



FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

Sesiunea anuală de comunicări științifice studențești

„NOI PERSPECTIVE ÎN SPAȚIUL ECONOMIC EUROPEAN”

24 MAI 2008

SECȚIUNI

- 1. Economie și politici economice europene***
- 2. Finanțe***
- 3. Contabilitate, statistică și analiza economico-financiară***
- 4. Management și Administrarea afacerilor***
- 5. Marketing, Comerț și Turism***
- 6. Informatică economică***

COMITETUL DE ORGANIZARE

- Conf. univ. dr. BĂNICĂ LOGICA
- Prof.univ.dr. UNGUREANU EMILIA
- Conf.univ.dr. GRĂDINARU DORULEȚ
- Prof.univ.dr. POPESCU MARIAN
- Prof.univ.dr. PANĂ IOAN
- Prof.univ.dr. BOȚA FLORIN
- Prof.univ.dr. SECARĂ GHEORGHE
- Prof.univ.dr. TELEȘPAN CONSTANTIN
- Student COSTACHE ALINA
- Student COSTACHE ANDA GABRIELA
- Student GHIȚĂ ANDREEA ȘTEFANIA
- Student CĂTĂNOIU MARILENA
- Student POPA LOREDANA ELENA
- Student DOBRINOIU MARIUS
- Student GIUHAT MARIUS

COMISIILE ȘTIINȚIFICE PE SECȚIUNI

SECȚIUNEA 1 - ECONOMIE ȘI POLITICI ECONOMICE EUROPENE

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

Membri: *lect.univ.dr. Tiberiu AVRAMESCU,
lect.univ.dr. Ramona POPESCU,
lect.univ.dr. Cristina BÂLDAN*

Secretar: *Asist. univ. drd. Neacsu Madalina*

SECȚIUNEA 2 - FINANȚE

Presedinte: *prof.univ.dr. Anton Florin BOȚA*

Membri: *prof.univ.dr. Luigi POPESCU,
conf.dr. Magda RADULESCU,
lect.univ.dr. Dana PÂRVU*

Secretar: *Lect.univ. drd. Clipici Emilia*

SECȚIUNEA 3 - CONTABILITATE, STATISTICĂ ȘI ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ

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

Membri: *conf.univ.dr. Victoria FIRESCU
conf.univ.dr. Marcela BENGESCU
conf.univ.dr. Gheorghe SĂVOIU*

Secretar: *Lect.univ. drd. Necsulescu Consuela*

SECȚIUNEA 4 - MANAGEMENT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

Presedinte: *conf.univ.dr Doruleț GRĂDINARU*

Membri: *prof.univ.dr. Ion CIUREA,
prof.univ.dr. Constantin TELEȘPAN
lect.univ.dr. Crenguța TOMESCU*

Secretar: *Prep.univ. drd. Ban Mădălina*

SECȚIUNEA 5 - MARKETING, COMERT ȘI TURISM

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

Membri: *prof.univ.dr. Gheorghe MEGHIȘAN
conf.univ.dr. Puiu GRĂDINARU
lect.univ.dr. Madalina BRUTU*

Secretar: *Prep.univ. drd. Oancea Olimpia*

SECȚIUNEA 6 - INFORMATICA ECONOMICĂ

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

Membri: *lect.univ.dr. Șerban CRIȘCOTĂ
lect.univ.dr. Luminița ȘERBĂNESCU
lect.univ.drd. Florin SMARANDA*

Secretar: *Asist.univ. drd. Cristian ȘTEFAN*

CUPRINS

S1. ECONOMIE SI POLITICI ECONOMICE EUROPENE	1
IMPLEMENTAREA POLITICII MONETARE ÎN ROMÂNIA. ANALIZĂ PE EXEMPLUL PERIOADEI 2003-2006.....	2
PROGRAMELE ȘI STRATEGIILE ÎN DOMENIUL POLITICII DE MEDIU	12
EFECTELE SCHIMBĂRILOR TEHNOLOGICE ȘI ORGANIZAȚIONALE ASUPRA MEDIULUI DE AFACERI ȘI NEVOII PREGĂTIRII PERSONALULUI DIN FIRMELE ROMÂNEȘTI.....	20
EASE OF DOING BUSINESS IN ROMANIA.....	27
ANALIZA RELAȚIEI COSTURI - PRODUCTIVITATE LA S.C. LISA DRAEXLMAIER AUTOPART ROMÂNIA S.R.L.	34
MĂSURAREA ȘI FORMELE INFLAȚIEI ÎN ROMÂNIA.....	44
ANALIZA SALARIZĂRII LA SC MARIOVAL TOP SRL.....	52
PIAȚA ȘI CONCURENȚA – PE EXEMPLUL S.C. C.N.C.D. S.A. PITEȘTI.....	60
POLITICA EUROPEANĂ ÎN DOMENIUL CONCURENȚEI	68
ȚINTIREA INFLAȚIEI ȘI COMPROMISURILE ÎN DOMENIUL POLITICILOR MACROECONOMICE	76
REGATUL UNIT AL MARII BRITANII ȘI AL IRLANDEI DE NORD	84
MOBILITATEA EDUCAȚIONALĂ ȘI OCUPAȚIONALĂ ÎN ROMÂNIA	90
S 2. FINANȚE.....	98
IMPLICAȚIILE PE PLAN NAȚIONAL ALE EURO	99
BANCA EUROPEANĂ PENTRU RECONSTRUCȚIE ȘI DEZVOLTARE ȘI RELAȚIA CU ROMÂNIA	107
INFLATIA IN ROMANIA - EVOLUTII SI FACTORI DETERMINANTI.....	115
SISTEME DE PLĂȚI INTERBANCARE	126
CARDUL - PRINCIPAL INSTRUMENT DE PLATA	144
S3. CONTABILITATE, STATISTICĂ ȘI ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ	163
ANALIZĂ DE CONCENTRARE ȘI DIVERSIFICARE ÎN CADRUL BUGETULUI DE STAT	164
INDICATORI ȘI EVOLUȚII ÎN PIAȚA BURSIERĂ ROMÂNEASCĂ.....	172
BALANȚA DE VERIFICARE – PUNTE DE LEGATURA DINTRE CONT ȘI BILANȚ	182
S4. MANAGEMENT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR	189
PLAN DE AFACERI	190
MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE DIN FIRMELE DE COMERT ROMANESTI IN CONTEXTUL INTEGRARII IN UNIUNEA EUROPEANA	196
ELABORAREA STRATEGIEI SOCIETĂȚII COMERCIALE OLTEXTOUR SRL	204
ABORDĂRI ACTUALE ALE STRATEGIEI SI MANAGEMENTULUI STRATEGIC IN CADRUL HOTELULUI AMBIANCE. ETAPELE MANAGEMENTULUI STRATEGIC SI STRATEGIILE UTILIZATE IN CADRUL HOTELULUI „AMBIANCE”	210
EXTINDEREA UNEI AFACERI PRIN FRANCIZĂ – IMPLICAȚII. STUDIU APLICAT LA S.C. LEMET S.R.L.	215
ANALIZA STRUCTURII PORTOFOLIULUI DE PRODUSE ALE BRD - GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - MODELUL BCG.....	221

CONTRACTUL COMERCIAL	228
S5. MARKETING, COMERȚ ȘI TURISM.....	233
ANALIZA MIXULUI DE MARKETING	234
S6. INFORMATICĂ ECONOMICĂ.....	241
PROBLEME ALE BIOMETRIEI IN SISTEME DE AUTENTIFICARE SI AUTORIZARE	242
SISTEM INFORMATIC BANCAR	243
UTILIZAREA E-BANKING ÎN APLICAȚIILE DE COMERȚ ELECTRONIC.....	251
PRINCIPII DE PROIECTARE A SISTEMELOR INFORMATICE.....	259

SECTIUNEA 1:

S1. ECONOMIE SI POLITICI ECONOMICE EUROPENE

IMPLEMENTAREA POLITICII MONETARE ÎN ROMÂNIA. ANALIZĂ PE EXEMPLUL PERIOADEI 2003-2006

Student: Alice BĂLTEANU

Coordonator: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Abstract

In 2003 and 2004 the implementation monetary were subordinate more firm assurance continuity and sustainability on average term of disinflation, what decrease only that the attention granted of the monetary authority touching annual targets of inflation – important from the view of consolidation credibility central bank, directing to the efforts of crossing to the regim of arms the prospective inflation of 2005. Only that in the 2003 the implement conditions of monetary politics suffered major changes generated so the evolutions intern macroeconomics and from the international markets, quotient and of the structural mutation product in national economy.

In the 2005 the macroeconomics contextsolicited accommodation manners of implement, the monetary politics to specific interaction among factor of inflationary prevailing risk and constrain provisionally demonstrated in this period. Thus, trough an active behavior the central did the efforts reconciliation the necessity of counteractthe short-term risks with objective of assure sustainability on average term and long disinflation.

For 2006 BNR followed to assure the installment inflation on trajectory programmed, thus continuing the emphatic process monetary that initiated toward at the end of 2005.

Banca Națională a României a continuat pe parcursul primelor luni ale anului 2003 să ajusteze în sens descrescător rata dobânzii de politică monetară, frecvența și amplitudinea reducerilor fiind, însă, sensibil inferioare celor operate în ultimul trimestru al anului anterior; în același interval a fost diminuată și rata dobânzii aferente facilității de credit oferite de banca centrală (de la 45% la 30%). Relaxarea condițiilor monetare indusă în special prin pârghia dobânzii, dar și prin reducerea aprecierii în termeni reali a leului față de coșul implicit de valute, s-a suprapus unei revigorări neașteptate – și dificil de sesizat în acest stadiu – a consumului populației; unul dintre factorii care au determinat acest reviriment l-a constituit majorarea salariului minim pe economie, care a contribuit decisiv la creșterea cu aproape 10 % în termeni reali a câștigului salarial mediu net la nivelul primului trimestru.

Impactul reducerii ratei dobânzii BNR asupra comportamentelor principalelor categorii de operatori economici a fost accentuat de creșterea concurenței în sistemul bancar și de atenuarea, în percepția băncilor, a riscului de selecție adversă. Cererea de credite a companiilor, dar mai ales a populației, a reacționat neașteptat de prompt la această scădere de costuri a creditelor în lei și în special la semnalul dat de reducerea randamentelor BNR, așteptările acestor operatori economici devenind sensibile la mișcările ratei dobânzii de politică monetară; în consecință, aceștia au anticipat continuarea scăderii ratelor de dobândă.

În a doua jumătate a anului 2003 BNR a adoptat decizii de întărire a politicii monetare cu ajutorul pârghiei ratei dobânzii și a cursului de schimb, acesta din urmă deținând un rol important în transmiterea impulsurilor politicii monetare. Operarea a încă două majorări ale ratei dobânzii BNR a fost necesară datorită reacției lente și de mică amplitudine a ratelor dobânzilor practicate de bănci pentru credite și implicit a ofertei și a cererii de credite la creșterea inițială a ratei dobânzii de politică monetară; în ultimele trei luni ale anului 2003 ritmul lunar de creștere a creditului în lei s-a redus marginal, însă dinamica anuală a acestuia a

atins nivelul record de 77,4 % (în termeni reali), mai ales datorită împrumuturilor acordate populației.

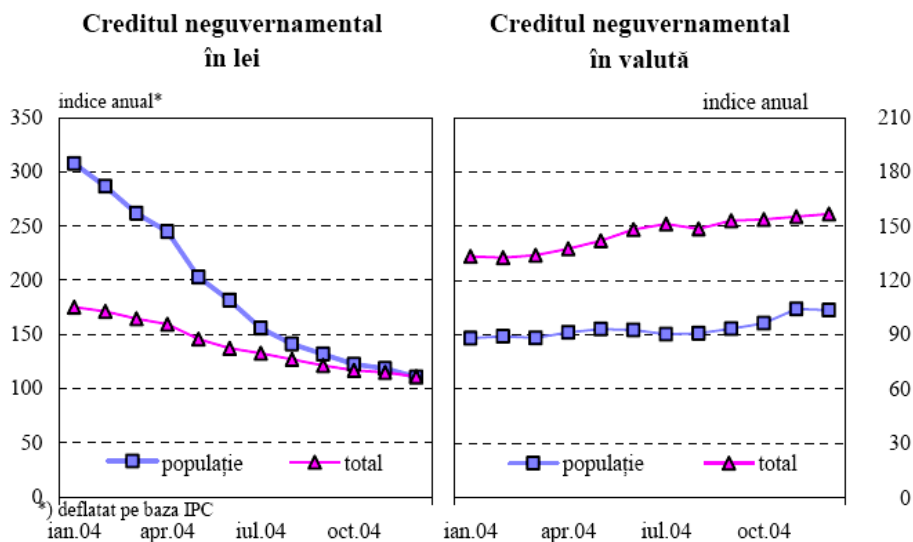
Majorarea ratei dobânzii BNR a avut, totodată, un impact semnificativ asupra traiectoriei cursului de schimb al leului, potențând rolul de ancoră antiinflaționistă implicită al acestuia. În același timp, evoluția cursului de schimb al leului față de euro și dolarul SUA a continuat să fie favorabilă din perspectiva politicii de sprijinire a refacerii poziției externe a economiei, în special datorită influenței benefice a mișcării raportului euro/dolar pe piețele internaționale. În acest context, în termeni reali, leul a acumulat o depreciere medie anuală de 4,0 % față de euro (apreciere de 2,0 % în anul 2002), întărindu-se în schimb cu 14,8 % față de dolar (apreciere de 7,7 % în 2002).

În semestrul I a anului 2004, procesul de întărire a politicii monetare inițiat în ultima parte a anului 2003 a continuat, deși cu o intensitate mai scăzută, BNR păstrând constant nivelul nominal al ratei dobânzii de politică monetară (21,25 %), în pofida declinului aproape continuu al ratei anuale a inflației. Reținerea băncii centrale de la inițierea coborârii ratei dobânzii în acest context a reflectat cu precădere preocuparea acesteia pentru prevenirea dezvoltării potențialului inflaționist al creșterii neașteptat de viguroase a ambelor componente ale absorbției interne.

În a doua jumătate a anului 2004 implementarea politicii monetare a cunoscut o schimbare importantă, BNR urmărind adaptarea ei la specificul interacțiunii dintre factorii de risc inflaționist predominanți și constrângerile temporare. Astfel, dacă în primul semestru rolul principal în întărirea ușoară a politicii monetare a revenit politicii ratei dobânzii BNR, în a doua parte a anului, date fiind apropierea unei noi etape de liberalizare a contului de capital, precum și existența unor influxuri substanțiale, banca centrală a fost nevoită să transfere această sarcină cursului de schimb al leului.

Măsurile adoptate de BNR în 2004 au avut un impact substanțial asupra comportamentului populației, temperând relativ înclinația acesteia spre consum și accentuându-o pe cea spre economisire; este posibil, însă, ca întărirea politicii monetare să fi coincis cu faza de epuizare a fenomenului de recuperare care s-a aflat printre determinanții *boom*-ului procesului de creditare din anul precedent, potențând efectele acesteia. Astfel, în pofida accelerării dinamicii veniturilor, precum și a reacției instituțiilor și a societăților de credit prin care acestea au încercat să limiteze efectele măsurilor prudențiale ale BNR, cererea de credite a populației și-a atenuat treptat vigoarea, creșterea anuală reală a volumului împrumuturilor acestui segment reducându-se de la 214,6 % în decembrie 2003 la 108,6 % în iunie 2004 și respectiv la 44,8 % la finele anului; contracția dinamicii a fost și mai puternică în cazul componentei în lei – de la 206,3 % în decembrie 2003 la 10,7 % în decembrie 2004. Concomitent, în același interval, ritmul real anual de creștere a economiilor în lei ale populației s-a majorat de la -1,8 % la 25,1 %, iar cel al economisirii financiare nete a aceleiași categorii de la -19,7 % la 25,9 %.

Graficul 1



Sursa: www.bnro.ro - Anual statistic 2004, p 55.

Evoluțiile prezentate relevă asimetria evidentă dintre dinamica depozitelor/ creditelor în monedă națională și respectiv în valută, ceea ce explică asocierea unei creșteri alerte a plasamentelor bancare în lei cu o expansiune rapidă a creditului în valută. Aceasta din urmă a avut ca sursă de finanțare creditele externe atrase de bănci, a căror amplificare a condus la majorarea excedentului pe piața valutară interbancară, la accentuarea presiunilor în sensul aprecierii leului și, implicit, la sporirea eforturilor de sterilizare ale BNR.

Banca centrală a apelat la activarea pârghiei mecanismului rezervelor minime obligatorii pentru a provoca o majorare relativă a costului creditelor în valută, a căror dinamică devenise prea alertă din perspectiva obiectivelor de consolidare a stabilizării macroeconomice și a celei financiare; în acest scop, începând cu perioada de constituire 24 august-23 septembrie, rata rezervelor minime obligatorii aferente depozitelor în valută a fost majorată de la 25 la 30 %.

Deciziile Consiliului de administrație al BNR care au condus la producerea unei schimbări însemnate, dar graduale, la nivelul tacticii de implementare a politicii monetare au fost influențate, în principal, de următoarele evoluții și fenomene economice¹:

- scăderea continuă a ratei anuale a inflației, în pofida consolidării fazei de avânt al ciclului de afaceri al economiei românești (în primul semestru aceasta a scăzut cu 2,1 puncte procentuale);
- manifestarea efectului pervers al creșterii ratei reale a dobânzii, constând în stimularea expansiunii creditelor în valută și în slăbirea relativă a canalului de transmisie monetară al ratei dobânzii ca urmare a încetinirii semnificative a creșterii creditului în lei;
- amplificarea excedentului pieței valutare prin majorarea intrărilor autonome de capital, alături de riscul creșterii progresive a intrărilor de capital cu potențial volatil, pe fondul menținerii diferențialului ridicat al ratei dobânzii și al apropierii momentului liberalizării accesului nerezidenților la constituirea de depozite la termen în lei.

Coborârea ratei dobânzii de politică monetară a fost stopată în mod prudent de BNR de-a lungul lunilor septembrie și octombrie, când prețurile cu amănuntul au început să resimtă șocurile aplicării unor noi ajustări de prețuri administrate și ale accentuării tendinței de

¹ www.bnro.ro – Raportul anual 2004, p 57.

creștere a prețurilor combustibililor. Pe lângă faptul că au întrerupt trendul dezinflației pe durata lunilor iulie și august, aceste presiuni au introdus noi surse de risc și incertitudine în procesul de fundamentare a deciziei de politică monetară. În aceste condiții, banca centrală a considerat că o conduită conservatoare previne încorporarea în așteptări a mișcărilor tranzitorii ale prețurilor, frânează ajustarea ulterioară a salariilor și astfel reduce amplitudinea rundelor consecutive ale creșterilor de prețuri și implicit persistența inflației.

De asemenea, și tendința de întărire a leului s-a accentuat puternic în ultimul trimestru ca efect al deciziei BNR de a implementa, începând cu luna noiembrie, o politică menită să crească flexibilitatea și impredictibilitatea cursului de schimb al monedei naționale. Principalele argumente de susținere a necesității și oportunității sporirii gradului de flexibilitate a cursului de schimb al leului au fost²:

- perspectiva creșterii riscului atragerii de capital cu potențial speculativ în condițiile anunțării liberalizării în prima parte a anului 2005 a constituirii de depozite în lei de către nerezidenți, precum și ale anticipării persistenței unui diferențial înalt al ratelor dobânzilor;
- necesitatea evitării confruntării cu o situație de tipul „imposibila trinitate” (curs de schimb relativ fix, mișcări libere de capital și politică monetară independentă) în etapa de pregătire a adoptării în anul 2005 a strategiei de țintire directă a inflației;
- efectul benefic al creșterii aprecierii în termeni reali a leului asupra dezinflației;
- impactul favorabil al restrângerii intervențiilor valutare ale BNR asupra rolului rezervelor valutare oficiale și asupra bilanțului băncii centrale;
- efectul de descurajare a intrărilor de capital speculativ prin creșterea flexibilității cursului de schimb.

În 2005 autoritatea monetară a optat pentru soluția relaxării etapizate a politicii ratei dobânzii și pentru compensarea relativei pierderi de autonomie și de eficacitate a acesteia prin intermediul altor pârghii aflate la dispoziția sa. *Mix*-ul de măsuri complementare adoptate și implementate de BNR a fost conceput astfel încât să se imprime condițiilor monetare în sens larg restrictivitatea necesară continuării decelerării sustenabile a inflației. Instrumentele mai puțin tradiționale pe care BNR le-a inclus în acest *mix* au fost mecanismul rezervelor minime obligatorii, unele măsuri de natură prudentială și altele cu caracter administrativ, ultimele două categorii având prioritar menirea să prezerve stabilitatea financiară, dar și să consolideze funcționalitatea și eficacitatea canalului creditului și implicit ale celui al ratei dobânzii.

Relaxarea politicii ratei dobânzii s-a realizat atât prin coborârea ratelor dobânzilor reprezentative ale băncii centrale, cât mai ales prin slăbirea controlului asupra lichidității din sistemul bancar. Intensitatea procesului de relaxare a politicii ratei dobânzii nu a fost însă constantă de-a lungul anului, aceasta fiind ajustată în funcție de factorii specifici de influență.

În noiembrie 2005, BNR a stopat procesul de relaxare implicită a politicii ratei dobânzii și a reșezat pe un trend ascendent randamentul mediu al plasamentelor efectuate de instituțiile de credit la banca centrală, în condițiile în care deveniseră evidente tendința de agravare a dezechilibrelor macroeconomice, pe de o parte, și temperarea presiunilor exercitate de intrările de capital asupra cursului de schimb al leului, pe de altă parte. Totodată, începând cu a doua jumătate a lunii octombrie au fost stopate și intervențiile băncii centrale pe piața valutară.

Într-un asemenea context, banca centrală a atribuit, cu prioritate, măsurilor complementare misiunea de temperare a ritmului de creștere a creditului neguvernamental, mai cu seamă a componentei sale în valută și, implicit, de calmare a cererii interne, în special a cererii de consum a populației. Creșterea riscant de alertă a consumului populației a avut ca

² www.bnro.ro – Raportul anual 2004, p 59.

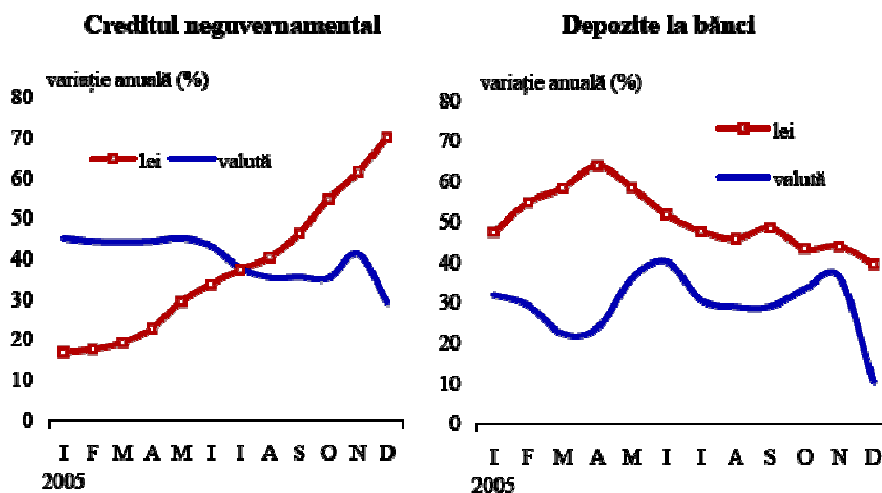
motor principal majorarea substanțială consemnată de venitul disponibil al acestui segment, ca urmare a³:

- acordării unor sporuri salariale semnificative în ultima parte a anului 2004;
- reducerii cotei impozitului pe venit cu începere din ianuarie 2005;
- amplificării remiterilor muncitorilor români din străinătate;
- creșterii numărului de salariați din economie.

Pe parcursul anului, consumul gospodăriilor a mai fost impulsionat de coborârea puternică a ratelor dobânzilor practicate de bănci, proces care a favorizat expansiunea creditelor în lei și a descurajat economisirea în monedă națională, pe fundalul unei uniformizări a consumului de durată mai îndelungată, bazată și pe anticiparea unor venituri personale sporite după aderarea la Uniunea Europeană.

În 2005, politica monetară a urmărit temperarea dinamicii creditului neguvernamental total, abordând în acest sens diminuarea ritmului de creștere a împrumuturilor în deize ale persoanelor fizice. Aceasta a consemnat – cu începere din al doilea trimestru al anului – o pierdere treptată de vigoare. La finele anului, rata anuală de creștere a soldului acestor împrumuturi a atins 86,4 %, înjumătățindu- se față de decembrie 2004. În schimb, creditele în lei acordate populației au intrat pe o traiectorie ascendentă (ritmul real anual de creștere atingând în decembrie 71,3 %), acest segment beneficiind de o îmbunătățire consistentă a condițiilor de acces la împrumuturi, ca urmare a coborârii rapide a ratelor dobânzilor solicitate de bănci. Ritmul declinului ratelor dobânzilor a depășit așteptările, întărirea concurenței din sistemul bancar determinând instituțiile preocupate de extinderea cotelor de piață să majoreze numărul și să crească agresivitatea campaniilor promoționale. În ultima parte a anului, reducerea acestor rate de dobândă a fost impulsionată și de revizuirea strategiilor unor bănci, ca reacție la adoptarea și aplicarea noilor norme ale BNR privind plafonarea gradului de expunere a unei instituții de credit rezultat din acordarea de credite în valută.

Graficul 2.2.

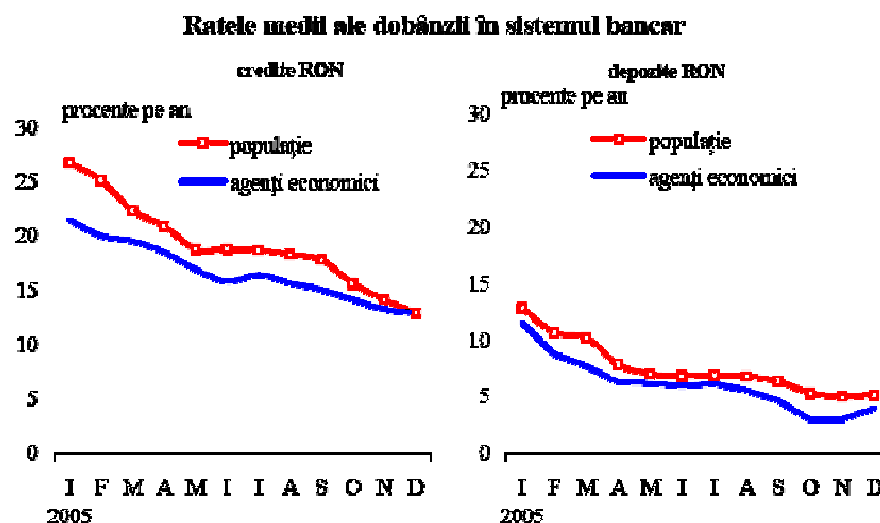


Sursa: www.bnro.ro - Raportul anual 2005, p 26.

³ www.bnro.ro - Raportul anual 2005, p 25.

Băncile au operat scăderi consistente și asupra randamentelor aferente depozitelor la termen, fiind afectate astfel cererea de monedă națională destinată economisirii și, implicit, comportamentul de consum; cu începere din al doilea trimestru al anului, ritmul anual real de creștere a economiilor în lei ale populației a manifestat o tendință aproape continuă de declin, atingând la finele anului 14,9 %, față de 25,1 % în decembrie 2004. Totodată, s-a perpetuat fenomenul de migrare a plasamentelor bancare ale persoanelor fizice înspre conturile curente, creșterea popularității acestor instrumente fiind explicată de răspândirea practicii achitării drepturilor salariale și a pensiilor prin intermediul cardurilor de debit (cărora le sunt atașate, de regulă, facilități de creditare), precum și de promovarea de către bănci a unor produse noi, mai flexibile și mai atractive față de depozitele clasice la termen.

Graficul 2.3.

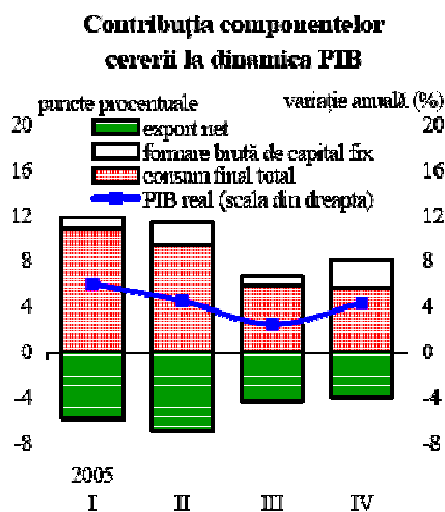


Sursa: www.bnro.ro – Raportul anual 2005, p27

Reflectând aceste evoluții, economisirea bancară netă a populației a fost marcată în intervalul martie-octombrie de o tendință accentuată de deteriorare, căreia i-a urmat o relativă redresare, aceasta a fost însă de proporții prea modeste pentru a determina revenirea până la finele anului 2005 a variației anuale a acestui indicator la valori reale pozitive.

Relativa scădere de dinamică pe care a consemnat-o absorbția internă în 2005 (8,3 %, comparativ cu 12,1 % în 2004) a constituit aproape în exclusivitate efectul șocurilor suferite de oferta internă, care s-au regăsit pe partea cererii, în special în reducerea severă a autoconsumului și în ampla variație negativă a stocurilor. În consecință, presiunile exercitate de cererea totală asupra ofertei totale au rămas ridicate. Sectorul extern a continuat să absoarbă o parte substanțială a acestor presiuni prin dinamizarea puternică a importurilor, favorizată și de evoluția cursului de schimb al leului, deficitul balanței comerciale amplificându-se cu 46,6 % față de anul anterior. În aceste condiții, creșterea economică s-a încetinit fata de anul 2004, rata anuală de creștere a PIB coborând de la 8,4 la 4,1 %.

Graficul 2.4.



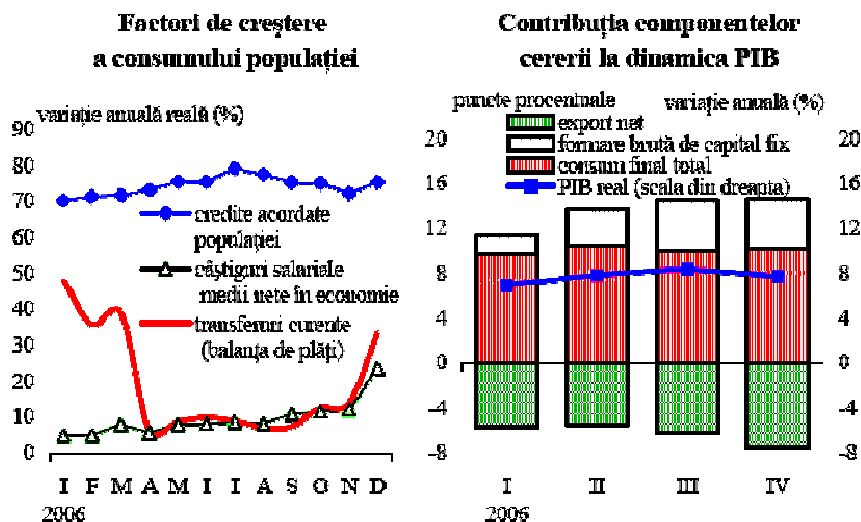
Sursa: www.bnro.ro - Raport anual 2005, p 28.

În primul semestru al anului 2006, Consiliul de administrație al BNR a majorat în două rânduri rata dobânzii de politică monetară; aceasta a fost crescută cu 1 punct procentual pe data de 8 februarie 2006 (până la 8,5 %) și respectiv cu 0,25 puncte procentuale pe data de 27 iunie 2006 (până la 8,75 %). Deciziile de creștere a restrictivității politicii monetare din prima parte a anului 2006 au fost motivate în principal de riscul deteriorării traiectoriei dezinflației, sub impactul creșterii amplitudinii și a duratei proiectate a excedentului de cerere. Datele statistice apărute în acest interval și în perioada următoare au confirmat așteptările de accelerare a creșterii economice (rata anuală de creștere a PIB majorându-se la 6,9 % în trimestrul I și la 7,8 % în trimestrul II 2006), principala contribuție la amplificarea excedentului de cerere având-o consumul populației.

Dinamizarea puternică a acestei componente a cererii interne (ilustrată de atingerea în trimestrele I și II a unor rate anuale de creștere de 11,1 % și, respectiv, 12,6 %, comparativ cu 6,5 % în trimestrul IV 2005) s-a corelat cu accentuarea treptată a trendului ascendent al ratei anuale de creștere reală a salariului mediu net (aceasta a atins în iunie 8,0 %, față de 4,9 % în ianuarie), cu accelerarea ritmului de creștere a creditelor acordate populației de instituțiile de credit și de cele nebancare, dar și cu accentuarea tendinței de slăbire a economisirii bancare a acestui segment.

În favoarea accentuării restrictivității politicii monetare a pledat și potențialul inflaționist al măsurilor de politică structurală programate a fi implementate de autorități în prima parte a anului – concretizate în ajustări de prețuri administrate și respectiv majorări de impozite indirecte –, BNR urmărind să minimizeze atât riscul propagării acestor șocuri asupra altor categorii de prețuri, cât și pe cel de deteriorare a anticipațiilor inflaționiste.

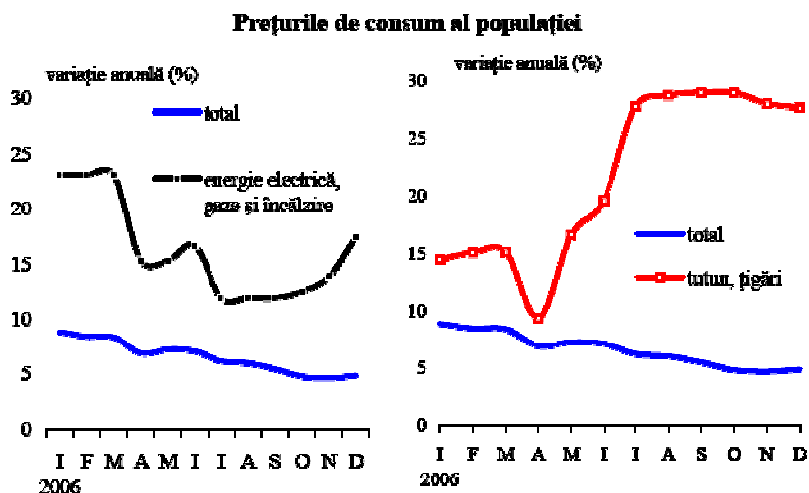
Graficul 5



Sursa: www.bnro.ro - Raportul anual 2006, p 25.

Astfel, sub efectul corecțiilor semnificative aplicate în prima lună a anului 2006 (majorări de prețuri la gazele naturale și energie electrică cu 17,2, respectiv 1,9 %), rata anuală a inflației și-a întrerupt temporar declinul, atingând în luna ianuarie 8,9 %. O a doua stopare a trendului descendent a survenit în luna mai, când rata anuală a inflației a urcat la 7,26 % (de la 6,92 în aprilie), reflectând majorarea impozitelor indirecte aplicate țigaretelor, produselor din tutun și alcool (inclusiv prin instituirea taxei pe viciu).

Graficul 6

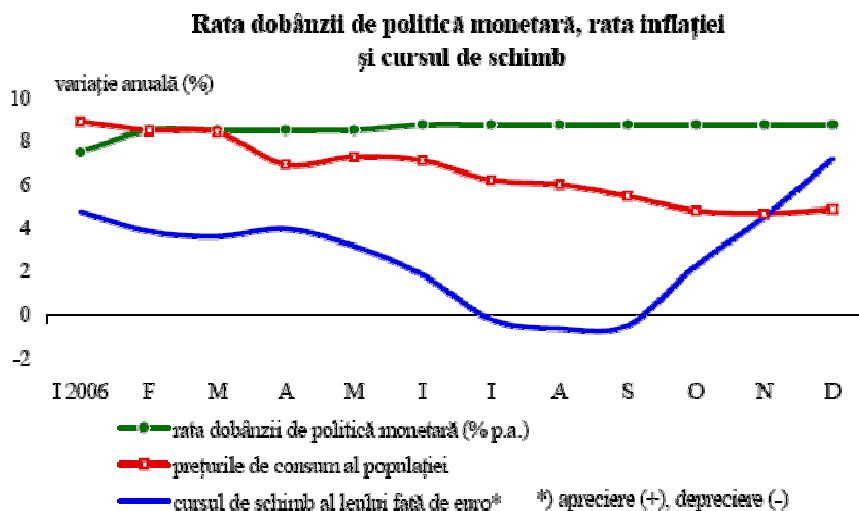


Sursa: www.bnro.ro - Raportul anual 2006, p 26

Rata dobânzii de politică monetară a rămas constantă pe parcursul trimestrului III a anului 2006, Consiliul de administrație al BNR apreciind caracterul condițiilor monetare în sens larg ca fiind adecvat menținerii dezinflației pe traiectoria compatibilă cu atingerea țintei pe termen mediu. Un prim argument în favoarea menținerii ratei dobânzii de politică monetară la nivelul de 8,75 % l-a constituit ameliorarea perspectivelor inflației pe termen

scurt, fiind anticipată producerea unei scăderi a ritmului anual de creștere a prețurilor de consum sub nivelul proiectat anterior pentru sfârșitul anului curent.

Graficul 7



Sursa: www.bnro.ro- Raportul anual 2006, p 27

Consiliul de administrație al BNR a hotărât să mențină rata dobânzii de politică monetară la nivelul de 8,75 % și în ultimul trimestru al anului, în pofida accelerării sensibile a dezinflației în cursul trimestrului III și a anticipării coborârii în luna decembrie a ratei anuale a inflației sub punctul central al țintei stabilite pentru 2006. Un plus de austeritate le-a imprimat acestora și implementarea, în ultima parte a lunii octombrie, a măsurilor suplimentare de limitare a riscului de credit pentru populație, menite să înăsprească condițiile de accesare atât a împrumuturilor bancare, cât și a celor nebancare ale acestui segment. Și evoluția cursului de schimb a contribuit semnificativ la creșterea restrictivității condițiilor monetare în sens larg în acest interval, leul acumulând pe parcursul trimestrului IV o apreciere reală substanțială în raport cu principalele monede (5,4 % față de euro, respectiv 9,4 % față de dolarul SUA în perioada octombrie-decembrie 2006)

Rata anuală de creștere în termeni reali a creditelor acordate populației a scăzut în luna decembrie la 75,2 %, după ce în perioada ianuarie-iulie 2006 s-a situat pe un trend general ascendent, în condițiile în care cererea de împrumuturi a persoanelor fizice s-a menținut robustă, având drept catalizatori majorarea veniturilor acestui segment și ameliorarea percepției asupra evoluției lor viitoare, dar și creșterea gradului de accesibilitate a resurselor oferite de bănci. Acest grad a continuat să fie ridicat, în pofida întăririi condițiilor monetare reale în sens larg, impactul lor asupra volumului și costului creditului acordat de băncile comerciale fiind parțial contrabalansat de efectul continuării intensificării concurenței în sistemul bancar. Alți stimuli ai ofertei de credite au fost așteptările favorabile ale băncilor privind situația financiară a clienților, scăderea riscului de selecție adversă, dar și sporirea volumului resurselor atrase de instituțiile de credit de pe piețele internaționale și efectuarea de majorări de capital, în special pe seama infuziilor realizate de băncile-mamă.

Cererea de credite s-a temperat însă în ultima parte a anului, ca urmare a⁴:

- creșterii unor categorii de rate de dobândă (în special a celor practicate la creditele noi în lei pe termen mediu);
- scăderii capacității de îndatorare a persoanelor cu venituri reduse;
- amânării temporare a unor cheltuieli, în anticiparea ameliorării condițiilor pe piața bunurilor de consum, pe cea imobiliară, dar și pe piața creditelor, ca urmare a aderării României la Uniunea Europeană.

În aceste condiții, variația anuală în termeni reali a creditelor în lei acordate persoanelor fizice și-a prelungit traiectoria crescătoare doar în primele șapte luni ale anului 2006, atingând în decembrie o valoare de 84,2 % (cu 12,9 puncte procentuale peste cea consemnată în decembrie 2005, dar cu 31,9 puncte procentuale sub valoarea aferentă lunii iulie 2006). În schimb, inclusiv ca urmare a unui efect de substituție, soldul împrumuturilor în devize ale persoanelor fizice și-a reaccelerat sensibil creșterea anuală începând din octombrie (86,8 % în decembrie 2006, nivel similar celui consemnat la finele anului 2005).

În ultima parte a anului s-a conturat tot mai clar o tendință de revigorare a majorării depozitelor la termen în lei ale populației, ritmul anual de creștere a acestora atingând în decembrie 2006 nivelul de 19,0 % (comparativ cu 14,9 % în decembrie 2005, respectiv 6,7 % în aprilie 2006). Această evoluție favorabilă a fost susținută, pe de o parte, de ajustările ascendente de randamente operate de instituțiile de credit ca urmare a creșterii ratei dobânzii de politică monetară, dar și a intensificării concurenței pentru atragerea de resurse, și pe de altă parte, de dinamizarea veniturilor salariale, precum și de încetinirea acumulării de datorii bancare de către anumite categorii ale populației.

⁴ *www.bnro.ro - Raportul anual 2006, p 29*

PROGRAMELE ȘI STRATEGIILE ÎN DOMENIUL POLITICII DE MEDIU

Student: Mădălina BUJOR

Coordonator :Prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Abstract

One of the current problems facing humanity in general is to protect the environment, rising pollution in a pattern of increasingly alert. The transformations that took place globally in terms of quality of the environment required to find solutions to ensure ecological balance of the planet. The conflict between man and nature was stressed as a result of demographic growth and development of production materials. The neglect of cost degradation and the damages brought to the environment and human health generated costs that have to be handled by the entire society, threatened by worsening environmental hazards. Awareness that the intensity of human activity increases the pressure on the environment by uncontrolled consumption of resources and space, either by the production of waste by naturally no longer can absorb without suffering has led the international community to move to initiating and sustaining some concrete actions to prevent, countering and reducing the repercussions of disturbing factors of the ecological balance. The economic, social and political ecological imbalances have generated a system of preventive actions and removal damages brought to the natural environment, scientific conservation of it. It was crystalized the subject of a technical and economic disciplines of environmental protection.

PROGRAMELE DE ACTIUNE PENTRU MEDIU - CADRUL GENERAL DE IMPLEMENTARE A POLITICII DE MEDIU

În ultimii 30 de ani s-au făcut progrese substanțiale pentru crearea unui sistem de control al mediului din cadrul Uniunii Europene.

Prima încercare a Comunității Europene de a rezolva probleme de mediu a avut loc la cea dintâi Conferință globală pe probleme de mediu- “Despre mediul înconjurător”, ținută la Stockholm, în 1972. Conferința Națiunilor Unite pentru Mediu a stimulat activitățile naționale în domeniul protecției mediului în multe țări europene. În același an, statele membre ale Comisiei Economice Europene au subliniat importanța politicii mediului la Summitul de la Paris. Statele membre au cerut Comisiei Europene să elaboreze un Program de Acțiune pentru Mediu, incluzând un calendar precis. În intervalul dintre 1973 și 1992 s-au derulat primele patru programe de acțiune, care s-au bazat pe o abordare sectorială a problemelor de mediu.

Primul Program de Acțiune pentru Mediu (1973-1977) elaborat de către șefii de state și de guverne din cadrul Comunității a reprezentat începutul politicii de mediu a Uniunii Europene. Deși primele măsuri s-au concentrat pe repararea daunelor deja apărute, primul Program de Acțiune pentru Mediu⁵ a enunțat principiile de prevenire. Aceste principii au fost parțial preluate, lărgite și completate de al doilea Program de Acțiune pentru Mediu (1978-1982). Acest program prezenta o serie de măsuri care trebuiau adoptate în vederea controlării problemelor legate de poluare. Astfel primele doua Programe de Acțiune pentru Mediu au evidențiat necesitatea protecției apei și solului. Ele au inclus o abordare sectorială a combaterii poluării.

Cel de-al treilea Program de Acțiune pentru Mediu, adoptat în 1983, a încercat să ofere o strategie generală de protejare a mediului și a resurselor naturale la nivelul Uniunii

⁵ Marius Profiroiu, „Politici Europene”, Editura Economică, București, 2003, pg. 161.

Europene, punând accent pe acțiunea de prevenire a poluării în loc de controlul acesteia și pe integrarea politicilor de mediu în celelalte politici comunitare, în special în cea privind planificarea teritoriului.

Al patrulea Program de Acțiune pentru Mediu s-a derulat în perioada 1987-1992, focalizându-se pe integrarea politicilor de mediu în politicile sectoriale și cuprinzând patru elemente cheie:

- implementarea efectivă a legislației de protecție a mediului existentă;
- reglementarea impactului asupra mediului produs de “sursele de poluare”;
- îmbunătățirea accesului publicului la informația privind mediul;
- crearea de noi locuri de muncă.

În iunie 1992, reprezentanții a 178 de națiuni s-au întâlnit la Rio de Janeiro, în Brazilia, pentru a decide care sunt acțiunile necesare pentru promovarea unei dezvoltări durabile în domeniul economic, social și de mediu. Summitul de la Rio a catalizat interesele guvernelor în transpunerea scopurilor politicii generale de mediu în acțiuni concrete, ridicând nivelul de conștientizare asupra aspectelor globale de mediu, deschizând noi căi de comunicare între organizații guvernamentale și neguvernamentale care acționează pentru realizarea aceluiași țel și conștientizând publicul asupra soluțiilor la îndemână. Când a intrat în vigoare, la 1 noiembrie 1993, Tratatul de la Maastricht a ridicat protecția mediului la unul dintre cele mai înalte ranguri printre obiectivele Comunității. Pe lângă aceasta, schimbările procedurale au facilitat promulgarea măsurilor pentru mediu necesare la nivel comunitar, chiar împotriva voinței statelor membre mai puțin preocupate de mediu.

Politicile de mediu ale Uniunii Europene pentru perioada 1993-1999 au fost formulate în cel de-al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu. Așa cum sugerează titlul său “Către o dezvoltare durabilă”, programul stabilește obiective pe termen lung și se concentrează pe o abordare globală. Din această perspectivă, caracteristicile dezvoltării durabile sunt următoarele:

- menținerea calității vieții în general;
- menținerea accesului permanent la resursele naturale;
- prevenirea deteriorării pe termen lung a mediului înconjurător;
- înțelegerea dezvoltării durabile ca fiind procesul care corespunde nevoilor prezente fără a compromite posibilitatea generațiilor viitoare de a satisface propriile nevoi.

Plecând de la ideea că succesul pe termen lung al politicilor privind Uniunea Monetară și piața internă depinde de durabilitatea politicilor sectoriale, în special industrie, energie, transport, agricultură și dezvoltare regională, cel de-al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu avea la bază două principii majore:

- integrarea politicilor de mediu în politicile sectoriale, cheia atingerii obiectivelor privind protecția mediului;
- înlocuirea instrumentelor de “comandă și control” cu instrumente care împart responsabilitatea privind protecția mediului între diferiți actori, ca de exemplu: guverne, industrie, public.

Pentru atingerea obiectivelor propuse, strategia recunoștea necesitatea folosirii unui număr însemnat de instrumente, respectiv:

- legislația prin care sunt impuse standardele de mediu;
- instrumentele economice care trebuie să încurajeze producția și utilizarea produselor și proceselor tehnologice care nu pun în pericol mediul;
- instrumentele orizontale, ca de exemplu: informația, educația, cercetarea;
- ajutorul financiar necesar pentru implementarea politicilor.

Al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu se adresa unor sectoare țintă, și anume: industrie, energie, transport, agricultură și turism- prin prisma a șapte probleme de mediu: schimbările climatice, acidificarea și calitatea aerului, mediul urban, zonele costiere, gestionarea deșeurilor, gestionarea resurselor de apă, protecția naturii și biodiversitatea. Legat de managementul riscului, programul avea în vedere trei elemente: riscul asociat industriei, siguranța nucleară, protecția împotriva radiațiilor, precum și protecția civilă.

Raportul Comisiei care a analizat progresul implementării programului a constatat o evoluție pozitivă în privința integrării problemelor de mediu în celelalte politici, îndeosebi în sectorul industriei, unde legislația exista de mult timp, iar avantajele economice ale integrării au fost ușor de identificat. Integrarea a fost mai puțin evidentă în agricultură și turism, iar în sectorul de transport, deși s-a înregistrat o curbă ascendentă a conștientizării aspectelor negative, creșterea parcului de autovehicule a accentuat impactul negativ, în timp ce în cazul energiei lipsa stimulentei a fost considerată o piedică în avansarea către o abordare durabilă. Evaluarea globală a celui de-al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu a zugrăvit o imagine mixtă a eficienței politicii de mediu în cadrul Uniunii Europene. A fost criticată implementarea defectuasă de către statele membre a unor directive comunitare și însușirea slabă a obiectivelor de către actorii implicați. Concluzia generală a fost aceea că s-a constatat un oarecare progres în aplicarea legislației, dar rezultatele au fost modeste în ceea ce privește integrarea mediului în celelalte politici. În același timp, mai sunt multe de făcut pentru realizarea obiectivului general al dezvoltării durabile așa cum este reflectat în Tratatul de la Amsterdam. De aceea este propusă o abordare strategică a dezvoltării durabile care va fi compusă dintr-un set de principii directoare și obiective susținute prin planuri de acțiune care să se axeze pe aspectele economice, sociale și de mediu.

O dată cu intrarea în Uniunea Europeană a Austriei, Suediei și Finlandei(1995), țări având reputația de a fi sensibile la problema mediului, Uniunea Europeană a fost de acord să-și revizuiască propriile standarde de mediu în anumite domenii ale legislației, pe o perioadă de patru ani și, acolo unde este necesar, să-și adapteze aceste standarde la cele mai stricte ale statelor membre nou incluse. În anumite domenii, acest termen limită pentru revizuire a fost prelungit. Acolo unde această revizuire a fost efectuată, se poate spune că politica de mediu a Europei a primit un impuls pozitiv.

La 10 ianuarie 1996 Comisia a elaborat o propunere de Decizie a Parlamentului European privind revizuirea celui de-al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu prin indentificarea a cinci domenii prioritare, respectiv:

- îmbunătățirea integrării politicilor de mediu în politicile sectoriale: agricultură, transport, energie, turism și industrie;
- utilizarea unui spectru mai larg de instrumente de politici, în special instrumente economice și orizontale;
- dezvoltarea proceselor de implementare și control prin îmbunătățirea și simplificarea legislației legate de mediu;
- derularea unor acțiuni suplimentare de comunicare și informare, intensificarea campaniilor de conștientizare a publicului;
- creșterea rolului Uniunii pe plan internațional.

Pornind de la “Evaluarea Globală a celui de-al cincilea Program de Acțiune pentru Mediu” și de la Raportul privind starea mediului în Europa: “Mediul în Uniunea Europeană la sfârșitul secolului”, elaborate de către Agenția Europeană pentru Mediu, Comisia Europeană a pregătit cel de-al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu ⁶intitulat “Mediul 2010: Viitorul nostru, alegerea noastră”. Acesta reprezintă cea mai solidă abordare strategică a Uniunii Europene până în prezent, întrucât implică toate segmentele societății în căutarea de soluții

⁶ Petre Prisecaru, „Politici comune ale Uniunii Europene”, Ed. Economică, București, 2004, p. 232

inovatoare, practice și de durată în ceea ce privește problemele de mediu, oferind cadrul optim pentru aplicarea strategiei Uniunii Europene pentru dezvoltare durabilă. El stabilește prioritățile și obiectivele politicii de mediu pentru următorii cinci până la zece ani și detaliază măsurile care trebuie aplicate. Abordarea strategică este susținută de cinci obiective care subliniază nevoia de soluții inovatoare care să fie puse în practică. Astfel, va accentua necesitatea îmbunătățirii și aplicării legislației existente la nivel național și regional și va întreprinde acțiuni de sprijinire a celor mai bune practici împreună cu o politică de informare a publicului.

O nouă temă va include conlucrarea stânsă cu întreprinderile și consumatorii pentru a obține noi forme de producție și consum care să nu dăuneze mediului înconjurător. Societățile vor fi susținute să promoveze și să utilizeze tehnologiile curate, nepoluante. Pentru aceasta, Comisia va recurge la noi instrumente, cum ar fi o Politică Integrată a Produselor, măsuri fiscale pentru mediu și o mai bună informare a cetățenilor, care să-i orienteze în alegerea produselor ecologice. Programul va continua integrarea aspectelor de mediu în toate celelalte politici, cum ar fi: transporturi, energie, agricultură și vor fi stabiliți indicatori și standarde pentru monitorizarea și evaluarea progresului. Planificarea spațială și deciziile privind amenajarea teritoriului vor fi orientate spre protecția mediului, întrucât acestea pot avea efect asupra mediului prin fragmentarea accentuată a zonelor urbane, rurale sau de coastă. De aceea, Comisia sprijină promovarea unor practici pe linia dezvoltării durabile prin Fondurile structurale. În plus față de programele anterioare, prioritățile de mediu trebuie văzute în contextul mai larg al Uniunii lărgite și strategia de mediu trebuie să țină cont de cerințele procesului de extindere. Noul program propune acțiuni pentru abordarea problemelor importante de mediu în patru domenii prioritare.

- Schimbările climatice

Obiectivul este de a stabili concentrația atmosferică de gaze cu efect de seră la un nivel care să nu cauzeze variații anormale ale climei. Prioritare sunt ratificarea și implementarea Protocolului Kyoto ce prevede reducerea emisiilor de gaze care generează efectul de seră cu 8% față de nivelul din 1990, până în perioada 2008-2012. Acesta trebuie considerat un prim pas în atingerea obiectivului pe termen lung de reducere cu 70% a emisiilor de gaze. Directivele comunitare privind respectarea cotelor admisibile de emisii poluante reprezintă un pas important în această direcție, impunând constrângeri severe pentru producătorii industriali comunitari.

- Natură și biodiversitate- protejarea unei resurse unice

Obiectivul este de a proteja și a restaura funcționarea sistemelor naturale și de a stopa pierderea biodiversității din Uniunea Europeană și la nivel global ; protejarea solului împotriva eroziunii și poluării. Aplicarea legislației pentru mediu este considerată condiția principală pentru reducerea poluării. Arealele naturale trebuie protejate de Programul Natura 2000, care trebuie extins și aplicat cu consecvență, ca urmare a elaborării unui plan de acțiune pentru protejarea biodiversității. Extinderea protejării mediului la nivel regional și local implică integrarea mediului și a biodiversității în politicile agricole și în amenajarea teritoriului. Este necesară o bună gestionare a fondului forestier și a zonelor marine, combinată cu noi inițiative, cum ar fi dezvoltarea unei strategii pentru sol în Europa.

- Mediul înconjurător și sănătatea

Obiectivul este de a atinge o calitate a mediului în care nivelul contaminării ca urmare a activității umane, inclusiv datorită diferitelor tipuri de radiații, să nu crească riscul unui impact negativ asupra sănătății oamenilor. Prevenirea riscurilor de îmbolnăvire trebuie să aibă în vedere o abordare globală prin cercetarea tuturor aspectelor de mediu și a impactului asupra

sănătății, cu o atenție sporită asupra grupurilor vulnerabile ale copiilor și bătrânilor. Prima condiție este aplicarea legislației existente, combinată cu acțiuni concrete în diferite sectoare individuale.

- Utilizarea continuă a resurselor naturale și managementul deșeurilor

Obiectivul este de a asigura un consum rezonabil de resurse, pentru resursele care se regenerează sau nu, care să nu depășească capacitatea de suportabilitate a mediului. Ar trebui eliminată relația între utilizarea resurselor și creșterea economică, printr-o utilizare mai eficientă a acestora sau reducerea relativă a resurselor folosite în economie și prevenirea producerii deșeurilor. Resursele care se regenerează, precum solul, apa, aerul și lemnul, sunt supuse unei presiuni din partea societății și de aceea este necesară o strategie care să cuprindă măsuri, cum ar fi taxele și stimulentele fiscale, prin care să se asigure o utilizare îndelungată a acestora. Prevenirea creșterii volumului deșeurilor este parte a politicii integrate a produselor. În același timp, se au în vedere măsuri pentru stimularea reciclării, recuperării și incinerării deșeurilor. Obiectivul este de a reduce cantitatea de deșeuri cu 20% în 2010 față de nivelul anului 2000 și cu 50% până în anul 2050.

Al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu mai propune șapte strategii tematice care să fie realizate în două etape:

- prezentare și o analiză a stării de fapt în domeniul pentru care se dezvoltă strategia și o definiție clară a problemelor care trebuie rezolvate, inclusiv poziția actorilor implicați în analiză.
- O prezentare a obiectivelor și indicatorilor de realizare, împreună cu un set de propuneri de măsuri, cu obiective și un calendar precis, care să contribuie la rezolvarea problemei identificate.

Cele șapte strategii tematice sunt:

1. Calitatea aerului: strategia a fost inițiată prin programul “Aer curat pentru Europa” (CAFE), lansat în 2001, care va face recomandări în privința strategiei și măsurilor necesare pentru combaterea efectelor negative ale poluării aerului asupra mediului și sănătății umane; acestea vor constitui fundamentul strategiei pentru combaterea poluării aerului fiind prezentate Comisiei Europene la începutul anului 2006.
2. Protecția solului: comunicarea Comisiei Europene identifică eroziunea și degradarea solului ca fiind probleme stringente în Uniunea Europeană; pe lângă inițiativele legislative necesare, se propune stabilirea unui sistem de monitorizare pentru îmbunătățirea colectării și analizei datelor asupra contaminării solului; protecția solului apare pentru prima dată ca un sector de mediu independent.
3. Utilizarea pesticidelor în contextul dezvoltării durabile: a fost propusă ca urmare a riscurilor datorate creșterii utilizării pesticidelor în agricultură, prin contaminarea solului, apelor și alimentelor și a acumulării în plante și animale; strategia urmărește minimizarea riscurilor asupra sănătății umane, un control mai bun al utilizării lor și încurajarea obținerii de recolte fără pesticide, precum și crearea unui sistem de colectare a datelor pentru monitorizare, inclusiv definirea indicatorilor adecvați.
4. Protejarea și conservarea mediului marin: strategia propusă de Comisia Europeană are ca scop controlul presiunilor asupra ecosistemului marin, păstrarea biodiversității și îmbunătățirea calității mărilor europene; o atenție sporită trebuie să se acorde impactului crescut al pescuitului și navigației asupra mediului marin.
5. Prevenire și reciclarea deșeurilor: o altă problemă presantă în Uniunea Europeană, ca urmare a producerii de cantități tot mai mari de deșeuri, apare necesitatea managementului acestora; strategia propusă spre consultare prezintă opțiunile politice în acest domeniu.

6. Utilizarea continuă a resurselor naturale: utilizarea resurselor precum apa, aerul, solul, metalele, mineralele, cărbunii, petrolul și gazele, a ridicat îngrijorări privind raritatea și impactul utilizării lor asupra mediului înconjurător; Comisia a lansat o dezbatere politică asupra problemelor principale privind înțelegerea relației între utilizarea resurselor și impactul lor, evaluarea impactului propunerilor politice în acest domeniu asupra altor politici și integrarea politicilor astfel ca deciziile să fie luate în contextul dezvoltării durabile.
7. Mediul urban: o comunicare privind strategia este în pregătire, fiind identificate temele prioritare care au impact asupra dezvoltării durabile a mediului în zonele urbane: transportul urban, managementul urban durabil, domeniul construcțiilor și arhitecturii urbane.

Programele de acțiune pentru mediu au inițiat legislația Uniunii Europene privind majoritatea aspectelor de mediu și au obținut rezultate bune în unele dintre acestea. Tendințele și previziunile privind mediul sunt îngrijorătoare datorită numeroaselor probleme care mai există în Europa și în lume. Acestea se referă la cantitățile sporite de deșeuri, smog-ul din orașe în timpul verii, dispersia chimicalelor în mediul ambiant, schimbările climatice și pierderea bio-diversității. Viitoarele programe ale Uniunii Europene trebuie să abordeze aceste tendințe și să se concentreze pe aspectele care nu au fost incluse în programele și acțiunile de până acum.

STRATEGIILE ÎN DOMENIUL POLITICII DE MEDIU

• Strategia europeană pentru mediu și sănătate

Strategia pentru mediu și sănătate a fost inițiată ca urmare a relației evidente între problemele mediului și starea de sănătate a populației. Încă de la început, politica de mediu a avut ca obiectiv îmbunătățirea sănătății. Articolele 152 și 174 ale Tratatului de la Amsterdam oferă baza legală a acțiunii Uniunii Europene în ceea ce privește mediul și sănătatea, iar obiectivele și acțiunile necesare au fost incluse în cel de-al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu. Programul de Acțiune al Comunității pentru sănătate publică (2003-2008) consideră mediul ca factorul determinant pentru sănătate, iar Programul-Cadru UE pentru Cercetare a inclus acțiuni specifice în acest sens.

Datorită amploarei și complexității problemelor privind mediul și sănătatea, în iunie 2003, Comisia Europeană a lansat o strategie pentru mediu și sănătate, cunoscută ca inițiativa SCALE. Aceasta a dezvoltat o abordare pe termen lung care să asigure protecția societății în ansamblu, care se fundamentează pe Știință, adunând împreună cunoștințele din numeroase rețele, inclusiv cele ale experților în domeniile mediului și sănătății din actualele state membre, organizații neguvernamentale și organizații ale consumatorilor; seconcentrează pe Copii, deoarece investiția în sănătatea copiilor este esențială pentru asigurarea dezvoltării economice și umane; sporește nivelul de Conștientizare a legăturii dintre mediu și sănătate, dând posibilitatea tuturor să înțeleagă efectele degradării mediului asupra sănătății și în special asupra copiilor; utilizează instrumente Legislative, complementare inițiativelor naționale și internaționale, pentru a desfășura acțiuni la nivelul Uniunii Europene care să abordeze problemele relației mediu-sănătate în mod integrat; include Evaluarea continuă pentru verificarea eficacității și eficienței acțiunilor de reducere a efectelor mediului asupra sănătății; prin evaluare se vor obține date științifice pentru cercetările viitoare. Obiectivul general al strategiei este înțelegerea mai bună a amenințărilor mediului asupra sănătății umane, reducerea maladiilor cauzate de factorii de mediu în Europa printr-o politică adecvată, care să răspundă provocărilor care apar.

