79	150.47	125.0	139.95
10	Alte cheltuieli	161.74	304.08	336.27	366.40
	TOTAL CHELTUIELI FUNCȚIONALE	302.71	650.39	502.69	680.29
	TOTAL CHELTUIELI	390.02	776.45	535.05	709.31
11.	Profit brut	257.11	60.78	41.28	228.67
12.	Impozit pe profit	256.88	60.55	41.28	338.53
13.	Profit net	257.18	60.86	41.28	192.66

Sursa: Biroul Finante - Contabilitate SC POSADA SA

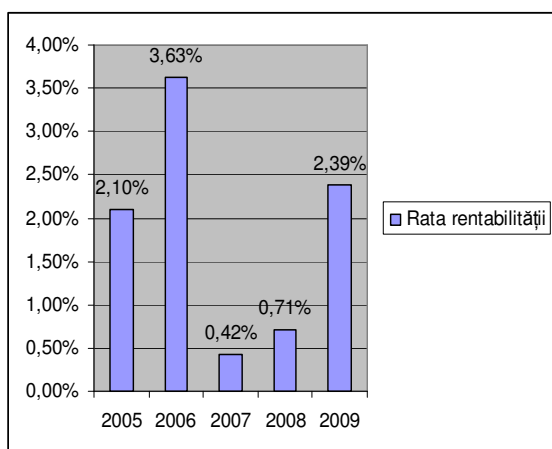
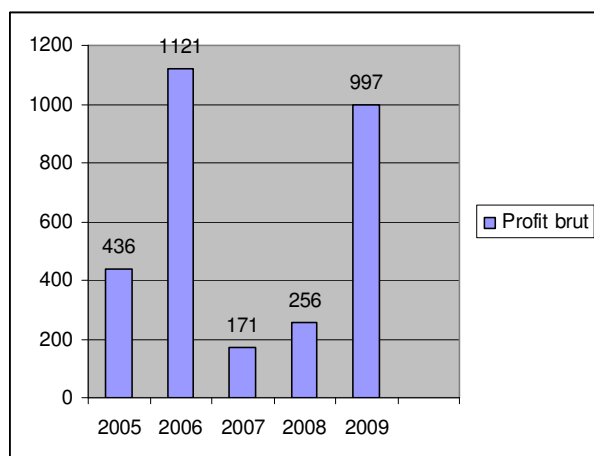


Fig.4. Evoluția profitului

Fig.5. Rata rentabilității

După cum se observă, până în anul 2006 s-a înregistrat o creștere a ratei profitului, după care în următorii doi ani a avut loc o scădere a ratei profitului cu aproximativ 3%.

Alți indicatori care reflectă activitatea SC Posada SA sunt:

1. Circulația turistică

Tabelul 2 . Numărul de turiști în cadrul SC POSADA SA în perioada 2005-2009 persoane

	2005	2006	2007	2008	2009
Hotel POSADA	5733	5704	6225	4504	12787
Cabana CUMPĂNA	1205	1961	2962	1778	2600
Cabana VALEA cu PEȘTI	811	1335	1039	904	1490
Cabana CAPRA	592	761	1049	525	921
Hotel NATURALIAS	266	164	350	275	947
TOTAL TURIȘTI	8607	9925	11625	7986	17255

Sursa: (2010) Date statistice SC POSADA SA

Din tabelul 2 se poate observa că din anul 2005 până în anul 2007 tendința generală a circulației turistice a fost una ascendentă, în anul 2008 are loc o ușoară scădere, ca la finele anului 2009 să se apropie de 13000 de turiști cazați.

Numărul românilor cazați în Hotelul POSADA a înregistrat o creștere semnificativă în anul 2007 cu aproximativ 60% față de anul 2005, iar în anul 2008 acesta a scăzut cu aproximativ 30%. Străinii cazați în Hotelul POSADA au fost mai numeroși în 2006, ponderea acestora fiind de

40% din totalul turiștilor față de 25% în anul 2005, dar anii 2007 și 2008 au înregistrat scăderi cu aproape 20% față de anul 2006, în principal datorită deteriorării raportului preț-calitate.(tabelul 2)(Fig.6).

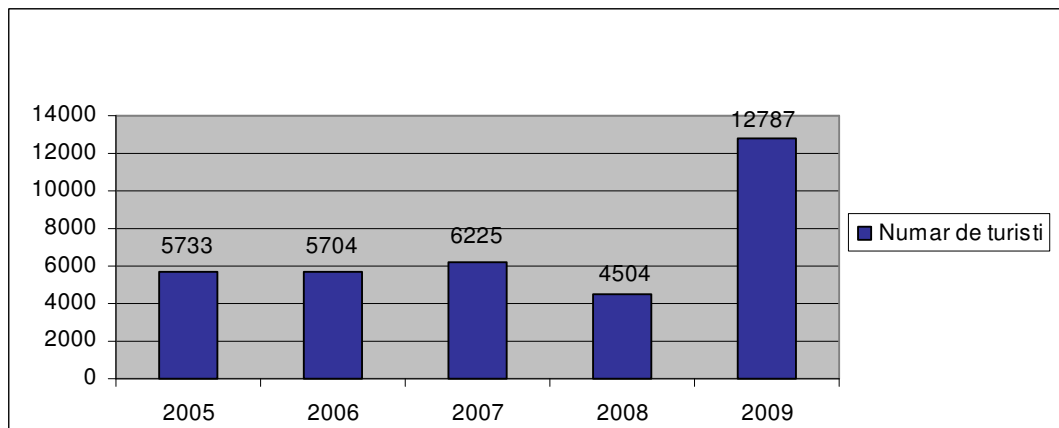


Fig.6. Număr de turiști sosiți la Hotel Posada

Pentru locații de cazare Valea cu Pești și Cabana Capra situația se prezintă conform fig. 7 și 8.

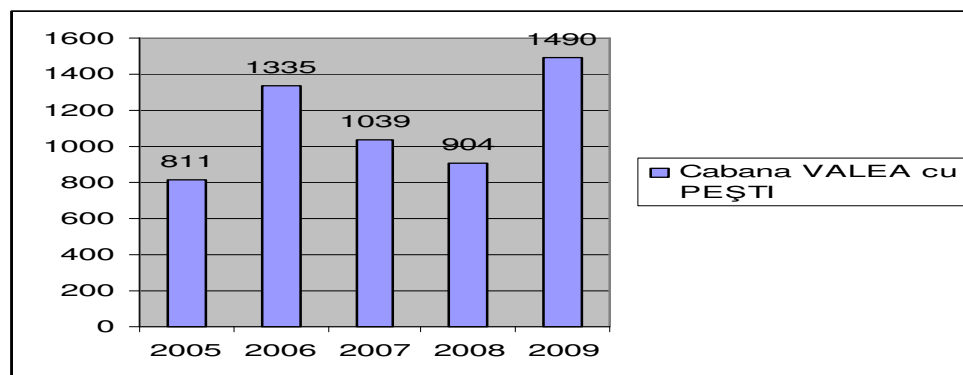


Fig. 7. Număr de turiști sosiți la Cabana Valea cu Pești

Cabana Valea cu Pești a fost supusă pe parcursul existenței, unor serii de modificări care au dus la îmbunătățirea condițiilor și serviciilor oferite. Urmare a acestora a fost creșterea numărului de turiști.(Fig. 7).

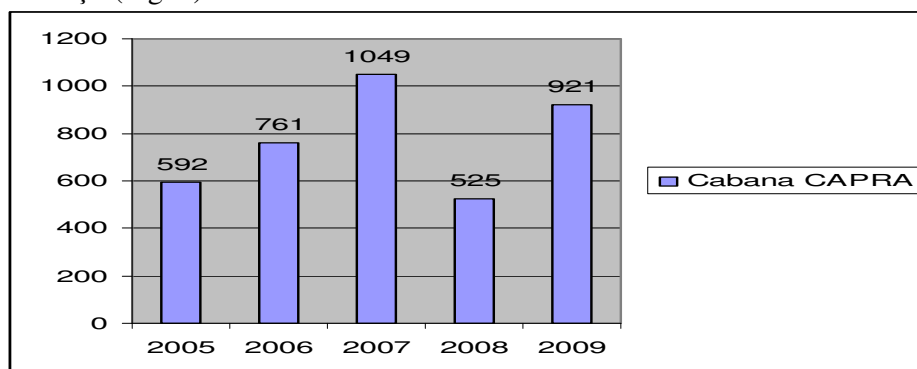


Fig.8. Număr de turiști sosiți la Cabana Capra

În cazul cabanei Pârâul Capra, numărul turiștilor sosiți a înregistrat o creștere de la an la an începând cu anul 2005, până în anul 2007, o contribuție semnificativă având-o pârtia de schi.(fig.7).

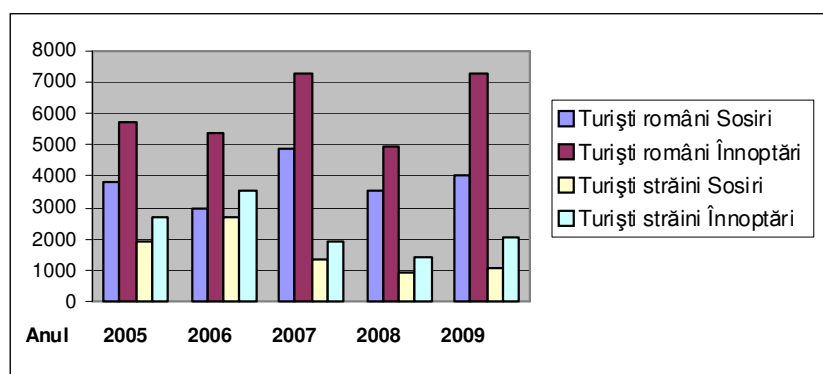


Fig.9. Evoluția numărului de sosiri și înnoptări pentru turiștii români și străini cazați în Hotelul POSADA în perioada 2005-2009

2. Durata medie a unui sejur

După cum se observă, durata medie a șederii se menține aproape constantă în cei 5 ani luați în calcul, în cazul clienților străini, însă în ceea ce privește clienții români, aceasta înregistrează o creștere în anul 2006, când ajunge la 1,8 zile.(Fig.10)

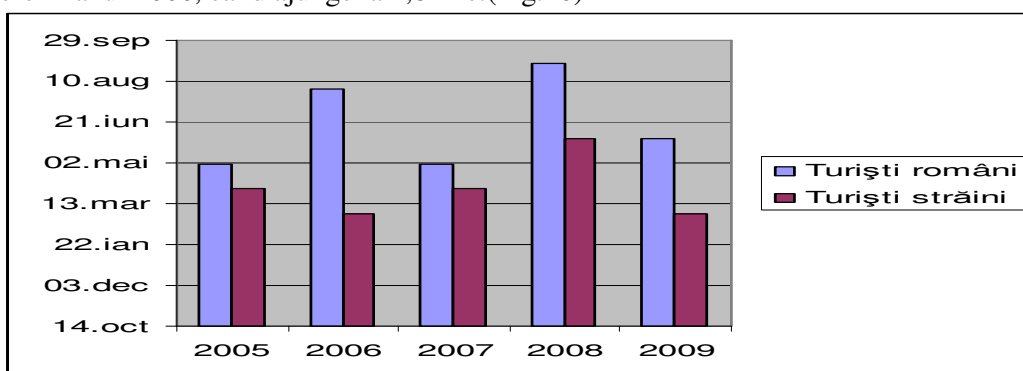


Fig.10. Durata medie a unui sejur pentru Hotel Posada

La Cabana Cumpăna cel mai bun an a fost 2007, când s-a înregistrat numărul maxim de sosiri și înnoptări de turiști români și străini. (Fig.11).

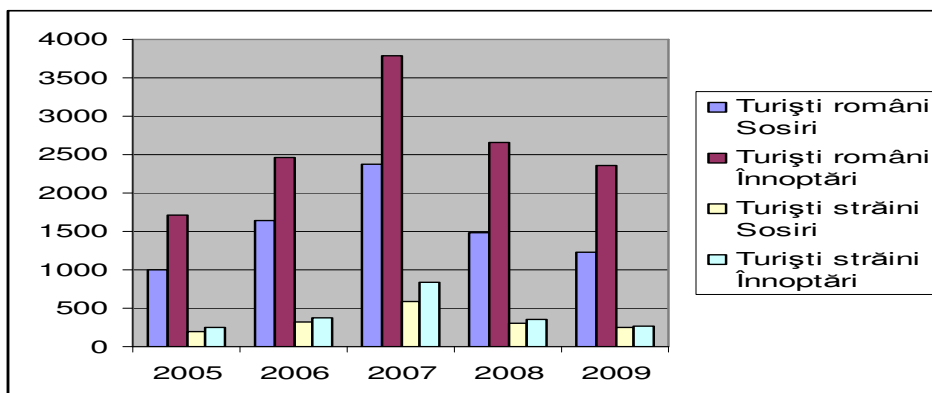


Fig.11. Evoluția numărului de sosiri și înnoptări pentru turiștii români și străini cazați la Cabana Cumpăna în perioada 2005-2009

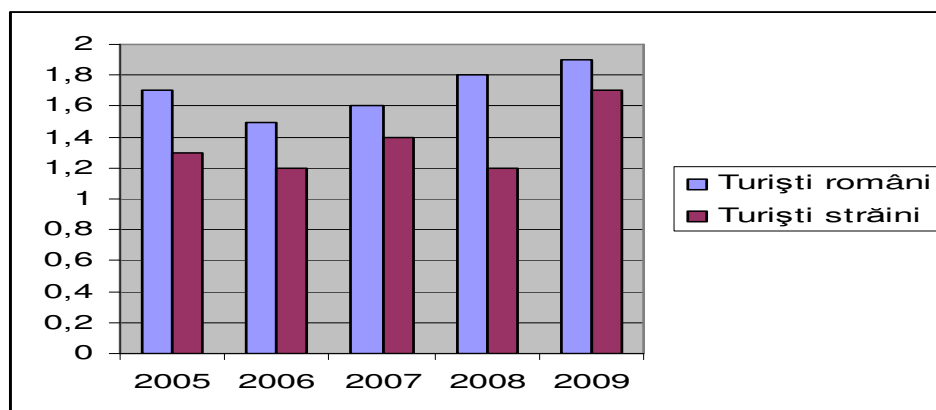


Fig.12. Durata medie a unui sejur pentru Cabana Cumpăna

La Cabana Valea cu Pești cel mai mare număr de turiști s-a înregistrat în anul 2006, turiștii români fiind 1830 iar străini 138.(Fig. 13).

La Cabana Capra cel mai mare număr de turiști s-a înregistrat în anul 2007.(Fig.14).

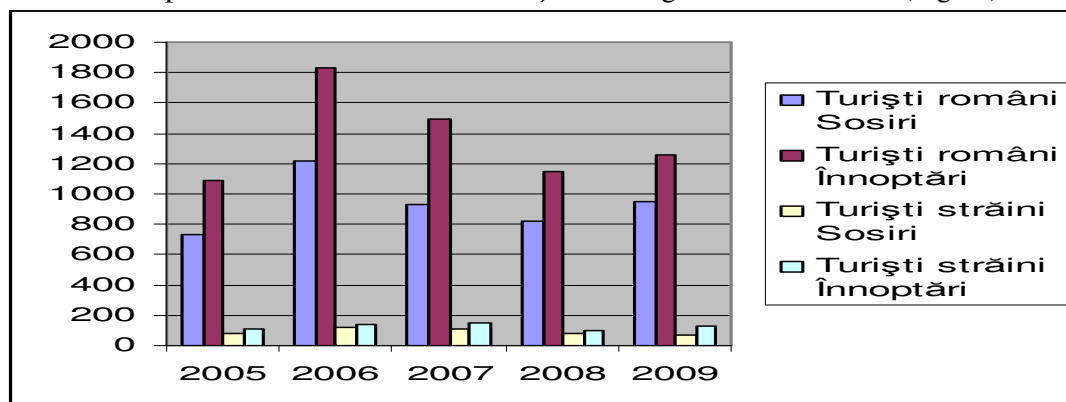


Fig.13. Evoluția numărului de sosiri și înnoptări pentru turiștii români și străini cazați la Cabana Valea cu Pești în perioada 2005-2009

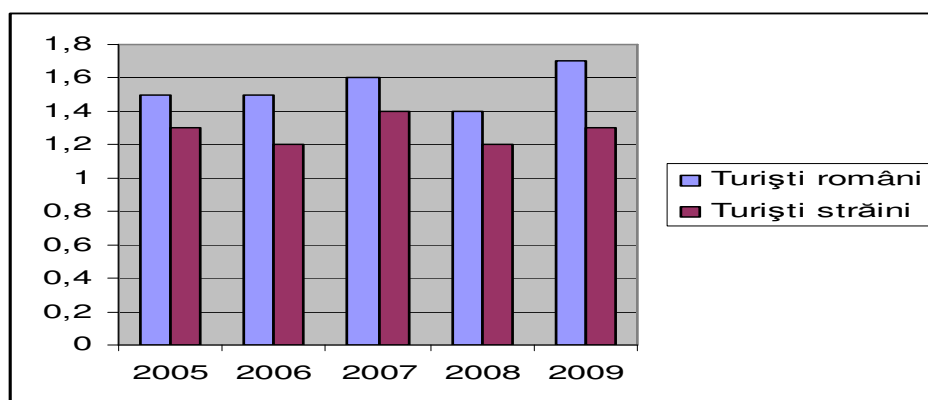


Fig.14. Durata medie a unui sejur pentru Cabana Valea cu Pești

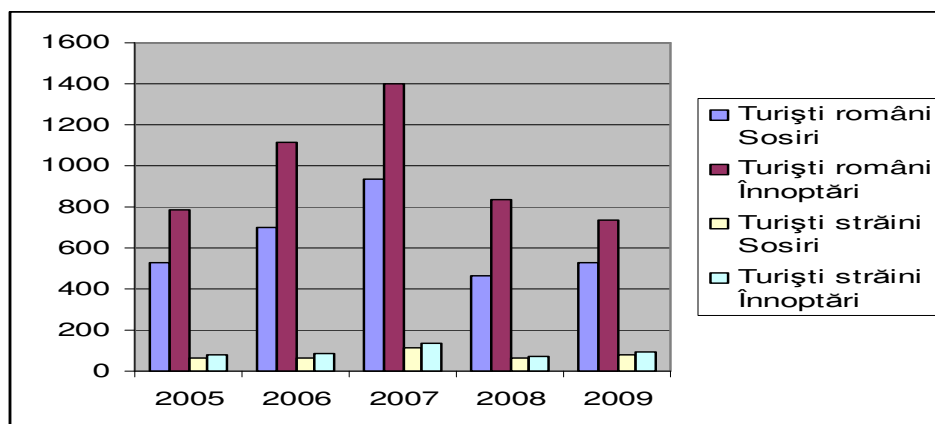


Fig.15. Evoluția numărului de sosiri și înoptări pentru turiștii români și străini cazați la Cabana Capra în perioada 2005-2009

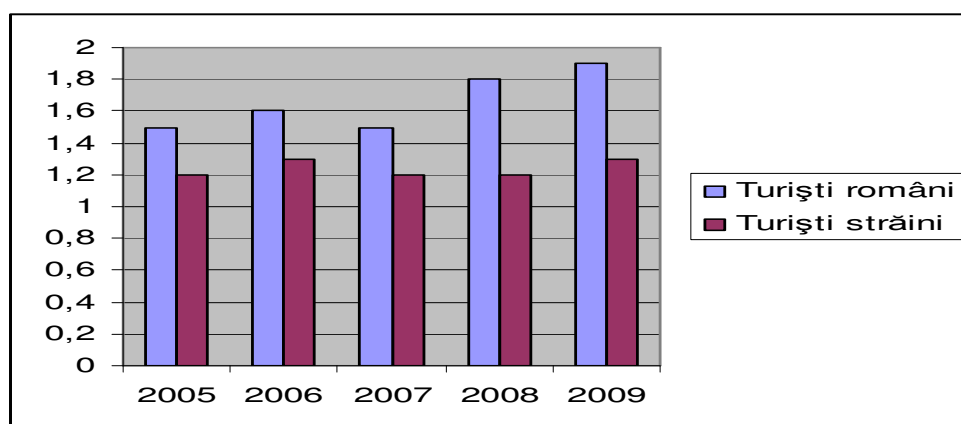


Fig.16. Durata medie a unui sejur pentru Cabana Capra

Intensitatea sezonality exprimată sub forma gradului de concentrare, poate fi evaluată cu ajutorul coeficientului de concentrare Gini (CG) sau Gini corectat (CCG).

$$CCG = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n p_i} - 1}{n - 1}$$

Unde:

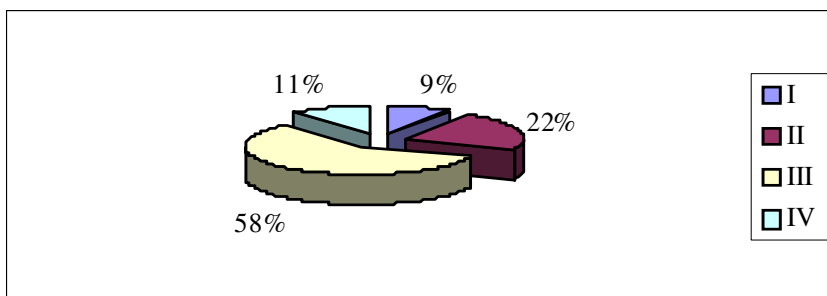
CCG reprezintă coeficientul de concentrare Gini;

n - numărul momentelor seriei;

p - ponderea la unitate pentru fiecare element al seriei;

$\sum p_i = 1000$.

Fig.17 Indicii de sezonality pentru Hotel Posada



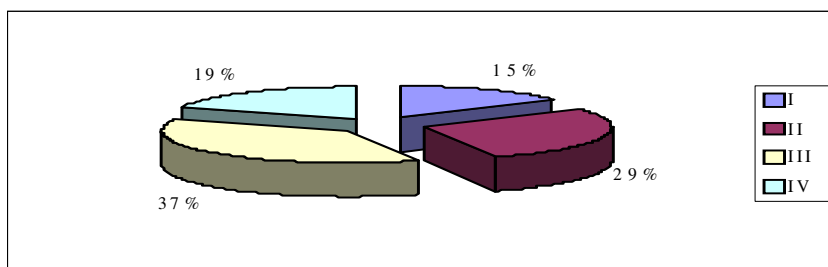


Fig.18. Indicii de sezonabilitate pentru Cabana Valea cu Pești

Pentru Hotelul Posada, în anul 2009, coeficientul de concentrare Gini, este: (Fig.16)

$$CCG = \frac{\sqrt{4(0,15^2 + 0,29^2 + 0,37^2 + 0,19^2) - 1}}{3} = \frac{\sqrt{1,1184 - 1}}{3} = 0,19$$

Pentru, Cabana Valea cu Pești în anul 2009, coeficientul de concentrare Gini, este: (Fig.17)

$$CCG = \frac{\sqrt{4(0,09^2 + 0,22^2 + 0,58^2 + 0,11^2) - 1}}{3} = 0,46$$

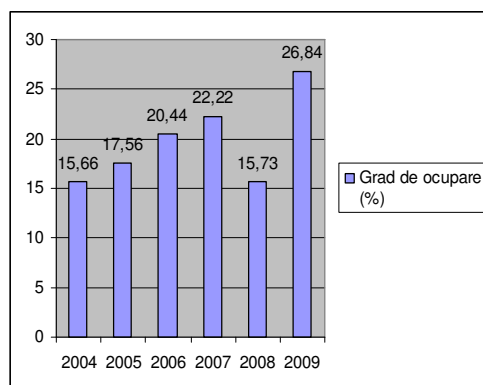


Fig.19. Grad de ocupare a Hotelului Posada

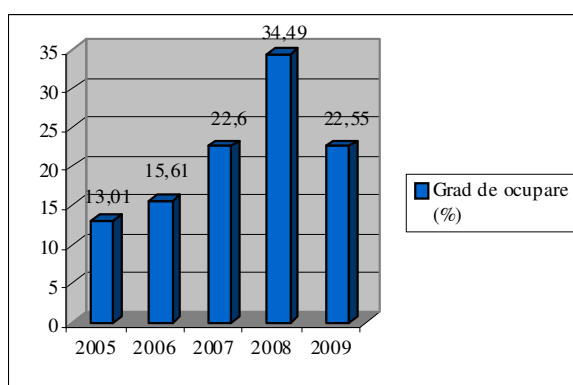


Fig.20. Grad de ocupare pentru Cabana Cumpăna

Hotelul Posada, din anul 2007 până în anul 2009, a înregistrat o creștere a gradului de ocupare de la 16,28% în anul 2007 la 25,64% în anul 2009, ceea ce înseamnă o creștere de 9,36%.(Fig.19).

În cazul Cabanei Cumpăna s-a înregistrat o creștere a gradului de ocupare în anul 2007 cu 7%, apoi a urmat o scădere cu 6,50%, iar în anul 2009 a înregistrat o creștere a gradului de ocupare cu 11,11 față de anul 2008.(Fig.20).

Analiza activității economice la SC Posada relevă sustenabilitatea societății comerciale în domeniul său de activitate. Mediul natural extrem de generos pentru activități turistice oferă societății comerciale sustenabilitatea în privința resurselor de mediu.

Atractivitatea obiectivelor turistice naturale și antropice a creat cererea pieței pentru activitatea SC Posada. În același timp resursele umane disponibile în zonă au favorizat realizarea multiplelor activități turistice.

Personalul competent, amabil, serviabil, creșterea gradului de confort în hotel și cabane a determinat creșterea numărului de turiști și a nopților de cazare.

Altfel spus, resursele naturale și umane pe de o parte și cererea de servicii turistice pe de altă parte a oferit societății SC Posada premisele necesare unei sustenabilități reale.

Dar toate aceste resurse n-ar fi putut asigura dezvoltarea afacerii dacă n-ar fi existat un management care să le pună în valoare. Managerul societății Posada a știut să atragă resursele financiare necesare pentru a valoriza o zonă naturală de excepție, cu rezultate economice bune chiar în condiții de criză.

Întotdeauna LOCUL este sfințit de OM.

Bibliografie:

1. Lester Brawn - „Probleme globale ale omenirii”, Ed. Tehnică, București, 1988
2. Gabriela Stănciulescu, Cristina Micu - „Economie și gestiune în turism”, Ed. ALL Beck, București, 2009
3. Gabriela Stănciulescu- „Managementul operațiunilor de turism”, Ed. ALL Beck, București, 2003
4. Viorica Pană, Loredana Tuță - „Economia Întreprinderii”, Ed. Universității, Pitești, 2007
5. *** “Globalizare și sustenabilitate”- Elkington, 1998

O CLIPĂ DE TURISM ÎNTRE AMINTIREA IMPERIULUI ROMAN ȘI PROVOCĂRILE SECOLULUI XXI

Autori: Cioran Irena Teodora

Constantinescu Iulia Stefania

Anul II, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonatori științifici:

Prof. dr. Gabriela STĂNCIULESCU , Asist. drd. Cristina MICU

Introducere

Cea mai veche stațiune balneară din România, cunoscută pentru efectele terapeutice ale apelor sale termale, sulfuroase, cu sodiu, calciu, magneziu, oligotermale, ușor radioactive, bune atât pentru cura internă cât și externă. Date fiind temperatura ridicată a acestor ape minerale (38-60°C) cât și gradul lor variat de mineralizare (3166-7426 mg ...), acestea au un efect fiziologic complex și o valoare terapeutică fără egal. Începând cu 1948 stațiunea a cunoscut o dezvoltare susținută, devenind o stațiune de rang național, cu regim permanent, recomandată pentru tratamentul durerilor reumatismale degenerative (artroza, poliartrita, spondiloză etc.), al bolilor inflamatorii (spondilită) și diartrozelor (tendonită, tendomiopatie, periartrită scapulohumerală), al bolilor sistemului nervos periferic (pareze, paralizii), precum și pentru tratamentul unor boli asociate (ginecologice, respiratorii, ORL, dermatologice, obezitate etc.). Instalații balneare moderne care asigură hidroterapie, kinetoterapie, electroterapie, săli de gimnastică, sauna etc.

Stațiunea Baile Herculane este una dintre cele mai vechi stațiuni balneare ale lumii, cu o vechime atestată documentar de peste 1848 de ani. Situată pe Valea Cernei, la 5 km de principală arteră rutieră ce leagă vestul țării de București – D.N. 6 (E70) și calea ferată internațională București – Timișoara – Moravița, stațiunea este accesibilă și pe calea fluvială a Dunării, fie dinspre est : Sulina – Galați – Drobeta Turnu Severin – Orsova, fie dinspre vest : Viena – Budapesta – Belgrad – Orsova. Aeroporturile cele mai apropiate se află la Caransebeș și Timișoara (aeroport internațional).



Stațiunea Baile Herculane este integrată în Parcul Național Valea Cernei-Domogled, și are o poziție deosebit de pitorească. Așezarea ei atractivă pe fascinantă vale a Cernei, la o altitudine de 160 m, pe aceeași paralelă cu Nisa și Venetia, îi conferă un climat agreabil, cu influențe mediteraneene.

Originea Băilor Herculane se întinde pe o durată de aproape două milenii. În perioada civilizației romane, stațiunea de pe Valea Cernei a constituit un important punct de atracție pentru aristocrația Romei antice. Împresionați de excepționala putere tămăduitoare a apelor sacre de pe Valea Cernei, românii sosiți în Dacia le-au închinat un adevărat cult balnear sub semnul tutelar al lui Hercule.

Stațiunea Baile Herculane are un patrimoniu istoric de excepție, memoria vie a 1848 de ani de existență (153 – 2001) neîntreruptă a stațiunii. Din timpul romanilor au rămas numeroase vestigii

: apeducte, bai, statui, monede, tabule votive ridicate ca semne de multumire aduse zeilor pentru vindecare. În stațiune exista Muzeul Nicolae Ceaușescu, ale cărui colecții au început să fie constituite începând cu anul 1922.

Existența neîntreruptă de două milenii a stațiunii Baile-Herculane a fost favorizată de eficacitatea miraculoasă a izvoarelor termale, dar și de pitoreasca așezare a stațiunii într-o vale adăpostită de munți, de o frumusețe aparte. Dotarea tehnico-edilitară de prim rang la un confort de înaltă ținută și bogată diversificare a metodelor de tratament de la cura balneară clasică la diverse metode de fizio și electroterapie, masaje, acupunctura, etc. au conferit acestei stațiuni un înalt grad de atractivitate.

Grota Haiducilor - Fragmentele ceramice, uneletele și armele din piatră găsite cu prilejul săpăturilor arheologice din „Grota Haiducilor” releva că civilizația primitivă din această zonă atinsese un stadiu ridicat de dezvoltare.

Tabula votiva - ridicată de cei cinci cetățeni romani fruntași din Dacia, trimisi la Roma pentru alegerea lui Severianus în anul 153 d.Ch., atestă 1848 de ani de existență a Bailei Herculane.

În prezent, în împrejurimile stațiunii Baile Herculane sunt cunoscute 16 izvoare cu apă termominerală, înscrise de-a lungul Cernei pe o lungime de aproape 4 km. Au fost executate mai multe foraje hidrogeologice astfel obținându-se sporuri importante de debite (peste 4000 m³ în 24 de ore).

Principalele Izvoare:

Izvorul artezian Maria (azi Neptun) - 54 °C; Elisabeta (azi Diana) - 55 °C; Hebe - 41 °C; Ileana (azi Apollo 1) - 46 °C; Iosif - 54 °C; Neptun 3 - 54 °C; Hercules - 67 °C; Hygeea - 48 °C

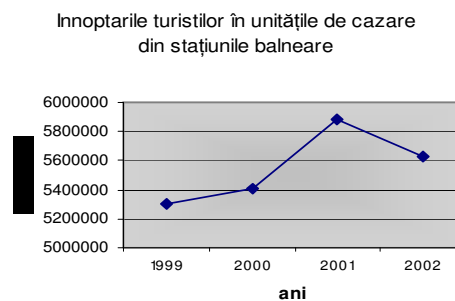
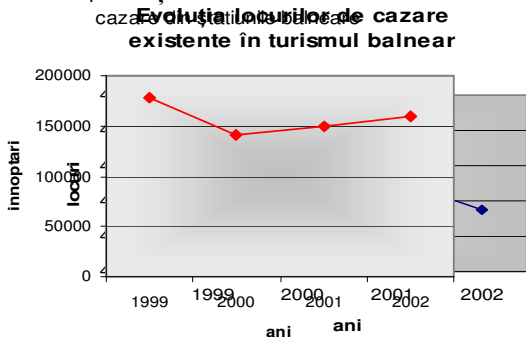
Climatul este de tip depresionar cu influențe vestice și sud-mediteraneene, având o temperatură medie anuală de 10,5 °C. Presiunea medie atmosferică este de 750,6 mb. Vânturile dominante sunt cele de Sud, viteza lor medie este redusă: 1,6 m/s.

Capacitatea de cazare a hotelurilor enumerate este de aproximativ 2.000 de locuri, adică exact 20% din capacitatea de cazare la nivelul orașului, care este de 10.000 locuri.

Numărul de turiști din Baile Herculane a scăzut în ultimii trei-patru ani cu cel puțin 20%, din cauza faptului că o parte din hotelurile vandute au fost scoase din circuitul turistic și nu s-au făcut investițiile necesare.

Populația stațiunii Baile Herculane este de circa 6.200 locuitori, iar în perioada de vârf a sezonului turistic, aceasta depășește 11.000.

Analiza situației din turismul balnear din România



SOSIRI ALE TURISTILOR IN STRUCTURILE DE PRIMIRE TURISTICA CU FUNCTIUNI DE CAZARE TURISTICA, PE TIPURI DE STRUCTURI DE PRIMIRE TURISTICA PENTRU STATIUNI BALNEARE, IN TRIMESTRUL I 2004

TABEL NR. 1

Zone turistice	structuri de primire turistica	din total, pe tipuri de structuri de primire turistica							
		Hoteluri	Hoteluri pentru tineret	Hosteluri	Moteluri	Hanuri	Vile turistice	Cabane turistice	Pensii urbane
Total									
T	906602	732129	3674	10050	42962	625	29368	11900	43545
R	724193	565406	32606	8876	39662	612	26588	11703	36992
S	182409	166723	414	1174	3300	13	2780	197	6553
Statiuni balneare									
T	114615	101338	138	-	2142	-	8456	45	1684
R	109110	96293	107	-	2040	-	8171	45	1645
S	5505	5045	31	-	102	-	285	.	39

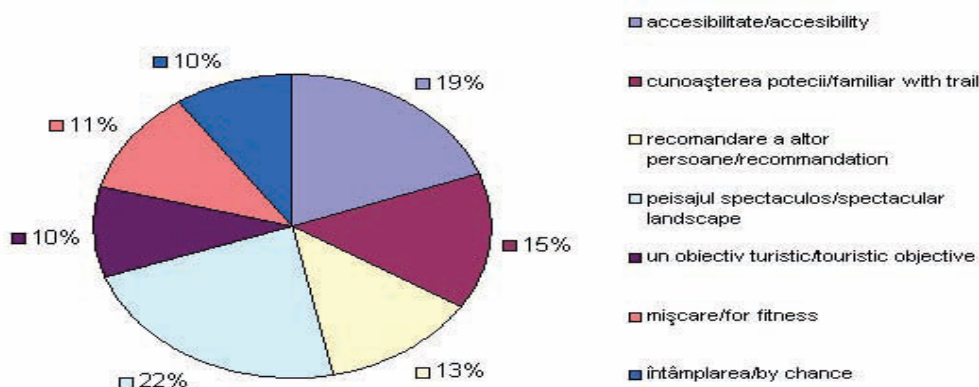
PUNCTE TURISTICE:

Turistul care sta mai multe zile si incearca sa viziteze punctele turistice se simte incurcat cand afla ca acestea sunt aproape inepuizabile: pesteri, grote, izvoare, statui, cascade, chei, pavilioane, terme, temple, marturii istorice, platouri etc. Cu fiecare zi ce trece poti patrunde in lumea vrajita a locurilor, cu fiecare zi ti se dezvaluie noi si noi minuni care nu pot decat sa incante. De exemplu la 7 km de statiune se afla o piscina olimpica cu apa termala numita "Sapte izvoare" in mijlocul muntilor. Pot fi vizitate: Platoul Austriac, Pestera lui Serban, Cheile Tasnei, Moara racilor, Termele Romane, Apartamentele Reginei Teresa, primul lift hidraulic din Europa, Sfinxul Banatean, etc.

EFECTELE CURATIVE:

Astazi, statiunea este vizitata datorita efectelor ei curative: izvoare termale fierbinti cu sulf , clor,sodiu,calciu,magneziu,oligominerale,ape tonice si puternica ionizare negativa a aerului cu efecte sanatoase asupra corpului uman. De jur imprejurul statiunii exista aceste izvoare bogate in minerale care trateaza diverse afectiuni, cum ar fi: problemele reumatice, inflamatorii, articulare, problemele neurologice (pareza, paralizia) problemele nervoase si nutritionale,ginecologice, dermatologice si obezitatea. Exista aici o gramada de camere de masaj prin hidroterapie, kimioterapie, electroterapie, piscine termale in aer liber, sali de gimnastica si de sauna. Se pot efectua atat cure interne cat si externe. Datorita temperaturii inalte a apelor minerale si a mineralizarii bogate actiunea lor este complexa si din punct de vedere psihologic. Dar exista o serie de contraindicatii, cum ar fi: tuberculoza, bolile ficatului, ulcer, hipertensiune arteriale.

Motivația turiștilor pentru alegerea traseelor de vizitare



Din discuțiile cu turiștii a reieșit lipsa sau insuficiența mijloacelor de informare a publicului, majoritatea solicitând editarea de pliante, broșuri, hărți și ghiduri turistice, plasarea de panouri explicative și indicatoare clare de accesibilitate spre punctele de belvedere

ISTORIC:

Statiunea Baile Herculane are o istorie multimilenară. Numeroasele descoperiri arheologice demonstrează existența oamenilor în aceste locuri încă din Epoca Paleolitică. În timpul celor aproape 165 de ani de dominație română în Dacia, stațiunea Herculane era cunoscută peste tot în Imperiul Roman. Amenajările în stancă, conductele arată că aici veneau reprezentanții aristocrației romane, locul devenind un centru de vacanță al Imperiului. Au fost descoperite șase statuete dedicate zeului Hercules după care s-a dat numele stațiunii. O copie din bronz a uneia dintre ele, realizată în 1874, este văzută și azi în stațiune și a devenit unul din simbolurile locului. Este asadar cea mai veche stațiune din România, numită în vremurile romanilor "Ad aquas Herculis sacras" (atestarea sa documentară datează încă dinainte de 153 E.N)

Originea Băilor Herculane se întinde pe o durată de aproape două milenii. Bazele stațiunii au fost puse în anul 102 d.Ch. de Împăratul Traian, românii introducând cultul balnear preluat de la greci pe care apoi l-au dezvoltat. Numele stațiunii de care este legat și numele societății noastre, vine de la zeul Hercules, fiul lui Zeus și al frumoasei Elena, consemnat în mitologia romană ca patron al izvoarelor termale, simbol al puterii și al echilibrului între forța fizică și cea spirituală.

Românii au construit aici, la *Therma Herculi* (*Ad Aquas Herculi Sacras*), temple, băi, monumente și statui, închinată zeilor Hercules, Aesculap și Hygieia. Atestarea documentară a stațiunii datează din anii 153 d.C., fapt consemnat într-o tablă votivă din băi: „Zeilor și divinităților apelor, Ulpius Secundinus, Marius Valens, Pomponius Haemus, lui Carus, Val, Valens, trimiși ca delegați romani să asiste la alegerea în calitate de consul a fostului lor coleg Severianus, întorcându-se nevătămați, au ridicat acest prinos de recunoștință”.

Din timpul romanilor au rămas numeroase vestigii: apeducte, băi, statui, monede, tabule votive ridicate ca semne de mulțumire aduse zeilor pentru vindecare. După 1718 (Pacea de la Passarovitz) începe istoria modernă și contemporană a Băilor Herculane, în cadrul Imperiului austriac. Din 1736 începe reconstrucția și modernizarea băilor, a căilor de acces, grănicerii bănașeni construind aici majoritatea edificiilor din stațiune, care poartă amprenta unui barocaustriac impresionant. Se cuvine să pomenim aici de faptul că în anul 1999, Termele Romane cuprinse în monumentala construcție a hotelului Roman au fost redată, după 2000 de ani, în circuitul turistic astfel încât vizitatorii hotelului au posibilitatea să urmeze tratamentul balnear în aceleași condiții cu cele ale guvernatorului provinciei, generalul roman Marcus Aurelius Pius. După retragerea administrației și armatei romane, în timpul împăratului Aurelian, sub presiunea populațiilor

migratoare, băile au decăzut mult comparativ cu perioada de străluciri din vremea romană. În 1736, generalul Andreeas Hamilton, guvernator al Banatului din partea regelui Carol, reclădește băile și menționează existența termelor lui Hercules, Higea și Esculap. Izvorul cu cel mai mare debit este Hercules, care are emergenta sub Hotelul Roman și acolo se înscrie în hartă Baia nr. 9. Stațiunea este vizitată de-a lungul timpului de mari personalități, între care: împăratul Iosif al II-lea, împăratul Francisc I și împărăteasa Carolina, împăratul Franz Iosef și împărăteasa Elisabeta. În 1852 împăratul Austriei considera Băile Herculane ca fiind „cea mai frumoasă stațiune de pe continent”, iar împărăteasa Elisabeta - pasionată, îndrăgita, distinctă și armonioasă Sissi - scrie un jurnal intim în care Băile Herculane sunt o prezență distinctă și încântătoare. În stațiune există Muzeul Nicolae Cena, ale cărui colecții au început să fie constituite începând cu anul 1922.

Existența neîntreruptă de două milenii a stațiunii Băile Herculane a fost favorizată de eficacitatea miraculoasă a izvoarelor termale, fiind socotite un „dar al zeilor” dar și de pitoreasca așezare a stațiunii într-o vale adăpostită de munți, de o frumusețe aparte. Dotarea tehnico-edilitară de prim rang la un confort de înaltă ținută și bogata diversificare a metodelor de tratament de la cura balneară clasică la diverse metode de fizio și electroterapie, masaj, acupunctură, etc. au conferit acestei stațiuni un înalt grad de atractivitate. Multiplele mijloace de recreare și divertisment, restaurante, baruri, terase de vară, bazine de înot cu apă termală, saună, masaj, biliard, etc. - precum și posibilitățile de drumeție și excursii în stațiune și pe Valea Cernei, constituie o atracție în plus pentru vizitatorii orașului stațiune balneară Băile Herculane.

Numeroase grupuri vin în Baile Herculane pentru petreceri: banchete, nunti, botezuri, etc. Dar mulți vin pentru manifestările gazduite de oras. Acestea sunt:

Festivalul Internațional de Folclor **HERCULES** 07-11 IULIE

Balul **STRUGURILOR (27-28 AUGUST)**

Festivalul PINUL NEGRU DE BANAT 2009 12-14 IUNIE

NIGEEA la BANI sau Zilele Orasului Baile Herculane 08-10 SEPTEMBRIE

Festivalul **RACHIEI din BANAT** 20-20 OCTOMBRIE

Posibilitati de cazare

Statiunea dispune de locuri de cazare în marile și modernele hoteluri sanatorial-balneare, moteluri, pensiuni turistice, camere la localnici într-un cadru agreabil, de asemenea camping în interiorul sau exteriorul orașului. Multiplele mijloace de recreere și divertisment – restaurant, baruri, terase de vară, bazine de înot cu apă termală, sauna, masaj, biliard, etc. – precum și posibilitățile de drumeție și excursii în stațiune și pe valea Cernei, constituie o atracție în plus pentru vizitatorii orașului stațiune balneară Baile-Herculane.