Obiectivele specifice sunt:

Să reducă maladiile cauzate de factorii de mediu în Europa;

Să identifice și să prevină amenințări noi asupra sănătății cauzate de factorii de mediu;

Să dezvolte capacitatea Uniunii Europene pentru formularea politicilor în acest domeniu.

- **Strategia tematică pentru managementul deșeurilor**

Strategia tematică pentru prevenirea și reciclarea deșeurilor este una dintre cele șapte strategii profilate în al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu, ca urmare a constatării ca Uniunea Europeană se confruntă din ce în ce mai mult cu creșterea volumului deșeurilor și necesitatea managementului acestora. Până în prezent, în rezolvarea acestei probleme, Uniunea Europeană a avut o abordare fragmentată și ineficientă. Pentru a pregăti noi măsuri, inclusiv indicatori de realizare, Comisia a lansat, la 28 mai 2003, o consultare largă a tuturor celor implicați, asupra opțiunilor politice pentru prevenirea și reciclarea deșeurilor. Obiectivul strategiei este eliminarea relației cauzale dintre rata creșterii economice/ utilizarea resurselor și cea a producerii deșeurilor. Documentul supus consultării de către CE identifică următoarele aspecte principale:

1. Statele membre trebuie să depună un efort sporit pentru implementarea legislației existente în domeniul deșeurilor;
2. Pentru formularea unei politici bune de prevenire a deșeurilor este necesară o analiză științifică;
3. În privința reciclării, trebuie să se pună accentul pe materiale în locul accentului pe produse care și-au încheiat perioada de viață;
4. Necesitatea standardelor armonizate pentru operațiile de reciclare;
5. O nouă dezbateră asupra definiției deșeurilor;
6. Necesitatea stabilirii unui nivel de reciclare comun tuturor statelor membre.

- **Politica Integrată a Produselor**

Strategia Uniunii Europene pentru dezvoltare durabilă a identificat o serie de acțiuni în atingerea acestui obiectiv, ca urmare a temelor prioritare stabilite de cel de-al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu. În cadrul gestionării responsabile a resurselor naturale s-a agreeat să „se implementeze, în cooperare cu companiile, o Politică Integrată a Produselor cu scopul de a reduce utilizarea resurselor și impactul deșeurilor asupra mediului înconjurător”. Comisia a dezvoltat o Politică Integrată a Produselor (PIP), pe baza unor studii și consultări cu toți cei interesați. În iunie 2003, Comisia a adoptat o strategie pentru a stimula dezvoltarea de produse ecologice, sub denumirea PIP, care are la bază cinci principii:

- a) Pentru reducerea impactului cumulativ asupra mediului, trebuie să se ia în considerare ciclul de viață al produsului, de la producerea până la sfârșitul vieții produsului, integral, ceea ce va determina sporirea coerenței politicii;
- b) Stabilirea de stimulente care încurajeze cererea și oferta de produse ecologice;
- c) Implicarea celor interesați și încurajarea cooperării între consumatori, companii și guvern;
- d) Îmbunătățirea continuă a impactului asupra mediului, urmărind descreșterea permanentă a impactului pe parcursul ciclului de viață al produsului;
- e) Utilizarea de instrumente politice variate care să răspundă diversității produselor, instrumentele pe baza acordurilor voluntare sunt primordiale, dar vor fi necesare și unele măsuri obligatorii.

Obiectivul strategiei PIP este de a reduce impactul produselor asupra mediului pe tot parcursul vieții lor, adoptând, unde este posibil, o abordare bazată pe piață în care sunt integrate aspectele competitivității.

- **Acordurile voluntare de mediu**

Acordurile voluntare de mediu au scopul de a încuraja sectoarele industriale pentru luarea de măsuri voluntare vizând protecția mediului. Al șaselea Program de Acțiune pentru Mediu le menționează ca o formă de reglementare comună între autorități și industrie, complementară abordării tradiționale de tip comandă și control. Scopul lor este de a găsi mecanisme inclusive și flexibile, care dau responsabilitate mai mare producătorilor, dar lasă loc și pentru soluții individuale, care pot contribui la îmbunătățirea eficienței.

Se pot stabili trei feluri de acorduri la nivelul Uniunii Europene:

1. Din proprie inițiativă: industria poate lua inițiativă într-un domeniu în care Comisia nu intenționează să propună legi. Acordul poate fi avizat de Comisie ca o recunoaștere formală.
2. Autoreglementare: industria poate reacționa într-un domeniu în care există o dezbateră politică și există posibilitatea dezvoltării unei legislații în viitor.
3. Co-reglementare: în cazul în care Comisia consideră că este necesară legislația într-un domeniu, se poate utiliza o formă mai strictă de acord voluntar de mediu, în care Consiliul și Parlamentul European stabilesc obiectivele și cerințele de monitorizare, în timp ce industria decide măsurile care trebuie luate.

Acordurile voluntare de mediu pot avea un rol important în domenii ca politica integrată a produselor, schimbarea climatică, managementul deșeurilor.

Bibliografie:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| Ioniță, Gheorghe- Iulian, | “Protecția și dreptul mediului”, Editura Universul Juridic, București, 2004 . |
| Profiroiu, Marius, Popescu, Irina | “Politici Europene”, Editura Economică, București, 2003 ; |
| Prisecaru, Petre, | “Politici comune ale Uniunii Europene”, Editura Economică, București, 2004 |

EFECTELE SCHIMBĂRILOR TEHNOLOGICE ȘI ORGANIZAȚIONALE ASUPRA MEDIULUI DE AFACERI ȘI NEVOII PREGĂTIRII PERSONALULUI DIN FIRMELE ROMÂNEȘTI

Student: Felix BURCEA

Coordonator: prof. univ. dr. Emilia UMGUREANU

Abstract

In this project I will present the effects of technological and organizational changes concerning the business environment and the need to prepare the personnel in Romanian enterprises.

The analyze will be made by taking in consideration :

- the financial results and the investments;*
- activity domain ;*
- size of enterprises and regional profile.*

Also you can find out from this project things concerning the capacity of Romanian enterprises for creating new labor places; the south region is first taking in consideration that and the first sector is the construction one.

I analyze also the deficit of personnel at enterprise level in comparison with occupational groups .

One big problem of occupational System in Romania is the need of preparing the people because of the technological factors, which have a big impact in this field. You can see this impact in all important fields of economy and the solution to resolve that.

1. Incidența schimbărilor tehnologice și organizaționale din ultimii 5 ani asupra mediului de afaceri din firmele românești

Se urmărește pe de-o parte să se identifice ramurile economice caracterizate de schimbări “rapide”, iar pe de altă parte să se vadă care au fost strategiile agenților economici de a răspunde acestor schimbări, fie de natură tehnologică, fie de organizare a muncii, sau orice alt tip de probleme.

Pentru aceasta sunt cercetate următoarele⁷:

- identificarea percepțiilor angajatorilor cu privire la incidența schimbărilor la nivelul ramurii lor de activitate;
- identificarea ramurilor cu potențial crescut de generare de noi locuri de muncă în prezent;
- incidența schimbărilor tehnologice în ultimii 5 ani;
- impactul schimbărilor tehnologice asupra nivelului de calificare a personalului existent.

Se are în vedere măsurarea indicatorilor, percepția angajatorilor cu privire la incidența schimbărilor la nivelul ramurii lor de activitate, identificarea ramurilor cu potențial crescut de generare de noi locuri de muncă, evaluarea cantitativă și calitativă a deficitului de personal calificat. În cadrul firmelor se cercetează:

- structura actuală a personalului și politicile de recrutare și retenție a forței de muncă salariale calificate;
- deficitele și deficiturile cronice de personal calificat;

⁷ Stănescu, M.; Pieptea, O.: *Politica ocupării în “Politici economice. Concepte, instrumente, experimente”*, Editura economică, București, 1997, p.395

- dinamica angajărilor pentru diferite tipuri de ocupații;
- evaluarea calificării salariaților prin gradul de satisfacție al angajatorilor față de performanțele lor profesionale;
- tendențe în evoluția numărului de personal al firmelor;
- nevoile curente și viitoare de personal calificat;
- strategii de gestionare a problemelor de personal.

Este necesar a se realiza un profil al angajatorului în România, utilizându-se rezultatele financiare și investițiile, atât trecute, cât și estimate. Din punct de vedere economico-financiar, majoritatea firmelor din România au obținut, conform propriilor evaluări, rezultate pozitive în 2005. Astfel, cca. 70% dintre firme au avut o activitate profitabilă, cca. 9% au lucrat în pierdere și 12% au câștigat atât cât să-și acopere cheltuielile. Există variații regionale semnificative: astfel, regiunile Centru și București sunt cele cu performanțele cele mai scăzute, înregistrând ponderi scăzute ale firmelor care declară că au încheiat cu profit anul 2005. La polul opus se situează regiunile Vest și Sud Vest, care, cel puțin din acest punct de vedere, par a fi caracterizate de un mai mare dinamism economic.

Variații semnificative apar și pe domenii de activitate (conform codului CAEN al principalelor domenii de activitate care au fost regrupate pe 10 categorii, în loc de 13) și de mărimea firmelor. Cele mai multe firme care au avut activitate economică profitabilă au fost cele activând în domeniile transport, depozitare și comunicații (77,5%), construcții (73,9%), industria prelucrătoare (72,9%) și comerț (71,4%). Firmele din industria extractivă (41,7%), agricultură și silvicultură (54,8%) și paradoxal, la prima vedere, din domeniul hoteluri și restaurante (60,5%) par a se fi confruntat cu cele mai serioase obstacole în dezvoltarea unor activități profitabile.

În raport cu mărimea firmelor, pe măsură ce crește numărul de angajați crește și eficiența economică a firmei, cu excepția firmelor mari (cu peste 250 salariați) care au avut cea mai slabă performanță economică. Se detașează sectorul microîntreprinderilor cu ponderi ridicate ale firmelor pentru care performanța economică „înseamnă venituri=cheltuieli”, sector care beneficiază încă de anumite reglementări speciale, destinate tocmai creșterii sustenabilității economice și depășirii greutăților inerente de pornire.

În profil regional și pe clase de mărime, gradul de optimism-pesimism cu privire la estimările rezultatelor economico-financiare pentru 2006 corelează cu performanțele atinse anterior. În profil sectorial însă, se detașează sectorul „tranzacții imobiliare”, aflat în expansiune și a cărei dezvoltare este influențată și de evoluțiile dinamice ale sectoarelor „construcții” și „transporturi”. O notă aparte de optimism este caracteristică sectorului „agricultură și silvicultură”, în ciuda performanțelor economice scăzute declarate pentru anul precedent.

Două treimi din firmele din România au realizat investiții în 2005. Trebuie subliniate variațiile sectoriale ale indicatorului „investiții realizate în 2005”. Astfel, cotele cele mai ridicate sunt caracteristice sectorului „hoteluri și restaurante” (81,6%, comparativ cu media de 66,4% per total eșantion), fapt care pune într-o nouă lumină ponderea scăzută a performanțelor economice în rândul firmelor, așa cum am prezentat anterior. Investițiile costisitoare în clădiri și tehnologii, caracteristice sectorului, necesită perioade îndelungate de amortizare, conducând însă la beneficii crescute și sustenabile pe termen lung prin creșterea competitivității pe plan internațional. Activitățile caracterizate de ponderile cele mai reduse ale investițiilor sunt agricultura și comerțul, activități cu productivitate redusă în prezent în economia românească, pe care le putem generic numi „de subzistență”.

Incidența investițiilor variază direct proporțional cu dimensiunea firmelor. Firmele mici sunt caracterizate de cotele scăzute ale comportamentului investițional, lucru explicabil prin ponderea ridicată a micro-întreprinderilor în sectoarele agricultură și comerț. Pe de altă

parte, această nouă dimensiune adusă în discuție ne permite să cunoaștem mai bine profilul firmelor mari, care așa cum am văzut au încheiat anul 2005 cu performanțe economice reduse (în pierdere): ele cuprind atât firme cu un management defectuos, parțial restructurate și incapabile să se adapteze cerințelor pieței, dar și firme care investesc în tehnologii noi sau în modernizarea celor existente, căutând astfel să răspundă cât mai bine cerințelor unei piețe globalizate.

Principalele investiții⁸ au fost făcute în: clădiri 26%, noi tehnologii 33%, modernizarea tehnologiilor existente 34%, altele 6%. Investițiile în clădiri au fost realizate cu precădere în domeniile comerțului, hotelurilor și restaurantelor și în firmele cu mai puțin de 50 de angajați (micro și mici). Investițiile în noi tehnologii au fost realizate cu precădere în domeniile transport, depozitare, comunicații și în construcții, activități economice în expansiune. După mărimea întreprinderilor, investițiile în tehnologii (fie noi, fie de modernizare a celor existente) au fost realizate în mai mare măsură de firmele mijlocii și mari.

2. Capacitatea firmelor românești de a crea noi locuri de muncă în 2005

Un procent de 42% din numărul total de firme investigate au creat 8688 de noi locuri de muncă în cursul anului 2005. Firmele din regiunile Sud-Est (48,9%) și Vest (48%) au creat în mai mare măsură noi locuri de muncă decât firmele din regiunile Nord Vest (36%) și Centru (40,1%). Analiza pe domenii de activitate, ne arată că firmele din construcții (55,4%), transport, depozitare și comunicații (53,8%) sunt cele mai dinamice, sunt aflate în plin proces de expansiune și au o capacitate mult ridicată de generare de noi locuri de muncă. Acestea sunt astfel și acele sectoare unde este mult mai probabil să se înregistreze deficite de personal, cererea de personal calificate pentru acestea fiind mare, dar, pe de altă parte, existând și multiple oportunități de lucru în afară pentru cei cu astfel de calificări. La celălalt pol, cu rate foarte scăzute de generare de noi locuri de muncă, se situează firmele din energie electrică, termică, gaze și apă (27,3%), industrie extractivă (33,3%) și agricultură, silvicultură și pescuit (35,5%). Capacitatea de generare de noi locuri de muncă, este cea mai redusă pentru firmele micro. Totuși, putem aprecia ponderea de 32,5% de firme micro care au creat noi locuri de muncă drept foarte promițătoare, având în vedere dificultățile mari pe care acestea le întâmpină în demersul lor de a supraviețui și de a se dezvolta.

Rata de creare de noi locuri de muncă (definită ca raportul între numărul de locuri de muncă nou create în 2005 și numărul de salariați existenți la finele anului 2005) a înregistrat cele mai mari valori în regiunea Sud (11,7% față de 5,5 media la nivel național), urmată la distanță de regiunea Sud-Est (7,1% față de 5,5 media națională) și Nord-Est (6,3 față de media de 5,5). Cele mai mici rate de creare de noi locuri de muncă s-au înregistrat în București (3,4% față de 5,5 media națională) și Centru (3,8%).

În plan sectorial, cea mai ridicată rată de creare de noi locuri de muncă s-a înregistrat în construcții (10% - aproape dublu față de o medie de 5,5% la nivel național), hoteluri și restaurante (9,4% față de media națională de 5,5%) – ambele sectoare desfășurând în mare măsură activități cu caracter sezonier - și comerț (9,2% față de media de 5,5%). Cele mai mici rate de creare locuri de muncă s-au înregistrat în energie electrică, termică, gaze și apă (0,7% față de 5,5% media națională) și industrie extractivă (3,7%). Acestea din urmă se numără printre activitățile economice cu cel mai redus ritm de schimbare și, implicit, de dezvoltare în ultimii 5 ani.

Pe clase de mărime a firmelor, rata de creare de noi locuri de muncă evoluează invers proporțional cu dimensiunea firmei. Cele mai mari rate de creare de noi locuri de muncă se regăsesc la nivelul micro-firmelor (13,5% față de 5,5 media la nivel național), urmate de

⁸ Zanfir, V. *Strategia ocupării forței de muncă în Raportul de muncă nr. 10/2004*, p.5

firmele mici (10,1%), iar cele mai mici rate se înregistrează la firmele mari (4,6% față de 5,5 media națională).

În ceea ce privește tipul formei de proprietate, firmele care înregistrează valori mari pentru rata de creare de noi locuri de muncă provin, cu preponderență, din sfera privată (7% față de 5,5 media națională). Cele mai mici valori ale ratei de creare de noi locuri de muncă se înregistrează – în mod evident – în sectorul public (0,9% față de 5,5 media națională).

După performanțele economice ale firmelor, rata cea mai mare de creare de noi locuri de muncă se regăsește în rândul celor cu venituri egale cu cheltuielile, firme cu precădere micro (cu mai puțin de 9 salariați) care beneficiază de un cadru legislativ specific (7,9% față de 5,5% media națională). Urmează, pe locul al doilea, firmele cu profit (6,3% față de 5,5% media națională).

Astfel primele trei poziții, cu un total de 29,1% din totalul de numărul de locuri de muncă nou create, sunt ocupații care necesită nivel redus de educație/calificare, sau, sunt subsumate unor sectoare cu valoarea adăugată scăzută (i.e. textile, confecții și pielărie). Acest lucru ne arată că există cerere de forță de muncă slab calificată, că economia se dezvoltă în zone caracterizate de condiții de muncă grele, slab atractive, sau, de asemenea, în sectoare cu valoarea adăugată scăzută, ambele situații generând în fond posibilități limitate de motivare a resurselor de muncă și implicit posibilități reduse de stabilizare a resursei de muncă.

De altfel, dintre toate activitățile economiei naționale, doar în domeniul tranzacțiilor imobiliare și industriei prelucrătoare între primele trei ocupații pentru care au fost creat noi locuri de muncă se găsesc și ocupații⁹ care necesită studii superioare, respectiv pentru cea de programator și inginer, însă ponderea acestora în total este destul de redusă. De asemenea, se remarcă incidența ridicată a locurilor de muncă create pentru muncitori necalificați în mai multe domenii ale economiei precum industria prelucrătoare, construcții, transport, depozitare, comunicații și altele.

3. Dinamica ocupării salariale pe grupe de ocupații

Analizând capacitatea de creare de noi locuri de muncă, angajările și plecările de personal, precum și deficitul de personal la nivelul firmelor pentru fiecare dintre grupele de ocupații în raport cu distribuția populației salariale pe grupe ocupaționale se remarcă următoarele:

- Cel mai mare deficit, cele mai frecvente ieșiri și cele mai multe locuri de muncă nou create se regăsesc în grupa muncitorilor și meseriașilor – semnifică existența unei nevoi importante pe piață într-o zonă puțin atractivă pentru forța de muncă
- Deficitul și crearea de noi locuri de muncă înregistrează valori semnificative pentru grupa specialiștilor (cu ocupații intelectuale și științifice) – existența unei cereri pe piață, tendință de dezvoltare către economia cunoașterii
- Fluctuații mari în grupele lucrătorilor, operatorilor în comerț și asimilați și a muncitori necalificați – aceste grupe reunesc ocupații de tranziție pentru forța de muncă, fie pentru nivelul de calificare necesar este unul redus, fie pentru că sunt zone de activitate caracterizate de salarii neatractive.

Tabelul 2.1. Dinamica ocupării salariale pe grupe de vârstă

	2003(%)	Noi locuri de munca(%)	Angajari (%)	Iesiri (%)	Deficit (%)
Legiuitori, înalți funcționari și conducători	2	0.4	0.7	0.3	0.5

⁹ ***www.anofm.ro

Specialiști(cu ocupatii intelectuale si stiintifice)	10.7	11.3	7.8	4.9	15.5
tehnicieni	13.2	5.4	4.7	5.0	4.3
functionari	6.0	2.7	4.2	3.4	0.7
lucratori,operatori in comert	10.9	17.4	16.1	10.4	6.8
Muncitori din agricultura si Pescuit	0.6	1.8	0.2	0.4	
Muncitori si meseriasi	25.0	36.0	36.0	41.6	63.0
operatori pe instalatii, mașini si asamblori de mașini	23.8	10.9	13.1	15.5	3.7
Muncitori necalificati	7.7	13.9	17.1	18.6	2.5
TOTAL	100	100	100	100	100

Sursa : www.insse.ro

Analizând comportamentul firmelor¹⁰ și a variației fenomenelor analizate, extragem următoarele elemente relevante cu privire la problematica investigată.

Regiunile Sud și Sud-Est se remarcă prin cele mai ridicate rate de creare de noi locuri de muncă și angajare de personal, semnificând tendințe clare de dezvoltare și dinamism accentuat la nivelul firmelor. La polul opus, Centrul și București-ul au intrat într-o fază de stagnare, fiind caracterizate de ritmuri încetinite de dezvoltare și de dinamism redus la nivelul agenților economici investigați.

Serviciile agențiilor publice de ocupare a forței de muncă sunt utilizate, în proporție destul de mică, de agenții economici care caută să angajeze personal, fiind preferate ca modalități principale de căutare anunțurile în presa locală și recomandările cunoscuților. Ponderile firmelor ce solicită serviciile publice de ocupare sunt mai mari în regiunile în care angajatorii întâmpină dificultăți la angajare, zone ce se confruntă cu rate ridicate de migrare pentru muncă în străinătate. În genere, firmele românești valorizează modalitățile informale de recrutare de personal, manifestând încredere scăzută în mecanismele formalizate/publice de mediere între cerere și oferta pe piața muncii.

Dezvoltarea activităților economice specifice sectorului terțiar și construcțiilor are loc, în special, în ramuri ce necesită nivel ridicat de competență și unde volumul de forță de muncă atras este în creștere. La cealaltă extremă, industriile prelucrătoare și extractivă sunt cele mai afectate de plecări ale forței de muncă.

Deficitul de personal calificat, măsurat prin ponderea locurile de muncă libere neocupate, existent pe piață este minim și semnifică atât existența unui deficit de calificare pe piața muncii, cât și existența unor locuri de muncă total neatractive pentru forța de muncă.

Deficiențele majore care se înregistrează în alocarea forței de muncă pe posturi pun de fapt în evidență o altă fațetă a deficitului de calificare, precum și a problemelor existente în sistemul de certificare a competențelor deținute de angajați. Neadecvarea încadrării pe post a personalului în conformitate cu calificarea obținută prin absolvirea unei școli se regăsește în cadrul unui număr semnificativ de firme.

4. Impactul schimbărilor tehnologice asupra nevoii de pregătire a personalului firmelor românești

În anul 2005 s-au desfășurat programe de pregătire profesională adresate personalului firmei în doar 32,7%. Numărul de participanți la programele de pregătire profesională adresate angajaților firmelor a fost de 27878 persoane.

¹⁰ Stănescu, M., Pieptea, O.: *Politica ocupării în: "Politici economice. Concepte, instrumente, experimente"*, Editura Economică, București, 1997, p. 45

Pe clase de mărime a firmelor, pregătirea profesională a personalului desfășurată în 2005 variază direct proporțional cu dimensiunea firmei, având valori între 17% pentru firmele de până la 9 salariați și de 67% pentru firmele cu peste 250 salariați.

Pe sectoare de activitate, firmele din energie electrică, termică, gaze și apă, cele din sănătate și asistență socială, sectorul financiar și de asigurări au desfășurat programe de pregătire profesională în mai mare măsură decât au sesizat manifestarea schimbărilor tehnologice. În general, ponderi mari a firmelor care au desfășurat programe de pregătire a personalului se constată în intermediari financiare și de asigurări (83,3% din total), energie electrică, termică, gaze și apă (59,1% din total), sănătate și asistență socială (54,5% din total).

În schimb, ponderea cea mai redusă a programelor de pregătire profesională se regăsea în anul 2005 în comerț (18,6% din firme au desfășurat programe de pregătire profesională). Dezvoltarea de programe de pregătire profesională în anul 2005 a fost mai intensă în regiunile București (44% din total firme au desfășurat programe de pregătire profesională în 2005) și Vest (38%) și mult mai slabă în regiunile Sud (24%) și Nord-Vest (26%).

Dacă din punct de vedere al numărului de agenți economici care au desfășurat programe de pregătire profesională, valori net ridicate se regăsesc în București, din punct de vedere al numărului de participanți la programele de pregătire cele mai mari valori se regăsesc în Vest și București.

După tematica de pregătire, cele mai multe cursuri desfășurate în anul 2005 au fost de însușire/perfecționare cunoștințe tehnice/tehnologice (42,4%), urmate, la mare distanță de cursuri de însușire/perfecționare cunoștințe de control a calității produselor (24,2%) și de cursuri de însușire/perfecționare abilități de lucru cu echipamente informatice (21,7%).

Cea mai mică pondere o dețin cursurile de însușire/perfecționare a cunoștințelor de limbi străine (5,3%).

Pe activități economice, mulțumirea cu privire la pregătire angajaților a fost în măsură mai mare invocată ca motiv pentru ne-desfășurarea de programe de pregătire în transport, depozitare și comunicații (56,9%) și în cea mai mică măsură în educație.

Motivul că “meseria se învață la locul de muncă” este susținut între 50% în sectorul financiar-asigurări și 0% în educație.

Percepția cu privire la lipsa furnizorilor de formare este cuprinsă între 3,3% în comerț și 18,2% în industria extractivă. Pe clase de mărime a firmelor, gradul de satisfacție al angajatorilor cu privire la pregătirea salariaților ca motivație pentru ne-desfășurarea de programe de pregătire profesională se regăsește în mai mare măsură în micro-firme (50,6%) și în mai mică măsură în firmele mari (32,9%).

Lipsa resurselor financiare pentru organizarea de programe de pregătire apare mai frecvent la firmele mari (26,3%) comparativ cu firmele mici (8,7%).

După forma de proprietate a firmei¹¹, satisfacția angajatorului cu privire la pregătirea personalului ca motivație pentru ne-desfășurarea de programe de pregătire se regăsește în mai mare măsură în firmele publice (52%) și în mai mică măsură în firmele mixte (35,3%). Argumentația că “meseria se învață la locul de muncă” susține în mai mare măsură nedesfășurarea de programe de pregătire în firmele cu capital majoritar românesc (27,3%) și în mai mică măsură în cele publice (4%). Lipsa resurselor financiare ca motiv de nedesfășurare a programelor de pregătire este în mai mare măsură percepută de firmele mixte (23,5%) și în mai mică măsură de firmele cu capital străin (5,1%).

Motivația că “meseria se învață la locul de muncă” argumentează nedesfășurarea de programe de pregătire profesională în mai mare măsură în firmele cu rezultat financiar 0 și în mai mică măsură la cele în pierdere.

¹¹ Boboc, Ion; Perț, S. *Studiul pieței forței de muncă. Raport final II, București, 1997*

Absența resurselor financiare ca motivație de nedesfășurare a programelor de pregătire este invocată în mai mare măsură de firmele cu pierdere (25,3%) și în mai mică măsură de cele cu profit (9,8%).

Pe tipuri de programe de pregătire profesională se observă următoarele caracteristici:

a) Programe de pregătire pentru însușirea/perfecționarea cunoștințelor tehnice tehnologice s-au desfășurat în mai mare măsură în sănătate și asistență socială (66,7%) și în mai mică măsură în financiar-asigurări (14,3%).

b) Programe de însușire/perfecționare a abilităților de lucru cu echipamente informatice s-au desfășurat în mai mare măsură în tranzacții imobiliare (35,7%) și în mai mică măsură în industria prelucrătoare (15%).

c) Programe de pregătire pentru însușirea/perfecționarea de cunoștințe de control a calității produselor s-au organizat în mai mare măsură în industria prelucrătoare (31,7%) și în mai mică măsură în industria extractivă și sănătate (16,7%).

d) Programe de însușire/perfecționare a cunoștințelor de limbi străine s-au desfășurat în mai mare măsură în financiar-asigurări (26%) și nu s-au desfășurat deloc în agricultură, comerț și sănătate.

Cele trei tipuri de competențe, încadrabile în categoria competențelor complementare meseriei sunt: cunoașterea și utilizarea limbilor străine, managementul și organizarea și utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor (calculator internet, etc.).

Analizând distribuția personalului cu studii medii se relevă nivele mai scăzute pentru competențele privind:

-cunoașterea și utilizarea limbilor străine, mai pronunțat în industria extractivă , agricultură, energie electrică, gaze și apă, construcții;

-managementul și organizării, cu nivele sub media pe țară în industria extractivă , construcții și transport și depozitare;

-utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor (calculator internet, etc.) cu nivele mai scăzute decât media pe țară în domeniile industrie extractivă , construcții și agricultură .

Pe regiuni de dezvoltare se estimează o creștere a ritmului schimbărilor tehnologice în viitor față de cele trecute în Nord-Est și Sud-Vest și o încetinire accentuată în Centru și în regiunile NV și V .

În regiunile pentru care se estimează intensificări ale schimbărilor tehnologice vor trebui organizate prioritar programe de pregătire în domeniul cunoștințelor tehnice/tehnologice.

Pe tipuri de activități economice accelerarea ritmului schimbărilor economice se estimează pentru energie electrică, termică gaze și apă și financiar-asigurări. Percepția cu privire la scăderile de ritm pentru industria extractivă , sănătate și asistență socială și hoteluri și restaurante nu trebuie să conducă însă la decizia abandonării desfășurării de programe de pregătire în aceste activități.

În firmele structurate pe clase de mărime, percepția cu privire la creșterea ritmului modificărilor tehnologice este mai mare în cele mici și în micro-firme și mai mică în firmele mari și mijlocii .

Bibliografie:

- Stănescu, M.; Pieptea, O.: Politica ocupării în “ Politici economice. Concepte, instrumente, experimente”, Editura Economică, București, 1997
- Boboc, Ion; Perț, S. Studiul pieței forței de muncă. Raport final II, București, 1997
- Zanfir, V. Strategia ocupării forței de muncă în Raportul de muncă nr. 10/2004, p.5
- www.anofm.ro
- www.mmssf.ro

EASE OF DOING BUSINESS IN ROMANIA

Student: Felix Burcea

Coordinator Teacher: Emilia Clipici

Abstract

In this project I will present the situation in Romania concerning economics (main indicators) and we will try to prove that is a good country to invest in.

In the last years Romania made tremendous efforts to redress the economic situation. By analyzing some important indicators we will understand that the economical environment is stabile and ready to receive foreign investors.

The GDP increased year by year (in 2003 was 166 billion \$ and in 2007 is 202 billion \$).

The level of taxation is the lowest in European Union. The enterprises must support a profit tax of 16%. This thing make from Romania a very attractive country to invest.

Another stability factor is the Romanian currency (Leu). The general trend of the currency in the last years is to appreciate comparing with the most important currencies: euro and dollar. Many brokers preferred to invest their money using the Romanian currency.

The data concerning the foreign Direct Investment show us that the investors trust Romania and they believe that Romania is a good country to invest and the risk is very low. In 2006 Romania had the best year concerning the foreign direct investments.

The inflation rate, another important indicator, show us that the economic environment is stabile and is it's improving year by year. The inflation in 2007 was 4.84 % and the specialist expects that it will go down in the next years.

Concerning the labor force, we can say that is very prepared and we can see also that Romania made some important progress concerning the unemployment rate, which is very low in comparison with other European countries like Poland, France, Germany and Spain.

The study was done using secondary data research. This data was taken from the Romanian National Institute of Statistic and from other institution like National Bank of Romania (www.bnr.ro), The European Central bank (www.ecb.int), the European Commission (<http://ec.europa.eu/enlargement/archives/romania/>) by using the internet.

In the report I use tables and graphics, some of them already made and shared on the internet pages, other made in EXCEL

1. General presentation of economy

With a GDP of around \$264 billion and a GDP per capita (PPP) of \$12,285 estimated for 2008, Romania is considered an upper-middle income economy and has been part of the European Union since January 1, 2007. After the Communist regime was overthrown in late 1989, the country experienced a decade of economic instability and decline, led in part by an obsolete industrial base and a lack of structural reform. From 2000 onwards, however, the Romanian economy was transformed into one of relative macroeconomic stability, characterized by high growth, low unemployment and declining inflation. In 2007, according to the Romanian Statistics Office, GDP growth in real terms was recorded at 7.7%, one of the highest rates in Europe. The growth dampened to 6.1% in 2007, and is expected to be around 5.7% in 2008. Unemployment in Romania was at 3.9% in September 2007 which is very low compared to other middle-sized or large European countries such as Poland, France, Germany and Spain. Foreign debt is also comparatively low, at 20.3% of GDP. Exports have increased

substantially in the past few years, with a 25% year-on-year rise in exports in the first quarter of 2007. Romania's main exports are clothing and textiles, industrial machinery, electrical and electronic equipment, metallurgic products, raw materials, cars, military equipment, software, pharmaceuticals, fine chemicals, and agricultural products (fruits, vegetables, and flowers). Trade is mostly centered on the member states of the European Union, with Germany and Italy being the country's single largest trading partners. The country, however, maintains a large trade deficit, which increased sharply during 2007 by 50%, to 15 billion euros.

After a series of privatizations and reforms in the late 1990s and early 2000s, government intervention in the Romanian economy is somewhat lower than in other European economies. In 2005, the government replaced Romania's progressive tax system with a flat tax of 16% for both personal income and corporate profit, resulting in the country having the lowest fiscal burden in the European Union, a factor which has contributed to the growth of the private sector. The economy is predominantly based on services, which account for 55% of GDP, even though industry and agriculture also have significant contributions, making up 35% and 10% of GDP, respectively. Additionally, 32% of the Romanian population is employed in agriculture and primary production, one of the highest rates in Europe. Since 2000, Romania has attracted increasing amounts of foreign investment, becoming the single largest investment destination in Southeastern and Central Europe. Foreign direct investment was valued at €8.3 billion in 2007. According to a 2007 World Bank report, Romania currently ranks 49th out of 175 economies in the ease of doing business, scoring higher than other countries in the region such as Hungary, Poland and the Czech Republic. Additionally, the same study judged it to be the world's second-fastest economic reformer in 2007. The average gross wage per month in Romania is 1411 lei as of September 2007, equating to €403.3 (US\$597.3) based on international exchange rates, and \$1001.1 based on purchasing power parity.

2. The GDP Evolution

This entry gives the gross domestic product (GDP) or value of all final goods and services produced within a nation in a given year. A nation's GDP at $\square$ totaling exchange rates (OER) is the home-currency-denominated annual GDP figure divided by the bilateral average US exchange rate with that country in that year.

The measure is simple to compute and gives a precise measure of the value of output. Many economists prefer this measure when gauging the economic power an economy maintains vis-à-vis its neighbors, judging that an exchange rate captures the purchasing power a nation enjoys in the international marketplace. Official exchange rates, however, can be $\square$ totaling $\square$ d $\square$ fixed and/or subject to manipulation – resulting in claims of the country having an under- or over-valued currency – and are not necessarily the equivalent of a market-determined exchange rate.

Moreover, even if the official exchange rate is market-determined, market exchange rates are frequently established by a relatively small set of goods and services (the ones the country trades) and may not capture the value of the larger set of goods the country produces. Furthermore, OER-converted GDP is not well suited to comparing domestic GDP over time, since appreciation/depreciation from one year to the next will make the OER GDP value rise/fall regardless of whether home-currency-denominated GDP changed.

Now we present the GDP evolution in Romania between 2003 and 2007. In general, the GDP per Capita and the GDP expressed by Purchasing Power Parity are growing up every year, except 2004, probably because it was an election year.

Table 1. GDP per Capita evolution in Romania

Year	GDP – per capita (PPP)	Rank	Percent Change
2003	\$7,400	95	
2004	\$7,000	98	-5.41%
2005	\$7,700	97	10.00%
2007	\$8,100	99	5.19%
2007	\$9,100	91	12.35%

Source of data: www.inse.ro

Table 2. GDP purchasing power parity evolution in Romania

Year	GDP (purchasing power parity)	Rank	Percent Change
2003	\$166,000,000,000	42	
2004	\$155,000,000,000	45	-6.63 %
2005	\$171,500,000,000	45	10.65 %
2007	\$181,800,000,000	46	6.01 %
2007	\$202,200,000,000	45	11.22 %

Source of data: www.inse.ro

3. Taxation in Romania

The taxes and fees governed by the present code are the following:

- a) profit tax;
- b) income tax;
- c) tax on incomes of micro-enterprises;
- d) tax on incomes obtained from Romania by non-residents;
- e) tax on representative offices;
- f) value-added tax;
- g) excises;
- h) local taxes and fees.

Corporate Incoming Tax:

The taxation is different between SME's and LC's.

-For SME's the taxation is represented by 3% of Total Incomings

-For LC's the taxation is represented by 16% of the Profit

Profit= Total Incomings-Deductible Expenses + Nondeductible Expenses

Value-Added Tax

The value-added tax is an indirect tax that is owed to the state budget.

Operations that cumulatively total the following conditions are included in the scope of application of the value-added tax:

- a delivery of goods or a supply of services made for consideration;
- the place of delivery of goods or supply of services is considered to be in Romania;
- the delivery of goods or supply of services is made by a taxable person
- the delivery of goods or supply of services results from one of the economic activities

Type's of VAT in Romania:

-The standard rate of value-added tax

The standard rate of value-added tax is to equal to 19% and is to apply to the base of taxation for any taxable operation that is not exempt from the value-added tax or that is not subject to the reduced rate of value-added tax.

-The reduced rate of value-added tax

-The Zero rate of value-added tax. Exports can't handle taxation when we speak about VAT (the Zero rate)

4. Exchange rate

The leu (/leu/, plural: lei ; ISO 4217 code RON; numeric code 946) is the currency of Romania. It is subdivided into 100 bani (singular: ban). On 1 July 2005, Romania underwent a currency reform, switching from the previous leu (ROL) to a new leu (RON). 1 RON is equal to 10,000 ROL. Romania joined the European Union on the 1st of January 2007 and it is expected to adopt the euro in 2014.

5. Foreign Direct Investments

1. Net flows of FDI in 2007

Net FDI flows amounted to EUR 9,059 million, up 74 percent year on year, of which:

- equity stakes were worth EUR 4,159 million, accounting for 46 percent of net FDI flows;
- net reinvested earnings in amount of EUR 2,673 million, making up 30 percent of net flows;
- net credit received from foreign investors ran at EUR 2,227 million, holding 24 percent of net FDI flow.

2. FDI stock at end-2007

The FDI stock at end-2007 reached EUR 34,512 million, up 58 percent year on year, of which:

- equity stakes in amount of EUR 27,016 million, making up 78 percent of the stock;
- net credit received from foreign direct investors was EUR 7,496 million, i.e. 22 percent of the stock.

2.1. FDI distribution by main economic activity

By economic activity (according to NACE Rev. 1), the bulk of FDI went to manufacturing (34.2 percent of total investment), with metallurgy (8.3 percent), food, beverages and tobacco (5.5 percent), oil processing, chemicals, rubber and plastics (4.5 percent), and transport means (4.1 percent) holding significant weights.

Table 3. FDI distribution by main economic activity

	FDI stock at end-2007		of which tangible and intangible fixed assets	
	EUR mn.	% of TOTAL FDI	EUR mn.	% of TOTAL FDI
TOTAL, of which:	34,512	100	17,174	49.8
Industry, of which:	15,155	44.0	9,973	28.9

<i>Mining</i>	2,105	6.1	1,359	3.9
<i>Manufacturing</i>	11,782	34.2	7,588	22.0
<i>Electricity, heating, natural gas, water</i>	1,268	3.7	1,026	3.0
Financial intermediation and insurance	7,678	22.2	1,212	3.5
Wholesale and retail trade	4,209	12.2	2,218	6.4
Post and telecommunications	2,831	8.2	1,636	4.8
Construction and real estate	2,200	6.4	1,183	3.4
Other activities	2,439	7.0	952	2.8

Source of data : www.bnr.ro

Significant FDI was channeled into financial intermediation and insurance, banking and insurance included (22.2 percent of total FDI), wholesale and retail trade (12.2 percent), telecommunications (8.2 percent), construction and real estate (6.4 percent), and services rendered to enterprises (4.1 percent).

Tangible and intangible fixed assets, with a stock of EUR 17,174 million at end-2007, accounted for 50 percent of total FDI, thus inducing a considerable degree of foreign investment durability.

At the end of 2007, by type of FDI, greenfield investment was channeled primarily into manufacturing (13.4 percent of total FDI), particularly food, beverages and tobacco (3.3 percent), textiles, wearing apparel, leather products (1.8 percent), transport means (1.6 percent), oil processing (1.5 percent), woodworking (1.5 percent). Other sectors in which greenfield investment held considerable weights were trade (11.1 percent), financial intermediation and insurance (8.5 percent), construction and real estate (4.6 percent).

Table 4. Greenfield Investment in 2007

2.2. Types of FDI

	FDI stock EUR mn.	of which		
		Greenfield		Mergers & Acquisitions
		EUR mn.	%	%
TOTAL, of which:	34,512	16,725	48.5	51.5
Industry, of which:	15,155	4,912	32.4	67.6
<i>Mining</i>	2,105	156	7.4	92.6
<i>Manufacturing</i>	11,782	4,645	39.4	60.6
<i>Electricity, heating, natural gas, water</i>	1,268	111	8.8	91.2
Financial intermediation and insurance	7,678	2,929	38.1	61.9
Wholesale and retail trade	4,209	3,819	90.7	9.3
Post and telecommunications	2,831	1,653	58.4	41.6
Construction and real estate	2,200	1,594	72.5	27.5
Other activities	2,439	1,818	74.5	25.5

Source of data : www.bnr.ro

3. FDI distribution by country of origin

The top-five countries in order of their weights in FDI stock as at 31 December 2007 were the following: Austria (23 percent compared with only 15.4 percent a year earlier), the Netherlands (17.1 percent, down from 19.5 percent in 2005), Germany and France (10.1 percent and 8 percent respectively, staying flat on a year earlier), and Greece (7.8 percent, down slightly year on year).

Table 7. FDI distribution by country of origin

	EUR mn.	% of TOTAL
TOTAL, of which:	34,512	100.0
Austria	7,942	23.0
The Netherlands	5,887	17.1
Germany	3,473	10.1
France	2,766	8.0
Greece	2,680	7.8
Switzerland	2,372	6.9
Italy	2,322	6.7
Cyprus	1,674	4.8
Hungary	663	1.9
United States of America	628	1.8
Other	4,105	11.9

Source of data : www.bnr.ro

4.FDI distribution by development region

From a territorial perspective, FDI went mainly to Bucharest-Ilfov region (64.3 percent); other

development regions receiving significant FDI inflows were the SOUTH-EAST region (7.7 percent), the CENTRE region (7.4 percent), the SOUTH region and the WEST region (on 6.5 percent and 5.6 percent respectively).

Table 8. FDI distribution by development region

	EUR million	% of TOTAL
TOTAL, of which:	34,512	100.0
BUCHAREST	22,205	64.3
SOUTH-EAST	2,653	7.7
CENTRE	2,559	7.4
SOUTH	2,228	6.5
WEST	1,948	5.6
NORTH-WEST	1,570	4.6
SOUTH-WEST	938	2.7
NORTH-EAST	411	1.2

Source: www.bnr.ro

6. Inflation

Next we will present the evolution of inflation and the Consumer Price Indices which we think that they are very important when someone make the analysis of one country.

The analysis is made between 2003 and 2007. Will see that the inflation and the Consumer Price Indices have one amelioration trend.

Table 9. Inflation and Consumer Price Indices in Romania

Year	Inflation (%)	Consumer Price Indices (%)
2003	15.3	115.3

2004	11.9	111.9
2005	9.0	109.0
2006	6.56	106.56
2007	4.84	104.84

Source: www.bnr.ro

7. Labor force

Abut labor force we will present you some statistic facts and you will observe that the unemployment rate is decreasing and the labor force is almost constant between 2003 and 2007.

Table 10. The evolution of Labor Force in Romania

Year	Labor force	Rank	Percent Change	Date of Information
2003	9,900,000	42		1999 est.
2004	9,280,000	47	-6.26 %	2003 est.
2005	9,660,000	47	4.09 %	2004 est.
2006	9,310,000	47	-3.62 %	2005 est.
2007	9,330,000	46	0.21 %	2006 est.

Source of data : www.indexmundi.com

The Labor Force is distributed by occupation like this:

- agriculture: 31.6%
- industry: 30.7%
- services: 37.7%

Table 11. Evolution of Unemployment rate in Romania

Year	Unemployment rate	Rank	Percent Change	Date of Information
2003	8.30 %	114		2002
2004	7.20 %	126	-13.25 %	2003
2005	6.30 %	58	-12.50 %	2004 est.
2006	5.90 %	59	-6.35 %	2005 est.
2007	6.10 %	68	3.39 %	2006 est.

Source of data : www.indexmundi.com

References:

www.bnr.ro
www.wikipedia.org
www.ecb.int
www.indexmundi.com
www.ec.europa.eu
www.imf.org
www.mfinante.ro

ANALIZA RELAȚIEI COSTURI - PRODUCTIVITATE LA S.C. LISA DRAEXLMAIER AUTOPART ROMÂNIA S.R.L.

Student: Magdalena Luisa GRIGORE

Coordonator: Prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Abstract

Die Produktion Kosten sind auch ein Hinweis, der von den ökonomischen Wirksamkeit anzeigend ist. Die Verfolgung des realen Niveaus der Betriebskosten, Angebote zu den ökonomischen Mitteln die Möglichkeit, zum des Volumens von zu kennen verbrauchten Produktion Faktoren und die Leistungsfähigkeit dieser Verbrauch, durch Vergleich mit den vereinbarten Aufwendung Normen, oder mit dem Niveau der Verbrauch, die durch die konkurrierenden Unternehmen verwirklicht werden. Als Resultat regen die Kosten die Unternehmen an, den technischen Fortschritt zu holen, um die Qualifikation der Arbeiter aufzuwerfen, um wissenschaftlich die Produktion zu organisieren, mit maximalem Wirksamkeit die Produktion Faktoren zu handhaben.

Die Abnahme der Kosten benötigt die Erhöhung der Qualifikationen gleich der Arbeiter, die Verbesserung der technischen Produktionen Ausrüstungen, die Verbesserung der Know-how Technologie, die Verbesserung der Führungstätigkeit, die Verbesserung der materiellen Anregung, die Erhöhung der Produktivität handhaben und so weiter.

Relația cost – productivitate poate fi privită atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. Pe termen scurt, “creșterea producției poate avea loc prin combinarea unor factori de producție variabili cu factori de producție ficși, costul marginal reprezentând principalul criteriu pentru fundamentarea deciziei de a produce. În intervalul scurt de timp, combinarea factorilor de producție ficși cu cei variabili se află sub influența acțiunii legii productivității randamentelor marginale descrescânde”. Astfel, ținând cont de modul de determinare a costului marginal ca raport dintre modificarea absolută a costului factorului variabil și modificarea absolută a producției, între evoluția costului marginal și evoluția productivității marginale există un raport de inversă proporționalitate, care ne spune că atunci când productivitatea marginală crește, costul marginal scade și invers¹².

Reducerea costului de producție în cele mai bune condiții trebuie să aibă la bază analiza aprofundată a factorilor de producție implicați în procesul de producție sub toate aspectele, astfel încât această minimizare să nu deterioreze calitatea bunurilor obținute.

1. Prezentare date - secția Debitare cablu

Datele aferente lunii noiembrie 2005 sunt :

- numărul total al persoanelor din cadrul secției = 523 persoane (482 persoane direct productive și 41 persoane indirect productive)
- minutele lucrate (debitate) = 2.960.224 minute
- minutele planificate (de debitat) = 3.020.000 minute
- minute restanță (minutele planificate - minutele lucrate) = 59.776 minute
- minute prezență = 5.128.740 minute
- numărul bucăților realizate = 69.254.903 bucăți
- numărul Km cablu consumat = 81.815 Km

¹² E. Ungureanu și colectivul, *Economie politică*, Editura Didactică și Pedagogică R.A., București, 2004, pag.194

- productivitatea secției = 103.20 %
- numărul mașinilor existente = 99 mașini
- costuri întreținere mașini = 24.446 euro
- costuri de personal = 123.441 euro
- costuri materii prime, materiale = 122.722.500 euro.
- cheltuieli comune secției = 5.529 euro
- combustibil, energie, apă = 4.211 euro
- deșeu = 42.846 Kg

Datele aferente lunii noiembrie 2007 sunt :

- numărul total al persoanelor din cadrul secției = 634 persoane (622 persoane direct productive și 12 persoane indirect productive)
- minutele lucrate (debitate) = 2.601.346 minute
- minutele planificate (de debitat) = 2.562.625 minute
- minute restanță (minutele planificate - minutele lucrate) = -38.721 minute (reprezintă avans)
- minute prezență = 4.925.400 minute
- numărul bucăților realizate = 36.581.791 bucăți
- numărul Km cablu consumat = 111.002 Km
- productivitatea secției = 103.73 %
- numărul mașinilor existente = 112 mașini
- costuri întreținere mașini = 13.243 euro
- costuri de personal = 194.531 euro
- costuri materii prime, materiale = 188.703.400 euro.
- cheltuieli comune secției = 7.223 euro
- combustibil, energie, apă = 5.986 euro
- deșeu = 20.361 Kg.

2. Analiza datelor prezentate

Analizând datele celor 2 ani constatăm că:

- numărul de persoane direct productive a crescut în anul 2007 față de numărul persoanelor direct productive din anul 2005. Această creștere este de 140 persoane
 $622 \text{ persoane} - 482 \text{ persoane} = 140 \text{ persoane}.$
- numărul de persoane indirect productive a scăzut în anul 2007 față de numărul persoanelor indirect productive din anul 2005. Această scădere este de 29 persoane.
 $12 \text{ persoane} - 41 \text{ persoane} = -29 \text{ persoane}$
- numărul total de persoane din secție a crescut în anul 2007 față de numărul total de persoane din secție din anul 2005. Această creștere este de 111 persoane.
 $634 \text{ persoane} - 523 \text{ persoane} = 111 \text{ persoane}$

Această valoare rezultă și ca: diferență dintre creșterea persoanelor productive (cu 140 persoane) și scăderea persoanelor indirect productive (cu 29 persoane). Astfel avem următorul calcul:

$140 \text{ persoane} - 29 \text{ persoane} = 111 \text{ persoane}$

Procentual:

- numărul persoanelor direct productive a crescut în anul 2007 față de numărul persoanelor direct productive din anul 2005 cu 29,0456 %.

$$\% \text{ nr. personalului direct productiv} = \frac{622}{482} \times 100 = 129,0456 \%$$

- numărul persoanelor indirect productive a scăzut în anul 2007 față de numărul persoanelor indirect productive din anul 2005 cu 241,6667 %.

$$\% \text{ nr. personalului indirect .productiv} = \frac{41}{12} \times 100 = 341,6667 \%$$

- numărul total de persoane din secție a crescut în anul 2007 față de numărul total de persoane din secție din anul 2005 cu 21,2237 %.

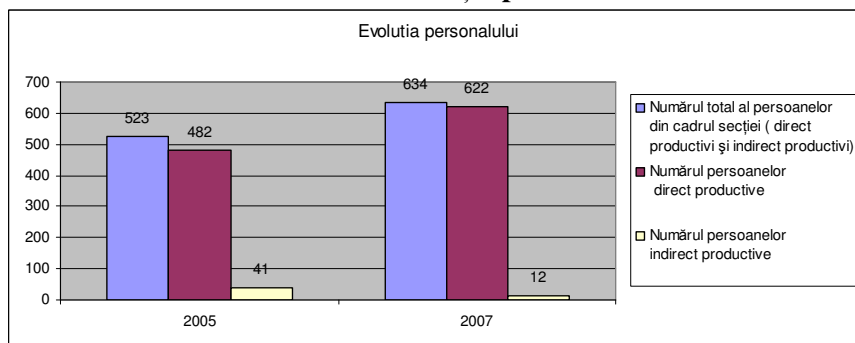
$$\% \text{ nr. total persoane} = \frac{634}{523} \times 100 = 121,2237 \%$$

Tabelul 2.1. Evoluția personalului secției Debitare cablu în anii analizați

An	Numărul total al persoanelor din cadrul secției (direct productivi și indirect productivi)	Numărul persoanelor direct productive	Numărul persoanelor indirect productive
2005	523	482	41
2007	634	622	12

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.1. Evoluția personalului



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.1.

Suplimentare numerică a personalului are la bază evitarea costurilor suplimentare aferente minuterilor suplimentare. Deci, prin mărirea numărului de personal firma urmărește ca în cazul unor comenzi mai mari sau a unor evenimente neprevăzute, să facă față variabilelor necunoscute fără a avea costuri suplimentare mari sau cu costuri suplimentare minime.

Analizând datele mai constatăm că:

- numărul minuterilor lucrate (debitate) în anul 2007 au scăzut față de anul 2005 cu 358.878 minute.

$$2.960.224 \text{ minute} - 2.601.346 \text{ minute} = 358.878 \text{ minute.}$$

Procentual numărul de minute a scăzut cu circa 12,1233 %.

$$\frac{358.878}{2.960.224} \times 100 = 12,1233 \%$$

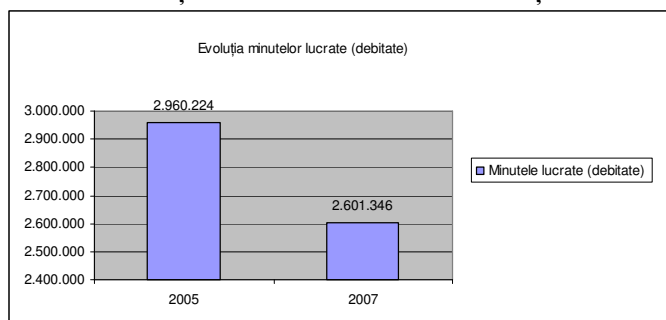
Această scădere de minute nu reflectă neapărat o scădere a productivității.

Tabelul 2.2. Evoluția minutelor debitate în secția Debitare cablu

An	Minutele lucrate (debitate)
2005	2.960.224
2007	2.601.346

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.2. Evoluția minutelor debitate în secția Debitare cablu



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.2.

Factorul cel mai semnificativ care influențează această scădere este reprezentat, în cazul de față, de scăderea minutelor planificate (de debitat).

O altă constatare, în urma analizei datelor este aceea că: minutele planificate (de debitat) au scăzut în luna noiembrie 2007 față de luna noiembrie 2005 cu 454.375 minute.

$3.020.000 \text{ minute} - 2.562.625 \text{ minute} = 454.375 \text{ minute.}$

Procentual acestea au scăzut cu 15,0455 %.

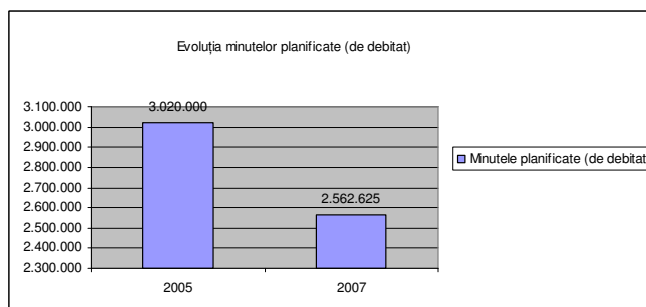
$$\frac{454.375}{3.020.000} \times 100 = 15,0455 \text{ \%}.$$

Tabelul 2.3. Evoluția minutelor planificate (de debitat) în secția Debitare cablu

An	Minutele planificate (de debitat)
2005	3.020.000
2007	2.562.625

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.3. Evoluția minutelor planificate (de debitat) în secția Debitare cablu



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.3.

O astfel de scădere are la bază, în cazul nostru, mai mulți factori:

- centrala din Germania a lansat mai puține minute de debitat deoarece exista un stoc (cablaje de bază lucrate în avans); stoc realizat pentru a evita probleme precum: nelivrarea la timp către client din motive diverse sau probleme de transport.
- preluarea unor anumite tipuri de cablaje, realizate până în 2005 în punctul de lucru din Pitești către alte puncte de lucru ale grupului DRX (ex.: transportul este mai ieftin din noul punct de lucru ales, mâna de lucru este mai ieftină, deschiderea unui nou punct de lucru, etc).

O creștere a minutilor planificate de debitat ar fi însemnat ca:

- un punct de lucru să nu facă față comenzilor foarte mari de cablaje, într-un termen limită de timp;
- atragerea unor noi contracte, a unor noi clienți;
- reducerea stocului existent în centrală, care trebuie completat, în cazul în care s-a apelat la el, până la nivelul stabilit.

Minutele de restanță se calculează ca diferență dintre minutele planificate (de debitat) și minutele lucrate. Astfel, pentru:

- luna noiembrie a anului 2005 constatăm ca avem o restanță de 59.776 minute.

$3.020.000 \text{ minute} - 2.960.224 \text{ minute} = 59.776 \text{ minute.}$

- luna noiembrie a anului 2007 constatăm ca avem un avans de 38.721 minute.

$2.564.625 \text{ minute} - 2.601.346 \text{ minute} = -38.721 \text{ minute.}$

La momentul noiembrie 2005 secția avea o restanță de 59.776 minute, care trebuiau recuperate, acest lucru făcându-se probabil prin minute suplimentare.

La momentul noiembrie 2007 secția avea un avans de 38.721 minute, ceea ce a permis probabil, intrarea mai devreme în grupă, și anume lucrul în avans. Acest avans urmează să se reducă, de regulă, în momentul în care din motive întemeiate productivitatea este mai redusă.

Diferența din studiul de față nu poate fi analizată ca o fluctuație deosebit de riscantă deoarece nu reflectă diferența de la o lună la alta sau de la o săptămână la alta, ci de la un an la altul, iar factorii care influențează această diferență sunt diverși.

Numărul de bucăți realizate este și el urmărit de către firmă, astfel că și în acest studiul de caz va fi analizat.

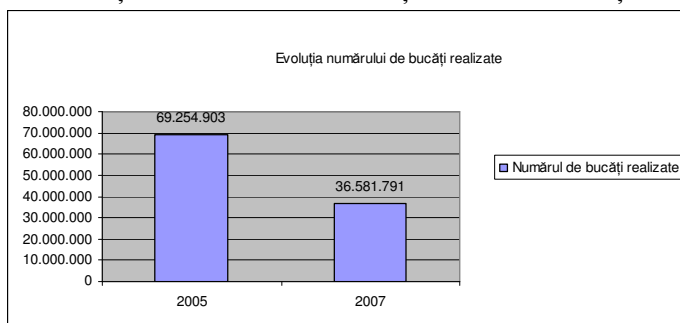
Numărul de bucăți realizate în 2005 este mai mare cu 32.673.112 bucăți față de numărul de bucăți realizate în 2007.

$69.254.903 \text{ bucăți} - 36.581.791 \text{ bucăți} = 32.673.112 \text{ bucăți.}$

Tabelul 2.4. Evoluția numărului de bucăți realizate în secția Debitare cablu

An	Numărul de bucăți realizate
2005	69.254.903
2007	36.581.791

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.4. Evoluția numărului de bucăți realizate în secția Debitare cablu

Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.5.

Această diferență de 32.673.112 bucăți nu indică neapărat o scădere a productivității. Un exemplu este faptul că un pachet de 100 de bucăți de cabluri cu lungime de 25 cm. este debitat într-un timp mai scurt decât un pachet de 100 de bucăți de cabluri cu lungime de 7 m. Astfel, numărul mare de cabluri debitat în 2005 ne subliniază faptul că în acea perioadă comenzile date erau comenzi ce prevedeau cabluri debitate cu o lungime mai mică.

În timp clienții au devenit mai pretențioși, dorind să aibă automobile cu cât mai multe opțiuni, fapt ce a dus la cablaje din ce în ce mai complexe și implicit la o creștere a lungimii sau numărului cablurilor din care este format cablajul.

Acest lucru este susținut și de creșterea numărului de kilometri de cablu consumat la debitare (de diferite diametre) în luna noiembrie a anului 2007 comparativ cu luna noiembrie a anului 2005.

$$111.002 \text{ Km} - 81.815 \text{ Km} = 29.187 \text{ Km}$$

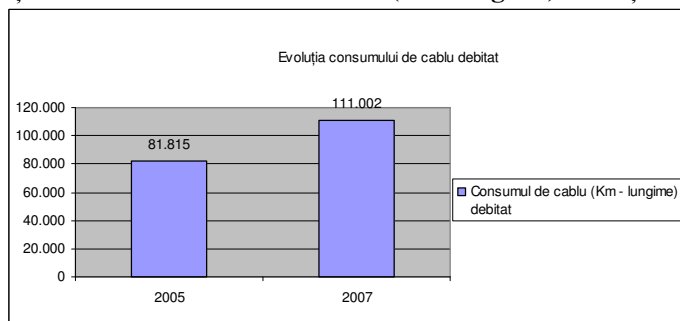
Această creștere de 29.187 Km reprezintă o creștere procentuală în luna noiembrie a anului 2007 cu 35,6743 față de luna noiembrie a anului 2005.

$$\frac{111.002}{81.815} \times 100 = 135,6743 \%$$

Tabelul 2.5. Evoluția consumului de cablu debitat (Km-lungime) în secția Debitare cablu

An	Consumul de cablu (Km - lungime) debitat
2005	81.815
2007	111.002

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.5. Evoluția consumului de cablu debitat (Km-lungime) în secția Debitare cablu

Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.6.

Productivitatea celor două momente comparate nu reflectă o creștere semnificativă, de la momentul T₀ (noiembrie 2005) la momentul T₁ (noiembrie 2007), ceea ce poate fi interpretat că și o organizare corespunzătoare cu privire la numărul salariaților, a mașinilor etc.