Cateva dintre posibilitati de cazare: *Hotel Ferdinand; Hotel Trandafirul Galben; Hotelul Claudia; Pensiunea Select; Pensiunea Dumbrava; Vila Adonis*

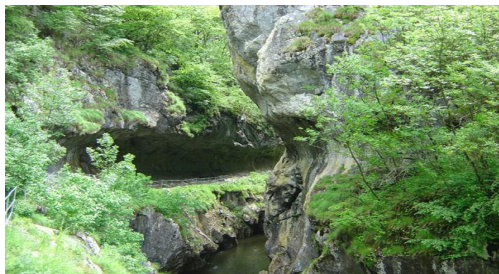
Obiective turistice Baile Herculane

Parcul National Valea Cernei

Parcul National Valea Cernei este al doilea ca marime din Romania și singurul care cuprinde un bazin hidrografic. Parcul este delimitat pe o suprafață de peste 60 000 ha, din care rezervațiile naturale însumează peste 24000 ha. Zona este în mare parte tipică forestieră, întâlnindu-se aici fagul autohton, fagul oriental, gorunul în partea inferioară, bradul în partea superioară, molidul foarte puțin prezent spre golurile alpine. Există o specie endemică de pin, pinul negru de Banat, o mare originalitate pentru Valea Cernei. Datorită elementelor biogeografice, biologice, climatice Parcul Național Domogled-Valea Cernei găzduiește o faună foarte bogată și interesantă, întâlnindu-se aici numeroase specii de animale de mare valoare științifică, unele unice în țară sau chiar în lume, excelând prin diversitatea insectelor. Fauna Văii Cernei este reprezentată în special de mamifere (ursul, cerbul, capriorul, mistretul, rasul, vulpea, jderul, bursucul, pisica salbatică, vidra, veverița). Dintre reptile, de reținut este prezenta

viperei cu corn (Vipera amodytes) precum și prezenta unei specii rare de serpi, sarpele sfânt sau sarpele lui Esculap. Viata mai este prezenta aici și în întinsecimea pesterilor, cu numeroase specii, unele endemice altele descoperite aici pentru prima dată. Accesul principal în parc este prin stațiunea Herculane, unde se afla și sediul ocolului silvic Herculane.

Cheile Corcoaia



Cheile Corcoaia se afla la 44 km amonte de stațiunea Baile Herculane, la 200 m amonte de Cerna Sat. În chei se poate ajunge pe drumul nemodernizat care se afla în prelungirea soselei care duce în Cerna Sat.

Cheile Corcoaia au fost declarate rezervatie naturală, fiind una dintre cele mai frumoase forme de relief din Valea Cernei. În chei se găsesc formațiuni deosebit de spectaculoase: marmite, lapiezuri, cavitati de dizolvare. Impresionant este peretele drept al Cheilor care are un fel de tunel de 50 m, format datorită scurgerilor de apă.

Din stațiune se pot face excursii la:

- ☐ ruinele bailor romane;
- ☐ peștera Hotilor (Grota Haiducilor), Grota cu Aburi, Crucea alba;
- ☐ Mănăstirea “Sfânta Ana”;
- ☐ Mănăstirea Vodita;
- ☐ Mănăstirea Tismana;
- ☐ Porțile de Fier I;
- ☐ Clisura Dunării;
- ☐ drumetii pe munte și pe Valea Cernei;
- ☐ chipul lui Decebal;
- ☐ Mănăstirea de pe ape Mraconia;
- ☐ drumetii la, lacul de acumulare “Valea lui Iovan”
- ☐ și altele.

Agrement: Strandul "Sapte izvoare"; Sala de jocuri mecanice; Sala de festivități; Disco-bar; Muzeul de istorie; Club; Strand termal; Cinematograf; Biblioteca; Casa de cultură; Monument de arhitectură; Teren de sport; Teren de sport; Baza sportivă

Printre traseele turistice din Baile Herculane:

Piața Hercule - Hotel Roman - Cascada Cernei - strandul „7 izvoare calde”; 2-3 ore

Fabrica de var - Valea Prolaz - Cheile Feregari - Creasta; 4 ore

Hotel Cerna - Crucea Alba - Valea Jelarau - Poiana Musuroane; 5 ore

Hotel Cerna - Crucea alba - Grota lui Serban - Varful Domogled; 8 ore

Piața Hercule - Crucea Ghizelei - Cascada Cociu

„7 izvoare calde” - Piatra Banitei - Culmea Bolvasnitei

Trasee montane

1. Baile Herculane (Cartierul Zavoi) - Platoul și Izvorul Coronini - Cracu lui Arendasu - Poiana cu Peri.

2.Baile Herculane (Cartierul Zavoi) - Platoul Coronini - Chioscul de Jos - Izvorul Diana.

3.Baile Herculane (Cartierul Zavoi) - Izvorul Coronini - Izvorul Munk - Izvorul Diana III. Si altele

Bibliografie:

www.baileherculane.ro

www.herculane.com

www.wikipedia.org

www.insse.ro

www.inromania.info

Boșcaiu, N. (1973), Interpretarea informațională a spectrelor areal-geografice a unor asociații vegetale din munții Țarcu, Godeanu și Cernei, Stud. Com., Șt. Nat., Muzeul Brukenthal , 18: 101-108, Sibiu.

POTENTIALUL TURISTIC AL STATIONII BALEA

Autori

Bianca Maria GULIMAN

Ana-Maria BESTELEU

Traian RADULESCU

Anul II, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator: prof. univ. dr. Gabriela Stanculescu, Asist. univ. drd. Cristina Micu

Abstract

Reserve Balea (lake and waterfall) is considered the most magnificent alpine area in the Carpathian Mountains. It shows a great tourist interest due to the altitude ranges (up to 2500 m). Balea complex in reserve so you can practice winter sports and tourist routes. Transfagarasanul is the path that connects the counties of Arges and Sibiu, the most known national road.

1.Introducere

Societatea modernă, dominată de o permanentă concurență atât pe plan macroeconomic cât și în viețile personale ale oamenilor, se confruntă cu diverse probleme fiziologice și

psihologice cauzate de factorii din mediul înconjurător și de boala omului secolului XXI. Și anume *stresul*. Pe fondul acestui stil de viață tot mai agitat și solicitant, dar motivată de asemenea și de creșterea resurselor financiare și a duratei de viață, se conturează necesitatea de relaxare, recreere și de refacere a sănătății, dând naștere unei cereri din ce în ce mai dinamice pentru *turismul de loisir*.

Situată în aria comunei Cârțișoara, din masivul Făgăraș, rezervația complexă Bâlea, ce se întinde până la altitudinea de 2.500 de metri, include relieful alpin, lacul, precum și flora respectiv fauna din circul glaciar Bâlea.

Considerată cea mai grandioasă zonă alpină din Munții Carpați, rezervația cu lacul și golul alpin Bâlea, din aval de căldarea care îl adăpostește, însumează 180 de ha. Cuprinsă între Vârful Vânătarea lui Buteanu (2508 m), Capra (2439 m), Paltinu Mare (2398 m), Muchea lui Buteanu (2506 m) și Piscul Bâlii, rezervația este dominată geologic de șisturile cristaline, calcarul (doar cel cristalin) apărând numai în muchiile montane Netedu, Paltinu și Piscul Bâlii. Lacul Bâlea propriu-zis, cu cei 46.508 m.p. și adâncimea de 11, 35 m, este cel mai mare lac al masivului fiind situat la 2034 m altitudine. Cascada Bâlea este, de asemenea cea mai spectaculoasă cădere de apă din întregul lanț al Carpaților Meridionali.

2. Clima si drumul de acces spre acest obiectiv

Clima de tip alpin este rece și răcoroasă, înregistrând o temperatură medie anuală de 0 grade Celsius iar zăpada persistă aici circa 7-8 luni pe an. Vegetația este reprezentată de grupări de specii saxicole (sălcii pitice, ferigute, rogoz), plante endemice, tufişuri de jneapăn și ienupăr, la fel de săracă în specii fiind și fauna, doar silueta caprei negre și a acvilei de stâncă fiind prezențe familiare.⁶⁸ De menționat că, anual, la Bâlea Cascadă se organizează (în februarie) carnavalul

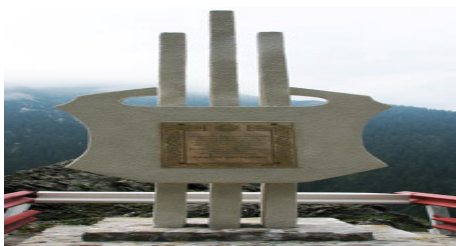
⁶⁸ Stațiunile Bâlea Cascadă și Bâlea Lac, care alcătuiesc respectivul complex, reprezintă locul ideal de distracție și de recreere pentru turiști, atât pe timp de iarnă cât și pe timp de vară, chiar dacă există inconvenientul că, Transfăgărășanul,

zăpezii, iar în luna iunie serbările estivale ale zăpezii, ambele manifestări ajungând în 2009, la cea de-a XV-a ediție. Cel puțin la fel de atractivă este și stațiunea Bălea Lac, locul ideal pentru schiat, ascensiuni montane, ori chiar zboruri cu parapanta. Din 2005 administratorul locației a avut ideea temerară de a ridica aici construcții temporare din gheață (hotel, biserică, grădină, statuete) care a dus faima stațiunii până în Africa și chiar la Antipozi.⁶⁹



Zona turistica Bălea Lac este situată în Munții Făgăraș. Accesul la lacul Bălea este ușurat de existența Transfagarasanului.

2.1. Transfagarasan - Scurt Istoric



În această zonă s-au întâlnit în ziua de 16 august 1971, două unități de geniu care lucrau la deschiderea drumului Transfagarasan din sensuri opuse. În amintirea evenimentului, genistii au numit acest loc: POARTA ÎNTĂLNIRII Transfagarasanul este cea mai celebră sosea a României, cu diferențe de nivel și numeroase serpentine. Dacă ar trebui să spunem în câteva cuvinte,

atunci Transfagarasanul (DN 7C) este drumul care traversează munții Făgăraș (cei mai înalți munți ai României – vf. Moldoveanu – 2544 metri) și unește Muntenia de Ardeal. Este drumul care ajunge la o altitudine de 2042 de metri, în Caldarea Glaciara Bălea. Apoi, pe întregul traseu sunt construite 27 de viaducte și poduri și cel mai lung tunel de la Capra la Bălea Lac, de 887 de metri, care străbate muntele Paltinul. Cea mai celebră sosea a României începe în județul Argeș, în localitatea Arefu (la kilometrul 61 al DN7C) și se termină în județul Sibiu, lângă localitatea Cartisoara (la intersecția cu DN1). Peisajul este mirific, iar diferențele de nivel și serpentinele constituie o provocare atât pentru mașini cât și pentru soferi. Cele mai importante puncte de atracție turistică sunt Lacul și Barajul Vidraru, care este unul dintre cele mai mari din Europa, apoi Cetatea Poenari (construită pe vremea lui Vlad Tepes), Lacul glaciara Bălea și Cascada Bălea.⁷⁰

drumul care le străbate, este închis mai multe luni din an, accesul făcându-se doar cu telecabina de la Bălea Cascadă și până la Bălea Lac.

⁶⁹ Cea mai veche ascensiune a masivului este consemnată a se fi produs în jurul anului 1700. Societatea Carpatină a Transilvaniei, înființată la Sibiu în 1880, are meritul de a fi promovat turismul în zonă prin trasarea graniței, marcarea și construirea drumurilor de acces. Aceeași societate avea să inaugureze, la Bălea Lac, în 29 august 1905, prima cabană, în fapt o construcție simplă din piatră cu numai o singură cameră. Cu toate acestea, doar cabana de aici-alături de Negoiul-au fost singurele din Făgăraș care au rezistat ororilor primei conflagrații mondiale. Construcția-extinsă între timp-avea să fie mistuită de un incendiu devastator în 1995. Cinci ani mai târziu, cabana, înconjurată din trei părți de apă, a fost reconstruită din temelii.

⁷⁰ Transfagarasanul a fost construit între 1970 și 1974. Poate că o sumară prezentare în cifre este dificil de urmărit, dar pentru cei care au răbdarea să o citească, merita spus că la realizarea celor 92 de kilometri de sosea s-au dislocat circa 3 milioane de tone de roca, s-au făcut 830 de lucrări transversale și 290.000 de metri cubi de zidărie. Pentru realizarea

3.Lacul Balea-descriere generala

Zona Balea Lac este cautata mai ales pentru drumetiile care incanta orice impatimit al muntelui prin peisajul existent cat si prin posibilitatea alegerii unor trasee care sunt o adevarata provocare. Mediul ambiental incantator face posibila practicarea unor activitati de agrement extrem de diverse. Monument al naturii, lacul Glaciar Balea este unul dintre cele mai mari lacuri din Muntii Fagarasului, avand o suprafata de 120 ha, o lungime de 360 m, o latime de 240 m si o adancime medie de 11 m. Lacul este situat la altitudinea de 2034 m, intr-un circ glaciar, fiind cuprins intre Defileul Oltului si poalele Muntilor Piatra Craiului.⁷¹ Balea Lac reprezinta unul dintre cele mai importante obiective turistice din Romania, datorita altitudinii la care se afla statiunea, 2034m. Tot aici se gasesc cele mai numeroase lacuri glaciare din tara, Avrig 2011 m, Caltun 2147m, Doamnei 1865 m , Balea 2034 m, cascade: cascada Moasei, cascadele Avrigului, cascada Serbotei, cascada Balea. In perioada verii se poate ajunge la Balea Lac cu masina pe Transfagarasan (drumul dintre nori) situat la o altitudine de 2042 m, a doua ca inaltime din tara, iar in celelalte anotimpuri urcarea se poate face numai cu telecabina. Principalele obiective turistice din zona sunt: cascada Balea ce se pravaleste pret de 60m si cabana Balea Lac situata pe peninsula ce inainteaza in lacul glaciar Balea, fiind inconjurata din trei parti de apa, cascada Moasei, cascadele Avrigului, cascada Serbotei. Altitudinea ridicata face posibila practicarea unor activitati de agrement extrem, de exemplu pe timpul iernii se poate practica skiul, hokey, curling si patinaj. In timpul verii, pe lac doritorii pot practica canotajul, sau alege numeroase trasee turistice pentru toate nivelurile (ex: cascada Balea, Vila Paltinu), vizitarea celor 180 ha ale rezervatiilor naturale din zona.

3.1.Trasee turistice in zona Balea Lac

Trasee care pornesc de la cabana Balea Cascada 1234m:

Cabana Balea Cascada-Cascada Balea- Cabana Balea Cascada

Cabana Balea Cascada-Vila Patitinu(Balea Lac 2044m)

Trasee care pornesc de la Vila Platinu:

Vila Paltinu 2044m-Varful Vanatoarea lui Buteanu 2507m

Vila Paltinu 2044m-Varful Moldoveanu 2544m

Vila Paltinu 2044m-Varful Negoiu 2535m

Vila Paltinu 2044m-Varful Paltinu 2399m-Varful Iezerul Caprei 2417m-Saua Caprei 2315m- Vila Paltinu

Imprejurimi, atractii turistice

tunelului Capra – Balea au fost escavat peste 41.000 metri cubi de roca. De asemenea, s-au folosit 20 tone de dinamita, 3.573 tone de ciment, 89 tone de otel beton, 24.000 ancore, 129 tone de plase sudate, 14.200 metri patrati de cofraje, 1.750 metri liniari de tuburi de beton, 4.100 metri liniari de teava, 50 tone de confectii metalice, 6.900 metri cubi de nisip, 6.000 metri cubi de pietris, 3.000 tone de cribluri si 740 de lampi de iluminat.

⁷¹ Flora alpina mai cuprinde gentiane, garofite, flori de colt si sangele voinicului. Pe Muchea Balei creste o vegetatie variata ce cuprinde smardar, merisor, garofita cu flori rosii si militea, precum si floarea de colt si macul galben.

Odată ce te-ai oprit în oricare din satele Țării Făgărașului și după ce ți-ai găsit locul la gospodăria care-ți este pe plac, poți să începi marea aventură prin Munții Făgăraș. Acești adevărați Alpi ai Transilvaniei se disting în lanțul Carpaților ca o coamă uriașă de 70 de km lungime și 40 km lățime. La Est, au ca vecini Munții Piatra Craiului, care pornesc de la Curmătura Foi. La Vest, între Turnul Roșu și Căineni, îi mărginește Defileul Oltului peste care îți fură privirea Munții Lotrului. Iar spre Transilvania, se opresc la șesul Țării Oltului dominându-l arogant printr-un abrupt tectonic.

În schimb, la Sud alunecă în culmi prelungi spre bazinul depresionar al Loviștei unde oamenii au trimis apele Argeșului la odihnă în Lacul de la Vidraru. Dincolo de bazin, nu mai sunt Munții Făgărașului - începe Culmea Coziei. Nici măcar pe creastă nu scapi de odihnă: Cabana Podragu te așteaptă - ca nici o alta - la cea mai înaltă altitudine din România (2136m), iar Cabana Paltinul la 2044m.

Cascada Bâlea (sau Urlătoarea Bâlei).

4. Posibilitati de cazare

Posibilitatile de cazare sunt multe, incepand de la locuri pentru camping si pana la pensiuni si cabane.

Cabana Valea cu Pesti situata pe malul estic al Lacului Vidraru, la altitudinea de 870 metri, cabana a fost unul din locurile de protocol folosit Nicolae Ceausescu. In prezent are 18 spatii de cazare cu 45 de locuri.



Cabana Cumpăna este situata pe malul vestic al Lacului Vidraru si dispune de 88 de locuri de cazare, restaurant cu 100 de locuri, dicoteca, teren de sport, piscina plutitoare pe Lacul Vidraru (vara). Tot de aici se pot inchiria mijloace de agrement pe lac si pot face curse de agrement cu un vaporas (100 de locuri) care asigura curse spre Casa Argesana si Cabana Valea cu Pesti.

Pensiunea Dracula este situata pe traseul Transfagarasanului la circa 6 km de barajul Vidraru la si 1 km de Cetatea Poenari. Dispune de 20 camere, loc de parcare, terasa, restaurant propriu si bar.

Cabana Paraul Capra Complexul Turistic Capra se afla situata la o altitudine de 1585 m si dispune de 52 locuri de cazare in 26 camere duble si restaurant cu o capacitate de 80 locuri.

Cabana Cascada se afla la baza cascadei Balea, la altitudinea de 1234 metri. Cabana ofera 80 de locuri de cazare, restaurant cu pensiune completa, bar de zi si sala de conferinte la cerere.



Cabana Balea Lac este situata pe peninsula ce inainteaza in lacul glaciara Balea, la o altitudine de 2034 m. Actuala cabana a fost reconstruita in anul 2000, pentru ca cea veche a fost distrusa de un incendiu in 1995. Pe trei nivele se afla camerele duble, camere cu 4-6 locuri, camere cu 10 locuri si apartament.

Vila Paltinul este situata pe malul lacului Balea, la 2.044 metri altitudine, avand o capacitate de 26 de locuri in camere duble, camere de 4 locuri si apartament. De asemenea se pot inchiria echipamente sportive si se asigura asistenta montana de specialitate.

5. Analiza apei Lacului Bălea

Lacul Bălea, considerat cel mai mare lac glaciatic din Munții Făgărașului, face parte din complexul glaciatic Bălea-Capra, dominat la est de vârful Vânătoarea lui Buteanu (2507 m) ce include pe versantul nordic două văi paralele care și-au interferat activitatea în Pleistocen: valea Bălea și valea Doamnei. Versantul sudic cuprinde cea mai complexă vale glaciatică, cu o lungime de peste 6 km, valea Capra. Valea Bălea are la obârșie o căldare adâncită cu cca 400 m față de vârfurile care o înconjoară și este ocupată de Lacul Bălea (2040 m altitudine, 4,65 ha și peste 11 m adâncime). Pe malul nordic al lacului sunt prezenți „berbeci glaciari”, puternic șlefuiți; căldarea prezintă acumulări de grohotiș în sud și sud-est, unde un culoar de avalanșă, cu obârșia în Șaua Caprei, evacuează cantități mari de materiale care au dat naștere unei potcoave nivale aproape de cabana Bălea. Conform clasificării propuse de Pișota (1971) cuveta lacustră care adăpostește lacul Bălea se încadrează în tipul 3 (cuvete de tip Bălea), situate la altitudini ce depășesc 2000 m și caracterizate prin profilul specific al depresiunilor lacustre ce prezintă în centrul cuvetei și mai ales în amonte ei o excavație de formă concavă însoțită în aval de platforme sublacustre, acoperite de material dezagregat provenit de pe malul lacurilor.⁷² Pentru Lacul Bălea, Gâstescu & Driga (1983), se propun următoarele valori ale ecuației bilanțului hidric (suprafața 4,6 ha; coeficientul suprafeței lacustre $k = f / F = 0.0196$): $(X1 + Y1) (Z + Y2) = \pm \Delta V (1)^{73}$ În cazul depresiunii lacustre Bălea, ca și în cazul celorlalte depresiuni lacustre grefate în general pe rețeaua hidrografică preexistentă, fundul acestora prezintă numeroase neregularități și asperități, fiind, de cele mai multe ori, acoperit cu blocuri de piatră de diferite mărimi, precum și de mături lacustre de origine anorganică sau organică. Măturile de origine minerală sunt aduse de afluenții care se varsă în apa lacurilor sau provin din procesele de spălare a versanților în timp ce măturile de origine organică se formează în procesul de descompunere a vegetației acvatice. Lacul Bălea situat în spatele unor praguri formate din roca in situ, de tipul „berbecilor glaciari”, este cel mai mare lac glaciatic din masivul Făgăraș iar profilul morfobatimetric prezintă aspectul caracteristic al literei „U”, uneori cu trepte submerse.⁷⁴ În ceea ce privește regimul termic al lacului Bălea, acesta se află sub directă influență a condițiilor fizicogeografice ale reliefului alpin și din această cauză, în timpul verii, temperatura apei oscilează la suprafață între 6 și 17°C pe o perioadă destul de scurtă (4-5 luni).

5.1. Metodele de investigație folosite și problemele analizate

⁷² În legătură cu acestea, trebuie menționat că depresiunile lacustre din zona alpină a Carpaților Meridionali, inclusiv depresiunea Bălea, sunt rezultatul acțiunii de eroziune și transport a ghețarilor pleistoceni, motiv pentru care morfologia acestora prezintă amprenta generală a reliefului glaciatic. Astfel, țărmul și fundul cuvetelor diferă de la un lac la altul, în schimb barajul în spatele cărora au luat naștere lacurile, fie de natura pragurilor glaciare, fie a depozitelor morenice, formează un element comun aproape tuturor lacurilor (Pișota, 1971).

⁷³ unde: X1 reprezintă aportul anual din precipitații egal cu 61,510 3m(7,74%), Y1 reprezintă aportul anual prin scurgere superficială egal cu 775,9103m (92,26 %), Z reprezintă pierderile anuale prin evaporare egale cu 17,0103m(2,02 %), Y2 reprezintă pierderea anuală prin scurgere din lac estimată la 824,0103 m(97,98 %).

⁷⁴ Înregistrări sistematice ale oscilațiilor de nivel ale lacului Bălea, consemnate de Pișota (1971) dovedesc că nivelul apei din lacurile glaciare prezintă variații sezoniere, mai deosebite în perioada caldă și în perioada rece a anului, precum și variații de nivel de la un an la altul. La începutul primăverii (sfârșitul lunii aprilie), datorită temperaturilor ridicate ale aerului, începe să se topească o mare cantitate de zăpadă care, ajunsă în cuveta lacului, provoacă o creștere bruscă a nivelului de apă pentru ca la începutul toamnei (septembrie) să se înregistreze cele mai scăzute niveluri ale apei, acest fenomen fiind pus pe seama reducerii precipitațiilor, dat fiind că în conformitate cu cele prezentate anterior, ponderea majoră a alimentării revine scurgerii suprateană.

Batimetria, Hidrochimia⁷⁵, Spectroscopia atomică cu sursă de plasmă cuplată inductiv, Fluorescența de raze X, Tomografia computerizată dualenergy și radiografia digitală, Microscopia electronică de baleiaj.

5.2. Concluziile investigației

Batimetria lacului Bâlea Cele mai mari adâncimi (cuprinse între 10,25 și 10,50 m) ale cuvetei lacului glaciar Bâlea au fost evidențiate în zona centralestică a acesteia.

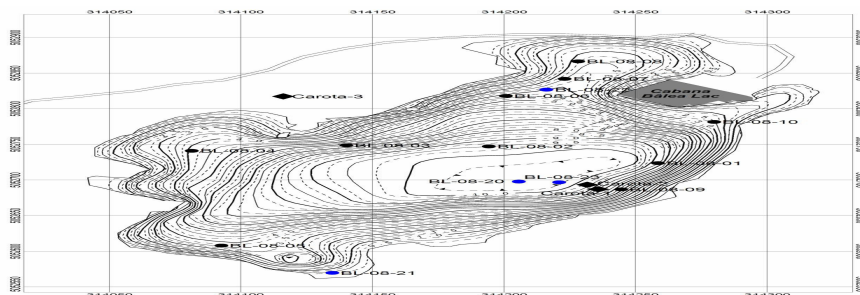


Fig. 1. Harta batimetrică a lacului Bâlea cu indicarea punctelor de recoltare a probelor de apă (BL) și a carotelor sedimentare (Carota)

Trebuie subliniat faptul că prin metoda celor două frecvențe, grosimile astfel determinate corespund în realitate exclusiv depozitelor sedimentare cu granulometrie ultrafină depuse pe fundul acvatoriului cercetat.⁷⁶ Conform acestor date, apa lacului Bâlea în perioada investigată este slab alcalină având un pH cuprins între 9,07 și 9,23 cu o valoare medie de 9,14, la o temperatură medie a apei 11,7 o C și la adâncimea de 0,5 m; potențialul de oxidoreducere variază între 115,4 și 123,2 cu o valoare medie de 119,1, având o salinitate extrem de redusă de 0,05 g/l și o saturație în oxigen variabilă între 9,12 și 11,42 ppm, media fiind de 9,99 ppm ceea ce determină o rezistivitate medie de 0,00915 Wm; TDS mediu 54,7; saturația în oxigen între 106,6 și 137,4%; salinitatea constantă și egală cu 0,05 g/l.

Tabelul 1 Parametri fizico-chimici ai apei din lacul Bâlea determinați cu trusa HI 9828

Stația	Coordonate GPS		pH	pH (mV)	t (°C)	p (mbar)	P MΩ cm	σ μS/cm	μS/cm	TD S	Sal (g/l)	DO (%)	DO (ppm)
	Latitudine N	Longitudine E											
BL-20	45,36,10,7	24,37,03,1	9.08	116.3	11.53	798.8	0.0092	109	81	54	0.05	137.4	11.42
BL-21	45,36,06,5	24,37,00,0	9.19	121.5	11.78	798.9	0.0091	110	82	55	0.05	112.3	10.31
BL-22	45,36,14,9	24,37,03,4	9.23	123.2	11.82	798.9	0.0091	110	82	55	0.05	106.6	9.12
BL-23	45,36,10,7	24,37,03,8	9.07	115.4	11.81	798.5	0.0092	109	82	55	0.05	107.8	9.12

⁷⁵ Pentru determinarea in situ a parametrilor hidrochimici ai apei a fost folosită trusa HI 9828 (Hanna Instruments) ceea ce a permis măsurarea tuturor parametrilor necesari în vederea evaluarea calității apei: procentajul de saturație a oxigenului dizolvat, conductivitatea, greutatea specifică a apei, pHul.

⁷⁶ În felul acesta, în zona centrală a lacului, la adâncimi ale apei de 45 m s-a putut evidenția existența unui strat relativ continuu de sedimente fine a căror grosime depășește 2,5 cm. Cele mai mari grosimi ale sedimentelor fine au fost evidențiate în aria depresionară în care au fost măsurate cele mai mari adâncimi ale apei, precum și pe flancul sudestic al lacului. Aici grosimea sedimentelor superficiale fine depășește, conform cartării acustice, 1020cm, putând să ajungă local și la valori de 5070 cm, ceea ce face posibilă existența a două acumulări locale de sedimente fine care corespund probabil unor mici depresiuni ale cuvetei colmatate, izolate, situate la adâncimi foarte diferite ale apei: 79m și 0,751m.

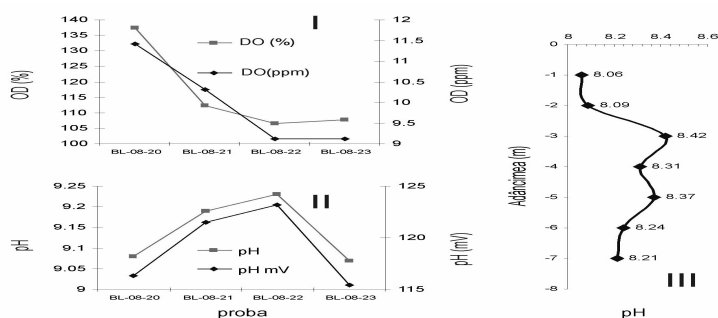


Fig. 2 Variația conținutului de oxigen dizolvat (I) și a pH-ului apei pentru câteva stații din lacul Bălea (II) ca și variația medie pe verticală a pH-ului pentru același lac

Microscopia electronică de baleiaj

Imaginile obținute în felul acesta atestă atât impactul antropic cum sunt sferule metalice provenind din gazele de eșapament (Fig.3I), cât și prezența diferitelor fragmente de minerale (Fig.3II) sau de minerale tabulare din grupa argilelor (Fig.3III), a unor fragmente de lemn (Fig.3IV) ca și a unor organisme planctonice ca larve de insecte (Fig.3V) sau diatomeele (Fig.3VI).⁷⁷

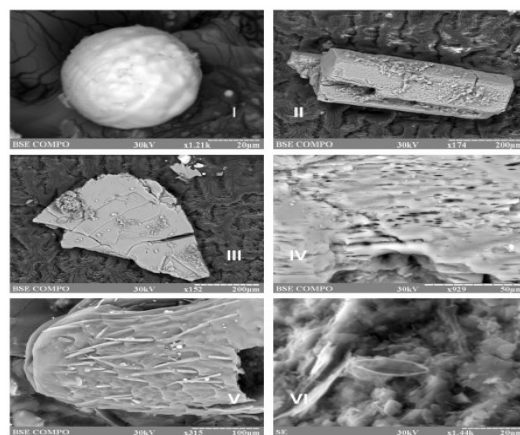


Fig. 3 Câteva imagini reprezentative prin microscopie electronică de baleiaj sedimentelor din lacul Bălea. Pot fi distins: sferule metalice provenind din gazele de eșapament (I), fragmente de minerale (II) sau de minerale tabulare din grupa argilelor (III), fragmente de lemn (IV), organisme planctonice ca larve de *Chaetognotus maximus* (V) sau diatomeele din genul *Navicula pennata* (VI).

6. Mutatii si tendinte in evolutia turismului montan

Dezvoltarea de ansamblu a turismului in general si transformarea lui intr-o miscare de masa a facut ca muntele sa se impuna tot mai mult prin atentia investitorilor si promotorilor turismului montan. Astfel in prezent efectele dezvoltarii turismului montan in plan economic, social si cultural desi sunt foarte greu de cuantificat, sunt tot mai mult apreciate datorita importanței lor.

6.1. Locul turismului montan in economia locala si nationala

In literatura de specialitate in randul informatiilor prin care se atesta locul turismului montan in economia locala si nationala este detinut de indicatori in ponderea PIB-ului.⁷⁸ Sustinerea dezvoltarii turismului montan a avut la baza crearea de noi locuri de munca, dar si schimbarile structural demografice la nivel national si local. Prin dezvoltarea turismului montan s-au putut crea nu numai locuri de munca, dar s-au dezvoltat intensiv serviciile publice si comerciale, imbogatirea infrastructurii locale, toate conducand practic la cresterea nivelului de trai, dezvoltarea turismului montan a exercitat totodata si unele efecte negative cu referire mai ales la cresterea rapida a preturilor (pentru produsele agricole), la scumpirea imobilelor si chiar la ingreunarea accesului.

⁷⁷ Diversitatea deosebită de detalii evidențiate prin microscopie de baleiaj atestă pe de o parte potențialul remarcabil al acestei metode de investigație, dar în același timp indică faptul că pentru o corectă caracterizare a mediului sedimentar, este necesar un număr sensibil mai mare de probe.

⁷⁸ Dintre ramurile care beneficiază cel mai mult de pe urma turismului montan putem menționa construcțiile, producția materialelor sportive și dezvoltarea căilor de acces către zonele montane.

7. Concluzii

Succesul unei stațiuni montane va fi dat de componentele principale al produsului turistic continut in amenajarea zonei montane:

- domeniul schiabil si dotarile aferente
- serviciul de cazare si de alimentatie
- serviciile suplimentare
- protectia mediului

7.1. Protectia mediului in zona montana

Dezvoltarea turismului montan reclama in permanenta protejarea si conservarea resurselor naturale si antropice a integritatii mediului ambiant inteles in toata complexitatea sa. In zona montana probleme legate de degradarea mediului apar cu deosebire in zonele cu circulatie intense astfel putandu-se usor remarca unele din consecintele lipsei protectiei patrimoniului natural ca:

- fenomene vizibile de eroziune in zonele inalte ale platformelor montane datorate pistelor de acces catre partiile de schi, instalatiilor mecanice de urcat
- degradari ale peisajului natural datorate exploatarilor economice
- prezenta resturilor menajere lasate de turisti
- intretinerea necorespunzatoare a potecilor si traseelor turistice, fenomen cu aspecte directe asupra mediului inconjurator
- lipsa de control asupra bunei desfasurari a activitatilor turistice si asupra normelor de protectie a mediului
- lipsa unei educatii si culture pentru turismul montan mai ales in randul tineretului

Statul nu a fost indiferent la necesitatea protectiei mediului motiv pentru care in anul 1995 emite legea protectiei mediului nr. 137 prin care defineste cadrulul general al conservarii naturii pe baza principiilor si elementelor strategice in scopul asigurarii unei dezvoltari durabile.⁷⁹ Protejarea patrimoniului turistic e influentata in mare masura de constiinta ecologica a populatiei, de respectul acesteia pentru natura, pentru locuri istorice pentru monumente de arta, pentru arhitectura, toate create de-a lungul timpului. S-a putut constata ca educarea turistilor este necesara nu numai pentru protejarea naturii ci si pentru siguranta lor deoarece in munti necunoasterea unor reguli sau a unor potentiale pericole poate avea urmasi grave.⁸⁰ Turismul montan dispune de largi posibilitati de dezvoltare printr-o valorificare superioara a potentialelor zone carpatice prin amenajarea unor masive montane inca neexploatare dar si printr-o consolidare si imbunatatire a intregii oferte turistice montane la care trebuie adaugata activitate sustinuta de promovare si de satisfacere inalta a cerintelor turistilor pentru turismul montan.

⁷⁹ Astfel in articolul 3 al acestei legi sunt impuse urmatoarele principii:

precautie in luarea deciziilor; prevenirea riscurilor ecologice si a producerii daunelor; conservarea biodiversitatii si a ecosistemelor specifice mediului natural; „cel ce polueaza, plateste”; inlaturarea cu prioritate a poluantilor care pericliteaza direct si grav sanatatea oamenilor; crearea sistemului national de monitorizare a mediului utilizarea durabila a resurselor naturale; mentinerea si ameliorarea calitatii mediului prin reconstructia zonelor deteriorate; crearea unui cadru de participare a organizatiilor neguvernamentale dar si a populatiei la elaborarea si aplicarea deciziilor dezvoltarea colaborarii internationale pentru asigurarea calitatii mediului.

⁸⁰ De aceea in tara noastra preocupari de declarare ale unor zone protejate au existat inca de la inceputul secolului XX, iar in prezent exista 586 de obiective si arii protejate adica 4.8% din teritoriul tarii, iar cele mai multe situate in zona montana, dintre acestea un interes aparte il detin parcurile nationale care conform statisticilor sunt in numar de 12.

Bibliografie

G. Țigu (coord.), 2003. *Resurse și destinații turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, București, 2003, p. 82

G. Erdeli, A. Gheorghilaș, 2006. *Amenajări turistice*, Editura Universitară, București, 2006, pp. 299-301

<http://www.geocomar.ro>

<http://cartisoara.xhost.ro>

www.wikipedia.org

IMPORTANȚA TERMALISMULUI ÎN DIVERSIFICAREA SERVICIILOR TURISTICE

Autor: Gabriela BALOS

Anul II, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Prof. univ. dr. Gabriela Stanciulescu, Asist. univ. drd. Cristina Micu

Căutate și foarte apreciate de turiștii din lumea întreagă, centrele SPA reprezintă institute de recuperare, înfrumusețare și menținerea prin exercițiu a parametrilor fizici în condiții optime. Termenul se constituie din inițialele expresiei latinești "sanitas per aquam", cu sensul de – sănătate prin tratamentul cu apă - un întreg sistem de întreținere și recuperare pe care-l numeam, simplu: "la băi".

Băile romane descoperite prin cercetări arheologice dovedesc faptul că efectul apelor termale era cunoscut deja de romani și erau folosite atât pentru vindecarea bolilor cât și pentru prelungirea vieții.

Izvorul termal este un izvor natural, cu temperatura apei ce depășește temperatura medie a locului geografic. Aceste ape termale i-au naștere la diferite adâncimi în regiunile cu activitate vulcanică, unde apa încălzită și îmbogățită cu săruri minerale ajunge la suprafață.

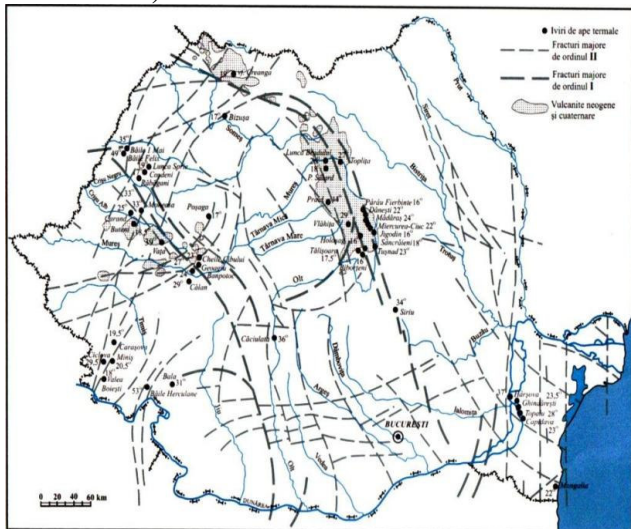
După conținutul apei în săruri minerale un izvor termal poate fi:

1. izvor cu apă sulfuroasă
2. izvor cu apă clorurată (clorură de sodiu)
3. izvor cu apă carbonată
4. izvor cu ape radioactive
5. izvor mineral cu apă rece

Izvoarele se mai pot clasifica și după temperatura apei.

Prin conținutul apei în săruri, aceste ape au un efect terapeutic asupra organismului.

Apele termale și termominerale sunt legate genetic de apele de adâncime, cantonate de-a lungul faliilor majore. Termalismul se leagă ori de tectonica accentuată (ca în cazul faliilor din vestul țării) ori de efectul remanent al activităților vulcanice neogene (ca cele din regiunea Carpaților Orientali).



Harta apelor termale din România

Izvoare termale din România sunt locuri care au devenit stațiuni balneare ca: Băile Herculane era cunoscută deja de romani, Băile Felix stațiune situată lângă Oradea, Băile Sovata la 60 km de Târgu Mureș, Călimănești - Căciulata pe Valea Oltului, Băile Olănești pe Valea Tisei un afluent al Oltului, Băile Govora lângă Râmnicu Vâlcea, Băile Tușnad la 32 km de Miercurea Ciuc, Geoagiu-Băi la 46 km.

Pentru unele persoane, vacanțele în stațiuni constituie o plăcută și luxoasă relaxare, pentru altele, curele de ape minerale, mofetele (surse naturale de dioxid de carbon) precum și băile de noroi constituie componentele unui tratament complex al diverselor boli de care suferă.

Pentru toți vizitatorii, România cu cele 70 de stațiuni balneo-climaterice și 3000 de izvoare termale este un adevărat miracol al cărui renume atrage turiști din toată Europa.

În aceste stațiuni sub supravegherea Institutului oficial de medicină generală, balneologie și recuperare sunt tratate afecțiuni reumatice, cardiovasculare, respiratorii, tulburări ale sistemelor digestiv și nervos, probleme dermatologice și ginecologice, în sejururi de două sau trei săptămâni.

În paralel cu aceste îngrijiri, ei se pot bucura de minunatele priveliști oferite de aceste locuri de vacanță.

Stațiunea Băile Felix - "Stațiune a bucuriei"

Dacă în latină Felix înseamnă fericit, atunci cu siguranță în română Băile Felix reprezintă paradisul apelor termale. Într-un loc fascinant în care elementele primordiale ale naturii, apa, aerul și pământul se regăsesc în cea mai pură formă, tot ce-ți poți dori venind aici este o vacanță în care relaxarea se îmbină perfect cu descoperirea unor locuri binecuvântate, cu un farmec aparte.

Renumită atât în țară cât și peste hotare, stațiunea Băile Felix este localizată în partea de Nord-Vest a României, la 9 km de municipiul Oradea și la 22 km de granița cu Ungaria (de punctul de frontieră Borș). Situată în Câmpia Crișurilor, într-o zonă colinară cu păduri de fag și de stejar, la o altitudine de 140 m, Băile Felix concentrează toate atributele unei adevărate stațiuni balneo-climaterice.

Căi de acces

Rutier - Băile Felix se află lângă drumul European E66 Oradea-Deva, la 8 km. de **Oradea** și 20 km de cea mai apropiată trecere de frontieră cu Ungaria **Borș/Artand**.

Feroviar - pentru a ajunge în **Băile Felix** pe cale feroviară, trebuie să ajungeți până în **Oradea** cu trenul. Din **Oradea în Băile Felix** se ajunge cu mijloace de transport în comun. Stația de Maxi Taxi și autobuze care circulă spre Băile Felix se află în Oradea, cartierul Nufărul, la capătul de linie al tramvaielor, la ieșirea din oraș spre Băile Felix. Mijloacele de transport în comun circulă pe ruta **Oradea - Sânmărtin - Băile Felix** și retur într-un interval de 15 minute.

Aerian - Aeroportul Oradea oferă atât curse interne cât și externe (via Timișoara). Cursele interne sunt **București-Oradea** și retur, iar ca destinații externe amintim curse din Oradea spre: Ancona, Florenta, Milano, Roma, Torino, Verona, Dusseldorf, Munchen, Stuttgart, Paris, Atena. În apropiere sunt situate aeroporturile internaționale Timișoara (180Km) și Budapesta (250 Km).

Clima este condiționată de așezarea geografică la adăpostul Munților Apuseni, care se opun pătrunderii de aer și eterogenitatea maselor subadiacente. În cursul anului, în zonă este frecvent aerul temperat maritim.

Băile Felix este una dintre cele mai vechi stațiuni balneare din România. Legenda spune că băile au fost descoperite de călugărul Felix, parohul Mănăstirii din Sânmărtin, în jurul anului 1000, iar tratamentul diverselor afecțiuni a început încă de atunci

„Climatul, cu ierni blânde și veri moderate, favorizează existența unei păduri de foioase întinse, ce dă stațiunii o atmosferă ideală pentru orice anotimp, făcând-o propice pentru relaxare și tratament, astfel încât ploaia sau frigul iernii să nu reprezinte o piedică pentru o baie cu apă termală în aer liber. Prima atestare documentară datează din anul 1221, când apele erau deja renumite pentru calitățile lor curative. Deși atunci tratamentele nu se făceau în mod organizat, oamenii aveau cunoștință despre schimbarea benefică a sănătății după baia în aceste ape. Abia în anul 1850 au fost

făcute primele stabilimente, stațiuni și centre de tratament, în care bolnavii veneau pentru tratarea afecțiunii lor”. (Mircea Tarău, director medical).