Productivitatea este:

- pentru noiembrie 2005 = 103,20 %

Această productivitate a fost realizată de către 485,6761 persoane.

5.128.740.minute prezență : 22 zile lucrătoare = 233.124,4555 minute prezență/zi

233.124,4555 minute prezență/zi : (8 ore x 60 minute/zi) = 485,6761 persoane

Diferența de 37,3239 persoane fiind la momentul noiembrie 2005 absență din diferite motive (concediu de boală, concediu de odihnă, obligații obștești sau învoiri fără/cu plată).

523 persoane – 485,6761 persoane = 37,3239 persoane

Procentual, din secție au lipsit în medie în luna noiembrie 2005:

$$\frac{37,3239 \text{ persoane}}{523 \text{ persoane}} \times 100 = 7,1365 \%$$

- pentru noiembrie 2007 = 103,73 %

Această productivitate a fost realizată de către 466,4205 persoane.

4.925.400.minute prezență : 22 zile lucrătoare = 223.881,8181 minute prezență/zi

223.881,8181 minute prezență/zi : (8 ore x 60 minute/zi) = 466,4205 persoane

Diferența de 167,5795 persoane fiind la momentul noiembrie 2007 absență din diferite motive (concediu de boală, concediu de odihnă, obligații obștești sau învoiri fără/cu plată).

634 persoane – 466,4205 persoane = 167,5795 persoane

Procentual, din secție au lipsit în medie în luna noiembrie 2007:

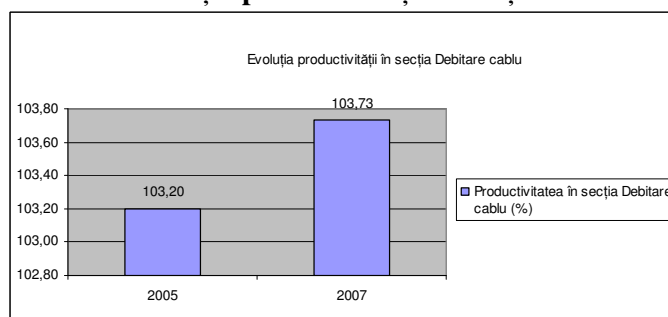
$$\frac{167,5795 \text{ persoane}}{634 \text{ persoane}} \times 100 = 26,4321 \%$$

Tabelul 2.6. Evoluția productivității în secția Debitare cablu

An	Productivitatea în secția Debitare cablu (%)
2005	103,20
2007	103,73

Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.6. Evoluția productivității în secția Debitare cablu



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.7.

Din rezultatele obținute constatăm că: productivitatea a fost realizată peste 100 % în ambele cazuri. În luna noiembrie - 2005 cele 100% au fost depășite cu 3,20 % iar în luna noiembrie – 2007 au fost depășite cu 3,73 %. Creșterea productivității este de doar 0,53 % în

T1 față de T0; dar poate fi interpretată ca o atitudine corectă a conducerii, și anume aceea de a lucra conform comenzilor primite.

Analizând costurile cu întreținerea mașinilor constatăm că acestea au scăzut în noiembrie 2007 față de noiembrie 2005. Această scădere este de 11.203 euro.

$$24.446 \text{ €} - 13.243 \text{ €} = 11.203 \text{ €}$$

Ceea ce procentual reprezintă o scădere de 45,8275 %.

$$\frac{11.203}{24.446} \times 100 = 45,8275 \%$$

În luna noiembrie 2005 cei 24.446 euro au fost folosiți pentru întreținerea unui număr de 99 mașini, ceea ce rezultă că media costului pentru întreținerea unei mașini în secția

Debitare cablu este de: $\frac{24.446 \text{ euro}}{99 \text{ mașini}} = 246,9293 \text{ euro/mașină}$

În luna noiembrie 2007 cei 13.243 euro au fost folosiți pentru întreținerea unui număr de 112 mașini, ceea ce rezultă că media costului pentru întreținerea unei mașini în secția

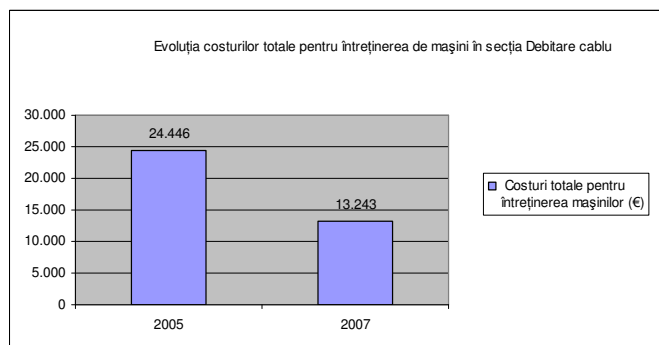
Debitare cablu a fost de: $\frac{13.243 \text{ euro}}{112 \text{ mașini}} = 118,2411 \text{ euro/mașină}$

Tabelul 2.7. Evoluția costurilor totale și medii pentru întreținerea de mașini în secția Debitare cablu

An	Costuri totale pentru întreținerea mașinilor (€)	Costuri medii pentru întreținerea unei mașini (€)
2005	24.446	246,9293
2007	13.243	118,2411

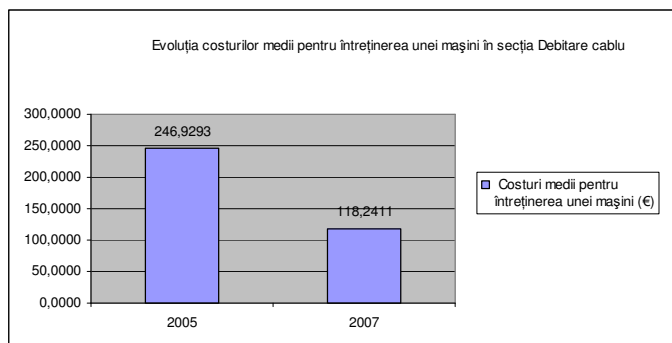
Sursă: realizat pe baza datelor puse la dispoziție de firmă.

Graficul 2.7.a.



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.8.

Graficul 2.7.b.



Sursă: realizat pe baza datelor din Tabelul 2.8.

Diferența, în sens de scădere, dintre media costului întreținerii pentru o mașină dintre cele două momente alese este de:

$$246,9293 \text{ euro/mașină} - 118,2411 \text{ euro/mașină} = 128,6881 \text{ euro/mașină}.$$

Din cele prezentate mai sus constatăm că: cu toate că numărul mașinilor a crescut, valoarea medie cu întreținerea acestora a scăzut. Cumpărarea de utilaje moderne, noi, a făcut posibilă scăderea valorii cu întreținerea unei mașini pe total; mașinile noi nefiind uzate moral, nu necesită o valoare mare pentru întreținerea lor.

Costurile totale privind personalul au avut valoarea de 123.441 euro pentru luna noiembrie a anului 2005, ceea ce arată că o persoană a fost plătită în medie cu:

$$\frac{123.441 \text{ euro}}{523 \text{ persoane}} = 236,0248 \text{ euro/persoană}.$$

Costurile totale privind personalul au avut valoarea de 194.531 euro pentru luna noiembrie a anului 2007, ceea ce arată că o persoană a fost plătită în medie cu:

$$\frac{194.531 \text{ euro}}{634 \text{ persoane}} = 306,8312 \text{ euro/persoană}.$$

Cele demonstrate mai sus arată că: costurile medii de personal au crescut în noiembrie 2007 față de noiembrie 2005 cu 70,8064 euro/ persoană.

$$306,8312 \text{ euro/persoană} - 236,0248 \text{ euro/persoană} = 70,8064 \text{ euro/ persoană}$$

Ceea ce reprezintă procentual o creștere de 30% în luna noiembrie a anului 2007 față de luna noiembrie a anului 2005.

$$\frac{70,8064}{236,0248} \times 100 = 30 \%$$

Costurile cu materii prime și materiale în noiembrie 2005 au fost în valoare de 122.722.500 euro și în noiembrie 2007 au fost în valoare de 188.703.400 euro. Se constată o creștere de:

$$188.703.400 \text{ euro} - 122.722.500 \text{ euro} = 65.980.900 \text{ euro}.$$

Procentual această creștere este de 53,7643 %.

$$\frac{65.980.900}{122.722.500} \times 100 = 53,7643 \%$$

Costul de secție aferent lunii noiembrie 2005 a fost:

$$\begin{aligned} \text{CS} &= \text{Cheltuieli directe} + \text{Cheltuieli indirecte} \\ &= 122.722.500 \text{ €} + 4.211 \text{ €} + 123.441 \text{ €} + 24.446 \text{ €} + 5.529 \text{ €} \\ &= 122.880.127 \text{ €} \end{aligned}$$

Această sumă a fost cheltuită pentru a produce în noiembrie 2005 un număr de 69.254.905 bucăți cabluri, ceea ce rezultă că debitarea unui cablu a costat firma 1,7743 euro.

$$\frac{122.880.127 \text{ euro}}{69.254.905 \text{ buc.}} = 1,7743 \text{ euro/bucată.}$$

Costul de secție aferent lunii noiembrie 2007 a fost:

$$\begin{aligned} \text{CS} &= \text{Cheltuieli directe} + \text{Cheltuieli indirecte} \\ &= 188.703.400 \text{ €} + 5.986 \text{ €} + 194.531 \text{ €} + 13.243 \text{ €} + 7.223 \text{ €} \\ &= 188.924.383 \text{ €} \end{aligned}$$

Această sumă a fost cheltuită pentru a produce în noiembrie 2007 un număr de 36.581.791 bucăți cabluri, ceea ce rezultă că debitarea unui cablu a costat firma 5,1644 euro.

$$\frac{188.924.383 \text{ euro}}{36.581.791 \text{ buc.}} = 5,1644 \text{ euro/bucată.}$$

Se constată o creștere de aproximativ 300 % a costului producției unui cablu în anul 2007 față de anul 2005.

Dintre principalii factori care determină modificări ale costului, îi amintim pe cei mai importanți și anume: prețurile materiilor prime, ale combustibililor și ale energiei; modificarea consumurilor de materiale și de energie; salarii și alte drepturi de personal.

Tot din datele prezentate constatăm că: cantitatea de deșeuri a scăzut în noiembrie 2007 comparativ cu noiembrie 2005 cu:

$$42.846 \text{ kg} - 20.361 \text{ kg} = 22.485 \text{ kg}$$

Echivalentul în procente a celor 22.485 kg este de:

$$\frac{22.485}{42.846} \times 100 = 52,4786 \%$$

Această scădere a deșeurilor este un lucru pozitiv ce se reflectă prin costuri suplimentare scăzute. Deșeurile sunt urmărite cu seriozitate în cadrul secției iar reducerea acestora reprezintă unul dintre indicatorii de îndeplinit, fiind și unul dintre țelurile companiei.

Bibliografie

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Grădinaru, D.; | Economia și gestiune întreprinderii , Editura Universității din |
| Grădinaru, P. | <i>Pitești</i> , 2001 |
| 2. Pașa Fl., Pașa L. | Revista - Tribuna Economică , nr. 8/ 2003 |
| 3. Ungureanu, E.; | Prețul în economia contemporană , Editura Universității din Pitești, |
| Bâldan F. C. | 2006 |
| 4. Ungureanu, E. și | Economie politică , Editura Didactică și Pedagogică, R.A. București, |
| colectivul | 2004 |
| 5. *** | Revista D-Report , Tipar Artpress, Timișoara, 2005-2007 |

MĂSURAREA ȘI FORMELE INFLAȚIEI ÎN ROMÂNIA

Student NIȚĂ Alina

Îndrumător: Lect. univ. dr. BÂLDAN Cristina

Abstract

Inflation was and remained a prevalent negative process, a macroeconomical unbalance all the same of the intensity and the sense of its evolution, a monetary unbalance with effects of entrainment in the real economy.

The measurement of the inflation starts, certainly, from the theoretical agreement considering the forms of manifestation of the phenomenon, but the realization in this fact intentions remains a complex problem. The instrument which is appealed most dense with this end in view is the general index of his prices of the aggregative index of the prices. This, although it has certain insufficiencies, expresses, in general lines, the increase of the prices as a general phenomena affecting the economy. Not every increase of the general index of the prices is the direct expression of the inflation. Therefore in order to figure a correct considering on the inflationary nature or the increase of general index of the prices, frequently, information and supplementary analyses are required.

The other major tendency that characterizes the situation of inflation, diminish of buy money, consist in the disclosure of the fact as the in the course of a relative long periods, the volume of jobs and services that are bought in a economy comes down in comparison with the monetary table and with the level of prices.

This is determined as a report between the monetary table and the level of prices, showing how many jobs can be bought with the amount of existing money in economy, to a given level of a prices. Inflation presents many forms depending on the generated causes and effects. Thus, we can distinguish the following forms: Stated inflation, creepy inflation, moderate inflation, quick inflation, hyperinflation, stagflation, slumflation, latent inflation, new his modern inflation, inflation through application, through cost, internal his inflation the endogen and imported inflation.

Tipuri de indici folosiți în măsurarea inflației

Inflația a fost și a rămas un proces preponderent negativ, un dezechilibru macroeconomic, indiferent de intensitatea și sensul evoluției ei, un dezechilibru monetar cu efecte de antrenare în economia reală.

Măsurarea inflației pornește, bineînțeles, de la consensul teoretic cu privire la formele de manifestare ale fenomenului, dar realizarea în fapt a acestei intenții rămâne o problemă complexă. Instrumentul la care se apelează cel mai des în acest scop este indicele general al prețurilor sau indicele sintetic al prețurilor. Acesta, cu toate că are anumite insuficiențe, exprimă, în linii generale, creșterea prețurilor ca fenomen de ansamblu care afectează economia. Nu orice creștere a indicelui general al prețurilor este expresia directă a inflației. Deci pentru a trage o concluzie corectă cu privire la natura inflaționistă sau a creșterii indicelui general al prețurilor, adesea, sunt necesare informații și analize suplimentare. Cealaltă tendință majoră ce caracterizează situația de inflație, scăderea puterii de cumpărare a banilor, constă în relevarea faptului ca în decursul unei perioade relativ lungi, volumul bunurilor și serviciilor ce se cumpără într-o economie scade în comparație cu masa monetară și nivelul prețurilor. Aceasta se determină ca un raport între masa monetară și nivelul prețurilor, arătând câte bunuri și servicii se pot cumpăra cu cantitatea de bani existentă în economie, la un nivel dat al prețurilor.

Inflația prezintă mai multe forme în funcție de cauzele și efectele pe care le generează. Astfel, putem distinge următoarele forme ale acesteia: inflație declarată, inflație târâtoare, inflație moderată, inflație rapidă, inflație galopantă, hiperinflație, stagflație, slumpflație, inflație latentă, inflație nouă sau modernă, inflație prin cerere, prin cost, inflație internă sau endogenă și inflație importată din exterior.

Mărimile relative pot fi exprimate în indici (cu bază fixă sau cu bază în lanț). Pe baza indicilor relativi se poate aprecia sensul evoluției procesului inflaționist: crescător, descrescător sau constant.

Sensul crescător, respectiv creșterea ratei inflației se concretizează în creșteri mai mari ale acesteia de la un an la altul (de la 8% la 10% și de la 10% la 14%, de exemplu).

Dimensiunea efectivă a ecartului rezultă din însumarea presiunilor inflaționiste. Una dintre presiuni este pozitivă, dinspre masa monetară în circulație, alta negativă, dinspre oferta de mărfuri și servicii necesare populației.¹³

Indicatorii de măsurare a inflației sunt:

- **indicele general al prețurilor** reflectă modificarea tuturor prețurilor din economie;

$$I_{GP} = P_1 / P_0 * 100$$

$$\text{Deflatorul} = PNB_{no\ min\ al} / PNB_{real} * 100$$

(PIB sau PNB)

- **indicele prețurilor și tarifelor de consum;**

$$I_{PC} = \left(\sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i1} / \sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i0} \right) * 100$$

Din punct de vedere statistic indicele prețurilor de consum exprimă modificarea medie ponderată a cheltuielilor pe care o familie de mărime mijlocie din mediul urban le face pentru asigurarea mijloacelor de subzistență în concordanță cu nivelul și structura nevoii sociale specifice unui anumit moment de dezvoltare.

- **modificarea puterii de cumpărare a banilor exprimată prin indicele puterii de cumpărare:**

$$I_{PCB} = I_M / I_{PC} * 100$$

I_M - indicele masei monetare.

- **devansarea creșterii indicatorilor macroeconomici de către masa monetară existentă în circulație la un moment dat și disponibilă spre a fi cheltuită.**

Intensitatea inflației este apreciată în literatura economică și prin corelarea ei cu dinamica macroeconomică, corelare concretizată teoretic în următoarele noțiuni și expresii:

- ❑ **creștere economică neinflaționistă** adică o stare a economiei naționale caracterizată printr-o rată a creșterii economice mai mare decât rata inflației
- ❑ **creștere economică inflaționistă** este o stare a economiei naționale în cursul căreia sporul principalilor indicatori macroeconomici este însoțit de o rată a inflației mai mare

¹³ Emilia Ungureanu - coordonator , *Economie politică* , Editura Didactică și Pedagogică , București , 2004, pag. 411 – 430.

- **stagflația** reprezintă o etapă în dezvoltarea unei economii în cursul căreia creșterea economică zero (stagnantă) se realizează pe fondul unei inflații rapide
- **slumpflația** este etapa în dezvoltarea economică în cursul căreia criza economică se împletește cu inflația rapidă sau galopantă.¹⁴

Analiza comparativă între indicele armonizat și cel național al prețurilor de consum în cazul României

Deși inflația este percepută de către toți participanții la viața economico-socială cu intensități și semnificații diferite, există modalități convenite instituțional pentru a-i calcula nivelul și evoluția, pe baza unui indice al prețurilor care reprezintă o medie ponderată a prețurilor unui anumit număr de bunuri, materiale și servicii. Pot fi alese: indicele prețurilor de consum (IPC), indicele general al prețurilor sau deflatorul PIB (PNB), indicele prețurilor bunurilor de capital, indicele costului vieții, scăderea puterii de cumpărare a banilor, coeficientul de devansare a creșterii indicatorilor macroeconomici rezultativi (PIB, PNB) de către masa monetară aflată în circulație și disponibilă pentru achiziționarea mărfurilor. Dintre acestea, cel mai utilizat pentru a măsura inflația este IPC. Aderarea României la Uniunea Europeană implică o creștere a importanței acordate indicelui armonizat al prețurilor de consum (IAPC), întrucât criteriul de convergență nominală privind inflația ce trebuie îndeplinit pentru intrarea în zona euro este exprimat în termeni de IAPC, iar Banca Centrală Europeană definește stabilitatea prețurilor ca fiind dată de o creștere anuală a IAPC sub 2%, dar apropiată de acest nivel. Astfel, este necesar să prezentăm o analiză succintă a acestui concept și a diferențelor față de definiția națională (IPC).

• Definiție

IAPC măsoară modificările survenite în nivelul prețurilor și tarifelor aferente bunurilor și serviciilor care fac obiectul comerțului cu amănuntul pe teritoriul României, coeficienții de ponderare fiind derivați din structura cheltuielilor realizate în acest scop de consumatorii români și străini. Prin urmare, indicele armonizat se bazează pe principiul „intern” al conceptului de consum, luând în calcul consumul tuturor gospodăriilor de pe teritoriul economic al țării, indiferent de venit, naționalitate, statut rezidențial sau social, cu excepția ambasadelor străine aflate în România. Concret, definiția acestui indice impune nu numai luarea în considerare a consumului rezidenților, ci și a cheltuielilor efectuate de vizitatorii străini în România.

Din punct de vedere conceptual, aceasta este o diferență majoră față de IPC, care utilizează principiul „național” al consumului, respectiv urmărește cheltuielile de consum ale rezidenților indiferent dacă sunt efectuate în interiorul sau în afara granițelor țării. Includerea acestora din urmă se bazează pe datele oferite de balanța de plăți și se referă, practic, la consumul de servicii turistice și de transport din străinătate (limitele sistemului informațional nu permit decelarea cheltuielilor externe de altă natură).¹⁵

• Sferă de cuprindere

Ca regulă generală, IAPC acoperă numai consumul monetar al populației, consecințele practice ale utilizării acestui concept fiind:

- excluderea taxelor către stat care nu reprezintă contravaloarea unor bunuri sau servicii;
- excluderea plăților de dobânzi și comisioane aferente creditelor (se consideră că acestea constituie mai curând costuri de finanțare, decât cheltuială de consum);

¹⁴ Idem.

¹⁵ www.bnro.ro, Buletin statistic de prețuri – Notă metodologică, 2006.

- înregistrarea acelui nivel al prețurilor plătite efectiv de consumator (de exemplu, se include taxa pe valoarea adăugată și se iau în considerare prețurile reduse din timpul sezonului de solduri).

În principiu, același concept guvernează și IPC național, în condițiile în care se exclud: consumul din resurse proprii, cheltuielile cu caracter de investiții și acumulare, dobânzile plătite la credite, ratele de asigurare, amenzile, impozitele etc., precum și cheltuielile aferente plății muncii pentru producția agricolă a gospodăriilor individuale.

O altă diferență între metodologia IAPC și definiția națională constă în utilizarea de către IAPC a conceptului de „cheltuieli nete de rambursări” în cazul medicamentelor (se deduc sumele compensate) și al primelor de asigurare (se deduc despăgubirile).

- **Mod de calcul**

În ceea ce privește modul de calcul, atât IAPC, cât și IPC sunt indici Laspeyres cu bază fixă, diferențe existând totuși la nivelul sistemelor de ponderare. Pe de o parte, acestea rezultă din disjuncția intern/național descrisă anterior, iar pe de altă parte din agregarea diferită la nivelul grupelor și subgrupelor.

Astfel, IAPC utilizează clasificarea COICOP (Clasificarea Consumului Individual pe Destinații)—convenită de CEE/Eurostat/OECD pentru a asigura comparabilitatea indicilor la nivel european—care cuprinde 12 diviziuni detaliate în 39 de grupe și 93 de clase de mărfuri și servicii.

De precizat faptul că ponderile folosite nu reprezintă media unui „coș european”, ci sunt specifice României, fiind astfel respectat principiul asigurării reprezentativității cheltuielilor pentru fiecare economie în parte.

În cazul IPC, nomenclatorul utilizat este structurat pe 3 nivele de agregare (grupe, posturi și sortimente) și anume:

- grupa mărfurilor alimentare, care cuprinde 54 de posturi și 360 de sortimente;
- grupa mărfurilor nealimentare (112 posturi și 947 de sortimente)
- grupa serviciilor (56 de posturi și 423 de sortimente).

În ambele cazuri, sistemele de ponderare utilizate în anul t se bazează în principal pe rezultatele *Anchetei bugetelor de familie* realizate în anul $t-2$ și se actualizează în fiecare an. Pentru calculul IAPC, acestea sunt completate cu informațiile referitoare la consumul turiștilor străini în România furnizate de Institutul Național de Cercetare și Dezvoltare în Turism. Așa cum s-a precizat anterior, datele suplimentare cu privire la cheltuielile cetățenilor români în exteriorul țării necesare la calculul IPC sunt obținute din balanța de plăți (balanța serviciilor).

Referitor la disponibilitatea datelor privind IAPC, acestea sunt calculate de către Institutul Național de Statistică și transmise Oficiului de Statistică al Comunităților Europene (Eurostat) conform metodologiei agreeate de acesta încă din 2001; datele pentru perioadele precedente sunt estimate pe baza IPC național.

Singura diferență este aceea că IAPC include cheltuielile de asigurare pentru mijloace de transport. Pentru celelalte categorii de asigurări (locuință, sănătate etc.) ponderile sunt încă nule.

- **Concluzii**

Între definiția națională a IPC și IAPC există o serie de diferențe la nivel conceptual, însă influența acestora asupra rezultatului final este marginală—sub 0,1 puncte procentuale la nivelul ratelor anuale în perioada 2002-2006 (Tabelul 1). Motivația acestui fapt constă în ponderea nesemnificativă deținută de cheltuielile turiștilor străini în România și respectiv ale

cetățenilor români în străinătate, un element explicativ fiind probabil insuficiența informațiilor statistice referitoare la cele două componente.¹⁶

Statutul celor doi indici nu se modifică esențial după aderarea la Uniunea Europeană decât, probabil, în sensul utilizării în mai mare măsură a IAPC în analizele economice, în special pentru compararea performanțelor privind inflația cu celelalte state membre. Scopul IAPC nu este acela de a se substitui definiției naționale, ci doar de a conferi comparabilitate la nivel european.

Tabelul 1. - Rata anuală a inflației calculată prin IAPC și IPC

	Rata anuală a inflației calculată prin: (în procente)	
	IAPC	IPC
Decembrie 2002	17,81	17,84
Decembrie 2003	14,15	14,14
Decembrie 2004	9,27	9,26
Decembrie 2005	8,73	8,64
Decembrie 2006	4,90	4,87

Sursa: Eurostat, Institutul Național de Statistică

Indicii prețurilor de consum (IPC) se numără printre indicatorii macroeconomici fundamentali.

Pe lângă rolul important pe care îl dețin în implementarea politicii monetare și în analiza economică în general, acești indici sunt utilizați și în alte scopuri, precum evaluarea variației puterii de cumpărare a veniturilor, negocierile salariale, indexarea prețurilor prevăzute în contracte. Totuși, în diverse țări există unele deosebiri în modul de definire și de calcul ale IPC, ceea ce influențează rezultatele comparațiilor la nivel internațional. Recomandări metodologice pentru calcularea IPC se regăsesc în „Manualul indicilor prețurilor de consum: teorie și practică” acceptat pe plan internațional și în rezoluțiile Organizației Internaționale a Muncii (OIM), însă numai statele membre UE au adoptat reglementări cu caracter obligatoriu referitoare la modul de calcul al indicelui armonizat al prețurilor de consum (IAPC).

Există două argumente pentru care măsuri relevante și comparabile ale inflației sunt necesare atât la nivelul întregii zone euro, cât și pentru fiecare stat membru UE în parte. În primul rând, Banca Centrală Europeană definește stabilitatea prețurilor în zona euro drept o creștere anuală a IAPC inferioară, dar în apropierea nivelului de 2%-3%. În al doilea rând, ritmul de creștere a prețurilor de consum reprezintă unul dintre criteriile de convergență pe baza cărora se evaluează măsura în care un stat membru UE este pregătit să adere la zona euro.

Prin urmare, este necesar un cadru conceptual armonizat pentru obținerea unor rezultate comparabile. Eurostat – Oficiul de Statistică al Comunităților Europene 4, dar și institutele naționale de statistică din țările UE calculează IAPC 5. Sunt disponibile serii de date pentru toate statele membre UE, pentru Islanda și Norvegia–țări din Zona Economică Europeană–dar și pentru Turcia. IAPC corespunzător zonei euro și cel corespunzător UE sunt calculați de Eurostat prin agregarea informațiilor furnizate de fiecare țară. Aproape toate țările menționate anterior publică atât un IPC calculat conform definiției naționale, cât și un IAPC.¹⁷

¹⁶ www.bnro.ro, Buletin statistic de prețuri – Notă metodologică, 2006.

¹⁷ www.bnro.ro, Buletin statistic de prețuri – Notă metodologică, 2006.

În general, diferențele între IPC calculați conform definiției naționale și cele între IPC și IAPC corespunzătoare unei anumite țări sunt generate de cel puțin unul dintre următorii factori:

➤ Cel mai important factor cu impact asupra comparabilității internaționale a IPC este modul de tratare a costurilor aferente locuințelor ocupate de proprietari. În 16 dintre cele 27 de state:

- OIM, FMI, „Manualul indicilor prețurilor de consum: teorie și practică”, Geneva, 2004, și „Rezoluție privind indicii prețurilor de consum” adoptată în cadrul celei de-a 17-a Conferințe Internaționale a Statisticienilor în domeniul Muncii, Geneva, 2003.
- Rolul IAPC în strategia de politică monetară a BCE este descris în articolul intitulat „Indicele armonizat al prețurilor de consum: concept, caracteristici și experiență până în prezent” din Buletinul lunar al BCE, iulie 2005.
- Eurostat furnizează date și informații suplimentare referitoare la IAPC pe website-ul său. Publicația Eurostat „Indicii armonizați ai prețurilor de consum (IAPC) – Scurt ghid pentru utilizatori” (Luxemburg, 2004) prezintă modul de definire și de calcul ale IAPC, precum și o bibliografie pentru obținerea de informații mai detaliate.
- Biroul de Statistică a Muncii din SUA calculează un IAPC pentru SUA cu titlu experimental. Deși acesta se dorește a fi o aproximare cât mai fidelă a conceptului IAPC, nu înseamnă neapărat că s-au respectat întocmai reglementările în domeniu, membre UE, aceste costuri se exclud din calculul IPC conform definiției naționale, în timp ce în alte state membre se aproximează fie prin chirii imputate proprietarilor, fie prin cheltuieli asociate creditelor ipotecare. În cel de al doilea caz, se includ, de regulă, și variațiile cheltuielilor cu reparațiile/amenajările importante sau, alternativ, variațiile amortizării estimate a locuinței. În prezent, IAPC nu include variațiile costurilor aferente locuințelor ocupate de proprietari, nefiind încă luată o decizie în această privință. Într-un studiu-pilot, Eurostat analizează metoda achiziției nete, respectiv includerea variațiilor prețului de cumpărare a locuințelor și ale cheltuielilor cu reparații/amenajări importante și întreținere.

➤ Cheltuielile de consum luate în calculul IPC conform definiției naționale pot varia de la o țară la alta. În cazul în care se utilizează principiul „național” al consumului, IPC reflectă variațiile prețurilor tuturor bunurilor și serviciilor achiziționate de consumatorii rezidenți în țara respectivă, inclusiv ale cheltuielilor efectuate de aceștia în străinătate. Alternativa constă în aplicarea principiului „intern”, care ia în considerare toate cheltuielile de consum realizate în țara respectivă, indiferent de statutul de rezident/nerezident al consumatorilor. IAPC se calculează pe baza principiului „intern” al consumului.¹⁸

➤ Actualizarea componenței și structurii coșului de consum utilizat în calculul IPC conform definiției naționale și respectiv al IAPC se poate face la intervale diferite. Un avantaj al actualizării periodice (de exemplu, în fiecare an) a coșului și a ponderilor IAPC îl reprezintă faptul că indicii reflectă astfel tendințele actuale ale consumului. IAPC este un indice Laspeyres cu bază fixă care permite, dar nu impune, o actualizare anuală a ponderilor bunurilor și serviciilor în coșul de consum. Anual, este necesară o verificare a reprezentativității ponderilor IAPC, pentru a se putea opera modificări în cazul în care acestea influențează negativ relevanța sau comparabilitatea indicilor de prețuri.

➤ Unele institute naționale de statistică utilizează, pentru nivelul cel mai detaliat de agregare, formule diferite pentru calculul IPC conform definiției naționale și, respectiv, al IAPC.

➤ În cazul IPC conform definiției naționale, sfera de cuprindere a serviciilor de sănătate, protecție socială și educație diferă semnificativ de la o țară la alta. De exemplu, cheltuielile

¹⁸ www.bnro.ro, Buletin statistic de prețuri – Notă metodologică, 2006.

efective ale consumatorilor pentru servicii medicale și de educație nu sunt întotdeauna luate în considerare în măsurarea inflației prin IPC. Armonizarea modurilor de abordare a acestor cheltuieli în cadrul IAPC a reprezentat o realizare majoră.

➤ Există diferențe semnificative în abordarea statistică a modificării calității produselor, a introducerii noilor produse în coșul de consum, a soldărilor, a produselor sezoniere etc.

Deși șocurile de natura ofertei (receptate de prețurile combustibililor și ale mărfurilor agroalimentare) și turbulențele pe piețele financiare au avut repercusiuni asupra stabilității prețurilor pe plan internațional, România a fost mai afectată decât alte țări din Europa. Astfel, din perspectiva criteriului de convergență nominală referitor la inflație, decalajul dintre variația IAPC din România și media ratei inflației din cele mai performante trei state membre ale Uniunii Europene (calculat ca medie anuală pentru ultimele 12 luni) s-a lărgit cu 0,3 puncte procentuale în cursul trimestrului IV 2007 (până la 3,6 puncte procentuale în decembrie).¹⁹

O evoluție similară se remarcă și în cazul comparației cu media UE-27, diferența dintre cei doi indici armonizați crescând cu 0,2 puncte procentuale (până la 2,5 puncte procentuale). Trebuie însă menționat faptul că unele dintre noile state membre UE (Bulgaria, Letonia, Lituania, Polonia, Slovenia) au consemnat accelerări de ritm anual al IAPC superioare cu până la 1,4 puncte procentuale celei observate în țara noastră.

La finele anului 2007, rata anuală efectivă a inflației a depășit cu 0,9 puncte procentuale proiecția prezentată în *Raportul asupra inflației din luna noiembrie*.

Prin activitatea Eurostat și a institutelor naționale de statistică a crescut comparabilitatea indicilor armonizați ai prețurilor de consum, însă sunt necesare în continuare eforturi în acest sens. Trebuie menționat și faptul că, întrucât institutele naționale de statistică au adoptat frecvent practici armonizate atât pentru calculul IAPC, cât și pentru calculul IPC conform definiției naționale, într-o anumită măsură chiar și comparabilitatea acestora din urmă s-a îmbunătățit ca urmare a preocupării pentru armonizarea indicilor prețurilor de consum.²⁰

Formele inflației contemporane

Formele inflației contemporane pot fi clasificate după mai multe criterii :

- *După ritmul anual de creștere al prețurilor avem:*

- **inflație târâtoare** când creșterea anuală a prețurilor este mai mică sau egală cu 5%.
- **inflație declarată** sau deschisă când creșterea anuală a prețurilor este de 5-6 %.
- **inflație moderată** când creșterea anuală a prețurilor este de 5-10%
- **inflație rapidă** când creșterea anuală a prețurilor este de 10-15%.
- **inflație galopantă** când creșterea anuală a prețurilor depășește 15%, dar este mai mică de 50%.

- **hiperinflație** când creșterea anuală a prețurilor depășește 50 %.

- *După efectul inflației asupra creșterii economice avem:*

- **stagflație** când inflația determină stagnarea economică.
- **slumpflație** când inflația determină recesiune economică.

- *După corelația dintre ritmul deprecierei puterii de cumpărare a monedei, și cel al creșterii masei monetare, avem:*

- **inflație latentă** când deprecierea este inferioară creșterii masei monetare.
- **inflație nouă (modernă)** când deprecierea este cronică nemaexistând perioade de resorbție a fenomenului inflationist.

- *După cauza generală pe care o generează distingem:*

¹⁹ www.bnr.ro, *Raportul asupra inflației din luna mai, 2007*.

²⁰ www.bnro.ro, *Buletin statistic de prețuri – Notă metodologică, 2006*.

- **inflație prin cerere** datorată unor fluxuri suplimentare de cerere în condițiile în care oferta de bunuri e rigidă și necesită astfel, timp de răspuns din partea economiei. Astfel, cererea crescută determină majorarea prețurilor, majorare care se autoîntreține datorită faptului că consumatorii anticipează noi creșteri de prețuri.

- **inflație prin cost**, când prețurile bunurilor cresc datorită majorării prețurilor materiilor prime, energiei sau forței de muncă care se traduc într-o creștere generalizată de prețuri.

- **inflație internă (endogenă)** este proprie economiei în cauză și se datorează dezechilibrelor de pe piața internă.

- **inflație importată din exterior** ce se repercutează asupra prețurilor interne prin intermediul prețurilor din import, cursului valutar, situației balanței de plăți sau importului de capital. Astfel, dacă prețurile la exterior s-au majorat se vor repercuta asupra prețurilor interne în condițiile în care cursul valutar este păstrat neschimbat pe cale administrativă, dacă însă, cursul de schimb se modifică, deprecierea va anihila o parte din efectele creșterii prețurilor externe .

Și situația balanței de plăți influențează prețurile interne, astfel:

- dacă balanța este excedentară, iar exportul este majorat artificial prin reducerea de bunuri la intern, în condițiile în care veniturile nominale ale populației sunt neschimbate determină exces de cerere și creșterea prețurilor interne.
- dacă prețurile sunt fixate administrativ, de stat, în condițiile lipsei de bunuri de pe piață, determină dezvoltarea pieței negre paralele în care bunurile sunt vândute la prețuri speculative.
- dacă balanța este deficitară, determină deprecierea monedei naționale și astfel se scumpește importul, acesta regăsindu-se în prețuri mai mari ale bunurilor interne prin prețul majorat al materiilor prime, energiei și combustibilului din import.

Aceleași efecte le întâlnim și în cazul importului de capital care determină majorarea capacității băncii de a acorda credite și astfel crește masa monetară generând inflație.²¹

Bibliografie

1. Constantin Anghelache - *România 2007-zestrea social- economică la aderare*, Editura Economică, București, 2007.
2. Ioana Pop Cohuț - *Inflația*, Editura Economică, București, 2000.
3. Ilie Gavrilă, Constantin Popescu, Dumitru Ciucur - *Economie politică*, Editura Economică, București, 2003.
4. Nicolae Moroianu - *Inflația contemporană*, Editura Economică, București, 2002.
5. Eugen Rădulescu - *Inflația-marea provocare*, Editura Enciclopedică, București, 1999.
6. Alexandru Țugui - *Inflația. Concepte, teorii și politici economice*, Editura Economică, București, 2000.
7. Emilia Ungureanu (coordonator) - *Economie politică*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004.
8. *** - www.bnro.ro, *Rapoarte și studii, 2006-2008*.

²¹ Nicolae Moroianu , *Inflație contemporană* , Editura Economică , București , 2002 , pag. 20-40.

ANALIZA SALARIZĂRII LA SC MARIOVAL TOP SRL

Student : Elena Andreea NEAGU

Coordonator: Prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Abstract

*A salary is a form of periodic payment from an employer to an employee, which is specified in an employment contract. **Salary** is the amount of money payable to a member and computed by reference to the hours, days, weeks or other specific periods of time for which the member is employed, but does not include overtime pay or any payment to the member in lieu of a benefit provided by the employer or any payment determined by OPB not to be part of a member's salary.*

*A **salary** is a form of periodic payment from an employer to an employee, which may be specified in an employment contract. It is contrasted with piece wages, where each job, hour or other unit is paid separately, rather than on a periodic basis.*

From the point of a view of running a business, salary can also be viewed as the cost of acquiring human resources for running operations, and is then termed personnel expense or salary expense. In accounting, salaries are recorded in payroll accounts. Today, the idea of a salary continues to evolve as part of a system of all the combined rewards that employers offer to employees. Salary (also now known as fixed pay) is coming to be seen as part of a "total rewards" system which includes variable pay (such as bonuses, incentive pay, and commissions), benefits and perquisites (or perks), and various other tools which help employers link rewards to an employee's measured performance.

PREZENTAREA GENERALĂ A S.C. MARIOVAL TOP SRL

Denumire: S.C. MARIOVAL TOP SRL

Forma juridică: SOCIETATE CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ

Număr de înmatriculare la Oficiul Registrului Comerțului: J03/1102/19.12.1996

Cod Unic de Înregistrare: RO9054730

Sediul societății: Localitatea Pitești, județul Argeș

Str. Trivale , Bl.65P , Sc. A , Ap.20

Capital social : 87.500

Puncte de lucru: - B-dul Camil Resu – Bucuresti

- Sura mare – Bucuresti

- Uverturii – Bucuresti

- Ghica Tei – Bucuresti

- Berceni - Bucuresti

- Rahova – Bucuresti

- Exercițiu nr.75 – Pitesti

- Kogalniceanu nr.14 – Pitesti

- Craiova

Sectorul de activitate:

Cod CAEN: 4533 – Lucrări de instalații sanitare și de încălzire centrală și montaj de echipamente și utilaje tehnologice la clădiri și construcții ingineresti

Scurt istoric

S.C. MARIOVAL TOP SRL s-a înființat în anul 1996 , este o persoana juridica de drept privat , de nationalitate romana fiind organizata si indeplinindu-si activitatea in conformitate cu legile romane in vigoare , precum si cu prevederile Actului Constitutiv .

Seriozitatea în relațiile cu partenerii de afaceri consolidează imaginea favorabilă a firmei pe piața de prestări de servicii .Printre activitățile de bază desfășurate se numără montarea de centrale termice și repartitoare și verificarea metrologică .

Deviza firmei: **CALITATE+PREȚ= COMPETITIVITATE**

Condiții de vânzare a produselor : .

- Incasare pe chitanțe în rate ;
- încasare la 30 de zile cu O.P., C.E.C. sau B.O.;
- compensare.
-

STRUCTURA ORGANIZATORICĂ ȘI FUNCȚIONALĂ A S.C. MARIOVAL TOP S.R.L.

S.C. MARIOVAL TOP S.R.L. este organizată pe mai multe compartimente condus de un director (administrator) și un contabil șef. Compartimentele din cadrul S.C. MARIOVAL TOP S.R.L. sunt următoarele:

- compartimentul financiar-contabil ;
- compartimentul comercial ;
- serviciul de montaj ;
- compartimentul administrativ .

Compartimentul financiar-contabil are rolul de a înregistra cronologic, sistematic operațiile economice, de a prelua și păstra informațiile economice cu privire la situația economică a societății. Asigură reflectarea în contabilitate a întregii activități desfășurate de celelalte compartimente.

Compartimentul comercial are în vedere activitatea de aprovizionare și desfacere a produselor (mărfurilor) în cadrul societății; caută pe de o parte furnizori de mărfuri pentru achiziționarea acestora, iar pe de altă parte clienți pentru desfacerea (vânzarea) acestora.

Serviciul de montaj se ocupă cu întreținerea produselor vandute clientilor și cu montarea efectivă de instalații tehnico-sanitare care fac obiectul activității societății.

Compartimentul administrativ se ocupă de aprovizionarea societății cu materialele necesare și urmărește desfășurarea activității în bune condiții în cadrul societății.

Personal

Personalul constituie o resursă importantă a societății în realizarea lucrărilor și serviciilor în parametrii de calitate mențiți să sporească competitivitatea produselor pe plan intern .

Din punct de vedere numeric, în perioada 1996-1997 figurau 10 angajați iar la sfârșitul anului 1997 erau 12 persoane angajate. În aprilie 2000 firma a deținut un personal în număr de 20 în timp ce numărul mediu de angajați la sfârșitul anului 2000 este de 22 angajați . În prezent societatea deține un nr de 83 de salariați .

În continuare voi prezenta câteva exemple, pentru a evidenția modul de calcul al salariului pe luna aprilie a anului 2008 :

Exemplu 1: Ionescu Aretia-contabil în Serviciul Financiar-Contabil

1. salariu de bază: 1.200 ron
2. rețineri: - 0.5 % : șomaj $1.200 * 0.5\% = 6$ lei
 - 6.5 % : CASS $1.200 * 6.5\% = 78$ lei
 - 9,5% CAS $1.200 * 9,5\% = 114$ lei
3. venit net: $1.200 - 12 - 78 - 114 = 1002$ lei
4. deducerea de bază: 230 (nu are în întreținere nici un copil)
5. venit impozabil: $1002 - 230 = 772$ lei
6. impozit: $772 * 16\% = 124$ lei
7. rest de plată: $1002 - 124 = 878$ lei

Exemplu 4: Stancu Gheorghe Catalin- director tehnic

1. salariul de bază: 1.500 lei
2. rețineri: - 0.5% șomaj $1.500 * 0.5\% = 8$ lei
 - 6.5% CASS $1.500 * 6.5\% = 98$ lei
 - 9,5% CAS $1.500 * 9,5\% = 143$ lei
3. venit net: $1.500 - 8 - 98 - 143 = 1.251$ lei
4. deducerea de bază: 250 lei (nu are în întreținere nici un copil)
5. venit impozabil: $1251 - 190 = 1.061$ lei
6. impozit: $1.061 * 16\% = 170$ lei
7. rest de plată: $1.251 - 170 = 1.081$ lei

CONTABILITATEA ALTOR DREPTURI DE PERSONAL

Pentru organizarea contabilității operațiilor de decontare cu personalul, asigurările și protecția socială se folosesc conturile sintetice de gradul I și II din grupa 42 „Personal și conturi asimilate” din cadrul Planului General de Conturi care cuprinde următoarele conturi:

- 421 „Personal - salarii datorate”
- 423 „Personal - ajutoare materiale datorate”
- 424 „Participarea personalului la profit”
- 427 „Rețineri din salarii datorate terților”
- 428 „Alte datorii și creanțe în legătură cu personalul”.
 - 4281 „Alte datorii în legătură cu personalul”
 - 4282 „Alte creanțe în legătură cu personalul”.

O altă grupă utilizată pentru conducerea contabilității decontărilor cu personalul, asigurările și protecția socială este grupa 43 „Asigurări sociale, protecție socială și conturi asimilate” care cuprinde următoarele conturi:

- 431 „Asigurări sociale”
 - 4311 „Contribuția unității la asigurările sociale”
 - 4312 „Contribuția personalului pentru pensia suplimentară”
 - 4313 „Contribuția angajatorului pentru asigurările sociale de sănătate”
 - 4314 „Contribuția angajaților pentru asigurările sociale de sănătate”,
- 437 „Ajutor de șomaj”
 - 4371 „Contribuția unității la fondul de șomaj”
 - 4372 „Contribuția personalului la fondul de șomaj”

438 „Alte datorii și creanțe sociale”

4381 „Alte datorii sociale”

4382 „Alte creanțe sociale”

444 „Impozitul pe salarii”

447 „Fonduri speciale – taxe și vărsăminte asimilate”

Contul 421 „Personal - salarii datorate” asigură înregistrarea în credit a sumelor cuvenite personalului atât pentru salariile în bani sau în natură, cât și pentru adaosurile și premiile incluse în fondul de „salarii, în corespondență cu debitul contului 641 „Cheltuieli cu salariile personalului”, în debitul contului analizat se reflectă, într-o primă etapă, reținerile din salarii privind impozitul datorat bugetului, contribuția de 9,5% pentru asigurările sociale, contribuția de 0.5% pentru fondul de șomaj, contribuția pentru asigurările sociale de sănătate de 6,5% , datoriile față de unitate, datoriile față de terți și avansul chenzinal, prin creditul conturilor corespunzătoare naturii reținerilor în cauză. În cea de a doua etapă, în debitul contului la care ne referim se înregistrează salariile nete ce se achită personalului și cele neridicate de acesta în termenul legal, în corespondență cu creditul conturilor 5311 „Casa în lei” și respectiv 426. Soldul contului prezentat este creditor și reprezintă sumele cuvenite personalului și nedecontate.

Contul 423 „Personal - ajutoare materiale datorate” reflectă în credit ajutoarele de boală pentru incapacitatea temporară de muncă și pentru îngrijirea copilului, ajutoarele de deces și alte ajutoare ce se cuvin personalului, prin debitul conturilor 4311 și 6458 „Alte cheltuieli privind asigurările și protecția socială”, după cum sunt suportate din contribuția pentru asigurările sociale și respectiv prin includerea în cheltuielile privind protecția socială. În debitul contului prezentat se oglindesc, într-o primă etapă, reținerile ce se efectuează din ajutoarele materiale datorate și care privesc impozitul cuvenit bugetului, contribuția pentru asigurările sociale, pentru ajutorul de șomaj, pentru asigurările sociale de sănătate, sumele datorate unității sau terților și avansurile acordate anterior, prin creditul conturilor corespunzătoare naturii reținerilor în cauză. În etapa a doua, în debitul contului analizat se reflectă sumele efectiv plătite, precum și cele neridicate în termenul legal, prin creditul conturilor 5311 „Casa în lei” și respectiv 426. Soldul contului este creditor și reprezintă ajutoarele materiale datorate și nedecontate.

Contul 431 „Asigurări sociale” înregistrează contribuția atât a angajatului cât și a angajatorului privind elementele mai sus menționate, pentru aceasta utilizându-se mai multe conturi sintetice. Conturile 4311 „Contribuția unității la asigurările sociale” și 4312 „Contribuția personalului pentru pensia suplimentară”, în creditul celor două conturi se înregistrează contribuția unității la asigurările sociale de stat în corespondență cu debitul contului 6451 „Contribuția unității la asigurările sociale”, respectiv contribuția personalului privind asigurările sociale în corespondență cu debitul contului 421, 423 sau cu debitul contului 401 „Furnizori”, analitic „Colaboratori”, pentru angajații cu contract individual de muncă, în debitul conturilor analizate se oglindesc, pe de o parte, diminuările ce se efectuează din contribuția la asigurările sociale în vederea acordării ajutoarelor materiale de natură socială cuvenite salariaților, prin creditul contului 423, iar pe de altă parte plățile efectuate către bugetul asigurărilor sociale de stat, prin creditul conturilor 5121 „Conturi la bănci în lei” sau 5311 „Casa în lei”, sume care reprezintă diferența între obligația totală privind contribuțiile la asigurări ale angajatorului și asiguraților săi și ajutoarele materiale acordate.

Soldul conturilor este creditor și reprezintă sumele datorate și nevirate bugetului asigurărilor sociale.

Conturile 4313 „Contribuția angajatorului la asigurările sociale de sănătate” și 4314 „Contribuția angajaților pentru asigurările sociale de sănătate” înregistrează contribuția unității și angajaților sociale de sănătate, în creditul acestor conturi se înregistrează contribuțiile aferente în corespondență cu debitul conturilor 6453 „Contribuția angajatorului pentru asigurările sociale de sănătate”, respectiv 421 sau 401 „Furnizori”, analitic „Colaboratori”, pentru angajații cu contract individual de muncă. Decontarea celor două categorii de contribuții analizate se efectuează în mod obișnuit, la termenul stabilit pentru virarea impozitului pe salarii sau pe venituri din prestări servicii, prin creditul contului 5311 „Casa în lei” sau 5121 „Conturi la bănci în lei”. Cele două conturi prezentate pot avea sold creditor în momentul în care agentul economic are datorii nedecontate la „Fondul de asigurări sociale de sănătate”.

Contul 437 „Ajutor de șomaj” are în structura sa două conturi sintetice de gradul doi și asigură evidența sumelor datorate pentru constituirea fondului în cauză, a sumelor cuvenite salariaților din acest fond și a celor decontate agențiilor județene de orientare și formare profesională, cu ocazia ridicării de la bancă a chenzinei a II-a. În credit înregistrează contribuția unității la fondul pentru plata ajutorului de șomaj, precum și debitul contului 6452 „Contribuția unității pentru ajutorul de șomaj”, precum și contribuția personalului la fondul de șomaj, în corespondență cu debitul conturilor 421 și 423, corespunzător cotelor în vigoare, în debit se reflect, pe de o parte, sumele acordate salariaților din fondul de șomaj, în corespondență cu creditul contului 5311 „Casa în lei”, iar pe de altă parte, sumele virate pentru constituirea fondului în cauză, prin creditul contului 5121 „Conturi la bănci în lei”. Soldul contului analizat este creditor și reprezintă sumele datorate și nevirate pentru constituirea fondului de șomaj.

Contabilitatea impozitului pe salarii

Contabilitatea impozitului pe salarii se organizează cu ajutorul contului cu același nume 444 „Impozitul pe salarii”, cont de pasiv. Acesta oglindește în credit, pe de o parte, impozitul aferent drepturilor salariale, ajutoarelor materiale, prin debitul conturilor 421 și 423, iar pe de altă parte impozitul pentru sumele datorate colaboratorilor unității, în corespondență cu debitul contului 401 „Furnizori”, în debit se înregistrează sumele care se decontează bugetului de stat, în contul obligației fiscale în cauză, în corespondență cu creditul contului 5121 „Conturi la bănci în lei” sau 542 „Avansuri de trezorerie”, după caz. Soldul existent la finele lunii este creditor și reprezintă impozitul datorat bugetului statului pentru salariile aferente lunii expirate și care se virează în luna următoare, dar nu mai târziu 25 ale lunii următoare.

Veniturile din salarii reprezintă o componentă importantă a venitului anual global impozabil, care, de altfel, se constituie prin însumarea veniturilor nete realizate din activități independente, din salarii, din cedarea folosinței bunurilor, precum și a veniturilor realizate în străinătate, obținute de salariații unității, din care se scad pierderile fiscale raportate și deducerile personale.

Impozitarea veniturilor din salarii se realizează lunar, determinarea și decontarea sumelor cuvenite bugetului statului, se face de către unitate.

Pentru impozitarea lunară se au în vedere două elemente: venitul brut și venitul net din salarii. Venitul brut este suma veniturilor cuvenite salariatului. Venitul net se stabilește prin deducerea din venitul brut a două categorii de cheltuieli și anume:

a. contribuțiile reținute pentru: asigurări și protecție socială, asigurări sociale de sănătate, protecția șomerilor;

b. deducerea personală de bază, care în prezent pornește de la 250 lei. Impozitul aferent veniturilor din salarii se determină și decontează în fiecare lună și reprezintă plăți anticipate.

El se calculează și se reține la sursă de către unitate, avându-se în vedere două situații:

a. pentru veniturile realizate la locul de muncă unde se află funcția de bază (în unitate) se înmulțește baremul lunar, stabilit de Ministerul Finanțelor Publice, delimitat de tranșe de venituri impozabile, și impozitul lunar aferent, cu baza de calcul, determinată ca diferență între venitul net și deducerile personale acordate pentru luna respectivă. Aceste deduceri se aplică la această lună, ca deduceri suplimentare pentru soțul/soția aflat/aflată în întreținere, primul sau următorii copii aflați în întreținere

b. pentru restul veniturilor se înmulțește baremul lunar cu baza de impozitare, calculată ca diferență între veniturile brute și contribuția la asigurările sociale de sănătate, pe fiecare loc de realizare a acestora.

Impozitul pe salarii se reține pe statul de plată și se plătește bugetului de stat de către unitate la termenul stabilit pentru ultima plată a drepturilor salariale aferente fiecărei luni, dar nu mai târziu de data de 25 inclus a lunii următoare celei la care se referă. Calculul propriu - zis la impozitul pe veniturile din salariile realizate în unitate, se efectuează utilizându-se printre altele, informațiile pe care le conține fișa fiscală FF1 referitor la deducerile personale suplimentare. Această fișă precum și cea aferentă celeilalte situații, altele decât funcția de bază reprezintă formulare cu regim special ce se întocmesc în 2 exemplare, câte un exemplar pentru unitate și pentru salariat, iar pentru unitatea fiscală se întocmește un borderou ce va cuprinde toți angajații și se depune până la maximum ultima zi a lunii februarie a anului curent pentru anul expirat. Fișa fiscală pentru locul de muncă din unitate, unde se află funcția de bază FF1, este astfel structurată încât permite organului fiscal, să determine venitul anual impozabil din salarii, să calculeze impozitul anual și totodată să efectueze regularizarea sumelor ce reprezintă diferența dintre impozitul calculat la nivelul anului și reținut lunar anticipat în cursul anului fiscal. Aceste operațiuni nu se efectuează în cazul în care salariatul a realizat și alte venituri care se globalizează. El are obligația să înștiințeze în scris unitatea asupra acestui fapt, în maximum 15 zile de la sfârșitul anului fiscal.

La rândul său, fișa fiscală pentru celelalte situații, altele decât locul unde se află funcția de bază FF2, are o structură relativ simplă deoarece nu ocazionează calcule privind deducerile personale. Ea permite stabilirea veniturilor impozabile anuale și a impozitului aferent, care constituie informații ulterioare pentru unitatea fiscală.

În baza Ordinului emis de Ministerul Finanțelor Publice referitor la stabilirea baremului lunar de impunere pentru calculul impozitului pe veniturile din salarii și pensii este prevăzută cota unică de impozitare de 16%.

Pentru contabilizarea salariilor datorate personalului se iau în considerare următoarele informații:

➤ Conform documentului „Stat de plată” avem:

- salarii de bază
- contribuția salariaților la constituirea fondului de șomaj
- contribuția salariaților pentru asigurările sociale
- contribuția salariaților pentru asigurările sociale de sănătate

- impozitul reținut

Având în vedere aceste date, în contabilitatea S.C. Marioval Top S.R.L. se vor face următoarele înregistrări:

1. Se înregistrează datoria către salariați (ștatul de plată): $641=421$
2. Se înregistrează reținerile din salarii: $421=\%$
4312
4314
4372
444
3. Se înregistrează virarea reținerilor: $\%=5121$
4312
4314
4372
444
4. Se înregistrează plata salariilor nete: $421=5311$
5. Se înregistrează contribuția unității la asigurările sociale (19.5% CAS): $6451=4311$
6. Se înregistrează contribuția angajatorului pentru asigurările sociale de sănătate (5.5% CASS):
 $6453=4313$
7. Se înregistrează contribuția unității la fondul de șomaj (1% șomaj): $6452=4371$
8. Se înregistrează contribuția unității la fonduri speciale (0.989% accidente și boli profesionale):
 $613=4312.4$
9. Se înregistrează contribuția unității la fonduri speciale (0,75% comision ITM):
 $635=4010.2$
10. Se înregistrează contribuția unității la fonduri speciale(0.25% fond garantare creanțe salariale) :
 $635=4470.6$
11. Se înregistrează contribuția unității la fonduri speciale (0.85%concedii medicale si indemnizatii) :
 $6451.2=4311.3$
12. Se înregistrează plata contribuțiilor de către unitate: $\%=5121$
4311
4313
4371
4312.4
4010.2
4470.6
4311.3

Bibliografie

1. Feleagă N., Ionașcu I., *Tratat de contabilitate financiară, Vol.II, Editura Economică, București, 1998*
 2. Răboacă Gheorghe, *Piața muncii dezvoltarea durabilă, Editura Economică, București, 2003*
 3. Ungureanu E., *Piața muncii, Editura Agir, București, 2001*
- ***
- Legea nr. 130/1996 privind contractul colectiv de muncă, republicată*

PIAȚA ȘI CONCURENȚA – PE EXEMPLUL S.C. C.N.C.D. S.A. PITEȘTI

Student PANĂ Marilena
Lect. univ. dr. BÂLDAN Cristina

Abstract

To an economist a market is not necessarily a place where buyers and sellers meet in person, a market is the totality of all acts of buying and selling a particular good in a given period of time.

S.C. CNCD S.A. Pitesti is an enterprise which was founded in 1994 like a distribution at national level by cars and change pieces for the principal Roumanian auto producer, Automobile Dacia. The distribution was made in the central zones founded on the entire Romania territory, as well as the centre of Pitesti. In a short time, CNCD S.A. became famous in the entire country and in the years 1997-1998 sold 100000 cars.

In 1996 was founded a service workshop. In 2001 CNCD S.A. became a Dacia concession for cars and in 2003 for change pieces.

In the last years, CNCD S.A. Pitesti came in the market of cars with all included activities.

The services quality, the promptitude and the high professionalism, the modern devices recommend CNCD S.A like being the first options for that people who wants to buy cars, change pieces or for that who wants to benefit by a service activity.

Piața și concurența. Aspecte teoretice.

Piața reprezintă cadrul derulării operațiunilor economice la care participă diverși operatori economici, al competiției dintre aceștia.

Aceasta a apărut cu multe secole în urmă ca o punte de legătură între producție și consum. „Premisa apariției pieței a constituit-o sciziunea dintre producător și consumator, și ea devine necesară atunci când se separă funcția productivă de cea a consumului. Această separare a celor două funcții apare odată cu economia de mărfuri și se definitivează odată cu generalizarea economiei de mărfuri”.

Tratarea problemelor teoretice ale sistemului economiei de piață impune încă de la început necesitatea precizării că în cadrul acestui sistem **piața constituie elementul central** de unde pleacă și vin informațiile economice care stau la baza deciziilor agenților economici. În consecință piața, concurența, prețul sunt noțiuni fundamentale fără de care nu poate fi analizat, cunoscut și înțeles sistemul economic în ansamblul său.²²

În literatura economică întâlnim **foarte multe definiții ale pieței** în funcție de orientarea școlii sau curentului de gândire economică, și în special a aspectelor economice care se doresc a fi evidențiate.²³

În general, piața este locul de întâlnire dintre oferta vânzătorilor și cererea cumpărătorilor, **oferta** reprezentând forma de manifestare a producției în condițiile economiei de piață, iar **cererea** cumpărătorilor reprezentând nevoia umană solvabilă, deci nevoia însoțită de capacitatea oamenilor de a cumpăra mărfurile oferite și care se dovedesc a fi convenabile pentru ei.

²² Ungureanu E., Bâldan C., Prețul în economia contemporană, Editura Universității din Pitești, 2006, p. 43

²³ N. Dobrotă, Economie Politică, Editura Economică, București, 1997, p. 54

Piața, ca totalitate a actelor de vânzare – cumpărare și a fenomenelor legate de obiectul cererii și ofertei, trebuie abordată, privită și analizată în context de **spațiul și timpul** în care se derulează acestea.

Interfața dintre cele două laturi ale pieței, respectiv ale celor două categorii de acte declanșate de mecanismul pieței: oferta și respectiv cererea, se reflectă în prețuri.

Concurența reprezintă confruntarea deschisă, rivalitatea dintre agenții economici vânzători-ofertanți pentru a atrage de partea lor clientela. Ea exprimă, totodată, comportamentul specific, interesat al tuturor subiecților de proprietate, comportament ce se realizează diferit, în funcție de cadrul concurențial și particularitățile diverselor piețe.

Producătorii autonomi și specializați vizează profitul, în timp ce consumatorii își manifestă opțiunile lor pentru bunurile și serviciile oferite de primii. Orientând agenții economici spre producerea a ceea ce este dorit și cerut de consumatori, la costuri cât mai reduse în condițiile date, concurența asigură producătorilor profiturile așteptate, iar consumatorilor satisfacerea nevoilor.

Concurența este considerată ca fiind calea optimă pentru satisfacerea intereselor tuturor participanților la viața economică.

Concurența directă constă în confruntarea deschisă între actori, prin care vânzătorii unor bunuri similare încearcă să cucerească clienții de pe aceeași piață făcând apel la o paletă vastă de strategii ofensive sau defensive. Aceste curse de îmbunătățire a situațiilor de piață modelează mediul concurențial al pieței interne.