Apele stațiunii Băile Felix sunt formate prin pătrunderea apelor de suprafață până în zona calcarelor triasice fisurate, la adâncimi ce depășesc 1.000 m și de unde se întorc încălzite. În urma unui cutremur din anul 1834, apele termale și-au micșorat debitul natural.

Simbolul stațiunii, "nufărul termal" sau "floarea de lotus" (*Nymphaea Lotus* var. *Termalis*), a fost descoperit în anul 1789 de botanistul P. Kitaibel și denumit în 1908 de către J. Tuzson, care face asemănarea cu nufărul de Nil. În 1931, planta a fost declarată monument al naturii.

La expoziția mondială din 1896, apelor din această stațiune li s-a acordat medalia de Aur și Diploma de onoare, așadar calitățile apelor sunt clar dovedite încă de sute de ani.

Turiștii vin în număr din ce în ce mai mare, contrar crizei financiare, numărul oamenilor, atât români, cât și străini, care vin la tratamente s-a dublat și niciunul nu a plecat nemulțumit.

Izvoarele de apă geo-termală se mențin la o temperatură cuprinsă între 45 și 112 grade Celsius, fiind oligometalice, biocarbonate, calcice și sodice, iar nămolurile sunt bogate în hidrosulfură de fier coloidală.

Tot mai mulți turiști de peste hotare vizitează și se tratează în stațiunea Băile Felix, împărăștiind vestea că la noi în țară natura face miracole

“Dacă s-ar face o statistică medicală, nouă din zece persoane prezintă afecțiuni ale coloanei. Așa se poate observa cât de mult contează stilul nostru de viață... Stăm ore în șir pe scaune la birou, ne deformăm coloana și nu facem nimic în privința asta. După 1990, din cauza schimbărilor sociale, vârsta persoanelor cu probleme la coloana vertebrală a scăzut dramatic, până la o medie de 20 de ani! Le fel și în cazul celor care suferă de reumatism. O cifră înfricoșătoare, având în vedere faptul că până la acea dată vârsta medie era de peste 35-40 de ani. Tot mai mulți tineri acuză dureri de spate, însă cei care au făcut tratamente în centrul medical se recuperează pe zi ce trece. Apele termale și nămolurile sunt daruri de la Dumnezeu, ce ni le-a lăsat ca să avem grijă de noi. Calitatea vieții trebuie să primeze și să nu lăsăm ca timpul să își pună amprenta peste noi”, spune domnul doctor Mircea Tarău.

Legendele vorbesc despre secretele acestor locuri fără de seamă, unde natura s-a întrecut pe ea însăși, unde obiceiurile au căpătat mister și unde trecătorul e prins de vraja tămăduitoare a apelor înzestrate cu puteri nebănuite. E locul pe unde mulți au trecut și aproape toți s-au reîntors.

Renumite pentru programele de tratament ce combină în mod ideal metodele moderne cu cele tradiționale, hotelurile societății Turism Felix SA pot fi considerate adevărate temple ale relaxării. Astfel, în cadrul bazelor de tratament ale hotelurilor Internațional, Termal, Poienița, Unirea, Mureș și Lotus puteți beneficia de proprietățile curative de excepție ale apelor termale. Echipamentele de tratament de ultima generație se completează perfect cu profesionalismul personalului medical, pentru a reda tonusul și pofta de viață. Centrele de sănătate Internațional și Termal au fost integral modernizate și re-echipate în anii 2007, respectiv 2003.

Factorii naturali de cură specifici acestei zone favorizează tratamentul cu ape termominerale care au temperaturi cuprinse între 20-49 grade Celsius. Elementele active din ape au un efect benefic asupra întregului organism, creând reacții lente, plăcut suportabile. Din punct de vedere chimic, apa termală este calcică, bicarbonată, sodică, sulfată, oligometalică și silicioasă, concentrația în săruri fiind redusă (aproximativ 1g/litru), și cu un grad ușor de radioactivitate (1,15 u.m. pe litru)

Indicații terapeutice

- Afecțiuni reumatice inflamatorii
- Afecțiuni reumatice degenerative
- Afecțiuni reumatice abarticulare
- Afecțiuni post traumatice
- Afecțiuni ale sistemului nervos central și periferic
- Boli asociate

Instalații și proceduri de tratament

- Hidroterapie: băi cu apă termală în bazine și văni, băi de plante, duș subacval, duș scoțian, jacuzzi, afuziuni, baie drenolimpatică
- Kinetoterapie în bazine cu apă termală și văni
- Elongații - subacvale și pe masă
- Electroterapie: Stanger, băi galvanice, diadinamice, ultrasunete, laser, curenți interferențiali, unde scurte, TENS, magnetoterapie
- Inhalații aerosoli cu ape termale și medicamente
- Termoterapie: împachetări cu parafină
- Aromoterapie: băi cu arome, gimnastică relaxantă, masaj cu uleiuri
- Masoterapie: masaj general și parțial, relaxant și tonifiant
- Kinetoterapie individuală și în grup
- **NOU: împachetări și băi cu nămol, exclusiv la Centrul de Sănătate Internațional!**

Baza medicală a societății include de asemenea un laborator unde se efectuează investigații medicale complexe cu aparatură modernă și personal medical specializat.

Dotate cu baze de tratament unice, hotelurile Internațional și Termal beneficiază de adevărate centre de sănătate ce cuprind: instalații pentru băi la cadă, instalații pentru aplicații calde cu nămol și parafină, bazine cu apă termală, instalații pentru elongații sub apă, instalații pentru electro si hidro terapie, saună, piscine acoperite și în aer liber, săli de gimnastică medicală, cabinete de cosmetică medicală unice, unde se folosesc produse originale românești cu proprietăți biotrofice ca "Gerovital" și "Aslavital", renumite în întreaga lume. Acțiunea conjugată a acestor două produse încetinește procesul de îmbătrânire. Punctele forte ale acestui tratament sunt ameliorarea memoriei, îmbunătățirea circulației sanguine la nivelul creierului și revitalizarea organelor interne.



Timp liber și programe turistice

După orele tonice petrecute în centrele de wellness sau la piscine, la starea de bună dispoziție vor contribui și plimbările pe aleile parcului, vizitarea lacurilor cu nuferi, jocurile de minigolf, șah sau biliard, acestea fiind modalități apreciate de relaxare ale clienților. Cei ce își doresc un sejur cât mai diversificat pot opta pentru jocurile sportive sau pentru plimbări și drumeții în împrejurimi, completate de programele turistice și excursiile speciale oferite la cerere de către Agenția de Turism Felix.

Aqua-agrement și wellness, în orice anotimp, la Băile Felix sunt disponibile 19 bazine în aer liber și acoperite, pentru relaxare într-o zonă liniștită și confortabilă și a beneficia de proprietățile curative ale apelor termale, de masajul subacval, de jocurile și căderile de apă.

Centrele de wellness ale hotelurilor Internațional și Termal au fost create special pentru a menține și îmbunătăți tonusul și condiția fizică și psihică a persoanelor active. Printre serviciile propuse enumerăm: hidroterapia, masajul, hidromasajul complex, dușurile speciale cu cromo și aromo-terapie (la hotel Internațional), jacuzzi, sauna, solarul, saloanele de cosmetică și înfrumusețare. De asemenea, cele două hoteluri dispun și de săli de fitness echipate conform celor mai noi tendințe în materie.

Județul Bihor are un potențial turistic foarte ridicat – atât natural cât și cultural, cu o varietate de resurse turistice - și o poziționare geografică favorabilă mai multor forme de turism (balnear, ecologic, rural, urban, cultural, de afaceri etc.).

Prin frumusețea și originalitatea peisajului natural, prin monumentele istorio-arhitecturale și prin elementele etnografice, tradiții și obiceiuri, oferă turiștilor variate și bogate posibilități de recreere și instruire.

Accesul la frumusețile naturale ale județului este facilitat de existența unor artere de circulație bine întreținute, precum și a unor cabane în care drumețul poate găsi loc de odihnă.

Din punct de vedere turistic în județ există o serie de zone amenajate, înzestrate cu căi de comunicații, cabane, marcaje etc., pe lângă care mai sunt multe zone de interes turistic, ale căror frumuseți reclamă intrarea lor neîntârziată în circuitul turistic al țării.

De reținut este faptul că în luna ianuarie a anului 2008 numărul unităților de cazare din județul Bihor ajunsese la 173. Dintre acestea în Oradea erau 15 unități de cazare, iar în Băile Felix și 1 Mai nu mai puțin de 39

Patrimoniul natural deosebit al județului este marcat de existența carstului împădurit și a unui număr ridicat de peșteri de valoare națională și internațională. Pe lângă acestea, destinațiile urbane cu valoare culturală îmbogățesc oferta turistică a județului.

Zonele de atracție maximă din județul Bihor sunt:

Obiective turistice în localitățile: Aleșd, Băile 1 Mai, Băile Felix, Balc, Beiuș, Biharia, Borș, Buntești, Câmpani, Căpâlna, Cefa, Ceica, Chișcău, Chișlaz, Ciumeghiu, Cociuba Mare, Curtuișeni, Diosig, Galospetru, Gepiu, Gerișu de Criș, Gurbești, Halod, Ineu, Leș, Nucet, Oradea, Pomezu, Popești, Săcădat, Secuieni, Salancea, Sălad, Salonta, Sâmbăta, Sânmărtin, Sănnicolau Român, Sântandrei, Simian, Stâna de Vale, Șuncuiș, Tarcea, Tetchea, Tileagd, Tinca, Vadul Crișului.

Biserici în localitățile: Aleșd, Buntești, Câmpani, Căpâlna, Ceica, Gurbești, Ineu, Nucet, Oradea, Săcădat, Secuieni, Sâmbăta, Tinca, Tileagd, Tetchea.

Cascade în Stâna de Vale.

Castele și turnuri în Aleșd, Balc, Ciumeghiu, Diosig, Sânmărtin, Sănnicolau Român, Tetchea, Tileagd.

Cetăți în Biharia, Oradea, Pomezu, Secuieni, Sălad.

Clădiri administrative în Oradea.

Excursii: Turul orașului Oradea, situat la 9 Km de Băile Felix pe malurile Crișului Repede, este reședința județului Bihor și se prezintă ca fiind cel mai semnificativ centru economic, social și cultural din Nord Vestul României. Oraș cu vechi tradiții istorice și culturale atrage vizitatorii și interesul acestora prin frumusețea și diversitatea obiectivelor turistice: Muzeul Țării Crișurilor, Catedrala Romano-Catolică, Biserica cu Lună, Biblioteca Județeană “Gheorghe Șincai”, Palatul și pasajul “Vulturul Negru”, Teatrul de Stat, Cetatea medievală, precum și numeroase clădiri de la sfârșitul secolului XIX.

Masă pescarească la Cefa, situată la 50 Km de Băile Felix este înconjurată de peste 600 ha de lacuri amenajate pentru culturi piscicole specifice zonei. Hanul pescăresc din localitate atrage zilnic mulți turiști interesați nu numai de mesele pescărești, dar și de peisajul aparte.

La cerere, Agenția de Turism poate organiza și excursii de o zi în centre de interes turistic cum ar fi Cluj-Napoca, Timișoara, Maramureș.

De asemenea, Agenția de Turism organizează la cerere cine festive cu programe folclorice sau de divertisment, foarte apreciate de clienți, fiind binecunoscut succesul de care se bucură.

Lângă Băile 1 Mai se află **Rezervația naturală Pârâul Peta**. În apa termala din pârâul și lacul Peta, cu o temperatura constantă de 30-31° C trăiește melcul *Melanopsis Parreyssi* (relicva din Tertiär) și peștele *Scardinius Racovitzae* precum și specia rară de nufăr subtropical *Numphaea lotus thermalis* (relicva din Tertiär) - monument al naturii.

Excursie la Stâna de Vale. , stațiune de odihnă permanentă, situată în Masivul Vlădeasa la o altitudine de 1100 m, pe valea Iadului, împrejmuită de păduri de conifere este una din cele mai căutate stațiuni montane din zonă și țară.. Datorită poziției sale, Stâna de Vale este o importantă

bază de alpinism, un punct de plecare pe cărările care duc în interiorul Munților Apuseni, un loc ideal pentru practicarea sporturilor de iarnă. Dispune de unități de cazare recent renovate, la dispoziția turiștilor pe întreaga perioadă a anului. Pe timp de vară este locul preferat de iubitorii drumetărilor montane. În anotimpul rece se transformă într-un paradis al practicanților sporturilor de iarnă.

Excursie la Peștera Urșilor, un obiectiv turistic unic în Europa, situată la 90 Km distanță de Băile Felix. Denumirea peșterii se datorează fosilelor a peste 140 de urși de cavernă descoperite aici, care foloseau peștera ca adăpost și care, în urmă cu 15000 de ani, au rămas blocați în interior.

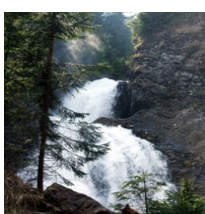
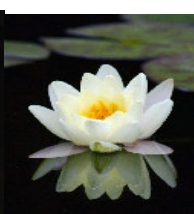
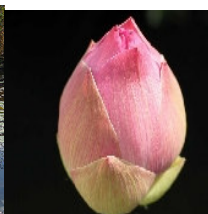
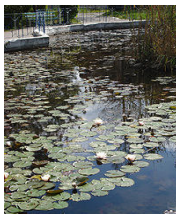
Peștera Urșilor a fost descoperită în anul 1975 în urma unei dinamități în cariera de marmură din zonă. Este situată lângă localitatea Chișcău din județul Bihor și reprezintă unul dintre cele mai importate obiective turistice din Munții Apuseni, rezervație speologică, amplasată în bazinul Crișului Negru, cu o lungime de 1,5 Km, deschisă fluxului turistic intern și internațional. Rezervația este structurată pe două nivele de galerii. Nivelul superior este constituit dintr-o galerie care adăpostește numeroase stalagmite, draperii și câmpuri de stalactite, de cele mai ciudate forme, precum și numeroase urme de viață și resturi fosile ce aparțin faunei din pleistocenul superior-holocen și ursului de cavernă dispărut cu mai bine de 15.000 de ani în urmă.



Regiunea Padiș se află în Munții Apuseni, mai precis în partea de nord a munților Bihor. Din punct de vedere administrativ Regiunea Padiș se găsește în partea sud-estică a județului Bihor, la aproximativ 15 Km de Pietroasa. Regiunea turistică Padiș este constituită din bazinul închis Cetățile Ponorului, cu o suprafață de 36 Kmp (incluzând Cheile Galbenei și Poiana Florilor) la sud-vest și Cheile Someșului Cald - Poiana Vărășoaia. Turistul ajuns în această zonă de o frumusețe fără pereche în mod sigur va reveni.

Peștera Ghețarul de la Scărișoara face parte din sistemul carstic Ghețar - Ocoale - Dobrești, reprezentând (alături de Peștera Pojarul Poliței) etajul superior, fosil al acestuia fiind sculptat în calcare de vârstă Jurasic Superior. Lungimea totală a peșterii este 720 m, denivelarea (negativă) de 105 m. accesul se face printr-un aven de 48 m adâncime și 60 m în diametru.

La baza avenului se găsește poarta propriu-zisă a peșterii facilitând accesul în sala imensă numită și **Sala Mare**, cu un diametru aproximativ de 47 m, ce se continuă spre NV cu sala Biserica, principala atracție turistică a peșterii.



Bibliografie

Wikipedia, enciclopedia liberă

www.hartaturistului.com/ape-termale

www.romanialibera.ro
www.taifasuri.ro
www.turism.ro/statiuni
www.romaniatour.org/bihor
www.fotoromania.net/obiective-turistice/bihor/
Planul Integrat de Dezvoltare Urbană Oradea

SISTEMELE SENZORIALE ȘI COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

Autori:

Diana CIOLOMPEA

Anul III, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Bianca GULIMAN

Anul II, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Lector univ.dr. Flaviu MEGHIȘAN

Abstract:

În prezenta lucrare este analizat comportamentul consumatorului și diverșii stimuli pe care produsele le exercită asupra lor, reacțiile pe care acestea le provoacă. De asemenea este prezentată sensibilitatea clienților în ceea ce privește brandurile. Aceste informații sunt însoțite de exemple elocvente.

Cuvinte cheie: consumatori, sisteme senzoriale, branding, mass - media, simțuri, calitate.

1. Introducere

Cu toții suntem, fără tăgadă, consumatori... Consumul face parte din cotidianul nostru teluric, iar brandurile de succes sunt prezente în producțiile cinematografice, arhitecturi, muzica și moda pubertății (ca de exemplu, Hannah Montana) cărți și desene animate, amenajarea spațiilor urbane și chiar estetica trupului nostru (chirurgia estetică și piercing-ul). Produsele sunt livrate în educație, grădinițe și școli, încă de la o vârstă fragedă, drept dovadă că ne petrecem momentele într-o societate de consum, consacrându-le o parte din ce în ce mai importantă din timpul și din energia noastră.

2. Materiale și metode de cercetare

În 2010, majoritatea locuitorilor planetei habitează în mediul urban. Megalopolurile, cu peste 10 milioane de locuitori, se estimează a fi în număr de 26 în anul 2015. Pe de altă parte, strategiile sofisticate de marketing, își aduc și ele contribuția la o cultură globală de consum, în care locuitorii lumii împărtășesc o devoțiune comună pentru mărci, pentru staruri de cinema, sportivi sau activități de petrecere a timpului liber: tinerii, în mod special, manifestă preferințe identice pentru staruri precum Brad Pitt, Michael Jackson, Britney Spears, Lady Gaga, Florin Piersic sau Adrian Mutu.

Sistemele noastre senzoriale ne determină și ne umplu viața, zi de zi: toate călătoriile consumatorilor au un numitor comun – contactul senzorial. *Brandingul senzorial are drept scop central stimularea relației consumatorului cu brandul.* Viitorul „sună bine”: conform estimărilor, mai mult de jumătate dintre mărcile incluse în „Fortune 500” vor include o strategie de branding senzorial în planificarea lor de marketing. În prezent, 83% din comunicarea comercială se referă la

privirea noastră (ochii noștri). 75% din emoțiile noastre citidiene sunt influențate de miros, iar 65% din schimbarea stării rezultă dintr-un „sunet pozitiv”.⁸¹

Termenul englezesc „*Atmospheric*” semnifică „*ambianță senzorială*”, temă abordată relativ recent în marketing și în psihologia aplicată. Esența acestui subiect este aceea că, flatând simțurile, putem crea stări psihologice pozitive consumatorilor. Termenul de „*estetică*” (grecescul „*aisthetikos*” care înseamnă „capabil de percepție, mai ales senzorială”) a fost introdus în secolul al – VIII – lea de către filosoful german Alexander Baumgarten, ca urmare a interesului său privind impactul trăsăturilor fizice asupra experiențelor personale.

Să ne gândim la un film - dacă cenzurăm pe rând sau aleator dialogul, efectele sonore, muzica sau chiar imaginea, nu mai rămâne nimic din magia cinematografică. Plasticul este un material substituit, atât pentru haine „de piele” cât și pentru boluri de bucătărie, ghivece, jucării și țevi pentru diferite utilizări. Așa că expresia „pare de plastic” semnifică ceva fals. Însăși oamenii nesinceri și versatili sunt catalogați „de plastic”. Un miliardar japonez cere argaților săi ca uriașa alee din fața casei să fie măturată zilnic. Apoi, sunt presărate într-un mod estetic, câteva frunze, astfel ca totul să pară real. *Concluzia: lucrurile prea perfecte sunt percepute ca falsuri.*

Atunci când vorbim despre influențarea comportamentului consumatorului, ne gândim instantaneu la forța pe care o au mass-media și publicitatea. Mai mult, am putea crede că, exceptând influența mesajului publicitar, comportamentul consumatorului se află totalmente sub control propriu. În realitate, situația este alta, în principal datorită a două motive:

- ❖ *Capacitatea uriașă de a procesa informații, specifică ființei umane.* Vinul este veritabil dacă dopul care-l etanșează este confecționat din plută. Rolls – Royce merge mai bine dacă interiorul său miroase a piele.
- ❖ *Căutarea emoțiilor și a contactului social, indispensabile confortului său psihologic:* piersica proaspăt culeasă, pe care biază roua dimineții. Cumpărătorii Sony (mai mult decât cei de Panasonic) au fost de acord că această marcă posedă o claritate excepțională a sunetului și a imaginilor, astfel că experiența oferită este distinctă și agreabilă. Sony poate stabili prețuri mai înalte, pentru că unul din patru americani este loial acestei mărci. Săpunul Irish Spring are un parfum puternic și intens: „Proaspăt, aer de primăvară, luminos, aerisit”.

*Reacția emoțională față de diferite branduri poate fi exprimată, astfel:*⁸²

$\text{Reacție emoțională} = \text{Simțuri evocate} \times \text{Reacție pozitivă} \times \text{Emoție}$
--

⁸¹ Conform <http://www.brandsense.com/>

⁸² Martin Lindstrom - „Branduri senzoriale”, Editura Publica, București, 2009, pag. 214.

Stimulii externi, sau *intrările senzoriale*, pot fi receptate prin mai multe canale. Diferite studii întreprinse ne arată că 40% dintre deciziile de achiziționare a unui parfum se bazează pe designul recipientului. Lamborghini a patentat deschiderea portierelor în sus și nimeni nu poate reproduce un sistem de deschidere identic.⁸³

De asemenea, *simțurile noastre nu sunt independente unele de altele*; de exemplu, ceea ce vedem, are repercusiuni și asupra altor senzații. Putem vedea un afiș, auzi o sonerie, putem atinge un pulover din cașmir, gusta un nou parfum de înghețată sau simți noul prosop din bumbac achiziționat, prospețimea after-shave-ul preferat sau o vestă din piele. Conform unor cercetători, dilatarea pupilei ar putea indica o creștere a interesului sau a nivelului atenției, însă această creștere ar putea reflecta o mai mare disponibilitate sau respingere față de produsul respectiv.⁸⁴

Motivațiile hedoniste reprezintă impulsuri comportamentale, a căror origine se localizează în nevoia de a obține plăcerile vieții. Aici descoperim importanța simțurilor și a erustivității. Ciocolata evocă senzația gustului și în plus, „se topește în gură”. O loțiune de bărbierit evocă senzația de prospețime pentru pielea feței. Militarii în retragere (rezervă) își păstrează uniforma și bocancii. Bărbații pleacă la pescuit sau pe stadioane pentru a se recrea și pentru a face galerie. Se afirmă adesea că femeilor le place „să alerge prin magazine”. O femeie, mamă de familie, păzitoarea căminului, este (i)mobilizată de numeroase sarcini: menajul, călcatul, curățirea geamurilor, cumpărăturile alimentare, pregătirea mesei, orele de servicii, ș.a., și nu are timp nici un minut pentru ea însăși. Or, ea își recapătă statutul de femeie când poate trânti ușa uitând că este mamă, soție, vecină, mătușă, ș.a.m.d., și când se distanțează de toate obligațiile casnice. Așa că, plimbându-se prin magazine, redevine ea însăși, își redobândește statutul de tânără femeie – ea poate visa, încerca, descoperi și chiar cheltui. Magazinul devine pentru ea singurul loc de manifestare și de descătușare a impulsurilor.⁸⁵ Cele mai multe persoane, atunci când văd un operator de interviu (pentru a ne solicita completarea chestionarelor de marketing), un vagabond, un cerșetor insistent, un polițist sau un funcționar de Fisc, se îndepărtează, se prefac că sunt preocupate de alceva și grăbesc pasul...

Condițiile de mediu în care ne aflăm, pot condiționa alegerea culorilor vestimentației noastre. O suită de experimente ne demonstrează că, temperatura sau un curent de aer mai mult sau mai puțin rece, contribuie la alegerea culorilor vestimentației: dacă stăm la cald vom prefera culorile reci, și invers.

Intrările captate prin cele cinci simțuri ale noastre constituie datele brute, la originea procesului de percepție. Astfel, datele senzoriale care provin din mediul exterior pot genera senzații

⁸³ Martin Lindstrom - „Branduri senzoriale”, Editura Publica, București, 2009, pag. 125-126.

⁸⁴ Robert H. Gass, John S. Seiter - „Manual de persuasiune”, Editura Polirom, Iași, 2009, pag. 68.

⁸⁵ Revista „Marketing. Management”. Studii, cercetări, consulting, Editată de AROMAR, ANUL XII, vol. 5/2002 (71), pag. 398 – 401, articolul „Forțele psihologice ale actului de cumpărare și creația publicitară”, autori Flaviu Meghișan și Marie – Paul Dolle.

interne ca de exemplu: rețineria amintirii primului dans, a aromei cinematografului, a parfumului partenerei, a mângâierii părului acesteia pe fața noastră sau mirosului distinct de mașină nouă*. Elemente de identitate precum siglele, tipul caracterelor, ambalajele, iluminatul, arhitectura clădirilor, uniforme angajaților, cărțile de vizită, publicitatea și prezentarea la locul cumpărării, parfumurile, fondurile sonore, ornamentele, ș.a., creează și transmit universul dorit. Aceste reacții formează o parte importantă a *consumului hedonic*, adică aspectele multisenzoriale, imaginare și emoționale ale relațiilor consumatorului cu produsele.

Din punct de vedere al contextului social, stilul și calitatea senzorială înfrumusețază mediul existențial, delimitează zonele destinate plăcerii și relaxării, reduc stressul și capacitează oamenii în a comunica. Un produs banal precum hârtia igienică este oferită de către producătorii actuali ca fiind „parfumată, pufoasă și decorată”. Culoarea, forma, linia și motivul sunt componente ale stilului vizual. Volumul, înălțimea și frecvența sunt componente ale stilului auditiv. *Așadar, achiziția și consumul reprezintă experiențe multisenzoriale.*

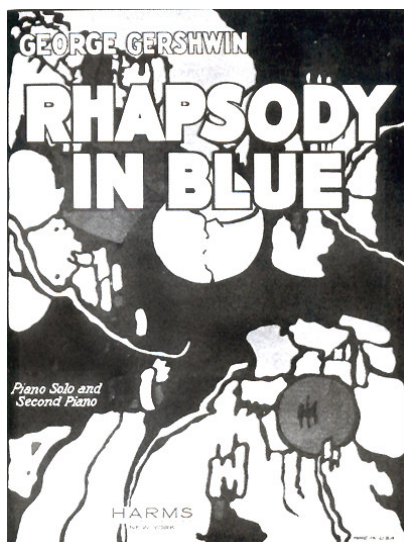
Calitatea senzorială specifică unui produs poate ajuta considerabil la demarcarea de produse concurente, în mod special dacă marca creează o asociere unică cu senzația. Marca Fructis de la Garnier s-a impus în rafturile supermarketurilor prin culoarea sa verde, aproape fluorescentă. Imposibil să nu o vezi!. Mai mult, această culoare este asociată cu mărul verde, component al produsului. Cei de la Nokia afirmă că telefoanele lor „sunt prietenoase cu oamenii”, în campania cu expresia „Tehnologie Umană”, ce ulterior a fost înlocuită cu „Connecting People”. În medie, un consumator vizitează locațiile Starbucks de optsprezece ori pe lună, cheltuind peste 60 de dolari.

Stimularea unui simț de către un altul este denumită *sinestezie**. Compozitorii Scriabin și RymnskyKorsakov au asociat mental culorile cu muzica: mi major cu albastru, la minor cu mov, re major cu galben.

* mirosul de mașină nouă reprezintă o strategie de succes a marketingului, cu impact direct asupra fanteziei cumpărătorului. Acest miros este înmagazinat în tuburi de aerosoli, dispuse la intrarea în fabrică. Atunci când automobilul părăsește linia de producție, parfumul este pulverizat în interiorul acesteia. Persistă circa șase săptămâni, apoi se estompează și amestecă cu alte deodorante pentru automobil, mirosul de tabac, etc.

* Termen ce provine de la grecescul *syn* (împreună) și *aisthanesthai* (a percepe). Sinestezia reprezintă integrarea elementelor primare (culori, forme, texturi și parfumuri) într-un sistem de atribute, apt să exprime un stil distinct.

„Rhapsody in Blue” este o compoziție muzicală de către [George Gershwin](#) pentru pian solo și trupă de jazz, compusă în 1924, care combină elemente din [muzică clasică](#) cu [jazz](#)..



Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/Rhapsody_in_Blue

Povestea despre „atingerea lui Midas”^{*} nu este doar o legendă. *Atingerea oamenilor este persuasivă, pentru că are un efect fulger asupra imediațetii, afecțiunii, similarității, relaxării, simplității și orientării spre sarcini. Simțul tactil ne informează în permanență cu privire la mediul nostru înconjurător.*

Deși au fost efectuate puține cercetări asupra efectelor stimulării tactile asupra comportamentului consumatorilor, simpla observare ne confirmă că acest canal senzorial este important. Pielea este cel mai mare țesut al corpului uman, iar elementele care o alcătuiesc sunt foarte bine reprezentate în cortex. De pildă, suntem conștienți în mod instantaneu de căldură, frig, durere sau presiune. Durerea este transmisă de la piele către creier; cei care nu simt durerea se pot alege cu leziuni grave. În țările asiatice, masajul reprezintă o tehnică de relaxare a mușchilor încordați. Prin *shiatsu*, japonezii practică presopunctura, folosind degetele. Se apreciază că avem 50

^{*} *Midas*, rege frigian, fiul lui Gordius. La un moment dat, Silenus, beat fiind, s-a rătăcit din cortegiul zelui Dionysos, care călătorea din Tracia spre Frigia. Fiindcă Midas s-a purtat bine cu Silenus, care fusese găsit în grădinile cu trandafiri ale regelui, Dionysos i-a făgăduit că, drept răsplată, îi va îndeplini orice dorință. Lacom de bogății, Midas a cerut ca tot ceea ce va atinge să se transforme în aur. Dionysos i-a îndeplinit dorința, așa cum făgăduise. Spre groaza lui Midas, când a vrut însă să se ospăteze, n-a putut pune nimic în gură deoarece, de îndată ce le atinge, bucatele și băutura se transformau în aur. Doborât de foame și sete, Midas i-a cerut atunci lui Dionysos să-l scape de darul său împovăraător, deși acesta îl îmbogățea din ce în ce mai mult. Zeul Dionysos l-a îndemnat pe regele Midas să se scalde în apele Pactolului. După ce s-a scăldat, Midas a redevenit muritor de rând. În schimb, spune legenda, apele în care s-a scăldat au rămas de atunci bogate în nisip aurifer.

de receptori la 100 de milimetri pătrați, fiecare reunind 640.000 de microreceptori destinați simțurilor.

Tactilul este omniprezent, fiind un simț social, pe care trecerea anilor îl afectează cel mai puțin. Gesturile *haptice* (sau de atingere) au un efect deosebit. Forța tactilului acționează instantaneu. Cei de la Ericsson dialogau cu clientul: „Ține-l doar o dată în mână și vei deveni dependent...Ai senzația că a devenit o parte din tine”. Materialele servesc sursă de identitate pentru comunicarea tipărită, pentru exterioarele și interioarele de birou și echipamentul angajaților. Distribuitorii de vestimentație prin corespondență le expediază clienților mostre de material textil, pentru a experimenta „atingerea directă”. Peste jumătate dintre bărbații americani și englezi cunosc experiența tactilă marca Gillette în fiecare dimineață, ca bărbierit curat și fin. Bărbații români, prin achiziționarea brandului conferă o șansă în plus fotbalului românesc, așa cum ne sugerează *regele* Gheorghe Hagi.

Gillette descoperă învingătorii de mâine!

Hagi, Popescu și Petrescu susțin campania de selecții naționale Gillette. Campania „Suporter pe viață...în fiecare dimineață”, fenomenul fotbalistic marca Gillette desemnează finaliștii care vor urma stagiul de pregătire de un an la Școala de Fotbal „Gică Popescu”.

După ultimul său joc de la mondiale și episodul [Zidane vs Materrazzi](#) Zidane a fost gratulat de către președintele Franței, Jacques Chirac. Fostul căpitan al reprezentativei Franței, Zinedine Zidane, l-a lovit cu capul în piept pe fundașul italian Marco Materazzi, gest pentru care a fost eliminat în finala Cupei Mondiale din Germania, ultimul său meci din carieră.

Chirac i-a transmis lui Zidane „admirația, afecțiunea dar și respectul întregii națiuni”. „Sunteți un virtuoz, un geniu al fotbalului mondial, așa cum sunteți și un om de suflet, de angajament, de convingere. De aceea Franța vă iubește și vă admiră”, a declarat Chirac.

Suporterii francezi i-au mulțumit fostului căpitan al echipei naționale prin intermediul unui site, www.mercizidane.fr lansat de firma de echipament sportiv Adidas. Adidas a subliniat că eliminarea din finală nu va afecta relațiile cu Zinedine Zidane, cele două părți semnând în 1996, un contract de reprezentare valabil până în 2017.

Obişnuim să lovim cu piciorul pneurile automobilului pe care vrem să-l achiziționăm. Pentru 49% dintre cei care doresc să facă o opțiune, trecerea mâinilor peste volan și dispozitivele de control, este foarte importantă.

Figura 1. Importanța tactilului

<i>Categoria tactilă (%)</i>	<i>Diversiment</i>	<i>Articole vestimentare</i>	<i>Fast-food</i>	<i>Băuturi răcoritoare</i>	<i>Automobile</i>	<i>Telefoane</i>	<i>Înghețată</i>	<i>Săpun</i>
<i>Câteva – foarte important</i>	11,6	82,2	10,4	15,1	49,1	43,9	21,7	61,5

Sursa: Martin Lindstrom - „Branduri senzoriale”, Editura Publica, București, 2009, pag. 127.

Atingerea în sine este un gest foarte ambiguu. Ceea ce o persoană ar putea-o interpreta drept „afecțiune” sau „prietenie”, alții ar acuza de „flirt” sau „hărțuire sexuală”. Atingerea umărului cu mâna este un semn de încurajare sau o încercare de a-ți arăta superioritatea – dominarea? Așadar, interpretarea atingerii depinde de o sumă de factori, context, gen și cultură.

Câțiva studenți aveau rolul de a aborda câteva sute de persoane aflate în centre comerciale, pentru a le stimula să participe la un sondaj privind reclamele televizate. Formulând rugămintea, studenții atingeau (sau nu) brațul interlocutorului și îl priveau (sau nu) direct în ochi. Rezultatul a evidențiat că tactilul stimulează (în cazul nostru cu o rată de 76%), comparativ cu absența contactului (47%).

Unei chelnerițe, îi vom urma recomandarea despre meniul zilei și îi vom lăsa un bacșiș mai mare dacă aceasta ne atinge pe braț în timpul mesei. Aceleași chelnerițe, care repetă după noi toate amănuntele comenzii*, va fi răsplătită în plus. O chelneriță care zâmbește va primi mai multe bacșișuri decât alta care stă încruntată. Aceeași chelneriță, aplecată puțin spre client, reduce distanța care îi separă, inducând un sentiment de familiaritate și intimitate, iar aprecierea va fi mai favorabilă. De ce faptul de a zâmbi, te face frumos?⁸⁶ Atunci când zâmbim, suntem percepuți ca fiind mai prietenoși, mai buni, mai sociabili și mai inteligenți, însă tipul zâmbetului își are propria importanță.

Dacă strângerea de mână semnifică încheierea cu succes a unui contract comercial, un contact tactil cu privirea unei colege ne face să „avem furnici pe șira spinării și inima să o ia razna...” Se afirmă uneori: „gustăm cu nasul”, „vedem cu degetele” și „auzim cu ochii”. Ca și tactilul propriu-zis și zâmbetul, privirea care „atinge” influențează comportamentul individului, ca drept dovadă comportamentele nonverbale simulate prin expresiile: „privește-mă în ochi și spune-

* Efectul „cameleon” este eficient. Percepem mai favorabil o persoană care ne imită și o simțim mai aproape nouă.

⁸⁶ Un comercial trebuie să-i zâmbească clientului. Dar cum anume, în ce moment și adăugat la ce? Zâmbetul poate avea multe semnificații. De la surâsul abia perceput al Giocondei, la zâmbetul larg al lui Fernandel și la cel al lui Ion Iliescu...

Referințe după lucrarea lui Nicolas Guéguen - „Psihologia consumatorului”, Editura Polirom, Iași, 2006, pag. 185 – 220; 223 și 237 - 238.

mi că...”, „a face ochi dulci” sau „ochi galeși”, „ochi alunecoși”, „a dezbrăca cu privirea”, „a-i sclipi ochii de inteligență”, ș.a.m.d.

3.Rezultate

Un studiu efectuat în anul 1991 a conchis: există o relație pozitivă și direct proporțională între atractivitatea fizică și salariu, astfel că sunt plătiți mai bine cei mai frumoși. Evaluarea a fost realizată cu ajutorul a peste 700 de foști studenți din anii superiori ai unei facultăți cu specializare comercială. Studenții care absolviseră de zece ani au fost chestionați în legătură cu serviciul lor, salariul, familia lor, ș.a. *Comparativ cu persoanele mai puțin atrăgătoare, oamenii frumoși sunt considerați mai fericiți, mai inteligenți, mai prietenoși, mai puternici și mai buni.* Femeile atrăgătoare obțin mai multe întâlniri sentimentale, calificative și note mai bune la examene și sentințe jedecătorești mai blânde. *Persoanele atractive au mai multă încredere în sine decât celelalte.* De mici, învățăm că frumusețea este adesea asociată cu binele (prințesa cea frumoasă, Făt-Frumos, Cenușăreasa), iar urâtenia cu răul (vrăjitoarea cea urâtă, surorile vitrege și urâte).

Frumusețea vinde: produsele și serviciile propuse de persoane atrăgătoare se epuizează mai repede. Arnold Schwarzenegger și Vladimir Putin sunt deosebit de credibili în a câștiga încrederea și simpatia electorilor. *Arnold Alois Schwarzenegger* (n. [30 iulie 1947](#)) este un fost campion mondial de body buiding, [actor american](#) originar din [Austria](#), în prezent politician [republican](#), servind ca și cel de-al treizeci și optulea [guvernator](#) al [statului California](#). *Putin* a început să se antreneze practicând sambo (artă marțială originară din Uniunea Sovietică) de la vârsta de 14 ani, înainte de a trece apoi la practicarea [judo](#)-ul, pe care îl exercită și în prezent. Vladimir Putin a fost desemnat „Persoana Anului 2007” de către revista americană [Time](#) pentru că a adus stabilitate și a acordat un nou statut țării sale. *Premiul este acordat pentru o „pricepere extraordinară de lider, pentru preluarea unei țări care se afla în haos și căreia i-a adus stabilitate”,* a declarat la postul de televiziune [NBC](#) Richard Stengel, redactorul șef al revistei Time.

O senzație asupra pielii stimulează sau calmează, fie că este vorba despre un masaj senzual (tantric) sau de trecere a unui curent de aer rece. *Atingerea a fost apreciată ca un factor care influențează vânzările.* În magazine, prezentatoarele de produse alimentare în timpul demonstrației atingând ușor interlocutorii, au șanse mai mari de a-i face să guste un nou produs și să-i determine să accepte cupoanele pentru o marcă.

Lanțul britanic de magazine mici și mijlocii *Asda*, propune clienților săi rulouri de hârtie igienică fără ambalaj, pentru ca aceștia să poată compara textura. În funcție de detailist, vânzările mărcii *Asda* ar fi crescut substanțial și rafturile ocupate de acest produs s-ar fi mărit cu 50%.⁸⁷

⁸⁷ Adaptare și sinteză după Michael Solomon, Elisabeth Tissier – Desbordes, Benoît Heilbrunn - „Comportement du consommateur”, 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005, pag. 44-53.

Japonezii merg și mai departe, cu ceea ce numesc tehnica Kansei, o filosofie care transformă sentimentele clienților în elemente de design. Astfel, designerii de automobile Mazda Miata vizează tinerii posesori auto care văd în automobil o prelungire a corpului lor, o senzație pe care o denumesc „osmoza între cavaler și armură”. După îndelungi cercetări, au descoperit că o amplitudine de 9,5 cm. pentru schimbătorul de viteză ar permite dezvoltarea unui sentiment optim de conducere sportivă și sigură. *Textura țesăturilor și alte materiale este asociată cu calitatea produsului. Unii profesioniști în marketing urmăresc o manieră de utilizare a atingerii pentru a suscita interesul consumatorului, încă de la ambalaj.* Anumite flacoane de produse de frumusețe sunt alcătuite dintr-o rășină fină la atingere. În domeniul îmbrăcăminte, a lenjeriei de pat sau tapițerie pentru mobilă, percepția bogăției sau calității materialelor (aspre sau netede, suple sau tari) este legată de senzații, pe când o textură moale precum mătasea, este asociată luxului. Blugii sunt practici și rezistenți. Unele din aceste asocieri dintre atingere și calitate sunt prezentate în figura următoare.

Figura 2. Opoziția sau asocieri tactile ale țesăturilor

Percepția	Bărbat	Femeie	
Luxos	Lână	Mătase	Fin
Obișnuit	Blugi	Bumbac	Grosier
Greu		Ușor	

Sursa: Michael Solomon, Elisabeth Tissier – Desbordes, Benoît Heilbrunn - „Comportement du consommateur”, 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005, pag. 52.

Fibrele alcătuite din materiale rare sau a căror finețe cer multă pricepere, sunt în general mai scumpe și în consecință sunt percepute ca fiind mai elegante. În aceeași manieră, textilele mai delicate sunt asociate cu femeile și rugozitatea cu bărbații.

4. Concluzii:

Din punct de vedere al contextului social, stilul și calitatea senzorială înfrumusețează mediul existențial, delimitează zonele destinate plăcerii și relaxării, reduc stressul și capacitează oamenii în a comunica.

Condițiile de mediu în care ne aflăm, pot condiționa alegerea culorilor vestimentației noastre.

Textura țesăturilor și alte materiale este asociată cu calitatea produsului. Unii profesioniști în marketing urmăresc o manieră de utilizare a atingerii pentru a suscita interesul consumatorului, încă de la ambalaj.

Intrările captate prin cele cinci simțuri ale noastre constituie datele brute, la originea procesului de percep.

Atingerea în sine este un gest foarte ambiguu. Interpretarea atingerii depinde de o sumă de factori, context, gen și cultură.

Cu toții ne depozităm valorile, sentimentele și emoțiile în „banca memoriei” cu ajutorul a cel puțin cinci simțuri: imagine, sunet, miros, gust și tactil. Biblioteca memoriei noastre acumulează informații încă de la naștere. Evenimentele, stările, sentimentele și mărcile din viața noastră sunt „înregistrate” în continuu de către sistemul nostru senzorial.⁸⁸

Bibliografie:

1. Martin Lindstrom - „Branduri senzoriale”, Editura Publica, București, 2009
2. Robert H. Gass, John S. Seiter - „Manual de persuasiune”, Editura Polirom, Iași, 2009
3. Nicolas Guéguen - „Psihologia consumatorului”, Editura Polirom, Iași, 2006
4. Michael Solomon, Elisabeth Tissier – Desbordes, Benoît Heilbrunn - „Comportement du consommateur”, 6e édition, Pearson Education Inc./Prentice Hall, 2005
5. Revista „Marketing. Management”. Studii, cercetări, consulting, Editată de AROMAR, ANUL XII, vol. 5/2002, articolul „Forțele psihologice ale actului de cumpărare și creația publicitară”, autori Flaviu Meghișan și Marie – Paul Dolle.
6. <http://www.brandsense.com/>
7. <http://en.wikipedia.org/>

⁸⁸ Martin Lindstrom - „Branduri senzoriale”, Editura Publica, București, 2009, pag. 24 – 26.

ECONOMIA EXPERIENTELOR LA PENSIUNEA TURISTICA „VIRGINIA”

Autori: Niculina NEAGOE

Valerica MANOLE

Anul II, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Prof.univ.dr. Gheorghe MEGHIȘAN

Un bun venit în Argeșul milenar, unde s-a zămislit cea mai frumoasă legendă a construcției fără de moarte – cea a Meșterului Manole, unde s-a format poporul român și s-a întemeiat statul feudal Țara Românească, unde s-a redactat primul document în limba română, unde și-au avut reședința cei mai vestiți domnitori valahi și de unde au pornit oameni de seamă ai istoriei și culturii neamului românesc. Argeșul de astăzi continuă tradiția înaintașilor săi, dezvoltând atât economia, agricultura, turismul și serviciile pentru populație, dar și viața spirituală, menținându-se ca o zonă distinctă în cadrul României, fiind o punte de legătură între trecut, prezent și viitor, între România și Europa. Argeșul a fost și va rămâne unul dintre cele mai importante leagăne ale istoriei neamului românesc, al culturii și spiritualității sale, un județ în care istoria și inteligența au dat de-a lungul veacurilor personalități de seamă ale României. Cu o economie puternică, cu un deosebit potențial uman și beneficiind de resurse naturale semnificative, Argeșul se situează în primele patru județe ale țării, din punct de vedere al creșterii economice și are perspective reale de a-și continua dezvoltarea într-un ritm susținut, în toate domeniile vieții sociale. Tradiționala ospitalitate românească alături de frumusețea plaiurilor argeșene și de atractivitatea potențialului economic al județului, constituie argumente de necontestat în favoarea înscrierii județului Argeș pe harta priorităților, inclusiv a celor de natură investițională în turism, pentru viitorii noștri parteneri interni și externi. Județul Argeș are de acum un ”Master plan pentru dezvoltarea turistica a zonei montane a județului Argeș” – un document care evidențiază și promovează turismul argeșean și potențialul turistic al regiunii noastre, modernizarea și dezvoltarea infrastructurii de turism fiind o prioritate a Consiliului Județean Argeș – turismul este o ramură importantă în contextul dezvoltării județului. In numele locuitorilor acestui județ, vă invităm să descoperiți frumusețile, să ne cunoașteți la noi acasă!*

Cuvinte – cheie : master plan , analiza SWOT, agroturism, potențial turistic, sezonabilitate

* Dispunând de un cadru natural deosebit în județ, Consiliul Județean Argeș dorește să promoveze, în cadrul regiunii de dezvoltare, în țară și în afara țării, obiectivele de interes turistic național aflate pe teritoriul său și să dezvolte infrastructura specifică activității de turism. Oricine vizualizează ”Master planul pentru dezvoltarea turistica a zonei montane a județului Argeș” poate remarca faptul că, avem de-a face cu imagini care reflectă o frumusețe deosebită a reliefului, cu un potențial de dezvoltare extraordinar, dar și o bogată moștenire culturală și religioasă. Județul Argeș dispune de un potențial turistic deosebit, care îl plasează, la nivel național, pe un loc prioritar în acest domeniu. Județul Argeș este unul din spațiile voievodale mirifice în care cadrul natural se împletește armonios cu vestigiile trecutului glorios și cu tradițiile culturale ale neamului românesc.

1. INTRODUCERE

Pentru dezvoltarea turismului în județul Argeș - zona comunei Lerești - se impune ridicarea standardelor serviciilor, facilităților și produselor pentru a satisface așteptările turiștilor. Pensiunea intenționează să atragă turiști atât din străinătate cât și din interiorul țării, să se poziționeze în percepția acestora prin servicii de calitate, seriozitate, colaborare viabilă pe termen lung, o atmosferă caldă, ospitalieră, rustică într-un cadru tradițional tipic românesc. Pensiunea va respecta condițiile și exigentele UE în ceea ce privește nivelul, structura și calitatea ofertei, implementând un sistem de management al calității totale pentru alinierea la cerințele și standardele europene. Turismul rural a cunoscut în ultimul deceniu o evoluție spectaculoasă, atât în planul ofertei cât și al cererii. În ultimii ani, turiștii străini aleg în număr tot mai mare România ca destinație pentru vacanțele de relaxare. De ce preferă turiștii străini pensiunile agroturistice din România? Ce anume caută ei?*****

Ținut de istorie și legendă, de trăiri și împliniri, județul Argeș, oferă celui care-i străbate drumurile peisaje de vis, monumente, muzee, case memoriale, colecții folclorice, într-un spațiu care constituie una din zonele etnografice cele mai importante ale României. Unele sate din zona submontană sunt situate în peisaje ca de baladă pastorală, cu elemente etnografice cuceritoare, ca de pildă Lerești, un sat turistic de prim rang. Un sejur petrecut aici nu poate fi uitat de nimeni. Și nu doar datorită peisajului, ci și grație multor altor elemente: cultura populară, datinile, arhitectura țărănească, bucătăria tradițională. De asemenea, condițiile naturale favorabile, cu un climat montan moderat, au favorizat popularea acestui spațiu. Spațiul rural românesc, în ansamblul acestuia, dispune de un potențial turistic însemnat, conferit de bogatele și variatele resurse naturale și antropice cu care este înzestrat. În zona Muscel, natura a fost probabil și mai generoasă, notorietatea acesteia depășind de mult granițele țării. Dezvoltarea agroturismului și a turismului rural, în ultimii ani, a determinat apariția unui număr însemnat de pensiuni, număr în continuă creștere. Aceste pensiuni sunt omologate conform prevederilor în vigoare, ele figurând în catalogul ANTREC. Practicarea turismului rural, respectiv a agroturismului generează fluxuri economice și sociale deosebit de complexe. Astfel: materializarea ofertei agroturistice (de cazare și servicii) antrenează dezvoltarea unor activități precum: construcțiile, agricultura (atât producția vegetală cât și cea zootehnică), mica industrie locală, meșteșugurile, artizanatul etc.; pe de altă parte însă, realizarea efectivă a produselor agroturistice determină o creștere de venit, care va genera dezvoltarea și modernizarea ulterioară a gospodăriei și a comunității rurale, creșterea nivelului de trai al locuitorilor spațiului rural; dezvoltarea agroturismului determină, în mod evident, dezvoltarea infrastructurii fizice, sociale, comunicaționale etc.

În ultimii ani, pe fondul declinului tot mai accentuat al economiei locale, în special al industriei, materializat prin închiderea marilor agenți economici locali, în zona Câmpulung Muscel tot mai mulți investitori au început construcția de cabane și pensiuni turistice pentru a exploata bogăția peisagistică deosebită a zonei. Cea mai mare amploare se înregistrează în comuna Rucăr și Dragoslavele, urmate de Lerești și Valea Mare - Pravăț. Obiectivele turistice insuficient exploatate, existente în zona Câmpulung Muscel,

să se bucure de aer curat, nepoluat, să admire peisaje și locuri pitorești; să se relaxeze ascultând mai degrabă șipotul izvoarelor sau ciripitul pasarelelor decât zgomotul cluburilor sau hurelul motoarelor; să admire peisaje și locuri pitorești, să guste preparate tradiționale să cunoască datini și obiceiuri străvechi, să admire sau să achiziționeze obiecte de artizanat; să facă drumeții sau sporturi adecvate zonei;

sunt obiective istorice și de cult, clădiri - monumente de arhitectura, monumente și însemne memoriale, muzee.

2. MATERIALE SI METODE DE CERCETARE

Analiza SWOT (vezi Anexe)

Pensiunea este așezată în centrul unei zone geografice extrem de pitorești:

- La poalele Munților Iezer - Păpușa înconjurați pe trei laturi de apele Doamnei și Dâmboviței un spațiu de frumusețe al drumetiei montane
- Coroana piscurilor înalte rămâne deschisă spre sud, loc de ieșire al apelor bogate ale Râului Târgului spre ținutul muscelor.
- Turismul în Iezer Păpușa va fi strâns legat de existența Pensiunii Virginia, ca și de potecile spre lacul Iezer și Vf. Iezerul Mare.
- la 7 km de lacul de acumulare al hidrocentralei Lerești
- la 25 de km (din care 15 km pe drum european) de peștera Dîmbovicioara

Cea mai apropiată localitate urbană este orașul Câmpulung, situat la numai 15 km de pensiune, de asemenea accesul în comună se face din drumul european București – Pitești - Câmpulung - Brașov care traversează munții Carpați prin culoarul Rucăr - Bran. Formele de relief care predomină în comună sunt : dealurile, lunca, pe care sunt așezate locuințele cetățenilor. Comuna Lerești se întinde pe o suprafață de 14.049ha și are ca vecini: Comuna Valea Mare Pravăț; Comuna Bughea de Sus; Comuna Nucșoara – Munții Făgărașului; Drumul Național Câmpulung – Brașov.

Solul este format dintr-un strat puțin fertil, având în compoziție aproximativ 80% pietriș datorită faptului că albia Râului Târgului a fost deviata de mai multe ori. Clima este temperată. Temperaturile se mențin în limitele normale vara între 12 – 25 grade Celsius iar iarna între 5 și - 10 grade Celsius. Precipitațiile sunt sub formă de ploaie, lapoviță și ninsoare în cantități normale. Nu au fost înregistrate cantități exagerate. Comuna Lerești este străbătută de apa Râul Târgului, care se formează din izvoarele principale : Bătrâna, Cuca și Râușorul, cei trei afluenți care izvorăsc din Munții Făgărașului. În amonte de comuna Lerești se află Barajul Râușor(lac de acumulare artificial) în care se varsă “Râușorul”, “Bătrâna” și “Cuca”. Comuna Lerești figurează în evidențele ultimului recesământ cu o populație de 4950 locuitori. Transportul în comună se face pe drumul DJ 734, care începe de la intrarea în comună, punct “Garda” și duce până la Cabana Voinea (partea de nord a comunei). Comuna Lerești are rețea dubla de alimentare cu apa potabilă în toată comuna. Menționăm ca există proiecte privind canalizare apă menajeră și introducerea gaze naturale, în faza de executare. Varietatea reliefului, desfășurarea acestuia pe înălțimi între 500 și 1500 m, condițiile climatice, substratul calcaros ori conglomeratic, imprimă vegetației disponibilitatea etajată și bogăția speciilor. Fără îndoială, vegetația forestieră ocupă primul loc în ecosistem. Răspândite în ținuturi masive și mai ales pe versanții masivelor muntoase din zonă, pădurile constituie o bogăție naturală deosebită, ce a avut un rol important în viața populației locale. Raportat la suprafața zonei, procentul de vegetație forestieră este de 47%, valoare normală pentru un culoar depresionar carpatic, datorită populației timpurii. În același timp, dezvoltarea păstoritului, a determinat de-a lungul veacurilor extinderea pășunilor și fânețelor montane, înlocuind unele suprafețe cu pădure. În ceea ce privește repartitia altitudinală a pădurilor, distingem un prim etaj al pădurilor de foioase, îndeosebi făgete, situat între 500-1000 m și un etaj al pădurilor de amestec, până la 1400-1500 m. Alături de fag, cel mai răspândit arbore al acestor păduri, care poate atinge pe versanții lini și însoriți o talie impresionantă, se mai află carpenul, frasinul și mestecănul. Pe dealuri își fac apariția uneori și exemplare de ulm de munte și chiar

arțar. Tabloul acestor păduri este inegalabil prin cromatică, îndeosebi primăvara și toamna. Cele mai răspândite specii de conifere sunt molidul, bradul și laricea, toate de o mare valoare economică. Dintotdeauna pădurile au exercitat o atracție irezistibilă pentru oameni, oferindu-le cu generozitate resurse de hrană, material de construcții și adăpost. În milenara existență umană s-a verificat și proverbul conform căruia „românul este frate cu codrul” și s-au pus bazele unei civilizații carpatice a lemnului. Și astăzi, în gospodăriile lor, localnicii folosesc într-o măsură apreciabilă lemnul, deși materialele lor de construcție moderne se află în ofensivă la acest sfârșit de mileniu. Pajiștile secundare reprezintă o asociație care ocupă, datorită dezvoltării unui păstorit intens și străvechi, mari suprafețe în zona Muscel. Covorul pajiștilor montane este format din numeroase specii reprezentative ca păiuș, firuța, țepoșica, trifoiul alb. Un peisaj original îl constituie vegetația zonelor carstice, în care alături de ovăsciorul auriu, ori specii de păiuș, își fac simțită prezența garofița și rogozul, care înviorează decorul poliilor și colinelor. Specii de mare interes științific sunt desigur endemismele, dintre care amintim garofița Pietrei Craiului, unică în lume, alături de sângele voinicului, bulbucul de munte, drobușor ori smirdar. În acest context s-a impus înființarea unor rezervații naturale, între care cea mai cunoscută este cea din munții Piatra Craiului, care ocupă în prezent circa 1400 ha. Cadrul natural este deosebit de favorabil pentru o faună bogată și diversificată care populează pădurile, fânețele și pășunile montane, apele învolburate, ori tainicele peșteri până la semețele creste scăldate de nori. În umbra pădurilor de făgete și conifere își găsesc un adăpost ideal numeroase specii: lupul, râsul, pârșul de alun. Unele dintre mamiferele întâlnite aici prezintă un interes cinegetic deosebit: urs, mistreț, cerb. Pe culmile cele mai înalte ale munților poate fi zărită capra neagră, specie ocrotită de lege. În apele repezi din cursul superior al Râului Târgului și în apele afluenților săi, trăiesc păstrăvul, zglăvoaca, lipanul, moioaga, care reprezintă o adevărată tentativă pentru pescari.

Dintre obiectivele istorice și de cult din zonele limitrofe, menționam :

- Castrul roman Jidava, singura fortificație română construită din piatră din întregul sistem de apărare română al limesului transalutan.
- Complexul istorico – cultural Negru Vodă început în timpul domniei lui Basarab I
- Biserica mănăstirii Negru Vodă, biserica Șubești, ansamblul monahal Barația, Biserica Domnească, etc.

Dintre obiectivele turistice mai importante, aflate în zonele limitrofe Lereștiului, amintim castrul de pământ și termele din epoca română(sec II –lea, e.n) de la Voinești, com. Lerești, Mausoleul de la Mateias, com. Valea Mare Pravăț, ridicat în cinstea eroilor căzuți în primul război mondial în luptele de la Nămăiești, schitul milenar Nămăiești, etc. Dar, pe lângă obiectivele turistice amintite, cadrul natural deosebit, în care este amplasată zona Lerești, completează atracțiile pe care un turist le întâlnește în zonă. Ca o împlinire a ceea ce natura a clădit în amonte Râului Târgului se înalta Barajul Râușor, capodoperă omenească de mare importanță pentru zona Muscel și nu numai. Însă, pe lângă importanța economică, lacul de acumulare Râușor oferă, un cadru peisagistic spectaculos, insuficient exploatat, din punct de vedere turistic. Turismul poate deveni unul din factorii cheie în procesul de relansare a economiei zonei Muscel, ținând cont de faptul ca aceasta are un potențial turistic important. Obiectivul specific în dezvoltarea turismului local se referă la creșterea competitivității produselor turistice locale, în principal prin dezvoltarea infrastructurii de sprijinire a turismului și stimularea diversificării calității ofertei turistice. Străvechi pământ românesc pe meleagurile căruia continuitatea de viață și cultură este atestată prin marturii arheologice din cele mai vechi

timpuri Zona Lereștiului oferă turistului nu numai un peisaj fascinant ci și bogăția creației populare prezenta în toate domeniile artei populare - textile, țesături, cusături, prelucrarea artistică a lemnului, ceramica, prelucrarea artistică a pietrei, obiceiuri și tradiții populare specifice zonei. Diversitatea creației în ornamentica maramelor de borangic este de-a dreptul uimitoare, Lereștiul continua să rămână renumit și pentru fota musceleana, a cărei arie de influență, ca piesă de port, se extinde treptat și în alte zone ale țării. Lereștiul se bucura totodată de o binemeritată faimă și pentru măiestria țesătoarelor de bete. O nota particulara a acestei așezări o da faptul ca în comuna Lerești s-au amenajat special pentru turiști peste doua-trei sute de interioare țărănești, ce-și păstrează specificul lor tradițional. Lereștiul este renumit în zilele noastre pentru piesele de arta populara în domeniul portului popular. Aici se țese renumita fota de Muscel pe care o întâlnim în costumele populare actuale în întreaga regiune învecinată zonei Muscelului, inclusiv în localități de pe celalalt versant al muntelui, ca să nu mai vorbim de faptul ca ea pătrunde azi și în unele zone din Moldova. În Voinești, sat ce aparține de Lerești, sunt renumite talentatele țesătoare de marama de borangic, componentă importantă a costumului tradițional muscelian. Marama, o pânză fină de borangic, adesea ca firul de păianjen, al cărei țesut cere din partea femeii o îndemânare, o răbdare și o fantezie cu totul deosebite se țese și astăzi numai de către femei specializate. Este interesant de reținut că nu există două marama care să aibă ornamentul identic, că țesătoarea creează model nou de fiecare dată, încât, în felul acesta, fiecare maramă devine un unicat. Se țes și azi marama cu chenar de jur împrejur, cu flori mari ca ornament, precum și marama cu șatrangă, ornament caracteristic zonei. Comuna Lerești, este zonă turistică, datorită peisajului mirific. Pe Valea Voinei sunt în curs de construire noi cabane, pe lângă cele existente. În faza de proiect se află o pârtie de schi lezer - Portăreasa.

3. REZULTATE - Pensiunea turistică „Virginia”

Așa cum arătam în precedentele capitole, construcția este amplasată într-o zonă cu potențial turistic în plină dezvoltare. Construcția este formată din parter+etaj+mansardă, iar înălțimea maximă la cornișă a clădirii este de 17m. Construcția este alcătuită din 2 corpuri distincte funcționale, care cuprind spații de cazare turistică, servire a mesei, spații de recreere, având următoarele suprafețe:(vezi Anexe: Tabel 1.;Tabel 2). Suprafețele și configurația camerelor se încadrează în normele de clasificare specifice structurilor de primire turistică, categoria”3margarete”, respectiv: suprafețele camerelor cu două paturi au minim 13mp, iar saloanele din apartament au minim 14mp. De asemenea, conform cerințelor normelor de clasificare a structurilor de primire turistice, pensiunea corespunde și chiar depășește categoria “3 margarete” din punct de vedere al criteriilor generale, numărului de paturi simple din camere, echipării sanitare, dotării camerelor, a bucătăriilor, telefonului și faxului pus la dispoziția turiștilor, al internetului și a altor criterii suplimentare, facultative. Finisajele interioare și exterioare utilizate sunt corespunzătoare unui nivel calitativ ridicat și se înscriu în specificul arhitectural al zonei. Spațiul înconjurător pensiunii, aferent proprietății, este amenajat pentru o cât mai bună încadrare în peisaj a construcțiilor aferente după cum urmează: terasa acoperită-realizată în stilul arhitectonic al clădirii și al specificului local; parcări și platforme amenajate pentru 10 autoturisme; spațiu verde amenajat cu aranjamente florale, arbori și arbuști; loc de joacă pentru copii, amenajat rustic grătar din rocă în aer liber. Împrejmuirea proprietății este asigurată cu gard din plasă metalică și

arbuști ornamentali. Comuna Lerești cu satele componente (Lerești, Pogorâta , Voinești) beneficiază în prezent de următoarele spații de cazare a turiștilor:

- a) un motel de “2 margarete” cu capacitate de cazare de 18 locuri
- b) o cabana turistica(Voinea), cu capacitate de cazare de 130 locuri
- c) 6 pensiuni rurale încadrate la nivelul de confort de “2 margarete”, cu o capacitate totală de cazare de 60 de locuri.

Construcția unei pensiuni turistice de confort de “3 margarete”, ce oferă 8 camere de cazare cu 2 paturi și 2 apartamente fiecare cu cate 2 locuri de cazare precum și un spațiu de servire a mesei vine să completeze oferta de cazare a localității și în întâmpinarea cereri de servicii de cazare de calitate superioară. Piața turistică ocupă un loc aparte , din ce în ce mai important pe piața internă a țării constituindu-se ca segment distinct al pieței serviciilor. Această piață este puternic segmentată și prezintă un grad de diversificare și complexitate foarte mare al produselor turistice, în funcție de gradul de atractivitate al ofertei turistice. Cererea turistică este dată de totalitatea persoanelor care își manifestă dorința de a se deplasa în afara reședinței pentru alte motive decât prestarea unor activități remunerate la locul destinației(divertisment, deconectare, odihnă, turism cultural etc.). Cererea turistică se manifestă diferențiat ca volum și structură atât în timp cât și în spațiu în funcție de formele de turism practicate, de diversitatea produselor turistice, din cadrul fiecărei firme de turism și de destinațiile calatorilor. Oferta turistică reprezintă totalitatea resurselor naturale și entropice împreună cu echipamentul de producere și comercializare a produsului turistic, bunurile și serviciile destinate consumului turistic, condițiile de comercializare a acestora, infrastructura turistică și forța de muncă necesară activității turistice. Acestea se materializează în produse turistice solicitate și acceptate de client.

Sezonalitatea reprezintă trăsătura dominantă a activității turistice. Ea poate fi soluționată prin crearea posibilităților de satisfacere a cererii turistice și în extrasezon, prin amenajări și oferte speciale. De asemenea, printr-o politică de preț diferențiată să realizeze atragerea consumatorilor și în extrasezon adresându-se în special segmentelor de piață caracterizat prin venituri mici și medii. Din punct de vedere al turiștilor structura pieței de desfacere este următoarea:

- în funcție de zona de proveniență : turiști români - 63%; turiști străini - 5%; alții - 2%

- în funcție de scopul călătoriei:turiști care călătoresc în scop recreativ-80%;turiști care călătoresc în scop de afaceri sau tranzit-20%.

Pensiunea este dotată cu un spațiu amenajat cu bibliotecă, salon, o sală de fitness și un salon de deconectare. Zona ideală pentru a realiza drumeții montane, excursii incluzând trasee montane și posibilitatea de a vizita stâne renumite, cu degustare de produse specifice. Pensiunea este localizată într-o zonă cinegetică deosebită, reprezentativ fiind cerbul lopătar. Privind organizarea de activități de tip loisir, se pot organiza drumeții care să includă organizarea servirii mesei în aer liber, focuri de tabăra sau seri de muzică (populară, folk). Se pot organiza excursii la peștera Dâmbovicioara, Cheile Dâmbovicioarei (unde se află o păstrăvărie), plimbări cu barca pe lacul Râușor. Misiunea pensiuni este de a crea o atmosferă caldă și de încredere , serviciile fiind prestate la un nivel profesional, evitându-se, abordarea impersonală. Programul de activitate va fi organizat și realizat în așa mod încât turistul să fie activ pe toată perioada sejurului, oferindu-i alternative, creându-se premisele revenirii sale în pensiune, atrăgând și alți clienți pe baza recomandărilor făcute. Prin cumularea ofertelor în domeniului timpului liber, cultural cât și a ofertei generale de servicii se urmărește acoperirea în condiții optime a cerințelor turiștilor. Dotările suplimentare oferite de pensiunea turistică

fac diferența între serviciile acestei pensiuni și oferta pensiunilor concurente. La nivel internațional tendința pieței turistice este de a descoperi noi destinații turistice, care pot oferi prilejul de a cunoaște istoria unei alte regiuni cât și tradițiile și obiceiurile specifice ariei. Tariful practicat pentru serviciile de cazare va fi de 90 ron / camera simplă / noapte și 140ron / apartament / noapte, iar gradul de ocupare este de 62%(vezi Anexe:Tabel 3.;Tabel 4). Din punct de vedere al gradului dezvoltării structurilor de primire turistică în județul Argeș, conform datelor furnizate de INCDDT, situația este următoarea: 27 de hoteluri încadrate între 2-3 stele; 8 moteluri încadrate la 2 stele; 6 vile încadrate între 2-4 stele; 6 cabane turistice încadrate între 1-2 stele; 14 pensiuni urbane încadrate între 1-4 stele; 79 pensiuni rurale încadrate 1-4 margarete; 2 campinguri încadrate între 1-2 stele; 1 bungalow încadrat la 3 stele; 4 căsuțe turistice încadrate între 1-2 stele (vezi Anexe:Tabel 5;Grafic 1). În județul Argeș se găsesc 148 de unități de primire turistică, dintre care 79 de pensiuni turistice rurale, ceea ce reprezintă o pondere de 53,38 % din totalul spațiilor de primire turistică.(vezi Anexe: – grafic 2).După cum se poate vedea(vezi Anexe:Tabel 6; Grafic 3; Grafic 4; Tabel 7 și Grafic 5), în Argeș, se găsesc 79 de pensiuni turistice rurale, dintre care 6 pensiuni turistice rurale încadrate la gradul de trei margarete, ceea ce reprezintă o pondere de 7,59 % din totalul spațiilor de primire turistică. Cele 6 pensiuni turistice încadrate la gradul de confort de trei margarete au un total de 30 de camere de cazare, cu un număr de 63 de locuri de cazare, care reprezintă 8,74% din totalul locurilor de cazare din județul Argeș.* Perioada de sezon în care cererea este ridicată se încadrează în perioada de timp noiembrie-februarie(include sărbătorile de iarnă) și iulie-septembrie (sezonul de vară).O cerere ridicată s-a înregistrat în perioada Paștelui, când gradul de ocupare a fost 100 % . Pensiunea se adresează potențialilor clienți în perioade de extrasezon, atunci când cererea este mai redusă decât oferta . Pentru aceasta s-au oferit următoarele: programe speciale de 6 zile; programe speciale de sfârșit de săptămână; programe speciale adresate anumitor categorii (grupuri țintă).

4.CONCLUZII

În concluzie, considerăm că strategia de marketing și promovare, ca un tot unitar, trebuie să fie fundamentată pe studiul detaliat al pieței, pe evaluarea produsului turistic și strategia generală de dezvoltare a turismului. Concomitent este necesară situarea turismului românesc în contextul tendințelor mondiale și europene de evoluție a sectorului, care includ: piețe în schimbare și din ce în ce mai solicitate, creșterea concurenței din partea altor destinații, utilizarea unor tehnici și tehnologii de marketing, de promovare și vânzare din ce în ce mai sofisticate.

* În ceea ce privește structurile de primire turistică din Lerești și din apropiere, în prezent există următoarele spații de cazare a turiștilor: Un motel încadrat la gradul de confort dotat cu patru camere de cazare, fiecare cu două locuri, capacitate totală însumând 8 locuri de cazare; O cabană turistică – Voinea – aflată la circa 12 km de localitatea Lerești . Aceasta are un grad de confort de o stea și o capacitate de 36 de camere, însumând 130 locuri de cazare, fără dotări moderne; Patru pensiuni turistice rurale cu o capacitate totală de cazare de 29 de locuri, detaliate după cum urmează: pensiune turistică „Florea”, clasificată la doua margarete, având 6 camere de cazare și totalizând o capacitate de cazare de 12 locuri; pensiunea turistică „Maria”, cu un grad de confort de doua margarete, având 3 camere de cazare, cu o capacitate totală de cazare de 6 locuri; pensiunea turistică „Elodia” clasificată la doua margarete, cu un număr de 4 camere de cazare, din care rezultă o capacitate totală de cazare de 7 locuri; pensiunea turistică”Lerești Muscel”, clasificată la doua margarete, având 2 camere de cazare care totalizează o capacitate de 4 locuri.

Pentru realizarea acestor obiective și pentru dezvoltarea turismului pe aria județului sunt necesare însă o serie de investiții și planuri care să pună în valoare potențialul turistic al județului Argeș.* Zona Argeș continua să se situeze printre zonele etnografice în care prelucrarea artistică a lemnului și îndeosebi confecționarea lăzilor de zestre a cunoscut o dezvoltare deosebită. Ea se distinge și prin creația originală în domeniul ceramicii populare. Între trăsăturile caracteristice evoluției creației populare contemporane din județ se înscrie și activitatea cultural-artistică, deosebit de intensă, materializată prin festivaluri folclorice care au intrat în tradiția vieții culturale actuale, constituind o componentă de seamă a mișcării artistice de amatori prin ansambluri folclorice care au dus până departe, dincolo de hotarele țării, faima cântecului, dansului și portului popular argeșean și în genere a celui românesc.

Zona Muscelului "*pe-o sprânceană de lumină, lâng-o lacrimă de rai*"(așa cum spunea cu drag Radu Gry, poet muscelian) are un loc special în inima fiecărui muscelian, iar misiunea noastră, ca musceleni, este de a duce mai departe tradițiile zonei și de a menține Muscelul viu în mintea tuturor.

BIBLIOGRAFIE:

- Ciotei, Constantin, (2005), *Monografia municipiului Câmpulung Muscel*, Ed. Expert
Oana, Ion, (2004), *Istorie și cultura în Lerești - Muscel*, Ed. Ars Docendi
Teodor M, Spiridon C., (1983), *Mic îndreptar turistic-Câmpulung*, Ed. Sport-Turism, București.
Meghișan, Flaviu, (2007), *Strategii concurențiale de marketing*, Ed. Universitară Craiova,
Erdeli, G. & Gheorghilas, A., (2006, pag.142), *Amenajări turistice*, Ed. Universitară, București,
Ducker, Peter (2007, pag.155), *Despre Decizii și eficacitate*, Ed. Meteor Business
[www.poezii.com /Balada unui plai de munte / Radu Gry](http://www.poezii.com/Balada_unui_plai_de_munte/)
www.cjarges.ro
<http://www.infoturist.ro/judete/arges.html>

Analiza SWOT – Cadru natural, resurse mediu

Puncte tari :

- ☐ Potențial natural ridicat;
- ☐ Mediul natural bine conservat, diversitatea deosebită, aerul curat, cadrul natural propice relaxării;
- ☐ Forme de relief deosebite;
- ☐ Peisajele naturale atractive (cu păduri, râuri, lacuri, munți);
- ☐ Ospitalitatea locuitorilor și tradițiile;
- ☐ Existența așezămintelor cultural-spirituale;
- ☐ Agroturismul, ecoturismul (turismul verde);
- ☐ Dezvoltarea produselor turistice tip « nișă » (turism ecologic, montan);

*Conform principiilor de stabilire a obiectivelor, urmând teoria lui Peter Drucker, am identificat următoarele arii cheie pentru performanță și anume: poziția pe piață (cota de piață și segmentul de piață) resursele fizice și financiare, precum și dezvoltarea performanțelor manageriale. "O decizie este o judecată, este o alegere între alternative. O alegere între bine și rău...." (Peter Ducker)

- ☐ Centre culturale, muzee istorice, casele memoriale, monumentele unice pe plan mondial;
- ☐ Infrastructura specifică de cazare bine reprezentată;
- ☐ Specialitățile gastronomice locale (bucătăria tradițională);
- ☐ Folclorul și festivalurile, obiceiurile de Anul Nou, muzica/dansurile tradiționale;
- ☐ Ospitalitatea agroturistică.

Puncte slabe :

- ☐ Lipsa de comunicare și de coeziune între comunitățile umane pentru realizarea unor obiective de interes comun ;
- ☐ Perturbarea transportului datorată stării căilor de acces (infrastructură precară, gropi, indicatoare lipsă), lipsa telefonului în anumite zone ;
- ☐ Starea de conservare și de curățenie a unor monumente ;
- ☐ Indiferența unor oameni față de mediu ;
- ☐ Insuficienta pregătire de specialitate a unor lucrători din industria ospitalității, lipsa de motivare a salariaților, insuficient personal calificat, atestat și brevetat ;
- ☐ Calitatea necorespunzătoare a serviciilor turistice ;
- ☐ Existența în unele cazuri a unor condiții precare de cazare, lipsa curățeniei ;
- ☐ Parteneriat slab în domeniul turismului (între administrația publică locală și firmele de turism) ;
- ☐ Lipsa unui contract cadru legiferat și a unui cod de conduită între hoteluri și agențiile de turism ;
- ☐ Insuficienta dezvoltare a potențialului turistic existent ;
- ☐ Interes scăzut pentru investiții ;
- ☐ Promovare insuficientă și neunitară ;
- ☐ Lipsa de educație turistică a locuitorilor și turiștilor ;
- ☐ Sistem educațional slab-multă teorie și foarte puțină practică ;
- ☐ Informațiile statistice naționale nu sunt de încredere ;
- ☐ Aparenta sărăcie văzută din exterior și impresia neglijări multor monumente chiar din zonele istorice.

Oportunități:

- ☐ Dezvoltarea unor noi stațiuni turistice;
- ☐ Refacerea rețelei județene de drumuri, prioritate având cele care asigură accesul spre punctele de interes turistic;
- ☐ Existența unor programe de finanțare;
- ☐ Sporturile extreme, aventurile montane, plimbările;
- ☐ Crearea unor parteneriate cu organisme sau investitori străini în sectorul turistic; integrarea în programele finanțate de Uniunea Europeană;
- ☐ Crearea unei burse de turism;
- ☐ Organizarea de închirieri de case tradiționale pentru perioada de vacanță; acestea ar putea fi integrate în una sau mai multe rețele europene profesionale de locație și distribuite de rețeaua de agenții de turism din România;
- ☐ Dotarea structurilor de primire cu săli de conferințe;
- ☐ Încurajarea dezvoltării unor forme noi de turism (ex. de aventură);
- ☐ Susținerea proiectelor care introduc valoare turistică, obiective și evenimente culturale și spirituale;

- ☐ Îmbunătățirea infrastructurii;
- ☐ Constituirea unei rețele de centre de informare turistică în apropierea principalelor obiective turistice.

Amenințări:

- ☐ Scăderea veniturilor reale ale populației, inflația;
- ☐ Diminuarea disponibilităților de timp liber;
- ☐ Schimbarea preferințelor consumatorilor;
- ☐ Concurența acerbă manifestată pe plan intern și internațional în turism, turismul ilicit;
- ☐ Instabilitatea politicilor guvernamentale privind turismul și fiscalitatea;
- ☐ Tendința turiștilor din regiune de a migra spre alte regiuni (țări) și o insuficientă afluență a turiștilor străini;
- ☐ Creșterea așteptărilor turiștilor, care nu vor putea fi satisfăcute;
- ☐ Decizii luate pe baza unor informații inexacte;
- ☐ Slaba convergență a activităților « partenerilor » din turism (hoteluri, instituții de instruire, autoritățile locale);
- ☐ Alocarea inadecvată a timpului managerilor pentru recrutarea și instruirea personalului, în detrimentul celorlalte activități manageriale;
- ☐ Eventuala degradare a monumentelor de artă și arhitectură;
- ☐ Creșterea competitivității între regiuni și lipsa de colaborare între acestea;
- ☐ Proasta percepție a României în exterior.

Anexe:

Tabel 1. Suprafața totală:

Suprafața de teren aflată în apropiere	1214,00mp
Suprafața construită desfășurată	768,51mp
Suprafața utilă-totală	608,50mp
Suprafața locuibilă-totală	427,00mp

Tabel 2. Suprafața:

Suprafața	parter	etaj	mansardă
Suprafața construită	409,20mp	227,55mp	131,76mp
Suprafața utilă	318,60mp	173,60mp	116,30mp
Suprafața locuibilă	183,36mp	134,25mp	108,90mp

Tabel 3. Tarife orientative pentru servicii de cazare:

Nr.crt.	Tip pensiune	Tarif cazare (RON/ pers)
1	Pensiune 2 - 3 margarete	40 - 80

2	Pensiune 4 - margarete	90- 140*
---	------------------------	----------

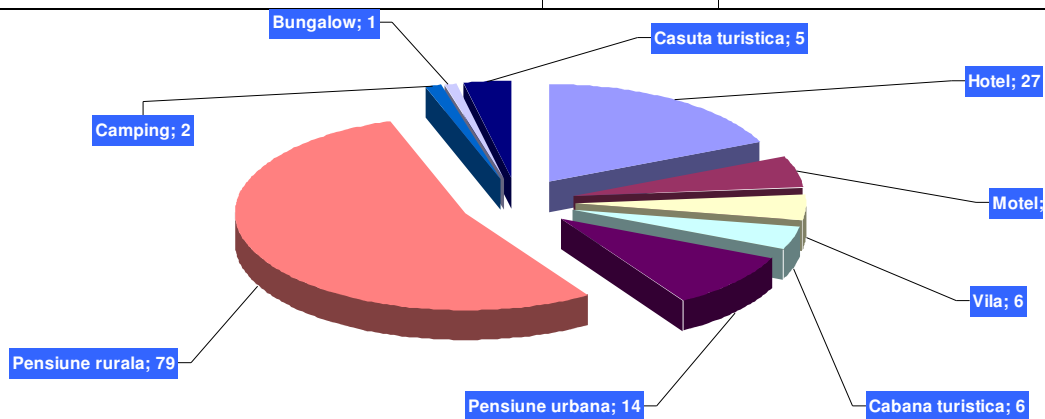
* Cazarea include si micul dejun

Tabel 4. Tarife orientative pentru servicii de servirea mesei:

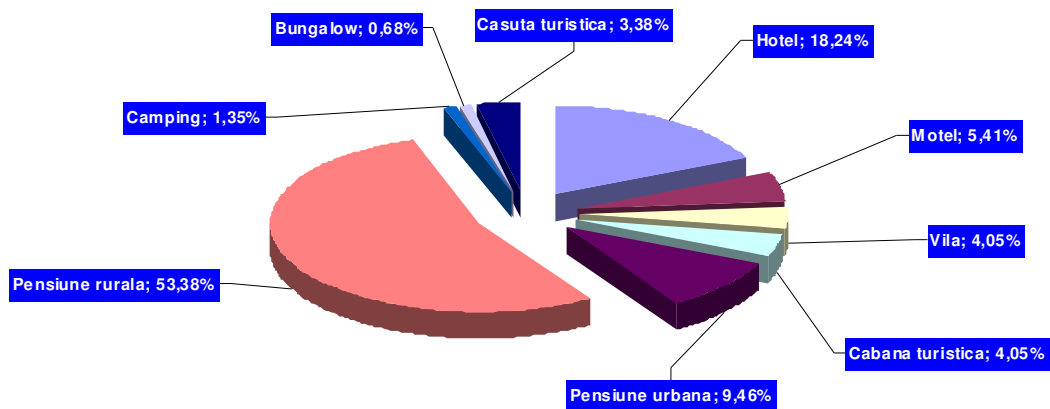
Nr.crt.	Serviciul oferit	Tarif
1	Mic dejun	6 RON / pers
2	Prânz	10 RON / pers
3	Cina	9 RON /pers
4	Pensiune completă	40 – 50 RON / pers

Tabel 5. Situația structurilor de primire turistică din județul Argeș/ Sursa: INCDT

Nr. crt.	Structura de primire turistică	Număr de unități	Pondere în totalul structurilor de primire turistică (%)
1	Hotel	27	18,24
2	Motel	8	5,41
3	Vila	6	4,05
4	Cabana turistică	6	4,05
5	Pensiune urbana	14	9,46
6	Pensiune rurala	79	53,38
7	Camping	2	1,35
8	Bungalow	1	0,20
9	Căsuță turistică	5	3,38
TOTAL		148	100



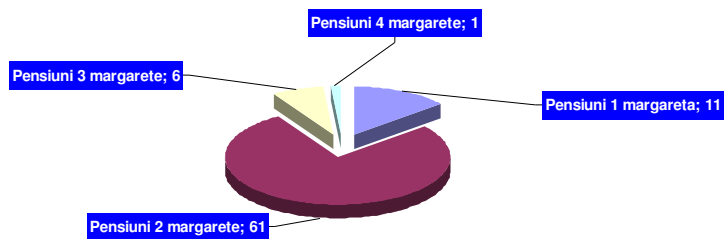
Grafic 1. Situația structurilor de primire turistică din județul Argeș(număr)/Sursa: INCDT



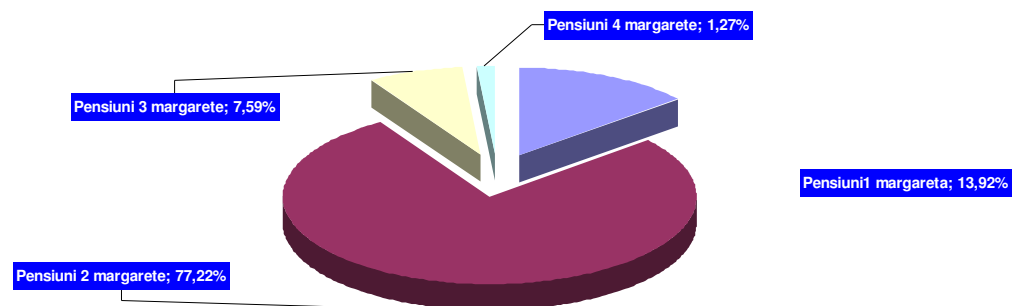
Grafic 2. Ponderea structurilor de primire turistică din județul Argeș (%) /Sursa: INCDT

Tabel 6. Structura pensiunilor turistice rurale din județul Argeș /Sursa: INCDT

Nr crt.	Categoria	Număr de unități	Număr total de camere	Număr total de locuri	Pondere în totalul pensiunilor turistice rurale (%)
1		11	25	65	13,92
2		61	346	573	77,22
3		6	30	63	7,59
4		1	10	20	1,27
TOTAL		79	411	721	100



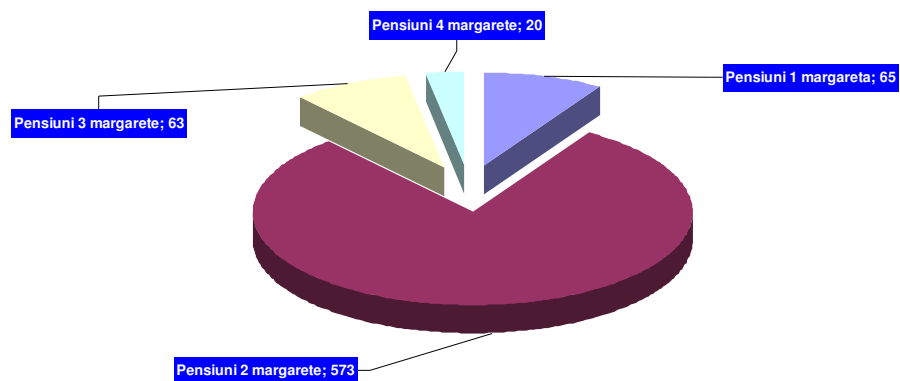
Grafic 3. Structura pensiunilor turistice rurale din județul Argeș(număr)/Sursa: INCDT



Grafic 4. Ponderea categoriilor de pensiuni turistice rurale in județul Argeș (%) / Sursa: INCDT

Tabel 7. Număr de locuri de cazare, pe categorii de pensiuni turistice rurale din județul Argeș / Sursa: INCDT

Nr crt.	Categoria	Număr de unități	Număr total de locuri
1		11	65
2		61	573
3		6	63
4		1	20
TOTAL		79	721



Grafic 5. Numărul de locuri de cazare, pe categorii de pensiuni turistice rurale din județul Argeș / Sursa: INCDT





FRANCIZAREA LANȚURILOR DE FAST-FOOD. STUDIU DE CAZ KFC

Autori: Ciolompea Mihaela Diana

Nițu Andreea

Anul III, Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Coordonator științific: Prof. univ. dr. Gabriela STĂNCIULESCU

Abstract:

This paper analyze the positive and negative aspects of the franchising world, main advantages and disadvantages, the evolution of KFC in Romania, restaurants, economic situation, his position on the 2010 Franchise 500 Rankings and SWOT analyze with some recommendations.

Keywords: franchise, KFC turnover, franchise market, franchise cost at KFC, SWOT analyze.