1. S.C. C.N.C.D. S.A. – Pitești. Istoric al activității

Societatea comercială C.N.C.D. Auto S.A. Pitești a fost înființată pentru a asigura vânzarea automobilelor Dacia și a pieselor de schimb aferente, în afara spațiului producătorului și distribuția lor la nivel național, prin intermediul rețelei de dealeri și service-uri.

Data înființării societății este 11.04.1994, iar capitalul social în anul 1994 a fost de 2,342 miliarde lei vechi. În anul 2006 capitalul social ajunge la valoarea de 4,8 miliarde lei vechi.

Din anul 1996, în cadrul societății, se înființează și o unitate service, destinată să rezolve orice probleme tehnice apărute în exploatarea automobilelor DACIA, atât în perioada de garanție cât și post-garanție.

Privatizarea uzinei de la Colibași și, implicit modificarea structurii acționarului odată cu apariția noului ”patron” Renault, promovează o nouă strategie de comercializare a automobilelor și a pieselor de schimb, prin intermediul unei rețele de concesionari, uniform repartizată din punct de vedere geografic. Astfel că, începând cu luna septembrie 2000, C.N.C.D. rămâne concesionar pentru vânzarea vehiculelor noi, iar din septembrie 2003, odată cu construirea depozitului național de piese de schimb, pierde și distribuția națională a pieselor de schimb și se înscrie în rețeaua de concesionari ai producătorului.

Începând cu aprilie 2007, CNCD SA a devenit și dealer autorizat BMC, deținând exclusivitatea pentru județul ARGES. Din luna martie anul curent, societatea noastră s-a implicat și în activitatea de transport public urban de călători, în asociere cu SC Girexim Universal SA și SC Publitrans 2000 SA, contribuind astfel la modernizarea și înnoirea parcului auto destinat acestui tip de activitate.

2. Piața

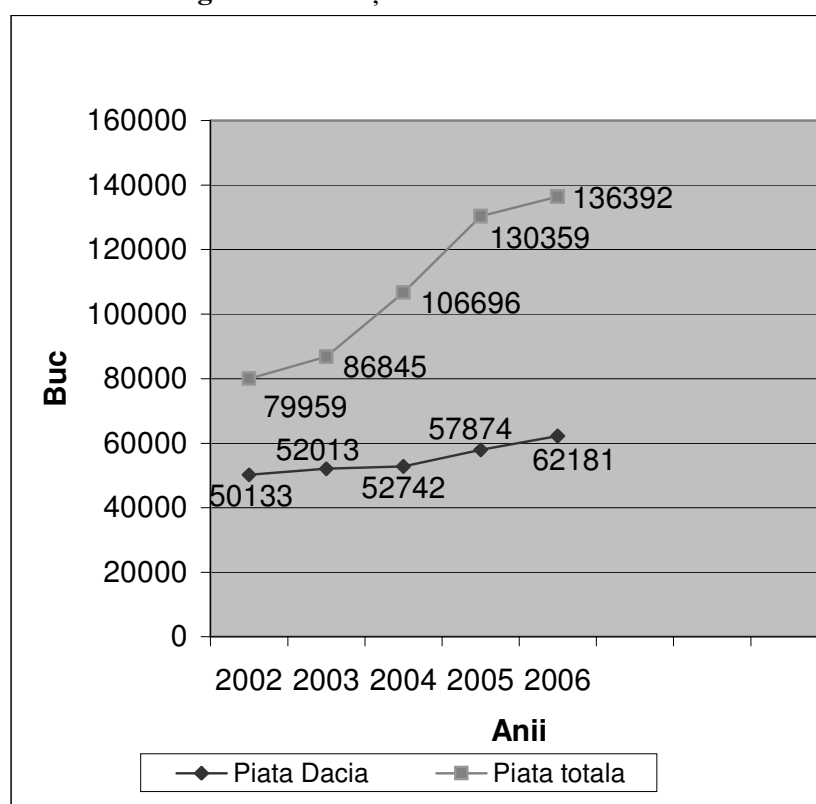
2.1. Poziționare pe piața. Evoluția și tendința pieței

S.C. C.N.C.D. Auto S.A. Pitești este un competitor pe piața românească de autoturisme noi și second-hand.

Piața autoturismelor noi este în continuă expansiune în România în ultimii ani, crescând de la 79 959 bucăți în 2000 până la 136 392 bucăți în primele 10 luni din 2004, ceea ce reprezintă o creștere de 41,4%. Numai creșterea din 2004 față de 2003 este de 22,6%. De asemenea, autoturismele Dacia, produsele cu care C.N.C.D. concurează pe piață, au înregistrat creșteri ale vânzărilor, de la 50 133 bucăți în 2000, la 62 181 bucăți în primele 10 luni din 2004, adică o creștere de 20%, iar în 2004 s-a înregistrat o creștere de 22,6% față de aceeași perioadă din 2003. Dacă în 2000 Dacia avea o cotă de piață de 62,7%, în 2004 aceasta a scăzut la 45,6%.

Societatea C.N.C.D. Auto S.A. Pitești își propune să dezvolte activitatea de import pentru automobilele rulate, indiferent de marcă, automobile ce provin din țările comunității europene. În acest sens societatea este în faza de discuții cu cel mai mare ”comerciant” de automobile noi și vechi din Cehia, firma AAA AUTO PRAGA, firmă care și-a anunțat oficial intenția de a-și extinde activitatea în 8 țări din Europa de Est, printre care și România.

Figura 1. Evoluție vânzări autoturisme



Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. Auto S.A.-Pitești

Aceste creșteri s-au înregistrat în special datorită diversificării gamei de produse oferite, dar și diversificării produselor financiare oferite de către firme (credit, leasing pentru persoane fizice și juridice), astfel încât și cei care nu au venituri mari să poată găsi o oferta convenabilă.

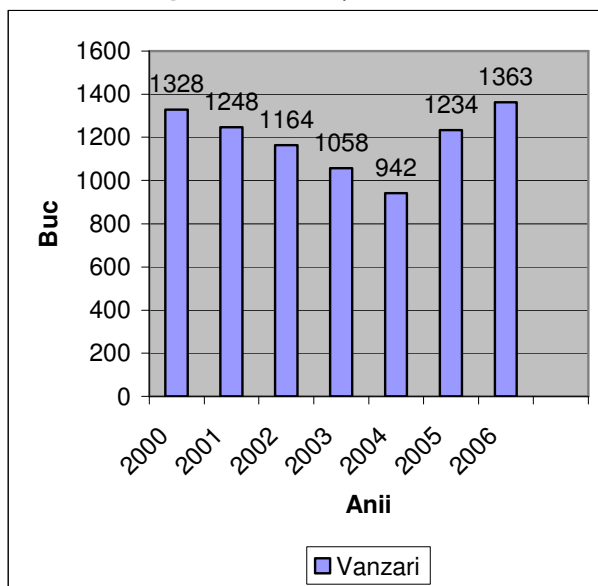
În județul Argeș, în 2004 s-au vândut 8 136 autoturisme, dintre care 6 620 autoturisme Dacia. Dintre acestea, 942 bucăți au fost vândute de către C.N.C.D. S.A. Pitești ceea ce la nivel regional reprezintă 14,23% din piața Dacia și 11,58% din piața totală locală. La nivel național, C.N.C.D. deține 1,51% din piața Dacia și 0,7% din piața totală. Evoluția vânzărilor C.N.C.D. este următoarea:

Tabelul 1. Evoluția vânzărilor în cadrul C.N.C.D. S.A. Pitești

Anul	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Vânzări(buc)	1328	1248	1164	1058	942	1234	1363	1502
Cota de piața (%)	2,64	2,4	2,2	1,8	1,51	2,34	2,76	3

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.

Figura 2. Evoluție vânzări

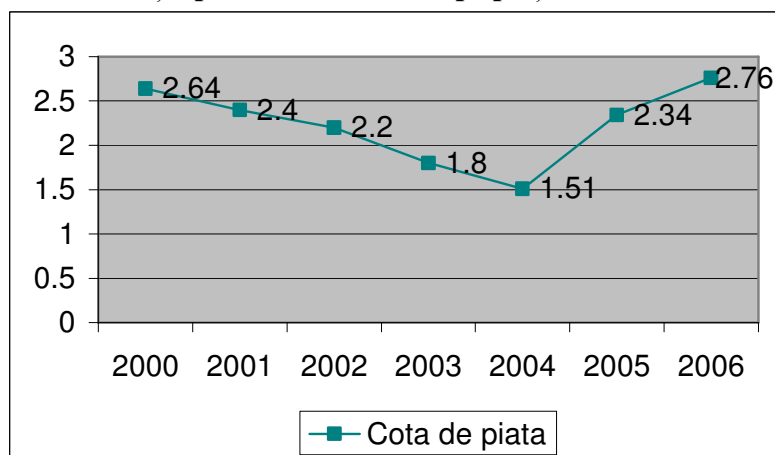


Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.

La 15 noiembrie 2004, C.N.C.D. se afla pe locul 21 între distribuitorii de autoturisme Dacia.

Dacă în 2000 ponderea clienților din județul Argeș ai C.N.C.D. era de 14,6%, în 2004 s-a ajuns ca aceștia să reprezinte 35,2%. Privit din perspectiva obiectivelor principale ale producătorului, putem spune că s-a reușit în acest fel polarizarea clienților către concesionarii din raza de domiciliu.

Figura 3. Evoluția penetrării C.N.C.D. pe piața auto românească



Sursa: Documentele contabile din cadrul C.N.C.D.

2.2. Clientela și piața potențială. Promovarea produselor/serviciilor.

Vânzări auto noi și de ocazie

Având în vedere specificul acestei activități putem spune că societatea se adresează tuturor persoanelor fizice sau juridice care intenționează să achiziționeze automobile marca DACIA sau care intenționează să-și înlocuiască automobilul folosit cu unul nou.

Piața potențială este în mod special asigurată de zona de acțiune, adică de piața regională și, în mod general, de piața națională auto. Acest lucru este demonstrat și de repartizarea geografică a clientelei deja existente (circa 30% sunt din alte zone decât cea a județului), clientela monitorizată permanent de către compartimentul de marketing și fidelizată prin tehnici de mailing sau alte tehnici de marketing direct.

Politica de promovare a automobilelor DACIA se încadrează în coordonatele politicii generale a producătorului- acțiuni ample în mass media cu ocazia lansării de produse noi, PORȚI DESCHISE, acțiuni comerciale în anumite perioade ale anului, materiale publicitare care să susțină identitatea de marcă precum și apartenența la Grupul RENAULT, participări la târguri și expoziții. Suplimentar, în funcție de posibilitățile financiare precum și de nevoile de comunicare ale societății, C.N.C.D. recurge la programe individuale de publicitate și reclamă, menite să întărească imaginea de firmă și să consolideze poziția deținută pe piața auto locală și regională, unde constatăm prezența multor mărci auto.

Societatea C.N.C.D. Auto S.A. Pitești are în vedere obiective complementare menite să ducă la creșterea cifrei de afaceri și, implicit, obținerea de profit. Aceste obiective sunt legate de activitatea prezentă și de istoricul firmei, însă trebuie menționat faptul că societatea intenționează să demareze și alte activități care nu au fost dezvoltate până în prezent.

Principalii clienți de vehicule noi și second-hand – 2006

Având în vedere specificul acestei activități, precum și forma de comercializare, ponderea cea mai mare a clienților o dețin persoanele fizice – 64,6% din totalul clienților, clienți ce figurează în baza de date a societății.

Tabelul 2. Principalii clienți ai C.N.C.D.

Denumire clienți	Adresa	Valoarea tranzacției Euro
Balkan Leasing S.R.L.	Pitești, jud. Argeș	27 039
Consiliul Local Tulcea	Tulcea, jud. Tulcea	39 120
I.S.C.I.R. S.A.	Pitești, JUD. Argeș	24 510
Montanstar Leasing S.A.	Pitești, jud. Argeș	78 278
Neon Product S.R.L.	Cluj Napoca, jud. Cluj	20 550
Raiffeisen Bank	București	32 210
Raiffeisen Leasing S.R.L.	București	62 700
R.C.I. Leasing S.R.L.	București	243 820
Radulescu Service S.R.L.	Pitești, jud. Argeș	21 920
Girexim Universal	Pitești, jud. Argeș	170000
RAAN –SCN Pitesti	Pitești, jud. Argeș	103000
Eurial Leasing IFN	București	170000
Persoane fizice		

Sursa: Baza de date a societății C.N.C.D. S.A.-Pitești

Calitatea vânzărilor de mașini noi este monitorizată de producător lunar, iar instrumentul care o măsoară este Barometrul Satisfacție Clienți.

Tabelul 3. Comercializarea vehiculelor noi și second-hand

PRODUSUL	2003	2004	2005	2006	2007
Vehicule noi	1058	942	1234	1363	100
Vehicule second- hand	163	27	176	193	206

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.-Pitești

Vânzări piese de schimb

Comercializarea pieselor de schimb se va face cu amănuntul prin rețeaua de magazine din Pitești, Mioveni și București și en-gros, fie direct din depozitul central în condiția de livrare franco-depозit furnizor fie franco-depозit cumpărător, prin intermediul distribuției care se realizează cu mijloace de transport proprii.

Tabelul 5 . Principalii clienți de piese schimb Dacia-2006

Denumire client	Adresa	Valoare tranzacție (mii lei ROL)
Tehnodinamic S.R.L.	Mioveni, jud. Argeș	5.441.925
Ascom s.a.	Bacău, jud. Bacău	4.136.192
Auto Alman S.R.L.	Mioveni, jud. Argeș	2.936.643
Televiziune romana	București	1.793.461
Comautoglob S.R.L.	București	1.471.489
Com Auto Center S.R.L.	Pitești, jud. Argeș	1.236.911
Perry S.R.L.	Mioveni, jud. Argeș	1.028.495
Rom Tehno Plus S.R.L.	Mioveni, jud. Argeș	978.083
SAD Târgoviște	Târgoviște, jud. Dâmbovița	754.537

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.-Pitești

Piața potențială o reprezintă piața posesorilor de automobile marca DACIA, persoane fizice sau juridice. În mod special societatea va dezvolta o rețea proprie de distribuție en gros, prin intermediul unor societăți comerciale cu care C.N.C.D. a lucrat de-a lungul câtorva ani buni și cu care a colaborat foarte bine privind onorarea obligațiilor contractuale.

Politica de promovare a vânzărilor de piese de schimb se va încadra în axele politicii de promovare a producătorului și, ca și în cazul automobilelor, ea va fi completată cu acțiuni proprii, în special în cazul importurilor de piese de schimb pentru alte mărci.

Tabelul 6. Comercializarea pieselor de schimb, elementelor opționale și accesoriilor auto. (mld. lei vechi)

CIFRA DE AFACERI	2003	2004	2005	2006	2007
En gross	660,1	1.082,7	924,5	43,9	18
En detail	34,6	29,9	30,1	25,4	7
Accesorii	0,8	0,4	0,4	0,5	0,7
TOTAL	695,5	1.113,0	955,0	69,8	25,7

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.-Pitești

Service

Activitatea de service va fi axată, în principal, pe automobile marca Dacia – clienți fizici și flote aparținând unor societăți comerciale cu care societatea are încheiate contracte de service. O sursă deosebit de importantă o reprezintă societățile de asigurări cu care S.C.

C.N.C.D. S.A. Pitești a pus bazele unei colaborări fructuoase atât pentru automobile marca Dacia, cât și pentru alte mărci.

Tabelul 7. Activitatea de service (mld. lei vechi)

CIFRA AFACERI	2003	2004	2005	2006	2007
Piese de schimb	10,1	15,8	21,3	17,8	24,3
Manopera	4,9	5,7	7,8	7,4	10
TOTAL	15,0	21,5	29,2	25,2	

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. Auto S.A. -Pitești

Serviciile sunt adresate posesorilor de automobile de orice marcă din zona de activitate, cât și din alte regiuni ale țării. Promovarea acestor servicii se face: pentru automobile marca Dacia prin intermediul acțiunilor lansate de către Direcția Tehnică a producătorului, sub atenta lui îndrumare (note tehnice, fișe tehnice), iar pentru alte mărci, prin acțiuni de promovare individuale, cuprinse în campaniile publicitare stabilite de compartimentul de marketing al societății.

Tabelul 8. Principalii clienți pentru activitatea de service – 2006

Denumirea client	Adresa	Valoarea tranzacției (mii lei ROL)
ASIROM S.A.	Pitești, jud. Argeș	2.744.982
ALLIANZ S.A.	Pitești, jud. Argeș	1.198.777
ASIRAG S.A.	Pitești, jud. Argeș	1.135.769
ARDAF S.A.	Pitești, jud. Argeș	711.099
ASTRA S.A.	Pitești, jud. Argeș	529.575
OMNIASIG S.A.	Pitești, jud. Argeș	512.897
EN GROSS STANCIU	Pitești, jud. Argeș	205.556

Sursa: Date furnizate de S.C. C.N.C.D. S.A.-Pitești

Tabelul 9. Principalii furnizori pentru produsele/serviciile descrise mai sus

Produsul/Serviciul	Furnizor	Pondere(%)	Peridicitate estimată
Autoturisme noi	BMC TRUCK & BUS	100	Zilnic
Piese de schimb Dacia	AAA AUTO PRAGA	70	Săptămânal
Autoturisme second hand	PERSOANE FIZICE	30	Bilunar
Piese schimb alte mărci	AUTOMOBILE DACIA S.A	60	Lunar
	En grossisti	10	
	BMC	20	
	KIA	10	

Sursa: Baza de date a societății comerciale C.N.C.D. S.A.-Pitești

3. Concurenții

Piața regională a automobilelor se înscrie în tendințele pieței naționale : dominată de marca Dacia, urmată îndeaproape de Renault, Peugeot, Daewoo, Skoda și secondată de importurile second-hand.

În Argeș, C.N.C.D. își disputa clienții cu alți concesionari Dacia pe de-o parte, și cu cesionari ai altor producători, pe de alta parte.

Concurența în domeniul comercializării automobilelor își pune amprenta și asupra mediului concurențial în domeniul vânzării pieselor de schimb și al service-ului. Suplimentar, pentru piesele de schimb lupta se dă și cu importatorii de piese de schimb sau cu alți probucători particulari, pentru anumite repere din nomenclatorul DACIA (Ex. CONEX Iași, SETCAR S.A. Pitești, Marcus S.R.L. Mărăcineni, COMPONENTE AUTO Topoloveni, Prems S.A. Brașov).

Bibliografie

- Dobrotă N., *Economie politică*, Editura Economică, București, 1997.
- Moșteanu M., *Prețuri și concurență*, Editura Didactică și Pedagogică R.A., București, 2000.
- Ungureanu Emilia, Bâldan Cristina, *Prețul în economia contemporană. Aspecte teoretice, teste grilă, aplicații*, Editura Universității din Pitești, 2006.
- Ungureanu Emilia, *Economie politică*, Editura Didactică și pedagogică, București, 2004.
- ***, *Departamentul Financiar - Contabil al S.C. CNCD S.A Pitești*.

POLITICA EUROPEANĂ ÎN DOMENIUL CONCURENȚEI

Student: RIZOIU Andra Iliana
Lect.univ.dr. BÂLDAN Cristina

Abstract

La politique dans le domaine de la concurrence, l'une d'entre premières politiques adoptées par l'Union Européenne suit la réalisation de deux objectifs principaux: la création, le maintien certains marchés concurrentiels et l'optimal fonctionnement de la marché interne de l'Union Européenne.

La politique européenne de la concurrence est reglementée par les prévoyances de les articles 85-94 du le Traité de Rome en 1957.

Les autorités impliqués dans l'élaboration et l'application de la politique de la concurrence sont la Commission Européenne, le Conseil de Ministres et le Parlement Européen, la Cour Européenne de Justice et le Tribunal de la Première Instance. L'institution responsable avec la manière dans laquelle est implementée la politique dans le domaine de la concurrence est la Commission Européenne, et celle rend compte devant la Cour Européenne de Justice.

Une zone importante de la politique de la concurrence, qui a été ouverte pour les débats et dans laquelle s'ont réalisé des réels progrès est la politique de l'aide d'Etat. S'ont tracé des directives visant à l'aide regional, l'aides pour recherché, développement et innovation, l'aide pour la protection du milieu.

Les pratiques anticoncurrentielles résident en accords entre les agents économiques qui ont comme effet la contrecarretion ou la dénaturation de la concurrence qui ont l'itilisation abusivement de la position dominante.

1. Politica în domeniul concurenței

1.1. Noțiuni introductive privind concurența

Politica în domeniul concurenței este una dintre primele politici comune adoptate de Comunitatea Economică Europeană, cu un rol extrem de important în crearea și consolidarea pieței comune. Politica concurenței a evoluat și s-a diversificat continuu în Uniunea Europeană, atât la nivel comunitar, cât și la nivel național, însoțind procesul de adâncire a integrării. Necesitatea prevenirii și corectării unor disfuncționalități ale piețelor a generat o diversitate de interpretări și teorii privind natura și evaluarea procesului concurențial în contextul dezvoltării mecanismelor pieței interne a Uniunii Europene²⁴.

În general, când se vorbește despre competiție, se consideră în mod implicit că domeniul de definiție al competiției este „piață”: producătorii și consumatorii se întâlnesc pe piață, cererea și oferta se echilibrează pe piață, ofertanții concurează între ei pentru a-și adjudeca segmente cât mai mari de piață. Această abordare are în vedere o piață abstractă pe care se pot studia într-adevăr, într-un mod generalizabil, legile cererii și ofertei, mecanismele concurenței, etc.; dar competiția reală se desfășoară pe o piață concretă, bine localizată economic și chiar geografic, cu caracteristici și particularități care o deosebesc de o altă piață concretă, chiar dacă pe ambele funcționează aceleași legi. Așadar, piața e un fenomen repetabil la nivel conceptual, dar nu e repetabil la nivel real. Teoretic, orice producător își poate duce oferta și orice consumator își poate manifesta cererea pe oricare din piețele concrete existente; practic însă, fiecare producător își duce oferta și fiecare consumator își manifestă cererea pe o piață concretă anume, clar identificată și aleasă după criterii precise.

²⁴ Petre Prisecaru, *Politici comune ale Uniunii Europene*, Editura Economică, București, 2004, p.167.

Principiul maximizării profitului pentru producător și principiul maximizării utilității pentru consumator îi face pe fiecare din ei să acționeze concret pe o piață reală anume și nu pe alta.

Instituția responsabilă la nivel comunitar de modul în care este implementată politica în domeniul concurenței este Comisia Europeană. Aceasta ia deciziile formale prin majoritate simplă, asemenea unui organism colectiv. Aceste decizii sunt pregătite de Direcția Generală pentru Concurență, care raportează comisarului responsabil cu politica în domeniul concurenței. Comisia poate fi sesizată într-o problemă privind concurența fie prin notificare, fie urmare a unei plângeri înaintate de o firmă sau un stat, fie poate acționa din proprie inițiativă pentru a investiga anumite situații specifice sau chiar un întreg sector economic. Comisia poate penaliza orice încălcări ale regulilor privind concurența, penalizările putând reprezenta până la 10% din veniturile companiei incriminate.

Ultimul arbitru în domeniul acestor reguli atât de diferite și cel care poate decide dacă acțiunea Comisiei a fost în limitele puterilor stabilite în mod legal este Curtea Europeană de Justiție. Aceasta este îndreptățită să acționeze atât în cazul unor solicitări făcute de instanțele naționale, cât și în cazul unor acțiuni inițiate împotriva Comisiei în fața Tribunalului de Primă Instanță. Cu totul remarcabil pentru o instanță juridică, Curtea solicită Comisiei, în anumite împrejurări, mai degrabă argumente de ordin economic, decât de ordin politic (juridic).

În domeniul concurenței, rolul Parlamentului European se reduce la a evalua acțiunile Comisiei printr-un raport anual și, de asemenea, de a face observații privind evoluțiile importante din acest domeniu.

Intervențiile Consiliului de Miniștri se rezumă la a autoriza cazurile de excepție, precum și la a face modificări în baza legală a politicii adoptate.

1.2. Obiectivele și domeniile de activitate ale politicii în domeniul concurenței

Politica în domeniul concurenței, implementată de către Comisia Europeană și de către autoritățile statelor membre are ca obiectiv crearea unei concurențe reale pe piața comună prin măsuri referitoare la structurile pieței și la comportamentul actorilor acesteia.

Procesul de dezvoltare și modernizare a politicii concurenței a fost stimulat de necesitatea de a realiza două obiective majore:

- existența unor piețe concurențiale;
- funcționarea optimă a pieței interne a Uniunii Europene, ca o condiție fundamentală pentru competitivitatea economiei europene.

Obiectivele politicii în domeniul concurenței pot fi succint grupate în trei categorii:

1. Politica europeană în domeniul concurenței trebuie să garanteze unitatea pieței și să garanteze unitatea pieței interne și să evite realizarea de înțelegeri între firme, de natură să afecteze comerțul intracomunitar și manifestarea liberă a concurenței (înțelegerile și practicile concertate).

2. Politica în domeniul concurenței caută să împiedice situațiile în care una sau mai multe întreprinderi încercă să exploateze într-o manieră abuzivă puterea lor economică în raport cu alte firme mai puțin puternice.

3. Politica în domeniul concurenței trebuie să împiedice acele intervenții ale guvernelor statelor membre care pot falsifica regulile jocului liber al pieței prin discriminări în favoarea întreprinderilor de stat sau prin acordarea de ajutoare către anumite firme din sectorul privat (ajutoarele de stat).

Politica concurenței constituie deci un mijloc sau instrument esențial pentru realizarea obiectivelor economice și sociale ale Comunității. Aplicarea politicii concurenței a contribuit la realizarea și consolidarea pieței interne a Uniunii Europene, deoarece ea asigură funcționarea adecvată a mecanismelor pieței și promovarea eficienței economice, prin contracararea practicilor anticoncurențiale la nivel național și comunitar, precum și prin prevenirea distorsi-

unilor pe piață care pot să apară o dată cu restrângerea rolului autorităților publice în politica economică.

Politica în domeniul concurenței se concentrează pe patru domenii de activitate:

- ✓ eliminarea acordurilor, care au ca efect diminuarea concurenței și abuzurile de poziție dominantă (de exemplu, acordurile de stabilire a prețurilor între firme concurente);
- ✓ controlul fuzionărilor dintre firme (de exemplu, fuziunea a două mari grupuri, care are ca rezultat dominația acestora asupra pieței; orice concentrare, începând de la un anumit nivel, trebuie supusă aprobării Comisiei);

Aceste două aspecte sunt cunoscute sub denumirea comună de „reglementări anti-trust”.

- ✓ liberalizarea sectoarelor economice monopoliste (de exemplu, telecomunicațiile, gazele și electricitatea, transportul feroviar). În toate aceste domenii se aplică o politică de liberalizare treptată;

- ✓ monitorizarea ajutoarelor acordate de către stat (de exemplu, interzicerea acordării de către stat a unor subvenții pentru menținerea în activitate a unei firme în cazul în care nu există perspective de reabilitare a situației acesteia. Totuși, unele tipuri de asistență pot fi considerate compatibile cu obiectivele pieței unice dacă sunt îndeplinite anumite criterii, pentru fiecare caz în parte - întreprinderi mici și mijlocii sau sprijin regional).

1.3. Legislația Uniunii Europene în domeniul concurenței

Politica în domeniul concurenței a fost permanent o componentă a preocupărilor instituțiilor comunitare și a fost bine reprezentată în prevederile Tratatelor de la Roma, Maastricht și Amsterdam, însoțind procesul de adâncire a integrării.

În tratatul constituțional al Uniunii Europene se precizează că „o piață unică pe care concurența este liberă și corectă” este unul dintre obiectivele Uniunii. Este, de asemenea, important de subliniat că puterea legislativă de stabilire a regulilor în domeniul concurenței, necesare pentru funcționarea pieței interne, rămâne în competența exclusivă a autorităților comunitare și că regulile de bază ale Tratatului Comunității Economice Europene privind domeniul antitrust și ajutorul de stat au fost reluate fără modificări.

Autoritățile comunitare implicate în elaborarea și aplicarea politicii concurenței sunt: Comisia Europeană (rol executiv-de inițiativă legislativă și implementare/monitorizare a aplicării legislației și a politicii concurenței), Consiliul de Miniștri și Parlamentul European (rol legislativ), Curtea Europeană de Justiție (soluționarea litigiilor și crearea jurisprudenței în domeniu) și Tribunalul Primei Instanțe (soluționarea acțiunilor intentate de persoane juridice împotriva instituțiilor europene).

La baza reglementării regimului concurenței din Uniunea Europeană au fost prevederile articolelor 85-94 din Tratatul de la Roma, care se referă, în termeni generali, atât la regulile comune aplicabile întreprinderilor, cât și la ajutoarele acordate de stat:

- articolul 85 se referă la aranjamentele dintre firmele independente;
- articolul 86 privește comportamentul unor firme având o poziție dominantă într-un anumit sector sau pe o anumită piață;
- articolul 92 se referă la acțiunile autorităților publice care, prin efectele lor, pot distorsiona jocul liber al forțelor pieței și pot interfera cu manifestările naturale rezultate din acest joc²⁵.

Politica în domeniul concurenței și reglementările legale privind protecția acesteia sunt bazate pe convingerea că este necesară menținerea armoniei în economie, în care concurența liberă și corectă între întreprinderi are ca efect alocarea optimă a resurselor în economie, reducerea în termeni reali a prețurilor, creșterea calității produselor și serviciilor destinate

²⁵ Marius Profiroiu, Irina Popescu, *Politici europene*, Editura Economică, București, 2003, p.174-175.

consumatorilor. Toate acestea converg către progresul material în avantajul societății, în ansamblul ei.

2. Stadiul implementării strategiei europene de reformare a ajutoarelor de stat

2.1. Ajutorul regional

Menținerea unui sistem concurențial liber și lipsit de distorsiuni reprezintă unul dintre principiile fundamentale ale Comunității Europene. Politica europeană în materie de ajutor de stat are ca scop asigurarea unei concurențe libere, alocarea eficientă a resurselor și o piață comunitară unitară, respectând totodată angajamentele internaționale ale Uniunii Europene.

Conceptul de ajutor de stat include orice ajutor public, acordat de către autoritățile centrale, precum și ajutoarele acordate de autoritățile locale sau regionale. Mai mult, ajutorul poate proveni chiar de la organisme private sau alte organisme asupra cărora statul, o instituție publică, o autoritate locală sau regională exercită o influență, direct sau indirect.

În România, ajutorul de stat regional se prezintă pe două componente:

- ajutoare de stat pentru zone defavorizate;
- ajutoare de stat în zonele pentru care au fost elaborate programe naționale de dezvoltare regională, altele decât zonele defavorizate.

Tabelul 1. Structura ajutorului de stat național pe obiective regionale

Obiective regionale	Unitatea monetară	2001	2002	2003	2004	2005
Total ajutor de stat regional	mii RON	252.016,56	237.110,15	194.155,21	264.142,79	70.773,68
	mii EURO	96.829,30	75.862,50	51.697,70	62.168,77	19.532,19
	mii RON prețuri constante 2001	252.016,56	192.147,61	126.882,24	150.106,72	35.911,14
din care:						
Zone defavorizate	mii RON	251.717,42	190.115,14	155.512,34	231.238,43	61.221,51
	%	99,88	80,18	80,10	87,54	86,50
Zone pentru care au fost elaborate programe naționale de dezvoltare regională, altele decât zonele defavorizate	mii RON	299,14	46.995,01	38.642,87	32.904,36	9.552,17
	%	0,12	19,82	19,90	12,46	13,50

Sursa: www.competition.ro

În interiorul Uniunii Europene, motivul principal care a stat la baza acțiunii în sectorul ajutoarelor regionale a fost riscul supralicitării concurențiale între regiuni pentru atragerea investițiilor internaționale. Pentru prima dată, Comisia a propus un sistem de coordonare a ajutoarelor regionale în anul 1968; acesta a culminat cu adoptarea în 1971 a primului set de principii pentru coordonarea asistenței acordate regiunilor. Aceste prime principii au fost suplimentate în 1975 și 1979. Împreună, aceste documente luau în considerare o serie de probleme referitoare la controlul ajutoarelor regionale, îndeosebi:

- necesitatea de a stabili plafoane maxime pentru acordarea ajutoarelor în cadrul regiunilor - problemă, în concordanță cu gravitatea situațiilor cu care se confruntă acestea;
- necesitatea de a stabili o metodă comună de evaluare a valorii ajutorului, valabilă pentru toate țările membre;
- necesitatea asigurării transparenței ajutoarelor;
- necesitatea respectării specificității regionale în evaluarea problemelor și acordarea ajutoarelor²⁶.

2.2. Ajutoarele pentru cercetare, dezvoltare și inovare

Fondatorii Uniunii Europene au considerat că prosperitatea viitoare a Europei va depinde de capacitatea ei de a rămâne un lider mondial în domeniul tehnologic. Astfel, în 1958, în paralel cu Comunitatea Economică Europeană, s-a înființat Euratom - Comunitatea Europeană a Energiei Atomice. Scopul acestei comunități era de a facilita pentru statele membre ale Uniunii Europene exploatarea în comun, în scopuri pașnice, a energiei nucleare. Ca parte a acestor eforturi, a fost creat Centrul Comun de Cercetare, compus din nouă institute aflate în Italia, Germania, Țările de Jos și Belgia. Cu toate acestea, pe măsură ce inovația a căpătat avânt, cercetarea europeană a trebuie să se diversifice, să cuprindă domenii cât mai variate, iar Comunitatea

Cercetarea comună la nivelul Uniunii Europene a fost concepută pentru a completa programele naționale de cercetare. Ea se concentrează asupra proiectelor care aduc laolaltă un număr de laboratoare din mai multe țări europene. De asemenea, sprijină cercetarea fundamentală în domenii precum fuziunea termonucleară controlată (o sursă potențial inepuizabilă de energie pentru secolul al XXI-lea).

De la 1 ianuarie 2007 statele membre ale Uniunii Europene au început să acorde mai ușor ajutoare de stat pentru cercetare și dezvoltare tehnologică. Comisia Europeană a adoptat un nou program-cadru pentru Cercetare, Dezvoltare și Inovare (CDI), ce acoperă perioada 2007-2013 și care oferă statelor membre liniile directoare pentru acordarea ajutoarelor de stat în domeniul cercetării, dezvoltării și inovării fără ca prevederile Tratatului de la Roma să fie încălcate.

Ținta noului program-cadru pentru cercetare, dezvoltare și inovare este una dublă: să ajute statele membre să direcționeze o parte mai mare din bugetul lor către sectorul CDI și să ajute statele membre să direcționeze ajutorul de stat acordat către cele mai competitive proiecte, pe baza analizelor economice, astfel încât să fie minimizat orice pericol de afectare a competitivității pe piață, iar cheltuielile publice să atingă maximum de eficiență. Statele membre sunt obligate încunoștințeze Comisia cu privire la ajutoarele de stat pe care doresc să le acorde, pentru verificare și autorizare, însă dacă aceste măsuri sunt proiectate conform liniilor directoare înscrise în noul program-cadru pentru CDI, procedurile de autorizare sunt rapide²⁷.

Creșterea investițiilor europene în domeniul cercetării, dezvoltării și inovării este un imperativ dacă se dorește ca Uniunea Europeană să poată fi competitivă la nivel global. Principiul de la care pleacă Comisia Europeană în autorizarea ajutoarelor de stat din acest sector este competitivitatea: libera concurență este cel mai eficient stimulator pentru cercetarea și dezvoltarea tehnologică, deoarece împinge firmele către investiții în inovare pentru a-și diferenția și îmbunătăți produsele.

2.3. Ajutorul de stat pentru protecția mediului

Protecția mediului înconjurător reprezintă un obiectiv important al Uniunii Europene. În prezent, nivelul de protecție a mediului nu este considerat a fi suficient de ridicat și este nevoie să se ia mai multe măsuri în acest sens. Acest lucru se datorează, în special, faptului că

²⁶ Marius Profiroiu, Irina Popescu, Politici europene, Editura Economică, București, 2003, p.88.

²⁷ www.cofinantare.ro

întreprinderile nu sunt pe deplin responsabile de costurile sociale ale poluării. Pentru a remedia această disfuncționalitate a pieței și a promova un nivel mai ridicat de protecție a mediului, guvernele țărilor membre au la dispoziție reglementări pentru a se asigura că întreprinderile plătesc pentru poluarea pe care o cauzează (de exemplu, prin taxe sau sisteme de comercializare a emisiilor) sau respectă anumite standarde de mediu.

În martie 2007, Consiliul European a decis să fixeze un obiectiv de reducere cu 20% a emisiilor de gaze cu efect de seră și un obiectiv obligatoriu ca 20% din totalul consumului de energie din comunitatea europeană să fie reprezentat de sursele regenerabile până în 2020.

3. Politicile anticoncurențiale

3.1. Aranjamentele comerciale interzise

Practicile anticoncurențiale sunt acte și fapte la care recurg întreprinderile, în scopul dobândirii unei poziții dominante pe piață. Poziția dominantă pe piață este o situație similară cu aceea de monopol, respectiv atunci când o firmă care activează singură pe piața în cauză poate să profite din plin de puterea ei față de distribuitorii și consumatorii bunurilor sau serviciilor pe care le furnizează. Un monopolist poate să hotărască prețul de vânzare care să-i aducă cel mai mare profit fără a fi scos de pe piață prin competiție.

În scopul de a dobândi o poziție dominantă pe piață, o întreprindere are două posibilități:

- 1) fie încercă să devină cea mai puternică sau unica întreprindere care aprovizionează piața, prin utilizarea unor practici anticoncurențiale care să-i sporească puterea pe piață;
- 2) fie încheie înțelegeri cu concurenții existenți (cei care vând același produs sau prestează același serviciu): înțelegeri de fixare a prețului și împărțire a piețelor²⁸.

Articolul 81 din Tratatul de la Amsterdam individualizează patru tipuri principale de înțelegeri sau aranjamente între firme, care se consideră că încalcă prevederile Tratatului, deși nu este exclusă posibilitatea includerii și altor tipuri de aranjamente similare:

- prima categorie cuprinde acele înțelegeri sau practici concertate între firme ce conduc direct sau indirect la fixarea prețurilor de vânzare sau de cumpărare, a tarifelor, rabaturilor, adaosurilor, precum și a altor condiții de comercializare inechitabile. Chiar dacă înțelegerea nu are ca scop fixarea prețului, ea poate intra sub incidența acestui articol, dacă se constată că indirect a acționat asupra modului de formare a prețurilor și a afectat în acest sens concurența.
- a doua categorie de practici considerate neloiale este reprezentată de orice înțelegere sau aranjament care poate avea ca scop limitarea sau controlul producției, pieței, dezvoltării tehnologice sau investițiilor. Cel mai des întâlnit caz este cel al cartelurilor, în special în comerțul internațional, deoarece în mod frecvent producătorii consacrați încercă să împiedice concurenții să pătrundă pe o piață deja cucerită. Această categorie a fost chiar extinsă de către Comisie pentru a include și situațiile în care nu se furnizează informațiile necesare pentru a anticipa un comportament nonconcurențial.
- a treia categorie de practici se referă la aranjamentele care duc la partajarea piețelor de desfacere sau a surselor de aprovizionare, pe criteriul teritorial, al volumului de vânzări și achiziții sau pe alte criterii. Au existat numeroase exemple de asemenea aranjamente depistate și sancționate de către Comisie, întrucât producătorii independenți au încercat de multe ori ca prin aceste mijloace să-și fidelizeze clienții și să-și creeze piețe artificial sigure.
- realitatea confirmă existența unei a patra categorii de practici incriminate de aceste prevederi sub forma aplicării față de partenerii de tranzacții a unor condiții inegale, a unor clauze contractuale prin care sunt impuse obligații complementare, care nici prin natura lor, nici conform uzanțelor comerciale nu au legătură cu obiectul acelor contracte. Aplicarea unor

²⁸ Tatiana Moșteanu, Concurența. Abordări teoretice și practice, Editura Economică, București, 2000, p.181.

termeni și condiții diferite la achiziția aceluiași produs poate împiedica practicile „achizițiilor legate”.

3.2. Abuzul de poziție dominantă

Restrângerea, distorsionarea sau împiedicarea concurenței se realizează cel mai adesea prin înțelegeri sau aranjamente între firme independente. Aceleași efecte negative le pot avea și anumite acțiuni întreprinse de o singură firmă care profită de poziția sa de monopol sau cvasimonopol pentru a restrânge concurența pe o anumită piață. Aceste observații sunt reglementate prin articolul 82 din Tratatul de la Amsterdam, care prevede sancționarea acțiunilor unei firme care caută să „*obțină avantaje suplimentare datorită poziției sale dominante pe piața comunitară sau pe o parte substanțială a acesteia*”.

Articolul 82 introduce două concepte noi, care, deși sunt foarte importante, nu și-au găsit o definiție clară nici în prevederile Tratatului, nici în practica Comisiei sau a Curții Europene de Justiție:

- primul concept este cel de „poziție dominantă”. Determinarea poziției dominante se face luând în considerare mai multe criterii, cum ar fi: cota de piață, gradul de integrare pe verticală, structura sau concentrarea pieței, barierele la intrarea pe piață, importanța rețelei de comercializare, avansul tehnologic, situația concurenților;
- cel de-al doilea concept este cel de „abuzul de poziție dominantă”. Aici nu poziția dominantă este incriminată, ci practicile abuzive. Articolul 82 propune o listă întreagă de practici abuzive, printre care se pot enumera:
 - impunerea, în mod direct sau indirect, a prețurilor de vânzare sau de cumpărare;
 - limitarea producției, a distribuției sau a dezvoltării tehnologice în detrimentul consumatorilor;
 - condiționarea încheierii unor contracte de acceptarea de către parteneri a unor clauze stipulând prestații suplimentare, care nu au legătură cu obiectul contractului;
 - practicarea unor prețuri excesive sau a unor prețuri de dumping, sub costuri, în scopul înlăturării concurenței;
 - refuzul de a trata cu anumiți beneficiari sau refuzul de a oferi anumite servicii.

În economia modernă există numeroase cazuri când mari companii domină piața. Acest fapt nu este disfuncțional dacă poziția dominantă se bazează pe posibilitățile și competitivitatea lor superioare în raport cu concurenții. Ceea ce trebuie însă evitat este abuzul de poziție dominantă care poate afecta comerțul între statele membre.

3.3. Impactul practicilor anticoncurențiale asupra comerțului internațional

Acest impact se axează, în linii generale, pe următoarele patru categorii:

- ❖ Practici care afectează accesul importurilor pe piață. Acestea au în vedere:
 - cartelurile interne privind importurile;
 - cartelurile internaționale care și-au împărțit piețele naționale între participanți;
 - obstrucționarea irațională a importurilor paralele;
 - controlul asupra facilităților de import.
- ❖ Practici care afectează piețele internaționale și, în mod egal, diverse țări. În această categorie, un exemplu tipic îl constituie cartelurile internaționale din anumite sectoare ale serviciilor, cum sunt transporturile maritime internaționale sau serviciile financiare. În aceste cazuri comerțul cu servicii se restrânge, concomitent cu creșterea prețurilor la serviciile exportate și cu introducerea altor distorsiuni.
- ❖ Practici cu impact diferențiat asupra piețelor naționale. Printre victimele cartelurilor de export se află și țările în curs de dezvoltare care importă mașini sau bunuri de consum. Întrucât aceste țări nu insistă asupra înregistrării acestor carteluri, ele sunt complet ignorate. Trebuie reținut faptul că incidența acestor cazuri poate fi atenuată în țări care utilizează standarde pri-

vind satisfacerea consumatorului, față de cele care promovează standardele de bunăstare generală.

❖ Factori de facilitare a practicilor anticoncurențiale care afectează comerțul. Acești factori includ politicile și măsurile guvernamentale care pot facilita sau afecta practicile anticoncurențiale sau pot submina potențialele beneficii ale liberalizării comerțului:

- existența sau inexistența unei legislații și politici bine structurate de protecție a concurenței;
- excepțiile reglementare sau regimurile de reglementare a protecției care acoperă conduita în domeniu;
- existența altor politici guvernamentale care încurajează sau sancționează conduita anticoncurențială;
- lipsa de reglementări eficiente care guvernează accesul la facilități esențiale, în contextul dereglementării.

Eradicarea practicilor anticoncurențiale ale firmelor ar putea constitui o reală problemă în condițiile în care fostele firme de stat au fost privatizate fără să se fi adoptat măsuri privind limitarea poziției lor pe piață.

Bibliografie

1. Tiberiu Cristian - *Economie europeană-note de curs*, Editura Avrănescu Carminis, Pitești, 2006.
2. Tatiana Moșteanu - *Concurența. Abordări teoretice și practice*, Editura Economică, București, 2000.
3. Petre Prisecaru - *Politici comune ale Uniunii Europene*, Editura Economică, București, 2004.
4. Marius Profiroiu, - *Politici europene*, Editura Economică, București, Irina Popescu 2003.
5. Dan Voiculescu - *Competiție și competitivitate*, Editura Economică, București, 2001.
6. *** - www.cofinantare.ro.
7. *** - www.competition.ro.

ȚINTIREA INFLAȚIEI ȘI COMPROMISURILE ÎN DOMENIUL POLITICILOR MACROECONOMICE

student: Mariana - Gabriela RADU

coordonator: prof. univ. dr. Emilia UNGUREANU

Abstract

The achievement of the central bank of an intuitive inflation is essential in an inflation target regime, due to the anticipative character of such a political monetary strategy. The processing of a satisfactory intuition depends on the existence of some consistent historical series to allow the estimation of some established relations between the inflation and the others macro economical variables. It is necessary the existence of a good knowledge of the transmission mechanism of the monetary politics impulses and of some financial markets able to supply, in due time, correct information to the central bank, as an answer to its actions.

The analyze of the recent evolutions from the bank market pointed out an deflation tendency of the capacity offered at BNR auctions of extraction of the liquidity excess in lei. This tendency it is justified in the measure in which the bank market validates the internal inflation evolution and it is positioned on consistent landings with the next stage of the liberalization of the capital transactions. Although, taking into account the necessity of maintaining the consistency with the next stage of the liberalization of the capital transactions, The Administration Council decided to keep a cautious approach in reducing the interest rate of monetary politics, which was established at 14.5 %, following that the interest approach between the monetary politic and the one validated on the market to take place step by step, as the disinflation process and the mix of the economic politics adopted by the authorities will get to the established objectives.

Țintirea nivelului prețurilor

Amendamentul din 1997 la Legea Rezervei Federale stipulează “ stabilitatea prețurilor”, și nu stabilitatea inflației ca unul dintre obiectivele inflației. Dacă nivelul prețurilor crește mai mult într-un anumit an, politica de țintire a inflației are drept scop reducerea inflației la nivelul țintă. Spre deosebire de aceasta, o politică de țintire a nivelului prețurilor vizează reducerea nivelului prețurilor pentru ca acestea să revină la nivelul anterior. Diferența dintre țintirea inflației și țintirea nivelului prețurilor constă în faptul că în condițiile țintirii inflației, rata inflației este readusă la nivelul 0. Politicile reduc inflația la nivelul 0, însă nu vor fi încercări de a readuce nivelul prețurilor la valoarea inițială.

Deflația și rata nominală a dobânzii egală cu zero

În anii 1970 și 1980, inflația părea să constituie o problemă de nesoluționat. Cele mai multe țări au reușit să reducă în cele din urmă inflația, însă numai în condițiile creșterii nejustificate a șomajului. În prezent, situația este cu totul diferită.

Credibilitatea

Noțiunile de credibilitate și reputație ocupă un rol important în discuțiile referitoare la politica monetară. Politicile de reducere a inflației generează costuri în termenii producției și a creșterii ratei șomajului.

În cele din urmă, economia revine la nivelul ocupării depline, cu un nivel mai redus al inflației, însă costurile, în termenii creșterii ratei șomajului pot fi considerabile. Cei mai mulți susținători ai țintirii inflației sunt de părere că stabilirea de ținte explicite referitoare la inflație și realizarea acestora permit creșterea credibilității băncii centrale.

Compararea scenariului de bază cu modelul alternativ privind observarea evoluției mărimilor macroeconomice la nivel agregat

Ipotezele de bază ale *scenariului de bază* sunt următoarele:

Politica fiscală:

- menține ratele actuale de impozitare și structura actuală a cheltuielilor bugetare, cu mici excepții;
- este luată în calcul o capacitate crescută de colectare a veniturilor, din 2003;
- sunt crescute ușor ponderile cheltuielilor cu educația, asistența socială sănătate, cercetare- dezvoltare, apărarea în cheltuielile bugetare, în detrimentul altor categorii;
- cadă ponderea veniturilor bugetare în PIB crește, sunt crescute investițiile guvernamentale.

Politica monetară:

- Ușor restrictivă, dobânzile reale pozitive, mici;
- intervenție ușoară de depreciere a cursului de schimb, pentru a evita efectele asupra deficitului comercial generate de tendința normală de apreciere reală.

Fluxuri de capital financiar:

- investițiile străine, directe își cresc ușor ponderea în total investiții, în perioada 2002-2004, trecând peste pragul de 10% în fiecare an, (15% în 2004);
- veniturile din privatizare încep să se reducă gradual începând cu 2004;
- creditele nerambursabile externe condiționează necesitatea unor investiții guvernamentale „pereche” (partea română de cofinanțare a proiectelor de investiții).

Transferurile nerambursabile dinspre Uniunea Europeană ating următoarele ponderi în produsul intern brut al României: 1,5% în anul 2001, 2% pe an în perioada 2002- 2005, 2,5% pe an în 2006-2007, respectiv 3% după perioada 2008.

Spre deosebire de scenariul de bază, *scenariul alternativ* presupune inconsistența programului de preaderare având efectul final de neatingere a scopului de integrare în Uniunea Europeană, datorită pierderii credibilității decidenților politici români, atât pe plan intern, cât și pe plan internațional.

Tabelul nr.1. Produsul intern brut pe latura cererii (ritmuri anuale de creștere, prețuri constante ale anului 1990- %)

Anul		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
PIB	SB	4,39	3,93	4,18	4,76	4,19	2,81	2,60	2,52
	SA	4,05	4,04	3,68	3,81	1,10	1,41	1,95	1,60
Consum privat	SB	2,78	4,45	3,89	5,35	1,18	1,95	2,83	2,27
	SA	3,35	3,72	3,42	3,57	0,22	1,64	2,17	1,37
Consum public	SB	-2,80	-7,69	4,17	7,00	2,80	-0,17	2,83	4,11
	SA	-7,48	1,67	4,28	6,48	3,65	-1,41	0,57	0,78
Formarea brută de capital fix	SB	9,25	11,64	11,37	11,49	8,40	7,83	6,70	5,04
	SA	8,75	7,90	7,49	2,28	2,61	6,96	5,67	4,05
Exporturi	SB	7,27	8,39	8,63	9,04	5,28	3,52	5,45	6,04
	SA	6,24	7,31	7,19	5,62	1,24	2,60	3,94	3,87
Importuri	SB	3,74	9,02	8,98	11,06	5,86	2,91	4,96	5,81
	SA	3,15	7,14	7,47	4,33	2,06	1,63	2,84	2,72

Notă: SB - scenariul de bază; SA - scenariul alternativ

Sursa: Tribuna economică, nr 19, pagina 27

Diferențele principale față de ipotezele scenariului de bază sunt prezentate în continuare:

- creșterea prețurilor petrolului pe plan internațional, cu 20% în 2002, față de 4% în scenariul de bază;
- menținerea fluxurilor anuale de ISD la nivel constant în total investiții (8-10%);
- neintervenție asupra cursului de schimb, lăsat să floteze liber sub influența deficitului comercial și a intrărilor de capital;
- politica de creștere a rezervelor valutare ale BNR mai puțin accentuată;
- reducerea transferurilor destinate României, provenite din Uniunea Europeană la un nivel situat la jumătate din cel presupus în scenariul de bază.

Rezultatele rulării celor două scenarii sunt prezentate în tabelul 1:

Din studierea tabelului de mai sus rezultă anumite concluzii clare privind superioritatea scenariului de bază, din punct de vedere al potențialului de creștere economică a României în perioada de prognoză.

Tabelul nr.2. Alți indicatori macroeconomici - scenarii alternative pentru economia României, 2001-2008

Anul		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Deflator PIB (% anuală)	SB	28,63	27,16	12,92	12,42	7,28	8,9	8,3	7,6
	SA	32,2	23,3	23	11,7	8,9	9,0	8,4	7,8
Rata inflației (% anuală)	SB	30,33	23,16	13,33	11,78	9,33	8,9	8,3	7,6
	SA	32,9	23,3	12,4	11,8	8,9	9,0	8,5	7,9
Deficitul bugetar (% în PIB)	SB	-3,73	-3,48	-3,77	-4,22	-5,51	-6,8	-7,7	-8,6
	SA	-3,0	-3,6	-4,0	-4,6	-6,0	-7,5	-8,7	-10,0
Nivelul cheltuielilor bugetare în PIB (% în PIB)	SB	35,8	35,5	36,2	36,9	38,3	39,7	41,2	42,5
	SA	35,9	35,6	36,6	37,4	39,0	40,6	42,4	44,2

Sursa: Tribuna Economică, nr 19, pag 27

În tabelul nr.2 sunt prezentate rezultatele rulării scenariilor prin prisma deficitului brut înregistrat sau a evoluției principalelor prețuri din economie, inclusiv a cursului de schimb.

Concluzionându-se, se pot enunța următoarele referitoare la scenariile considerate, din punct de vedere al performanțelor lor macroeconomice la nivelul agregat al întregii economii: Pe termen mediu, pe perioada preaderării (2001- 2007), economia României se poate dezvolta sustenabil și într-un ritm care să-i permită reducerea decalajului față de Uniunea Europeană doar în cazul scenariului care presupune respectarea strictă a politicilor economice consistente impuse de Programul Economic de Preaderare, deci în cazul atingerii dezideratului de integrare europeană.

Pe termen lung, continuarea premiselor din scenariul alternativ, care conduce la imposibilitatea integrării în Uniunea Europeană, va anula practic șansele de dezvoltare economică durabilă pentru România.

2. PRECONDIȚII DE TRECERE LA UN REGIM DE ȚINTIRE A INFLAȚIEI

Cerințe instituționale

Angajamentul instituțional față de stabilitatea prețurilor presupune ca politici monetare să-i fie acordat un mandat clar prin care acest obiectiv să aibă un caracter fundamental și prioritate în fața altor obiective, precum creșterea economică, competitivitatea externă sau majorarea gradului de ocupare a forței de muncă.

Independența băncii centrale în utilizarea instrumentelor

Regimul de țintire directă a inflației presupune un grad sporit de independență a băncii centrale în conducerea politicii monetare. În plan instituțional, aceasta implică existența unei legi care să statueze independența consiliului de administrație al băncii centrale (numit pe termen lung și protejat de revocări arbitrare) față de guvern și să acorde băncii centrale controlul exclusiv și complet în alegerea și aplicarea instrumentelor de politică monetară.

Armonizarea politicii monetare cu politica fiscală

Independența *de facto* a băncii centrale – definită prin libertatea de a utiliza instrumentele de care dispune în maniera pe care o consideră potrivită pentru atingerea obiectivului său – este restrânsă de prezența dominanței fiscale, care distorsionează eficiența măsurilor de politică monetară. Atât timp cât politica monetară operează într-un mediu în care avantajul primei mișcări revine politicii fiscale, câmpul de acțiune al băncii centrale este sensibil îngustat (Niepelt, 2008).

Independența acesteia este deplină doar în condițiile în care cadrul operațional asigură primordialitatea țintei de inflație asupra obiectivelor de natură fiscală. Într-un astfel de context, politica fiscală este cea care trebuie să-și ajusteze comportamentul astfel încât să nu periclitizeze obiectivul de inflație, ceea ce este echivalent cu absența oricăror simptome de dominanță fiscală:

- (i) finanțarea deficitului public direct de către banca centrală sau de către sistemul bancar să fie redusă sau chiar inexistentă,
- (ii) guvernul să nu depindă de veniturile din senioraj,
- (iii) piețele financiare interne să fie suficient de dezvoltate pentru a permite tranzacționarea instrumentelor de îndatorare publice sau private,
- (iv) nivelul datoriei publice să fie sustenabil.

Dacă aceste condiții nu sunt îndeplinite, persistența dezechilibrelor fiscale va genera presiuni inflaționiste ce vor submina eficacitatea politicii monetare în atingerea oricărei ținte nominale, impunându-i o atitudine acomodativă. Masson *et al.* (1998) consideră că într-o țară în care se înregistrează pe o durată de 3-5 ani rate anuale ale inflației de 15-20%, politica monetară și cea fiscală sunt practic inseparabile, banca centrală neputând realiza singură reducerea semnificativă și durabilă a inflației.

Consolidarea fiscală necesară implementării unui regim de țintire directă a inflației depinde însă esențial de existența disciplinei fiscale. Manifestată prin neplata obligațiilor față de stat sau acceptarea unei politici salariale laxe la nivelul companiilor de stat cu pierderi, indisciplina fiscală contribuie la escaladarea deficitelor bugetare dincolo de limite sustenabile; imperativul finanțării acestora surclasează obiectivul inflației și pune sub semnul întrebării principala condiție a funcționării regimului de *inflation targeting*²⁹.

Un sistem financiar bine dezvoltat

Subdezvoltarea piețelor de capital accentuează efectele dominanței fiscale. Economiiile cu dificultăți în accesarea piețelor internaționale de capital, care au un nivel scăzut de economisire și un sistem financiar lipsit de adâncime, limitează posibilitățile guvernului de a se împrumuta pe piața internă, seniorajul și alte forme de reprimare financiară fiind singurele opțiuni. În aceste condiții, piețele financiare nu pot furniza informații privind anticipațiile inflaționiste pe termen mediu, informații necesare băncii centrale pentru elaborarea strategiei de țintire directă a inflației, iar instituțiile de intermediere financiară, care în general au o aversiune puternică față de inflație și de politicile inflaționiste, nu au forța să exercite presiuni

²⁹ Caiete de studii nr 10, Țintirea directă a inflației- o nouă strategie de politică monetară, BNR, pg. 7

asupra autorităților pentru respectarea angajamentelor luate, în cazul în care politicile implementate tind să devieze de la obiectivul de inflație stabilit. Fragilitatea sistemului bancar reprezintă, de asemenea, un factor de risc pentru reușita unei strategii de țintire directă a inflației, crescând posibilitatea ca banca centrală să sacrifice obiectivul de inflație pentru a evita o criză de sistem.

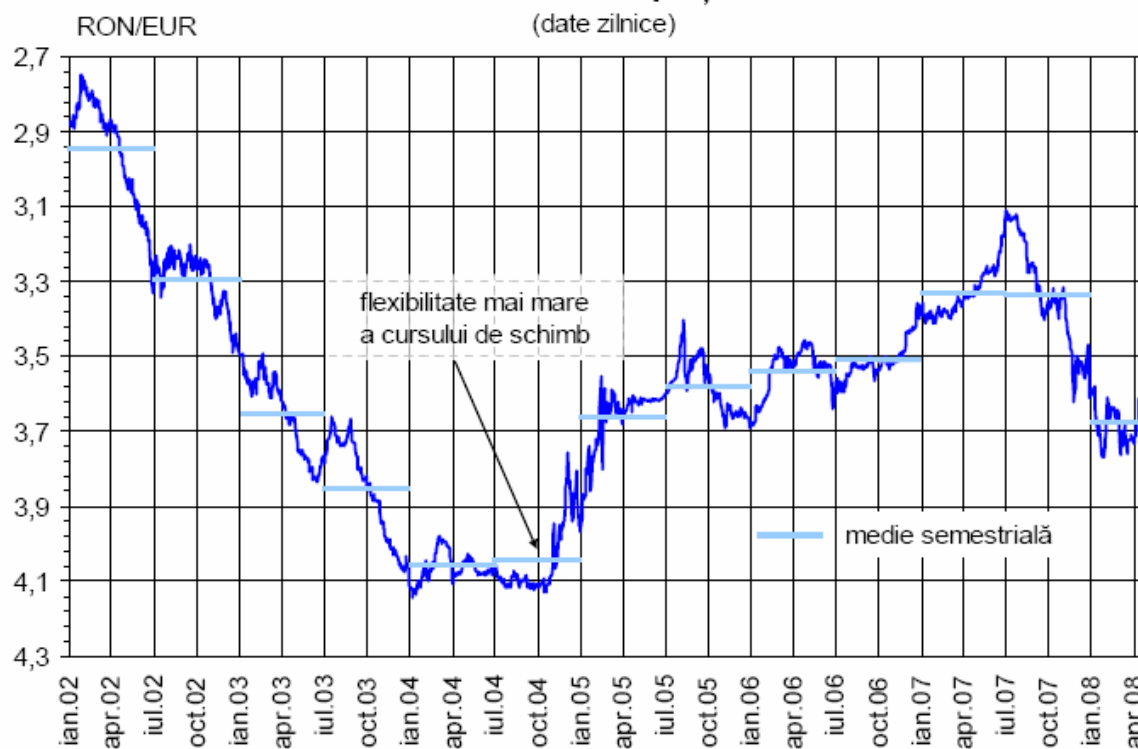
Cu toate acestea, experiența recentă a unor țări cu economie în dezvoltare sau în tranziție demonstrează că implementarea țintirii inflației este compatibilă și cu un stadiu mai puțin avansat de maturizare a piețelor financiare. Prin prisma acestor experiențe, existența unui sistem financiar dezvoltat constituie un factor care facilitează implementarea țintirii inflației, fără să fie însă o condiție *sine qua non*.

Curs de schimb flexibil

Un aspect suplimentar ce poate ridica serioase probleme strategiei de țintire directă a inflației este fenomenul de dolarizare ce caracterizează, în mai multe cazuri, piețele emergente.