1. Introducere.

Lumea devine în ritm accelerat din ce în ce mai mică, datorită comunicațiilor, transporturilor și fluxurilor financiare din ce în ce mai rapide. Produsele concepute într-o țară – hamburgerii McDonald's, aripioarele de la KFC, BMW-urile germane etc. – sunt acceptate cu entuziasm și în alte țări. Multe firme americane se bucură de succes la capitolul afaceri internaționale și încă de multă vreme: Coca – Cola, KFC, McDonald's, Kodak, Gillette, Colgate, Ford, IBM, Motorola, Philip Morris și zeci de alte firme americane și-au ales ca piață întreaga lume.⁹⁰

Dintre modalitățile de internaționalizare se pot aminti: exportul, contractile la cheie, licențierea, Joint – ventures, sucursale proprii dar și *franciza*⁹¹.

2. Concepte teoretice: definiție, avantajele și dezavantajele francizei.

Franciza desemnează un sistem prin care un întreprinzător, francizorul, transmite propriul savoir-faire altor întreprinzători, francizații, controlând corecta aplicare a acestuia, în schimbul unei contribuții financiare. O franciză, în forma corespunzătoare, trebuie să se sprijine pe un concept comercial care și-a dovedit deja valabilitatea, în general prin puncte de vânzare-pilot. Acest concept trebuie să poată fi reprodus cu ușurință în locuri multiple.⁹²

Franciza este un sistem de comercializare a produselor, serviciilor sau tehnologiilor, bazat pe o colaborare stransă și continuă între persoane fizice sau juridice, independente din punct de vedere financiar, prin care o persoană, denumită francizor, acordă unei alte persoane, denumită beneficiar, dreptul de a exploata o afacere, un produs sau un serviciu.⁹³

Avantajele francizei

În franciză există multe povești de succes: Kwik Kopy, Burger King, Coca-Cola, Speedy Oil Change și Tune-Up, Blockbusters, McDonald's, KFC, The Athlete's Foot și Home Instead Senior Care. Aceste companii sunt cele mai bune exemple de afaceri în franciză extinse. Francizarea continuă să crească și să se extindă în operațiuni profesionale. Doctori, dentiști, contabili și

⁹⁰ Ionuț Pandelică – „Companii Transnaționale – Managementul resurselor umane integrat pe baza competiției”, Ed. Economică, 2007, București, pag. 66.

⁹¹ Ionuț Pandelică – „Companii Transnaționale – Managementul resurselor umane integrat pe baza competiției”, Ed. Economică, 2007, București, pag. 71.

⁹² http://www.contabilizat.ro/file/cursuri_de_perfectionare/management_si_marketing/Managementul%20intreprinderilor%20mici%20si%20mijlocii%20din%20turism%20si%20servicii/cap5.pdf

⁹³ http://conta.money.ro/dictionar_online_FRANCIZA.html

opticienii au creat și dezvoltat sisteme de franciză, de asemenea. Un sistem de franciză conceput și operat cu grijă va minimiza riscurile atât pentru francizor, cât și pentru francizat.

Francizatul beneficiază de un număr de avantaje de pe urma operării unei afaceri în franciză.

Aceste avantaje includ:

- un produs sau serviciu consacrat - Probabil cel mai important avantaj pentru francizat este achiziționarea sau utilizarea unui produs sau serviciu consacrat. Francizatul beneficiază de o afacere care are deja un produs sau serviciu consacrat. Adesea clientii cunosc deja numele și reputația oferite de produs sau de serviciu.
- pregătirea (training) inițială a francizaților - Multe sesiuni de pregătire (training) a francizaților încep cu o perioadă inițială de câteva zile sau săptămâni petrecute la un punct central de training, de obicei plasat aproape de sediul companiei francizoare. De cele mai multe ori, training-ul inițial durează de la 3-4 zile până la trei săptămâni.
- asistență financiară - De obicei, în faza de demarare a afacerii, resursele de capital ale unui întreprinzător sunt destul de limitate. Capacitățile de împrumut de fonduri ale întreprinzătorului sunt, de obicei, foarte reduse. Formarea unei relații cu o afacere în franciză îi permite francizatului aspirant să își îmbunătățească abilitatea de a obține asistența financiară.

Francizatului îi revine de obicei în sarcină să plătească toate costurile asociate cu demararea unei afaceri în franciză.

- ajutor pentru marketing și management - Persoane din toată țara continuă să mănânce la McDonald's, Burger King, Kentucky Fried Chicken, Wendy's și Taco Bell deoarece știu că vor fi serviți cu mâncare de calitate. Consumatorii au tendința de a apela la serviciile companiilor în franciza datorită numelui, a decorului, siglei sau a calitatii pe care o percep derivând din produsul sau serviciul standardizat. Prin francizare se obține o afacere deja consacrată cu un produs și/sau serviciu identificabile de către consumatori.
- standarde pentru controlul calității - Fiecare francizor impune anumite standarde de control al calității. Aceste standarde permit sistemului de franciză să ofere un serviciu coerent și pozitiv sau să obțină uniformitatea produsului în întreaga rețea. Prin dezvoltarea și menținerea unor standarde înalte, francizorul îi face un serviciu imens. Francizații apreciază standardele înalte și învăța că aceste standarde de calitate ale operațiunilor și activităților sunt, în general, cauza principală a succesului.
- mai puțin capital necesar pentru operarea afacerii - Un alt mare avantaj pentru francizați este acela că, în general, în costurile necesare demarării noii unități intră un capital inițial mai mic pentru desfășurarea afacerii. Cei mai mulți francizați nu trebuie să plătească pentru crearea designurilor deoarece acestea sunt furnizate adesea, la o sumă fixă, de către francizor.
- oportunități de dezvoltare - Mulți francizori le dau noilor francizați oportunitatea de a se dezvolta, nu doar în cazul primei unități, ci și dacă vor să deschidă și să opereze și alte unități francizate.

Aceste avantaje arată că sistemul de franciză se bazează pe o relație de înțelegere și încredere reciprocă între francizor și noul francizat. Francizorul știe că dezvoltarea și profitabilitatea companiei sale depinde de succesul francizaților săi. Este în avantajul francizorului să ofere atât de multe servicii de suport și asistență francizaților cât sunt capabili să ofere.

Dezavantajele francizei

Sistemul de franciză este proiectat pentru a funcționa bine atât pentru francizor cât și pentru francizat. Contractul de franciză este o relație oficială între francizor și francizat care conlucrează pentru a construi operațiuni de afacere reciproc avantajoase.

- așteptări neîmplinite - Francizarea este precum o monedă - are două fețe. Experiența în afacere a francizorului, expertiza, marca, metodele de vânzare și advertising sunt parte a ceea ce francizatul dorește să cumpere. Adesea, un francizat vede oportunitatea de afacere ca un pariu sigur. Nu este așa. În timp ce franciza oferă o oportunitate foarte mare de a utiliza un sistem de

succes într-o locație nouă, nu reușește totdeauna. Dacă locația nu este bună sau/și sunt clienți insuficienți în cadrul pieței țintă date, atunci în cele mai multe cazuri franciza va eșua.

În general, o franciză reușește atunci când noul francizat adoptă corect principiile și practicile de marketing, management oferite de francizor.

- costurile unei francize - Nu este ieftin să pornești o franciză. Costul unei francize începe cu taxa de franciză și cu restul costurilor de demarare a afacerii, care includ: teren, construcție, mobilă, inventar, signalistică și programe de training. Investiția totală crește rapid și devine surprinzător de mare.
- pierderea independenței - Un dezavantaj aparent este că întreprinzătorii lasă în urmă oportunitatea de a avea independență absolută. Un francizat va renunța la o bună parte din independența sa atunci când semnează contractul de franciză.
- încheierea contractului - Contractul de franciza este încheiat pentru o perioadă inițială de 10-20 ani. Unele contracte de franciză pot dura doar 2-5 ani, în timp ce altele durează pentru totdeauna. În general, contractul de franciză include o clauză de reînnoire și una privind anularea fără "motiv întemeiat" de către francizor; în acest caz contractul de franciză se reînnoiește automat pentru o perioadă de timp, adesea 5-10 ani. Aproape toate contractele de franciza conțin prevederi referitoare la transferul de proprietate, încheierea și reînnoirea contractului, precum și o clauză de neconcurențialitate. Oricare dintre aceste prevederi poate fi folosită de către francizor dacă francizatul nu respectă toate prevederile contractului de franciză.
- performanța altor francizați - Un dezavantaj adesea trecut cu vederea de către noii francizați este performanța înregistrată de alți francizați. Dacă alți francizați încep să își coboare standardele și să diminueze calitatea produselor și a serviciilor, aceasta se reflectă asupra întregului sistem de franciză. Aceasta aduce dificultăți programului de franciză și diminuează valoarea unității din sistem. Francizorul nu își poate permite o conducere slabă a sistemului de franciză și trebuie să mențină standardele de calitate în toată rețeaua de unități. *Performanța slabă se va reflecta în tot sistemul și nu doar într-o singură unitate.*

Pe scurt francizatul trebuie să fie conștient de avantajele și dezavantajele unui sistem de franciză. Cele mai multe dintre dezavantaje privesc sfaturile și asistența oferite de francizor în timp ce dezavantajele se referă la supra-dependența de sistemul de franciză. Ciclul de viață al oricărei afaceri trece prin patru etape: **lansare, creștere, maturitate și declin.**⁹⁴

Ideea complet ciudată că fast-food-ul este, prin definiție, un rău extrem al peisajului gastronomic citadin a început să fie tot mai combătută. Faptul că se mănâncă repede nu este vina celui care vinde. Compoziția meniului a fost o alegere a clientului. Mai conștient de sănătatea lui, consumatorul momentului s-a orientat și către produse naturale, iar piața s-a adaptat – i-a oferit ceea ce-și dorește. Că sunt fast sau slow-food, restaurantele cu servire rapidă fac parte din viața orășeanului modern. Redimensionate și readaptate ca meniu, ele vor continua să vândă și vor face profit, poate mai mult decât alte tipuri de restaurante.⁹⁵

Restaurantele de tip fast food din România determină trei tipuri de afaceri: reprezentanțele unor lanțuri internaționale - cum sunt McDonald's și mai recent Gregory's -, francizele - cum sunt Pizza Hut și KFC - și brandurile locale, care nu sunt deloc de neglijat. Unele dintre acestea au reușit să se impună pe piață și să dezvolte chiar o rețea, cum este Spring Time. În ceea ce privește Sheriff's, deși este franciza de la o companie mamă din Liban, poate fi considerat un brand local, având în vedere că nu este prezent decât în Liban și România și că rețetele au fost adaptate preferințelor culinare ale românilor.⁹⁶

3. Studiu de caz: KFC (Kentucky Fried Chicken)

⁹⁴ <http://www.fbb.ro/home/scoala-de-franciza/curs-3.htm>

⁹⁵ Gabriela Stănciulescu, Cristina Micu – “ Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz ”, Ed. C.H. Beck, Colecția Oeconomica, 2009, pag. 481.

⁹⁶ <http://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero/romanul-inghite-repede-oferta-fast-food-2990390/>

KFC (Kentucky Fried Chicken) operează sub un contract de franciză prin care licența este acordată companiei US Food Network SA. Primul restaurant a fost deschis în aprilie 1997 pe Blvd. Magheru din București. Succesul produselor KFC pe piața românească a determinat deschiderea unei noi locații în lanțul de restaurante. KFC Beldiman este al 10 lea restaurant din București și al 25 lea la nivel național. Astăzi, în cele mai importante orașe din țară restaurantele KFC își delectează clienții cu cele mai bune preparate din carne de pui.

În 2004 KFC deschide al șaptelea restaurant al său, în Constanța, la Tomis Mall, primul în afara capitalei. În prezent Compania US Food Network SA deține 38 de restaurante KFC, dintre care 17 în București și celelalte în Constanța (3), Timișoara (2), Oradea (1), Iași (3), Brașov (1), Râmnicu-Vâlcea (1), Ploiești (1), Pitești (1), Cluj (2), Bacău (1), Târgu Mureș (1), Suceava (1), Craiova(1), Arad (1), Sibiu (1) și unul în Republica Moldova. Calitatea produselor, modul excepțional de servire și standardele menținute la un nivel constant ridicat au îndreptățit echipele KFC din România să câștige numeroase premii europene și mondiale în competiția cu celelalte restaurante KFC din lume pentru Restaurant Excellence. Însa cea mai importantă distincție este dată de cel mai bun scor (100%) obținut în numeroase rânduri de fiecare restaurant, începând cu anul 2000, an de înființare a CHAMPSCHECK, un sistem de verificare, de către echipe de profesioniști, a experienței clienților în localurile KFC. Această performanță a introdus echipele manageriale din România în Champions Club și le-a oferit participarea la galele anuale de la Reykjavik, Sevilla, Paris, Limassol, Atena, Mauritius.

Rețeta Originală este încă secretă. De-a lungul mai multor ani Colonelul Sanders a fost singurul care a cunoscut Rețeta Originală KFC. În prezent ea se află într-un seif din Trezoreria din Louisville, Kentucky. Câteva persoane cunosc rețeta care valorează milioane de dolari, semnând contracte de confidențialitate foarte restrictive.

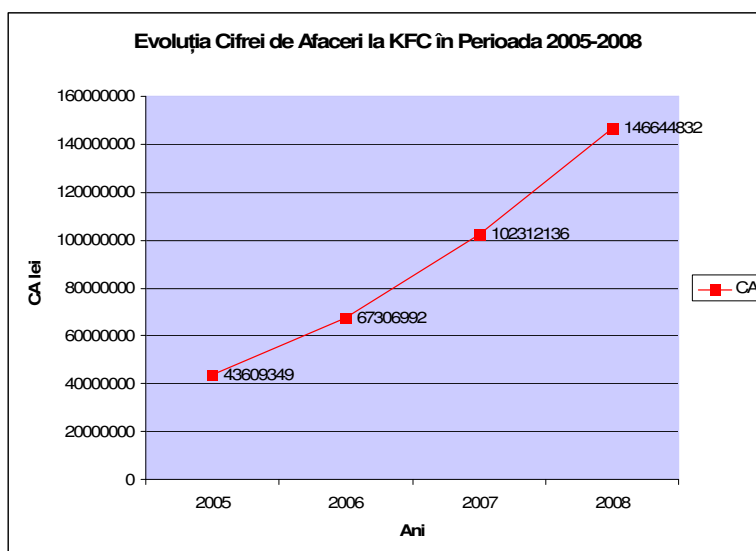
Colonelul a dezvoltat-o încă din 1930; amestecul sau de 11 ierburi și mirodenii i-a făcut pe trecători să devină clienți fideli la Sanders Cafe. “Am amestecat ierburile și mirodeniile pe o podea din spatele verandei din Corbin” își amintea Colonelul “. O companie face amestecul după o formulă care reprezintă numai o parte din Rețeta Originală. O altă companie amestecă restul. Un program informatic este folosit pentru securizarea și standardizarea amestecului de produse, dar nici una dintre companii nu știe rețeta completă , contractele semnate de acestea împiedicându-le să o afle.”⁹⁷

În graficul următor se poate observa creșterea cifrei de afaceri la KFC România din perioada 2005 – 2008.

Figura 1. Evoluția Cifrei de Afaceri la KFC România în perioada 2005 – 2008⁹⁸

⁹⁷ <http://www.kfc.ro/>

⁹⁸ Realizat de autor pe baza datelor din bilanț de pe adresa
<http://apt1.mfinante.ro/site/contribuabili/link.jsp?body=/bilant.do>



Deschiderea unui restaurant KFC poate costa până la un milion de euro

Investiția inițială într-un restaurant Kentucky Fried Chicken (KFC) poate varia între 300.000 și un milion de euro, după cum au declarat reprezentanții companiei US Food Network, deținătoare francizei KFC în România. Reprezentanții US Food Network au precizat, referitor la politica de extindere, faptul că “nu există un plan fixat pe orașe și date de deschidere, datorită lipsei evidente de planuri imobiliare la nivel național; proiecte fixate deja pot să fie amânate sau oprite, proiecte noi pot să apară în intervale relativ scurte; de asemenea, spații potrivite pentru KFC pot să fie disponibile fără un anunț prealabil.”

În general, pentru deschiderea unor noi locații, companiile iau în considerare numărul de locuitori și mărimea orașului, puterea economică a regiunii, dar și dezvoltarea zonei ca reguine turistică. “Aflate în centrul Capitalei, KFC Magheru și KFC Unirea ocupă primul loc în topul încasărilor, fiind urmate de KFC Plaza Mall, KFC Orhideea și KFC Mall Vitan”, potrivit reprezentanților companiei. Grupul Yum, cel mai mare operator al lanțurilor fast-food din lume este proprietarul lanțurilor de restaurante Taco Bell, Pizza Hut și KFC.⁹⁹

O franciza KFC poate ajunge între 1,1 și 1,7 milioane de dolari. Se percepe o taxă de franciză de 25.000 de dolari și 4% din venituri ca taxa licenței de operare. Contractele se încheie pe o perioadă de 20 de ani, la reînnoirea contractului solicitându-se o taxă de aproximativ 5.000 de dolari.¹⁰⁰

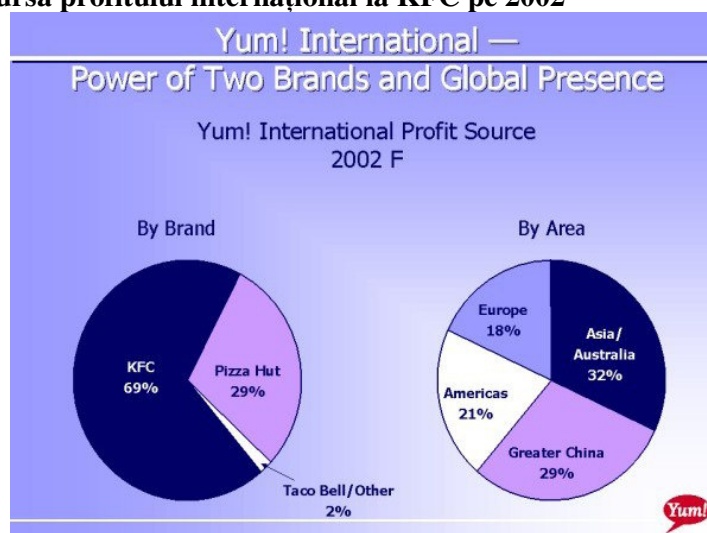
În fiecare an, revista Entrepreneur prezintă un top al celor mai dinamice francize la nivel mondial.

⁹⁹ <http://www.wall-street.ro/articol/Companii/29246/Deschiderea-unui-restaurant-KFC-poate-costa-pana-la-un-milion-de-euro.html>

¹⁰⁰ <http://www.wall-street.ro/slideshow/Start-Up/37963/Cate-francize-din-Top-100-gasim-in-Romania/7/KFC-inca-o-franciza-dinamica.html>

Figura 2. 2010 Franchise 500 Rankings¹⁰¹

20	<u>The UPS Store/Mail Boxes Etc.</u> Postal, business & communications services	\$154,947 - \$293,473
21	<u>Days Inn</u> Hotels	\$406,945 - \$6,704,617
22	<u>Sonic Drive In Restaurants</u> Drive-in restaurant	\$1,209,300 - \$3,413,800
23	<u>Midas Int'l</u> Auto repair & maintenance services	\$323,000 - \$418,880
24	<u>KFC Corp.</u> Chicken	\$1,379,900 - \$2,422,500
25	<u>Circle K</u> Convenience store	\$161,000 - \$1,353,000

Figura 3: Sursa profitului internațional la KFC pe 2002**Analiza SWOT:****❖ Puncte Forte:**

- Stilul de management al colonelului Sanders a fost să se bazeze în principal pe bunătatea oamenilor din jurul lui și încrederea că francizații vor fi fair-play.
- KFC este lider de piață: cel mai mare lanț de restaurante din lume de pui și al treilea cel mai mare lanț de restaurante fast-food în 2000.
- Factor cheie de succes (KFC): locația, gestionarea eficientă a stocurilor, curățenia.
- Cheia pentru creșterea continuă a fost de a găsi, a motiva, și a păstra managerii cu spirit antreprenorial care lucrează din greu.
- În plus față de profiturile pe termen scurt, directorii magazinelor au fost de asemenea responsabili pentru construirea unor relații publice locale, menținerea moralului angajaților, construirea bunăvoinței clientului, păstrându-și atenția pe lanțurile concurente și creând o tradiție în a păstra secretă rețeta originală de gătire a puiului.
- KFC a avut ca strategii reorientarea spre piața internațională, ca societatea și restaurantele sale să crească pe bază de franciză în lumea întreagă.
- Strategia de marketing competitiv: A dezvoltat trei tipuri de pui: rețeta originală (gătitul sub presiune), Extra crocant (prăjit), friptura Tender (prăjit)

¹⁰¹ <http://www.entrepreneur.com/franchises/rankings/franchise500-115608/2010,-1.html>

- Strategia de distribuție

În primul rând, s-a concentrat pe construirea de restaurante mai mici, în piețe de desfacere netradiționale, cum ar fi aeroporturi, Shopping mall-uri, universități și spitale.

În al doilea rând, KFC a continuat să experimenteze cu livrare la domiciliu, care a fost deja ferm stabilită pe piețele din Louisville, Las Vegas și LA.

În al treilea rând, KFC a stabilit pachete "2 în 1" spre vânzare ce conțin produse atât KFC cât și Taco Bell sau KFC și Pizza Hut.

- KFC a continuat să domine segmentul de pui (\$ 4.4B) cel mai apropiat competitor Popeyes fiind aproape (\$ 1.0B).

❖ **Puncte slabe:**

- Managementul Shift-KFC a fost achiziționat de compania PepsiCo din industriile RJR.

- Schimbări zdrobitoare în cultura KFC au fost inițiate de către noul management, aceasta vizează demoralizarea salariaților vechi și chiar francizele KFC. Mai multe restructurări au dus la disponibilizări în întreaga KFC-ul, la înlocuirea managerilor KFC cu managerii PepsiCo

- Conflictele între cultura KFC și PepsiCo se manifestă mai degrabă cu accent mai puternic pe performanță la PepsiCo decât pe loialitatea angajaților exprimată de colonelul Sanders KFC de-a lungul anilor.

- KFC întâmpină dificultăți în a intra pe piața germană (incompatibilitate culturală) Vânzările KFC au stagnat.

- Nemulțumirea răspândită printre francizați, unii au simțit că noii proprietari nu au înțeles afacerile cu pui și nu dezvoltau leadership-ul ca francizor.

❖ **Oportunități:**

- Expansiunea peste mări odată cu creșterea economică rapidă și tendința familiilor cu două venituri au alimentat creșterea industriei fast-food în anii 1950 și 1960, apărând la sfârșitul anilor 1960 și în alte țări.

- Maturitatea pieței din SUA: tot mai multe restaurante se extind pe piețele internaționale aceasta fiind strategia folosită pentru creșterea vânzărilor.

- KFC este o companie americană, iar 35 cele mai mari lanțuri de restaurante din lume (2000) au fost firme americane.

- Programul de expansiune pentru piața mexicană / Latină.

- Piețele americane.

- Avantajul NAFTA.

- Tendințele demografice (cererea de alimente consumate în afara casei).

❖ **Amenințări:**

- Tendința consumatorului de a consuma alimente sănătoase.

- Industria saturată a fast-food-ului pe piața din SUA.

Strategia companiei

Obiectivul principal este de a profita de potențialul în creștere în alte țări, pentru a stabili o poziție puternică și pentru a-și dezvolta imaginea. Factorii cheie de succes sunt continuarea optimizării costurilor prin R & D, inovațiile și utilizarea de tehnologii noi pentru a lucra eficient. Aceste tehnici de succes vor scădea costurile și vor crește profiturile din industrie.

- KFC folosește un cost redus integrat / conducerea diferențiată, deoarece poate conta pe numele de marcă și gustul original și rețete pentru a fi unic în același timp concurând din punctual de vedere al prețurilor, utilizând beneficiile optimizării costurilor și economiile de scară.

Recomandări

❖ Pe termen scurt: crearea unei atmosfere plăcute la locul de muncă pentru angajați; dezvoltarea unui meniu sănătos, obținerea de finanțe din vânzarea restaurantelor neprofitabile; evaluarea țărilor având în vedere atractivitatea acestora.

- ❖ Pe termen lung: să rămână fideli oferirii de mâncare de înaltă calitate, de servicii exemplare și curățeniei ireproșabile, să controleze francizații, să fie atenți la posibile fuziuni și achiziții, să fie conștienți de noile tehnologii ca să rămână eficienți și competitive.¹⁰²

4. Concluzii

Franciza desemnează un sistem prin care un întreprinzător, francizorul, transmite propriul savoir-faire altor întreprinzători, francizații, controlând corecta aplicare a acestuia, în schimbul unei contribuții financiare.

În franciză există multe povești de succes: Kwik Kopy, Burger King, Coca-Cola, Speedy Oil Change și Tune-Up, Blockbusters, McDonald's, KFC, The Athlete's Foot și Home Instead Senior Care. Francizatul trebuie să fie conștient de avantajele și dezavantajele unui sistem de franciză. Ideea complet ciudată că fast-food-ul este, prin definiție, un rău extrem al peisajului gastronomic citadin a început să fie tot mai combătută. Faptul că se mănâncă repede nu este vina celui care vinde.

KFC (Kentucky Fried Chicken) operează sub un contract de franciză prin care licența este acordată companiei US Food Network SA. O franciză **KFC** poate ajunge între 1,1 și 1,7 milioane de dolari. Se percepe o taxă de franciză de 25.000 de dolari și 4% din venituri ca taxa licenței de operare. Contractele se încheie pe o perioadă de 20 de ani, la reînnoirea contractului solicitându-se o taxă de aproximativ 5.000 de dolari.

În fiecare an, revista Entrepreneur prezintă un top al celor mai dinamice francize la nivel mondial, top în care **KFC se află pe poziția 24.**

De asemenea KFC ar trebui să respecte recomandările, respective: să creeze o atmosferă plăcută la locul de muncă pentru angajați, să dezvolte un meniu sănătos, să vândă restaurantele neprofitabile, să țină cont de atractivitatea țărilor, să rămână fideli oferirii de mâncare de înaltă calitate, de servicii exemplare și curățeniei ireproșabile, să controleze francizații, să fie atenți la posibile fuziuni și achiziții, să fie conștienți de noile tehnologii ca să rămână eficienți și competitive.

Bibliografie:

1. Ionuț Pandelică – „, Companii Transnaționale – Managementul resurselor umane integrat pe baza competiției ”, Ed. Economică, 2007, București
2. Gabriela Stănciulescu, Cristina Micu – “ Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz ”, Ed. C.H. Beck, Colecția Oeconomica, 2009
3. <http://www.kfc.ro/>
4. http://www.contabilizat.ro/file/cursuri_de_perfectionare/management_si_marketing/Managementul%20intreprinderilor%20mici%20si%20mijlocii%20din%20turism%20si%20servicii/cap5.pdf
5. http://conta.money.ro/dictionar_online_FRANCIZA.html
6. <http://www.fbb.ro/home/scoala-de-franciza/curs-3.htm>
7. <http://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero/romanul-inghite-repede-oferta-fast-food-2990390/>
8. <http://apt1.mfinante.ro/site/contribuabili/link.jsp?body=/bilant.do>
9. <http://www.wall-street.ro/>
10. <http://www.entrepreneur.com/franchises/rankings/franchise500-115608/2010,-1.html>
11. <http://www.scribd.com/doc/7400209/KFC-Case-Study>

¹⁰² <http://www.scribd.com/doc/7400209/KFC-Case-Study>

Secțiunea 5 - Informatică economică

SITE-UL ASTROINFO – INTRODUCERE ÎN LUMEA CELESTĂ

Autori: Carmen Marina BUCUREL
Alexandra Petra MEDREA
Anul II, master Sisteme Bancare Europene

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Logica BĂNICĂ

Abstract: *Information is based upon a representation of reality but also of reflection and projection (processes which are innate to the human intellect), through a well-structured set of symbols which are ordinarily accessible to not only the senses and to human reasoning but to some appliances - like computers. Information does not equal content (the status of a system can be assimilated with it), agent (the signals transmitted through a channel can be assimilated with it), property, instruction, process or method but it forms a self-contained category with an abstract and subtle existence, while being an essential element for knowledge as a process. Information has been an important part of human environment in the 21st century.*

Access to an infinite quantity of information has been made available thanks to the internet. It has smoothed the way for information, data, programming resources, growing concomitantly with our means of communication. From the very dawn of mankind, the sky has been an inexhaustible source of questions. The myths and legends emanating from them were gradually transformed in sciences.

Our site, Astro Info, was made with the intention of bringing astronomy up-front. The site contains the latest news, pictures and findings, all of them in Romanian and available to the starry-eyed astronomy buffs, but not necessarily.

Dreamweaver is a web designer's first option because it offers instruments both for visual effects and for code editing, in an environment which offers you the possibility of working with a variety of up-to-date technological solutions but at the same time addressing the standard of accessible and standard-proof sites. The Dreamweaver programme promotes time efficiency in the creative process and offers the tools necessary in the management and support of web sites, while including ever-changing standards, new technologies and the capacity to satisfy the users' needs.

The site is well organized in categories which ensure that one can easily navigate through its web pages. At the same time, amateurs can easily understand the amazing phenomena observed in the Universe because the information offered is easy to understand.

The link between a web site and the public is dependent upon the structure of the respective site. Clarity and easy navigation are vital components of a good site and are priorities for a web designer.

1. Introducere

Informația se constituie într-o reprezentare a realității, dar și a reflecției și proiecției - care sunt operații tipice intelectului uman - prin intermediul unui set bine precizat și structurat de simboluri - de regulă accesibile simțurilor și rațiunii umane, dar și unora dintre dispozitive, precum cele de calcul automat (calculatoare). Informația nu este nici conținut (ci stările unui sistem pot fi asimilate cu acesta), nici agent (ci semnalele transmise printr-un canal pot fi asimilate cu acesta), nici proprietate, nici instrucțiune, nici proces și nici metodă, ci informația se constituie într-o categorie de sine stătătoare, având o existență abstractă și subtilă - și constituie un element esențial în procesul cunoașterii. Aceasta, în cele mai diverse forme de prezentare și difuzare (cărți, documente electronice, mass-media), face parte din ambianța cotidiană a omului secolului XXI. Aproape nu mai există domenii de activitate care să nu se mai bazeze pe informație. Cu siguranță nu s-ar fi ajuns la această situație fără existența unor canale de comunicații care fac practic să dispară distanțe și diferențe orare.

Accesul la o cantitate infinită de informații a fost oferit prin intermediul internetului. Acesta a facilitat schimburile a numeroase resurse de informare, de date, de programe concomitent cu dezvoltarea unor mijloace de comunicare.

2. Tematica site-ului

Încă de la începuturile istoriei, cerul a reprezentat o sursă inepuizabilă de întrebări. Mituri și legende s-au transformat treptat în științe. Un prim pas a fost înțelegerea periodicității fenomenelor cerești și corelarea lor cu anotimpurile terestre, ceea ce a dus la necesitatea observării îndelungate a cerului în vederea stabilirii calendarelor.

Mai mult, astrele au oferit omului un punct de reper și în călătoriile îndelungate, rezolvându-i astfel problema orientării în spațiu. Existau deja două motive destul de întemeiate pentru continuarea observațiilor cerești. În [Grecia Antică](#), ca și în alte civilizații antice, astronomia conținea în mare parte astrometrie, calculând pozițiile stelelor și ale planetelor pe cer. Mai târziu, [Kepler](#) și [Newton](#) au publicat lucrări despre [mecanica cerească](#), descriind matematic mișcarea corpurilor din sistemul solar și interacțiunea lor sub acțiunea gravitației. Astronomii moderni se folosesc de aceste principii, iar cu ajutorul telescoapelor, spectrografelor, calculatoarelor, observatoarelor astronomice, le este mai ușor de înțeles natura fizică a acestor obiecte cerești.

În istorie, observatorii [amatori](#), studiind cerul ca hobby, au jucat un rol deosebit în descoperirea unor fenomene astronomice, astronomia fiind una din puținele științe în care amatorii încă mai joacă un rol important, în special la descoperirea și monitorizarea [fenomenelor](#) tranzitorii, doar că aceștia au acces limitat la uneltele performante ale astronomilor profesioniști. Este suficient un binoclu pentru a putea vedea obiectele cerești ca [planetele](#) din [sistemul nostru solar](#), [cometele](#) sau [sateliții](#), dar și câteva roiuri stelare, nebuloase și galaxii mai strălucitoare.

Site-ul nostru, Astro Info, s-a născut din dorința de a aduce în prim-plan astronomia. Prin intermediul site-ului pot fi găsite cele mai noi informații, știri, imagini și curiozități, toate în limba română și toate la dispoziția iubitorilor de cer.

3. Structura site-ului AstroInfo

Dreamweaver este prima opțiune pentru mulți creatori de pagini web – oferă mijloace atât pentru efecte vizuale, cât și pentru editarea codului, ambele combinate într-un mediu care vă oferă posibilitatea de a lucra cu o varietate de soluții tehnologice curente și în continuă schimbare, adresându-se în același timp nevoii de site-uri accesibile și conforme standardelor. Programul Dreamweaver ajută la scurtarea timpului de creație și oferă ustensilele necesare managementului și întreținerii site-urilor web, incluzând standarde în continuă schimbare, noi tehnologii și capacitatea de a satisface nevoile utilizatorilor.

Structura site-ului este una bine organizată în categorii ce asigură o parcurgere facilă a paginilor ce intră în componența acestuia. Totodată, informațiile oferite sunt ușor de înțeles pentru amatorii de fenomene insolite ce se petrec în spațiu.

Legătura dintre site-ul Web și publicul căruia îi este destinat este dependentă într-o considerabilă proporție de structura site-ului. Claritatea și ușurința în folosire sunt componente vitale ale unui site bun, de aceea acestea sunt obiective prioritare ale unui designer web.

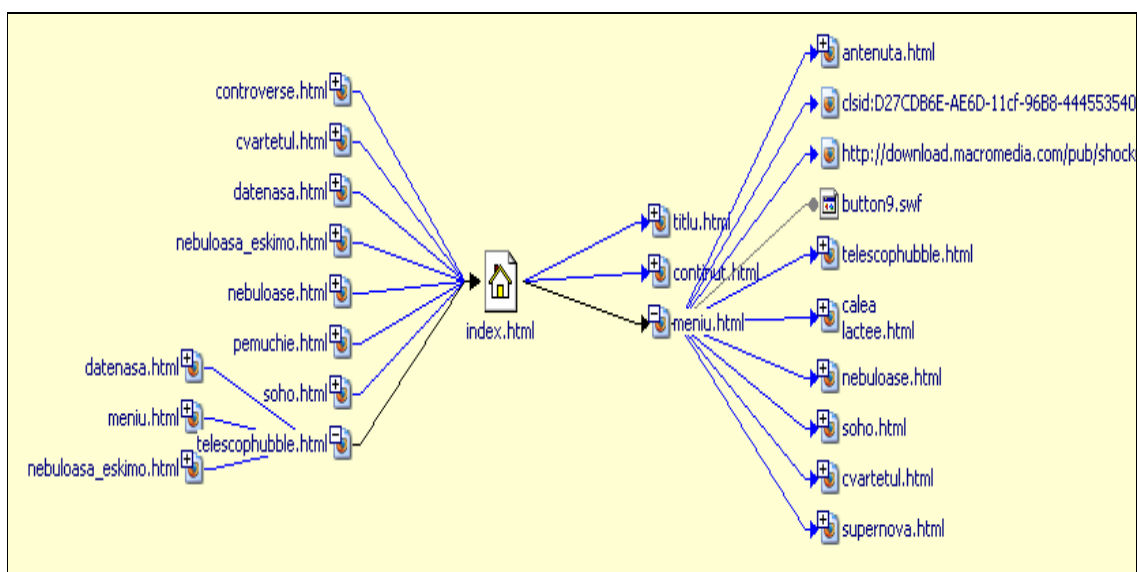


Figura 1 – Structura site-ului Astro Info

Deoarece s-a dorit evitarea unei realizări deficitare care să aibă ca rezultat o navigare defectuoasă, realizarea efectivă a site-ului în DreamWeaver a fost precedată de realizarea unui folder destinat stocării tuturor imaginilor necesare, denumit *imagini*. Acest folder a fost inclus la rândul său într-un alt folder, denumit *my site*, în care au fost ulterior adăugate și toate paginile html și php create.

O altă etapă importantă care a precedat realizarea site-ului cu ajutorul editorului Dream Weaver a fost reprezentată de identificarea și strângerea conținuturilor dorite. Prin selectarea unor informații recente, care să capteze atenția și prin organizarea eficientă a acestora a fost permisă crearea unui site Web complet și de calitate.

Pentru realizarea efectivă a site-ului, se selectează în pagina de start aferentă Macromedia DreamWeaver varianta Create New → Dreamweaver Site.

4. Prezentarea detaliată a site-ului

Paginile HTML (Hypertext Markup Language) constituie în anumite condiții, cel mai ieftin mijloc de a publica informații în Internet. Home page (pagina inițială) reprezintă un document hipertext (HTML) care servește ca punct de intrare inițial într-un Web. Pagina inițială trebuie să conțină informații cu caracter general și introductiv precum și hiperlegături la resursele corelate. O pagina proiectată corespunzător conține butoane de navigare interne, care ajută utilizatorul să se deplaseze printre numeroasele documente la care are acces.

Pagina index.html este pagina de început a site-ului. Aceasta este o pagină de tipul **Framesets**, varianta **Fixed top, nested right**, care oferă opțiunea unei părți superioare (main frame) fixe.

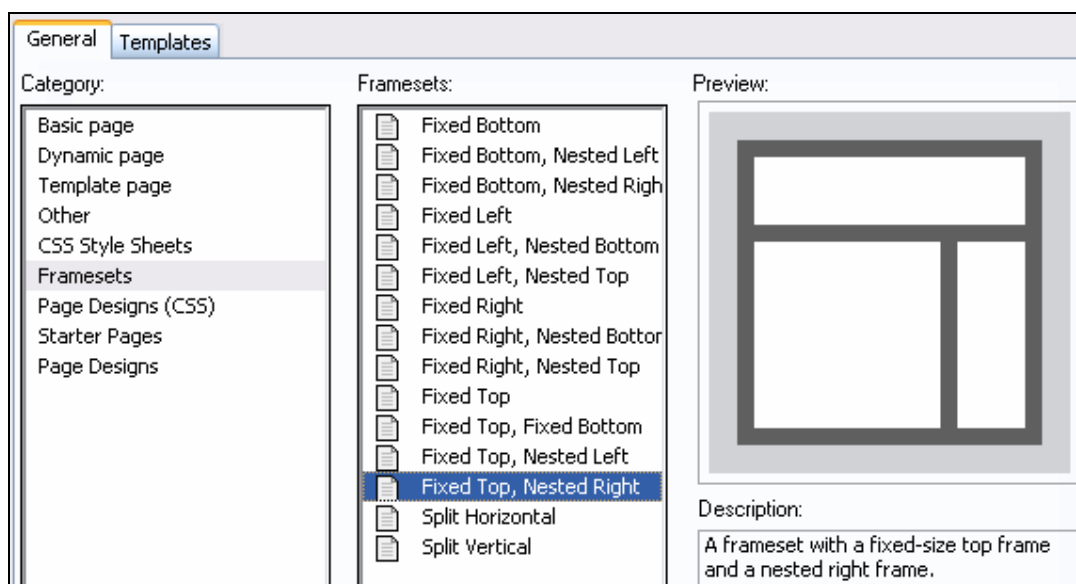


Figura 2 – Selectarea variantei de Framesets dorite

Pagina inițială, index.html, este o pagina html alcătuită la rândul ei din alte 3 pagini html:

1. **top frame** conține pagina **titlu.html**;

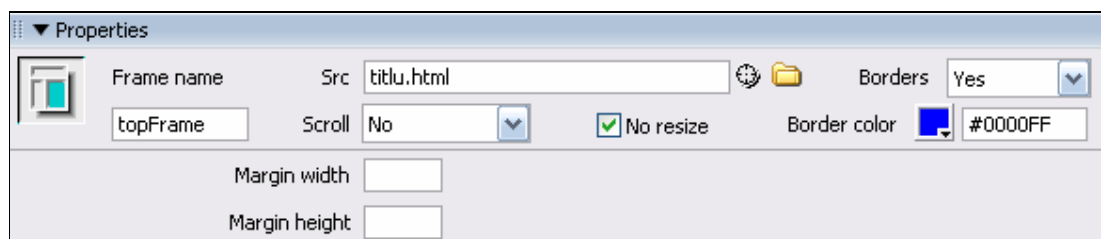


Figura 3 – Crearea legăturii dintre main frame-ul paginii index.html cu pagina titlu.html

2. **main frame** conține pagina **continut.html**;
3. **right frame** conține pagina **meniu.html**.

Modificările realizate în oricare dintre aceste 3 pagini sunt automat reflectate în pagina de start, **index.html**.

Pagina **titlu.html** conține câteva elemente distincte:

- o imagine în colțul din stânga, cu logo-ul Site-ului Astro Info;
- 3 butoane flash:
 1. butonul flash cu labelul **Acasă**, ce conține linkul către pagina **index.html**;
 2. butonul flash cu labelul **Noutăți**, ce conține linkul către pagina **planetenoi.html**;
 3. Butonul flash cu labelul **Contact**, ce conține linkul către pagina **contact.php**.

Butonul flash Noutăți are drept scop crearea legăturii dintre pagina de început a site-ului și pagina planetenoi.html. acesta a fost creat prin parcurgerea următorilor pași: **Insert → Media → Flash Button**.

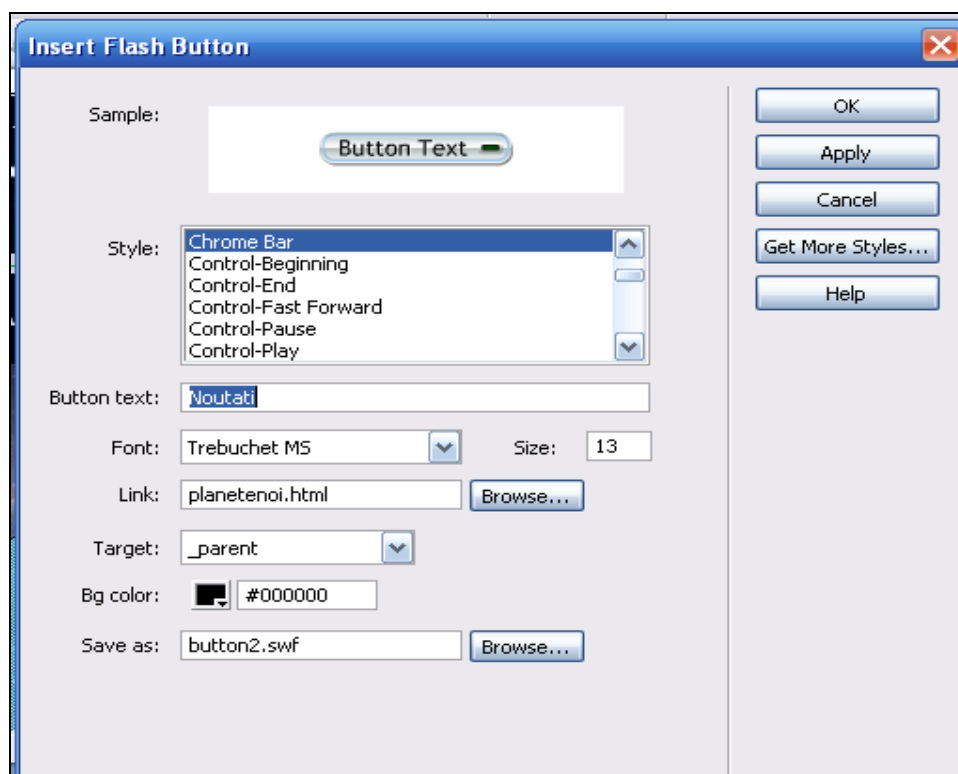


Figura 4- Inserarea butonului flash Noutăți

Prin intermediul opțiunii target se alege unde să se deschidă hyperlink-ul realizat către pagina planetenoi.html. Prin selectarea variantei *parent*, pagina nouă se va deschide tot în cadrul aceleiași pagini, păstrându-se astfel o ordine și o coerență în parcurgerea paginilor din cadrul site-ului.

- o bandă marquee, care în **Code** are următoarea sintaxă:

```
<marquee behavior="scroll" bgcolor="#CCCCCC" direction="left" scrolldelay="40"
scrollamount="3" > <font face="Verdana, Arial, Helvetica, sans-serif">12 aprilie 2011 - Eclipsa de
soare; 10 iunie 2010 - Lansare nava spatiala Discovery 9; 9 mai 2010 - Ploaie de meteoriti</font>
</ marquee>
```

În cadrul paginii continut.html se află un text flash, care oferă facilitatea de a deschide în aceeași fereastră (tot în interiorul mainFrame) a paginii sitreasapt.html, datorită selectării opțiunii *_self* a target-ului. Petru realizarea textului flash dorit, cu proprietățile aferente selectate, trebuie dat un click pe butonul Apply.

Întotdeauna pentru a putea vizualiza ultimele modificări trebuie salvată pagina html la care se lucrează (o variantă uzuală și rapidă fiind **Ctrl+S**), ulterior, fiind necesară rularea paginii prin intermediul unuia dintre browser-ele Internet Explorer sau Firefox Mozilla (o variantă rapidă fiind apăsarea **tastei F12**).

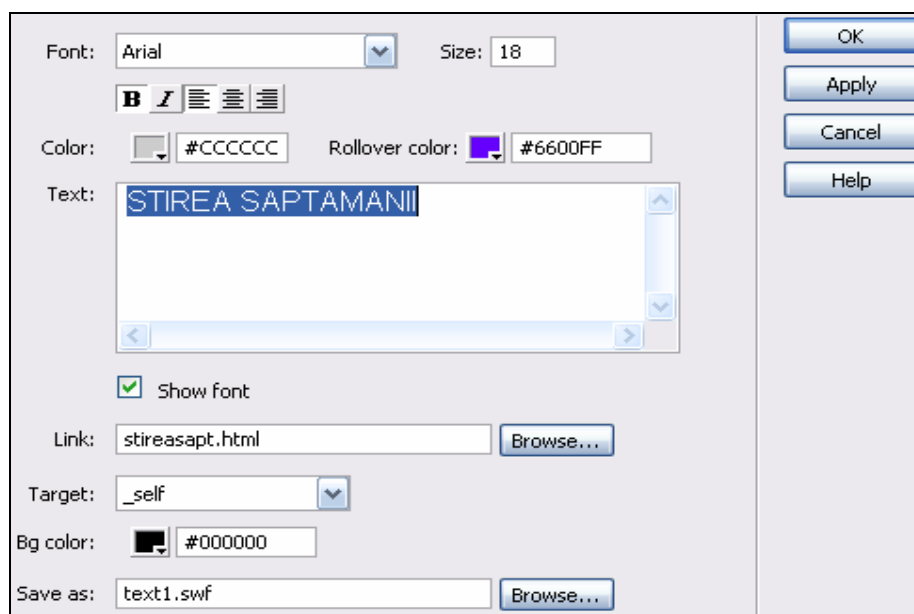


Figura 5 – Crearea textului flash STIREA SĂPTĂMÂNII

În cadrul paginii meniu.html, sunt conținute numeroase hyperlink-uri către pagini aflate în alcătuirea site-ului, realizându-se astfel o structură unitară a informațiilor ce se urmărește a fi aduse la cunoștința vizitatorilor, astfel încât să le trezească interesul.

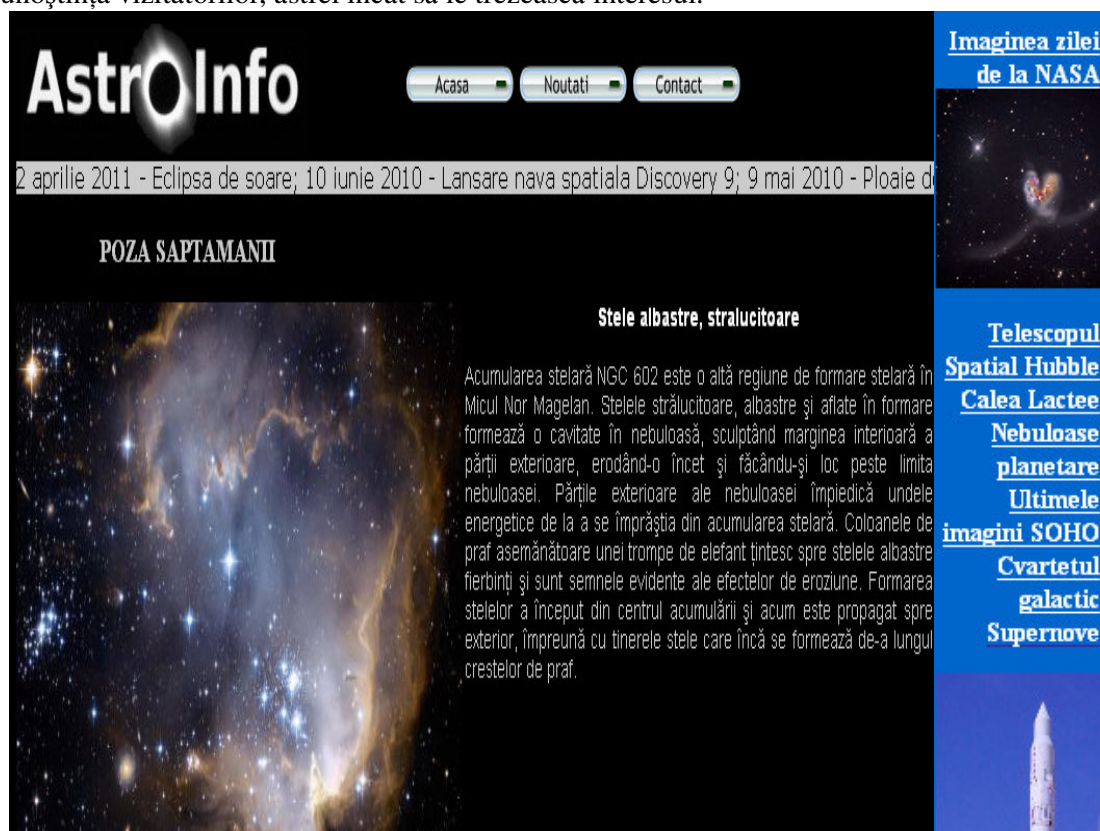


Figura 6 – Pagina de start, index.html

Pagina [menu.html](#) conduce către următoarele link-uri:

- imaginea din colțul drept, din partea superioară a ecranului, este un hyperlink către pagina [antenuța.html](#);
- textul [Telescopul Spațial Hubble](#) este un hyperlink către pagina [telescophubble.html](#);
- textul [Calea Lactee](#) este un hyperlink către [pagina calealactee.html](#);
- textul [Nebuloase planetare](#) este un hyperlink către [pagina nebuloase.html](#);
- textul [Ultimele imagini SOHO](#) este un hyperlink către pagina [soho.html](#);
- textul [Cvartetul galactic](#) este un hyperlink către pagina [cvartetul.html](#);
- textul [Supernove](#) este un hyperlink către pagina [supernova.html](#).

Fiecare dintre aceste pagini oferă facilitatea de a deschide alte pagini html, dar totodată și întoarcerea la pagina de start [index.html](#), operațiune ce poate fi realizată prin butonul flash cu label-ul Acasă.

Pagina [datenasa.html](#) conține o imagine rollover, creată prin parcurgerea următoarelor etape: **Insert → Image Objects → Rollover Image**.

Editorul DreamWeaver oferă facilitatea adăugării unei etichete atașate unei imagini, etichetă care să apară pe ecran în momentul în care vizitatorul trece cu cursorul peste zona marcată. Această opțiune este un element de tip map, denumit Hotspot. Pentru inserarea sa în cadrul unei imagini, trebuie aleasă din josul paginii din secțiunea Properties tipul de Hotspot dorit (Rectangular, Oval, Polygon), ulterior se focalizează punctul central al imaginii și se delimitează zona aferentă. În momentul în care vizitatorul trece cu cursorul peste zona delimitată a imaginii incluse în pagina [nebuloase.html](#), va apărea titlul „Nebuloasa Helix”. Opțiunea este extrem de utilă în cazul pozelor încărcate, cu multe personaje sau numeroase elemente distincte, reușindu-se astfel identificarea fiecărei persoane sau fiecărui element. Astfel, informația este clară pentru vizitatori, înlăturându-se orice confuzie de identificare.

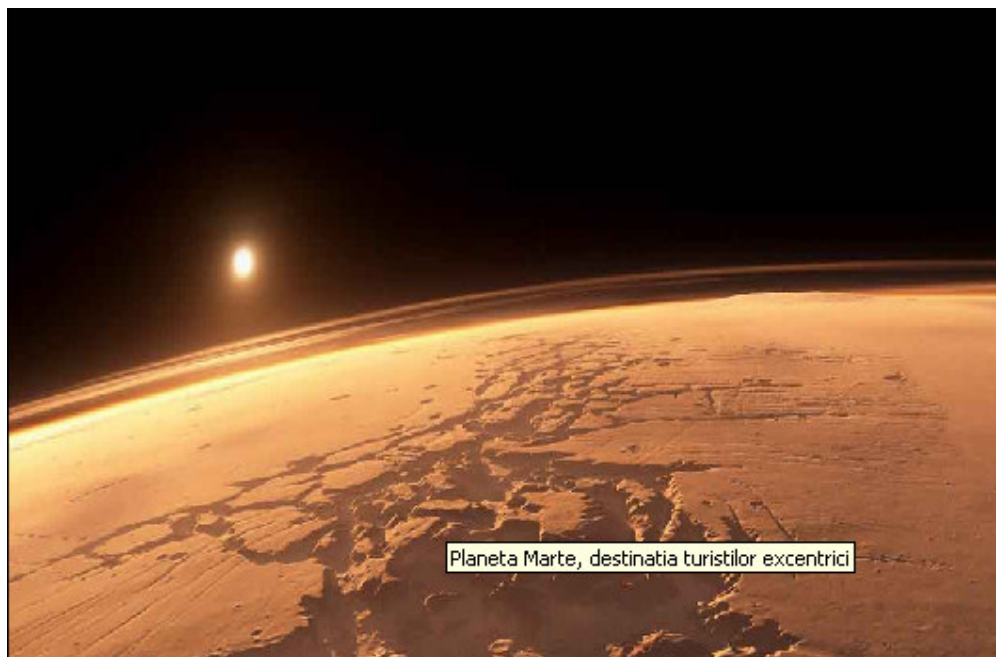


Figura 7 – Hotspotul „Planeta Marte, destinația turiștilor excentrici”, atașat unei imagini inclusă în pagina [stireasapt.html](#)

Deoarece este esențială cunoașterea exactă a ceea ce creatorii unui site doresc să transmită vizitatorilor, comunicarea cu aceștia este o parte integrantă din menținerea și întreținerea efectivă a unui site. Pagina `contact.php` a fost creată în scopul facilitării comunicării dintre pasionații de astronomie și administratorii site-ului.

PHP este un limbaj de programare pe parte de server, ceea ce înseamnă că serverul Web primește cererile de la browser incluzând script-urile din pagini, PHP-ul le prelucrează în final, serverul transmite răspunsul solicitat de browser sub forma de cod HTML. Pentru acest site, pagina **`send_contact.php`** este un mijloc de a trimite informațiilor furnizate de către un utilizator în pagina `contact.html`.



Figura 8 – Pagina `contact.html`

Prin intermediul formularului din cadrul paginii `contact.html`, un vizitator poate lăsa un mesaj ce va fi trimis direct la adresa de mail a administratorului site-ului, apărând la inbox ca fiind trimisă de la adresa [întrebări@paginamea.com](mailto:intrebări@paginamea.com). Astfel, comunicarea este facilitată, nefiind necesară logarea sau reținerea unor adrese de mail de către utilizatori pentru contact. După completarea rubricilor din cadrul formularului, la sfârșit, printr-un click pe butonul Trimite se realizează întoarcerea vizitatorului la pagina de start a site-ului, `index.html`. Dacă, însă, după completarea datelor, utilizatorul dă un click pe butonul Reset, se șterg automat toate informațiile acestuia, datorită selectării în cadrul proprietăților butonului formularului a proprietății „*Reset form*”.

Pagina `nebuloase.html` conține un element de animație Flash. Acesta a fost inserat prin parcurgerea următorilor pași: **Insert → Media → Image Viewer**. După ce se salvează animația sub un nume, se setează opțiunile pentru respectivul Flash Element, cum ar fi:

- BgColour - culoarea fundalului pentru animația Flash;
- FrameShow - selectarea variantei Yes înseamnă integrarea într-un chenar a imaginilor din cadrul animației;
- SlideAutoPlay - selectarea variantei Yes a opțiunii conduc la rularea animației de la încărcarea paginii;
- SlideLoop – Yes - animația se execută în buclă, cât timp pagina este activă;

- TransitionsType – varianta de trecere de la o imagine la alta (Squeeze).

Mediul Dreamweaver permite crearea de meniuri pop-up, atasate imaginilor, facilitate pe care am introdus-o și noi, în cadrul paginii nasa.html. În browser, un astfel de meniu pop-up apare la trecerea cu mouse-ul peste imagine și comenzile lui se execută prin activarea cu mouse-ul.

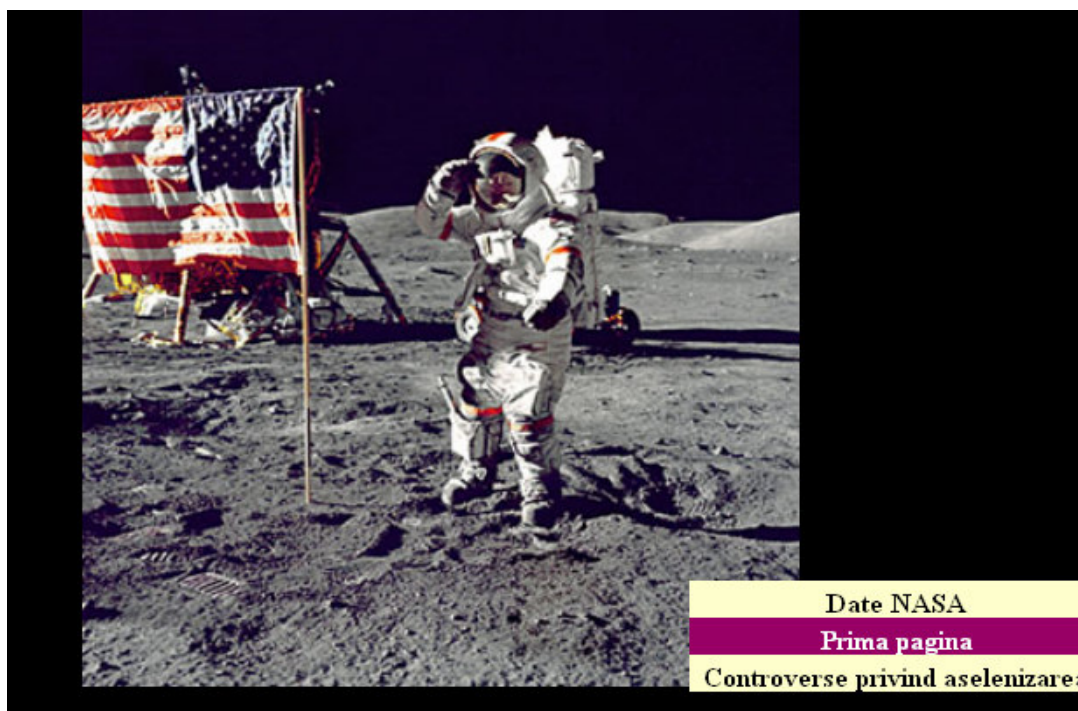


Figura 9 – Exemplu Meniu Pop-up

Timeline reprezintă o modalitate de a crea anumite animații prin intermediul stabilirii unui comportament al imaginilor într-un interval de timp. Toate obiectele incluse într-o animație bazată pe tabele cronologice sunt conținute în straturi. Staturile sunt aranjate într-o cronologie care generează o cale de mișcare și controlează sincronizarea. Un tabel cronologic constă într-o serie de cadre, precum cadrele dintr-un film. Fiecare cadru afișează în pagina web un anumit moment în timp, depinzând de dimensiunea animației și de cât de multe cadre pe secundă sunt specificate. Pot fi controlate, plasate și proprietățile fiecărui strat dintr-un cadru. De asemenea, unui cadru i se poate atasa un comportament în timpul animației.

5. Concluzii

Am prezentat în acest articol câteva principii de realizare a unui site, instrumentele software utilizate, aparținând mediului DreamWeaver. Dar, intenția noastră a fost să demonstrăm că, alături de platforma software, imaginația are un rol important în compoziția unui site, în atractivitatea lui pe Internet. Dezvoltarea site-ului Astro-info presupune adăugarea unor elemente informative (distanțe, suprafețe, descoperiri), stocate în baze de date și unor elemente de interacțiune cu utilizatorul.

Bibliografie

1. Banica Logica – Suport de curs DreamWeaver, 2010
2. Khristine Annwn Page – Macromedia Dreamweaver 8, Editura All, București, 2008
3. Larry Ullman, *PHP pentru World Wide Web*, Editura Teora, 2004
4. *** www.nasa.org

5. ***www.wikipedia.org

WEBSITE – ANSSA FILIALA PITEȘTI

Autori: Florina STAN,

Ionela ȚÎȚIRIGĂ

Coordonator științific: Conf. univ. dr. Logica BĂNICĂ

Abstract: *National Association of Students from Public Administration Schools – ANSSA*

The National Association of Students from Public Administration Schools was established on April 11, 2002 by the students of National School of Political and Administrative Studies Bucharest. Currently the Association has a number of about 1000 members in the universities in which there are faculties with sections of public administration.

Now there are 7 offices with legal personality: ANSSA – Constanta, Iasi, Sibiu, Ploiesti, Suceava, Cluj and ANSSA Pitesti.

ANSSA Pitesti was established in October 2006 and function within the Faculty of Law and Administrative Sciences. The students of the Public Administrative Specialization and the members of ANSSA Pitesti attended different national conferences and workshops helping in improving the professional training.

ANSSA helps you to review your results continuous and this is the best way to progress. ANSSA represents the art of making something together with other people

1. Introducere

Site-ul reprezintă o modalitate de informare a studenților din cadrul specializării științelor administrative cu privire la modul prin care pot adera și participa la organizații sau activități în vederea fundamentării cunoștințelor teoretice în domeniu.

Asociația Națională a Studenților în Științe Administrative (ANSSA) a fost înființată la 11 aprilie 2002 de un grup de studenți ai Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative București (Cristian Bitea, Dacian Vasincu, Robert Mustață, Mihai Isac, Mihai Aileni, Bogdan Barbu, și Marius Mocanu).

Astăzi ANSSA numără în jur de 1000 de membri din majoritatea universităților în care funcționează facultăți cu specializarea *Administrație Publică*.

Asociația funcționează în baza statutului și regulamentului de organizare și funcționare. La nivel central activitatea ANSSA este coordonată de o echipă care formează Centrul de Coordonare Națională.

La nivel teritorial, funcționează în prezent, șapte filiale cu personalitate juridică, ANSSA – Constanța, ANSSA – Iași, ANSSA – Sibiu, ANSSA – Ploiești, ANSSA – Suceava, ANSSA – Cluj, ANSSA – **Pitești**, precum și grupuri de inițiativă în alte centre universitare (Oradea, Craiova, Galați) în curs de constituire ca filiale.

2. Despre școala de administrație publică

“ La noi toată lumea este de acord că trebuie înființate școli administrative pentru completarea educației profesionale a funcționarilor și pentru pregătirea candidaților la asemenea funcțiuni. Trebuie creată însă o școală superioară, în care elementele cele mai bune din liceu și din școlile de

comerț să fie atrase... În această școală să învețe acești tineri și marile probleme ale dreptului public și respectul de legalitate, dar și dragostea pentru neam.” (*Paul Negulescu*)

“... este nevoie de o reformă completă atât a modului de recrutare, cât și a modului de pregătire profesională, pentru a se putea alcătui un corp de funcționari select și bine pregătit.”

“dacă facultățile de drept pregătesc buni juriști, cei care lucrează în administrație trebuie să cunoască alte discipline, din care unele nu au nici o legătură cu știința juridică: statistică, contabilitatea publică, documentarea administrativă etc.”(Congresul Funcționarilor Publici din România – 1935)

Primul autor român care face referiri la obiectul științei administrative este profesorul de drept public D. Dissescu. Lucrarea sa “Curs de drept public roman, vol III - Dreptul administrativ “ apărută la București în 1891, precizează unele aspecte cu privire la știința administrației și la stabilirea principiilor raționalizării administrației de stat.

În această perioadă a sfârșitului de secol XIX – lea se pun și bazele unui învățământ profesional administrativ. „ Dreptul administrativ “ a constituit mult timp o disciplină obligatorie în învățământul primar, conform Legii instrucțiunii publice în vigoare la vremea respectivă.

3. Prezentarea site-ului asociației ANSSA – filiala Pitești

Modernizarea activităților din cadrul instituțiilor de învățământ și implicit a modului de relaționare nu se poate realiza fără implementarea și îmbunătățirea permanentă a sistemului informațional. În sprijinul strategiei evoluției informaționale, filiala ANSSA – PITEȘTI își propune printre altele *încurajarea utilizării de către studenții din școlile de administrație a serviciilor informaționale*.

Site-ul asociației ANSSA filiala Pitești aduce informații utile vizitatorilor și în special studenților din școlile de administrație publică. Prin intermediul acestuia se dorește o mai bună colaborare între studenții din școlile de administrație din România, precum și realizarea unui schimb interesant de idei și experiență legată de acest domeniu.

De asemenea site-ul ANSSA – PITEȘTI cuprinde informații privind:

- MOTTO
- Prezentarea asociației: misiune obiective
- Echipa ANSSA Pitești
- Persoane de contact
- Filiale ANSSA

ANSSA – dorește să deschidă o cale studenților în științe administrative, furnizându-le o nouă abordare, încercând să oferim oportunități de afirmare activitatea din sectorul public. ANSSA și prin intermediul site-ului, te invită să încerci experiența pe care ți-o poate furniza munca într-o organizație a studenților în științe administrative, fiind în același timp o oportunitate realmente solidă de a forma echipe, de a realiza proiecte, de a participa la diferite seminarii și conferințe naționale.

ANSSA reprezintă un început de drum necesar și curajos, o experiență colectivă care dezvoltă aptitudinile de lucru în echipă, adaptabilitatea, etapă preliminară unor buni specialiști în administrație.

Pentru a crea un site al Asociației am folosit Dreamweaver, care este un editor HTML ce oferă instrumente avansate de creare a paginilor WEB. Crearea site-ului presupune următorii pași: Din

pagina de Start Dreamweaver – create new – Dreamweaver Site, se precizează numele site-ului, alegând o denumire sugestivă pentru a fi ușor identificat: SITE ANSSA.

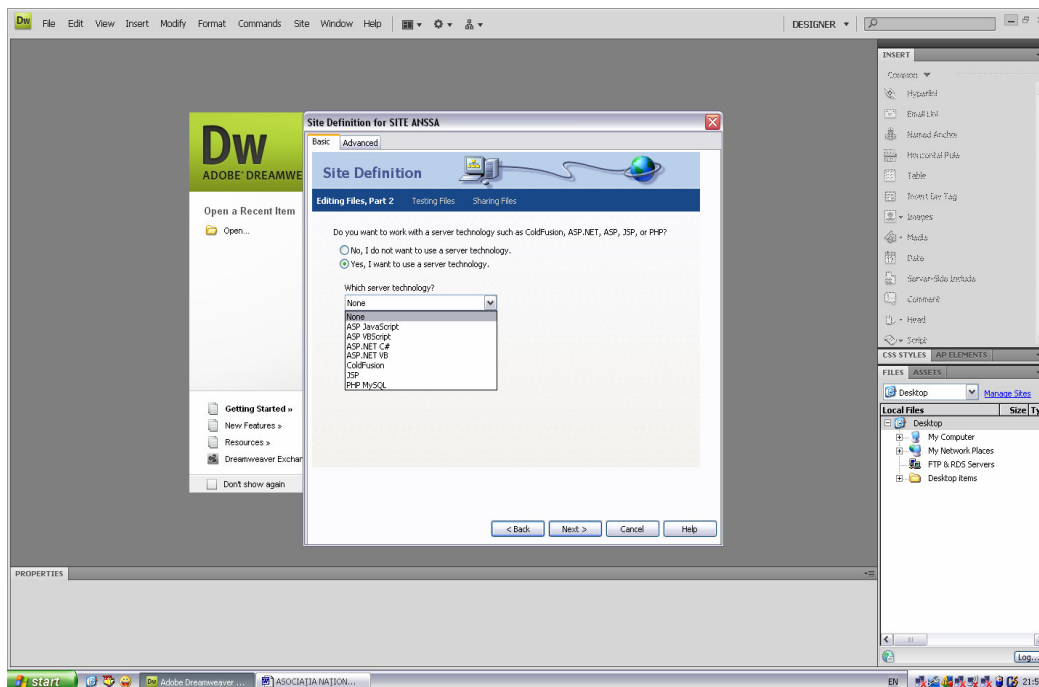


Fig. 1 Crearea site-ului ANNSA

După ce a fost definit site-ul Web local, se trece la crearea paginii de index, prima pagina a oricarui site Web. File – New – New Document.

Pagina index.html este o pagina cu frame-uri, fiind formata din antet.html, cuprins.html si continut.html.

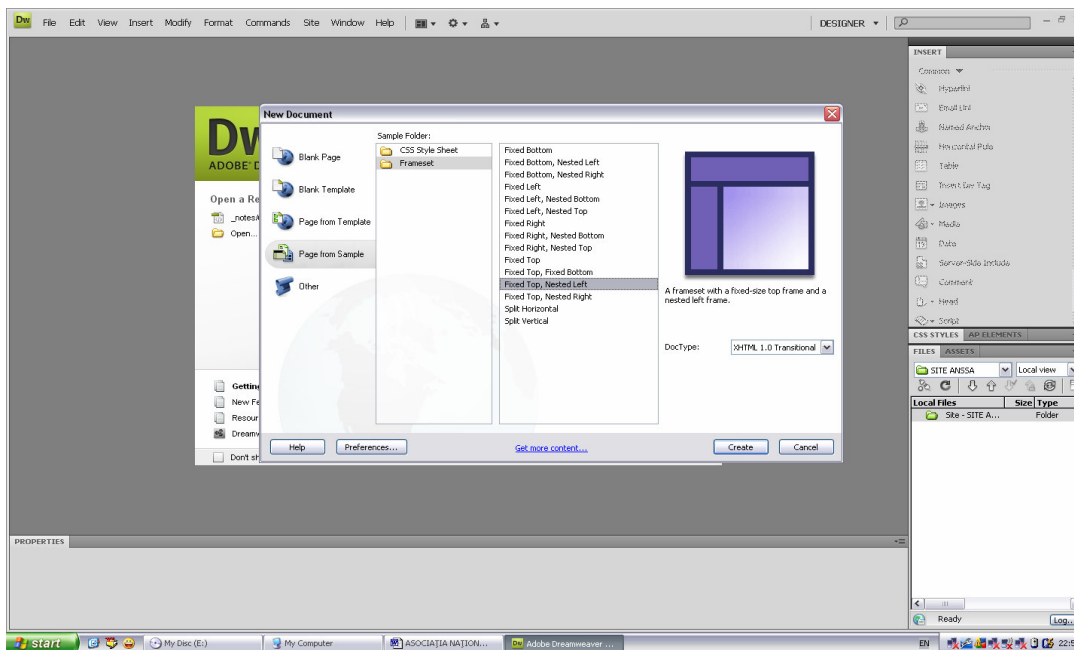


Fig. 2 Selectarea unui sablon de pagina cu frame-uri

Pagina de cuprins are rol de dirijare în cadrul site-ului, conținând legături către toate paginile importante.

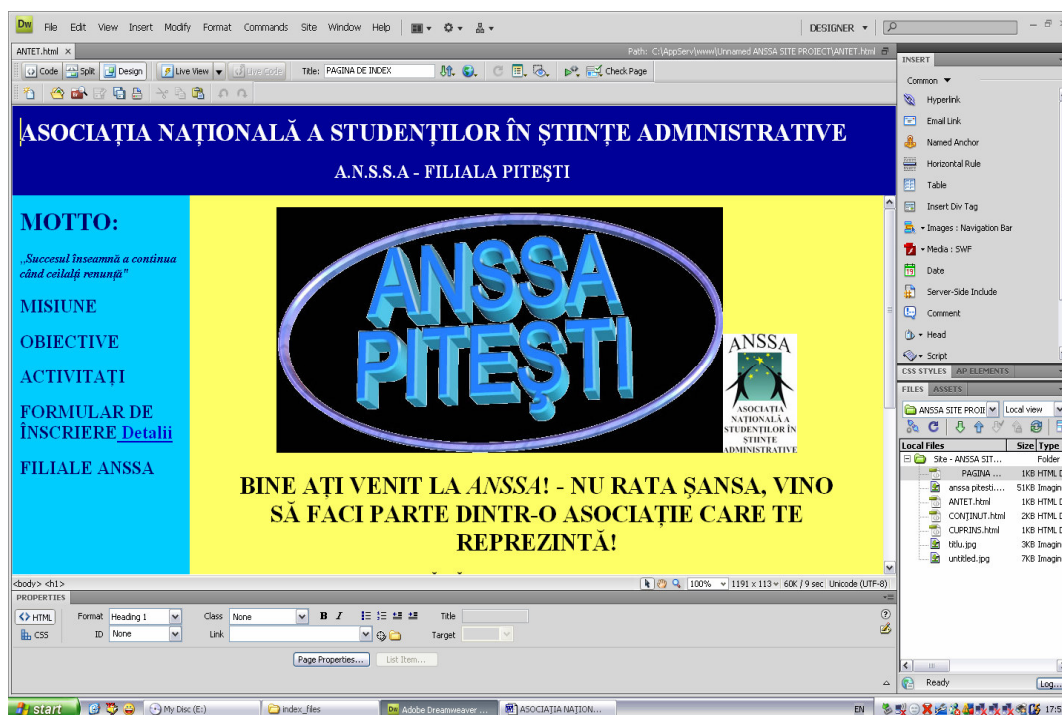


Fig. 2 Pagina principală a site-ului ANNSA

Sunt prezentate obiectivele asociației (pagina obiective.html), activitățile (activitati.html) și este atașat și un formular de înscriere, astfel încât li se oferă studenților posibilitatea de a adera la această asociație.

The screenshot shows a web design software interface (likely Adobe Dreamweaver) with a form titled "FORMULAR DE ÎNSCRIERE". The form is displayed in a browser preview window. The form includes a header with the ANSSA logo and the text "Bine ați venit la ANSSA PITEȘTI! Viitorii specialiști ai administrației publice". Below the header, the form is divided into sections: "SUBSEMNAȚUL" (Signature), "NUME" (Name), "PRENUME" (First Name), "ACT DE IDENTITATE" (ID Card) with fields for "SERIA" (Series) and "NR" (Number), "DATA SI LOCUL NASTERII" (Date and Place of Birth), "DOMICILIUL LOCALITATEA" (Residence) with fields for "STR" (Street) and "NR" (Number), "BLOC" (Block), "SCARA" (Staircase), "AP" (Apartment), "ETAJ" (Floor), "JUDETUL" (County), "STUDENTMASTERAND" (Student Masterand) with a field for "ANUL" (Year), "INSTITUTIA DE ÎNVĂȚĂMÂNT" (Institution of Learning), "FACULTATEA" (Faculty), and "FILIALA LOCALĂ ANSSA" (Local ANSSA Branch). At the bottom of the form, there is a line of text: "DORESC SA MI APROBATI ÎNSCRIEREA ÎN ASOCIAȚIA NAȚIONALĂ A STUDENȚILOR ÎN ȘTIINȚE ADMINISTRATIVE". The software interface also shows a "PROPERTIES" panel at the bottom and a "FILES" panel on the right side.

Fig. 3 Formular de aderare la ANSSA

Concluzii

World Wide Web (Web) este unul dintre serviciile cele mai interesante ale rețelei Internet, care funcționează pe baza tehnologiei client/server, prin care cererile și răspunsurile sunt formulate cu ajutorul protocolului HTTP (HyperText Transfer Protocol).

Se pot construi site-uri Web direct în HTML sau se pot utiliza medii interactive de programare pentru construirea lor (FrontPage, Flash, DreamWeaver), în care proiectantul nu trebuie să cunoască sintaxa HTML.

Site-ul Web ANSSA, creat de autorii acestui articol, are ca obiectiv principal simplificarea și asigurarea accesului la informație a tuturor studenților interesați, precum și de a oferi posibilitatea unei noi experiențe în cadrul unei organizații, care pe lângă dezbateră academică contribuie la formarea profesională a membrilor săi.

Aflându-vă în ipostaza unui viitor funcționar public, aveți nevoie de o experiență practică, întrucât o pregătire teoretică, fie ea și excelentă, este insuficientă.

Găsesc „ANSSA” un proiect deosebit de stimulat, care ne scoate din „amorțeala” teoretică a facultății, antrenându-ne într-o pregătire practică a carierei de funcționar public.

Nu trebuie să fim abordați ca o „problemă” ci ca o „resursă”. Depinde și de fiecare dintre noi!

Bibliografie

- [1] Logica Bănică, Ioan Liță, *Informatica*, MatrixRom, 2007
- [2] V. Cristea, Patriciu, V., *Mai multe despre Internet*, Teora, 1996
- [3] Ulman, L., *PHP pentru World Wide Web*, Teora, 2004
- [4] Banica Logica – *Suport de curs DreamWeaver*, 2010
- [5] Khristine Annwn Page – *Macromedia Dreamweaver 8*, Editura All, Bucuresti, 2008

SECRETELE CELUI MAI NOU SISTEM DE OPERARE MICROSOFT WINDOWS 7

Autor: George DUMITRESCU
Anul I, Administrarea Afacerilor

Coordonator științific: Conf.univ.dr. Logica BĂNICĂ

Abstract: *On the next pages I will present you the last OS developed and launched on the market by the huge Microsoft "the factory of our virtual world". The aim of this article is to let you know about the secrets of the new OS named Windows 7. You will find out the improvements brought by that OS and many other new things that come in our mobility help. .*

1. About Windows 7:

Windows 7 is a version of Microsoft Windows, a part of the operation systems made by Microsoft for being used by personal computers including home or work computers, notebooks, table Pc and Media Center Pc.

Windows 7 was launched in 22nd of October 2009. It was a spectacular appearance in less than three years after its predecessor Windows Vista.

Comparing with this one, which brought many new things, Windows 7 wanted to be more focused. A change on the upgrading part was made and also at compatibility with older programs.

It has appeared radical changes at the taskbar, now named superbar. It also appeared changes at the Home Networking part thus introducing Home Group.

However, some applications which were introduced with priority in previous versions of Windows disappear from the structure of the new Windows 7, focusing in the Windows Essential Suite, program groups that can be free downloaded and contains : Windows Calendar, Windows Mail , Windows Movie Maker and Windows Photo Gallery.

Besides things, remarkable is the volume of resources used by Windows 7 comparing with Windows Vista.

Windows 7 used almost 40% fewer resources than its predecessor; it has a superior mobility and adaptability than the previous one and an outstanding GUI.

2. Windows 7 System Requirements

If you want to run Windows 7 on your PC, here's what it takes:

- 1 GHz or faster 32-bit (x86) or 64-bit (x64) processor
- 1 gigabyte (GB) RAM (32-bit) or 2 GB RAM (64-bit)
- 16 GB available hard disk space (32-bit) or 20 GB (64-bit)
- DirectX 9 graphics device with WDDM 1.0 or higher driver

Additional requirements to use certain features:

- Internet access (fees may apply)
- Depending on resolution, video playback may require additional memory and advanced graphics hardware
- Some games and programs might require a graphics card compatible with DirectX 10 or higher for optimal performance
- For some Windows Media Center functionality a TV tuner and additional hardware may be required
- Windows Touch and Tablet PCs require specific hardware
- HomeGroup requires a network and PCs running Windows 7
- DVD/CD authoring requires a compatible optical drive

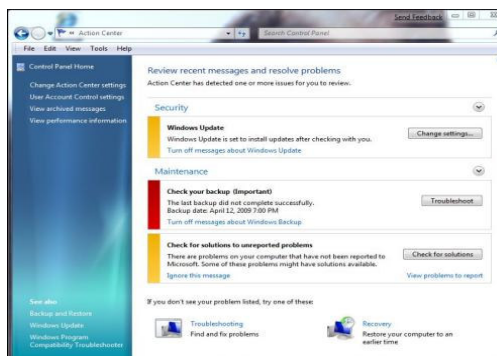
- BitLocker requires Trusted Platform Module (TPM) 1.2
- BitLocker To Go requires a USB flash drive
- Windows XP Mode requires an additional 1 GB of RAM and an additional 15 GB of available hard disk space.
- Music and sound require audio output

Product functionality and graphics may vary based on your system configuration. Some features may require advanced or additional hardware.

3. Windows 7 Secrets

1: ACTION CENTER

Centralized management is the name of the game today, and Windows 7 gives you a stop shopping location where you can go to deal with security issues, troubleshoot recovery, instead of searching out separate applets for each. It's all combined in an easy-to-use Control Panel applet, where you get maintenance and security messages can view performance information, change UAC settings, and more, as shown in Figure A.



and

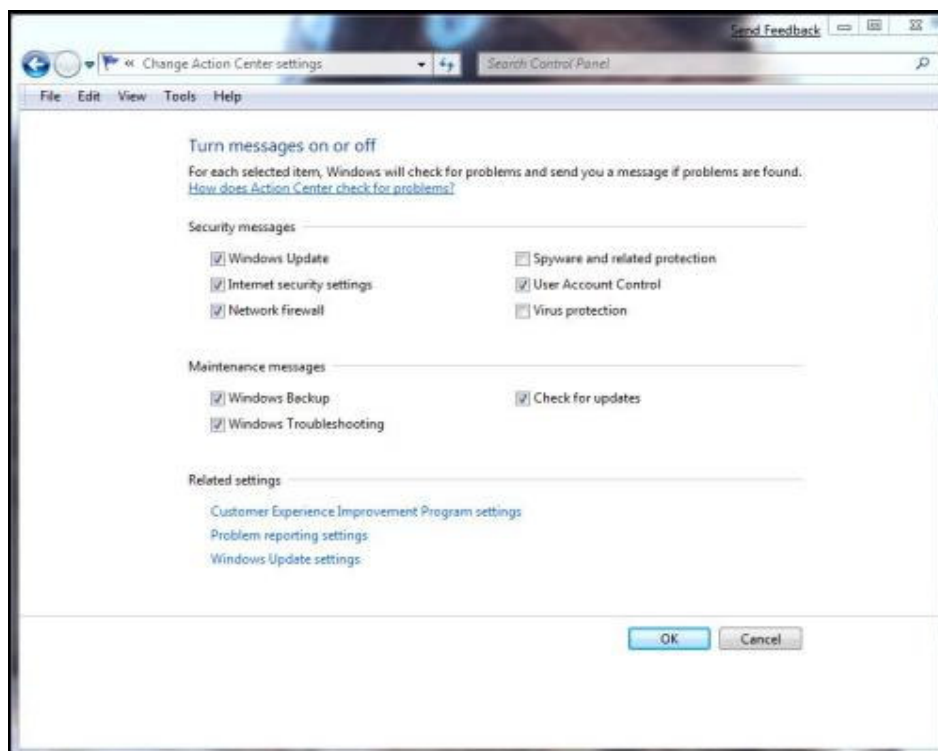
The Windows 7 Action Center provides a centralized location for dealing with security and system problems.

This is an outgrowth of the Security Center in Windows Vista. It made sense to combine security settings and actions with system maintenance and recovery issues. The Action Center also shows up as an icon in the system tray, which displays a red X if there are problems you need to address, as shown in Figure B.



The Action Center is represented by an icon in the System Tray to alert you when a message needs your attention.

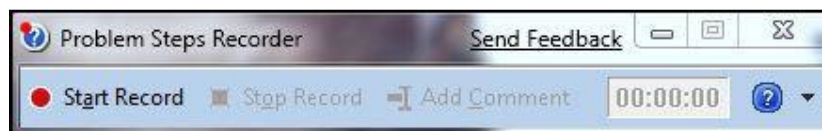
A nice touch is that Microsoft makes it easy for you to turn the various types of notifications on or off, as shown in Figure C. Thus, if you have an antivirus program installed that Windows doesn't recognize, you don't have to deal with constant messages urging you to install one — just turn off virus protection messages.



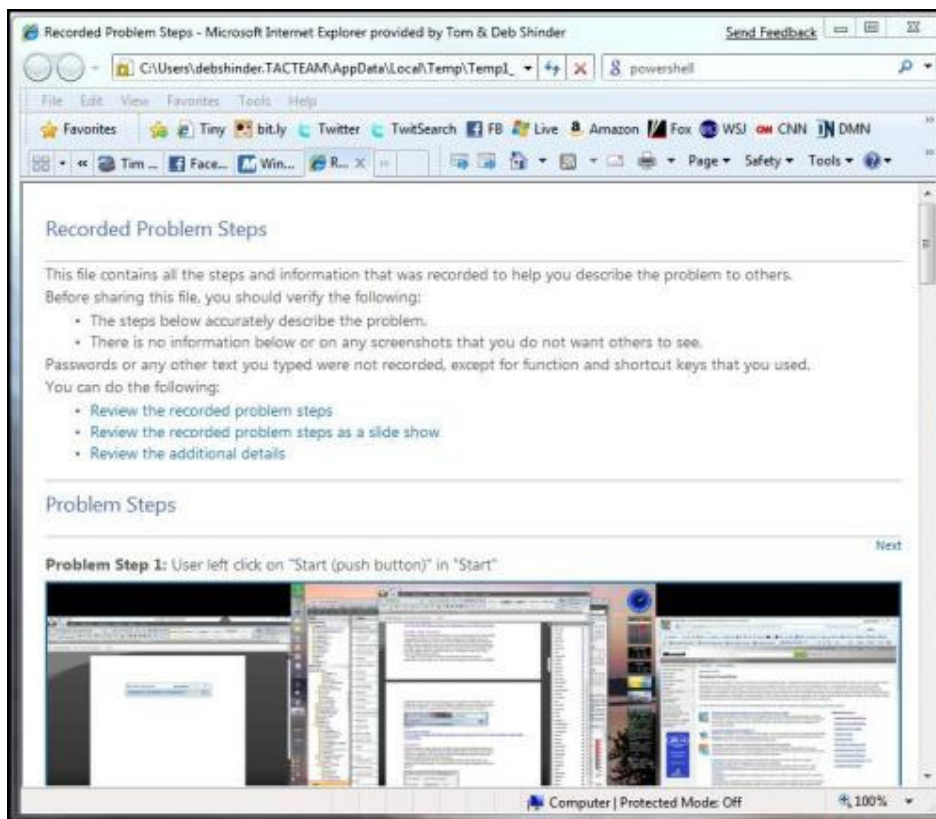
You can turn the various types of notifications on or off as you wish.