Flexibilitatea cursului de schimb nominal este o cerință a regimului de *inflation targeting* ce derivă din asumarea ca obiectiv prioritar a țintei de inflație. Riscurile asociate nu sunt însă neglijabile în condițiile în care deprecierea abruptă poate determina creșterea poverii datoriei denominate în dolari, iar aprecierea monedei poate produce deteriorarea balanței comerciale. În acest context, implementarea țintirii directe a inflației în economii parțial dolarizate trebuie precedată de introducerea unor reglementări prudențiale stricte și a unei supravegheri eficiente a instituțiilor financiare care să asigure capacitatea sistemului de a absorbi șocurile cursului de schimb.

Cursul de schimb al pieței valutare



Sursa: Banca Națională a României

Transparență și responsabilitate

Transparența politicii monetare este extrem de utilă unei bănci centrale cu o orientare ferm antiinflaționistă. Dacă banca este consecventă în conduita antiinflaționistă, comunicarea publică a obiectivelor, instrumentelor, procedurilor, deciziilor și prognozelor sale îi întărește credibilitatea, concomitent cu sporirea gradului de responsabilitate în fața publicului.

Atingerea repetată a țintelor anunțate generează câștiguri reputaționale, sprijinul publicului pentru independența băncii centrale majorându-se chiar și în absența unui cadru formal riguros de evaluare a performanțelor acesteia.

Anunțarea explicită a unei ținte numerice de inflație diminuează riscul de inconsistență dinamică pe două căi:

(a) pe de o parte, comunicarea țintei este echivalentă cu a încredința băncii centrale un mandat pentru utilizarea în acest scop a instrumentelor de politică monetară, atât piețele, cât și mediile politice fiind conștiente că obiectivele pe termen scurt (creșterea economică, reducerea șomajului) nu vor prevala în fața celui privind inflația;

(b) pe de altă parte, asumarea publică a țintei de inflație întărește capacitatea băncii centrale de a rezista eventualelor presiuni politice privind promovarea unei politici monetare expansioniste.

Cerințe tehnice

Dincolo de cerințele instituționale, adoptarea unui regim de țintire directă a inflației presupune rezolvarea unor aspecte de ordin tehnic:

- alegerea unui indice de prețuri adecvat (reprezentativ pentru puterea de cumpărare a banilor și ușor de înțeles de către public);
- stabilirea explicită a unei ținte cantitative, a intervalului de fluctuație acceptat și a orizontului de timp în care se va urmări atingerea obiectivului;
- construirea de către banca centrală a unui model performant de prognoză a inflației.

Alegerea unui indice de prețuri adecvat

Alegerea indicelui de prețuri în funcție de care se stabilește ținta de inflație depinde de caracteristicile metodologice ale calculării indicelui prețurilor de consum și de sensibilitatea acestuia la șocurile din partea ofertei. Cel de-al doilea criteriu este cu atât mai important în țările în tranziție care urmăresc implementarea unui regim de *inflation targeting* în care incidența prețurilor administrate asupra nivelului general al prețurilor este ridicată. În aceste condiții, aplicarea unei strategii de țintire directă a inflației impune fie o foarte bună comunicare între autoritățile monetare și cele fiscale în ceea ce privește momentul și magnitudinea modificării prețurilor controlate, fie eliminarea efectului acestora asupra indicelui-țintă.

În încercarea de a decela influența factorilor nemonetari, multe dintre țările care practică țintirea directă a inflației își definesc obiectivul la nivelul inflației de bază, elementele excluse din IPC-ul total diferind de la un caz la altul.

Decizia de stabilire a obiectivului la nivelul inflației de bază trebuie să țină totuși cont de faptul că o astfel de metodologie nu este ușor de înțeles și de asimilat de către publicul larg; prin urmare, punerea în practică a deciziei ar trebui precedată de o campanie de informare prin care să se asigure transparența obiectivului și sprijinul publicului pentru noua strategie.

Intervalul de fluctuație și orizontul țintei

a) **Lărgimea benzii-țintă.** Nevoia de a specifica lărgimea benzii rezultă din controlul imperfect al politicii monetare asupra ratei inflației. Ca urmare a *lag*-urilor lungi și variabile ale mecanismului de transmisie a politicii monetare, precum și a capacității imperfecte de a

prognoza inflația, nu este posibilă o restricționare a variabilității inflației sub anumite niveluri. De asemenea, banda este necesară menținerii unei anumite flexibilități a politicii monetare în ceea ce privește reacția la șocurile pe termen scurt.

Alegerea dimensiunii benzii-țintă reflectă un compromis între anunțarea unei benzi înguste, cu riscul de a o depăși ocazional, și anunțarea unei benzi largi, care poate fi percepută ca o atitudine prea relaxată a politicii monetare. O bandă îngustă denotă o poziție fermă a băncii centrale în respectarea obiectivului de stabilitate a prețurilor, dar se poate dovedi dificil de implementat în practică, cu repercusiuni asupra credibilității autorității monetare. Pe de altă parte, adoptarea unei benzi înguste are beneficiul accentuării responsabilității pe termen scurt a băncii centrale în atingerea țintei de inflație, dar poate induce instabilitate la nivelul instrumentelor de politică monetară – pentru obținerea unui efect dat asupra ratei inflației, cu cât este mai scurt orizontul de timp, cu atât crește amplitudinea intervenției.

Există trei considerente pentru care țintele de inflație se stabilesc pe baza indicelui prețurilor de consum (sau derivate ale acestuia) și nu pe baza deflatorului PIB:

- (i) publicul larg este familiarizat cu IPC și mai puțin cu deflatorul PIB,
- (ii) datele privind evoluția IPC sunt disponibile în timp util și
- (iii) nu sunt supuse revizuirilor.

Fluctuațiile bruște ale ratei dobânzii sunt de natură a destabiliza piețele financiare, în pofida menținerii țintei de inflație în banda prestabilită. Analog, frecvența ridicată a mișcărilor cursului de schimb provoacă o stare conflictuală între obiectivul de stabilitate a prețurilor pe termen scurt și menținerea țintei de inflație pe termen mediu, precum și o mișcare nedorită asupra cererii interne.

Lărgimea benzii-țintă (sau chiar existența acesteia) reprezintă o diferență majoră între regimurile de țintire a inflației adoptate în diferite țări. În ceea ce privește țările din Europa Centrală și de Est care au adoptat o strategie de țintire directă a inflației, majoritatea și-au definit obiectivul în termeni de bandă, dimensiunea acesteia fiind gradual restrânsă pe măsura progresului înregistrat pe linia dezinflației (de exemplu, Cehia a început, în 1998, cu o bandă de $\pm 0,5$ puncte procentuale față de o țintă de 6%, pentru ca în anul 2000 intervalul de fluctuație să fie îngustat la ± 0 , puncte procentuale față de ținta de 4,5%).

b) Orizontul de timp. Stabilirea orizontului țintei depinde esențial de nivelul inițial al inflației și de durata mecanismului de transmisie. În Canada și Noua Zeelandă, de exemplu, autoritățile au beneficiat de o perioadă de grație de 18 luni pentru atingerea țintei inițiale. Următoarele ținte au fost fixate la intervale mai scurte (12 luni), dar o dată ce inflația a fost redusă la un nivel acceptabil pe termen lung, ambele țări au stabilit că obiectivul va fi urmărit prin asigurarea încadrării în bandă, în orice moment, pe un orizont de 5 ani.

În mod similar, Strategia de Politică Monetară pe termen mediu a Poloniei fixează orizontul de atingere a țintelor de inflație, dar precizează că acesta va fi extins pe măsură ce va crește perioada de reacție a economiei la acțiunile băncii centrale (pe fondul unei inflații scăzute și al diversificării piețelor financiare).

Capacitatea de prognozare a inflației

Realizarea de către banca centrală a unei prognoze de inflație este esențială într-un regim de țintire a inflației, dat fiind caracterul anticipativ al unei astfel de strategii de politică monetară. Elaborarea unor prognoze satisfăcătoare depinde însă de existența unor serii istorice consistente care să permită estimarea unor relații stabile între inflație și celelalte variabile macroeconomice. Este necesară existența unei bune cunoașteri a mecanismului de transmisie a impulsurilor politicii monetare și a unor piețe financiare capabile să furnizeze, în timp util, informații corecte băncii centrale, ca răspuns la acțiunile acesteia.

De asemenea, pentru a nu dobândi un caracter recursiv, prognozele efectuate în cadrul băncii centrale nu trebuie să încorporeze anticipațiile privind acțiunile sale pe care se bazează

prognozele realizate de alte instituții. Țintirea directă a inflației se reduce practic la a asigura ancorarea anticipațiilor în interiorul benzii-țintă, ceea ce înseamnă că banca centrală trebuie să reacționeze la decalajul dintre proiecția de inflație și țintă înainte ca presiunile inflaționiste să devină vizibile.

Consiliul de Administrație al BNR a hotărât reducerea ratei dobânzii de politică monetară la nivelul de 14,5 %. Consiliul de Administrație al Băncii Naționale menține ținta de inflație de 7% pentru anul 2005, reiterând și trecerea până la 30 iunie la etapa următoare a liberalizării contului de capital, în pregătirea aderării la Uniunea Europeană.

În ședința din 12 martie 2005, Consiliul de Administrație al Băncii Naționale a României a analizat evoluțiile recente din economia reală și din sectorul financiar și monetar, precum și perspectivele acestora pentru anul în curs. În mod deosebit au fost abordate evoluțiile legate de ultimele etape de liberalizare a contului de capital și implicațiile acestora asupra situației macroeconomice în general și asupra pieței financiare românești în special.

Analiza a reliefat cu deosebire consolidarea procesului de dezinflație. Creșterea prețurilor în luna februarie a fost de 0,6%, ceea ce menține rata cumulată a inflației pe 12 luni sub 9%. Efectele remanente ale majorării deficitului bugetar în lunile noiembrie și decembrie 2004, creșterea accentuată a veniturilor disponibile ale salariaților și societăților comerciale în ultimele luni, precum și tendința de scădere nominală a dobânzilor la depozite bancare au fost compensate de performanța bună a bugetului consolidat în primele luni ale anului, de creșterea producției, a productivității muncii, precum și de tendința de apreciere a cursului valutar. În acest context, în urma consultărilor tehnice cu reprezentanții Comisiei Europene, care au avut loc la Bruxelles, la 10 martie, Consiliul de Administrație al Băncii Naționale a definit conținutul măsurilor de salvagardare ce pot fi impuse în cadrul procesului de finalizare a liberalizării progresive a tranzacțiilor de capital, acestea urmând a fi transpuse în reglementări ale BNR. Măsurile de salvagardare ar putea fi activate în situația apariției unor fluxuri excesive de capital pe termen scurt, dacă magnitudinea lor ar genera dezechilibre ale balanței de plăți sau ar conduce la perturbări severe ale politicii monetare și de curs, reflectate în special în variații substanțiale ale lichidității interne.

Analiza evoluțiilor recente de pe piața bancară a reliefat o tendință de scădere a randamentelor oferite la licitațiile BNR de atragere a excesului de lichiditate în lei. Această tendință se justifică în măsura în care piața bancară validează evoluția inflației interne și se poziționează pe paliere consistente cu etapa următoare a liberalizării tranzacțiilor de capital.

Totuși, având în vedere necesitatea menținerii consistenței între politica monetară antiinflaționistă și liberalizarea tranzacțiilor de capital, Consiliul de Administrație a decis să păstreze o abordare prudentă în reducerea ratei dobânzii de politică monetară, pe care a stabilit-o la 14,5%, urmând ca apropierea dintre dobânda de politică monetară și cea validată de piață să se producă treptat, pe măsură ce procesul de dezinflație și mix-ul de politici economice adoptate de autorități vor ajunge la obiectivele stabilite.

Bibliografie:

- Ciupagea C. (coordonator), Țurlea ., Țurlea C., Unguru M., Gheorghiu D. - „Procese definitorii și tendințe în integrarea economică europeană. Strategii de dezvoltare economică a României în perspectiva integrării în Uniunea Europeană.”, 2003, „Studii și cercetări economice”, Colecția Biblioteca Economică, vol. 8
- Dăianu Daniel, „ Țintirea inflației în 2005”, revista Piața Financiară nr. 7-8/ , Editura Economică 2004
- Isărescu Mugur, „ Reflecții economice”, Academia Română, București, 2001

REGATUL UNIT AL MARII BRITANII ȘI AL IRLANDEI DE NORD

**Studenti: Cioacă Mihaela Doriana
Matei Floricuța Georgeta**

Îndrumător: Lect. univ. dr. Tiberiu Avrămescu

Abstract

The United Kingdom is one of the world's most globalised countries, ranking fourth. The capital, London, is one of the three major financial centres of the world, along with New York City and Tokyo.

The economy of the United Kingdom is the fifth largest in the world in terms of market exchange rates and the sixth largest by purchasing power parity (PPP). It is the second largest economy in Europe after Germany's.

The British economy has in recent years seen the longest period of sustained economic growth for more than 150 years, having grown in every quarter since 1992. It is one of the strongest EU economies in terms of inflation, interest rates and unemployment, all of which remain relatively low. Consequently, the United Kingdom, according to the International Monetary Fund, now has the seventh highest level of GDP per capita in the European Union in terms of purchasing power parity, after Luxembourg, Ireland, the Netherlands, Denmark, Austria and Finland.

Modul de organizare a statului

Forma de guvernământ: Regatul Unit este o monarhie constituțională, în care puterea executivă este atribuită Guvernului ("Guvernul Majestății Sale") și provine de la Parlament. Primul ministru este șeful Guvernului și este responsabil în fața Camerei Comunelor, camera inferioară a Parlamentului. Acest sistem de guvernare a fost emulat și în alte părți ale lumii și este cunoscut sub numele de *modelul Westminster*.

Miniștrii Guvernului sunt aleși dintre membrii Camerei Comunelor, deși unii provin și din Camera Lorzilor. Miniștrii sunt învestiți cu putere executivă dar și legislativă. Primul-ministru este în general șeful partidului cu cei mai mulți reprezentanți în Camera Comunelor. Actualul Prim-ministru este Gordon Brown, șeful Partidului Laburist, în funcție din 27 iunie 2007. Primul-ministru și Cabinetul său sunt formal numiți în funcție de către monarh pentru a forma "Guvernul Majestății Sale". Totuși, prim-ministrul alege cabinetul, iar prin convenție, Regina aprobă hotărârea acestuia. Guvernul are în subordine următoarele ministere: Ministerul pentru Cultură, Presă și Sport, Ministerul Educației, Ministerul pentru Mediu, Alimentație și Probleme Rurale, Ministerul Sănătății, Ministerul pentru Dezvoltare Internațională, Ministerul pentru Comerț și Industrie, Ministerul Transporturilor, Ministerul Afacerilor Externe, Ministerul Finanțelor, Ministerul de Interne, Ministerul pentru Afaceri Constituționale, Ministerul Apărării, Ministerul Muncii și Pensiilor.

Constituția Regatului Unit guvernează cadrul legal și consistă în cea mai mare parte din surse scrise, inclusiv acte emise de parlament, precedente judiciare și tratate internaționale. Deoarece nu există nici o diferență între ordonanțele comune și legi considerate a fi "legi constituționale", Parlamentul britanic poate face o reformă constituțională prin simpla emitere a unei legi și astfel are puterea de a schimba sau aboli aproape orice element scris sau nescris al Constituției. Regatul Unit este una dintre cele trei țări actuale care nu au o Constituție codificată într-un document fundamental (celelalte două fiind Noua Zeelandă și Israelul).

Suveranul are teoretic puteri largi, însă în practică îndeplinește doar funcții ceremoniale. Suveranul este cel care promulgă legile emise de Parlament. De asemenea el deschide în fiecare an sesiunea Parlamentului cu așa-numitul Mesaj al Coroanei, care este de fapt un program de guvernare. Suveranul Regatului Unit este monarh de drept și în alte 15 țări ale Commonwealth-ului.

Actualul suveran al Regatului Unit este Regina Elisabeta a II-a, care a urcat pe tron în 1952 și a fost încoronată în 1953.

Parlamentul este instituția legislativă națională a Regatului. Este compus din două Camere: Camera Comunelor, cu membri aleși, și Camera Lorzilor, ai cărei membri sunt în general numiți. Camera Comunelor are puteri mai mari decât cea a Lorzilor, și poate trece legi respinse de către cea din urmă. Camera Comunelor este compusă din 646 membri, fiecare în parte fiind ales dintr-o circumscripție electorală, prin sistemul *first past the post*, zis și "the winner takes it all" - candidatul cu cel mai mare număr de voturi într-o circumscripție câștigă mandatul. Camera Lorzilor are 751 de membri (din noiembrie 2006 include 92 de nobili numiți ereditar, 633 numiți pe viață și 26 de arhiepiscopi și episcopi), din rândurile aristocrației britanice și ale clerului. Parlamentul își are sediul la palatul Westminster.

Anglia nu are un legislativ sau un guvern care să fie responsabil pentru întreaga țară, spre deosebire de celelalte trei țări, ci este condusă de parlamentul Regatului Unit și implicit de Guvernul Regatului Unit. Sunt discuții privind crearea fie a unui parlament separat, fie privind acordarea unor puteri legislative celor nouă regiuni ale Angliei. În afară de Londra, puterile regiunilor sunt foarte limitate.

Scotia are o autoritate leguitoare separată, Parlamentul Scoției, și un guvern, Executivul Scoției, înființate în 1999.

Țara Galilor are o adunare legislativă aleasă, Adunarea Legislativă Națională a Țării Galilor.

Per ansamblu, conducerea Irlandei de Nord este realizată în mod direct de guvernul Regatului Unit prin *Secretariatul de Stat pentru Irlanda de Nord* iar legile sunt create de către Parlamentul Regatului Unit. Adunarea Legislativă Națională a Irlandei de Nord și Executivul Irlandei de Nord stabilite prin *Good Friday Agreement* din 10 aprilie 1998 sunt în momentul de față suspendate.

Cele trei mari partide din Regat sunt: Partidul Laburist, Partidul Conservator, și Liberal-Democrații.

Sistemul juridic

Regatul Unit are trei sisteme juridice distincte, după cum urmează:

- ✓ Sistemul englez, care se aplică în Anglia și Țara Galilor
- ✓ Sistemul nord-irlandez, aplicat în Irlanda de Nord
- ✓ Sistemul scoțian, aplicat în Scoția.

Primele două sisteme se bazează pe principiile legii comune, iar ultimul este un hibrid care se bazează atât pe principiile legii comune cât și pe cele ale legii civile. Comitetul Appellate al Casei Lorzilor este cea mai înaltă curte de justiție, atât pentru cauzele civile cât și pentru cele penale. În urma recentelor schimbări constituționale, puterea Comitetului va fi transferată unei Curți Supreme a Regatului Unit.

În Anglia și Țara Galilor sistemul judiciar are în frunte Curtea Supremă de Judecată a Angliei și Țării Galilor, compusă din Curtea de Apel, Înalta Curte de Justiție (pentru cazurile civile) și Curtea Coroanei (pentru cazurile penale). În Scoția instituțiile principale sunt Curtea Supremă (pentru cazuri civile) și Înalta Curte a Justiției (pentru cele penale), în timp ce Curtea Șerifului este echivalentul tribunalului districtului.

Judicial Committee of the Privy Council compus din aceiași membri ca și Comitetul Appellate este cea mai înaltă curte de apel pentru mai multe țări independente ale Commonwealth-ului, teritoriile britanice de peste ocean și coloniile Coroanei.

Unități administrative: Regatul Unit este format din țările constituente: Anglia (Regat), Scoția (Regat), Țara Galilor (Principat), Irlanda de Nord (Provincie). Fiecare țară constituentă are propriile subdiviziuni, după cum urmează:

✓ Anglia este împărțită în nouă [regiuni](#):

- East of England,
- East Midlands,
- Greater London,
- North East,
- North West,
- South East,
- South West,
- West Midlands
- Yorkshire and the Humber.

La rândul lor, aceste regiuni sînt împărțite în comitate administrative și autorități unitare, cu excepția Londrei Mari, care este împărțită în 32 de "burguri".

✓ Scoția este împărțită în 32 de [zone de consiliu](#);

✓ Țara Galilor constă din 22 de autorități unitare: 10 "burguri-comitat", 9 comitate și 3 orașe;

✓ Irlanda de Nord este divizată în 26 de districte.

Există și câteva dependențe ce aparțin de coroană: Anguilla, Gibraltar, Insulele Bermude, Insulele Canalului, Insulele Cayman, Insulele Falkland, Insulele Georgia de Sud și Sandwich de Sud, Insula Man, Insula Montserrat, Insula Pitcairn, Insula Sfânta Elena, Insulele Turks și Caicos, Insulele Virgine Britanice, Teritoriul Antarctic Britanic, Teritoriul Britanic din Oceanul Indian.

Economie

Regatul Unit are o economie de esență capitalistă (a șasea ca mărime din lume), și este un centru comercial și financiar de frunte al lumii. În ultimele decenii, guvernul s-a angajat în privatizări majore și a crescut cheltuielile cu protecția socială.

Agricultura este intensivă, puternic mecanizată și foarte eficientă după standardele europene, producînd 60% din necesarul de hrană cu doar 2% din populația activă. Contribuie cu aproximativ 2% la PIB. Creșterea animalelor are o pondere de două treimi, principalele categorii de animale fiind vitele, puii (Regatul Unit este a doilea mare producător de pui după Franța) și oile.

Regatul Unit are o piscicultură semnificativă și diversificată. Kingston upon Hull, Grimsby, Fleetwood, Great Yarmouth, Peterhead, Fraserburgh și Lowestoft sunt orașe de coastă cu industrie piscicolă.

Cartea albastră (anuarul statistic național) arată că acest sector a contribuit la PIB cu 10.323 milioane £ la economia țării în 2004.

Industria

Regatul Unit deține mari rezerve de energie constînd în cărbune, gaze naturale și petrol (ultimele două exploatare din Marea Nordului). Producția de energie contribuie la PIB cu 10%, una din cele mai ridicate rate din toate statele industrializate. Conform cărții albastre, acest sector a contribuit cu 21.876 milioane £ la PIB.

Serviciile contribuie la PIB în proporția cea mai însemnată, îndeosebi serviciile bancare, de asigurări și de consultanță de afaceri. Ponderea industriei continuă să scadă, cu toate că Regatul Unit rămîne cel mai important fabricant european de armament, produse din petrol, computere, televizoare și telefoane mobile. Turismul ocupă și el un loc important, Regatul Unit fiind a șasea destinație turistică din lume ca popularitate, cu 24 milioane de turiști pe an.

PIB nominal (2006): 2373 de miliarde \$

PIB/loc nominal: 38.624 \$

PIB real: 2006 de miliarde \$

PIB/loc real: 35.051 \$

PIB/loc în prețurile pieței (€)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
UE 25	16.300	17.200	17.900	18.800	20.100	20.800	21.500	21.800	22.700	23.400
UE 15	17.900	18.800	19.600	20.700	22.100	22.800	23.500	23.700	24.700	25.400
Zona Euro	17.800	18.700	19.500	20.600	21.900	22.600	23.200	23.300	24.200	25.000
Regatul Unit	17.800	19.100	20.000	21.000	22.500	23.600	25.000	25.400	26.600	27.300
România	:	:	:	4.800	5.000	5.500	6.100	6.500	7.300	8.100

Tabel 1

PIB în prețurile pieței (mil. €)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
UE 25	7.309	7.710	8.073	8.484	9.092	9.458	9.811	9.961	10.432	10.817
UE 15	7.044	7.416	7.751	8.152	8.711	9.029	9.357	9.511	9.946	10.246
Zona Euro	5.746	5.874	5.874	6.376	6.711	7.000	7.246	7.454	7.751	7.999
Regatul Unit	940	1.172	1.273	1.376	1.564	1.603	1.668	1.604	1.734	1.791
România	:	:	37	33	40	45	48	53	61	79

Tabel 2

PIB pe domenii(% din totalul PIB)

	Agricultură, vânătoare și pescuit		Industrie		Construcții		Comerț, transport și comunicații		Servicii financiare		Alte servicii	
	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005
UE 25	2,3	1,9	22,3	20,6	5,6	6,0	21,6	21,7	26,0	27,4	22,1	22,5
UE 15	2,2	1,8	22,2	20,3	5,5	6,0	21,4	21,4	26,3	27,8	22,3	22,7
Zona Euro	2,5	2,0	22,2	20,5	5,7	6,1	21,1	21,3	26,3	27,4	22,2	22,7
Regatul Unit	1,0	:	22,1	:	5,2	:	23,1	:	27,1	:	21,6	:
România	12,4	10,1	30,5	27,7	5,5	7,3	25,2	:	13,0	:	13,5	:

Tabel 3

Politica fiscală

Guvernul a făcut pași semnificativi în întărirea cadrului politicii fiscale. Politica fiscală este îndreptată cu fermitate către menținerea unor finanțe publice solide pe termen mediu, pe baza unor reguli stricte. Acolo unde este posibil, politica fiscală sprijină politica monetară de-a lungul ciclului economic. Această abordare, împreună cu noul cadru monetar oferă o platformă stabilă pentru atingerea scopului principal al guvernului, de susținere a unor nivele ridicate de creștere și ocupare a forței de muncă.

În centrul cadrului fiscal se află cele cinci principii ale managementului fiscal:

1. transparența în stabilirea obiectivelor fiscale, implementarea politicii fiscale și în publicarea conturilor publice;

2. stabilitate în procesul de creare a politicii fiscale și în modul în care aceasta influențează economia.
3. responsabilitate în gestionarea finanțelor publice
4. corectitudine, inclusiv între generații
5. eficiență proiectarea și implementarea politicii fiscale și în menținerea echilibrului bilanțului public.

Aceste principii au fost instituite prin Legea finanțelor din 1998 și prin Codul pentru Stabilitate Fiscală, aprobate de Camera Comunelor în decembrie 1998.

Conform Bugetului pe 2007, obiectivele politicii fiscale sunt:

Pe termen mediu

- ❖ Să asigure ca finanțele publice să fie solide și ca impactul cheltuielilor și taxelor să influențeze acceptabil atât generările cât și perioadele dintre generări. În practică, acest lucru necesită ca:
- ❖ Guvernul să-și satisfacă taxele principale și cheltuielile prioritare evitând în același timp o creștere necontrolată a poverilor fiscale.
- ❖ Generațiile care beneficiază de pe urma cheltuielile publice să suporte de asemenea, pe cât posibil costul serviciilor pe care le consumă.

Pe termen scurt, să sprijine politica monetară prin:

- ❖ Să permită stabilizatorilor automatici să-și joace rolul în amortizarea variațiilor în economie
- ❖ Acolo unde este prudent și rațional, să acorde sprijin în continuare politicii monetare de-a lungul schimbărilor atitudinii financiare.

Guvernul a specificat de asemenea două reguli principale care sunt în concordanță cu principiile fiscale:

- Regula de aur: de-a lungul ciclului economic, guvernul va împrumuta numai ca să investească și nu ca să finanțeze cheltuielile curente
- Regula investițiilor durabile: datoria netă a sectorului public ca o proporție a PIB-ului va fi menținută de-a lungul ciclului economic la un nivel stabil și prudent

Politica monetară

Cadrul politicii monetare este proiectat pentru a promova stabilitatea economică printr-o inflație mică și stabilă. Acest obiectiv este comun și politicii fiscale și implică o coordonare efectivă între cele două politici. Cadrul monetar se bazează pe punctul de vedere al guvernului conform căruia stabilitatea prețurilor este esențială pentru stabilirea unui nivel ridicat și stabil de creștere și de ocupare a forței de muncă și că pe termen lung nu există schimb între inflație și producție și forța de muncă.

Trăsăturile principale:

- Guvernul stabilește obiectivele politicii monetare și rata inflației într-un interval care este reînnoit anual
- Rata inflației este simetrică, astfel că deviațiile sub această rată sunt tratate la fel de serios ca cele ce o depășesc.
- Comitetul Politicii Monetare publică note ale deciziilor la două săptămâni după adoptarea lor
- Deviațiile de peste 1 punct procentual deasupra sau sub nivelul ratei inflației necesită o Scrisoare Deschisă din partea Guvernatorului Băncii Centrale către Ministrul de Finanțe

Comitetul Politicii Monetare

Sub noul cadru al politicii monetare, CPM are responsabilitatea de a alege un nivel corespunzător al ratelor dobânzii pentru a satisface obiectivele Guvernului cu privire la stabilitatea prețurilor. CPM se întâlnește lunar iar deciziile sunt luate prin intermediul votului uninominal. Comitetul este alcătuit din 5 oficiali ai Băncii Naționale și 4 experți independenți

numiți de către cancelar. Trezoreria are dreptul de a fi reprezentată de un observator fără capacitate de vot.

Politica bugetară

Obiectivul economic al Guvernului este acela de a construi o economie puternică și o societate corectă unde să existe siguranță și șanse egale pentru toată lumea. Bugetul pe 2007 stabilește modul în care Guvernul se străduiește să atingă acest țel.

Planificarea resurselor bugetare pe 2007-2008 (milioane £):

Muncă și pensii	132.732
Sănătate	104.464
Educație	68.060
Apărare	38.986
Taxe, accize și trezorerie	30.802
Comunități și guverne locale	28.186
Guvernul scoțian	26.469
Executivul Irlandei de Nord	14.667
Home office	13.877
Guvernul Țării Galilor	12.785
Transport	10.150
Cabinetul	10.090
Comerț și industrie	6.015
Cultură, media și sport	5.042
Dezvoltare internațională	4.772
Ministerul Justiției	4.086
Mediu, alimentație și probleme rurale	3.099
Birourile străine și ale Commonwealth	1.859
Biroul Irlandei de Nord	1.370
Departamentele poliției	718
Rezerva pentru cheltuieli departamentale	600
Rezerve speciale nealocate	400
Total resurse bugetare	519.299

Tabel 4

Bibliografie:

- <http://londra.mae.ro>
- http://www.direct.gov.uk/en/Gtg11/GuideToGovernment/Judiciary/DG_4003097
- <http://www.britannica.com/nations/United-Kingdom>
- <http://www.statistics.gov.uk>
- <http://nobelprize.org>
- <http://www.hm-treasury.gov.uk/index.cfm>
- <http://www.eurofound.europa.eu/publications/htmlfiles/ef07051.htm>
- http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_economy/BlueBook2006.pdf
- “Europe in figures” Eurostat yearbook 2006-07
- “EU integration seen through statistic” 2006 edition
- “Eurostat regional yearbook 2007”
- “Key figures on Europe” Europe statistical pocketbook 2006
- “Statistical portrait of the European Union 2007”

MOBILITATEA EDUCAȚIONALĂ ȘI OCUPAȚIONALĂ ÎN ROMÂNIA

Elev: Cristina Elena UNGUREANU

Coordonator: Prof. Oana CAZAN

Abstract

The paper approaches the educational and occupational mobility in certain points in time, levels of education and specializations or background (rural or urban) and explains the mutations and the currents in individual or group social status.

An extensive analysis was done since the first Law of Unemployment in 1991, because of the causality between unemployment and occupational mobility, which revealed big discrepancies between regions (caused by unequal economical development), rural and urban areas, social categories or levels of education.

Although, overall, the configuration, direction and size of the educational and socio-occupational mobility in Romania reveal the open character of the scale of mobility, our analyze show both the persistence of unequal social opportunities and lack of ageement between the openings of the educational sistem and the opportunities of socio-occupational status specific to a modern economy.

1. MOBILITATEA EDUCAȚIONALĂ

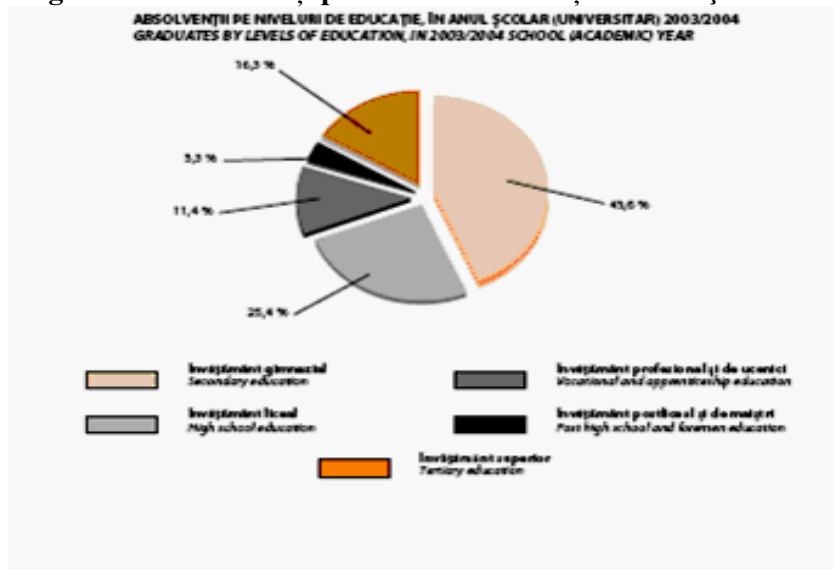
Analizând evoluția structurii educaționale în România, se poate spune că în regimul comunist structura educațională a populației din România s-a modificat radical, în sensul creșterii nivelului de instrucție școlară a populației (tabelul 1.1).³⁰

Tabelul 1.1. Dinamica stratificării educaționale din România în perioada 1956-2005

Tipul școlii absolvite	Anii				
	1956	1966	1977	1992	2005
Școală primară	85,3	75,5	48,3	28,3	21,1
Gimnaziu	8,4	11,1	32,1	32,1	22,5
Școală profesională	-	4,7	10,2	14,1	11,4
Liceu	4,7	3,7	7,1	17,4	25,4
Școală postliceală	-	3,0	3,5	2,0	3,3
Învățământ superior	1,6	2,2	3,6	5,1	16,5

Sursa : Anuarul Statistic al Romaniei (2005)

³⁰ Cârțână Corneliu, *Mobilitatea socială în România. Aspecte cantitative la nivel național și în profil teritorial, Sociologie Româneasă, 1/2000, pag.105-205*

Figura 1. 1. Absolvenți pe nivelurile de educație în anul școlar 2003/2004

Sursa: Anuarul Statistic al României (2005)

Creșterea semnificativă, în acea perioadă, a ponderii populației cu nivele de instruire mai ridicate (absolvenți de învățământ profesional, liceal și superior) se datorează în primul rând politici de industrializare ce a determinat un masiv exod rural-urban, în special de absolvenți de școală profesională și concentrării în urban a ocupațiilor cu nivele de instrucție ridicate. Ca urmare, au apărut mari disparități în distribuția proporțiilor absolvenților de învățământ secundar și superior între urban și rural în populația activă a țării. Chiar dacă în timp tendința generală a fost de reducere a decalajului dintre urban și rural (în 1966 raportul dintre absolvenții de învățământ secundar și superior din urban și rural era de 6,8 ori în favoarea urbanului, iar în 1992 s-a redus la 2,0) la nivelul învățământului superior diferențierea continuă să fie foarte mare (în 1992 ponderea absolvenților de învățământ superior rezidenți în orașe era de 7 ori mai mare comparativ cu ruralul).

Influența politicii regimului comunist s-a manifestat de asemenea și în reducerea, practic a întregului învățământ secundar (profesional, liceal și postliceal) la profilele tehnice și îndeosebi industriale (ponderea absolvenților de licee de cultură generală era în 1992 doar de 18,1 față de 60,2 ponderea absolvenților de licee industriale).

Această situație o regăsim și la nivelul învățământului superior, unde profilele tehnice au ajuns în anul de învățământ 1989/1990 la aproape 70% (după ponderea studenților înscriși) față de numai 15% cât reprezenta ponderea respectivă în anul 1938/1939.

Tabel 1.2. Structura învățământului superior pe grupe de specializări în anii de învățământ 1938/1939 și 1989/1990

Specializări în învățământul superior	Studenți înscriși an II (%)	
	1938/1939	1989/1990
Tehnic	15,2	68,8
Medico-farmaceutic	12,1	10,2
Științe economice	16,6	9,4
Juridic	28,6	1,4
Universitar pedagogic	24,8	9,6
Artistic	2,5	0,6

Sursa: *Anuarul Statistic al României (2005)*

După 1989 se înregistrează o tendință de creștere a ponderii populației cu nivele de instrucție mai ridicate (liceu și învățământ superior) și menținerea unei rate relativ constante a proporției persoanelor cu școală profesională.³¹

Tabel 1.3. Populația școlară pe niveluri de educație și tipuri de școli

	1998/ 1999	1999/ 2000	2000/ 2001	2001/ 2002	2002/ 2003	2003/ 2004	2004/ 2005
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Preprimar (preșcolar)	13,5	13,5	13,4	13,5	13,9	14,0	14,3
Primar (clase I-IV)	27,7	26,0	23,9	22,6	21,8	22,2	21,6
Secundar	47,9	48,6	49,2	49,5	48,8	47,5	46,5
Inferior (clase V-VIII)	27,5	28,6	28,9	28,4	26,6	24,6	22,8
Superior	20,4	20,0	20,3	21,1	22,2	22,9	23,7
General (liceu teoretic)	6,3	7,5	7,3	7,6	7,9	8,1	8,3
Tehnic / vocational	14,1	12,5	13,0	13,5	14,3	14,8	15,4
Liceu	9,2	7,7	7,7	8,0	8,4	8,7	9,0
Professional	4,9	4,8	5,3	5,5	5,9	6,1	6,4
Post secundar	2,1	2,0	1,8	1,6	1,4	1,2	1,1
Postliceal	1,8	1,8	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0
de maiștri	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Terțiar (superior)	8,8	9,9	11,7	12,8	14,1	15,1	16,5
de lungă durată	8,2	9,1	10,6	11,6	12,0	12,7	13,5
de scurtă durată (colegii)	0,6	0,8	1,1	1,2	1,1	1,0	1,0
Postuniversitar					1,0	1,4	2,0

Sursa : *Anuarul Statistic al României (2005)*

Discrepanțele în structura educațională dintre mediul urban și rural se mențin pentru toate nivelele de învățământ, iar în cazul învățământului superior s-au accentuat. Dacă în 1992 raportul dintre populația cu studii superioare între cele două medii rezidențiale era de 7,1 mai mare în favoarea celui urban, în 2002 acesta s-a mărit la 10,1.

Tabel 1.4. Evoluția numărului de elevi în licee

	1990/ 1991	1992/ 1993	1994/ 1995	1996/ 1997	1998/ 1999	2000/ 2001	2002/ 2003	2004/ 2005
Elevi înscriși	995689	714013	757673	792788	718017	687919	740404	773843
Licee și colegii teoretice	174327	277882	307201	316685	290864	334642	359795	369497
Licee industriale	587115	240511	231048	239761	206131	195566	209818	229240
Licee agricole	125893	49120	44310	48086	42081	24108	17312	11698
Licee silvice	3474	2798	3034	3997	4632	7738	10035	8874

³¹ Studii ale Ministerului Educației și Cercetării

Licee agromontane	-	-	-	-	-	1706	3162	3802
Licee veterinare	-	-	-	-	-	6244	7091	5988
Licee economice, administrative	54438	58579	64584	67682	60457	66524	78387	88436
Licee de informatică	10702	30355	49377	59002	61942	-	-	-
Licee de metrologie	746	1095	1496	1873	-	-	-	-
Școli normale	9920	16598	19967	17928	17257	14098	11931	10550
Licee de artă	4138	7022	8681	8907	8681	10252	12682	14296
Licee cu program sportiv	4800	11570	12606	11805	10331	11924	14004	15313
Licee militare	2531	3646	3921	3444	2666	2109	1874	1762
Seminarii teologice	2153	6070	10735	12846	12242	12323	13460	13616
Licee speciale	510	564	713	772	733	685	853	771
Licee sanitare	14942	8203	-	-	-	-	-	-

Sursa : Anuarul Statistic al României (2005)

O tendință de modernizare a structurii instituționale a învățământului în raport cu noile oportunități apărute pe piața forței de muncă din România se concretizează în:

- *Restructurarea învățământului liceal* prin creșterea numărului de elevi înscriși la licee teoretice (de la 32% în 1992 la 47% în 2005) concomitent cu diminuarea ponderii elevilor din liceele industriale (de la 43% la 29,6%);

Tabel 1.5. Evoluția numărului de studenți la nivelul învățământului superior

Grupe de specializări	1990/ 1991	1994/ 1995	1998/ 1999	2000/ 2001	2002/ 2003	2004/ 2005
STUDENȚI ÎNSCRIȘI - total	192810	255162	407720	533152	596297	650335
Tehnice	120541	100837	112720	138324	152547	161850
Industrie	96871	72642	72081	91476	100593	103045
Mine	3455	1320	970	1436	700	611
Petrol-Geologie	2539	1755	1474	659	1682	1598
Energie electrică și electrotehnică	26277	27776	30632	49188	57725	59655
Metalurgie și construcții de masini	49649	31957	27979	25630	21370	20036
Tehnologie chimică	8262	4237	4794	6007	6300	5467
Industria lemnului și materialelor de construcții	1944	1667	1192	473	1025	1206
Industria ușoară	2943	1973	1829	2698	3700	4585
Industria alimentară	1802	1957	3211	5385	8091	9887
Transporturi și telecomunicații	2709	3473	3739	4003	2345	3988

Arhitectură și construcții	11148	10188	13308	13500	19402	22062
Agricultură (inclusiv Medicina veterinară)	7075	9301	14293	21152	20013	21404
Silvicultură	794	1362	1568	1090	2969	3777
Alte specializări	1944	3871	7731	7103	7225	7574
Medico-farmaceutice	20128	26316	32130	32999	32495	35039
Științe economice	20003	47712	101896	132332	158185	188505
Științe juridice	3975	15424	57294	68870	63456	59621
Universitar-pedagogice	26270	59947	96071	152132	180603	195190

Sursa: Anuarul Statistic al României (2005)

• *La nivelul învățământului superior se constată o creștere spectaculoasă a numărului de studenți de la 192.810 în anul universitar 1990/1991 la 650335 în 2004/2005 din care aproape 25% în învățământul particular, ceea ce a condus la o creștere de aproape 3,1 a ratei de cuprindere în învățământul superior în intervalul amintit; în paralel cu structura învățământului superior a cunoscut modificări importante față de anul 1990: reducerea de la 62,5% la 24,7% a studenților înscriși la facultățile cu profil tehnic și creșterea considerabilă a ponderii studenților la profilele economice (de la 10,4% la 28,9%), juridic (de la 2% la 9,2%)*

• *Apariția și dezvoltarea învățământului particular pe toate palierele, creând premisele îmbunătățirii sistemului educativ prin concurența astfel creată.*

Tabel 2.6. Absolvenți ai învățământului privat în România

	1992/1993	1994/1995	1998/1999	1999/2000	2000/2001	2002/2003	2003/2004
învățământ gimnazial	–	–	–	–	–	83	153
învățământ liceal	158	287	559	870	947	1169	1448
învățământ profesional și de ucenici	5153	3643	3273	2875	2716	1930	1858
învățământ postliceal și de maiștri	634	1394	12631	16938	12964	10750	11390
învățământ superior	.	5419	16890	18810	22375	26006	26789

Sursa: Anuarul Statistic al României (2005)

În ciuda acestor tendințe de modernizare a structurii educaționale, în perioada tranziției au apărut și *aspecte negative ce au afectat puternic sistemul de educație.*

Avem în vedere starea precară a infrastructurii specifice, îndeosebi în mediul rural, gradul de dotare al unităților, asigurarea cu personal didactic și motivarea acestuia.

Efectele negative ale perioadei de tranziție, manifestate în scăderea drastică a veniturilor și o rată ridicată a șomajului în rândul absolvenților învățământului profesional și liceal au condus la o reducere considerabilă a ratei de participare în învățământul secundar – ciclul II (profesional, liceal și postliceal) de la 90,7% în 1990 la cca 65% în 2004. În profil

teritorial ratele cele mai scăzute de participare la formele de învățământ secundar se întâlnesc în județele cu un nivel de dezvoltare socio-economică scăzut: în Muntenia (Giurgiu 41,6%; Ilfov 41,9%; Călărași 55,1%; Ialomița 55,4%) și Moldova (Botoșani 54,8%; Vaslui și Vrancea 57,4%; Suceava 58,9%). Pe aceeași linie a aspectelor negative ale sistemului educațional poate fi consemnată și creșterea fenomenului de abandon școlar care în 2004 a atins valori de 2,4% pentru învățământul liceal, 5,9% pentru învățământul profesional și 7,7% pentru cel postliceal.

Tabel 1.7. Rata abandonului școlar în învățământul secundar

Anii/procente	1999/ 2000	2000/ 2001	2001/ 2002	2002/ 2003	2003/ 2004
învățământ primar și gimnazial din care:	0,9	0,6	1,2	1,2	1,5
învățământ primar și	0,8	0,6	1,0	0,9	1,2
învățământ gimnazial	0,9	0,6	1,4	1,5	1,7
învățământ liceal	3,8	3,5	3,3	2,7	2,4
învățământ profesional și de ucenici	6,1	6,6	6,8	7,9	5,9
învățământ postliceal și de maiștri	8,5	7,6	9,5	8,1	7,7

Sursa: Anuarul Statistic al României (2005)

Chiar dacă în timp tendința a fost de reducere a diferenței dintre urban și rural (în 1966 raportul dintre populația cu studii superioare din urban și rural era de aproape 15 ori mai mare în favoarea urbanului, iar în 1992 s-a redus la 7), după 1989 se conturează o tendință de accentuare a acestui decalaj, ponderea persoanelor cu studii superioare fiind de 10 ori mai mare în urban decât în rural; este de subliniat că această tendință se manifestă pe fondul reducerii fluxului migrator rural-urban și creșterii ponderii persoanelor cu studii superioare.

1.2. Mobilitatea ocupațională

Mobilitatea ocupațională a afectat în egală măsură, populația activă rezidentă în mediul urban și rural. Dacă ne gândim la conservatorismul mai accentuat al modului de viață rural în raport cu cel urban atunci fenomenul poate părea paradoxal. Dacă ținem seama că ruralul a primit o bună parte din forța de muncă „disponibilizată” într-un fel sau altul din urban și care s-a îndreptat spre activitatea agricolă din rural, atunci situația nu mai surprinde.³²

³² Abraham Dorel, *Atlasul sociologic al schimbării sociale din România postcomunistă*, Sociologie Românească, 1/2000, pag.5-43

Tabel 1.8. Participarea populației la forța de muncă pe sexe și medii

	1997	1998	1999	2000	2001	2002 ¹⁾	2003 ¹⁾	2004 ¹⁾
Rata de activitate %								
Total	64,8³⁾	63,6³⁾	68,7⁴⁾	68,6⁴⁾	67,5⁴⁾	63,6⁴⁾	62,4⁴⁾	63,2⁴⁾
Pe medii								
Urban	59,3	57,7	63,4	63,0	61,9	60,5	59,7	61,8
Rural	71,5	70,8	75,9	76,4	75,4	67,8	66,0	65,1
Pe sexe								
Masculin	72,5	71,4	75,6	75,4	73,9	70,7	69,6	70,2
Feminin	57,7	56,3	61,8	61,9	61,1	56,7	55,3	56,2
Rata de ocupare								
Total	60,9³⁾	59,6³⁾	63,5⁴⁾	63,2⁴⁾	62,6⁴⁾	58,0⁴⁾	57,8⁴⁾	57,9⁴⁾
Pe medii								
Urban	54,3	52,3	56,8	55,8	55,3	53,7	54,0	55,9
Rural	68,9	68,4	72,7	73,5	72,8	63,7	62,9	60,6
Pe sexe								
Masculin	68,3	66,8	69,5	69,1	68,2	64,1	64,1	63,6
Feminin	54,0	52,9	57,5	57,5	57,1	52,0	51,5	52,1
Rata Șomajului BIM²⁾³⁾								
Total	6,0	6,3	6,8	7,1	6,6	8,4	7,0	8,0
Pe medii								
Urban	8,5	9,2	10,3	11,2	10,4	11,2	9,5	9,5
Rural	3,6	3,5	3,5	3,1	2,8	5,4	4,3	6,2
Pe sexe								
Masculin	5,7	6,5	7,4	7,7	7,1	8,9	7,5	9,0
Feminin	6,4	6,1	6,2	6,4	5,9	7,7	6,4	6,9

Sursa: Cercetarea statistică asupra forței de muncă în gospodării (AMIGO).

În prezent 60,2% din populația ocupată se regăsește în mediul rural, o bună parte a acestora provenind de la orașe³³.

Intensitatea fenomenului de mobilitate ocupațională este mai crescută în mediul urban, ponderea celor care și-au schimbat ocupația de cel puțin două ori în ultimii zece ani ai secolului XX fiind de peste 6% din totalul populației ocupate din orașe, pe când procentul corespunzător pentru mediul rural este de 4%.

Diferența urban-rural se manifestă mai puternic în cazul schimbării locului de muncă. În perioada 1990-2004 aproape o treime din populația ocupată din mediul urban și-a schimbat locul de muncă, pe când în mediul rural doar 23% din populația ocupată și-a schimbat locul de muncă. Intensitatea mobilității oferite de schimbarea locului de muncă este mai mare în urban decât în rural, ponderea celor care și-au schimbat de cel puțin 2 ori locul de muncă în

³³ Bârzea Cezar, *Impactul social al formării profesionale continue*, Observatorul Național Român, București, 2001

perioada 1990-2004 fiind de 10% în orașe comparativ cu 5% procentul corespunzător pentru rural.

Mobilitatea profesională evaluată prin schimbarea ocupației sau a locului de muncă este diferită de la o regiune la alta și de la un județ la altul.

Mobilitatea ocupațională cea mai redusă a fost înregistrată în Dobrogea și Banat, unde indicii de schimbare a ocupației cel puțin o dată în 1990-2004, sunt de 23% și respectiv 25% iar cele mai afectate din acest punct de vedere au fost Transilvania cu 29% și Bucureștiul cu 28%. Moldova și Muntenia s-au înregistrat sub medie, tocmai din cauza migrației urban-rural. În ce privește schimbarea locului de muncă cele mai puțin afectate au fost regiunile Muntenia și Banat (în proporție de 24% din populația ocupată), pe când cele mai afectate au fost Transilvania și Bucureștiul. Intensitatea fenomenului schimbării locului de muncă a fost mai ridicată tot în București unde 14% din populația ocupată și-a schimbat locul de muncă de cel puțin 2 ori în perioada 1989-2004.

Procesul de marginalizare socială sau de marginalizare socio-ocupațională a afectat în mod diferit localitățile urbane și rurale precum și în regiunile țării.

Marginalizarea socială a afectat toate zonele, ceva mai puternic Transilvania, Bucureștiul afectat de pensionări timpurii și concedieri, dar și Oltenia, zonă cu localități miniere afectate de disponibilizările colective și de pensionările timpurii.

Valul schimbărilor în viața socială a României din perioada 1989-2004 a avut centrul său populația ocupată, respectiv circa 10 milioane de oameni angajați în cimpul muncii.

Circa 90% din populația ocupată a României din această perioadă a fost implicată, în sens pozitiv sau negativ, ascendent sau descendent, în vâltoarea schimbărilor care au afectat cariera profesională și integrarea socială, în esență structura socială a României. Am putea spune că jumătate dintre ei au fost implicați într-o mobilitate pozitivă (schimbări de ocupație și loc de muncă, în sens ascendent, cursuri de recalificare și implicare în afaceri), iar cealaltă jumătate într-o schimbare cu impact social negativ (mobilitate descendentă și marginalizare sau excluziune socială).

Circa 25% din populația ocupată a României s-a mobilizat, s-a implicat sau a făcut ceva efectiv, sub forma cursurilor de calificare sau a inițierii unor afaceri pe cont propriu.

Comportamentul anteprenorial este mai intens în mediul urban decât în cel rural. Aceasta nu înseamnă că populația de la oraș este mai orientată spre capitalism ci doar că aici au existat mai multe oportunități, resurse umane și economice, mediu de afaceri, decât în rural. Pe regiuni comportamentul anteprenorial s-a manifestat mai puternic în special în București și regiunile din vestul țării.

Bibliografie

Abraham Dorel, *Atlasul sociologic al schimbării sociale din România postcomunistă*, Sociologie Românească, 1/2000,

Bârzea Cezar, *Impactul social al formării profesionale continue*, Observatorul Național Român, București, 2001

Cârțână Corneliu, *Mobilitatea socială în România. Aspecte cantitative la nivel național și în profil teritorial*, Sociologie Românească, 1/2000, pag.105-205

*** - *Anuarul Statistic al României* (2005)

SECTIUNEA 2

S 2. FINANȚE

IMPLICAȚIILE PE PLAN NAȚIONAL ALE EURO

**Toma Alina, studentă FB III,
Conf.dr. Rădulescu Magdalena,
Universitatea din Pitești**

European Union exists and is functional. Euro-zone is also a reality, there is no alternative.

What we can notice regarding the integration is that there are still many things to be done in the economic growth and welfare area, in the cooperation area, in the economic integration and in the labor market area and in the euro-zone. As for the Romanian case, we are laying ahead in the fiscal and budgetary area, partially due to a everlasting nationalism and in the inflation area. The question that is address is if the economic and monetary union will resist without realising a monetary and fiscal union? Or we may consider that a fiscal harmonisation is sufficient? Anyway, this perspective of a monetary and fiscal union will assume much more than a simple adjusting of the Union Treat.

In this paper we analyse the implications of euro launching for Romanian economy, in the macroeconomic policies area and in the banking system area.

1. IMPACTUL EURO ASUPRA ECONOMIEI ROMÂNEȘTI ȘI ASUPRA POLITICILOR MACROECONOMICE

În contextul în care pentru majoritatea țărilor vest - europene este aproape unanim acceptat avantajul utilizării monedei unice, se apreciază că și pentru România, al cărei comerț exterior este orientat în proporție de aproximativ 2/3 către aceasta piață, adoptarea monedei unice va aduce reale beneficii.

Având în vedere perspectivele monedei euro, interesul României de aderare la structurile europene și semnalele pozitive pe care le-am primit în acest sens, **băncile autohtone** își manifesta interesul să construiască și să dezvolte depozite în moneda europeană (EURO), folosind astfel o singură monedă față de cele 15 utilizate în prezent, valabilă pentru toate operațiunile financiare, bancare și comerciale. În prezent, **agenții economici** pot alege pentru derularea tranzacțiilor fie euro, fie moneda națională. Se așteaptă ca marile companii multinaționale să fie deschizătorii de drumuri în utilizarea euro. Acestea vor începe să opereze în euro și vor influența clienții să procedeze la fel.

Introducerea euro va avea efecte pozitive **asupra comerțului exterior al României**, având în vedere că 2/3 este orientat către țările U.E. Noua monedă va stimula importurile și exporturile firmelor românești. Până în prezent, majoritatea contractelor comerciale erau exprimate în dolari SUA.

România a pierdut sume mai de bani datorită faptului că până acum erau alese ca monedă de contract fie dolarul SUA, fie monedele unor țări din U.E. al căror curs fluctua. Introducerea euro va fi un factor de stabilitate care va reduce mult pierderile agenților comerciali autohtoni cauzate de riscurile de curs valutar.

Pentru început, **agenții economici** ar trebui ca, pentru a se familiariza cu euro, să folosească în tranzacțiile pe care le efectuează atât euro, ca monedă de plată, cât și dolarul SUA, ca monedă de consolidare. Euro va reduce costurile pe care firmele le suportă ca urmare a schimburilor valutare. Costurile acestea au fost estimate la 1-2% din valoarea tranzacției. Tot datorită euro se economisește timp prețios în activitatea de gestiune, dispărând necesitatea

analizei riscului și a raportului cheltuieli - profit pentru fiecare în parte, efectuată de firmă. De asemenea, se simplifică evaluarea rezultatelor comerciale efectuate din punct de vedere al întreprinderii, nemaifiind necesar să se țină cont de volatilitatea monedei.

Odată eliminate barierele monetare din cadrul U.E., exportatorii vor beneficia de un acces mult mai facil pe piețele oricăreia dintre țările membre.

Astfel se va reduce numărul de intermediari, întreprinderile mărindu-și veniturile ca urmare a exporturilor directe. Un alt avantaj important oferit de moneda unică este transparența. Exprimarea tuturor preturilor în euro va ajuta firmele românești să își aleagă furnizorii care să le asigure cele mai mici cheltuieli și să exporte în țările de unde pot obține veniturile cele mai mari. Alături de moneda euro, o importanță deosebită pentru România o are și Banca Centrală Europeană, care și-a început activitatea la Frankfurt și a preluat o serie de atribuții ale F.M.I. privind finanțarea și urmărirea unor politici consecvente de stabilitate a prețurilor.

1.1. Politica economică

Conform deciziilor luate cu ocazia Consiliului European de la Copenhaga din 1993, aderarea la Uniunea Europeană – existența unei economii de piață, capabilă să suporte presiunea concurențială a pieței unice europene, a unui sector financiar eficace și a unui sistem juridic modern și performant – are prioritate asupra aderării la Uniunea Economică și Monetară.

Se specifică într-un protocol al tratatului că rata dobânzii pe termen lung este calculată pe baza obligațiunilor de stat pe termen lung sau a titlurilor comparabile. Însă, în multe țări, cum ar fi și România, aceste instrumente nu există și piețele de capital sunt prea puțin dezvoltate pentru a găsi o alternativă.

În ceea ce privește aderarea la Uniunea Economică și Monetară, obiectivul intermediar pentru România îl constituie îndeplinirea cerințelor Tratatului de la Maastricht care prevăd obținerea unor rezultate concrete referitoare la deficitele/excedentele bugetare, datoria publică, inflația, ratele dobânzii și ratele de schimb. Aceste obiective sunt tratate pe larg în cadrul subcapitolului ”Pregătirea procesului de adoptare a euro”.

Prioritățile politicii economice pentru România în anii dinaintea aderării au vizat menținerea stabilității macroeconomice ca element fundamental al garantării creșterii economice și menținerea economiei pe un trend crescător pe termen mediu și lung. România a elaborat și transmis la 1 octombrie 2001 prima variantă a **Programului Economic de Preaderare (PEP)**, document care viza continuarea măsurilor pe linia îndeplinirii criteriilor economice de aderare la UE, precum și crearea premiselor pentru participarea României la Uniunea Economică și Monetară, în calitate de țară cu derogare de la moneda unică euro.

Totodată, Programului Economic de Preaderare a fost corelat cu Programul Național de Aderare a României la Uniunea Europeană, măsurile de politică economică prevăzute fiind în acord cu programul de adoptare a acquis-ului comunitar. Comisia Europeană a făcut o evaluare a Programului Economic de Preaderare al României în luna noiembrie 2001 avansând o serie de recomandări.

În vederea îndeplinirii criteriilor de aderare la Uniunea Economică și Monetară, Guvernul României a fost și este, în principal, cel care ia măsuri de implementare a acțiunilor și măsurilor necesare dezvoltării economice și creării unui cadru favorabil unei economii concurențiale viabile, care să facă față cerințelor și standardelor europene. În același timp, toate celelalte instituții subordonate Guvernului sunt în măsura să contribuie la efortul de dezvoltare economică durabilă pe termen lung a economiei românești.

1.2. Politica monetară și a cursului de schimb

România s-a angajat să modifice Legea nr. 101/1998 privind Statutul Băncii Naționale a României (BNR) pentru a garanta deplina independență a băncii centrale și a defini drept obiectiv fundamental al acesteia asigurarea stabilității prețurilor, în conformitate cu prevederile Tratatului privind Uniunea Europeană și Protocolului privind Statutul Sistemului European al Băncilor Centrale și Băncii Centrale Europene.

Prevederile unor articole din Legea nr. 101/1998 au fost modificate și armonizate conform legislației Uniunii Europene, în scopul:

- Asigurării independenței instituționale a BNR în elaborarea și conducerea politicii monetare și a cursului de schimb, prin definirea explicită a asigurării stabilității prețurilor ca obiectiv fundamental;
- Asigurării independenței personalului BNR, prin armonizarea cu legislația comunitară a prevederilor referitoare la durata mandatului membrilor consiliului de administrație, motivele de revocare din funcție, dreptul de contestare în justiție a deciziei de revocare din funcție și conflictul de interese;
- Interzicerii finanțării directe a instituțiilor publice de către banca centrală, astfel încât să se asigure armonizarea cu prevederile Art. 101 din Tratatul instituind Comunitatea Europeană referitor la finanțarea directă de către banca centrală.

În cursul anului 2007, **politica monetară** a continuat să fie implementată conform deciziilor adoptate de Consiliul de administrație al BNR în ședința din 31 octombrie. Banca centrală a continuat să sporească fermitatea politicii de control al lichidității, fapt ce a condus la creșterea mediei randamentelor interbancare cu 0,43 puncte procentuale față de luna anterioară (până la un nivel de 7,34 la sută) și implicit la reducerea ecartului dintre aceasta și rata dobânzii de politică monetară.

Operațiunile de sterilizare a surplusului de rezerve au cunoscut o intensificare sensibilă pe parcursul lui 2007, în condițiile în care BNR a urmărit să neutralizeze injecțiile masive de lichiditate efectuate de Trezorerie. Astfel, alături de organizarea licitațiilor regulate pentru atragerea de depozite pe scadența de două săptămâni, în cadrul cărora sumele oferite de bănci au fost acceptate integral, banca centrală a recurs la efectuarea de operațiuni cu depozite pe scadențe foarte scurte, urmărind astfel să evite producerea unor mișcări ample, indezirabile, ale ratelor dobânzilor de pe piața monetară interbancară. În consecință, randamentele ON și-au consolidat tendința de stabilizare, reducându-și volatilitatea până la cel mai mic nivel din ultimii doi ani³⁴.

În contextul specific al *anului 2006 precum și al anului 2007*, sarcina care a revenit băncii centrale a fost aceea de a accelera procesul **dezinflației** și de a asigura condițiile necesare consolidării pe termen mediu a trendului constant descendent pe care s-a plasat rata anuală a inflației (decembrie/decembrie) începând cu anul 2000. Acest obiectiv al BNR a decurs din valorile atribuite țintelor anuale de inflație corespunzătoare orizontului temporal de doi ani vizat de politica monetară în actualul cadru al strategiei de țintire directă a inflației. Țintele anuale de inflație asupra cărora urma să se concentreze banca centrală – **stabilite la nivelul de 5 la sută ±1 puncte procentuale pentru sfârșitul anului 2006 și respectiv de 4 la sută ±1 puncte procentuale pentru sfârșitul anului 2007**.

Măsurile au fost luate, în principal, de Guvernul României și de Banca Națională a României. Aceste instituții sunt cele care au în sarcină crearea unui cadru legal care să confere o independență totală Băncii Naționale și la o politică monetară care să fie în acord cu politica Băncii Centrale Europene referitoare la trecerea la moneda unică euro.

³⁴ Buletin Lunar Ianuarie 2008, BNR.

1.3. Politica fiscală

În domeniul politicii fiscale, un obiectiv esențial l-a reprezentat consolidarea stabilizării macro-economice prin controlul **deficitului bugetar**. În vederea îndeplinirii angajamentelor asumate în documentul de poziție, Ministerul Finanțelor Publice a elaborat un proiect al legii privind finanțele publice, care a fost dezbătut și aprobat de Parlament prin Legea nr. 500/2002 și s-a elaborat documentația necesară înființării **Unității de Management a Trezoreriei Statului**.

Gestionarea corectă a politicii financiare – prin aprofundarea și accelerarea coerentă a reformei fiscale, creșterea eficienței și transparenței utilizării resurselor publice pe bază de proiecte și programe viabile precum și stabilirea unui sistem coerent de priorități în cadrul acestora – este una din garanțiile asigurării dezvoltării economico-sociale durabile.

Politica fiscală din ultimii ani a lăsat România fără nicio rezervă bugetară-tampon care să-i permită să facă față situațiilor cu care se confruntă azi, ca urmare a turbulențelor care se manifestă pe piețele internaționale, afirma [Juan Fernandez-Ansola](#), reprezentantul FMI pentru România și Bulgaria. România are cea mai puternică înrăutățire a așteptărilor inflaționiste din Europa³⁵. "Conform calculelor noastre, o poziție fiscală neutră în ultimii 4 ani ar fi avut ca rezultat un mic surplus bugetar în 2007, însă poziția fiscală implementată a condus la un deficit de aproape 2,5% din PIB".

Deficitul de cont curent ar trebui să rămână anul acesta, 2008, la 13,6% din PIB, marcând astfel o încetinire ușoară față de nivelul estimat pentru 2007, de 14,2%. "Vedem o ușoară reducere a deficitului de cont curent, dar nu mare, inclusiv din cauza efectului de baza", a afirmat [Mugur Isărescu](#), guvernatorul BNR, la un seminar organizat de Asociația Analistilor Financieri. Ponderea deficitului extern (care se calculează în euro) în PIB este influențată statistic de cursul de schimb. În ultimii ani, aprecierea leului a făcut ca PIB exprimat în euro să fie mai mare, reducând astfel ponderea deficitului extern. Isărescu a arătat însă că în 2008 efectul va fi nefavorabil, în condițiile în care se așteaptă o creștere a cursului mediu. "România a trecut la oprirea deprecierei acestui indicator", a afirmat el, subliniind însă că în primele luni aceasta mișcare are "efecte adverse".

Principalul factor care alimentează **deficitul de cont curent** este dezechilibrul balanței comerciale. În decembrie 2007, creșterea anualizată a deficitului comercial a încetinit la 44%, de la 53% în noiembrie³⁶.

În vederea îmbunătățirii colectării impozitelor, autoritățile române au acționat pentru reglementarea procedurilor administrative în domeniul înregistrării, declarării și colectării impozitului pe venit prin extinderea sistemului de înregistrări fiscale în vederea includerii plătitorilor individuali de taxe precum și prin informatizarea administrării impozitului pe venit.

Responsabilitatea în ceea ce privește implementarea politicii fiscale a Uniunii Europene în România aparține Ministerului Finanțelor Publice, Institutului Național de Statistică și Studii Economice, precum și Băncii Naționale a României. Institutul Național de Statistică și Studii Economice este instituția responsabilă pentru elaborarea conturilor naționale și pentru calcularea PIB-ului.

În perspectivă, *pe termen scurt*, obiectivele urmărite de România sunt menținerea funcționării adecvate a politicilor, asigurarea unui cadru economic stabil, funcțional și predictibil precum și realizarea obiectivelor de politică economică în vederea creării condițiilor de bază necesare menținerii și accelerării tendinței de creștere economică înregistrată de România în ultimii ani.

³⁵ [Răzvan Voican](#), Ziarul Financiar, [24 Martie 2008](#).

³⁶ [Liviu Chiru](#), Ziarul Financiar, [20 Februarie 2008](#).

Pe termen mediu, dezinflația susținută va constitui unul din obiectivele principale ale programelor economice românești, politica monetară urmând să se consacre cu prioritate acestuia. Un obiectiv important al politicii monetare îl constituie și remonetizarea economiei românești prin metode neinflaționiste. Atingerea acestui obiectiv este însă, în mare măsură, dependentă de progresele pe care le va înregistra economia în ansamblu, creșterea economică și refacerea încrederii în moneda națională, toate fiind condiții esențiale ale declanșării acestui proces.

Pe linia întăririi capacității sale instituționale în conformitate cu normele legislative ale Uniunii Europene, BNR are în vedere realizarea, cu contribuție proprie și cu sprijin din partea UE, a unor proiecte pentru crearea unui sistem pentru transpunerea corectă a datelor contabile în situații statistice compatibile cu standardele internaționale, elaborarea unei strategii pentru adoptarea monedei unice europene și pregătirea pentru implementarea unui sistem de emisiuni tip euro.

2. EFECTE ASUPRA SISTEMULUI BANCAR

Sistemul bancar românesc s-a raliat rapid la schimbarea survenită pe piața monetară europeană, încă din prima zi a introducerii monedei unice băncile operând cu euro. Au apărut inevitabil și probleme legate de băncile corespondente. Băncile românești nu și-au făcut din timp conturi corespondente în euro la băncile din străinătate, astfel încât pe o perioadă de aproximativ o lună, cele mai accesate bănci intermediare au fost Banca Germaniei și a Franței. **Banc Post** (BP) a deschis conturi în euro la 18 bănci corespondente din 10 state europene, prin care clienții săi pot efectua operațiuni în noua monedă europeană (situația în ianuarie 1999). Specialiștii **BancPost** studiază posibilitatea aderării la un sistem de decontare a plăților interbancare în euro, de tipul Euro Access Frankfurt (EAF), care asigură plăți internaționale complet computerizate prin intermediul unei bănci de prim rang.

La **EXIMBANK** strategia de adaptare a vizat adaptarea sistemului informatic, modificări în infrastructura actuală a relațiilor de corespondent în perioada de tranziție, schimbări ale mesajelor SWIFT, în paralel cu o adaptare a sistemului de contabilitate. Prin specificul ei de bancă orientată către susținerea comerțului exterior al României, **Eximbank** asigură clienților ei toate informațiile necesare pentru derularea tranzacțiilor și a celor în fază de negociere, prin adaptarea sistemului de comunicații bancare SWIFT pentru a putea face plăți și încasări în euro.

BCR a făcut pregătiri ca, prin relațiile de corespondent, să asigure fluiditatea decontărilor cu euro și în monedele naționale. Încă din 1998, de când s-a început pregătirea pentru trecerea la euro, BCR avea pregătite legăturile cu cele 11 state din UEM prin:

- 192 bănci corespondente;
- 23 bănci corespondente la care sunt deschise conturi “NOSTRO” în valute naționale și în euro.

În prezent, majoritatea băncilor din UEM lucrează printr-un singur cont în euro, în care se operează încasările și plățile în euro ceea ce permite eliminarea unor erori legate de: înregistrări greșite, diferențe de rotunjire, ușurarea investigațiilor.

Ținând cont de noua situație monetară din Europa, pentru a putea onora în condiții ireproșabile solicitările clienților, **BRD96 – GSG** și-a adaptat relațiile cu băncile corespondente, evidența contabilă și sistemul informatic. Pe planul relațiilor cu băncile corespondente, majoritatea acestora nu au fost afectate prin introducerea euro, atât din considerente de minimizare a riscului de contrapartidă, cât și pentru a se păstra plafoanele de lucru acordate de băncile partenere. **BRD – GSG** și-a deschis conturi NOSTRO la principalele bănci corespondente, dar poate efectua plăți în euro și prin celelalte conturi deschise în valutele țărilor membre UME.

Începând cu 4 ianuarie 1998 BRD a oferit operațiuni comerciale și financiare și în euro, de tipul: încasări și plăți, depozite la termen, conturi curente, credite, factoring, forfeting, acreditive, scrisori de garanție etc.

Privind **sistemul bancar actual** și în perspectivă³⁷, la sfârșitul anului 2007 sistemul instituțiilor de credit era constituit dintr-un număr de 41 de instituții de credit (comparativ cu 38 existente la finele anului 2006), din care: 2 instituții de credit cu capital de stat, 3 cu capital privat autohton, 26 cu capital privat majoritar străin și 10 sucursale ale unor bănci străine (7 în 2006).

Capitalul social/de dotare la nivelul sistemului bancar a însumat aproximativ 11 miliarde lei la sfârșitul anului 2007, cu 16,6 la sută (9,4 la sută în termeni reali) mai mare față de sfârșitul anului 2006. Ponderea capitalului public în totalul capitalului sistemului bancar a scăzut cu 2,1 puncte procentuale (până la 12,8 la sută) în favoarea capitalului privat, care a ajuns la 87,2 la sută din total (comparativ cu 85,1 la sută în decembrie 2006); participația băncilor cu capital majoritar străin s-a ridicat la 79,4 la sută din total, cu 0,6 puncte procentuale mai mare față de decembrie 2006.

Activul bilanțier agregat net a atins 250,1 miliarde lei la sfârșitul anului 2007, cu 45,1 la sută mai mare comparativ cu decembrie 2006 (36,2 la sută în termeni reali). Din punct de vedere al structurii nu s-au înregistrat modificări semnificative, ponderea băncilor cu capital majoritar privat ridicându-se la 94,7 la sută, în defavoarea celor cu capital de stat (reprezentând 5,3 la sută, cu 0,2 puncte procentuale mai puțin față de decembrie 2006).

În ultimii ani, sistemul bancar românesc a demonstrat că reprezintă cel mai solid segment al economiei românești, înregistrând o creștere constantă a ponderii activelor agregate în PIB: de la 36,6 la sută în anul 2004 la 44,8 la sută în 2005, iar la sfârșitul anului 2006 pentru prima dată activele bancare ajung să depășească jumătate din PIB, respectiv 50,5 la sută. 64,4% din activele bancare sunt concentrate la primele 5 bănci care funcționează pe piața românească; (1. Banca Comercială Română; 2. BRD - Groupe Société Générale; 3. Raiffeisen Bank România; 4. HVB Ion Țiriac; 5. BancPost;).

Aderarea în Uniunea Europeană a modificat și va modifica configurația sistemului bancar românesc. Nevoia unor lichidități mai mari, odată cu majorarea cotei deținute de creditul ipotecar, atrage din ce în ce mai mult necesitatea unor investiții de capital, fie din străinătate, fie de pe piața internă. Oficialii B.N.R. au vorbit chiar de o „asanare” a sistemului bancar și o stabilizare a acestuia în condițiile în care cerințele internaționale subliniază necesitatea întăririi băncilor mici prin investiții atât de pe piața externă, cât și de pe cea internă.

3. CONCLUZII

Acest nou trend denumit “cultură a stabilității” de către unii critici, se încearcă a se menține în această perioadă de tranziție la Euro. În definitiv, cu eforturi substanțiale, Europa dobândește un "policy mix" echilibrat, conjugă o politică monetară a stabilității prețurilor cu una bugetară a gestiunii sănătoase a finanțelor publice și cu una salarială caracterizată prin moderație.

Încet, dar sigur, Europa se transformă într-un pol al stabilității. Fără îndoială că fără o astfel de politică efectele crizelor internaționale ar fi fost violente și dureroase pentru creșterea ei economică și pentru nivelul șomajului. Iată un adevărat nou "acquis european".

Tratatul statuează stabilitatea prețurilor drept obiectiv principal al politicii monetare a SEBC. BCE primește calitatea de a lucra complet independent, asigurându-se credibilitatea monedei și băncii centrale.

³⁷ Buletin Lunar decembrie 2007, BNR.

Privind întărirea coordonării politicilor economice naționale, această condiție este necesară succesului UEM. Guvernele conștientizează acest lucru, numai că dincolo de bunăvoința general afișată este nevoie de trecerea la fapte, la concretul tot atât vizibil și operativ. Pe plan fiscal, euro își face datoria realizării transparenței asupra nivelurilor, treptelor și marjelor de impozitare. Transparența adusă de euro întărește concurența pe toate piețele. Se adaugă aici creșterea rapidă a comerțului electronic.

Referindu-ne la cele întâmplate pe plan internațional, putem vorbi de întărirea rolului Europei pe scena internațională o dată cu euro și datorită euro. Fără doar și poate se întărește utilizarea euro. De aici derivă o întrebare pe care o mare personalitate a adresat-o: "Va ști însă Europa să își valorifice șansa de a juca pe scena internațională un rol pe măsura ponderii sale economice și comerciale?"

Vorbind despre lansarea euro, în acest moment putem afirma că acest eveniment a fost un succes, utilizarea internațională a euro crescând pe zi ce trece, euro devenind un instrument de creștere a influenței Europei în lume. Până la 1 ianuarie 1999, relațiile financiare mondiale erau dominate de departe de dolar, aproximativ 50% din tranzacțiile comerciale și 80% din operațiunile de schimb valutar. Putem vorbi aici de disproporția dintre rolul comercial al SUA (18% din volumul exporturilor mondiale) și rolul dolarului pe scena internațională mondială. Acest dezechilibru nu putea favoriza stabilitatea în sistemul monetar internațional.

Introducerea monedei EURO pe piața Uniunii Europene a fost la momentul respectiv un succes politic și economic în care rațiunea privind definitivarea construirii economiei europene unite a învins. Așa cum era de așteptat au fost atât voci pro cât și contra.

Europa este deja prima putere economică și comercială din lume, iminent cea mai puternică putere monetară. "Trebuie să își ia destinul în mâini și să decidă și rolul diplomatic, cel puțin pe măsura puterii economice proprii și dincolo de fondurile cu care ea finanțează lumea a treia." Afirma Yves Thibault de Silguy.

Uniunea există și este funcțională. Zona euro este și ea o realitate, adică nu mai punem de mult problema unei alternative.

Ceea ce putem observa este că în restanță față de aceeași realitate, au rămas de dorit și creșterea economică și bunăstarea și zona optimă și cooperarea așteptată, ba chiar integrarea economică a Europei unite, în fine, piața muncii UE și Euroland. De domeniul realității pozitive, sunt veridicitatea științifică a criteriilor de convergență și exigențele asupra lor, ceea ce dă rezultate între starea bugetelor publice și nivelul inflației, între lotul țărilor Euroland și cele candidate. Tot de domeniul realității este și situația economică politică comună a țărilor uniunii. Nicăieri în lume nu mai există o astfel de apropiere și o afinitate pentru apropiere, ca în Europa ultimei jumătăți de secol.

O altă reală restanță rămâne în domeniul fiscal și bugetar, ceea ce pe de o parte pare a răspunde influenței unui naționalism peren. Întrebarea care se pune este dacă uniunea economică și monetară va rezista fără întregirea cercului în maniera uniune economice monetară și fiscală? Sau ne limităm la armonizarea fiscală drept suficientă? Oricum prezumtiva perspectivă a uniunii monetare și fiscale va presupune cu mult mai mult decât o simplă adăugire sau revizuire a Tratatului uniunii.

La capătul considerațiilor despre situarea uniunii și extinderea ei se va putea pune însă și o alto problemă: va lucra totuși extinderea pe toate planurile, a uniunii și influenței sale totdeauna și fără limite în favoarea ei și a Europei?

BIBLIOGRAFIE:

1. Liviu Andrei, "Euro", Editura Economică, București, 2003.
2. Maria Bârsan, "Efectele introducerii monedei unice asupra sistemului bancar", Universitatea "Babes-Bolyai" Cluj-Napoca, 2005.
3. Petre Brezeanu, "Finanțe Europene", Editura București, 2007.
4. Christian Chabot, "Euro-moneda europeană", Editura Teora, București, 1999.
5. Mugur Isărescu "România-trecerea la euro", prezentarea guvernatorului BNR, , cu prilejul Forumului Financiar Sud-Est European, 17 mai 2007.
6. Dumitru Mazilu, "Integrare Europeană", București, 2007.
- Christian Noyer, "Euro, o monedă stabilă în slujba unei economii dinamice", simpozion B.N.R., martie 2007.
7. Zenovia – Doina Penea , "Moneda Euro", Editura Tehnică, Bucuresti, 1999.
8. Eugen Rădulescu, "Inflația – marea provocare", Editura Enciclopedică, București, 1999.
9. Magdalena Rădulescu, "Monedă și credit", Editura Sitech, Craiova, 2006.
10. *** "Globalizare și integrare europeană. Cazul României." Simpozion BNR, 15 martie 2007.
11. *** "Ziarul Financiar" – 20 Februarie 2008, 3 Martie 2008, 24 martie 2008.
12. *** "Tribuna Economică" – nr. 41/2007, nr. 3/2008.
13. www.bnro.ro
14. www.infoeuropa.ro
15. www.europa.eu
16. www.mie.ro

BANCA EUROPEANĂ PENTRU RECONSTRUCȚIE ȘI DEZVOLTARE ȘI RELAȚIA CU ROMÂNIA

**Oprița Mihaela Livia, studentă FB III,
Conf.dr. Rădulescu Magdalena,
Universitatea din Pitești**

Lately, European Bank for Reconstruction and Development focused its attention on the Eastern and Southern European Countries, on the Eastern and Southern Countries in Russia, Caucasian area and Central Asia, reallocating the resources from the Central and Eastern Europe where the transition to the market economy is almost accomplished.

During the period of Romanian transition to the market economy, EBRD proved to be one of the international financial institutions that highly sustained this process for achieving the established objectives, by granting us loans that helped us to implement the projects needed for the economic transformation and for intensifying the structural reforms.

1. Introducere

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a intrat în vigoare la 28 martie 1991 ca urmare a propunerii fostului președinte francez François Mitterrand și a consilierului său de atunci Jacques Attali și are ca obiectiv acordarea de asistență țărilor din Europa Centrală și de Est și din CSI în procesul de tranziție spre economia de piață³⁸.

Cu sediul la Londra, banca are 60 de membrii: 61 de țări, atât țări din această regiune, cât și din restul lumii, la care se adaugă Comunitatea Europeană și Banca Europeană de Investiții.

Banca finanțează prioritar sectorul particular, procesul de restructurare și privatizare, precum și infrastructura care asigură funcționarea acestor activități. Sectorului privat îi sunt alocate circa 60% din împrumuturi, în timp ce sectorul public beneficiază de 40% din fonduri.

Principalele forme de finanțarea ale BERD sunt creditele, investițiile în capitalul social și garanțiile pentru obținerea de credite de la alte organizații.

Resursele BERD provin din aportul de capital al membrilor săi, din veniturile plasamentelor sale și din dobânzile ce îi sunt plătite din împrumuturi. La crearea bănci capitalul a fost fixat la 10 miliarde ECU. În aprilie 1997, capitalul s-a dublat, ajungând la 20 miliarde ECU, ceea ce îi permite să satisfacă cererea crescândă de asistență.

Moneda oficială de lucru a fost ECU (European Currency Unit), înlocuită la 1 ianuarie 1999 de Euro, dar contribuțiile acționarilor la acel moment erau depuse în dolari sau yen³⁹.

Banca operează doar în țările care respectă principiile economiei de piață și principii democratice. BERD este singura instituție financiară internațională care și-a asumat și funcții politice. Nici chiar FMI, cea mai importantă astfel de instituție, care condiționează finanțările de anumite programe de reformă, nu are în statut mențiuni politice.

Până la 31 decembrie 2007 Banca Europeană pentru Reconstrucție și dezvoltarea a semnat peste 2636 de proiecte în valoare totală de 36,9 miliarde euro BERD devenind astfel cel mai mare investitor instituțional din Europa Centrală și de Est.

³⁸ Kirîțescu, Constantin, Dobrescu Emilian, *Băncile – Mică enciclopedie*, Editura Expert, București, 1998, p. 339.

³⁹ Anghel Marcel, *Relații valutare*, Editura Matrix Rom, București, 2002, p. 28.

Pe lângă propriile finanțări banca mobilizează importante sume de bani în regiune din alte surse, acestea situându-se la sfârșitul anului 2007 la o valoare de 78,6 miliarde euro.

În ultima perioadă de timp Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare și-a îndreptat atenția către țările din sud – estul Rusiei, sud – estul Europei, zona Caucazilor și Asia Centrală, realocând resursele din centrul și estul Europei unde tranziția către o economie de piață funcțională este aproape realizată⁴⁰.

2. Relația Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare cu România

România este membră a BERD din 1991 și are o cotă de participare de 96 milioane euro la capitalul Băncii (respectiv 9 600 acțiuni)⁴¹.

Constituența din care face parte țara noastră include Armenia, Georgia, Moldova și Ucraina. Biroul de la București fiind condus de Claudia Pendred.

România se situează pe locul al treilea în rândul țărilor de operare din punct de vedere al volumului finanțării (după Federația Rusă, concurând cu Polonia pentru locul doi).

De-a lungul perioadei de tranziție a României la economia de piață, BERD s-a dovedit a fi una dintre instituțiile financiare internaționale care au susținut intens acest proces pentru îndeplinirea obiectivelor stabilite, prin acordarea de împrumuturi care au ajutat la implementarea proiectelor necesare transformării economice și la intensificarea reformelor structurale.

BERD reprezintă un catalizator major pentru investiții în România, cu un portofoliu cumulat la sfârșitul lunii aprilie 2006 de 166 de proiecte, angajamentele sale depășind, la 31 aprilie 2006, 3,1 miliarde de euro⁴².

Creșterea portofoliului cumulat în ultimii ani a fost semnificativă, majoritatea (70%) regăsindu-se în sectorul privat. Banca a angajat: 282 milioane euro în 2001, 447 milioane euro în 2002, 384 milioane euro în 2003, 401 milioane euro în 2004 și 475 milioane euro în 2005. La sfârșitul anului 2007 BERD semnase cu România 248 de proiecte în valoare totală de peste 3,5 miliarde euro.

BERD a finanțat un număr considerabil de proiecte pentru a sprijini dezvoltarea sectorului privat în următoarele domenii: infrastructură (transport, energie, utilități), telecomunicații, sectorul financiar, agricultură, industrie și turism.

Pe lângă propria sa investiție, BERD a ajutat la mobilizarea altor 6,4 miliarde euro, reprezentând co-investiții în perioada 1991- ianuarie 2007.

BERD a avut un rol decisiv în promovarea și sprijinirea tranziției României la economia de piață, iar acest rol a evoluat în funcție de necesitățile țării⁴³.

2.1. Strategia Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare pentru România aprobată în 2008

De la ultima strategie, țara a făcut noi progrese în ceea ce privește reformele orientate spre economia de piață, într-un context caracterizat de o creștere economică puternică și a unor afluxuri semnificative de investiții străine directe (ISD). Aderarea României la UE la 1 ianuarie 2007 a fost un moment important, care reflectă progresele considerabile înregistrate de țară în procesul său de tranziție, în special în decursul ultimului deceniu. Țara continuă să

⁴⁰ Sursa: Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare.

⁴¹ Nicolau Mihaela, *Instituții bancare internaționale – note de curs*, 2006, p. 60.

⁴² Sursa: Ministerul Afacerilor Externe, Direcția Diplomatie Economică.

⁴³ Enciu Adrian, *Instituții financiare europene – implicații în restructurarea economică europeană*, Editura AIT Laboratories s.r.l., 2005, p. 179.

fie bine plasată pentru valorificarea avantajelor pe care i le conferă calitatea de membru UE și pentru continuarea procesului de aliniere la celelalte țări membre UE. Cu toate acestea, România continuă să fie confruntată cu dificultăți considerabile legate de reforma economică și instituțională post-aderare, iar Banca își propune să sprijine țara în rezolvarea acestor provocări în decursul perioadei care face obiectul prezentei strategii.

Economia românească a crescut cu 7,9 la sută în 2006 și cu 6 la sută în 2007. Principalul factor de creștere a fost cererea internă, dată fiind creșterea semnificativă a salariilor și nivelului de creditare care au contribuit la creșterea continuă a nivelului de consum. Cu toate acestea, exista semne de supraîncălzire. Inflația a crescut în 2007, ajungând la sfârșitul anului la o rată anuală de peste 6 la sută, au crescut presiunile fiscale ca urmare a creșterilor semnificative ale cheltuielilor cu salariile și beneficiile în sectorul public, iar deficitul de cont curent a ajuns la aproximativ 14 la suta din PIB. Aceste tendințe au dus la creșterea riscurilor cu care se confruntă economia și impun adoptarea unei politici ferme pe termen scurt și un accent sporit pe diminuarea acestor vulnerabilități macroeconomice.

România a făcut progrese considerabile în perioada de tranziție, în direcția alinierii la standardele economiilor de piață dezvoltate. În multe privințe, aceste standarde au fost pe deplin atinse; de exemplu, gradul de liberalizare a preturilor, a schimburilor de comerț și comerț exterior sunt pe deplin comparabile cu cele ale altor țări membre UE. Cu toate acestea, procesul de tranziție din România nu este încheiat și țara continuă să se confrunte cu unele dificultăți specifice procesului de tranziție de după aderare. Aceste dificultăți sunt legate în special de dezvoltarea și susținerea forțelor de piață, de exemplu prin promovarea unor standarde superioare de guvernanta corporativă, aplicarea regulilor concurenței, continuarea dezvoltării intermedierei financiare (mai ales în sectorul nebancar), comercializarea serviciilor de infrastructura și dezvoltarea infrastructurii pieței locale de capital. Aceste obiective sunt greu de atins, dar vor fi necesare pentru asigurarea prosperității pe termen lung.

Mediul de afaceri din România s-a îmbunătățit de la data aprobării ultimei strategii, dar concurența pieței unice a UE a evidențiat nevoia urgentă de restructurare a multor companii. Sunt necesare standarde superioare de guvernanta și aplicarea de reglementări pentru a susține acest proces de restructurare. După cum a constatat Comisia Europeană, reforma judiciară și lupta împotriva corupției sunt provocări cheie cu care se confruntă țara și, cu toate ca anul trecut au fost înregistrate progrese în aceste domenii, eforturile trebuie amplificate pentru ca România să rămână o destinație atractivă pentru investiții.

Banca este pregătită să ajute România în rezolvarea eficientă a dificultăților tranziției cu care se mai confruntă. Angajamentele cumulate ale Băncii în România se ridică la 3,54 miliarde euro iar Banca a semnat 248 de tranzacții (până la sfârșitul lunii decembrie 2007). Pe lângă aceasta, Banca a mobilizat fonduri suplimentare de 6,5 miliarde euro sau a pus la dispoziție o finanțare totală în valoare de peste 10 miliarde euro. Banca a identificat o serie de domenii cheie în care poate avea în continuare un impact puternic asupra tranziției. În consecință, în perioada imediat următoare a strategiei, Banca se va concentra asupra următoarelor priorități:

- Sectorul Întreprinderilor Private – Banca va acorda sprijin sectorului privat local, axându-se îndeosebi pe concurență ca și dezvoltarea în România și pe plan internațional. Banca va acorda atenție specială dezvoltării activităților de afaceri în regiunile mai puțin dezvoltate din România în vederea promovării integrării regionale. Piața unică a Uniunii Europene și concurența Asiei reprezintă provocări pentru sectorul privat din România. Banca va ajuta sectorul privat să le facă față prin intermediul finanțării și expertizei. Vor fi avute în vedere cerințele de investiții într-o serie de domenii, inclusiv serviciile, producția, tehnologia și instruirea profesională. Cerințele de finanțare vor fi abordate în strânsă colaborare cu băncile locale și fondurile de investiții. Banca va diversifica gama de produse de finanțare în sensul includerii mai multor instrumente cu grad ridicat de risc (cum ar fi participatii la

capital, cvasi-capital și împrumuturi structurate) pentru sprijinirea restructurării, consolidării și dezvoltării companiilor locale de pe piața românească și atragerea unui volum mai mare de ISD. Banca își va spori eforturile de acordare de împrumuturi în monedă locală debitorilor care vor genera venituri în moneda locală. Împrumuturile în monedă locală au o importanță decisivă pentru diminuarea riscului valutar la care pot fi expuși debitorii ale căror venituri sunt exprimate în RON dar care nu au obligații corespunzătoare în RON. Vor fi create instrumente financiare, cum ar fi linii de credit dedicate, care utilizează fonduri UE post-aderare, pentru a veni în sprijinul activităților locale de afaceri.

- Sectorul energetic – Banca va continua să investească în sectoarele public și privat în domeniul producerii, transmiterii și distribuției energiei, și va continua, totodată, dialogul politic în scopul promovării reformei corespunzătoare a cadrului reglementativ și instituțional în concordanță cu Directivele UE și cu strategia energetică guvernamentală recent aprobată. În plus, este necesar să se investească în modernizarea și reabilitarea capacităților de producere a energiei electrice, mai ales a centralelor electrice. În cadrul Inițiativei Băncii privind Energia Durabilă, vor fi promovate proiecte de eficiență energetică și energie regenerabilă. Banca va contribui la rezolvarea problemei intensității energetice mari a României (care afectează negativ competitivitatea economiei) prin promovarea proiectelor de eficiență energetică pentru industrie și sectorul rezidențial.

- Infrastructura – Banca intenționează să sprijine îmbunătățirea infrastructurii în România, în special în sectorul transporturilor, pentru a asigura o cooperare regională mai intensă, amplificarea schimburilor comerciale și utilizarea avantajelor Pieței Unice. Aceasta include creșterea capacității administrative de structurare a PPP-urilor și susținerea capitalului sectorului privat în proiecte cheie de infrastructură de transport care vor duce la creșterea dezvoltării economice. Pe lângă aceasta, Banca își va continua activitățile în sectorul municipal în întreaga țară, având în vedere în special oportunitățile oferite de fondurile europene structurale și de coeziune post-aderare. Se va acorda o atenție deosebită municipalităților mai mici. Banca va continua să acorde împrumuturi directe pe bază comercială companiilor regionale de alimentare cu apă și tratare a apelor uzate în vederea modernizării și dezvoltării capacităților acestora, precum și municipalităților pentru tranzacții privind transportul urban și drumurile regionale, eficiența energetică și deșeurile solide.

Pe perioada strategiei, Banca va continua să colaboreze strâns cu guvernul, UE și BEI (inclusiv prin inițiativa comuna JASPERS) în vederea facilitării și utilizării corespunzătoare a Fondurilor Structurale și de Coeziune în cadrul Agendei UE. În conformitate cu prezenta Strategie, Banca va continua să asigure că toate operațiunile BERD în România respectă principii bancare sănătoase, au impact asupra tranziției, sunt complementare, sunt în conformitate cu procedurile de mediu ale Băncii și încorporează, acolo unde este cazul, Planuri de Acțiuni de Mediu pentru a ajuta totodată țara să îndeplinească obiectivele privind acquis-ul comunitar de mediu.

2.2. Proiecte derulate de Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare în România

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare a investit între 300-400 milioane euro pe an în 2007 și 2008 în România, datorită cererii foarte mari de pe piață și potențialului de dezvoltare al anumitor sectoare.

Instituția economică internațională este unul din cei mai mari investitori din România, valoarea celor peste 120 de proiecte din 1991 până în ianuarie 2007 cumulând 3,35 miliarde euro, în creștere de la 3,2 miliarde euro la sfârșitul anului 2005.

Sectoarele cu potențial mare identificate sunt cel energetic, cel al municipalităților și al companiilor. BERD este prezentă în proiectele de infrastructura și se va păstra deschisă către

proiecte din toate domeniile. Banca reduce volumul finanțărilor directe către bănci, însă instituțiile financiare românești vor mai servi drept canale de distribuție pentru alte proiecte BERD.

Banca internațională pune la punct o linie de finanțare pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), o alta în cooperare cu Uniunea Europeană (UE) și o a treia pentru companiile românești. Ultima facilități de credit va ajuta companiile românești să își îmbunătățească capacitatea de producție și să investească în domeniul mediului. Astfel, linia de finanțare va ajuta firmele din România să facă față competiției din Uniune la capitolul mediu, pe de o parte, și la standardele tehnice, pe de alta parte.

Sectorul energetic beneficiază de finanțări între 100 și 200 milioane euro, iar cel al industriei generale de finanțări între 50 și 100 milioane euro. Pentru municipalități, finanțările sunt între 50 și 100 milioane euro, iar în sectorul IMM-urilor între 50 și 80 milioane euro. Pentru "agribusiness" (producerea și distribuția produselor alimentare), BERD a inclus în buget între 50 și 100 milioane euro pentru încă două proiecte. Kaufland va primi un împrumut de 100 milioane euro

Dintre cele mai importante proiecte derulate de Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare în România amintim:

Credite pentru IMM – uri prin Banca Transilvania

BERD a acordat Băncii Transilvania a doua linie de credit de 5 milioane de dolari pentru finanțarea IMM-urilor din România, devenită operațională la sfârșitul lunii martie 2002

Beneficiari acestui împrumut pot fi organizațiile și/sau IMM-urile ce îndeplinesc următoarele criterii de eligibilitate: să fie "client nou" al băncii; să fie o entitate legală comercială; să aibă cel mult 100 angajați și să fie proprietate majoritar privată, deținută de rezidenți români.

Nu sunt eligibile următoarele activități: refinanțările, activitățile excluse de BERD, producție de alcool, armament, muniție, investiții financiare, speculații valutare, mobiliare, imobiliare

Costuri eligibile sunt:

1. Pe termen scurt: materie primă, stoc de marfă, capital de lucru
2. Pe termen mediu: echipamente, instalații, hale de producție, sediu de societate, construcții, amenajări, mijloace de transport.

Valoarea programului este de 5 milioane USD

Caracteristicile programului:

-Valoarea creditului este de minim 10.000 EURO și maxim 125.000 EURO (echivalent în USD). Credite cu valori mai mari se pot acorda din surse combinate Banca Transilvania / BERD.

-Contribuția solicitantului este de minim 30% din valoarea proiectului (pentru activități noi) sau minim 15% din valoarea proiectului (pentru dezvoltarea activităților curente) și poate consta în contribuții ale proprietarilor sau numerar din afacere. Contribuția se va varsa cel târziu în momentul finanțării proiectului.

-Durata împrumutului este cuprinsă, în funcție de destinație, proiect și capacitate de rambursare lunară a firmei, între 1 luna și 3 ani, iar perioada de grație este de maxim 6 luni, acordându-se în funcție de natura proiectului.

-Dobanda se calculează în funcție de LIBOR/EURIBOR la 6 luni + marja băncii (4-6.5%) și se aplică la sold. Marja se stabilește după o grilă de indicatori financiari referitoare la situația prezentă și la performanțele previzionate. Conform istoricului, rata medie a dobanzii a fost de 8%.

-Valoarea garanțiilor este cu 20% peste valoarea împrumutului și dobânzile primelor 3 luni, în baza evaluării băncii. Garanțiile pot consta în active din patrimoniul firmei, imobile comerciale sau personale sau, în condiții speciale, bunurile achiziționate din împrumut.

-Rambursarea împrumutului se face în rate lunare egale, plus dobânda la sold, existând posibilitatea de plată înainte de scadență cu preaviz de 15 zile lucrătoare, fără penalități.

-Acest program de creditare nu are termen limită.

-Documente necesare: Formularul de cerere de creditare cu anexe, Ultimul bilanț și ultimele două balanțe, Descrierea proiectului (eventual plan de afacere)

Procedura de obținere: Interviu inițial de preselecție; Culegerea și analiza datelor; Perfectarea contractelor.

PASUL 1: Interviu inițial de preselecție; Verificarea eligibilității firmei; Corespunde criteriilor de eligibilitate?; Analiza sumară a rezultatelor financiare istorice; Să aveți ultimul bilanț și ultima balanță la dvs.; Să aveți descrierea proiectului, eventual plan de afacere; Distribuirea formularului de cerere de creditare cu anexe; Stabilirea pașilor în procesul de culegere și analiză a datelor.

PASUL 2: Culegerea și analiza datelor; Depunerea documentelor legale referitoare la firmă; Analiza datelor și informațiilor din formularul de cerere completat; Vizită la sediul firmei - locul desfășurării activității; Interviu și discuții cu proprietarii și conducătorii afacerii; Verificarea existenței avizelor și autorizațiilor necesare funcționării firmei.

PASUL 3: Perfectarea contractelor; Se semnează contractele de împrumut și cele de garanții; Se înregistrează la instituțiile abilitate, respectând legislația aplicabilă condițiilor concrete.

Derularea în timp:

-Ziua 0: Interviu de preselecție;

-Zilele 1-3: Verificarea documentelor financiare;

-Distribuirea setului de formulare de cerere;

-După 14 zile (în medie): Depunerea la bancă a setului de formulare completate;

-După încă 5-10 zile: Decizia de aprobare;

-După 1-7 zile de la aprobare: Perfectarea contractelor și vărsarea împrumutului.

Credite pentru infrastructură

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a investit în România sau participă la proiecte de infrastructură rutieră și feroviară cu o valoare totală de peste 500 milioane euro, unul dintre cele mai mari proiecte de finanțare fiind realizarea centurii orașului Constanța. Obiectivul este inclus în coridorul IV pan-european și presupune o investiție de 145 milioane euro.

Un alt proiect, derulat cu finanțare BERD, presupune dezvoltarea facilităților aeroportului Henri Coanda și va avea o valoare de 50 milioane euro. Proiectul presupune construcția unei stații de distribuție a energiei electrice, a unei platforme de degivrare și a unor parcuri supraetajate.

Proiectul privind construcția variantei ocolitoare a orașului Pitești, cu o lungime de 15,2 kilometri și refacerea unor drumuri naționale, va necesita investiții de 114,7 milioane de euro, din care 60 milioane euro provin dintr-un împrumut BERD, 410.000 de euro sunt fonduri PHARE, iar 53,5 milioane euro, din fonduri atrase.

Banca europeană a mai acordat un împrumut, negarantat de stat, de 16 milioane euro pentru un proiect de 24,3 milioane euro care are ca scop dezvoltarea terminalului de barje al Portului Constanța, finalizarea acestui proiect fiind prevăzută pentru septembrie 2007. Cofinanțarea va fi asigurată de la bugetul de stat și de Administrația Porturilor Maritime Constanța (7,8 milioane euro) și de guvernul olandez (480.000 euro).

Credite pentru exportatorilor români prin RoBank

Facilitatea are un volum de 2 milioane USD și este destinată finanțării activităților de pre-livrare și post-livrare sau pentru finanțarea capitalului de lucru necesar îndeplinirii obligațiilor asumate de solicitant, în cadrul unor contracte de export la care acesta este parte, sau pentru finanțarea capitalului de lucru inițial, necesar pentru proiecte specifice sau programe de investiții strict legate de activitatea de export.

Beneficiarii creditului trebuie să îndeplinească următoarele criterii de eligibilitate: să își desfășoare activitatea în principal în România și/ sau în oricare din țările în care BERD își desfășoară activitatea; să îndeplinească standardele de management financiar și al activității solicitate de RoBank, au o situație financiară stabilă și Comitetul Executiv al băncii aprobă solicitarea de finanțare din sursă BERD; să aibe încheiate unul sau mai multe contracte de export, care prevăd încasarea sumelor aferente contractelor respective prin acreditive deschise sau care urmează a fi deschise în favoarea acestora și care prevăd încasarea acestor sume în conturile solicitanților, deschise la oricare din sucursalele RoBank.

Nu există condiții în legătură cu localizarea regională. Poate fi accesat prin toate sucursalele RoBank din București, Brașov, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Galați, Iași, Oradea, Piatra Neamț, Ploiești, Timișoara.

Privatizarea CFR Marfă

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) se va implica în privatizarea CFR Marfă, urmând să acorde consultanță în acest sens operatorului național de marfă dar și să ofere un împrumut societății de transport pe calea ferată, convertit ulterior în acțiuni.

După privatizarea CFR Marfă BERD intenționează să acorde un împrumut pe termen lung și care la momentul privatizării să fie convertit în acțiuni. BERD dorește dezvoltarea companiei astfel încât valoarea comercială a companiei să atingă cea mai mare cotă posibilă.

CFR Marfă are ca principal obiect de activitate transportul public de marfă și bunuri pe calea ferată, în trafic intern și internațional. Compania poate fi privatizată, iar în concordanță cu legea, statul român are posibilitatea să păstreze majoritatea acțiunilor.

Credite pentru finanțarea industriei laptelui

Tnuva, cea mai mare companie de produse alimentare din Israel, în parteneriat cu Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) vor investi 55 milioane euro, în următorii doi ani, pentru înființarea în zona Popești-Leordeni a unei fabrici de produse lactate și a unei ferme de creștere a vacilor.

BERD va participa cu 35% din totalul investiției, restul revenind firmei israeliene. Tnuva va începe comercializarea produselor sale în 2007, când va introduce produsele cu marca Yoplait, situată pe locul doi în lume în categoria produselor lactate proaspete. Materia primă, în cea mai mare parte, va fi preluată de la fermierii romani din zonă și doar o cotă redusă va fi asigurată din ferma proprie.

Credite pentru dezvoltarea pieței de retail: Kaufland

Conducerea Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a aprobat un credit de 100 milioane lei pentru Kaufland România, membră a grupului Schwarz, care presupune investiții de 300 milioane euro pe termen lung.

BERD va finanța proiectul cu 100 milioane euro, iar grupul german Schwart cu 200 milioane euro, sume care vor fi investite în deschiderea de noi hipermarketuri cu produse la prețuri reduse în orașele mici și medii, potrivit schiței de proiect. Inițiativa propusă va contribui la creșterea competiției în orașele mici și mijlocii prin deschiderea de magazine moderne care vor stimula producătorii locali să se dezvolte pe noua piață de desfacere. Populația din aceste zone va beneficia atât de noi locuri de muncă cât și de o gamă variată de produse la prețuri scăzute datorită competiției.

Credite pentru infrastructură municipală

Orașul Iași, cel de-al treilea ca marime din România, va beneficia de o infrastructură modernizată a transportului public cu ajutorul împrumutului în valoare de 15 milioane € acordat de BERD pentru reabilitarea rețelei de tramvaie a orașului. Suma de 5 milioane € din acest împrumut este sindicalizată la Raffeisen Zentralbank Österreich AG.

Împrumutul, acordat pe termen de 13 ani, va fi utilizat pentru finanțarea modernizării a 16,4 kilometri din rețeaua de tramvai, va contribui la reducerea zgomotului și vibrațiilor în centrul orașului, la creșterea vitezei de deplasare a tramvaielor pe tronsoanele reabilite și la creșterea nivelului de siguranță.

Proiectul include fonduri de cooperare tehnică pentru sprijinirea orașului în procesul de restructurare și reabilitare a serviciilor de transport public din Iași, inclusiv licitarea și reglementarea serviciilor liniilor de microbuze. Compania de Transport Public din Iași va beneficia de consultanță privind comercializarea și identificarea unor surse externe de finanțare eficiente din punctul de vedere al costurilor.

Credite pentru investiții imobiliare

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) ar putea credita cu 60 milioane euro companiile Globe Trade Centre (GTC) și Aura Investment destinat cumpărării, gestionării și dezvoltării de centre comerciale în România.

Compania mixtă va cumpăra, gestiona și dezvoltă proiecte de centre comerciale în orașe cu peste 100.000 de locuitori din România.

Costurile totale ale proiectului GTC - Aura Investment nu au fost încă stabilite. Facilitatea de credit va sprijini expansiunea dezvoltătorilor (GTC și Aura Investment) în orașe din România și diversificarea în sectorul retail.

Proiectul își propune să ajute expansiunea investitorilor strategici în România și, indirect, să atragă investitori străini "de calitate" pe piața locală și introducerea de standarde internaționale de dezvoltare. Banca va sprijini această structură comercială eficientă pentru a crea un model reaplicabil în piețele financiare. Unul din rezultatele așteptate este ca proiectul să stimuleze băncile comerciale pentru finanțarea unor structuri similare în viitor.

BIBLIOGRAFIE

1. Anghel Marcel, *Relații valutare*, Editura Matrix Rom, București, 2002;
2. Enciu Adrian, *Instituții financiare europene – implicații în restructurarea economică europeană*, Editura AIT Laboratories s.r.l., 2005;
3. Nicolau Mihaela, *Instituții bancare internaționale – note de curs*, 2006;
4. Troacă Victor, *Lexicom bancar*, Editor „Tribuna Economică”, București, 2001
5. Revista „The Money Channel”
6. www.ebrd.com;
7. www.mae.ro.

INFLATIA IN ROMANIA - EVOLUTII SI FACTORI DETERMINANTI

Elevi : Grigore Cosmin
Stanciu Gabriela
cls. a X-a B

Îndrumător :Prof. Iulia Mielcescu
Colegiul Economic „ Maria Teiuleanu ” Pitești

I. Prezentare generala

Inflatia in Romania a fost ridicata si variabila in decursul ultimului deceniu, datorita, in principal, eforturilor de stabilizare intrerupte, de tip "stop-and-go" si indisciplinei financiare pe scara larga. Aceasta lipsa de disciplina financiara a luat diferite forme de-a lungul timpului, inclusiv deficite fiscale si cvasi-fiscale mari, acumulare de arierate, si explozii de cresteri salariale cu mult in exces fata de nivelul productivitatii.

Rezultatele econometrice evidentiaza rolul costurilor pe unitatea de munca si, intr-o masura mai redusa, a cursului de schimb in stimularea inflatiei. Costurile unitare ale fortei de munca au fost principalul factor determinant al inflatiei, indisciplinarea financiara adanc inradacinata la nivelul intreprinderilor fiind reflectata in mare masura in salarii mai ridicate decat ar fi justificat de productivitate sau chiar decat ar putea fi platite in multe intreprinderi in absenta constrangerilor bugetare. Influenta cursului de schimb asupra inflatiei a devenit, de asemenea, din ce in ce mai clara in ultimii cativa ani, in urma liberalizarii depline a pietei valutare.

Rolul cresterii masei monetare si a creditului in cauzarea inflatiei a fost de asemenea important, desi mai greu de demonstrat empiric. Perioade de crestere excesiva a masei moneare au condus la consolidarea presiunii inflationiste, dar ritmul actual al inflatiei a fost determinat in mare parte de deciziile de politica cu privire la momentul si magnitudinea liberalizarii preturilor si ajustarii cursului de schimb. Ratele inalte de crestere a masei monetare la mijlocul anilor 1990 reprezinta inca cea mai plauzibila explicatie pentru magnitudinea spiralei inflationiste in urma ultimei etape de liberalizare majora a preturilor din 1997.

Aceast capitol trece in revista evolutiile recente ale inflatiei in Romania si analizeaza determinantii sai cheie. Sectiunea B prezinta cadrul general al evolutiilor preturilor agregate si sectoriale in ultimul deceniu si procesul liberalizarii preturilor. Sectiunea C trece in revista evolutiile catorva variabile identificate in mod obisnuit in literatura de specialitate ca sursa a presiunilor asupra preturilor, inclusiv salariile, cursul de schimb si agregatele monetare. Sectiunea D examineaza in mod empiric relatia dintre preturi si salarii, masa monetara si cursul de schimb in anii 1990, folosind modele de autoregresie vectoriala (VAR). Sectiunea E cuprinde concluziile.

II. Evolutia preturilor

Rezultate ale evolutiei preturilor

Inflatia a fost ridicata si variabila in timpul ultimului deceniu. Inflatia la 12 luni a ajuns undeva la 200-300 procente la inceputul tranzitiei. Inflatia s-a redus constant in perioada de la mijlocul anului 1993 si pana la mijlocul lui 1995, atingand un nivel minim de 25%, dar accelerandu-se din nou din a doua jumatate a anului 1995. Cresterea puternica de la inceputul lui 1997 a fost asociata cu liberalizarea preturilor din agricultura si ale energiei¹. Inflatia la 12

luni a atins un varf cu puțin sub 180% la mijlocul lui 1997 și a ramas foarte ridicata pana in 1998, dar ratele lunare au scazut repede dupa cresterea initiala puternica.

Deși in scadere fata de nivelurile mari care au urmat ultimei etape de liberalizare a preturilor din 1997, inflatia a ramas volatila. Inflatia si-a incetinit ritmul in 1998, rata la 12 luni ajungand la un minim de 33% in februarie 1999, ca raspuns la politica monetara restrictiva si la o rata mai redusa de depreciere a leului. Totusi, pe fundalul unui deficit bugetar mare si a continuarii cresterii salariale rapide, aceasta incetinire s-a produs cu costul unei aprecieri reale mari si a unei pierderi severe de competitivitate. Deprecierea corectiva ampla, care a urmat, a contribuit la reaparitia unui varf in inflatie in 1999 si preturile de consum au crescut cu pana la 57% pe an la nivelul lunii ianuarie 2000.

Preturile agregate sunt influentate puternic in special de preturile produselor alimentare, care reprezinta aproximativ jumatate din cosul IPC. Preturile produselor alimentare, nealimentare si ale serviciilor au crescut in mare masura cu rate similare in perioada de la mijlocul anilor 1990, dar in ritmuri din ce in ce mai diferite in ultimii doi ani (graficul I.1b). Tarifele la servicii au inregistrat cresteri rapide, mai ales in 1999, reflectand in parte efectele cresterilor mari ale preturilor administrate (a se vedea mai jos). In 2000, seceta a cauzat o crestere accentuata a preturilor la produsele alimentare si a inhibat progresele in directia dezinflatiei. In ciuda ponderii ridicate a produselor alimentare in cosul IPC, majoritatea altor instrumente de masurare a inflatiei cum ar fi preturile de productie, consumul gospodariilor si deflatorii PIB, au inregistrat in cea mai mare parte o evolutie similara IPC (tabelul I.1). O exceptie notabila este 1998, cand preturile de consum au crescut cu 59%, dar preturile de productie s-au marit cu doar 33% (graficul I.1a).

Liberalizarea preturilor

Liberalizarea preturilor in Romania a fost neregulata si prelungita, ultima etapa majora de liberalizare intarziind pana in 1997. Mai mult, estimarile cu privire la gradul in care preturile au ramas controlate in perioada de la mijlocul anilor 1990 variaza; in multe cazuri, preturile de consum au fost liberalizate, dar nu si preturile la materiile prime si materialele de baza; in alte cazuri, preturile "liberalizate" au fost puternic distorsionate de subventii, in special in sectorul agricol.

Progresul initial in liberalizarea preturilor parea incurajator. Demekas si Khan (1991) au raportat ca majoritatea preturilor au fost liberalizate in trei etape in noiembrie 1990, aprilie 1991 si iulie 1991, dupa care autoritatile au pretins ca aproximativ 80% din preturile de consum sunt determinate de piata. Controlul asupra preturilor si subventiile pentru majoritatea altor bunuri de consum au fost presupus eliminate in 1993.

Totusi, controlul formal si informal asupra preturilor a persistat sau a fost reintrodus la jumatatea anilor 1990; controlul asupra preturilor produselor alimentare a fost in mod special omniprezent. OCDE (1993) a subliniat ca preturile la multe articole de consum, in special in magazinele de desfacere de stat nu erau inca determinate de piata, fiind in schimb supuse supravegherii pe baza unor limite stricte de crestere. La nivel mai formal, Hotararea Guvernului nr. 45/1994 a declarat o gama larga de articole ca fiind de importanta nationala si subiect de analiza (si influenta) de catre Oficiul Concurentei. FMI (1997) raporteaza ca, in plus fata de gama controalelor asupra preturilor de productie, guvernul mentinuse plafoane directe la preturile en-gros si en-detail la un numar de articole alimentare sensibile, care reprezentau 28% din totalul cosului de consum. Faptul ca preturile la energie, utilitati, transport si telecomunicatii, erau de asemenea administrate a implicat ca aproximativ 40% din cosul preturilor de consum era inca sub control la sfarsitul anului 1996.

Majoritatea preturilor inca supuse controlului au fost liberalizate la inceputul anului 1997. Preturile la produsele agricole au fost liberalizate in februarie 1997; regimul comercial fiind,

de asemenea, liberalizat în mod substantial la puțin timp după aceea, prețurile produselor agricole sunt acum determinate de piață. În sectorul industrial, marea parte a prețurilor de comercializare și de producție administrate au fost liberalizate până în martie 1997, deși s-a păstrat controlul prețurilor pentru o listă scurtă de bunuri oferite în piețele de monopol, notabil în cazul energiei; aceste prețuri au fost ulterior ajustate (în cele mai multe cazuri de Oficiul Concurenței) în concordanță cu evoluțiile cursului de schimb și/sau indicelui prețurilor de consum. Prețurile la combustibili au fost dereglementate în septembrie 1998. Prețurile administrate și reglementate reprezintă acum aprox. 14% din cosul IPC.

Prețurile administrate au cunoscut o creștere accentuată din 1997 (tabelul I.2). Creșterile mari ale prețurilor la electricitate și energie termică reflectă încetarea sistemului prețurilor duale, în cadrul căruia prețurile mici pentru gospodării beneficiau de subvenții încrucișate prin prețuri mai mari pentru alți agenți economici. Prețurile interne la energie termică au crescut accentuat în 1999 pentru a fi aduse mai aproape de prețurile mondiale.

III. Factori determinanți ai inflației

Considerații teoretice sugerează ca anumite variante să fie incluse într-un studiu empiric cu privire la inflație. În anumite ipoteze stringente - în special flexibilitatea perfectă a salariilor și prețurilor și un echilibru stabil al cursului real de schimb - teoria economică convențională sugerează ca inflația poate fi explicată doar prin masa monetară. Totuși, relaxarea fiecăreia din aceste ipoteze stringente introduce noi explicații potențiale pentru inflație. Relaxarea ipotezei cu privire la flexibilitatea prețurilor și salariilor implică roluri pentru costul unității de muncă și, respectiv, politicile de preț în explicarea inflației. Similar, instabilitatea cursului de schimb real implică faptul că acest curs este, de asemenea, potențial relevant în explicarea inflației.

Studii cu privire la inflație în economiile în tranziție au pus în lumină atât rolul factorilor tradiționali de cost (cost-push) și cerere (demand-pull) în generarea și susținerea inflației, cât și efectul ajustării relative a prețurilor în întârzierea dezinflației. Se pare că fiecare din acești factori au fost prezenți în România. Presiunile prin creșterea costurilor au rezultat din etape de creșteri salariale cu mult în exces față de productivitate - datorate în mod fundamental lipsei disciplinei financiare - ca și deprecierilor reale ale leului. Factorii de presiune prin cerere au inclus ajustarea monetară a deficitelor fiscale și/sau cvasi-fiscale, reflectând din nou indisciplinarea financiară și constrângerile bugetare lejere, omniprezente la nivelul întreprinderilor. Ajustările de preț relative au fost în România, în mod special, prelungite datorită procesului fragmentat și ocazional inversat de liberalizare a prețurilor.

Această secțiune analizează comportamentul variabilelor cheie asociate inflației în alte economii în tranziție: masa monetară și creditul, salariile și cursul de schimb.

Masa monetară și creditul

Graficul I.2 ilustrează creșterea agregatului M2, acesta incluzând depozitele în valută (M2X) și creditul intern. Creșterea agregatelor monetare s-a accentuat de câteva ori în anii 1990, când Banca Națională a României (BNR) a fost forțată să ajusteze deficite fiscale și cvasi-fiscale mari ale societăților de stat producătoare de pierderi, în general, și cele din sectorul agricol, în particular. Un caz cu totul iese din comun a fost accentuarea creșterii masei monetare cu varful de la sfârșitul anului 1994, când autoritățile au lansat un program foarte consistent de subvenționare a agriculturii.

Graficul I.2 sugerează că relația dintre masa monetară și prețuri a fost mai degrabă slabă în marea parte a perioadei anilor 1990, deși o corelare pozitivă a devenit cumva mai clară în ultimii doi ani. Este de remarcat în special rata redusă a inflației raportată la masa monetară la mijlocul anilor 1990 și rata mult mai ridicată în 1997. Aceasta ar fi în conformitate cu

existenta unei amenințări monetare care rezulta din diversitatea controalelor asupra preturilor în vigoare la mijlocul anilor 1990 și care se pare că a fost diminuată ca urmare a schimburilor externe și liberalizării preturilor în 1997.

Creșterea masei monetare poate să nu fie corelată într-un grad înalt cu inflația, deoarece controalele asupra preturilor și mișcările cursului de schimb au separat legăturile prin care efectele inflationiste pot trece. Etape de creștere excesivă a masei monetare de-a lungul deceniului trecut au condus la o consolidare a presiunilor inflationiste, dar ritmul actual al inflației a fost determinat, în mare măsură, de deciziile de politică cu privire la esalonarea în timp și la magnitudinea liberalizării preturilor și ajustărilor cursului de schimb.

Ratele înalte ale inflației în funcție de creșterea masei monetare la începutul anilor 1990 implică demonetizarea semnificativă a economiei românești de la începutul tranziției (graficul I.3). Ponderea în creștere a depozitelor în valută în cadrul agregatelor monetare, deși semnificativă, a inversat doar modest trendul general al demonetizării.

O anumită remonetizare a avut loc între 1994 și 1996, dar cu anumite caracteristici nedorite care au făcut-o nesustenabilă. OCDE (1998) observă că procesul de remonetizare a canalizat subvenții către sectorul producător de pierderi al economiei, în particular, sectoarele agricol și energetic, utilizând credite de la BNR, care au subminat încercările băncii centrale de a reduce inflația. Această politică a fost total opusă intenției declarate de autorități de a permite forțelor pieței să determine alocarea sectorială a creditului.

Caseta I.1: Constrângeri bugetare lejere și arierate între întreprinderi

Constrângerile bugetare lejere s-au manifestat în România sub un anumit număr de forme. O formă importantă au reprezentat-o creditele subvenționate acordate sectorului agricol, inclusiv creditele BNR, cu precădere la mijlocul anilor 1990. O altă manifestare importantă a indisciplinei financiare, care trebuie să fie încă abordată în mod adecvat, au fost arieratele inter-întreprinderi. Arieratele între întreprinderi reprezentau, la sfârșitul anului 1999, 42% din PIB și în afara de o cadere în 1997, au crescut în mod constant în fiecare an, de la aproximativ 20% din PIB la sfârșitul anului 1994.

Un anumit nivel al arieratelor ar putea fi inevitabil într-o economie demonetizată ca cea a României (graficul I.3), în special ca rezultat al demonetizării de la începutul anilor 1990. În mod clar, apariția unei intermediarii financiare într-o economie în care creditul este mai redus de 20% din PIB, iar creșterea creditelor între întreprinderi este un răspuns firesc. În consecință, întrebarea când un credit între întreprinderi devine arierat este o problemă importantă de raportat și nivelul la care datele cu privire la arierate includ credite comerciale normale ca și plățile cu scadențe depășite nu este în totalitate clar. Totuși, creșterile continue ale arieratelor de la mijlocul anilor 1990 reflectă o indisciplina financiară mai profundă.

Această problemă este în mod particular acută în cazul marilor utilități - atât în termeni de arierate ale acestora către buget, cât și arierate către utilități ale altor întreprinderi, cum ar fi societățile de stat producătoare de energie, pierderi și utilitățile locale. În ciuda mărimii arieratelor și pierderilor la nivelul utilitatilor, salariile în aceste utilități rămân printre cele mai mari din România; în trimestrul IV al anului 1999, salariile medii la cele mai mari utilități erau de 2,2 ori mai mari decât salariul mediu pe întreaga economie.

Constrângerile bugetare lejere și slaba autoritate din sectorul de stat au permis etape de creștere mai rapide ale salariilor, în mod notabil în anii 1995, 1996 și 1998. În consecință, salariile în utilitățile de stat și în multe societățile producătoare de pierderi sunt printre cele mai mari din țară. În trimestrul IV al anului 1999, salariile medii la primele 10 mari regiile autonome au depășit salariul mediu pe economie cu mai mult de 60%. La rândul său, această complica procesul de restructurare. Muncitorii cu salarii mari, slujbe cu productivitate redusă - în particular în sectoarele energetic și minerit - se confruntă în mod clar cu costuri de oportunitate mari în deplasarea spre locuri de muncă cu productivitate mai mare, dar cu salarii mai mici și au motivații puternice să reziste restructurării.

Cresterea salariilor contribuie la inflație în mai multe moduri. În general, creșterile de salarii care depășesc creșterile de productivitate generează presiuni inflationiste; creșterile mari de salarii ca răspuns la un soc inflationist inițial contribuie la inerția inflationistă și astfel susține presiunile inflationiste. Alte efecte operează atunci când constrangerile bugetare sunt flexibile. Sahay și Vegh (1996) notează rolul creșterilor salariale în inducerea expansiunii monetare prin intermediul expansiunii creditului către întreprinderile de stat și buget.

Graficul I.4 arată creșterea salariilor nominale medii și creșterea atenuată a costurilor nominale pe unitatea de muncă din industrie. Corelația extrem de strânsă între creșterea costurilor pe unitatea de muncă și cea a preturilor de consum este izbitoare, în special înainte de 1997.