2: Problem Steps Recorder

One of the coolest new tools in Windows 7 is the Problem Steps Recorder (PSR) — especially for those of us who provide tech support to Windows users. No matter how hard they try, users often have problems accurately describing the problem they’re experiencing or the steps they took before or after experiencing it. Sure, Remote Assistance can be a godsend in those situations. But you can’t always connect to the user’s computer in real time. That’s when the PSR comes in handy. It’s really a type of screen capture software that records all actions — keystrokes, mouse clicks, etc. — and saves the sequence of events in an MHTML page that documents every step the user took, along with screenshots. You start the PSR by entering *psr.exe* in the Start menu Search box or at the command prompt. The interface is shown in Figure D.



The Problem Steps Recorder provides an accurate record of a user’s actions, along with screenshots. You can view the recorded steps in IE by double-clicking the saved zipped MHTML file, as shown in Figure E.



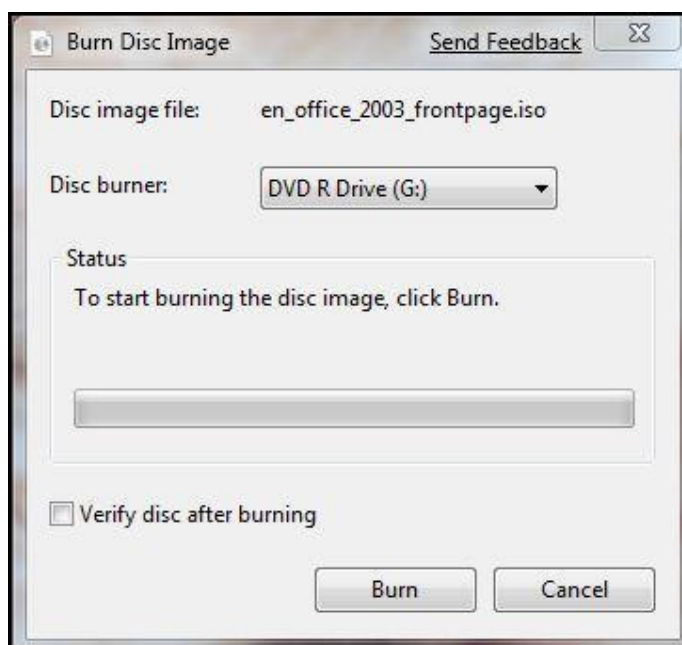
You can

view the recorded steps in Internet Explorer.

3: ISO burner

An ISO image is a type of archive file that is often used to distribute software. In Windows 7, Microsoft addressed something that's been on the wish list of many users for a long time: Now you don't have to download and install a third-party program to burn an ISO file to disc.

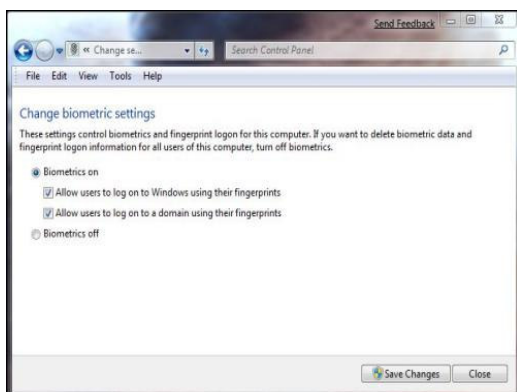
It's a simple process: After you download an .ISO to your hard drive, just double-click it and Windows 7 will open the Burn Disc Image dialog box, shown in Figure F.



Now you can burn an ISO image to disc easily without installing third-party software. This also works for images with the .IMG file extension.

4: Biometric device management

In earlier versions of Windows, biometric authentication and management of biometric devices (fingerprint sensors) required third-party software that might or might not integrate well with the OS. Now it's built in. Windows 7 includes the Windows Biometric Framework, which gives developers an API they can use to build biometrics into applications. Makers of fingerprint sensor hardware, such as UPEK and AuthenTec, worked with Microsoft on the development of the Framework. Biometric devices are managed through a Control Panel applet, shown in Figure G.



YOU CAN CHANGE BIOMETRIC SETTINGS AND MANAGE DEVICES THROUGH A CONTROL PANEL APPLLET.

5: Credential Manager

The Credential Manager is another new feature in Windows 7. It is similar in some ways to the password management feature in Vista's User Accounts applet but is more sophisticated. You can manage Windows credentials for various computers that you sign onto, certificate-based credentials, and other generic credentials (for e-mail accounts, Web accounts, etc.). These are all stored, by default, in the Windows Vault, as shown in Figure H.



Windows 7's Credential Manager can store passwords and certificates in a central location.

Perhaps the best new feature in Credential Manager is the ability to back up and restore the Vault. Microsoft recommends that you back up your credentials to a removable drive, such as a flash drive, to make it easier to restore them if you have a hardware failure.

6: Display projection and Windows Mobility Center

If you give lots of presentations, you'll welcome a new tool in Windows 7 that makes it easy for you to display your Windows 7 portable computer's desktop on a projector. Just press the Windows logo key + P and you'll see the pop-up box shown in Figure I.



The Display Switch settings box lets you quickly change how you want your desktop displayed.

The first setting is the default and displays on the computer screen only.

The second setting clones the display on the computer screen to the projector.

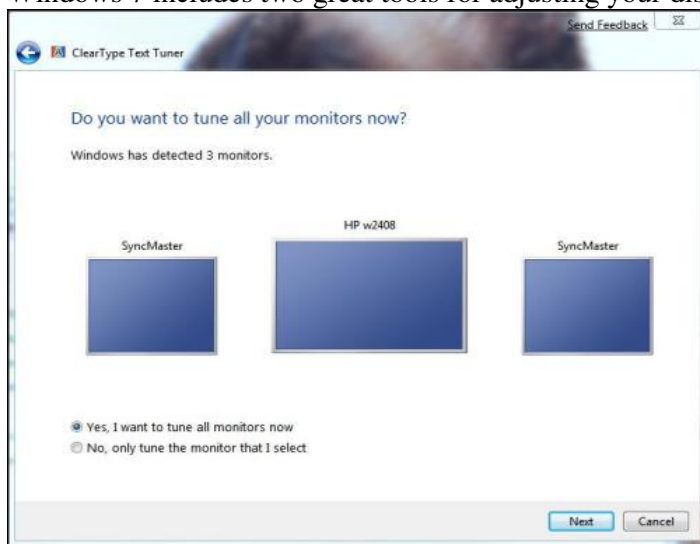
The third setting extends the desktop across both the computer screen and the projector, and the fourth setting displays via the projector only and turns off the computer screen.

Pressing the Windows logo key + X opens up the Windows Mobility Center. Through this interface, shown in Figure J, you can turn on presentation mode. This disables your screensaver, sets your wallpaper to a neutral one and even puts your IM client on "do not disturb" status. When you're presenting, you can set your laptop to Presentation mode.



7: Text tuning and color calibration

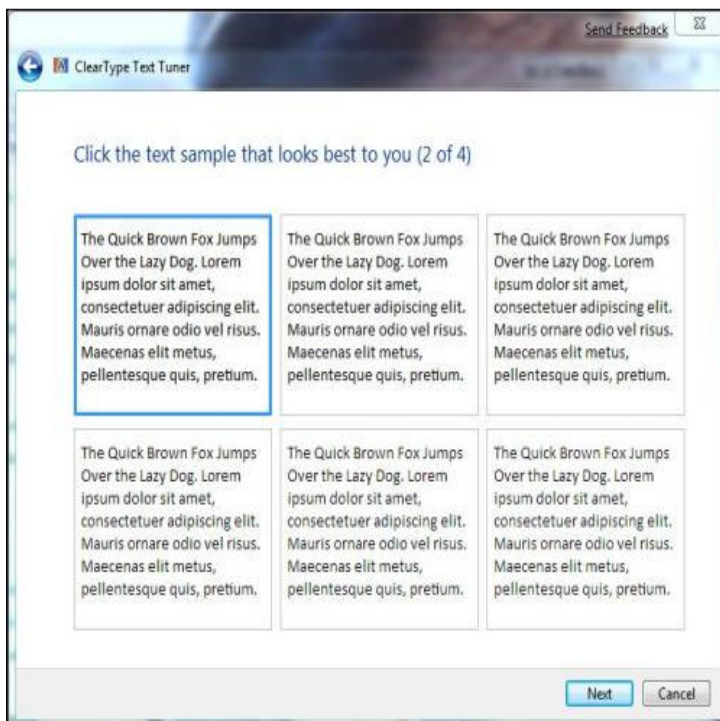
Your computer does the work, but your monitor is what you look at all day. If it doesn't look good, you don't get the most out of your computing experience, and you can even strain your eyes. Windows 7 includes two great tools for adjusting your display to fit your preferences.



You can access the ClearType Text Tuner from Control Panel or from the command line (cttune.exe). If you have multiple monitors, you can tune the type on each of them individually, as shown in Figure K.

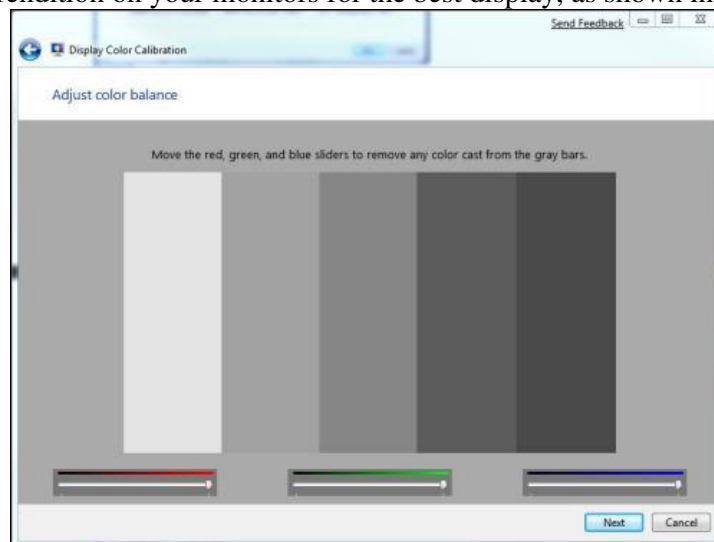
You can tune the ClearType text on each of your monitors to suit your preferences.

The tuning tool works somewhat like those eye charts at the optometrist's office: You select the one that looks best to you, as shown in Figure L.



To tune the text display, you pick the text that looks best to you.

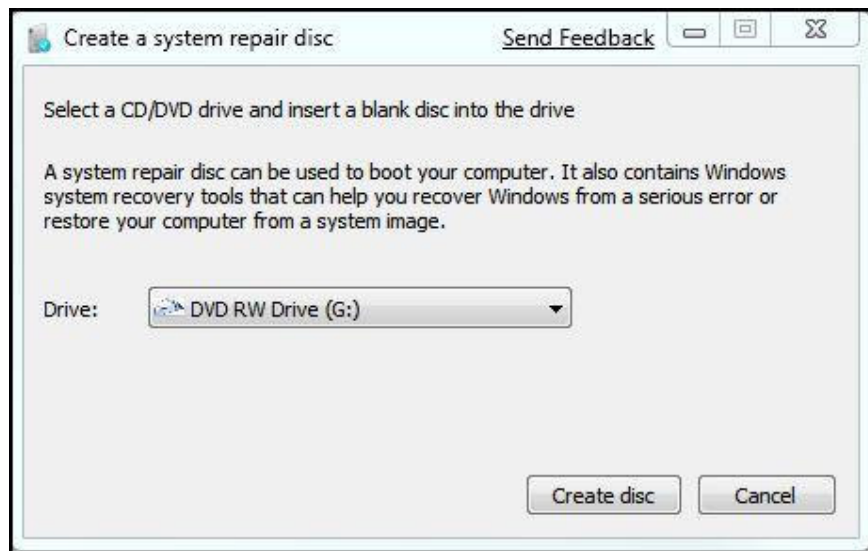
In addition to the text tuner, Windows 7 provides a color calibration tool. It's accessible from the Control Panel or from the command line (dccw.exe). It helps you to adjust the gamma, brightness, contrast, and color rendition on your monitors for the best display, as shown in Figure M.



The Windows 7 Color Calibration tools help you optimize your display.

8: System Repair Disc

The Vista Service Pack 1 betas included a new feature that let you easily create a system repair disc with a friendly graphical interface, but it was removed in the final release of SP1. Windows 7 restores this functionality. Just click Start and type *System Repair* in the Search box. Click on Create A System Repair Disc. This opens the dialog box shown in Figure N.

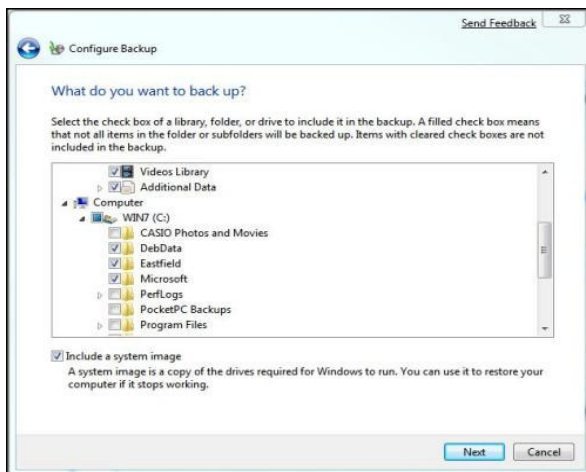


Windows 7 makes it easy to create a system repair disc

To use the disc, put it in your drive and reboot the computer from the disc. (You may have to set the CD/DVD drive as the primary boot device in your BIOS.) Then, you'll get a list of system recovery options, which include: Startup repair, System restore, System image recovery, Windows memory diagnostic, Command prompt.

9: Better backup utility

Of course, previous versions of Windows included a backup utility, but this tool has been significantly improved in Windows 7. Vista's backup program was user friendly but not very flexible. Windows 7 gives you more granular control over what you want to back up.



You can invoke the Backup And Restore applet from Control Panel or by typing *Backup* in the Search box on the Start menu. You can back up your files to a local hard disk, a removable disk, a DVD, or another computer on the network. (You may need to provide credentials to access a network location.) Then, you can choose to back up libraries or individual folders, as shown in Figure O.

The Windows 7 Backup utility lets you back up the folders you choose. You can also exclude specified folders from the backup.

3. Conclusions

Advantages:

- Extraordinary performances

- Attractive GUI (graphics interface)
- Perfect mobility
- Even moderate consumption of resources than its predecessor, Windows Vista
- New utilities
- It works with an incredible free space up to 1,40 Gb
- It's almost never bloking
- Extraordinary backup and power saving management
- Start-up and shut down faster

Waknesses :

- It takes a lot of space for installation
- Sometimes update service is pretty annoying

Bibliografie:

1. Logica Banica, Ioan Lita, *Informatica economica*, Ed. Universitatii din Pitesti, 2009
2. *** www.microsoft.com
3. *** en.wikipedia.org/wiki/Windows_7
4. *** www.windows7news.com/

VIRUSI SI ANTIVIRUSI

**Autori: Ionita Loredana Valentina
Marin Ramona Cristina
Niculeci Silviu Florin
Anul I, Finante-Banci**

Coordonator științific: Conf.univ.dr. Logica Bănică

Abstract: *The first part of the project is about viruses. A computer virus is a computer program that can copy itself and infect a computer. The term "virus" is also commonly but erroneously used to refer to other types of malware, adware, and spyware programs that do not have the reproductive ability. A true virus can only spread from one computer to another (in some form of executable code) when its host is taken to the target computer; for instance because a user sent it over a network or the Internet, or carried it on a removable medium such as a floppy disk, CD, DVD, or USB drive. Viruses can increase their chances of spreading to other computers by infecting files on a network file system or a file system that is accessed by another computer.*

The second part is about antivirus software. Antivirus (or anti-virus) software is used to prevent, detect, and remove malware, including computer viruses, worms, and trojan horses. Such programs may also prevent and remove adware, spyware, and other forms of malware.

VIRUSI – Introducere



Fig.1.1

Un virus este un program - o bucată de cod executabil - creat cu scopul declarat de a distruge datele sau echipamentele calculatorului. Virusii sunt programe de foarte mică dimensiune, de regulă invizibile cu mijloacele uzuale ale sistemului, care se găsesc pe calculator fie ca un fișier executabil, fie atașate unor programe, caz în care se numesc "paraziți". Ei sunt capabili să se "infiltreze" în zone ce rămân "ascunse" utilizatorului obișnuit, să producă modificări distructive asupra datelor ce se află pe discuri și asupra altor componente ale calculatorului.

Virusii periculoși au abilitatea de a executa acțiuni în calculator. În timp ce unele din aceste acțiuni sunt doar deranjante (cum ar fi afișarea unui mesaj la o anumită dată sau ca răspuns la o anumită acțiune a utilizatorului calculatorului), există virusi care pot distruge fișiere de date, documente sau chiar CALCULATORUL.

La fel ca și virusii biologici, virusii de calculator se pot răspândi cu mare ușurință și sunt adesea greu de eradicat. Se atașează aproape tuturor tipurilor de fișiere și se răspândesc pe măsura ce fișierele respective sunt transmise și altor utilizatori, pe alte calculatoare.

Clasificarea virusilor

Virusii pot fi clasificați după diferite criterii: modul de acțiune, tipul de amenințare, grade de distrugere, tipul de instalare, modul de declanșare etc.

Virusii se clasifică în două nuclee principale:

Virusi Hardware: sunt cei care afectează hard discul, floppy-discul și memoria.

Virusi Software: afectează fișierele și programele aflate în memorie sau pe disc, inclusiv sistemul de operare sau componente ale acestuia.

Câteva dintre efectele pe care le generează virusii software:

- a) distrugerea unor fișiere;
- b) modificarea dimensiunii fișierelor;
- c) ștergerea totală a informațiilor de pe disc, inclusiv formatarea acestuia;
- d) distrugerea tabelului de alocare a fișierelor, care duce la imposibilitatea citirii informației de pe disc;
- e) diverse efecte grafice/sonore inofensive;
- f) încetinirea vitezei de lucru a calculatorului până la blocarea acestuia.

Majoritatea virusilor se împart în 4 mari categorii de virusi:

- a) **sector de boot**
- b) **infectează fișiere**
- c) **virusi micști**
- d) **virusi de macro**

a) Virusii ai sectorului de boot

Până în anii '90, acești virusi erau cei mai răspândiți, răspândindu-se în special în DOS-ul de 16 biți prin intermediul floppy-disk-ului. Virusii sectorului de boot infectau sectorul de boot al unui floppy disk și se răspândeau pe hard disk, afectând de asemenea Master Boot Record-ul (MBR). Odată ce MBR-ul este infectat, virusul încearcă să infecteze orice floppy disk ce este inserat.

Virusii sectorului de boot lucrează în felul următor: ascunzându-se pe primul sector de pe disc, virusul este încărcat în memorie înainte de fișiere. Aceasta îi oferă posibilitatea de a prelua controlul asupra întreruperilor DOS astfel încât să se poată răspândi.

Acești virusi înlocuiesc conținutul original al MBR și al sectorului de boot DOS cu conținutul lor și mută acest conținut pe alt sector de pe disc. Dezinfecțarea unui virus de boot se poate face fie prin bootarea calculatorului de pe un floppy-disk neinfecțat fie prin găsirea sectorului de boot original și repunerea acestuia în locația precedentă.

b) Virusii care infectează fișierele

Virusi infectatori, numiți de asemenea paraziti, operează în memorie și infectează de obicei fișierele executabile cu următoarele extensii: *.COM, *.EXE, *.DRV, *.DLL, *.BIN, *.OVL, *.SYS. Aceștia se activează de fiecare dată când fișierul infectat este executat. Există mii de virusi infectatori dar, la fel ca și virusii de boot, marea majoritate operează în mediul

DOS. Alții au reușit să infecteze mediile Microsoft Windows, IBM OS/2, și Apple Computer Macintosh.

c) Virusii micști

Virusii micști au toate caracteristicile virusilor de boot ca și ale celor infectatori

d) Virusii macro

Virusii de macro reprezintă aproximativ 80% din virusii de macro, după spusurile International Computer Security Association, și sunt virusi cu cea mai mare din istoria calculatoarelor. Spre deosebire de alți virusi, nu sunt caracteristici unui anumit sistem de operare și se răspândesc ușor prin email, download-uri, transferuri de fișiere și aplicații cooperative.

Virusii de macro depind de aplicații. Infectează aplicațiile macro care însoțesc aplicațiile. Spre exemplu: Microsoft Word și Excel – un virus macro pentru Word nu poate infecta un document Excel și viceversa. În schimb, în aplicația mamei virusii macro pot călători ușor și se poate ajunge la situația în care sute de fișiere sunt infectate.

Caii troieni

Un cal troian este pur și simplu un program de calculator. Acel program spune că face un anumit lucru (de exemplu poate fi un joc) dar în loc de asta produce pagube când este rulat (poate șterge tot hard-diskul). Caii troieni nu au nici o modalitate de a se multiplica automat.

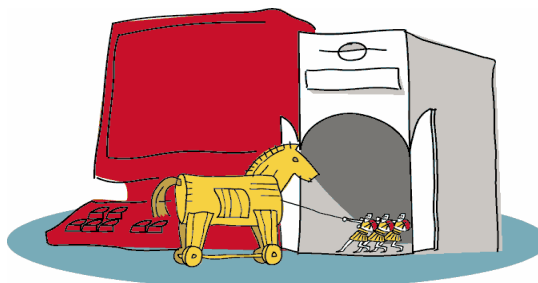


Fig.1.5 Trojan Virus

Spyware

În domeniul calculatoarelor termenul spyware se referă la o gamă largă de aplicații dezvoltate cu scopul precis de a prelua controlul parțial sau total în anumite etape ale funcționării calculatorului, bineînțeles fără acordul utilizatorului de drept. Aplicațiile spyware se “strecoară” cel mai adesea în computerele noastre atunci când apelăm la servicii de file-sharing (schimb de fișiere) pe diverse site-uri specializate, când facem click cu mouse-ul pe tot felul de reclame dubioase în timpul navigării pe Internet sau când deschidem email-uri infectate

Armati

O formă mai recentă de virusi, care conțin proceduri care împiedică dezasamblarea și analiza de către un antivirus, editorii fiind nevoiți să-și dubleze eforturile pentru a dezvolta antidotul (ex: "Whale")



Autoencrptori

Înglobează în corpul lor metode de criptare sofisticate făcând detectarea destul de dificilă. Din fericire, pot fi descoperiți prin faptul că încorporează o rutină de decriptare (ex: "Cascade")

Fig 1.6 Autoencrptorul

Informații utile despre virusi

a) Cum va puteți contamina calculatorul cu virusi informatici?

Cele mai multe dintre calculatoare se contaminează la citirea dîchetelor purtătoare de virusi, care provin de la un alt calculator. Discheta poate conține orice tip de fisier program deja infectat sau virusul poate fi localizat într-o zonă specială a dischetei, numită sectorul de sistem. La rîndul lui modemul a devenit un instrument camuflat de transmitere a virusilor. Deoarece serviciile de asigurare a comunicațiilor se dezvoltă, oamenii pot împărtăși fișierele prin intermediul liniilor telefonice.

b) Cine răspunde de infectarea fișierelor?

Deci, cum am mai spus majoritatea virușilor infectează fișierele. Ei se pot steca în fișiere cu extensia COM sau EXE, dar de cele mai multe ori în fișierele DOS pentru că acestea se încarcă odată cu pornirea calculatorului. Odată pornit calculatorul, acești virusi informatici se vor "trezi" și vor porni la "lucru" distrugând încet, încet calculatorul. Se întâmplă uneori ca un virus să fie "benign", adică să nu facă nici o stricăciune. Reprezintă o problemă pentru cei care contaminează fișierele deoarece fiecare fișier contaminat devine mai mare, iar memoria nu va mai fi disponibilă pentru activități productive.

c) Ce se întâmplă în momentul cînd un virus contaminează calculatorul?

Virusii se pot clasifica în funcție de efectele lor și de modul în care procedează. Virusii sectorului de sistem au dat amploare unui nou tip de viruși numiți "stealth viruses", adică virusi care se ascund. Chiar dacă calculatorul respectiv are un antivirus destul de bun, în momentul cînd acesta porneste, virusul are posibilitatea de a se ascunde. Deci în momentul cînd un virus contaminează calculatorul, noi, utilizatori numai detinem controlul lui, acesta fiind preluat de acești "stealth viruses" care sunt încarcăți automat în memorie la pornirea calculatorului.

d) Ce puteți face pentru a vă proteja împotriva virusilor?

Sunt multe lucruri pe care le puteți face pentru a vă proteja împotriva virusilor. În topul listei - folosirea unui produs antivirus puternic, cum ar fi PC-Cillin de la TREND MICRO. Utilizatorii corporați pot afla cum se infiltrează virusii în rețelele lor folosind diagrama interactivă "Trend Enterprise Solution".

2. ANTIVIRUSI

Programele anti-virus contribuie la protejarea computerelor împotriva virusilor, viermilor, cailor troieni precum și a altor "invadatori" care pot ataca un computer. Însă, în acest caz, e mai grav decît o simplă răceală. Virusii, viermii și ceilalți asemenea lor se dedau deseori la acțiuni rauvoitoare, cum ar fi ștergerea de fișiere, accesarea de date personale sau utilizarea computerului pentru a ataca alte computere.

Se poate preveni "îmbolnăvirea" unui computer prin "injectarea" unui program antivirus. Rețineți doar că, asemenea dozelor de vaccin, deseori nu este suficientă o singură administrare. Este necesară administrarea regulată a unor doze auxiliare. În situația de față, acest lucru înseamnă pur și simplu actualizarea regulată a programului antivirus. Aceste actualizări se oferă în general pe baza unui abonament la distribuitorul de produse antivirus.

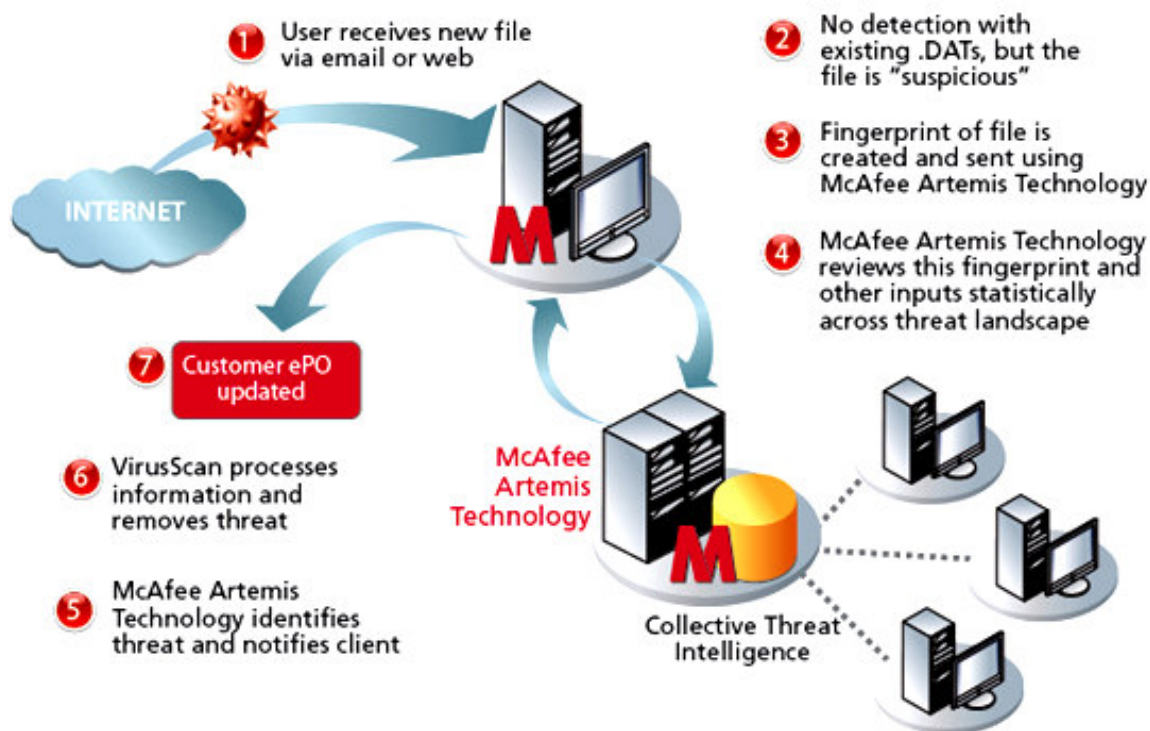


Fig.
2.1
McAfee
Artemis
Technology

Modalități de Protecție

Dacă aveți un calculator care

este conectat la internet ar fi **foarte** indicat să vă instalați un antivirus și un firewall. Trebuie să vă instalați aceste două programe din mai multe motive dintre care câteva:

- Dacă nu doriți să rămâneți fără datele care le aveți pe calculator (HDD mai bine zis);
- Dacă nu doriți să aveți dvs controlul asupra calculatorului dvs (deoarece sunt multe programe de 'remote control' care odată ce ați fost infectat cel care vă infectează are controlul asupra calc. dvs.);
- Dacă intrați pe mIRC și nu doriți să aveți probleme;
- Dacă sunteți într-o rețea locală; deoarece sunt o categorie de oameni care nu doresc decât să facă rău fără a se interesa de consecințe sau fără a câștiga nimic doar de satisfacția lor personală;
- Chiar dacă nu sunteți într-o rețea o simplă dischetă infectată cu un virus vă poate infecta calculatorul; și lista cu motive ar putea continua.

Ce este Firewall-ul?

Firewall-urile sunt programe care filtrează informațiile care intră sau ies din computer, lăsând să treacă doar acele informații care vin pe porturi uzuale, cum ar fi cel http. În același timp, trebuie avut grijă ca pachetele de date tranzactionate să nu conțină cod care să permită accesarea sau folosirea informațiilor din calculator fără acordul utilizatorului. Firewall-ul din Windows XP este un program care oferă o protecție minimală, dar este oricum mai bună decât nimic. În schimb, instalarea unui software specializat, freeware, cum ar fi ZoneAlarm 3 sau Sygate Personal Firewall 5, este o soluție mai sigură pentru a controla traficul pachetelor, constituind în același timp și o barieră pentru virusii de tip troian sau backdoor, care reprezintă un real pericol. Controlul pachetelor care

intra sau care iese este important deoarece date din calculator pot fi accesate de persoane rău intenționate care nu au altceva de făcut decât să scaneze calculatoarele care nu sunt protejate. Și credeți-mă că sunt destui astfel de pierdere-vreme care fac acest lucru și de pe o simplă linie telefonică doar de dragul de a face rău.

Antispam

Majoritatea antivirusilor de acum, conțin funcționalitatea de antispam.

Spamming (sau spam) este procesul de expediere a mesajelor electronice nesolicitate, de cele mai multe ori cu caracter comercial, de publicitate pentru produse și servicii dubioase, practicat în industria e-marketingului și de proprietarii de site-uri pornografice.

Spam-ul se distinge prin caracterul agresiv, repetat și prin privarea de dreptul la optiune.

Un mesaj care vine în urma consimțământului exprimat în prealabil de destinatar nu este *spam*. Detalii legale referitoare la *spam* sunt prevăzute în ”Legea 506 din 17 noiembrie 2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private. în sectorul comunicațiilor electronice” (Art. 12).

Pasi importanti pentru mentinerea sanatatii calculatorului

Pasul 1. Instalati programul anti-virus pe computer

Este esențial să aveți programul anti-virus instalat pe computer și să fie în stare operațională.

Cum aflu dacă am instalat un program anti-virus?

Multi producători importanți de computere adaugă pe noile computere cel puțin o versiune de probă a unui pachet cunoscut de programe anti-virus. Pentru a vă asigura că programul anti-virus este adus la zi, consultați Pasul 2.

Verificați dacă în lista de programe din meniul Start există un program anti-virus. Iată câteva companii care furnizează software anti-virus pentru utilizatorii la domiciliu: **McAfee**, **Symantec** și **Trend Micro**.

Pasul 2. Un program anti-virus învechit este un program anti-virus inutil

Programele anti-virus se bazează pe actualizări regulate pentru a contribui la protejarea împotriva ultimelor amenințări. Dacă nu vă abonați la aceste actualizări, computerul poate deveni vulnerabil în fața atacurilor unor programe dăunătoare.

Pasul 3. Asigurați-vă că programul anti-virus este configurat corect, pentru a proteja sistemul

Setările următoare ar trebui activate implicit la instalarea programului și nu ar trebui dezactivate pentru perioade lungi de timp. Dacă este necesar să dezactivați aceste setări pentru a instala un nou program software sau din alte motive, reactivați setările respective cât mai curând posibil.

Scanarea "la accesare" sau "în timp real" ("on-access", respectiv "real-time") ar trebui activată. Ar trebui să apară o pictogramă în zona de notificare pentru a indica dacă această setare este activată. Dacă faceți clic pe pictogramă, veți vedea detalii privind setările programului anti-virus. Un clic pe pictograma programului anti-virus din lista **Programae** a meniului **Start** ar trebui să vă ofere aceleași informații.

Programul anti-virus trebuie să efectueze o scanare planificată a discului fix. Programul anti-virus ar trebui configurat să scaneze implicit posta electronică.

3. CLASIFICAREA ANTIVIRUSILOR

Există două categorii de programe antivirus:

- a) **Programae care verifică fișierele** pentru a descoperi texte neadecvate sau sematuri de virusi recunoscuți;
- b) **Programae rezidente în memoria internă**, care interceptează instrucțiunile speciale sau cele care par dubioase.

În categoria programelor de verificare se include cele de tip SCANxxx, unde prin xxx s-a specificat numărul asociat unei versiuni, de exemplu: SCAN86, SCAN102, SCAN108, SCAN200.

Aceste programe verifică întâi memoria internă și apoi unitatea de disc specifică, afișând pe monitor eventuale virusi depistați și recunoscuți în versiunea respectivă. După această verificare, utilizatorul va încerca eliminarea virusului depistat, prin intermediul programelor CLEARxxx, prin specificarea numelui virusului; de remarcat că, folosind acest program, nu există certitudinea curățării virusilor, datorită fie a nerecunoașterii acestora, fie a localizării acestora în locuri care nu pot fi întotdeauna reperate.

Programele de protecție -programe antivirus- au rolul de a realiza simultan următoarele activități:

- * prevenirea contaminării;
- * detectarea virusului;
- * eliminarea virusului, cu refacerea contextului inițial;

Software de tip Antivirus

a) Antivirusi cu licență

- Avira
- AVG anti-virus
- BitDefender
- BullGuard
- CA Anti-Virus
- Cisco Security Agent
- DriveSentry (antivirus, antispyware și tehnologii de solduri)
- ESAFE
- Fortinet FortiClient End Point Security Fortinet
- F-PROT
- F-Secure
- Kaspersky Anti-Virus
- LinuxShield
- McAfee VirusScan
- NPROTECT
- NOD32
- Norman ASA

- Norton AntiVirus
- Panda Security
- PC Tools AntiVirus
- Rising AntiVirus
- Sophos Anti-Virus
- Trend Micro Internet Security
- Vba32 AntiVirus
- Windows Live OneCare

b) Freeware

- Avira AntiVir Personal - Free Antivirus (nagware - acasă utiliza numai)
- AOL Active Virus Shield (nu mai sunt disponibile prin intermediul AOL)
- AVG Anti-Virus Free avast! avast! Home Edition (registerware - home use only) Home Edition (registerware - acasă utilizat numai)
- BitDefender Free (lipsesc de pe-un scanner de acces)
- Comodo AntiVirus (de afaceri de origine și de utilizare)
- DriveSentry (plătit unele caracteristici)
- F-PROT for Linux, FreeBSD, MS-DOS F-Prot pentru Linux, FreeBSD, MS-DOS
- PC Tools AntiVirus Free Edition Instrumente de antivirus gratuit pentru PC Edition
- Rising Antivirus Free Edition Rising Antivirus gratuit Edition

Cei mai buni antivirusi

a) BITDEFENDER

Fig. 2.3 Bitdefender Total Security 2009

BitDefender Total Security 2009 ofera protectie proactiva complexa calculatorul tau, fara a reduce viteza acestuia. Solutia include antivirus, antispymware, antispam, firewall oferind protectie eficienta impotriva atacurilor informatice si a altor amenintari de pe Internet. Functia de backup te ajuta sa iti pastrezi documentele si datele importante in siguranta.

Caracteristici importante:

- Scaneaza in timp real intregul flux web, e-mail si de mesagerie instant si blocheaza virusii si programele spion .
- Iti protejeaza proactiv calculatorul impotriva celor mai noi virusi .
- Blocheaza tentativele de furt de date confidentiale (phishing) .
- Previne transmiterea neautorizata de informatii personale prin e-mail, web sau prin mesageria instant .
- Reduce nivelul de solicitare a sistemului si nu cere interventia utilizatorului in timpul jocurilor.
- Blocheaza accesul la site-uri web si la mesajele e-mail cu continut inadecvat.



pentru

b) KASPERSKY

Fig. 2.4 Kaspersky 2009



Kaspersky Internet Security 2009: solutia multifunctionala de securitate - noul motor permite scanarea fișierelor la o viteză de 4 ori mai mare.

Caracteristici:

- protecție împotriva virusilor, troienilor și viermilor
- protecție împotriva tuturor tipurilor de malware și spyware
- scanare a fișierelor în timp real (la accesare) și la cerere
- scanare mesaje e-mail, trafic internet (indiferent de browser)
- scanare scripturi Java și Visual Basic
- protecție pentru programele de mesagerie instantanee (ICQ, MSN)
- protecție proactivă împotriva amenințărilor necunoscute
- paravan de protecție bidirecțional
- sistem de prevenire a intruziunilor
- gestionare și control inteligent aplicații

Avantaje Kaspersky Antivirus 2009:

- configurare automată în timpul instalării, rapoarte cu grafice și diagrame
- alerte necesare pentru luarea de decizii documentate
- mod automat sau interactiv
- actualizări automate

4. CONCLUZII

Preferințe personale – pe piața programelor antivirus sunt o multitudine de programe care sunt considerate bune sau foarte bune. De aceea sfatul unui amic, preferințele de marca, de culoare sau orice alte considerente non-tehnice pot fi criteriul decisiv de alegere între două sau mai multe programe antivirus

Sfaturi utilizare: odată instalat, protecția este activată și automată. În caz că descoperă un virus, va apărea o fereastră cu detalii și aveți opțiunea de Heal sau Quarantine. Este de preferat să scanați manual din când în când tot conținutul hard disk-ului din panel-ul Test Center.

În loc de postfață: Zicala *“orice plan e mai bun decât nici un plan”* se aplică și în cazul programelor antivirus. Indiferent de marca, de resursele ocupate sau cât de ușor de folosit este, orice antivirus instalat pe calculator este mai bun decât nici un antivirus instalat.

Bibliografie

1. Logica Banica, Ioan Lita, *Informatica economica*, Ed. Universității din Pitești, 2009
2. Internet:

- <http://www.bitdefender.ro/>
- <http://www.microsoft.com/romania/securitate/protejare/>
- <http://www.montreal.ro/>
- <http://www.atac-online.ro/03-09-2008/Istoria-virusului-I.html>
- <http://livehosting.ro>
- <http://forum.g1.ro/>
- <http://www.teraforum.ro/>
- <http://www.kaspersky.ro/>

SITE WEB AL UNEI SOCIETATI DE ASIGURARI

Autori: Elena Doinița POPESCU

Lavinia MARINCA

Anul II, master Sisteme Bancare Europene

Coordonator: Conf. univ. dr. Logica BĂNICĂ

Abstract: *This paper refers to a website that includes information about an insurance society, regarding presentation of the institution and useful data about their products.*

The site assures a good access of the citizens on services offered by insurance society.

In future we are looking to improve the activity by creating new opportunities to access the society information, by achieving a forum to support the citizens and to offer them the opportunities to inform on-line regarding their requests and goals.

1. Introducere

Începuturile **asigurărilor** își au originea în cele mai vechi timpuri; ele se pierd în negura vremurilor, oamenii de știință neavând posibilitatea să stabilească decât cu aproximație perioadele **istorice** ale apariției lor. Formele incipiente de asigurări (asociații de înmormântare, de ajutoare în caz de deces, incendiu etc.) au existat pe teritoriul României încă din secolele XVII-XVIII, atât în cadrul breslelor, cât și al obștilor sătești.

Treptat, pe măsura dezvoltării relațiilor capitaliste în economie (aparitia capitalului comercial, dezvoltarea întreprinderilor de tip capitalist, a transporturilor etc.) și a participării României la circuitul economic mondial, a devenit necesară instituirea unor forme de organizare pentru prevenirea riscurilor și compensarea pagubelor provocate de diferite fenomene (calamități ale naturii, accidente, furt, etc.).

La începutul secolului al XX-lea, și cu deosebire după primul război mondial, se constituie mai multe societăți de asigurări naționale și străine. Astfel, se înființează societatea de asigurări “Agricola” în 1907, care practica toate formele de asigurări (nu numai agricole), “Prima Ardeleana” în 1911. Societățile de asigurări românești au practicat până la primul război mondial numai asigurări de incendiu și de viață. Se constituie societatea “Steaua României” în 1920, “Asigurarea Românească” în 1923. Se constituie 22 de societăți de asigurări, dintre care unele noi, iar altele succesoare ale unor societăți străine de asigurări. Începând din anul 1927, guvernul României a autorizat înființarea unor societăți străine de asigurări, cum au fost: “Standard”, “Norwich”, “Phonix”, “Sun”.

Până în anul 1930, România a fost singurul stat din Europa în care lipsea o lege în domeniul **asigurărilor**. În perioada 1930-1940 asigurările din România au dobândit cea mai mare dezvoltare, practicându-se toate formele de asigurări și existau în țară 24 de societăți de asigurări. În anul 1952 a fost înființată “Administrația **Asigurărilor** de Stat-ADAS”, specializată în operațiuni de asigurări și reasigurări. Înființarea ADAS a marcat instituirea monopolului de stat în domeniul **asigurărilor**, ceea ce înseamnă că pe teritoriul României există un singur asigurator, în locul tuturor societăților de asigurări care funcționau anterior.

Revoluția din decembrie 1989 a determinat schimbări esențiale și în sfera **asigurărilor** și **reasigurărilor**, în sensul că se reorganizează societățile de asigurări și se perfecționează atât instrumentele și tehnicile de lucru cât și prestarea serviciilor în sfera **asigurărilor**. ADAS își încetează activitatea la 31 decembrie 1990 și au luat ființă trei societăți comerciale pe acțiuni cu capital de stat în domeniul **asigurărilor**, și anume: “Sociedade Asigurarea Românească-ASIROM

S.A.”, ”Societatea de Asigurări-Reasigurări-ASTRA S.A.”, ”Agenția CAROM S.A. Alături de aceste trei societăți cu capital de stat, prin Hotărârea nr.189 din martie 1991 a Guvernului României a fost înființată Banca de Export-Import a României (EXIMBANK), care îndeplinește atât atribuții bancare, cât și de asigurări.

În anul 2006 piața **asigurărilor** a sărbătorit 14 ani de supraveghere și control, nou înființată Comisie de Supraveghere a **Asigurărilor**, urma sa Oficiului de Supraveghere a Activității de Asigurare și Reasigurare, s-a angajat cu multă seriozitate în realizarea cadrului legislativ și instituțional în vederea realizării dezideratelor României de integrare în Uniunea Europeană.

Perfecționarea cadrului legal a reprezentat și reprezintă unul dintre obiectivele principale ale Comisiei de Supraveghere a **Asigurărilor**, astfel încât aceasta să permită exercitarea unui control din ce în ce mai eficient asupra pieței, în scopul de a se asigura respectarea drepturilor asiguraților, una din cerințele impuse de procesul de aderare a României la Uniunea Europeană.

2. Vizibilitatea în Internet a unei Societati de Asigurari

Chiar dacă România se află într-o fază incipientă a dezvoltării societății internaționale, fiind situată pe ultimele locuri într-un clasament al Comisiei Europene privind economia digitală, cu un nivel al utilizării Internetului reprezentând circa o treime din media comunitară, firmele românești au sesizat oportunitățile de afaceri oferite de această rețea globală și s-au adaptat rapid la noile tehnologii de comunicare.

Site-ul societății S.C. Asigurări S.A. are ca scop *promovarea produselor de asigurări* prin intermediul World Wide Web. Se dorește o cât mai bună colaborare cu toți cei care intră în contact cu site-ul societății și implicit cu societatea. Site-ul cuprinde informații privind: prezentarea instituției, informații utile și date despre toate produsele societății de asigurare. El permite accesul tuturor celor interesați la serviciile oferite de societatea de asigurari.

Societatea de asigurări are ca principale produse: asigurarea de viață, programe investitoriale Unit-linked, renta de studii Magister, asigurări suplimentare de sănătate și accident, asigurări medicale de călătorie, BPL - banca pentru locuință, pensia suplimentară.

A fost construit în Dreamweaver, care este un editor HTML ce oferă instrumente avansate de creare a paginilor Web, de vizualizare a codului și a design-ului lor.

În prima fază se definește un folder local, care va conține toată structura site-lui Web. Acesta simplifică atât modul de realizare și identificare a elementelor site-lui, și transferarea lui pe server-ul gazdă. *Pagina principală* a site-ului este o pagină de tip Page Design (CSS) – fig. 1.

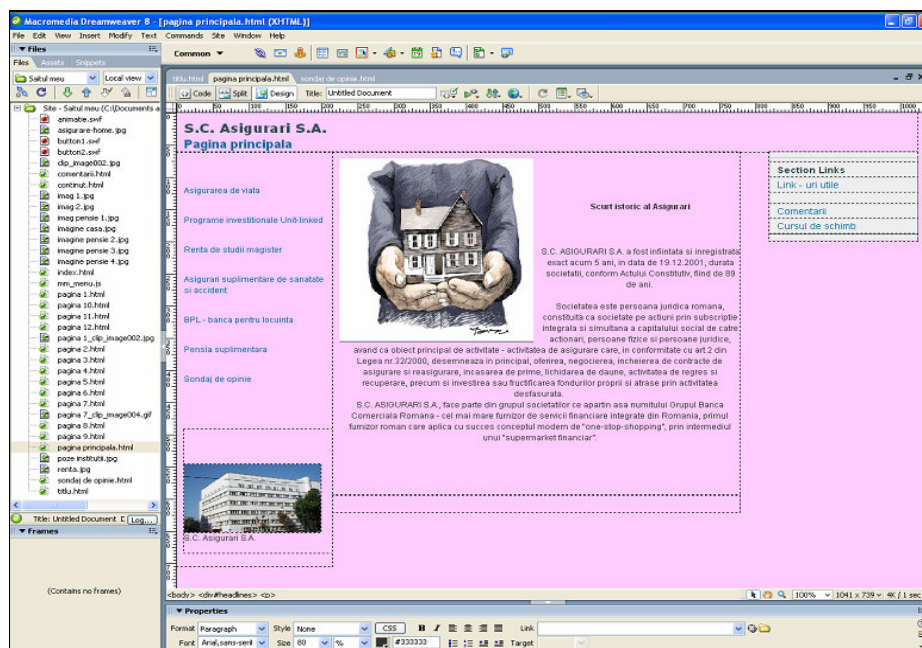


Fig. 1 Pagina de index

În partea dreaptă a paginii principale sunt o serie de link-uri utile:

- cursul de schimb, face trimitere la site-ul BNR-ului unde se poate vedea cursul de schimb.
- Pagina de Comentarii
- pagina de Contact

Pagina de prezentare a **Asigurarilor de viață** – fig.2 contine elemente vizuale, caseta text, hyperlink pe imagine pentru a reveni la pagina principală.

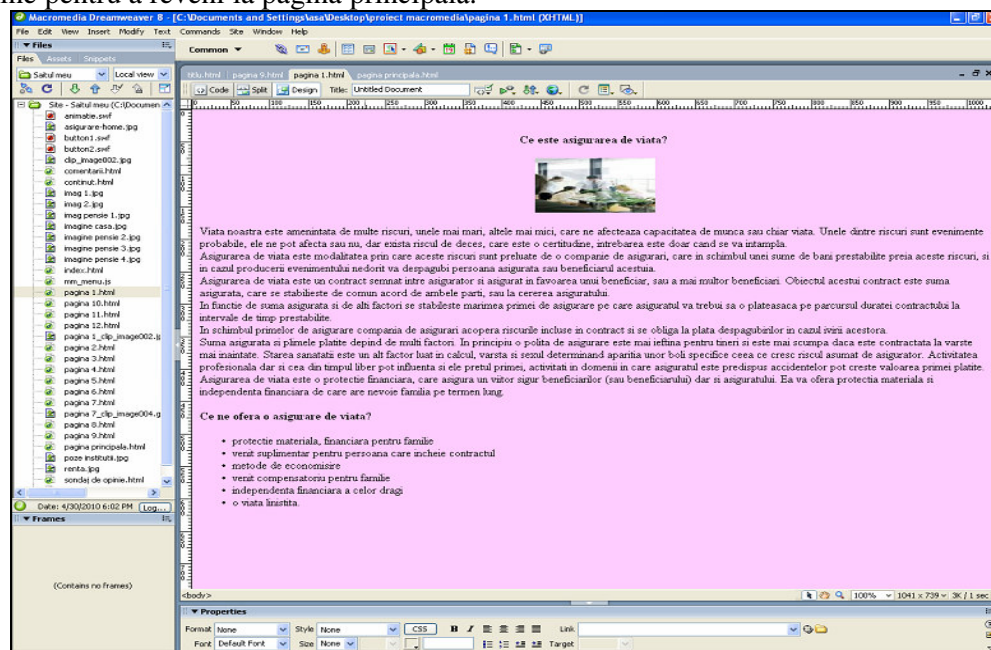


Fig. 2- Pagina “Asigurare de viață”

Pagina **Asigurarea unit – linked** realizeaza un meniu derulant la trecerea cu mouse-ul peste imagine – fig. 3. De asemenea, link-ul de pe imagine este un hotspot, ce face trecerea catre o altă pagină.

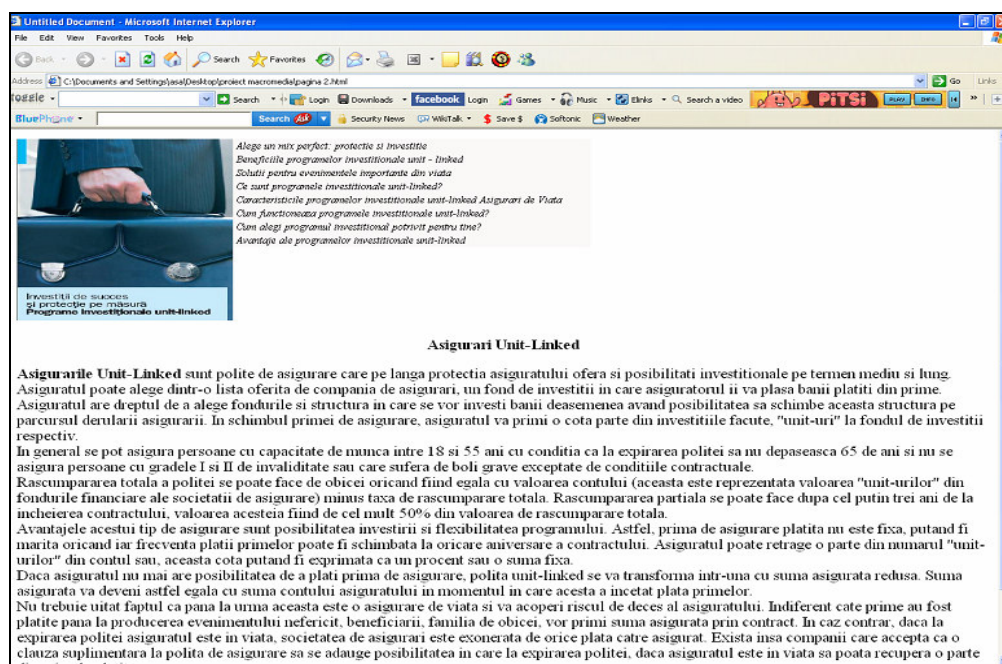


Fig. 3- Pagina “Asigurarea unit – linked” cu meniu derulant

Pagina *Renta de studii Magister*: este o pagina cu frame-uri – fig. 4. La tîltu avem scris *renta de studii Magister* și *ghidul educației la 18 ani*, acesta din urmă fiind link la o altă pagină în care sunt mai multe detalii. Iar în partea de conținut o scurtă definiție a rentei de studii Magister.

Cele două imagini sunt inserate prin intermediul a doua straturi (layers) vizibile, la care se adaugă animațiile cu timelines (linie temporară).

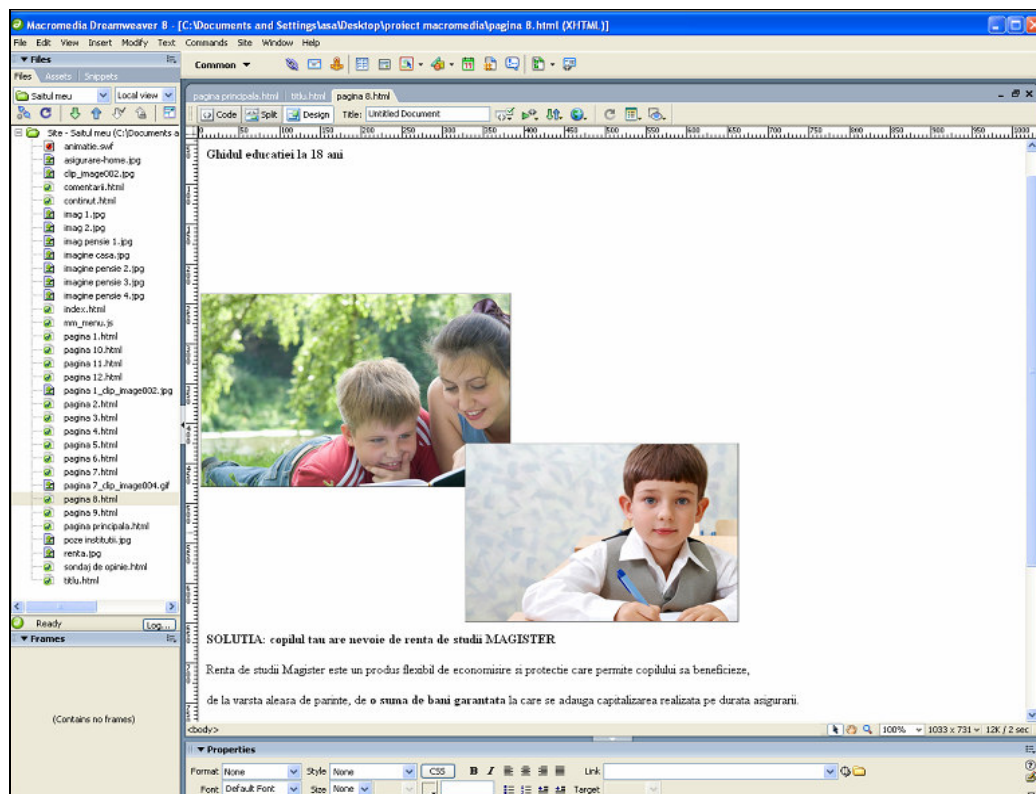


Fig. 4- Pagina “Renta de studii” – pagina cu layere

Pagina *Asigurarea suplimentară de sanatate și accident* contine:

- informație si hyperlink către altă pagină, în care este detaliată asigurarea medicală de călătorie.
- Culoarea textului se face prin intermediul atributului text al etichetei <body> după sintaxa: <body text=red>

Pagina *BPL – banca pentru locuința*

Această pagină este o pagină care insereaza un efect de tip “rollover image”, care realizeaza schimbarea imaginii la trecerea cu mouse-ul.

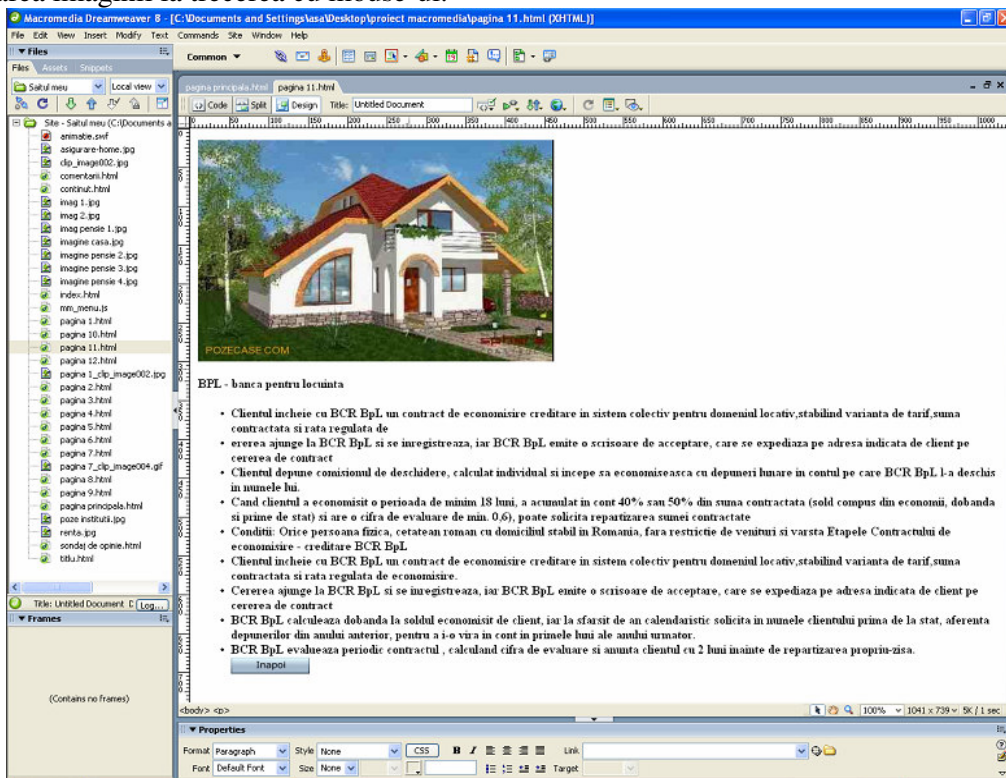


Fig. 4 - Pagina “Renta de studii” – pagina cu layere

Pagina *Pensia suplimentară* – foloseste instrumental Flash *Image Viewer* – fig. 5 si un buton Flash de întoarcere la pagina principală.

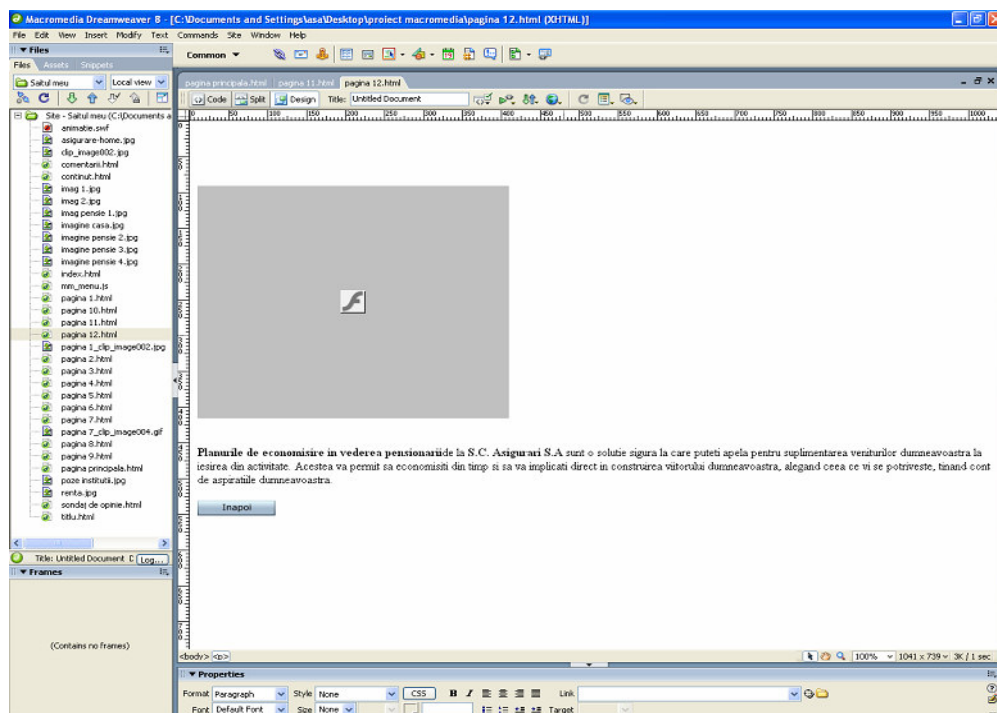


Fig. 5 – Utilizarea instrumentului Flash “Image Viewer”

Pagina *Sondaj de opinie*- conține un marque (un text care se plimbă pe ecran) introdus in codul HTML si un formular creat cu ajutorul optiunilor meniului *Forms*.

Sondaj de opinie	
Utilizator	Parola
☐ Tineri sub 18 ani ☐ Persoane intre 18 ani si 25 ☐ Personae intre 25 si 40 de ani ☐ Batrani	Date de identificare
Informatii despre produse Browse...	Articole despre asigurari v
Ce produs alegeti? v	Comentarii
Trimite	Anuleaza

Fig. 6 - Pagina “Sondaj de opinie”

3. Concluzii:

Scopul proiectului este acela de a asigura un mai bun acces al cetățenilor la serviciile oferite de o Societate de Asigurări,. Facilitând astfel accesarea informațiilor utile pentru a putea solicita într-un mod eficient toate tipurile de produse pe care le are această instituție în a asigura satisfacerea oricărei persoane fizice, fără deosebire de cetățenie, vârstă, sex, apartenență, politică sau convingeri religioase.

Pe viitor, S.C. Asigurări S.A. își propune să îmbunătățească activitatea prin crearea unor noi oportunități de acces la informațiile societății, crearea unui forum informațional care să vină în sprijinul cetățenilor și prin care să obțină informații de actualitate legate de cererile și solicitările acestora.

Bibliografie

1. Banica Logica – Suport de curs DreamWeaver, 2010
2. Khristine Annwn Page – Macromedia Dreamweaver 8, Editura All, Bucuresti, 2008
3. Larry Ullman, *PHP pentru World Wide Web*, Editura Teora, 2004
4. www.investitor.com/asigurari/
5. www.ardaf.ro/

DESIGNUL UNEI PAGINI WEB

**Autori: Cojocaru Florentina-Georgiana,
Ghiorghe Andrei
anul II, Contabilitate și Informatică de Gestione**

Coordonator științific: conf. univ. dr. Luminița Șerbănescu

Am ales ca subiect această temă de proiect deoarece mi s-a părut foarte interesant. Sunt de părere că această tehnologie modernă este accesibilă tuturor prin intermediul calculatorului și al Internetului care a deschis o lume nouă în domeniul Învățământului și al divertismentului.

Pagina web este o parte foarte importantă din Internet, site-ul web reprezintă “cartea de vizită” a unei firme pe Internet. Prin crearea de site-uri web firmele își pot prezenta obiectul de activitate, principiile, produsele, serviciile, portofoliul, datele de contact cu ajutorul unui layout grafic atractiv.

În realizarea designului acestui site au fost folosite o serie de tehnici cu ajutorul cărora paginile au căpătat contur, atât din punct de vedere vizual cât și din punct de vedere al organizării legăturilor și al amplasării conținutului în pagini. În continuare sunt prezentate câteva dintre aceste tehnici, fiecare dintre ele referindu-se la câte un aspect al designului site-ului.

1. SCURT ISTORIC

Prin web design sau webdesign se înțelege, în general, realizarea de site-uri web, de la momentul conceperii structurii și interfeței grafice și până la finalizarea programării și introducerea propriu-zisă a datelor, a imaginilor, a textelor, a fișierelor și a altor elemente, care alcătuiesc conținutul site-ului.

Primul web designer a fost chiar inventatorul www-ului (World Wide Web), Tim Berners Lee, care a publicat primul site din istorie în anul 1991. La început site-urile nu erau nici pe departe atât de complexe și încărcate grafic cum sunt în prezent, limbajul utilizat HTML (HyperText Markup Language), fiind nu prea puternic și permițând numai o serie limitată de formatare, precum și inserarea de link-uri, pentru a putea “lega” paginile între ele, webdesignul fiind, de fapt, mai mult “programare” web.

În prezent preocuparea pentru aspectul grafic al site-urilor, devenite puternice instrumente publicitare și comerciale, justifică în întregime denumirea de “webdesign”, iar tehnologiile utilizate s-au diversificat și au devenit din ce în ce mai complexe. Firmele care produc site-uri lucrează cu angajați specializați pentru fiecare etapă a dezvoltării unui site, de la stadiul de concepție grafică la programare și editare de conținut pentru optimizarea site-urilor pentru motoarele de căutare. Site-urile actuale sunt din ce în ce mai mult axate pe animație interactivă și dinamism, aceste deziderate fiind îndeplinite de exemplu de cunoscutul program Adobe Flash, precum și de alte programe apărute după acesta, care pot genera automat fișiere animate cu extensia “swf”.

2. SCHIȚA SITE-ULUI

Site-urile, în forma în care ele se afișează în browsere, sunt de fapt interpretări vizuale, menite să fie înțelese de orice persoană, fără să fie necesare cunoștințe în domeniul informaticii sau al secvențelor de cod redactate de programatori. Aceștia lucrează ori în diverse limbaje din care apoi se generează limbajul specific de script al internetului HTML, ori direct în HTML. Dacă nu ar exista browserele care știu să interpreteze limbajul de script și să afișeze rezultatul pe ecran, site-urile ar fi doar înșușiri de texte neformatate și, cel mai probabil, fără imagini. În principiu, limbajul

HTML indică locul în care să se afișeze diversele elemente vizibile, dimensiunea, culoarea, precum și alți parametri care conferă unei pagini web atât aspectul dorit cât și funcționalitatea optimă.

Pentru realizarea acestui site a fost necesară trecerea prin mai multe etape:

2.1. Concretizarea ideilor

Primul lucru la care ne-am gândit în proiectarea acestui site web a fost modul în care va fi structurat, realizând o schiță a întregului site în care am notat punctele majore pe care le-am acoperit în paginile realizate, dar și o listă a elementelor grafice pe care le-am inclus în pagini.

Al doilea lucru important la care ne-am gândit a fost la persoanele care vor vizita această pagină web, punându-ne în același timp în situația vizitatorilor.

Noi, ca și programatori, ne-am pus câteva întrebări pentru a îndeplini cu succes cerințele vizitatorilor, întrebări cum ar fi:

- Ce dorim să afle vizitatorii din această pagină?
- Ce dorim să facă vizitatorii în acest moment?
- Ce dorim să simtă vizitatorii parcurgând pagina?
- Unde dorim să meargă vizitatorii în continuare?

Considerăm că acest site da răspunsuri clare și limpezi acestor întrebări și întrunește așteptările vizitatorilor noștri.

Această etapă este formată din mai mulți pași:

- Stabilirea audienței ;
- Stabilirea scopului ;
- Definirea obiectivelor ;
- Colectarea informațiilor despre subiectul prezentat ;
- Stabilirea specificațiilor ;
- Stabilirea modului de prezentare ;

Stabilirea audienței.

Pentru a crea un site de calitate și o comunicare eficientă a informațiilor, o etapă deosebit de importantă este definirea audienței site-ului. Audiența reprezintă publicul cărui îi se adresează site-ul. Stabilirea audienței pentru acest site a fost esențială deoarece a contribuit la definirea conținutului paginilor, precum și a organizării și aspectului său. Am pornit de la ideea că un site Web creat pe baza unor informații precise asupra audienței sale actuale și viitoare are mai multe șanse de succes decât unul care nu se adresează unui public specific.

Stabilirea scopului.

Pentru stabilirea scopului site-ului ne-am pus o întrebare simplă: “ De ce dorim să realizăm acest site? ” Definiția scopului site-ului a reprezentat tema conducătoare în procesul de construire al acestuia. Acest site are un scop clar și bine definit care lansează un mesaj convingător.

Definirea obiectivelor.

Al treilea pas pe care l-am urmat a fost formularea obiectivelor specifice acestui site. Obiectivele reprezintă o detaliere a scopului general al site-ului conținând informațiile specifice care vor conduce la îndeplinirea scopului pentru care a fost creat site-ul. Scopul site-ului nostru este acela de a oferi informații și de a promova firma Audi. Acest scop l-am dus la îndeplinire cu ajutorul unor obiective specifice și variate cum ar fi: informații despre automobile, informații despre ofertele speciale.

Colectarea informațiilor despre subiect.

În această etapă am cules atât informațiile legate de subiectul site-ului care vor fi prezentate utilizatorului, cât și informațiile și cunoștințele de care am avut nevoie pentru realizarea site-ului.

Stabilirea specificațiilor.

Stabilirea specificațiilor pentru un site reprezintă o detaliere a obiectivelor sale și definirea unor cerințe sau a unor restricții. În cadrul acestui pas am descris în detaliu ce informații vom insera în paginile site-ului și cum vor fi ele prezentate.

Stabilirea modului de prezentare.

Planificarea modului de prezentare a implicat o serie de decizii care au servit drept puncte de reper în etapa de construire efectivă a site-ului.

Odată parcursă etapa de concretizare a ideilor, având clare audiența, scopul, obiectivele și specificațiile site-ului am trecut la etapa de creare efectivă.

2.2.Schițarea elementelor vizuale și compunerea structurii site-ului

După ce am stabilit structura site-ului, am început conceperea unei interfețe grafice care, pe lângă scopul pur estetic, facilitează accesul vizitatorilor la toate secțiunile publice ale site-ului, este comprehensivă și, nu în ultimul rând, asigură și încărcarea rapidă a paginilor.

Din punctul de vedere al designului, site-ul este în mare parte alcătuit din tabele cu linii a căror bordură este una de culoare turcoaz în care am inserat imagini (sigla, imaginile simbol, butoane) și texte, iar celulele tabelelor au fundaluri albe.

În faza de concepere a designului principalul obiectiv a fost să realizăm un aspect atractiv și să oferim vizitatorului site-ului un sentiment de satisfacție, pe măsura ce acesta parcurge paginile. Designul unui site trebuie să echilibreze performanțele browserului, cu estetica și funcționalitatea site-ului. În această etapă de design au fost luate deciziile de ordin practic care au condus la îndeplinirea obiectivelor stabilite: câte imagini am inclus în pagină, textul pe care îl conține fiecare pagină, imaginile care au fost folosite drept legături.

Implementarea site-ului

În această etapă am introdus textul în pagini, am creat navigația în site, am creat legăturile între pagini și formularele. Tot în această etapă am definitivat toate elementele grafice, am pus în pagină pozele, filmele și alte elemente. În momentul în care a fost definitivată grafica pe care o va îngloba noul website s-a trecut la realizarea layout-ului prin transpunerea din desen în pagină HTML. Imediat următoare a fost etapa transpunerii conținutului și a elementelor de funcționalitate, aici fiind incluse textele, imaginile sau galeriile foto, butoanele, link-urile, formularele de contact, de căutare în site sau guest book, scripturi de afișare conținut și gestionare a acestuia plus multe alte elemente specifice.

2.3.Programarea paginilor web în html

Pentru realizarea acestui site am folosit programul “Macromedia Dreamweaver 8” care are următoarele avantaje față de “Notepad”:

- Cel mai important avantaj al acestui program este funcția sa de autocomplete care în momentul începerii scrierii unui tag îl completează sau te lasă să alegi dintr-o listă cu tag names probabilă.
- Al doilea avantaj este că suporta editare web ceea ce da ocazia începătorilor să editeze în mod WYSIWYG pentru a realiza un design HTML.
- Poseda o funcție de căutare foarte amplă care permite substituirea liniilor de cod sau găsirea similitudinilor în întreg proiectul.
- Suporta lucrul cu mai multe extensii de fișiere între care HTML.
- Are un modul de management care permite instalarea și generarea a imense părți din site prin simplu Click.
- Are o interfață intuitivă, accesibilă, adaptabilă în funcție de nevoile fiecărui utilizator.
- Are un modul Tag inspector implementat foarte puternic.

Acest program ne-a oferit o combinatie putenica de instrumente de layout visual, caracteristici de dezvoltare a aplicatiilor si codul de sprijin de editare.

2.4.Testarea site-ului

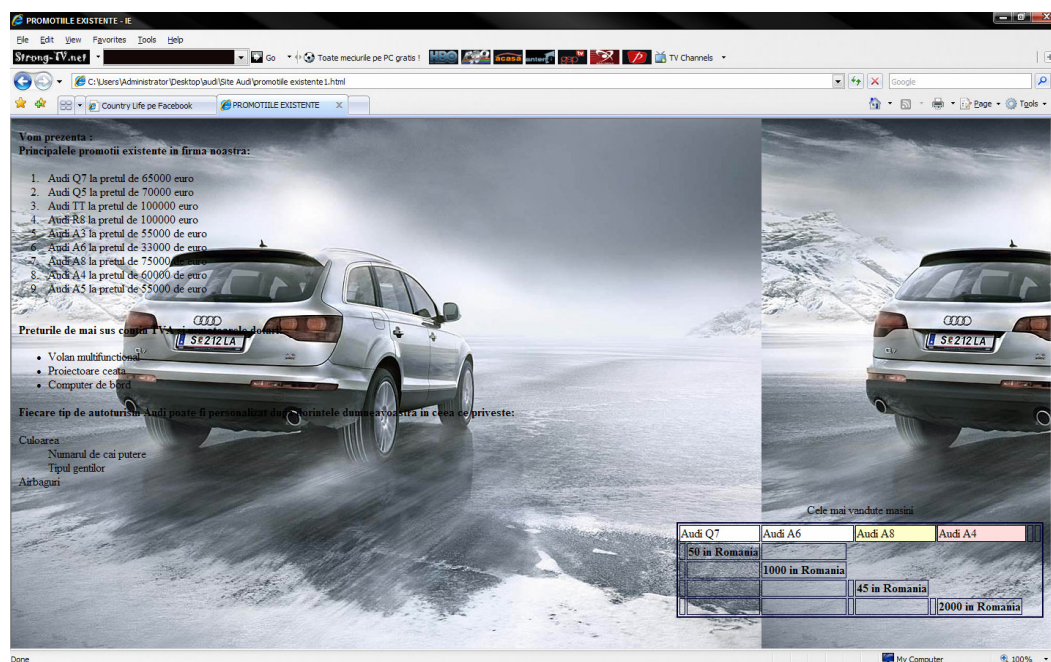
Etapa de design a site-ului se desfasoara in stransa legatura cu cea de implementare, de scriere a codului HTML pentru paginile care fac parte din site.Totusi, procesul de creare a site-ului nu se poate considera incheiat in momentul finalizarii tuturor documentelor HTML care il formeaza.Urmeaza o etapa adesea tratata oarecum superficial, desi, ca si celelalte, este esentiala pentru construirea unui site de calitate adica etapa de testare.

Etapa de testare consta in corectarea tuturor greselilor ortografice si gramaticale din pagini, testarea a tuturor legaturilor dintre paginile site-ului si verificarea validitatii codului HTML pentru o mai buna indexare de motoarele de cautare.

2.5.Schimbarea părților care nu au corespuns țintei dorite

Anumite elemente din pagina de mai jos nu au corespuns tintei dorite.

Elementele necorespunzatoare sunt cele legate de font si de culoarea caracterelor deoarece contrastul dintre imaginea de fundal si culoarea caracterelor nu este tocmai potrivit vizitatorul fiind nevoit sa se concentreze mai mult pentru a citi textul.



Vom prezenta :

Principalele promotii existente in firma noastra:

1. Audi Q7 la pretul de 65000 euro
2. Audi Q5 la pretul de 70000 euro
3. Audi TT la pretul de 100000 euro
4. Audi R8 la pretul de 100000 euro
5. Audi A3 la pretul de 55000 de euro
6. Audi A6 la pretul de 33000 de euro
7. Audi A8 la pretul de 75000 de euro
8. Audi A4 la pretul de 60000 de euro
9. Audi A5 la pretul de 55000 de euro

Preturile de mai sus cuprind TVA si transportul la domiciliu.

- Volan multifunctional
- Proiectoare ceață
- Computer de bord

Fiecare tip de autoturism Audi poate fi personalizat dupa dorinta dumneavoastra in ceea ce priveste:

Culoarea

- Numarul de cai putere
- Tipul gentilor
- Airbaguri

Cele mai vandute masini

Audi Q7	Audi A6	Audi A8	Audi A4
50 in Romania			
	1000 in Romania		
		45 in Romania	
			2000 in Romania

Dupa realizarea acestei etape pagina de mai sus a fost modificata, rezultand urmatoarea pagina:

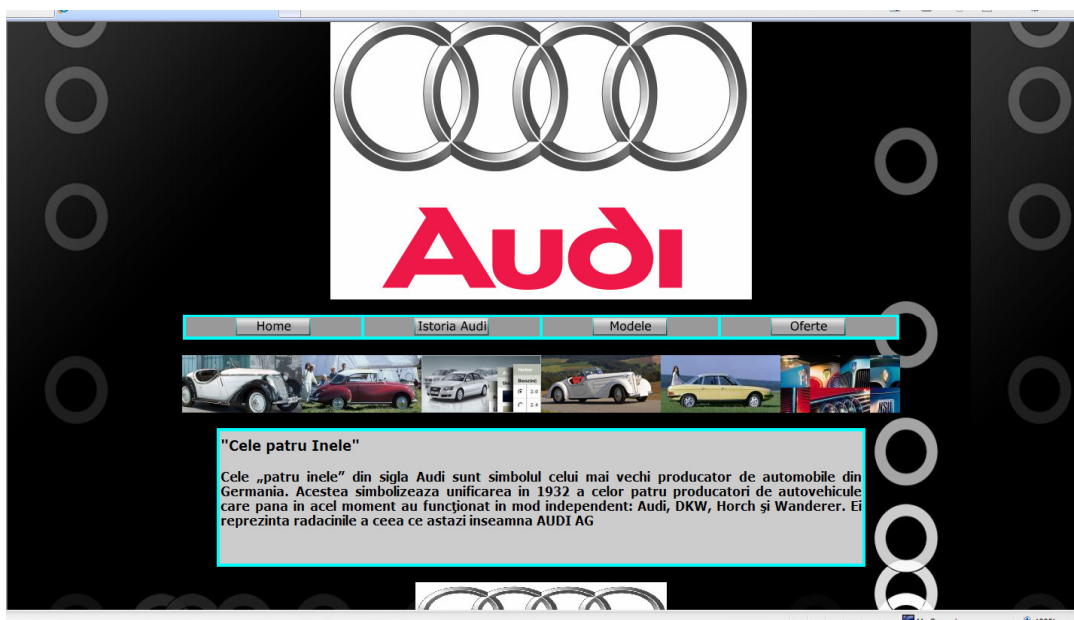


3.PAGINA HOME

Aspectul și conținutul paginii Home poate varia foarte mult de la un site la altul.

În pagina Home a site-ului nostru am prezentat următoarele elemente pe care le-am considerat importante în pagina de start:

- Sigla firmei este una dintre cele mai importante elemente deoarece prin sigla se reflectă domeniul de activitate, această sigla transmite un mesaj clar și este ușor de memorat.
- De asemenea în prima pagină sub sigla firmei am descris semnificația "Celor patru inele".
- Și nu în ultimul rând am prezentat modelele Audi de la începuturi(1929) și până în prezent.
- Scopul acestui site este promovarea firmei Audi.
- Acest site a fost conceput ca o "mașină de vândut" pe care să ne putem baza.



4. PAGINILE DIN INTERIOR

Paginile de nivel unu reprezinta diviziunile majore ale subiectului general al site-ului. Exista tentatia de a include prea multe informatii detaliate la acest nivel. Daca site-ul acopera un subiect vast, cu o cantitate mare de informatii specifice, este bine sa lasati detalierea acestora pentru paginile de nivel doi. Paginile de nivel unu contin o descriere succinta a subiectului acoperit precum si legaturi catre paginile de nivel doi care detaliaza fiecare parte a subiectului.

Schita cuprinde, pe langa modul de organizare a paginilor, si o lista cat mai completa a elementelor pe care le-am inclus in fiecare pagina (imagini, formulare, fisiere multimedia, etc.).

Una dintre sarcinile specifice in designul Web este fragmentarea informatiilor in secvente care sa nu depaseasca posibilitatile de cuprindere ale utilizatorului. Cantitatea de informatii cuprinsa intr-o pagina nu trebuie sa-l copleseasca pe vizitatorul paginii sau sa mareasca timpul ei de incarcare. De asemenea, modul de fragmentare al informatiei trebuie sa focalizeze atentia vizitatorului asupra principalelor subiecte care au fost abordate in pagina si sa il ajute sa ia cunostinta in mod gradat de subiectul prezentat.

In cadrul site-ului fragmentarea informatiilor conduce la stabilirea modului in care va fi detaliat subiectul, la determinarea numarului de pagini necesare pentru acesta precum si a nivelului paginilor. Un design eficient anticipeaza nevoia vizitatorului de a obtine informatii suplimentare si furnizeaza la momentul oportun legaturi catre paginile care detaliaza acel punct.

In cadrul unei pagini modul de fragmentare al informatiilor tine de logica interna a subiectului prezentat si de aceea pentru a diferentia partile constitutive ale subiectului unei pagini am pus accent pe organizarea textului in cadrul paginii. Cei mai multi dintre cei care navigheaza pe Web obisnuiesc sa "scaneze" paginile in cautare de informatii. Ei citesc mai intai titlurile, listele, si primele fraze dintr-un paragraf.

Continuturile paginilor sunt usor de citit, am folosit paragrafe scurte si am folosit in mod judicios titlurile. In interiorul paginilor am accentuat partile mai importante in text prin ingrosare si prin scrierea lor cu o alta culoare folosind fontul 'Arial' deoarece este lizibil si elegant.

Modul in care am realizat legaturile dintre pagini a depins de structura stabilita initial a site-ului. Legaturile din interiorul site-ului au o structura ne-ierarhica, adica am legat fiecare pagina de celelalte avand avantajul ca fiecare pagina se afla la distanta de un link de oricare alta, inclusiv de pagina Home.

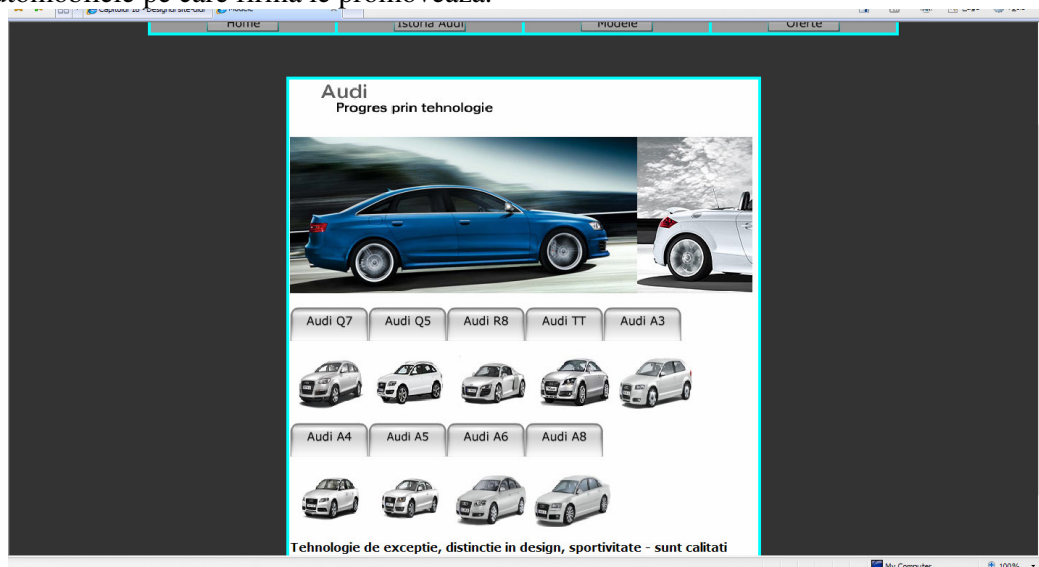
Pentru a crea un aspect vizual unitar al intregului site si pentru a nu deruta vizitatorul am introdus instrumentele de navigare de acelasi tip in toate paginile. Instrumentele de navigare sunt usor de inteles si localizat, iar bara de instrumente a fost plasata in partea superioara a paginilor.

Celelalte pagini ofera informatii utile cu privire la caracteristicile automobilelor, modelele disponibile si nu in ultimul rand asupra tehnologiei Audi, stiut fiind si motto-ul companiei: "Avantaj prin tehnologie". Aceste pagini pune la dispozitie si o galerie foto menita sa incante ochiul si desigur sa atraga pe cei pasionati catre show-roomuri, respectiv testdrive.

Pagina „Istoria Audi” este o pagina in care am prezentat firma inca de la inceputuri, am prezentat cum a luat ea viata si momentele importante din viata firmei Audi. Toate aceste date au fost prezentate pe scurt, la obiect pentru a nu plictisi vizitatorul cu foarte multe date.



Pagina „Modele” este o pagina de nivel unu si din punctul nostru de vedere este cea mai importanta deoarece in cadrul ei se regaseste un obiectiv foarte important si anume, informatiile despre automobilele pe care firma le promoveaza.



În interiorul paginii de nivel unu „Modele” sunt incluse pagini de nivel doi, in care sunt prezentate caracteristicile autoturismelor impreuna cu imaginile autoturismelor, acestea fiind prezentate intr-un tabel.

Ultima pagină „Oferte” este cea in care am prezentat un alt obiectiv al acestui site, adica prezentarea ofertei noastre. Oferta a fost prezentata in site tot cu ajutorul unui tabel al carui font si culori au fost alese cu mare precizie pentru a defini cat mai bine aceasta marca si pentru a o pune in valoare cat mai bine, in interiorul tabelului au fost incluse caracterizarile masinilor impreuna cu pozele automobilului respectiv.

Creatorul lui quattro®
Audi Q7



Dinamic, multilateral, fara compromisuri

Audi Q7 stabileste noi standarde in segmentul sau. Acesta imбина armonios caracterul sportiv cu detaliile complexe, tehnologia de ultima generatie cu luxul clasei superioare. In timpul rularii, automobilul impresioneaza prin performanta sportiva si dinamica de care da dovada, iar pe teren accidentat exceleaza prin sistemul de tractiune fara compromisuri. Audi Q7 este modelul SUV Performance oferit de creatorii modelului quattro.

Pregătit pentru noi provocări

Putere. Suveranitate. Mândrie. Audi Q7 V12 TDI quattro arată încă de la prima vedere de ce este în stare. Linii

5. CONCLUZII

Construirea unui site necesită pe lângă o bună cunoaștere a limbajului HTML, respectarea unor principii și folosirea unor tehnici consacrate. Site-ul trebuie să fie orientat către vizitator, către înțelegerea și satisfacerea nevoii de informație a acestuia. Design-ul trebuie să mențină un echilibru între tehnologiile folosite și eficiență, asigurând o viteză convenabilă de încărcare a paginilor și o vizualizare bună în cele mai populare dintre browsere. Aspectul site-ului trebuie să fie în concordanță cu scopul și obiectivele sale, evitând excesele de orice fel.

BIBLIOGRAFIE

1. Khristine Annwn Page – Macromedia Dreamweaver 8, Editura All, Bucuresti, 2008
2. Luminița Șerbănescu, Aplicații în HTML. Ghid pentru lucrări de laborator, Editura Paralela 45, 2008.
3. www.adobe.com
4. www.wikipedia.org