Graficul I.5 pune în lumină volatilitatea salariilor reale. Creșterea salariilor reale a fost puternică în special în 1995 și 1996, cu creșteri salariale mari înregistrate la nivelul regiilor autonome (RA) și societăților comerciale detinute de stat, în ciuda pierderilor mari înregistrate în aceste sectoare. Aceste creșteri salariale au fost finanțate în parte de o mare acumulare de arierate - o variantă non-monetară a expansiunii creditului a lui Sahay-Vegh (a se vedea rubrica I.2). Salariile s-au marit din nou puternic în 1998, în primul rând, în sectorul bugetar și RA. Deși creșterile salariale în 1998 ar apărea doar modeste dacă s-ar deflata cu IPC, salariile în USD au crescut cu peste 30%, iar salariile deflate cu IPP au crescut cu aproape 20% - pe fundalul unui al doilea an de recesiune adâncă.

Între perioadele de creștere rapidă, salariile reale au scăzut semnificativ în 1994, și chiar mai accentuat în 1997 (datorită rezultatului în inflație neașteptat de mare) și mult mai modest în 1999 - 2000. În mod notabil, fiecare din aceste caderi în salariile reale a prevestit o perioadă cu progres semnificativ în dezinflație.

Caseta I.2: Politicile salariale

Eforturile de politică pentru a limita salariile au întâmpinat dificultăți. La începutul anilor 1990, autoritățile au experimentat penalități la impozite, calculate la fondurile de salarii în exces față de un nivel de referință ca răspuns, remunerarea nesalaria la a înregistrat o tendință de creștere. Politicile de venituri bazate pe impozite au fost abandonate în 1995 și nici o politică salarială oficială nu s-a mai aplicat în 1996 (Oprescu, 2000).

În conformitate cu Aranjamentul Stand-by încheiat cu FMI în 1997, autoritățile au convenit să limiteze creșterea salariului mediu pentru 1997 față de salariul mediu din al patrulea trimestru al anului 1996 la 75% în inflația exprimată în preturi de consum pe aceeași perioadă, această politică aplicându-se la sectorul de stat, inclusiv sectorul bugetar, regiile autonome și companiile naționale și societățile comerciale producătoare de servicii, pierderi pastrate de Fondul Proprietății de Stat. Politică a început să slăbească până în august 1997, planul nefiind respectat în sectorul bugetar sau de către regiile autonome și creșterea salarială a cunoscut un val în 1998.

Politică salarială a fost restricționată cu un grad de succes în 1999, fiind una din condițiile Aranjamentului Stand-by din 1999 (acum extins). Autoritățile s-au angajat să limiteze creșterea fondului de salarii în sectorul bugetar la 28% în termeni nominali, pe parcursul întregului an 1999, implicând un declin de 9% în termeni reali, pe baza inflației estimate la acel moment. Tinta pentru sfârșitul lunii decembrie 1999 a fost depășită cu aproape 5%, în parte ca rezultat al deciziei autorităților de a mări cu 80% fondul de salarii în sectoarele apărare/siguranță națională. Pentru restul sectorului de stat, fondul de salarii nominal în 1999 a fost restricționat la de patru ori nivelul sau din ultimul trimestru al anului 1998. În cazul RA și companiilor naționale, această politică a condus la o reducere cu 20% în termeni reali a fondului global de salarii.

În cadrul Aranjamentului Stand-by extins, autoritățile se angajează să limiteze creșterea în termeni nominali a fondului de salarii pentru sectorul de stat la 40% în 2000, aceasta implicând o creștere cu 1% în termeni reali.

baza ratei inflației stabilite inițial. În cadrul acestei ținte globale, fondul de salarii în termeni reali pe sectorul bugetar a fost prevăzut să crească cu 12% și cel pentru restul sectorului de stat să scadă cu 1%. Autoritățile au justificat acest tratament diferențiat al angajaților din sectorul de stat prin considerente de echitate și eficiență, salariile din utilități fiind printre cele mai mari din țară și în ciuda reducerilor din trecut, fiind încă la începutul anului 2000 de două ori mai mari decât cele din sectorul bugetar. Recerșii derapaje în politica salarială implică faptul că este posibil ca fondul de salarii în sectorul de stat să crească cu 58% în 2000.

Cursul de schimb

Graficul I.6 arată evoluția cursului de schimb leu/dolar SUA, a unui curs de schimb nominal ponderat în funcție de schimburile comerciale (70% marca germană/euro, 30% dolar SUA) și a preturilor de consum. Graficul I.6 sugerează că preturile de consum sunt foarte sensibile la mișcările cursului de schimb, deși cu o anumită întârziere. Deprecierea mare de la sfârșitul lui 1998 și începutul lui 1999 pare a fi contribuit puternic la atingerea mai graduală a varfului de inflație din 1999.

Comportamentul neregulat al cursului de schimb reflectă o serie de reinversări de politică, în special în perioada de la începutul până la mijlocul anilor 1990. FMI (1997) raportează că în ciuda angajamentelor frecvente pentru un curs de schimb mai flexibil, autoritățile au intervenit în mod repetat pentru a menține cursul de schimb la niveluri supraevaluate, efectiv ca o subvenție pentru întreprinderile cu consum intensiv de energie, doar pentru a fi forțate în permiterea de deprecieri periodice, pe măsura ce rezervele scădeau. Piața valutară a fost supusă la distorsiuni deosebit de severe în 1996; ca răspuns la o deprecieri accentuată a leului la începutul lui 1996, autoritățile au retras licențele tuturor dealerilor valutari, cu excepția a patru bănci de stat. Încercările de a stabili cursul de schimb prin mijloace administrative au fost abandonate în urma alegerilor din 1996, iar cursul de schimb este acum în regim de flotare administrată.

Graficul I.7 evidențiază volatilitatea considerabilă a cursului de schimb efectiv real în cazul României. Coorey et al. (1998) consideră că o apreciere reală poate avea diferite implicații pentru inflație în funcție de regimul cursului de schimb: aprecierea reală asociată cu un curs de schimb nominal stabil implică în general intrări de capital, expansiune monetară și o inflație mai mare; dar atunci când cursul de schimb este flexibil, aprecierea reală este în general asociată cu apreciere nominală - sau în cazul României, cu deprecieri nominală mai lentă - care implică presiune în scădere pe inflație.

IV. Analiza empirică

În timp ce examinarea cazuală aduce informații considerabile cu privire la relația dintre inflație și determinanții săi, analiza econometrică oferă explicații din interior suplimentare. Analiza folosește tehnicile bazate pe vectorul de autoregresie (VAR) care sunt adecvate în acest context deoarece nu necesită ipoteze apriori în legătura cu exogenitatea politicii și altor variabile - exogenitatea este în schimb testată mai jos - și evită probleme de tendințe de simultaneitate, dat fiind potențialul pentru relații contemporane între variabile. Analiza folosește variabilele descrise în secțiunea C, ca și o variabilă de activitate pentru a completa sistemul: Indicele preturilor de consum - CPI; Producția industrială - IP (reprezentant pentru activitate); Costurile pe unitatea de muncă din industrie - ULC; Cursul de schimb nominal - NER (lei/USD), NTWI (media ponderată a leului pe USD și DM/euro);

Agregatele monetare - M2, M2X (inclusiv depozitele în valută) și CRED (creditul intern)

Toate variabilele au fost conectate și au rulat pentru perioada ianuarie 1991 - martie

2000.13

Primul pas în analiza este de a determina ordinul integrării variabilelor, pentru a evita conceperea unui model slab. Rezultatele diverselor teste "unit root" (anexa I) indica la echilibru ca fiecare din variabile sunt $I(1)$, adică integrate de ordin 1.¹⁴

Nestationaritatea datelor motivează folosirea procedurii multivariabile Johansen pentru a detecta prezenta relațiilor de stationaritate pe termen lung ("cointegrarea") între variabilele nestationare. Un avantaj al procedurii Johansen este acela că permite celui care face analiza să investigheze viteza ajustării la echilibru pe termen lung și astfel să testeze exogenitatea (slabă) a variabilelor explicative (dacă viteza de ajustare a variabilei nu este în mod semnificativ diferită de zero, variabila este slab exogenă).¹⁵ Procedura este explicată pe scurt în Anexa II.

Testele de cointegrare au fost făcute folosind vectori VAR cu 5 variabile nerestricționate, diferite instrumente de măsură pentru cursul de schimb și agregatele monetare, cu patru lag-uri și unsprezece variabile dummy sezonale centrate (ortogonale). Rezultatele testelor ilustrate în Anexa II furnizează dovada existenței unei relații de cointegrare dintr-o gamă de specificații.

Fiecare VAR a fost estimat ținându-se cont de constrângerea unei relații de cointegrare pentru a face estimări ale relațiilor pe termen lung, ce au fost apoi testate pentru semnificație, sau ale "excluderii" de la relațiile pe termen lung. În cele mai multe cazuri, s-a descoperit că IPC și CPI sunt mult mai puternic semnificative; de asemenea, exogenitatea slabă a fost de obicei respinsă în cazul IPC, implicând faptul că IPC se ajustează la socurile din restul sistemului. Cursul de schimb s-a descoperit a fi semnificativ atunci când a fost inclusă în 1997 o variabilă dummy structurală. Agregatele monetare (și nesurprinzător, activitatea) nu au fost găsite ca fiind semnificative; aceasta este în conformitate cu interpretarea potrivit căreia legăturile dintre preturi și agregatele monetare au fost slabite de perioade de amenințare monetară și controale asupra preturilor, ca și de cererea de bani instabilă.

Pentru a reduce concentrarea pe relațiile dintre IPC, ULC și cursul de schimb, au fost estimați trei vectori VAR variabili. Rezultatele sunt sensibile la includerea variabilei dummy în 1997, dar sunt în mod intuitiv plauzibile când variabila este inclusă. Toate cele trei variabile sunt semnificative și alese în mod corect; exogenitatea nu poate fi respinsă pentru cursul de schimb și costurile pe unitatea de muncă, dar este respinsă în cazul IPC. De notat că aflarea exogenității pe termen lung în cazul costurilor pe unitatea de muncă nu implică faptul că salariile nu reacționează la inflație pe termen scurt; dar implică faptul că pe termen lung salariile sunt determinate de factori reali în loc de factori nominali.

Acest model a fost reestimat, păstrând cursul de schimb și costurile pe unitatea de muncă exogene pentru a ajunge la următorul vector pe termen lung:

$$LCPI = 0,156 LNTWI + 0,846 LULC$$

Acești parametri par plauzibili, iar graficul I.8 arată că modelul chiar își atinge scopul în explicarea inflației ($R^2 = 0,672$). Totuși, testele asupra proprietăților reziduale și stabilității structurale ale modelului (graficul I.9) evidențiază probleme cu parametrii modelului în prima parte a anului 1997. Acest fapt nu este foarte surprinzător data fiind dimensiunea schimbărilor structurale la acel moment, inclusiv liberalizarea preturilor și cursul de schimb. Din păcate, perioada de exemplificare începând cu 1997 este încă foarte scurtă și nu se pretează încă pentru o modelare corectă.

Datorită susceptibilității nivelurilor din componenta structurală, este de asemenea util să se examineze și variabilele diferențiate pentru a clarifica mai bine dinamica pe termen scurt.¹⁶ Rezultatele cauzalității de tip Granger între variabile sunt raportate în tabelul I.3.

Sunt demne de subliniat în mod particular câteva rezultate și se pastrează de-a lungul celor mai multe lag-uri. Primul, există o puternică dovadă că atât creșterea costurilor pe unitatea de

munca, cat si deprecierea cursului de schimb cauzeaza inflatie; de asemenea, in timp ce $M2$ - cuprinzand doar lei - nu apare ca o cauza Granger de inflatie, exista o dovada puternica a faptului ca agregatele monetare mai mari, incluzand depozitele in valuta, cauzeaza inflatie din punct de vedere al modelului Granger. In al doilea rand, exista o dovada puternica a faptului ca inflatia, in modelul Granger, influenteaza costurile unitare ale muncii, confirmand cauzalitatea bidirectionala intre salarii si preturi, cel putin pe termen scurt. In sfarsit, exista de asemenea un anumit grad de evidenta cu privire la modul in care costurile pe unitatea de munca determina, in modelul Granger, $M2$ si $MX2$, in conformitate cu ipoteza potrivit careia cresterea monetara a ajustat cresterea salariilor si preturilor.

Descompunerea variantei si functiile de raspuns la impuls au fost obtinute dintr-un VAR cu 4 lag-uri nerestrictionat. Acest VAR este identificat prin folosirea descompunerii Choleski, care implica - spre deosebire de procedura Johansen - ca ordonarea variabilelor poate sa afecteze rezultatele in mod semnificativ.¹⁷ Ordinea prezentata indica faptul ca variatiile cursului de schimb si ale costului unitar al muncii alimenteaza inflatia care, ulterior, este acomodata de masa monetara.

Tabelul I.4 arata ca ponderi substantiale in variatiile de eroare in estimarea inflatiei pot fi atribuite schimbarilor in forta de munca si ca vice-versa este de asemenea adevarata, asa cum se estimeaza pe baza testelor de cauzalitate Granger. Masa monetara explica, de asemenea, in proportie semnificativa variatia de eroare in estimarea inflatiei. Aceste rezultate apar relativ puternice in ordonarea VAR. Totusi, rezultatele in cazul cursului de schimb apar intr-adevar sensibile la ordonarea VAR; rezultatul potrivit caruia variatia de eroare in estimarea $M2X$ este explicata in proportie mare prin cursul de schimb, dar nu si vice-versa, este inversat atunci cand VAR este reordonat.

Graficul I.10 prezinta functiile de raspuns la impulsuri (IRF) in cazul unui singur soc structural standard, cu benzi de eroare standard inguste¹⁸. Din nou, cele mai clare rezultate apar la inflatie si costurile unitare ale fortei de munca. Inflatia raspunde la costurile unitare ale fortei de munca intr-o luna, iar raspunsul persista peste un an. Costurile unitare ale fortei de munca tind sa raspunda mai puternic schimbarilor din inflatie in aproape doua luni. Inflatia, de asemenea, pare sa raspunda schimbarilor masei monetare cu o intarziere de aproape doua luni, iar schimbarilor cursului de schimb in aproape trei luni, desi aceste raspunsuri slabesc mai rapid decat raspunsurile la costurile unitare ale fortei de munca.

V. Concluzii

Inflatia in Romania a reflectat un numar de cauze, cele fundamentale fiind politicile macroeconomice relaxate si indisciplina financiara raspandita. Inflatia a fost generata de ajustarea monetara a deficitelor fiscale si cvasi-fiscale mari si de cresterea salariala rapida, nesprijinita prin productivitate si finantata de arierate; a fost sustinuta si de inertia inflationista si ajustari de pret relative prelungite.

Rezultatele econometrice evidentiaza rolul costurilor pe unitatea de munca in stimularea inflatiei. Pe baza unor date statistice, costurile pe unitatea de munca devin cea mai plauzibila explicatie a inflatiei pe termen lung, cel putin intr-un sens aproximativ. Este clar ca salariile raspund la inflatie si pe termen scurt, punand in lumina rolul inertiei in sustinerea inflatiei. Dar este, de asemenea, adevarat ca pe termen lung salariile reale sunt determinate, fie eficient sau nu, de factori reali. Combinatia unor niveluri salariale cu mult peste cele justificate de productivitate (chiar daca acele salarii sunt mici in termeni absoluti), in special in corelatie cu existenta la scara larga a unui personal supra-dimensionat - si in mod fundamental, esecul de a impune disciplina financiara - au contribuit in mod clar la alimentarea inflatiei.

Exista de asemenea dovada unei importante tot mai mari a cursului de schimb in inflatie. Desi cumva sensibila la specificatii, dovada econometrica confirma in general importanta

pentru inflație a cursului de schimb - la fel cum o face, chiar și mai convingător, varful de inflație din 1999. Aceasta relație ar trebui să se dezvolte chiar și mai clar în următorii câțiva ani, pe măsura ce datele devin disponibile pentru perioada de după liberalizarea cursului de schimb și a preturilor, iar economia României continuă să se deschidă.

Corelația între creșterea masei monetare și inflație este mai puțin vizibilă datorită controalelor asupra preturilor și fluctuațiilor cursului de schimb. Dovada statistică a unei relații stabile între creșterea masei monetare și inflație este redusă. Totuși, un motiv plauzibil pentru aceasta este amenințarea monetară prezentă la începutul anilor 1990 și care s-a consolidat din nou la mijlocul anilor 1990, înaintea ultimei etape de liberalizare a preturilor; un alt motiv plauzibil este fluctuația cursului de schimb. Marile distorsiuni asupra preturilor fiind în prezent eliminate, corelația tot mai puternică între creșterea masei monetare și inflație în ultimii ani sugerează că această relație tradițională se reafirmă în prezent.

Experiența României evidențiază nevoia de depovărare a politicii monetare, ca o precondiție pentru o reducere susținută în inflație. Deși inflația este în final tot un fenomen monetar, presiunile de ajustare a deficitelor fiscale și cvasi-fiscale s-au dovedit irezistibile în câteva ocazii, în ultimul deceniu. În condițiile în care România intenționează să înregistreze progresul căii reducerii inflației prevăzută în strategia sa pe termen mediu, politica monetară are nevoie de un sprijin mai mare de la politicile fiscale și de venituri și progrese mai mari în întărirea disciplinei financiare.

Inflația medie în România s-ar putea accelera la 7,6% în 2008:

Inflația anuală a ajuns în România, în martie, la 8,63%, nivel pe care banca centrală îl estimează drept maxim pentru acest an. Banca Națională a României (BNR) mai anticipează că inflația se va menține în apropierea acestui nivel până în vară, când va începe să se tempereze.

Inflația anuală, care în martie a atins nivelul de 8,63 la sută - un maxim al ultimelor 26 de luni, se va menține în trimestrul II peste opt la sută, înainte de a începe să scadă în a doua jumătate a anului, a declarat, la un seminar pe tema politicii monetare, guvernatorul Băncii Naționale a României (BNR), Mugur Isărescu. El a afirmat că în al doilea trimestru din 2008, inflația ridicată din martie se va menține, cu sușuri și coborâșuri și că prognoza BNR trebuie privită cu o toleranță de 0,2-0,3 puncte procentuale, pentru Banca Centrală nu are ambiția să "facă farmacie" în ceea ce privește precizia prognozei. Isărescu a mai spus că inflația se va menține ridicată până spre luna iulie și că abaterile de 0,2 - 0,3 puncte procentuale nu trebuie privite ca rateuri, căci tin mai degrabă de noroc.

Rata inflației în luna martie a fost de 0,67 la sută, iar inflația anuală (martie 2007-martie 2008) a urcat la 8,63 la sută față de 7,97 la sută la nivelul lunii februarie, conform datelor publicate de Institutul Național de Statistică (INS).

Pe primul trimestru din 2008, rata cumulată a inflației a fost de 2,25 la sută, iar rata medie lunară s-a cifrat la 0,7 la sută față de 0,1 la sută în 2007.

Pentru 2008, BNR are o tintă de inflație de 3,8 procente, plus minus un punct procentual. La sfârșitul anului trecut, rata anuală a inflației s-a situat la nivelul de 6,57 la sută, față de 4,87 la sută în decembrie 2006, plasându-se în afara intervalului de variație de 3-5 la sută asociat tinte de inflație de 4 la sută.

Pentru sfârșitul anului, Banca Națională a României prognozează un nivel de 5,9% al inflației. În contextul scumpirii marfurilor pe plan mondial, Comisia Europeană a revizuit în creștere estimările de inflație în toate statele UE. Pentru zona euro, executivul UE vede un nivel al inflației medii de 3,2% în acest an și de 2,2% în 2009, față de prognozele anterioare, de 2,1%, respecti 2%.

Cel mai ridicat nivel al inflației din UE este prognozat de Bruxelles în Letonia, unde

inflația medie este estimată la 15,8% în 2008, de la o proiecție anterioară de 9,8%. Anul trecut, inflația medie în Letonia a depășit ușor nivelul de 10%.

În 2009, specialiștii de la Bruxelles vad o temperare a inflației medii anuale până la un nivel de 4,8%, similar celui de anul trecut, față de o estimare anterioară de 4,6%.

Comisia Europeană și-a revizuit în creștere estimările pentru inflația medie în acest an, la 7,6%, de la 5,6% în prognoza anterioară, pe fondul transmisiei, în economia românească, a creșterii prețurilor la alimente și energie la nivel mondial, precum și din cauza deprecierei leului.

Prognoza pentru cursul de schimb indică o depreciere, pe medie, la 3,70 lei/euro în 2008, de la un curs mediu de 3,3373 lei/euro anul trecut, ceea ce ar însemna o depreciere a leului cu 10,9% în fața monedei unice.

Comisia Națională de Prognoza estimează, în cel mai recent raport, publicat săptămâna trecută, un curs mediu de 3,55 lei/euro pentru acest an și o apreciere, pe medie, a leului, până la 3,45 lei/euro în 2009.

Cursul mediu după primul trimestru al anului 2008 a fost de aproximativ 3,69 lei/euro, comparativ cu un nivel mediu de 3,38 lei/euro după primele trei luni ale anului trecut.

Banca Națională a României a revizuit previziunea privind nivelul inflației în 2008, de la 4,3%, estimat anterior, la 5,9%, dar a decis să mențină ținta pe care și-a propus-o pentru acest an, de 3,8%. Guvernatorul BNR, Mugur Isărescu, a declarat că BNR optează pentru păstrarea țintei de inflație și pentru înaprirea politicii monetare.

În raportul trimestrial asupra inflației, Mugur Isărescu, Guvernatorul Bancii Naționale a României, a anunțat că inflația a ieșit din marja prognozată pentru anul 2008 cu 6%. Atât inflația de bază, cât și variabilele calculate, au crescut progresiv încă din vara anului 2007, acum înregistrând maximum.

Ținta asupra inflației previzionată pentru anul 2008 era de 3,5%, iar cea pentru 2009 de 3,5%, însă în condițiile date aceasta nu va mai putea fi atinsă.

Creșterea inflației are la bază seria de scumpiri raportate în ultima vreme. Scumpirea gazelor naturale, a serviciilor (telefonie, transport), cursul de schimb, dar și prețurile volatile la legume, fructe și ouă și prețul pâinii au influențat în mod negativ economia românească.

Pentru inflația estimată, guvernatorul vede și un factor pozitiv, care poate ajuta la temperarea inflației. Astfel, un an agricol bun poate compensa în mare măsură riscurile de accelerare a inflației peste traiectoria prognozată. Aceste riscuri constau în continuarea devansării creșterii productivității muncii de către creșterile salariale, deprecierea leului - pe fondul turbulențelor din piața financiară internațională - sau executia bugetară mai laxă decât cea proiectată.

Guvernatorul vede în continuare riscuri de depreciere a monedei naționale, însă consideră că "leul a intrat într-o tendință care se dovedește mult mai sustenabilă, între 3,50 și 3,70 lei/euro".

BNR se arată îngrijorată de evoluția inflației, mai ales a celei de bază, care s-a accentuat puternic în primele trei luni ale acestui an, ca efect al menținerii unei cereri mari, alimentată de "majorarea substanțială a veniturilor și de continuarea expansiunii accelerate a creditului acordat sectorului privat".

În același timp cu menținerea unui exces de cerere, BNR detectează, ca factori principali care creează presiuni inflationiste, persistenta și amplitudinea socurilor de natură ofertei, deprecierea leului și deteriorarea anticipațiilor privind inflația. În aceste condiții, BNR a luat măsuri de înaprire a politicii monetare, urcând dobânda cheie cu 0,25%, de la 9,50% la 9,75%, legând ratele dobânzilor la facilitățile de credit și de depozit de rata de politica monetară și urcând dobânda de penalizare pentru deficitul de rezerve minime obligatorii constituite în lei.

Noua proiecție a Bancii Naționale a României, inclusă în raportul trimestrial asupra

inflatiei, prevede situarea temporara, in urmatoarele luni, a inflatiei anuale peste marja superioara a intervalului de variatie ce incadreaza tinta bancii centrale pentru acest an.

In opinia guvernatorului BNR, turbulentele financiare internationale nu vor avea influente directe in Romania, dar influentele indirecte vor ramine si vor fi puternice, in planul credibilitatii si al sensibilitatii la aprecieri externe, unele rautacioase, pentru ca economia Romaniei este una deschisa si in proces de maturizare.

Bibliografie

1. Daniel Daianu , Radu Vranceanu - Romania si Uniunea Europeana
2. Coralia Angelescu - Economia de Piata
3. Boțel, C. - Cauzele inflației în România
4. Ciumara M., Ciutacu C. - Inflația în România
5. www.referatele.com
6. Revista financiara
7. Ziarul financiar

SISTEME DE PLĂȚI INTERBANCARE

**Elevi: Miloș Crăciun Irina
Bicean Ionela
Prof coord.: Stancu Mădălina**

1. SISTEMELE DE PLĂȚI

Sistemele de plăți ca parte a sistemelor bancare s-au dezvoltat odată cu plățile fără numerar. Conceptul cheie al sistemelor de plăți este instrumentul de plată scriptural și ulterior electronic. Acesta reprezintă un document (pe suport hârtie sau suport electronic) prin intermediul căruia se sting datoriile între două contrapartide (una care plătește și cealaltă care este beneficiarul banilor). Instrumentul de plată ca vector al sistemelor de plăți conține în esență instrucțiuni și informații obligatorii și care de regulă sunt date de plătitor. Acestea permit transferul fondurilor de la plătitor la beneficiarul banilor prin intermediul unuia sau mai multor sisteme bancare (în cazul plăților interne transferul se realizează prin intermediul sistemului bancar național, în cazul celor internaționale se conectează mai multe sisteme bancare naționale). Transferul fondurilor poate fi:

Transfer intrabancar – de la o unitate operativă la alta aparținând aceleiași bănci (fondurile nu tranzitează sistemul de plăți)

Transfer interbancar (intern și extern) – fondurile tranzitează unul sau mai multe sisteme de plăți.

Definiția sistemului de plăți dată de European Monetary Institute

"Sistemul de plăți este acel sistem care cuprinde, de regulă, un *set de instrumente, proceduri bancare și sisteme de fonduri* cu scopul facilitării circulației monetare."

Procedurile bancare sunt definite per fiecare instrument de plată cu scopul realizării unui transferului rapid, sigur și corect a sumelor și cu un control riguros al potențialelor riscuri. Sistemele de fonduri sunt reprezentate de moneda care este deținută de participanții în sistemele de plăți și care contribuie la stingerea datoriilor între participanți, indiferent de conjunctura în care se poate afla la un moment dat o bancă sau o alta din sistem.

Factorii unui sistem de plată sunt:

- Băncile centrale
- Băncile comerciale și alte instituții financiare nebancare (Bursele, societățile de asigurare, SSIF)
- Casele sau agenții de decontare (fie ca entități independente față de băncile comerciale și centrale, fie ca parte distinctă a acestora)
- Agenții economici și persoanele fizice.

De regulă sistemele de plăți au o structură piramidală (vezi fig. 4) care este caracteristică sistemelor financiare și bancare din majoritatea statelor lumii, chiar dacă există particularități de la o țară la alta. Băncile ocupă un loc central, deoarece acestea dețin conturile agenților

economici – plătitori și beneficiari ai banilor - și ale altor instituții (inclusiv inst. publice). În plus:

(1) băncile se bucură de încrederea publicului care este protejat la potențialele efecte adverse ale insolvenței acestora prin diferite scheme de asigurare (ex. Fondul de garantare a depozitelor populației);

(2) prin supravegherea instituțiilor bancare de către băncile centrale și eventual alte organisme (vezi SUA).

(3) ca și în cazul celor două activități tipice ale băncilor, acordarea de credite și preluarea de depozite, operațiunile de transfer potențează profitabilitatea băncilor, care oferă pachete de produse și servicii bancare, care pot cuprinde și operațiunile de transfer.

(4) băncile unei țări pot avea relații de corespondent cu băncile altor țări (materializate la nivel contabil prin conturile de corespondent: nostro și loro).

(5) legătura intrinsecă dintre băncile comerciale și banca centrală face ca sistemul de plăți să funcționeze într-un mediu solid, fără întreruperi sau discrepanțe care ar putea apărea ca urmare a implicării prea multor altor instituții (sigur că există excepții, de exemplu decontarea în sistemul cardurilor, de ex. VISA). Implicarea băncii centrale – cu poziția sa de monopol în domeniul politicii monetare – asigură corectitudine și competiție corectă între bănci. Riscurile implicate de căderea sistemului de transfer de fonduri fiind imense, banca centrală poate fi văzută ca un girant al acestei activități, la care însă participă și băncile comerciale din sistem. Modul concret de implicare a băncii centrale variază de la țară la țară, în funcție de tradițiile existente. Cu excepția Canadei, Olandei și Marii Britanii, băncile centrale sunt activ implicate în sistemele de compensare interbancară, ca o pârgă directă de control al sistemului.

Plățile fără numerar realizate prin intermediul sistemelor de plăți pot fi văzute ca un șir de servicii prestate clienților *ulterior* și *adiacent* operațiunilor de preluare a depozitelor, de creditare ori de plasamente efectuate de bănci.

La baza plății stă structural schimbul de informații între:

- Ordonatorul plății
- Una sau mai multe bănci
- Beneficiarul plății

și se manifestă prin înscrierea în conturile a cel puțin doi titulari a unei sume de bani.

Deci este vorba de o intermediere financiară a *banului –informație*.

Avantajele plății fără numerar sunt:

- Cost mai redus a operațiunilor comerciale dintre clienții băncii;
- Extinderea *controlabilă* și *anteevaluată* a creditului (pe măsura necesității publice și a cerințelor politicii monetare);
- Diminuarea emisiunii monetare sub formă de numerar (*manuabil*);
- Diminuarea riscurilor contrapartidelor;

Faptul că forma de existență și mișcare a produselor bancare a devenit moneda de cont, s-a multiplicat baza de profit – *extensiv* (s-a mărit masa depozitelor) și *intensiv* (s-au multiplicat produsele de economisire și transfer oferite clienților).

Noțiuni fundamentale

COMPENSARE (Clearing) = Schimbul reciproc de obligații între instituțiile financiare participante și calcularea soldurilor lor nete (de încasat sau plătit).

DECONTARE (Settlement) = Finalizarea transferurilor de fonduri implicate prin descărcarea de plată a plătitorului de obligația sa sub formă monetară față de partenerul său comercial la tranzacția inițială.

Fondurile transferate sunt obligații ale băncii centrale (pasive) deținute de persoane fizice și juridice sub forma bancnotelor sau de instituții bancare sub forma depozitelor bancare de rezervă, cât și obligații (pasive) ale instituțiilor financiare față de persoane fizice nebancare (sub forma depozitelor) sau față de alte instituții bancare (depozitele de corespondent).

Principiile fundamentale ale sistemelor de plăți

Principiile fundamentale emise de BIS (Banca Reglementelor Internaționale) referitoare la sistem sunt:

Principiul 1 – sistemul trebuie să funcționeze pe o bază legală clară, fundamentată și compatibilă cu toate sistemele de jurisdicție importante.

Principiul 2 – procedurile și regulile sistemului trebuie să permită participanților să înțeleagă clar fiecare tip de risc financiar la care sunt expuși participanții în acest sistem.

Principiul 3 – sistemul trebuie să funcționeze pe baza unor proceduri clare privind gestionarea riscurilor de credit și lichiditate (riscuri specifice acestor categorii de sisteme), care să precizeze responsabilitățile operatorului sistemului și ale participanților și care să asigure stimulente potrivite pentru administrarea și limitarea acestor riscuri.

Principiul 4 – sistemul trebuie să asigure o decontare finală promptă la data scadenței.

Principiul 5 – sistemul cu decontare netă multilaterală trebuie să asigure finalizarea la timp a decontărilor zilnice în cazul incapacității participantului cu cea mai mare poziție netă.

Principiul 6 – activele monetare utilizate pentru decontare trebuie să fie, de preferință, creanțe asupra Băncii Centrale. Când se folosesc alte active acestea trebuie să aibă risc mic, cel mai bine zero.

Principiul 7 – sistemul trebuie să asigure un grad ridicat de securitate și certitudine operațională și să conțină soluții pentru finalizarea la timp a procesărilor zilnice în cazul apariției unor situații neprevăzute.

Principiul 8 – sistemul trebuie să asigure modalități de efectuare a plăților care să fie practice pentru participanți și eficiente pentru economie.

Principiul 9 – sistemul trebuie să aibă obiective și criterii de participare la sistem, anunțate public, care să permită accesul egal, corect și deschis.

Principiul 10 – modalitățile de conducere ale sistemului trebuie să fie eficiente, controlabile și transparente.

2. TIPURI DE SISTEME DE DECONTARE⁴⁴

În sistemele moderne de plăți două tipuri de decontări și anume:

- Sistemul de decontare pe bază brută (RTGS – Real Time Gross Settlement)
- Sistemul de decontare pe bază netă (NEOD – Net End Of the Day)
- Sistemul de decontare pe bază brută

Este caracterizat de faptul că decontarea se face *individual* pentru fiecare instrucțiune de plată în parte și deci mesajele de plată sunt schimbate între fiecare pereche de instituții bancare aflate în relație de decontare. Astfel se multiplică numărul de canale conform formulei:

$Nr. \text{canale} = C_N^2$, unde N numărul de bănci din sistem.

Deoarece se decontează individual, o bancă decontează separat fondurile pe care le plătește și fondurile pe care le primește.

În cazul când decontarea se face prin conturi de corespondent, fiecare bancă *i* trebuie să-și deschidă la celelalte N-1 bănci (N = nr. total de bănci) câte un cont de corespondent (*nostro*),

⁴⁴ Mariana Diaconescu – Bănci, Sisteme de plăți, Riscuri, Ed. Economică 1999

iar celelalte $N-1$ bănci să-și deschidă la banca i $N-1$ conturi *loro*. Fig. 1 prezintă schematic decontarea pe bază brută multilaterală.⁴⁵

Ca urmare a implementării de către sistemele bancare a tehnologiilor informaționale și comunicaționale virtuale decontările de desfășoară în timp real (real time).

Sistemul de decontare pe bază netă

Este sistemul în care fiecare participant face o singură plată sau o singură încasare, în funcție de poziția pe care o are: *netă debitoare* sau *netă creditoare*.

O poziție este netă debitoare pentru o bancă i dacă totalul sumelor de plată depășește totalul sumelor de încasat.

$$\sum_{i=1}^{N-1} \text{sume plată} > \sum_{i=1}^{N-1} \text{sume de încasat}$$

O poziție este netă creditoare pentru o bancă i dacă totalul sumelor de plată este mai mică decât totalul sumelor de încasat.

$$\sum_{i=1}^{N-1} \text{sume plată} < \sum_{i=1}^{N-1} \text{sume de încasat}$$

Sistemele de plăți brute sau nete pot fi organizate în două moduri:

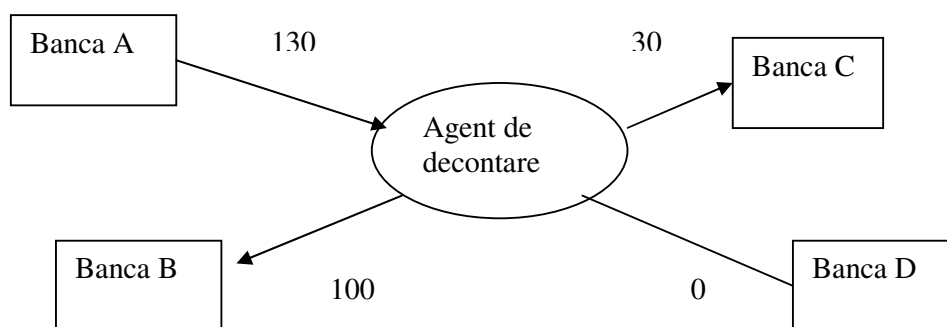
- pe bază bilaterală
- pe bază multilaterală

În cazul în care sistemul acesta este organizat pe *bază netă în sistem bilateral sau multilateral*, numărul total de canale nu se reduce substanțial față de sistemul pe bază brută. Diferența este că se compensează obligațiile de plată ale băncii i cu încasările acestora în relație cu banca j (dacă este vorba de baza bilaterală). Astfel se reduc: (1) nr. de fluxuri monetare și (2) valoarea acestora. Fig. 2 prezintă decontarea pe bază netă multilaterală⁴⁶.

Avantajul sistemelor pe baze nete este că se reduce drastic necesitatea ca băncile să aibă un nivel ridicat de lichiditate bancară pentru a acoperi transferurile.

Dar cel mai economic sistem este *decontarea netă multilaterală* prin intermediul unui "comutator" (casă/agent de compensare). Se reduc: (1) numărul canalelor de comunicare, (2) nr. de fluxuri monetare și (3) valoarea acestora. Și din punct de vedere contabil acest sistem este avantajos, deoarece fiecare bancă are un cont (cont curent BNR – 111) la casa de compensație. Contul curent este astfel un instrument de control al modului în care băncile comerciale își gestionează lichiditatea. (vezi Fig. 3). Valorile de pe săgeți sunt calculate conform modelului prezentat în tabelul de mai jos.

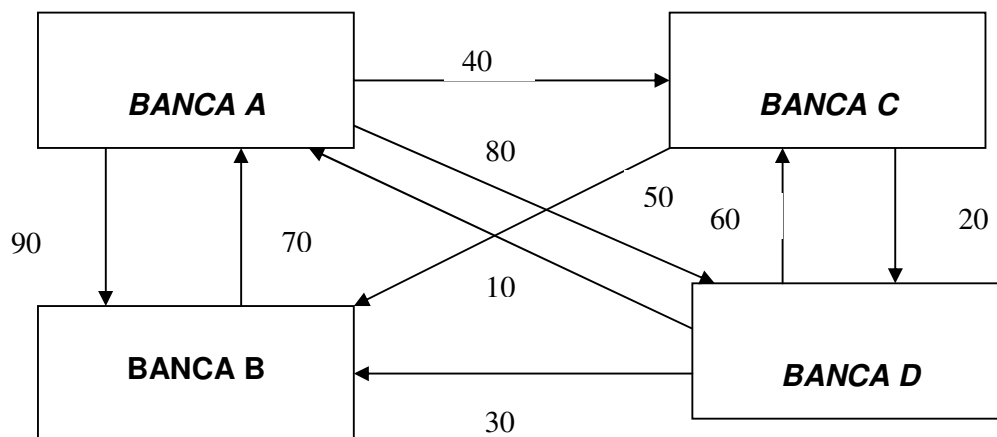
Schema decontării nete pe bază multilaterală (Fig. 3)



⁴⁵ Vezi nota de subsol 1

⁴⁶ Vezi nota de subsol 1

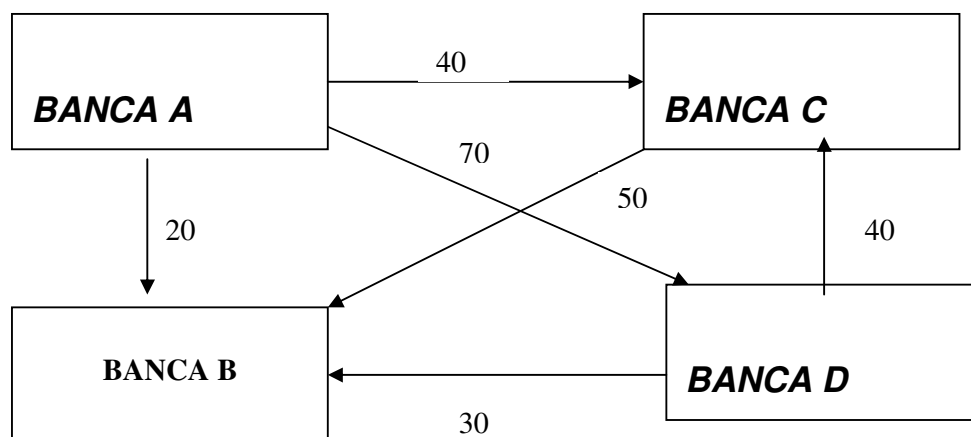
Schema decontării brute bilaterale (Fig. 1)



Nr. de canale posibile de comunicație interbancară
 Nr. de mesaje posibile
 Nr. efectiv de transferuri de fonduri
 Valoarea totală a fondurilor transferate

$6 (C_N^2)$
 $12 (6 \times 2)$
 9
 450 (Σ valorilor)

Schema decontării nete bilaterale (Fig. 2)



Nr. de canale posibile de comunicație interbancară
 Nr. de mesaje posibile
 Nr. efectiv de transferuri de fonduri
 Valoarea totală a fondurilor transferate

$6 (C_N^2)$
 9
 6
 250 (Σ valorilor)

Tabelul următor prezintă modalitatea de decontare multilaterală pe bază netă în cazul ordinelor de transfer de credit.

I. Sumele brute ale transferurilor					
Bănci plătitoare	Bănci beneficiare				Valorile de plată
	A	B	C	D	
A	-	90	40	80	210
B	70	-	0	0	70
C	0	50	-	20	70
D	10	30	60	-	100
Valorile de încasat	80	170	100	100	<u>450</u>
II. Sumele de încasat (+) sau de plătit (-) de către fiecare bancă prin comutator					
Banca	A	B	C	D	Sold net
Total	-130	+100	+30	0	0

Se observă că suma totală a obligațiilor de plată este egală cu suma totală a creanțelor. Acest lucru înseamnă că la nivelul casei de compensație, suma pozițiilor multilaterale nete creditoare trebuie să fie egală cu suma pozițiilor multilaterale nete debitoare, pentru ca la nivelul agentului de compensare să se acumuleze un fond în valoare X (din sumele de plată) din care se vor plăti toate obligațiile. Pentru o funcționare perfectă, băncile care au o poziție netă debitoare trebuie să dispună de sumele respective, în caz contrar cineva va trebui să crediteze operațiunea de plată. În caz contrar are loc o expansiune monetară.

3. CASELE DE COMPENSAȚII

Definiția caselor de compensație dată de Comitetul Guvernatorilor Băncilor Centrale din Statele membre UE

"Sistemul de compensare reprezintă un set de proceduri pe baza cărora, într-un singur loc (casa de compensații), instituțiile financiare prezintă și schimbă date și/sau documente privind transferul fondurilor către alte instituții financiare."

Pot funcționa într-o multitudine de forme, pot fi companii publice sau private, direct subordonate autorității monetare sau nu. Participanții pot fi toate băncile și eventual alte instituții importante (în țara noastră Trezoreria Statului). De ex. în Marea Britanie până la mijlocul anilor 90 anumite categorii de instituții bancare nu participau direct la compensare ci prin intermediul altor bănci, ceea ce lungea procesul efectiv prin care banii ajungeau în conturile acestor instituții.

Agenții de compensare, casele de compensație, companiile interbancare, alte asociații, instituțiile de depozitare sunt instituții care participă în acest sistem, fiind furnizor de servicii de transfer. De ex. societatea de compensare a României TransFonD este în proprietatea băncilor comerciale din România și a BNR, fiecare deținând deocamdată un număr egal de acțiuni. La fel este și în UK. În alte țări, ca Italia, casele de compensare pot fi operate de companii interbancare de telecomunicație (SIA). Însă indiferent de modalitățile concrete, asociațiile băncilor au un rol major în analiza și structurarea sistemelor de plăți. Ca atare băncile pot fi fie direct implicate în acest sistem (operând structuri care realizează funcțiile respective), fie indirect.

Transferul fondurilor este influențat de mai mulți factori:

Gradul de concentrare a sistemului bancar – cu cât gradul de concentrare este mai scăzut, cu atât vor avea loc mai multe deplasări de fonduri între instituții.

Tipurile de instituții bancare și financiare nebankare din sistem – de exemplu instituțiile de depozitare, băncile cooperatiste (sau populare) pot deține propriile sisteme de plăți care vor interfera cu sistemul pe care operează băncile comerciale. De regulă, în cadrul acestor inst. specializate transferurile se realizează prin intermediul *conturilor de corespondent* sau prin intermediul unei inst. centralizate sau regionale la care aderă membrii.

Aria geografică care poate impune segmentarea geografică a transferurilor și plăților prin existența caselor regionale, care reduc costul acestor operațiuni. Pe măsura informatizării, acest tip de aranjament, care semnifică manipularea manuală a documentelor, a dispărut. De altfel din cele 41 de case județene de compensare au rămas mai puțin de jumătate după începerea restructurării sistemului de compensare și decontare din țara noastră și înainte de intrarea în funcțiune a TransFonD.

Utilizarea tehnologiei informaționale, care duce nu numai la rapiditate și generalitate pe arii mai extinse, dar și la posibilitatea operării *continue* (în timp real) și pe *bază brută*. Un fenomen observabil în acest sens este faptul că automatizarea a dus la o anumită *specializare* a transferurilor și plăților. Dacă în cazul caselor de compensații ce lucrează manual, nu se întrevede o specializare, la nivelul agenților automatizați se observă o specializare la nivelul plăților de mică valoare rezultate din tranzacții comerciale în detaliu.

În cazul transferurilor și plăților la nivel internațional există o rețea complexă de inst. fin. care contribuie la acest serviciu. O bancă poate avea sucursale în străinătate prin intermediul cărora participă la transferurile dintre țara de origine și cea de rezidență. Băncile din diferite țări își deschid una alteia *conturi de corespondent*, care reprezintă vectorul de intrare în sistemele naționale de transferuri. Internaționalizarea transferurilor impune existența unor operatori la nivel internațional, fie *rețelele de telex*, fie *rețelele private* deținute de băncile comerciale, fie de *băncile centrale* sau de alți furnizori de servicii de "cărăușie informațională" – ofertanți de servicii de telecomunicație. Cea mai cunoscută companie privată este SWIFT.

Arhitectura actuală a sistemului național de plăți și decontări din România

În conformitate cu recomandările UE, BNR alături de toate băncile din sistem au înființat TransFonD S.A care este *operatorul* și *administratorul* sistemului de compensare și decontare a plăților fără numerar interbancare și în relație cu Trezoreria statului. În sarcina TransFonD S.A intră și gestionarea riscurilor generate de procedurile de compensare, decontare și plată.

TransFonD S.A are acționare 28 de bănci, persoane juridice române sau sucursale ale băncilor (persoane juridice străine) și care dețin 66,67% din acțiuni și BNR care deține 33,33% din acțiuni. A devenit operațională la 1 mai 2001 prin preluarea de la Casa de Compensare a BNR a activității de transfer de fonduri interbancare.

Participanții (beneficiarii) la TransFonD sunt toate băncile comerciale românești și străine: 39 în acest moment case de compensații speciale (SNCDDVM – Societatea Națională de Compensare, Decontare și Depozitare a Valorilor Mobiliare și Bursa de valori București) VISA și Europay BNR

4. SISTEMUL MONETAR EUROPEAN

După cel de-al II-lea Război Mondial și în special după redresarea economiilor europene occidentale distruse de război ca urmare a Planului Marshal, schimburile economice internaționale s-au amplificat. Două mari piedici frânau mișcarea fluxurilor de capital și

anume (1) *caracteristicile diferite ale mijloacelor de plată naționale* și (2) *sistemele interne de plăți*. După Bretton Woods dolarul american a căpătat funcții internaționale, transformându-se dintr-o monedă națională a unei țări într-o monedă internațională, cu avantajele și dezavantajele ce decurg de aici. Țările europene occidentale au pus la punct *diferite strategii de cooperare monetară* care s-au concretizat în:

Mecanismul *șarpelui monetar* (1972-1978)

Sistemul Monetar European (1979-1991)

Uniunea Monetară Europeană (1992-)

Șarpele Monetar a fost strategia prin care cursurilor complet flotante li s-a opus un *sistem flotant limitat* (cursurile variau într-un anumit culoar, întâi mai mic, apoi mai mare). Această metodă diminuea incertitudinile referitoare la evoluția cursurilor cu impact nefavorabil asupra schimburilor economice internaționale. Încadrarea cursurilor monedelor țărilor aderente la sistem (RFG, Franța, UK, Italia, Belgia, Luxemburg, Danemarca, Olanda, Norvegia, Suedia, Irlanda) în tunelul valutar se realiza prin operațiuni de vânzare/cumpărare de valute. Monedele țărilor aderente erau încadrate într-un top: de la cele mai puternice la cele mai slabe. Culoarul acestui mecanism se referea atât la cursurile monedelor țărilor aderente față de USD, cât și la variația cursurilor între respectivele monede. La un anumit moment s-a renunțat la această strategie.

Sistemul Monetar European la care au aderat cam aceleași țări (RFG, Franța, UK, Italia, Belgia, Luxemburg, Danemarca) se baza tot pe mecanismul flotării cursurilor între anumite limite. Mecanismul practic de păstrare a fluctuației agreeate de $\pm 2,25\%$ era operațiunile de vânzare/cumpărare de valute. S-a renunțat la paritatea aur, fiind definită o monedă de cont fictivă numită ECU (European Cont Unit). 1 ECU a fost definit pe baza unui coș valutar format din monedele țărilor membre în funcție de ponderea lor economică. Această strategie prevedea existența unui fond de intervenție pentru susținerea cursurilor când situația o impunea (*Fondul European de Cooperare Monetară*) la care contribuia fiecare țară participantă.

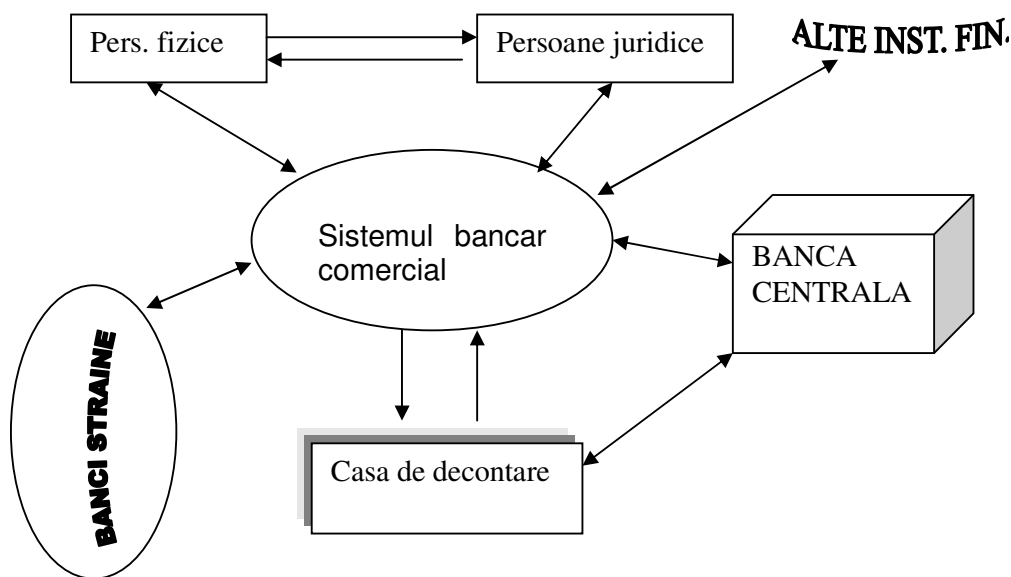
Uniunea Monetară Europeană a venit să contracareze principalul defect al sistemului anterior și anume faptul că moneda de rezervă a băncilor era tot USD (o monedă reală). Tratatul de la Maastricht a pus bazele politice și juridice ale Uniunii Monetare prin parcurgerea a trei etape:

Îmbunătățirea și coordonarea politicilor economice ale statelor aderente.

Stabilirea și atingerea unor *indicatori de convergență* (rata inflației, variația cursurilor, variația ratei dobânzii pe termen lung, deficitele bugetare - față de PIB -, nivelul datoriei publice față de PIB). Au fost create instituțiile specifice anume *Sistemul European al Băncilor Centrale* format din Banca Centrală Europeană și din băncile centrale ale țărilor membre. Trecerea la moneda unică europeană EURO la 1 ian 1999, adoptată de 11 din cele 15 țări membre ale UME (Monetary Union).

Noile țări intrate vor putea adera la spațiu euro (*Euroland*) după ce parcurg etapele 1 și 2.

Fig. 4 – Sistemul de plăți



Cecul

Cecul este un instrument de plata utilizat pe scara larga in tarile cu economie avansata (in anii '80 mai mult de 90 % din platile interne in SUA erau reglate prin cec), fiind utilizat in plati interne si internationale (inclusiv in turism). In tara noastra cadrul legal al platii prin cec este dat de [Legea nr. 59/ 1934 asupra cecului](#), modificata prin [Legea nr. 83/ 1994](#).

Premisele juridice ale emiterii cecului sunt reprezentate de conventia dintre tragator si societatea bancara precum si de acoperirea/ previziunea (provizionul) reprezentand soldul creditor al contului bancar al tragatorului sau autorizatia de descoperire a contului acordata de banca (descoperirea contului - overdraft).

Conform cerintelor BNR, formularele de cec trebuie sa cuprinda: serie si numar distincte pentru fiecare formular (fila cec), elemente de desen (filigran incorporat si retea complexa de linii, text sau desen in culori fluorescente, dintre care cel putin doua culori care sa fie detectate sub ultraviolete, fibre invizibile cu reflexie albastra, verde si rosie, tratare chimica a hartiei si imprimarea cu cerneluri insensibile la apa sau agenti chimici, elemente secrete de securitate alese de fiecare banca siu cunoscute numai de catre acestea, microtext, incorporarea unui desen care nu poate fi reprodus prin copiatoare alb negru sau color, banda rezervata procesarii automate (in partea de jos a filei si, nu in ultimul rand, aprobarea BNR inainte de tiparirea formularelor).

Cuprinsul cecului, conform prevederilor legale din tara noastra, trebuie sa includa denumirea de "cec" redată in titlu, ordinul neconditionat de a plăti (de a face viramentul) suma de bani mentionata, denumirea bancii care trebuie sa plateasca, locul platii, data si locul emiterii, semnatura tragatorului. Bineinteles ca aceste prevederi legale sunt completate de specificul fiecărei banci in parte conform cu formalitatile de operare ale acesteia precum si a formei de cec.

Cecul este un in scris (un ordin scris - prin intermediul unui formular tipizat, pus la dispozitie de catre banci pentru titularii de conturi de cecuri) prin care o persoana (tragator, emitent) da ordin unei banci (tras), la care persoana respectiva are un disponibil in cont, de a plăti o suma de bani determinata unei terte persoane (beneficiarul cecului), plata facandu-se la

vedere. Pentru emiterea cecurilor, titularii trebuie să dispună de conturi care să acopere sumele ordonate de cecul emis, pe baza de disponibil, depozit bancar sau pe baza de credit (mai este utilizat și termenul de provizion), lipsa sumelor de acoperire fiind aspru pedepsită de lege în orice țară fiind socotită drept infractiune.

Principala funcție a cecului este cea de mijloc de plată, beneficiarul plății putând fi o persoană (beneficiar) menționată de tragător (acesta fiind un cec de plată) sau poate fi chiar tragătorul (fiind vorba despre un cec de retragere). Deci, debitorul unei plăți trage un cec în favoarea creditorului, acesta din urmă putând încasa contravaloarea cecului de la banca emitentului. În acest caz, cecul poate fi:

- nominativ (când se indică numele beneficiarului și se face mențiunea "nu la ordin", plată efectuându-se numai către persoana menționată/ nominalizată, acesta putând fi transmis numai prin cesiune de drept comun);
- la ordin (când se indică drept beneficiar o anumită persoană fizică sau juridică - caracter nominativ - putând fi netransmisibil sau, numai în anumite condiții, transmis prin endosare și plătit ultimului beneficiar indicat pe cec - transmitere prin gir deodată cu emiterea titlului);
- la purtător (fără includerea numelui beneficiarului, cel care îl deține putând încasa valoarea acestuia oricând, asemenea unui bilet de bancă - transmitere prin simplă tradiție - există și posibilitatea menționării beneficiarului dar aceasta are efecte numai în anumite condiții speciale).

El mai poate fi utilizat și pentru obținerea de numerar de la bănci (cec de numerar - în acest caz emitentul trage un cec pe numele său, asemenea unei retrageri de disponibil din cont sub formă de numerar) sau pentru amânarea plății (credit pe termen scurt din momentul nasterii obligației de plată până când cecul este efectiv încasat, numai în anumite situații - cecul se emite la o dată când proviziunea nu este constituită dar se va constitui până în ziua înaintării cecului spre încasare/ decontare, în acest interval de timp beneficiarul acordând "credit" tragătorului, asemenea cazului unor cambii, sau cecul este predat de către beneficiar băncii sale, pentru scont sau pentru încasare, în ambele situații banca creditând imediat contul remitentului cu suma corespunzătoare, fără a mai aștepta încasarea la tras, acordând astfel un credit).

Se poate deduce până acum că funcțiile cecului sunt:

- a. instrument de retragere din soldul creditor al propriului cont bancar;
- b. instrument de plată cu moneda scripturală;
- c. instrument de credit.

În toate cazurile (plată internă sau internațională) circuitul cecului începe odată cu emiterea sa și implicarea beneficiarului și a băncii sau băncilor care derulează operațiunile de plată. Următorul pas este reprezentat de depunerea cecului la una din băncile implicate în circuit, moment când are loc verificarea acestuia (chiar dacă, din principiu, el nu trebuie emis fără acoperire) fie prin intermediul mijloacelor de comunicare fie, pur și simplu, prin înaintarea sa la plată (când este depus chiar la banca emitentului) sau trimiterea cecului respectiv la banca emitentului. După verificare urmează efectuarea viramentului (sau a operațiilor implicate) către beneficiar sau către banca care a înaintat cecul spre plată (urmand după confirmarea viramentului să se facă plata către beneficiar).

De reținut că acest circuit al cecului implică o perioadă mai mare sau mai mică de timp, ce poate ajunge la 3 - 4 săptămâni, operațiunile solicitând un timp oarecare chiar și în cazul utilizării transferului electronic de fonduri (electronic funds transfer sau EFT). Acest lucru a implicat atât apariția operațiilor la termen, cecurile putând "purta" o "data limită de decontare" care începe de la momentul emiterii lui, după care se consideră că cecul este expirat, precum și apariția prevederilor legale legate de validitatea unei file cec emise (cu caracter legislativ general sau interbancar - în țara noastră cecul emis are o perioadă de

validitate de 8 zile daca este platibil in localitatea unde a fost emis si de 15 zile pentru plata sa in alte localitati fata de cea de emitere). Un alt risc care poate apare datorita perioadei mai mari de decontare este lipsa unei garantii impotriva riscurilor comerciale, falimentul emitentului implicand pierderea validitatii cecului, fara a mai aminti de faptul ca cecul poate ramane fara acoperire din alte motive.

Exista unele operatii care urmaresc cresterea sigurantei platii prin cec, cele mai utilizate fiind garantarea unui cec prin aval, pentru intreaga suma sau o parte a acesteia - "solicitarea platii prin cec in avans". Aceasta forma este des folosita atunci cand exista riscuri majore, utilizarea sa atunci cand nu este cazul dand o impresie negativa care prejudiciaza deseori relatiile contractuale.

Alte "metode de siguranta" sunt:

- "cecul certificat" unde, pentru acoperirea riscului de neplata creditorul poate solicita clientului sau sa emita un cec garantat de catre banca sa, prin inscrierea mentiunii "certificat" pe formularul de cec, semnand cecul pe recto, banca garantand existenta provizionului in contul ordonatorului pana la expirarea termenului de prescriptie de 6 luni, sau a unui termen expres precizat;
- "cecul bancar" care prezinta cele mai mari garantii privind plata, el fiind emis de banca beneficiarului (exportatorului) pe contul sau;
- "cecul barat" denumit astfel deoarece prezinta doua bare paralele pe fata formularului de cec (barare generala), acesta fiind decontat intre banci prin virament (nu poate fi platit prin numerar). Daca intre cele doua bare se precizeaza numele unei banci (barare speciala), cecul nu poate fi platit decat la acea banca, in contul curent al beneficiarului. In plus, cecul barat nu poate fi andosat (spre deosebire de cecul nebarat care poate circula de la o persoana la alta prin gir);
- "cecul circular" emis de o societate bancara anume autorizata pentru suma incasata de la titular in momentul emiterii, platibil la vedere in oricare din locurile aratate alternativ de catre platitor;
- "cecul platibil in cont" cand tragatorul sau posesorul interzice plata in numerar, inscriind transversal mentiunea "platibil in cont" sau "numai pentru virament", etc.;
- "cecul netransmisibil" care poate fi platit numai primitivului sau la cererea acestuia, acesta purtand mentiunea "netransmisibil";
- "cecul postal" care este un serviciu bancar prestat de posta si este utilizat pentru a fi utilizat in localitatile lipsite de sucursale, filiale sau agentii ale bancilor;
- "cecul de calatorie" prin care emitentul isi asuma obligatia de plata prin formula "tragatorul plateste acest cec de calatorie lui... sau la ordinul sau" fiind utilizate in calatorii pentru efectuarea platilor la hoteluri, restaurante, magazine, banci, statii de benzina, etc.

Cea mai noua metoda de garantare a cecurilor este "eurocecul" care este un cec cu legitimatie de garantie. Specificul acestor cecuri consta in faptul ca banca emitenta elibereaza odata cu carnetul de cecuri si o carte de garantie care cuprinde o serie de date (numar cont, nume beneficiar) care ofera o mai mare securitate si, totodata, garanteaza bancii platitoare incasarea banilor de la banca emitenta.

Privitor la cecurile de calatorie (travellers cheque) se poate aminti de faptul ca sunt destul de utilizate in turismul international, acesta fiind un cec de valoare fixa, emis de banci (formatul acestuia fiind tip bilet de banca/ bancnota) si cumparat de turisti in vederea efectuarii de plati fara utilizarea de numerar (pentru cazare, transport, etc.).

Concluzionand, cecul este un instrument de plata in a carui folosire se impun cateva recomandari:

- pentru cei care fac plati: cecul trebuie folosit pentru plati insemnate, la distanta, pentru care este necesara preconstituirea unui mijloc de proba, emiterea unui cec sa se faca numai daca

exista o prealabila si suficienta proviziune in cont, emiterea de cecuri "in alb" sa fie refuzata indiferent de motivul posibil a fi invocat, riscurile unei asemenea emiteri fiind imense, de cele mai multe ori cu caracter infractional, carnetul de cecuri (formulare) trebuie sa fie nesemnlat (si/ sau stampilat) si pastrat intr-un loc sigur, furtul sau deteliorarea acestuia fiind obligatoriu anuntat in scris imediat catre banca.

- pentru beneficiarii filelor cec (platilor prin cec): sa verifice atent daca cecul nu prezinta anomalii tehnice si daca cuprinde toate elementele necesare pentru validitatea sa, sa solicite platitorului actul de identitate ale carui date sunt inscise pe spatele cecului, sa nu conteze pe lipsa de indrazneala a emitentului de a emite cecul respectiv fara acoperire - refuzul bancii de a efectua plata in lipsa provizionului pastreaza sansa ca emitentul sa plateasca direct sau sa alimenteze contul pentru efectuarea platii, sub conditia ca fila cec sa nu expire deoarece nu exista prevederi de a prelungi validitatea acesteia, fara ca acest lucru sa afecteze in vreun fel infractiunea comisa de emitent - , sa depuna cecul la banca in limitele legale de 8 (pentru decontari locale emitentului) si 15 zile (pentru alte localitati) - la expirarea acestui termen cecul nu mai poate fi utilizat dar creanta nu este stinsa, deoarece exista termenul legal de prescriptie de 3 ani si, in acest caz se va reveni asupra necesitatii de stingere a acesteia catre emitentul cecului fie prin emiterea altei file cec fie prin efectuarea platii sub alta forma - , sa anunte imediat politia in momentul in care banca refuza cecul deoarece acesta a fost declarat pierdut sau furat - pentru a elimina supozitia de complicitate cu emitentul sau autorul furtului.

In cazul incalcarii prevederilor legale privitoare la cec se ajunge invariabil la incidentul de plata si/ sau interdictia bancara.

Incidentul de plata este reprezentat de imposibilitatea unui tragator (beneficiar al unui cec) de a opera si/ sau incasa una sau mai multe file cec. In general, incidentul va apare odata cu depunerea spre incasare a filei/ filelor cec respective, moment in care banca tragatorului, BNR si banca trasului (emitentului) vor "intra" intr-o procedura tipica (precizata expres de normative legislative) initiata de refuzul de plata/ interzicerea platii din diferite motive.

Acestea sunt reprezentate de:

- cec emis fara autorizarea trasului;
- cec refuzat din lipsa totala sau partiala de disponibil, in cazul prezentarii la plata dupa expirarea termenului de prezentare;
- cec refuzat din lipsa totala de disponibil, in cazul prezentarii la plata inainte de expirarea termenului de prezentare;
- cec refuzat din lipsa partiala de disponibil, in cazul prezentarii la plata inainte de expirarea termenului de prezentare;
- tragatorul se afla in incapacitatea de a emite cecuri;
- cecul prezinta diferite conditionari privind efectuarea platii, litigiu de proprietate; - cec emis cu o data falsa sau caruia ii lipseste o mentiune obligatorie;
- cec circular/ cec de calatorie emis la purtator;
- cecul apartine unui tiraj de instrumente neavizate de BNR;
- cec emis de catre un tragator aflat in interdictie bancara;
- cecul apartine unui set de instrumente care a fost retras din circulatie;
- falimentul tragatorului cec declarat pierdut, furat, distrus;
- lipsa de mandat a semnatarului vicii de completare a mentiunilor de pe cec (cu referire la modificarea unor elemente de pe cec, inscrierea gresita sau lipsa unui numar de cont, neconcordanta semnatuurilor).

Interdictia bancara este "*regimul impus de catre banca unui titular de cont de interzicere a emiterii de cecuri pe o perioada de un an, conform unor angajamente reciproce aplicabile platii cu cecuri, ca urmare a unor incidente de plati majore, si anume:*

- *emiterea unui cec fara autorizarea trasului;*

- *refuzul cecului ca urmare a constatarii de către banca trasa a lipsei parțiale sau totale de disponibil în contul tragatorului, în cazul în care acesta dispune altfel, în total sau în parte, de disponibilul avut, înainte de trecerea termenului fixat pentru prezentare;*
- *emiterea unui cec cu o dată falsă sau caruia îi lipsește una dintre mențiunile obligatorii;*
- *emiterea unui cec circular sau a unui cec de călătorie "la purtător";*
- *emiterea unui cec de către un tragator aflat în interdicție bancară".* (conform Regulamentului 3 din 13 mai 1996 privind organizarea și funcționarea la BNR a Centralei Incidentelor de Plăți modificat de [Circulara 6 BNR din 17 februarie 1997](#)).

Nu trebuie uitat faptul că procedurile interbancare "initiate" de incidentul de plată au repercusiuni deseori mult mai grave decât interdicția bancară deoarece, pe traseul solvării litigiului născut intervine obligația legală de intervenție a Judecătoriei Teritoriale. Aceasta își va da acordul asupra legalității oricărui incident de plată, la sesizarea obligatorie din partea BNR, și, dacă este cazul, sesizează Procuratura pentru "solvarea" incidentelor de tip infracțional.

Cambia

Este unul dintre cele mai vechi instrumente financiare fiind folosită începând cu secolul X de către comercianții arabi și este cunoscută și sub numele de *trata* sau *polita*. Ea este un înscris care conține un ordin scris și necondiționat dat de către o persoană (tragator) unei alte persoane (tras) pentru a plăti o anumită sumă de bani, la vedere sau la o anumită scadență și într-un anumit loc, unei a treia persoane (beneficiar).

În circuitul comercial *cambia* îndeplinește funcții de mijloc de plată, de mijloc de garantare și de mijloc de creditare, elementele obligatorii care trebuie să fie continute de aceasta fiind obligatoriu legate de aceste funcții. Astfel, o *cambie*, ca document, trebuie să conțină: - elemente obligatorii: denumirea de *cambie* (în limba în care a fost redactat înscrisul), ordinul necondiționat de plată/ de a plăti o sumă determinată (exprimată în cifre și litere), numele trasului, scadența (termenul de plată, care poate fi exprimat ca dată calendaristică fixă, la un anumit număr de zile de la data emiterii cambiei - de regulă 30, 60, 90, 180 zile - la vedere sau la un anumit interval de la prezentarea spre acceptare, locul efectuării plății, beneficiarul (numele și adresă), data și locul emiterii, trasul (numele și adresă) semnătura autografa a tragatorului (cuprinzând numele de familie în întregime); - elemente facultative: dobândă, domicilierea, mențiuni diverse, etc.

Raportul juridic născut de emiterea cambiei presupune acceptarea acesteia, trasul având ordin din partea tragatorului să efectueze plată dar devine obligat cambial numai în momentul în care acceptă *cambia*. Prin acceptare, trasul devine debitorul principal, el fiind obligat cambial, solidar cu tragatorul, girantii, avalistii. Acceptarea se face prin mențiunea pe *cambie* "acceptat", dar este suficientă și numai semnătura trasului (trasul își ia sarcina "să plătească", iar ceilalți obligați cambial își asumă obligația de a face "să se plătească", în mod efectiv ei plătind numai în cazul în care debitorul principal, trasul, nu își onorează plată.

Ca mijloc de plată, *cambia* poate servi pentru plată datoriei pe care tragatorul o are la beneficiar (tragatorul are de încasat o anumită sumă de bani de la tras și, totodată, are de achitat o datorie față de o terță persoană - beneficiarul), înlocuind circulația banilor în numerar. Astfel, în loc ca trasul să plătească tragatorului și acesta să plătească/ achite datoria sa către beneficiar, tragatorul dă ordin trasului să plătească direct beneficiarului. Pe de altă parte, datorită faptului că *trata* la ordin poate fi transmisă prin gir, aceasta poate servi la acoperirea obligațiilor de plată între participanții la lanțul *andosării*. Astfel, beneficiarul unei trate, care are o datorie față de un tert, poate plăti cu *trata*, *andosând-o* în favoarea creditorului sau, care devine noul beneficiar al cambiei (acesta poate să o utilizeze în același fel pentru plată propriilor datorii).

Plata prin trata (descrie mai sus) nu este una perfectă, deoarece acest instrument nu înlocuiește banii propriu-zisi/ efectivi. Obligatiile sunt stinse prin trata numai temporar, sub rezerva încasării cambiei la scadența de către ultimul beneficiar.

Din punct de vedere al mijlocului de garantare, operațiile cu trata se caracterizează printr-un grad ridicat de garanție oferit de mecanismul cambial, fapt pentru care cele mai multe bănci consideră cambia ca un titlu de garanție. În primul rând trasul este obligat să accepte cambia la prezentare (în caz contrar se recurge la protestul de neacceptare), iar din momentul acceptării trasul devine debitorul principal al obligației de plată. În al doilea rând, cambia poate fi avalizată, un tert (avalistul) asumându-și obligația de a plăti în locul debitorului, dacă acesta nu efectuează plata. În cazul în care nu se poate realiza în nici unul din modurile prezentate anterior stingerea obligațiilor de plată menționate în cambie se poate recurge la protestul de neplată.

Datorită acestei siguranțe ridicate, trata poate fi utilizată ca instrument de garantare în cadrul unor tehnici de plată nesigure (cu grad ridicat de risc - de exemplu încasso-ul documentar) sau ca mijloc de garantare a îndeplinirii unor obligații contractuale.

Mijlocul de creditare "regasit" în cambie este reprezentat de relația de creditare care apare datorită mecanismului cambial, datorită unui timp mai mare sau mai mic care apare între momentul nasterii obligației de plată a debitorului și momentul încasării contravalorii creanței sale de către creditor, timp în care se poate spune că există un credit acordat pentru debitor în care să realizeze plata înainte de scadența cambiei. De aceea, în valoarea cambiei trebuie să se reflecte și costul creditării, ținând seama de valoarea creanței, dobânda pietei și numărul de zile până la scadența.

Datorită faptului că permite operațiunile de scontare, cambia devine un instrument bancar. Scontarea este operațiunea prin care posesorul cambiei obține de la o bancă comercială, înainte de scadența, suma înscrisă în titlu (valoarea nominală), diminuată cu dobânda aferentă sumei din acel moment până la scadența, plus un comision al băncii (numită bancă de scont) numit scont (formula cel mai des folosită pentru calculul valorii de scont este: $S = V - (V \cdot T_s \cdot n) / (360 \cdot 100)$ în care S este scontul, V este valoarea cambiei în momentul scadenței, inclusiv dobânda, dacă este cazul, T_s este taxa de scont, exprimată în procente pe an iar n este numărul de zile rămase până la scadența).

Reescontarea este operația efectuată în momentul în care băncile comerciale preschimba cambiile care le dețin în bani, la banca centrală, unde se percepe taxa oficială a scontului, influențând astfel nivelul general al ratei dobânzii (după 1971, reescontul a început să joace un rol important în reglarea ratei dobânzii).

În ce privește scadența (termenul de plată) aceasta poate fi indicată în mai multe feluri în cambie (fapt care induce și specificul cambiei), după cum urmează:

- scadența "la vedere" apare în cazul în care posesorul cambiei (beneficiarul) o poate prezenta la încasare în orice moment de la data emiterii, iar trasul trebuie să o plătească în aceeași zi. De reținut că acest tip de scadență are o perioadă de prescriere de un an de zile calendaristic (pentru România - fiecare țară având reglementat acest timp de prescriere), motiv pentru care se consideră că trata este un mijloc de creditare pe termen scurt (mai ales că forma cea mai des utilizată este trata cu valabilitate de 90 de zile);
- scadența "la termen" (la un anumit termen de la prezentare), respectiv la un anumit număr de zile de la data acceptării de către tras (sau a protestului de neacceptare);
- scadența "de valabilitate" (la un anumit termen de la data emiterii) când este importantă perioada de valabilitate menționată expres a cambiei, valabilitate care nu elimină acceptarea

de către tras sau alte proceduri cambiale ci ce constrânge a se desfășura într-un timp prestabilit; - scadența "fixă" (la o dată fixă) când textul/ condițiile cambiei cuprind ziua, luna și anul în care se face plata.

Plata cambiei se face când este înaintată la plată fie trasului, fie băncii la care a fost domiciliată (deoarece cambia circula de la un posesor la altul, sub diverse condiții, "lanțul" de circulație al acesteia nu interesează decât în cazul apariției de operații specifice sau litigii). Cambia cu scadența la o zi fixă sau la un termen de la data emisiunii trebuie prezentată la plată în ziua scadenței sau în una din cele două zile lucrătoare care urmează scadenței iar cambia scadență la vedere poate fi platibilă la prezentare, dar nu mai târziu de termenul de prescripție (legal sau precizat expres). Tragătorul poate stipula ca o cambie platibilă la vedere nu trebuie să fie prezentată spre plată înaintea unei anumite date, termenul de prezentare curgând de la această dată. În urma efectuării operației de plată, trasul care plătește are dreptul să pretindă de la beneficiar trata cu mențiunea "achitat", semnată de acesta. De asemenea, dacă trasul vrea să facă o plată parțială, beneficiarul nu poate refuza plata, fiind obligat să menționeze pe trata suma primită și să dea chitanța trasului asupra efectuării acestei plăți parțiale.

Refuzul de plată al trasului va și exigibilitatea cambiei înainte de scadență, transformă obligația de garanție a tragătorului, girantului și avalistului în obligație de plată. Posesorul cambiei poate acționa, în cazul nerespectării obligației de plată, prin două tipuri de operațiuni cambiale: extrajudiciară și judiciară. Acțiunea cambială cea mai frecventă este regresul (care apare numai în caz de refuz de acceptare sau de plată a tratei și numai după îndeplinirea formalităților de protest). În acest caz, beneficiarul acționează împotriva tragătorului și a celorlalți semnatori ai documentului respectiv (andosatori și avalisti) la scadență, în condițiile în care trasul refuza plata (acceptarea totală sau parțială) sau dacă intervine falimentul trasului sau cel al tragătorului. Dacă în cambie nu este indicat locul plății, aceasta va fi prezentată pentru plată la domiciliul trasului, la cel al acceptantului prin intervenție sau la domiciliul celui "indicat la nevoie".

Prescripția efectelor cambiale are mai multe particularități. Astfel, în mod normal, ea se prescrie într-un an calendaristic (sau în funcție de prevederile legale în vigoare) - termen asemănător și acțiunii beneficiarului împotriva celorlalți semnatori când anul calendaristic este socotit de la data protestului adresat în timp util sau la scadență, în cazul unei cambii cu clauză "fără protest". În cazul acțiunii în justiție, rezultând din cambie, contra trasului care a acceptat cambia, prescripția intervine la trei ani de la data scadenței. Acțiunea unui andosator contra altuia sau împotriva tragătorului se prescrie în termen de șase luni de la data când acestia au plătit sau au fost acționați în justiție. De reținut este faptul că actele de întrerupere a curgerii termenului de prescripție nu au efect decât în privința celui care le-a efectuat.

Tehnica plăților prin cambii mai cunoaște o serie de operațiuni cum sunt: - avalizarea - este o operațiune asemănătoare garanției, prin care tragătorul, dacă nu este sigur de solidaritatea trasului, poate apela la un tert care să "garanteze" prin "aval" (această operațiune este o fidejusiune comercială și nu produce efecte cambiale, conform Codului Comercial, art. 42). Astfel, se va înscrie pe față sau pe dosul cambiei una din formulele "pentru aval", "pentru garanție" sau "avalizat" la care avalistul va semna și va preciza data semnăturii (este foarte rară utilizarea simplei semnături a avalistului și, de aceea, nu este indicată). Avalistul este, de obicei, o bancă care se obligă să facă plata dacă trasul nu va achita suma respectivă la scadență, în această operațiune garantul fiind avalist iar debitorul garantat fiind avalizat. Cambia poate purta mai multe avaluri date pentru același avalizat sau pentru avalizați diferiți, așa cum avalul poate fi acordat și numai pentru o parte din suma înscrisă pe cambie. Plătind cambia, avalistul dobândește drepturile izvorâte din ea contra avalizatului, ca și împotriva celor care sunt obligați față de avalizat, în temeiul cambiei (totodată el poate ecre predarea cambiei cu protestul și un cont de întoarcere achitat).

- girul sau andosarea - este o operațiune de transmitere a cambiei care se face printr-o dispoziție scrisă pe cambie de către beneficiarul acesteia, către tras, care urmează să plătească suma arată în titlu, la ordinul persoanei pe care o indică, la locul și la data menționată în cambie. Girul are loc atunci când beneficiarul (girantul) este debitor la rândul său față de o altă persoană (girator) cel puțin cu aceeași sumă (sau în funcție de acordurile dintre părți). Girarea cambiei se face prin mențiunea "girat către" pe dosul cambiei, însoțită de semnătura girantului și data acordării acesteia, de unde și denumirea alternativă de "andosare" (cel care transmite cambia se numește girant iar cel care devine noul posesor se numește giratar). Girul transmite toate drepturile izvorâte din cambie, fără a mai fi necesară notificarea debitorului cambial, inclusiv garanțiile reale care au fost constituite pentru asigurarea plății cambiei. Dacă un gir menționează mai mulți giratari, cumulativ, exercitarea drepturilor cambiale, inclusiv a dreptului de a transmite titlul printr-un nou gir, aparține tuturor, în comun, prin consens. Dacă mai mulți giratari sunt indicați alternativ, giratarul posesor al cambiei poate exercita singur aceste drepturi. Cu fiecare nou gir, valoarea obligației cambiale scade deoarece executarea acestei obligații este garantată de mai mulți codebitori solidari. Girantul se poate sustrage obligației de garanție menționând formula "fără obligație" sau "fără obligo", dar exonerarea se aplică strict girantului strict girantului care a folosit această formulă, nu și celorlalți giranți. Primul girant este tragatorul, iar fiecare dintre giranții următori trebuie să figureze ca giratari în girul precedent. Dacă în șirul de giruri apare un gir în alb, semnatarul girului următor este considerat ca giratar al girului în alb. În cazul în care în șirul giratarilor se interpune girul unui incapabil, șirul se întrerupe deoarece acest gir și toate cele care urmează sunt nule, rămânând să producă efecte juridice numai girurile care au permis girul incapabilului. Legitimarea calității de posesor al cambiei se face prin menționarea numelui ca giratar în ultimul gir înscris pe dosul cambiei. Trasul nu are calitatea să verifice realitatea girurilor, ci numai identitatea posesorului. Este bine de reținut că există și giruri speciale din care se poate aminti de 1.-girul pentru încasare ("pentru acoperire", "pentru procura") care are caracterul unui mandat, giratarul putând gira numai cu un titlu de procura, 2.-girul în garanție care reprezintă actul de afectare a cambiei ca garanție de a executării altei obligații comerciale, 3.-girul fără garanție (menționat mai sus), 4.-girul "nu la ordin" care are ca efect interzicerea unui nou gir, 5.-girul de întoarcere care se efectuează prin girul cambiei de către beneficiar în folosul trasului sau al tragatorului, 6.-girul după protest care produce numai efectele unei cesiuni care garantează numai existența creanței, nu și solvabilitatea debitorilor cambiali, care pot opune cesionarului toate excepțiile personale pe care le putea opune cedentul.

- forfetarea - este operațiunea de vîndere a unei cambii indiferent de scadența, unor instituții specializate care, spre deosebire de bancile comerciale, la scadența preiau riscurile de neplata de către debitor. Taxa de forfetare este superioară celei de scont, iar operațiunea presupune și transmiterea documentelor care să asigure încasarea și evitarea dificultății a cambiei (autorizații, etc.).

În cazul încălcării prevederilor legale privitoare la cambie se ajunge invariabil la incidentul de plată și/ sau interdicția bancară.

Incidentul de plată este reprezentat de imposibilitatea unui tragator (beneficiar al unei cambii) de a opera și/ sau încasa una sau mai multe cambii. În general, incidentul va apărea odată cu depunerea spre încasare a cambiilor respective, moment în care banca tragatorului, BNR și banca trasului (emitentului) vor "întra" într-o procedură tipică (precizată expres de normative legislative) inițiată de refuzul de plată/ interzicerea plății din diferite motive.

Acestea sunt reprezentate de:

- cec emis fără autorizarea trasului;
- cec refuzat din lipsa totală sau parțială de disponibil, în cazul prezentării la plată după expirarea termenului de prezentare;
- cec refuzat din lipsa totală de disponibil, în cazul prezentării la plată înainte de expirarea

termenului de prezentare;

- cec refuzat din lipsa partiala de disponibil, in cazul prezentarii la plata inainte de expirarea termenului de prezentare;
- tragatorul se afla in incapacitatea de a emite cecuri;
- cecul prezinta diferite conditionari privind efectuarea platii, litigiu de proprietate;
- cec emis cu o data falsa sau caruia ii lipseste o mentiune obligatorie;
- cec circular/ cec de calatorie emis la purtator;
- cecul apartine unui tiraj de intrumente neavizate de BNR;
- cec emis de catre un tragator aflat in interdictie bancara;
- cecul apartine unui set de intrumente care a fost retras din circulatie;
- falimentul tragatorului cec declarat pierdut, furat, distrus;
- lipsa de mandat a semnatarului vicii de completare a mentiunilor de pe cec (cu referire la modificarea unor elemente de pe cec, inscrierea gresita sau lipsa unui numar de cont, neconcordanta semnatuurilor).

Interdictia bancara este "*regimul impus de catre banca unui titular de cont de interzicere a emiterii de cecuri pe o perioada de un an, conform unor angajamente reciproce aplicabile platii cu cecuri, ca urmare a unor incidente de plati majore, si anume:*

- *emiterea unui cec fara autorizarea trasului;*
- *refuzul cecului ca urmare a constatarii de catre banca trasa a lipsei partiale sau totale de disponibil in contul tragatorului, in cazul in care acesta dispune altfel, in total sau in parte, de disponibilul avut, inainte de trecerea termenului fixat pentru prezentare;*
- *emiterea unui cec cu o data falsa sau caruia ii lipseste una dintre mentiunile obligatorii;*
- *emiterea unui cec circular sau a unui cec de calatorie " la purtator";*
- *emiterea unui cec de catre un tragator aflat in interdictie bancara".* (conform

Regulamentului 3 din 13 mai 1996 privind organizarea si functionarea la BNR a Centralei Incidentelor de Plati modificat de [Circulara 6 BNR din 17 februarie 1997](#)).

Nu trebuie uitat faptul ca procedurile interbancare "initiate" de incidentul de plata au repercusiuni deseori mult mai grave decat interdictia bancara deoarece, pe traseul solvării litigiului nascut intervine obligatia legala de interventie a Judecatoriei Teritoriale. Aceasta isi va da acordul asupra legalitatii oricarui incident de plata, la sesizarea obligatorie din partea BNR, si, daca este cazul, sesizeaza Procuratura pentru "solvarea" incidentelor de tip infraccional.

Ordinul de plata.

Ordinul de plata reprezinta dispozitia data de o persoana, numita ordonator, unei banci, de a plati o suma determinata in favoarea unei alte persoane, numita beneficiar, in vederea stingerii unei obligatii banesti a ordonatorului fata de beneficiar.

Partile implicate in derularea unui ordin de plata sunt: ordonatorul, cel care initiaza operatiunea, beneficiarul, cel in favoarea caruia se face plata si bancile care au rolul de prestatoare de servicii.

Caracteristica ordinului de plata este aceea ca el poate fi anulat sau modificat de catre ordonator. Pe de alta parte, ordinul poate fi simplu sau documentar, acesta din urma fiind folosit in tranzactiile internationale.

Mecanismul decontarii prin ordin de plata este initiat de contractul comercial continand obligatia de plata in sarcina importatorului care determina emiterea ordinului de plata. Astfel, importatorul este obligat sa constituie un depozit (provizion) pentru acoperirea cu fonduri a ordinului de plata si sa dea instructiuni privind efectuarea platii prin ordin de plata urmand notificarea beneficiarului platii (exportatorul), expeditia marfii, prezentarea documentelor (incasarea platii), acoperirea platii, si, in final, notificarea si prezentarea documentelor.

În relațiile comerciale internaționale utilizarea ordinului de plată este rar întâlnită ca urmare a riscului de revocare pe care îl prezintă. Această modalitate se întâlnește mai frecvent în operațiunile necomerciale (cheltuieli de transport, comisioane, contravaloare, taxe vamale, etc.), iar în cazul operațiunilor comerciale se utilizează mai ales pentru plata avansurilor și a ratelor.

În vederea măririi garanției de plată, exportatorul poate pretinde o scrisoare de garanție bancară, dar costul acesteia influențează mărimea pretului încasat de exportator sau a celui de desfacere către consumatorul final.

În situația în care debitorul principal (ordonatorul) nu și-a îndeplinit obligațiile garantate prin scrisoarea de garanție bancară, beneficiarul se adresează băncii garante (după urmărirea inițială a debitorului principal, dacă garanția înscrisă în textul scrisorii este simplă, sau direct, dacă garanția este solidară), adică execută garanția bancară.

De asemenea, exportatorul poate trimite documentele însoțite de o cambie la vedere, echivalentă cu valoarea datoriei cumparatorului care, odată acceptată, întărește obligația de plată a importatorului. O altă strategie pentru exportator constă în expedierea marfurilor la adresa unei bănci agreate de banca exportatorului (după obținerea acordului acesteia) sau a unui depozit de marfuri din stația de destinație, cu indicația ca marfurile să fie eliberate numai contra dovezii de efectuare a plății, procedura numită vînculație.

În sfîrșit, exportatorul poate pretinde importatorului plată unui avans, din care să poată acoperi eventualele cheltuieli de rambursare sau depozitare a marfii.

Bani numerar-semne ale valorii existente în mod efectiv sub forma de bani de hîrtie sau bancnote și bani metalici sau monede. Constituie o componentă fundamentală a masei monetare în orice țară și reprezintă cea mai înaltă formă de lichiditate

Biletul la ordin este un efect de plată pe care o persoană numită emitent sau subscriitor (debitor) își asumă obligația personală și necondiționată să plătească pentru biletul la ordin unei alte persoane numită beneficiar (creditor) o anumită sumă de bani la o dată fixă numită scadență și într-un loc determinat.

Mențiunile esențiale pe care trebuie să le cuprindă biletul la ordin sunt:

- denumirea de bilet la ordin;
- data emisiunii;
- scadență;
- menționarea obligației personale și necondiționate de a plăti suma de bani;
- numele beneficiarului;
- semnătura subscriitorului sau a emitentului;
- locul de plată.

Spre deosebire de cambie, în biletul la ordin nu figurează numele trasului deoarece trasul și tragatorul se identifică cu persoana emitentului.

Tot spre deosebire de cambie, care este creată la inițiativa creditorului, biletul la ordin este creat la inițiativa debitorului.

Biletul la ordin este o promisiune de a plăti și un mandat de plată poate fi transmis prin gir și nu poate fi garantat prin aval.

Obligațiile rezultate dintr-un bilet la ordin se supun aceluiași reguli generale ca și cele rezultate dintr-o cambie.

În calitate de instrument de plată a datoriei comerciale, biletul la ordin este utilizat mai ales de marile întreprinderi. Deoarece biletul la ordin este uneori transmis cu întârziere, în vederea mobilizării creditelor beneficiarii lor preferă să se deconteze cu clienți prin intermediul cambiilor.

CARDUL - PRINCIPAL INSTRUMENT DE PLATA

Elevi: Miloș Crăciun Irina, cls. a XI-a D

Bicean Ionela, cls. a XI-a D

Prof. Coordonator: Iulia Milcescu

Colegiul economic “Maria Teiuleanu”

I. Prezentare generală.

1.1. Scurt istoric privind apariția și dezvoltarea cardului.

Perfecționarea, modernizarea și eficientizarea instrumentelor și modalităților de plată au fost determinate pe de o parte de cuceririle științei, îndeosebi în domeniul tehnologiei informațiilor și telecomunicațiilor digitale de date (IT&C), comunicațiilor prin circuite telefonice, cablu TV, fibră optică, satelit, telefonie mobilă, iar pe de altă parte de succesele de miniaturizare a componentelor în construcția calculatoarelor (producerea microprocesoarelor cu o suprafață de numai câțiva mm pătrați a dus la lansarea smart cardurilor).

Cardul de plată sub formă arhetipală a apărut pentru prima dată în Statele Unite ale Americii în anul 1914, fiind emis de compania Western Union în scopul încurajării cumpărăturilor și creșterii fidelității clienților săi. Prin acest card se puteau face cumpărături numai la această companie.

În anul 1949 un american pe nume Frank McNamara, împreună cu partenerul său Ralph Schneider, creează primul card de credit pentru plăți în restaurante, având marca Diners Club Card. În numai câțiva ani cardul avea să fie acceptat la plată de mii de comercianți. Diners Club Card avea să fie recunoscut drept un nou instrument de plată. Dezvoltarea acestui card continuă și astăzi, în special în domeniul călătoriilor și industriei timpului aferent (travel and entertainment, T&E).

În 1958 apare un salt înainte în istoria cardurilor de plată, datorat băncii americane Bank of America din San Francisco, care introduce precursorul cardului universal modern, sub numele BankAmericard. Cardul băncii Bank of America a dovedit repede că exista o piață extinsă pentru cardul de credit bancar și universal (de uz general), în sensul că este acceptat la plată de orice comerciant participant la acest sistem de plată, pentru cumpărarea oricărui fel de produs și prin care orice deținător al său putea cumpăra pe credit.

Succesul cardului a fost rapid și apariția sa a reprezentat un punct de cotitură în istoria plăților, în general, și în istoria plăților fără numerar, în special. În 1976 cardul BankAmericard avea să devină bine cunoscutul card Visa, iar Bank of America, împreună cu alte bănci asociate și trecând prin mai multe transformări, devine Visa International.⁴⁷

Visa International constituie o uriașă asociație cooperatistă de bănci, care se supune aceluiaș regulament și participă în comun la dezvoltarea și operarea sistemului asociației. Alte sisteme internaționale de plăți electronice se vor dezvolta mai apoi, fiind mai mult sau mai puțin, inspirate sau modelate după Visa.

Astfel, în 1966 și avându-și originea tot în Bank of America, un număr de 17 bănci americane formează asociația Interbank Card Association (ICA), care avea să devină mai apoi nu mai puțin celebra MasterCard International, cu rețeaua proprie privată de telecomunicații (BankNet), principalul competitor și rival al Visa. Cele două sisteme de plăți electronice prin carduri, deținând în prezent, circa 90% din piață.

În țările vest-europene cardurile au apărut în jurul anului 1960, dar s-au extins abia după anul 1980. În ultimul deceniu al secolului XX, datorită eforturilor masive financiare, derulate de

⁴⁷ Dr. Ing. Dan Vasilache - "Plăți electronice. O introducere." Editura Rosetti Educațional, București, 2004.

instituțiile bancare din țările avansate, baza materială a operațiunilor de plăți a crescut în asemenea măsură încât folosirea cardurilor a ajuns la cote de neimaginat. Cardurile au devenit instrumente preferate pentru derularea plăților de valori mici inițiate de persoane fizice deținătoare de conturi bancare, care formează în țările avansate o parte importantă a clientelei bancare.

Apariția cardurilor a avut un rol important în atragerea de către bănci a persoanelor fizice cu venituri modeste, care au apreciat în acest instrument de plată o posibilitate de a obține credite, care, deși mici, le asigura plata unor datorii curente. O largă răspândire a cardurilor se înregistrează, în ultimul timp, în activitatea întreprinderilor mici și mijlocii, datorită avantajelor care le prezintă.

Într-o serie de țări, cum ar fi Olanda, Suedia, Elveția etc creșterile operațiunilor prin carduri sunt atât de mari și datorită preluării, în unele cazuri, a plăților care se derulau până nu demult cu alte instrumente. Are loc o naștere a structurii instrumentelor de plată decurgând din creșterea preferințelor pentru carduri a clienților din țările dezvoltate.

Această tendință de transfer a plăților între cec și card duce la degajarea băncilor de povara plăților mici, care reprezintă pentru acestea costuri mari și importante pierderi determinate de cecurile fără acoperire. Factura electronică on-line a devenit o activitate cotidiană în țările cu o structura IT&C avansată.

Din ce în ce mai multe persoane fizice și juridice (în special I.M.M.-uri) plătesc facturi on-line. În ultimii 20 de ani, rețeaua ATM-urilor s-a extins în mod remarcabil crescând în Belgia de 6 ori, în Germania de 3 ori, în Italia de 2,5 ori, iar în Franța, Olanda și Elveția de aproape 2 ori. O creștere spectaculoasă a cunoscut și rețeaua de terminale la punctele de vânzare TPE, POS și certificatori: în Olanda de 34 ori, în Elveția de 12 ori, iar în Germania, Suedia și Italia de 8-9 ori.

Istoria cardului inteligent este o istorie recentă, care nu are mai mult de 36 de ani. Iată câteva repere.

În anul 1994, cu prilejul Jocurilor Olimpice de la Atlanta, Visa emite circa 1,5 milioane de carduri Visa Cash, cardul fiind un portmoneu electronic național.

Începând cu anul 1996, Visa și MasterCard sprijină conceptul de operare multiaplicație și interoperabil, și anume Visa sprijină sistemul deschis Java Card, iar MasterCard promovează sistemul MULTOS.⁴⁸

În anul 1998, li se alătură Microsoft, care creează sistemul de operare multiaplicație Windows for Smart Card (WfSC), iar anul următor apar și specificațiile CEPS (Common Electronic Purse Specification), menite a face interoperabile scheme de portmoneu electronic.

În România primul card de plată în lei, sub numele de Prima, a fost emis de BRD în decembrie 1995, ca un card proprietar, iar începând din același an au apărut primele carduri Visa și Europay (companie europeană în domeniul cardurilor de tip MasterCard, ce este din 2002 înglobată în MasterCard International). În aprilie 2004 existau în toată țara circa cinci milioane de carduri (peste 80% fiind carduri de salarii), 19 bănci emitente a circa 100 tipuri diferite de carduri, între care 52 erau de tip Visa, 36 erau Europay/MasterCard, iar 4 erau American Express.

În prezent, în lumea întreagă, mai mult de 1,5 miliarde de oameni folosesc carduri pentru plăți sau retragere de numerar.

1.2. Definiție, funcții și principalele tipuri de carduri.

Cardul este un instrument de plată electronică, respectiv un suport de informație standardizat, securizat și individualizat, care permite deținătorului său să utilizeze disponibilitățile bănești

⁴⁸ Vasile Dedu și Tudor Ganea - “Cardurile bancare și Uniunea Europeană”, Revista Finanțe. Bănci. Asigurări nr. 11(59)/nov. 2002, pag58.

propriu dintr-un cont deschis pe numele sau la emitentul cardului ori să utilizeze o linie de credit, în limita unui plafon stabilit în prealabil, deschisă la emitent în favoarea deținătorului cardului.⁴⁹

Globalizarea pieței cardurilor conferă acestora un grad înalt, aproape universal, de standardizare materializat în câteva trăsături comune:

- suport fizic din plastic special cu dimensiuni standard;
- pe fața sunt imprimate, cu metode tehnice specifice (laser, embosare), numele emitentului, numărul și seria cardului, data expirării valabilității cardului, sfera de aplicabilitate, numele și prenumele posesorului și, după caz, spațiul geografic de utilizare;
- tot pe față sunt imprimate sigla emitentului, logo-ul organizației de carduri, elementele holografice de securitate;
- pe spatele cardului este aplicată o bandă magnetică, pentru elementele de securitate și individualizare, precum și o rubrică pentru semnătura posesorului;
- ultima generație de carduri, așa numite carduri inteligente sau smart carduri încorporează un microprocesor și o componentă de memorie electronică (cip), extinzând considerabil potențialul de folosire a cardului, care devine astfel o mică bancă de date personală și portabilă a clientului, și prezentând un grad de securitate mai înalt.

Funcții:

- funcția de retragere de fonduri (cash card). Cele mai multe carduri sunt folosite pentru a scoate bani din ATM-uri (Automat Teller Machines). Numerarul poate fi obținut de la orice bancă ce afișează simbolul cardului respectiv sau, în străinătate, de la filialele băncilor participante la respectiva schemă de card. Pentru a putea extrage banii, posesorul cardului trebuie să introducă o parolă și un cod secret, imprimate cifrat pe banda magnetică. Există peste 350.000 ATM-uri în lume, dintre care în jur de 100.000 în Europa.
- funcția de plată (debit card). Cardul poate fi folosit pentru a cumpăra bunuri și servicii, fie din punctele de vânzare unde sunt afișate mărcile de carduri acceptate, fie prin Internet;
- funcția de credit (credit card). Fiecărui deținător de card i se dă o limită de credit în contul de card. Lunar titularul cardului primește un extras bancar (statement) care detaliază cumpărăturile și retragerile de numerar. Dacă dorește, poate plăti doar o parte din suma datorată, iar restul este amânat pe o perioadă determinată, pe bază de credit purtător de dobândă. Funcția de credit mai este îndeplinită și de cardurile speciale de credit, care pe lângă funcția de plată permit aderentului posibilitatea de a obține credite de la banca emitentă a cardului.
- funcția de garanție a cecurilor (cheque guaranteed card). În ideea de a spori acceptarea cecurilor în comerțul cu amănuntul, băncile din câteva țări au introdus un cec garantat cu card, pe care îl pun la dispoziția clienților considerați de încredere. În această situație se impune respectarea a două condiții pentru ca acestea să fie considerate valide: numărul cardurilor de garantare a cecului trebuie să fie înscris pe verso-ul cecului, iar informația de pe card trebuie să corespundă cu cea înscrisă pe cec. Dacă aceste condiții sunt îndeplinite, băncii i se solicită să plătească cecul, indiferent dacă există sau nu suficiente disponibilități în contul plătitorului. Un exemplu binecunoscut de cecuri garantate îl oferă sistemul EUROCHEQUE, care se bazează pe un cec obisnuit și pe un card standardizat garantat. Aproximativ 8.000 de bănci emit Eurocheque-uri. Dacă sunt garantate, acestea sunt acceptate atât de toate băncile trase și de un număr de alte bănci

⁴⁹ Dr. Silvia Dugan- “Tehnici de plăți și garanții în afacerile economice internaționale”, Editura Independența Economică, Pitești, 2003, pag.95.

cunoscute ca “bănci acceptante” cât și de aproximativ cinci milioane de comercianți din 41 de țări.

Majoritatea companiilor emitente de carduri oferă asigurarea gratuită în caz de accidente de călătorie, atunci când costul călătoriei a fost achitat cu card, acoperirea împotriva rănirii sau decesului titularului de card, soției și copiilor dependenți. În cazul în care utilizatorul cardului cumpără bunuri și servicii și acestea sunt necorespunzătoare, cumpărătorul poate cere despăgubiri de la compania emitentă, care în această situație acționează ca o companie de asigurare a calității bunurilor și serviciilor.

Piața cardurilor a cunoscut în ultimii ani o dezvoltare și o diversificare deosebită a acestor instrumente, ele putând fi clasificate după mai multe criterii:

După tehnologia ce stă la baza construcției lor:

carduri cu bandă magnetică care au informațiile cuprinse într-o bandă magnetică dispusă pe spatele cardului. Urmare a memoriei limitate a cestei benzi magnetice, informațiile cuprinse pe aceste carduri sunt reduse, ca dimensiune și se referă la: utilizator, emitent și cheile prin care se validează codul PIN introdus de utilizator. Cardurile cu bandă magnetică reprezintă circa 85-90% din cardurile operaționale în prezent pe piață, ele fiind reprezentate preponderent de către cardurile bancare. Nu au pe ele disponibile informații despre soldul disponibil al utilizatorului de card, aceste informații fiind păstrate numai la băncile emitente; smart cardurile (cardurile inteligente) reprezintă ultima generație de carduri. Ele au memoria înmagazinată într-un cip (microcircuit, circuit integrat). Cip-ul are memoria mult mai mare decât cea cuprinsă în banda magnetică a cardurilor clasice. Informația înmagazinată în cip se structurează pe patru nivele: o zonă rezervată informației cu caracter confidențial, o a doua zonă rezervată informației cu caracter non-confidențial, o zonă rezervată cheilor de codificare a informației și o a patra zonă rezervată unei agende. Smart cardurile funcționează pe principiul portofelului electronic, în sensul că sunt încărcate cu o anumită sumă de bani.⁵⁰

Smart cardurile se clasifică la rândul lor astfel:

1.1. După modelul fizic de realizare:

carduri cu cip de memorie și carduri cu cip cu microprocesor (din punct de vedere al funcționalității circuitelor integrate);

carduri cu contacte și carduri fără contacte (din punct de vedere al legăturii dintre cardul inteligent și terminalul acceptator).

1.2. După modul de folosire :

- carduri monoaplicație (conțin o singură aplicație, de exemplu cu funcția de ePortmoneu);
- carduri multiaplicație (conțin mai multe aplicații, de exemplu cu funcția de plată de credit, ePortmoneu și de loialitate);
- carduri cu cip financiare destinate plăților care pot fi carduri reîncărcabile sau consumabile;
- carduri cu cip non-financiare folosite în identificare (ID cards), controlul accesului persoanelor, în domeniul sănătății etc.
- carduri hibride, în același timp cu bandă magnetică și cu cip sau cu contacte și cu antenă

2) După natura disponibilităților din care se fac plățile:

- carduri de debit sunt cele la care plățile pentru mărfurile cumpărate de la comercianți sau retragerile de numerar de la automatele bancare au la bază disponibilitățile utilizatorului, provenite din veniturile personale (salarii, încasări de mărfuri etc). O varietate a acestui tip de card este cardul de debit cu facilitare de overdraft (deținătorul poate dispune pe lângă disponibilitățile bănești proprii existente într-un cont deschis la emitent, și de o anumită sumă, asimilată unui credit în limita unui plafon determinat).

⁵⁰ Dr. M.Gust, Dr. C.Vechiu, Dr. D.Bogoi - “Management bancar”, Editura Independența Economică, Pitești, 2003, pag 230

- cardurile de credit sunt acelea la care sursa plăților pe care le face utilizatorul autorizat are la bază un credit acordat de bancă. În funcție de termenul de acordare a creditului dat de bancă, cardurile de credit pot fi:
 - cu termen de acordare foarte scurt (1-3 luni) a creditului, el trebuind regularizat până la sfârșitul perioadei de acordare din veniturile proprii ale utilizatorului CHARGE;
 - cu termen de acordare lung, adică de la emiterea cardului și până la expirarea acestuia, când utilizatorul de card va trebui să ramburseze întreg creditul acordat de bancă (de regulă, perioada pentru care cardul este emis este de 2 ani).
- cardurile de garantare a cecurilor, prin intermediul acestora nu se pot face plăți și retrageri de numerar, singura funcție este de a garanta că persoana care emite cecuri are disponibil suficient în bancă.

3) După organizația emitentă a cardului:

- carduri emise de asociații ale băncilor sunt considerate a fi universale, pentru că:
 - pot fi utilizate într-o multitudine de locații, la echipamentele electronice de la comercianți;
 - permit o diversitate de operațiuni financiare: retrageri de numerar, plata mărfurilor către comercianți, operațiuni de creditare etc.
- În prezent există în lume trei mari asociații bancare emitente de carduri Visa, MasterCard International, JCB (Japan Credit Bureau).
- carduri emise de comercianți sunt considerate a fi private, ele se pot utiliza doar la punctele comerciale ale firmei emitente. Se deosebesc radical de cardurile bancare pentru că ele nu permit operațiuni financiare iar scopul pentru care ele sunt emise este diferit. Astfel, un card emis de un comerciant servește la: identificarea utilizatorului autorizat, fidelizarea clientelei, achiziționarea anticipată a produselor vândute de un comerciant sau serviciile prestate de o firmă.

4) După echipamentele unde pot fi utilizate cardurile:

- carduri embosate, se caracterizează prin aceea că informația înscrisă pe card este tipărită în relief, pot fi utilizate nu numai la echipamentele electronice de retragere de numerar sau plata mărfurilor de la comercianți ci și la echipamente de acceptare mecanice imprimare (zip-zap-uri);
- cardurile imprimate au informația înscrisă pe ele tipărită normal și nu pot fi utilizate decât la echipamentele electronice, care se află în legătură directă cu centrele de procesare a plăților.

5) După modul în care se face decontarea mărfurilor sau serviciilor achiziționate cu ajutorul cardurilor:

- carduri cu plata anticipată (pay befor), la care deținătorul de card trebuie să alimenteze cu bani contul de card din bancă înainte de a putea folosi cardul pentru plăți sau retrageri de numerar (de exemplu cardul ePortmoneu și toate cardurile preplătite);
- carduri cu plata după (pay after), se caracterizează prin aceea că la început are loc cumpărarea bunului sau serviciului cu cardul, iar ulterior se face plata acestora;
- carduri cu plata pe loc (pay now), la care, în momentul cheltuirii, suma respectivă este imediat blocată în contul cardului, de exemplu cardurile de debit.⁵¹

6) După aria geografică de folosire a cardului:

- carduri internaționale;
- carduri regionale;
- carduri naționale sau domestice;
- carduri private.

⁵¹ Mariana Negruș - “Plăți și garanții internaționale”, Editura All, București, 2000.

1.3. Operațiuni cu carduri

Funcția de identificare pe care o deține cardul, pune în relație cei doi parteneri: deținătorul cardului și emitentul acestuia (banca). Obiectul relației dintre acești parteneri îl constituie contul deschis pe numele deținătorului de card.

Funcția de plată și de credit a cardului presupune existența a trei participanți: deținătorul cardului (clientul plătitor), beneficiarul sumei (comerciantul) și gestionarul contului plătitorului (banca emitentă a cardului).

Emiterea cardurilor.

La cererea solicitanților de carduri, care pot fi persoane fizice sau juridice, după semnarea contractelor de emitere a cardurilor, banca deschide acestora conturile aferente operațiunilor cu carduri.

Emiterea cardurilor solicitanților, presupune parcurgerea următoarelor etape:

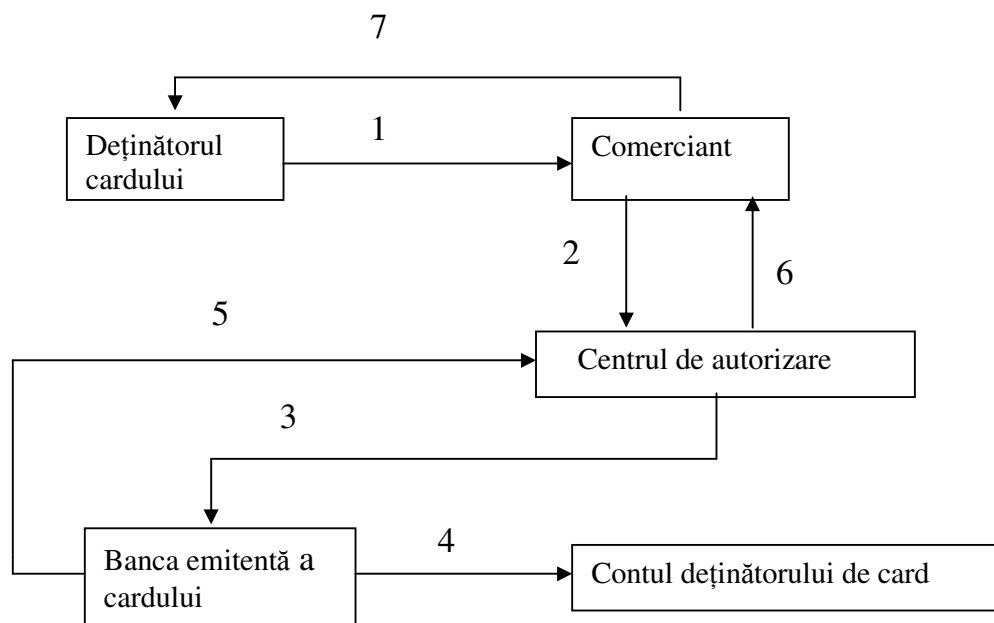
- completarea cererii de emitere a cardului și depunerea documentelor necesare aprobării acestei cereri;
- verificarea de către bancă a cererilor de emitere de card și, după caz, a celei de deschidere de cont;
- determinarea de către bancă a elementelor de personalizare, necesare emiterii cardului și codificarea datelor personale;
- eliberarea cardurilor se face numai după depunerea sumelor reprezentând taxa de emitere, taxa anuală de utilizare a cardului, precum și suma minimă necesară a fi depusă lunar în cont;
- după caz, solicitantul poate beneficia de o linie de credit, pusă la dispoziție de către bancă, după efectuarea analizei specifice de creditare.

Acceptarea cardurilor.

Pentru a putea deține calitatea de acceptanți, comercianții încheie cu banca contracte de acceptare la plată a cardurilor. Contractele cuprind clauze referitoare la condițiile de acceptare, termenii de acceptare, drepturile și obligațiile părților contractante. Clauza de acceptare este obligatorie și necondiționată.

După încheierea contractului banca emitentă asigură comerciantului următoarele: cititoare de cărți/carduri (magnetice sau electronice) și instrucțiunile de utilizare a acestora, formularele aferente documentelor de vânzare (chitanțe de vânzare, role de hârtie etc), centralizatoare, precum și, cu caracter prudențial, listele cuprinzând cardurile interzise la acceptare.

Figura nr. 1 Acceptarea la plată a tranzacțiilor cu carduri.



(Sursa: date prelucrate de autor)

Explicații:

- deținătorul cardului solicită achiziționarea unui bun sau serviciu de la comerciant;
- comerciantul solicită autorizarea tranzacției către centrul de autorizare local/internațional;
- centrul de autorizare transmite cererea de autorizare către banca emitentă a cardului;
- banca emitentă verifică contul deținătorului de card;
- banca emitentă autorizează tranzacția și transmite informații către centrul de autorizare;
- centrul de autorizare transmite codul de autorizare către comerciant;
- comerciantul predă bunul sau prestează serviciul către deținătorul cardului.

Eliberarea numerarului și alte operațiuni cu carduri

Eliberarea numerarului fie prin intermediul ATM-ului, fie la ghișeul băncii, face apel la funcția de identificare pe care o deține cardul.

Operațiuni prin intermediul ATM-ului

În cazul eliberării numerarului prin intermediul ATM-ului, utilizarea cardului presupune parcurgerea, de către posesor a următorilor pași:

introducerea cardului în dispozitivul electronic;

tastarea codului PIN (Personal Identification Number, reprezentând numărul personal de identificare);

selectarea opțiunii din meniul principal;

introducerea datelor necesare efectuării tranzacției (suma solicitată, eliberarea sau nu a chitanței etc);

confirmarea sumei solicitate ;

vizualizarea rezultatului ;

primirea chitanței justificative, dacă este solicitat acest lucru ;

restituirea cardului.

Alte operațiuni prin intermediul cardului

Meniul de operațiuni al ATM-ului mai poate cuprinde:

- informații privind soldul sau alte informații solicitate ;
- plata facturilor datorate furnizorilor ;
- analiza fluxului de numerar ;
- decizi financiare și de management.

Informațiile solicitate de posesorul cardului pot fi afișate pe ecranul ATM-ului sau pot fi tipărite și eliberate automat.

În cazul în care posesorul cardului optează pentru plata facturilor datorate furnizorilor, introduce datele necesare pentru identificarea contului, termenul limită până la care trebuie facturată plata și adresa electronică la care se va face plata .

Analiza fluxului de numerar oferă posesorului cardului date referitoare la intrările și ieșirile de numerar de la ultima utilizare a cardului.

Pentru decizii financiare și de management, deținătorul cardului pe baza datelor introduse, poate primi mai multe variante de utilizare a sumei respective. În funcție de decizia sa, poate selecta varianta dorită, confirmând astfel și operațiunea.⁵²

În cazul tranzacțiilor electronice, comerciantul utilizează un POS. Acest terminal, folosit pentru transferul electronic al fondurilor, permite preluarea și transmiterea informațiilor

⁵² Rotaru Constantin - “Băncile. Managementul performanței bancare”, Editura Expert, București, 2001.

privind plata cu card de la comerciant la centrul de autorizare. Folosind informația conținută pe banda magnetică a cardului și prin tastarea PIN-ului de către client și a valorii tranzacției la POS, de către comerciant, acesta din urmă primește autorizarea privind plata. După autorizare dispozitivul furnizează chitanța de vânzare (nota de plată) în două exemplare, din care unul rămâne la comerciant, iar celălalt la client.

Posesorul cardului autentifică tranzacția prin tastarea PIN-ului și prin semnarea chitanței de vânzare editată la imprimanta POS-ului.

Decontarea sumelor respective are loc la intervale de timp mai mari, fapt ce îl dezavantajează pe comerciant.

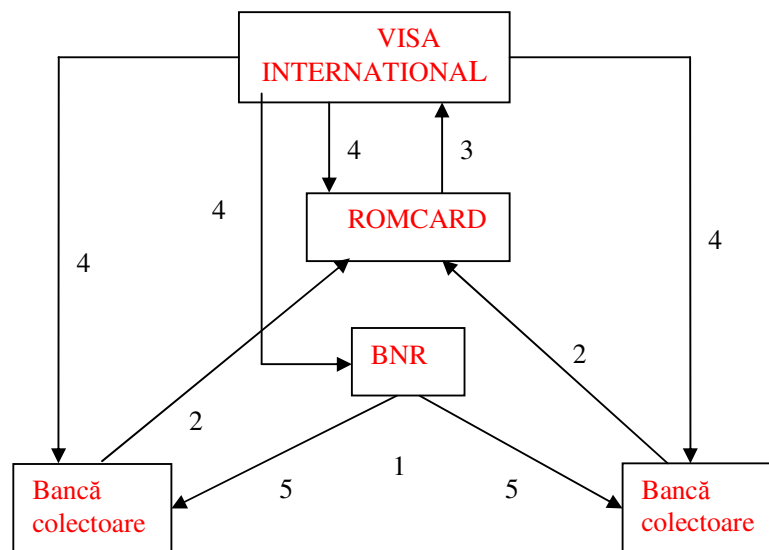
În cazul tranzacțiilor pe Internet, site-ul Web afișează formularul, clientul fiind invitat să introducă, în computerul server, datele de identificare ale cardului (numele și PIN-ul). Aceste date sunt transmise la un procesor de carduri (site specializat), care sortează datele primite și le transmite băncii emitente a cardului (mandatare). Banca transmite procesorului autorizarea (sau infirmă autenticitatea cardului) și blochează în contul clientului suma respectivă. După primirea, de către bancă, a documentului ce atestă livrarea mărfii, acesta plătește vânzătorului suma aferentă.

Cardurile emise de o bancă se folosesc în sistemul interbancar potrivit scopurilor și relațiilor dintre clienți. Interbancarizarea a făcut ca băncile să accepte un număr din ce în ce mai mare de carduri și de tranzacții, intrând în relații de transfer de fonduri cu băncile emitente. Întrucât operațiunile se referă la decontări fără numerar, apare și necesitatea compensării între bănci, în cadrul instituției internaționale de carduri prin sistemul BASE II. În fiecare zi, BASE II calculează pozițiile debitoare/creditoare pentru fiecare membru. Aceștia desemnează o bancă la care are deschis contul pentru decontarea tranzacțiilor (banca de decontare).

În România, Banca Națională îndeplinește rolul de bancă de decontare. BASE II transferă zilnic băncilor de decontare și ROMCARD soldurile din compensare și lista tranzacțiilor.

Schema compensării interbancare a tranzacțiilor cu carduri în lei se prezintă mai jos.

Figura nr.2. Compensarea tranzacțiilor în lei cu carduri



1. Posesorii de carduri în lei le folosesc atât în rețeaua băncii emitente, cât și în rețelele celorlalte bănci, care sunt bănci colectoare. Aceste bănci primesc fondurile de la băncile emitente în urma compensării;
2. Băncile acceptatoare transmit tranzacțiile sub forma unui fișier electronic la centrul de procesare național (Romcard);
3. Romcard transmite fișierul electronic la Visa International din Anglia unde au loc compensările între bănci și rezultă situația netă debitoare sau creditoare;
4. Visa transmite Băncii Naționale a României și băncilor participante poziția netă a fiecărei bănci;
5. La BNR are loc transferul fondurilor din conturile băncilor emitente în cele ale băncilor acceptante. În continuare, au loc transferurile intrabancare (debitările și creditările) din conturile centralei băncii în conturile subunităților teritoriale deschise la sucursalele BNR. Odată sumele ajunse la unitățile operative, băncile emitente debitează conturile titularilor de card iar băncile acceptante creditează conturile comercianților. Astfel se încheie operațiunea de plată prin card.

1.4. Avantajele și riscurile plăților prin intermediul cardurilor

Avantaje

Pentru utilizatori de carduri, acestea prezintă următoarele avantaje:

Ușurința în utilizare a asigurat succesul imediat al cardurilor. Băncile au promovat ideea ușurinței în utilizare, atrăgând atenție asupra faptului că nu mai este nevoie ca deținătorii de carduri să poarte asupra lor sume însemnate de numerar, nu mai apar problemele ivite în utilizarea cecurilor, nu există nici o dificultate în achiziționarea de bunuri și servicii, iar cardurile sunt acceptate de foarte mulți comercianți. În plus, cardul asigură obținerea instantanee de credite. Creditele obținute automat prin utilizarea cardurilor sunt rambursate fie într-o singură rată la scadența stabilită sau în rate lunare flexibile. Pentru prima dată, clienții pot obține credite bancare fără a mai completa cereri de credite, chiar dacă se află în altă localitate. Deținătorilor le convine să utilizeze cardul pentru că obligația de plată se amâna cu aproape o lună;

Urmărirea plăților este simplificată. În momentul efectuării achiziției, se înmânează deținătorului de card, atașa și chitanțele originale de la comerciant. Comparând cele două chitanțe, se poate confirma suma datorată băncii. Pentru deținătorii de carduri, acestea conferă ușurința în utilizare, renunțarea la purtarea numerarului, renunțarea la inconvenientele folosirii cecurilor, obținerea de credite instantanee, urmărirea cu ușurință la sfârșit de lună a sumelor cheltuite etc.⁵³

Pentru comercianți :

Autorizarea cardurilor este o procedură simplă : dacă numărul de card nu apare pe lista “neagră” a comerciantului și valoarea tranzacției se încadrează sub limita de autorizare stabilită, atunci achiziția deținătorului de card este considerată validă. Dacă valoarea tranzacției depășește limita de autorizare stabilită de bancă comerciantul trebuie să ia legătura cu centrul de autorizare al băncii pentru a valida tranzacția. Astfel, comercianții nu mai sunt supuși riscului inexistenței fondurilor sau al validității cardului.

Prin utilizarea cardului crește volumul vânzărilor comercianților. Băncile și organizațiile emitente de carduri au avut bugete de publicitate importante pentru a direcționa posesorii de carduri către punctele de vânzare ce afixau autocolante cu însemnele cardurilor de plată emise

⁵³ Ilie Mihai - “Tehnica și managementul operațiunilor bancare”, Editura Expert, București, 2003

de acestea. Comercianții agreează cardurile și pentru faptul că, prin intermediul acestora, clienții fac achiziții de valori mult mai mari decât ar fi făcut cu numerar.

Pentru bănci:

La început, ceea ce a atras băncile în emiterea de carduri era posibilitatea de acordare de credite pentru consum. Prin linia de credit revolving clientul se poate împrumuta din nou fără a mai fi nevoit să meargă la bancă pentru a completa o cere de împrumut. Atât timp cât suma împrumutată nu depășea plafonul de creditare stabilit, deținătorul se putea împrumuta încontinuu, rambursând sumele la scadențele lunare. Astfel, băncile au folosit cardurile ca un mijloc simplu pentru a acorda credite și a încuraja clienții lor să se împrumute.

Pentru bănci, emiterea de credit-carduri și utilizarea acestora de către clienții lor prezintă o serie de avantaje :

- permit creșterea gradului de automatizare a operațiunilor, reducându-se astfel volumul operațiunilor efectuate manual ;
- determină diminuarea operațiunilor cu numerar ;
- plățile efectuate cu credit-card sunt garantate ;
- dobânzile percepute în cadrul operațiunilor cu credit-carduri sunt mai ridicate, comparativ cu cele percepute în cazul majorității celorlalte forme de împrumut ;
- comisioanele percepute de la comercianții care acceptă achitarea cu credit-carduri a mărfurilor sau serviciilor oferite de ei reprezintă o sursă de venituri pentru bancă.

Principalele avantaje pentru băncile care emit debit-carduri:

- gradul ridicat de control asupra tranzacțiilor clientului în raport cu disponibilitățile bănești din cont și creditul în descoperit de cont ;
- costurile băncii pentru operarea debit-cardurilor sunt mai reduse comparativ cu cheltuielile aferente utilizării cecurilor și numerarului ;
- degrevarea activității la ghișeele bancare, inclusiv reducerea cheltuielilor din acest punct de vedere.

Riscuri

Majoritatea covârșitoare a plăților pe Internet (cca 95%) se realizează prin carduri. Deși majoritatea tranzacțiilor sunt sigure sunt cazuri de furt al datelor cardurilor pe traseul cumpărător-comerciant.

Mai există și problema protejării datelor private astfel că nu toți consumatorii sunt doriți să-și dea informațiile din card pe mâna unui comerciant necunoscut de pe Internet. Tehnologia SET (Secure Electronic Transaction) introdusă de Visa sau MasterCard aduce un nivel de securitate fără precedent în tranzacțiile de plăți cu carduri prin Internet permițând atât posesorului cât și comerciantului să facă schimb de certificate digitale pentru a verifica validitatea contului celuilalt la o instituție financiară și de încredere. În acest mod cumpărătorul este protejat contra falșilor negustori, iar comerciantul contra posesorilor de carduri invalide. Un aspect foarte important al tehnologiei SET este faptul că informațiile din card nu sunt comunicate comerciantului. Acesta primește numai confirmarea, pe baza certificatului digital, din partea emitentului asupra autenticității cardului. În acest fel informațiile private ale posesorului de card sunt protejate.

Dezavantajul acestei tehnologii este imposibilitatea cumpărătorului de a efectua plățile decât de pe sistemul pe care a fost instalat un software specializat de către Visa International sau MasterCard.

Standardul pentru autentificarea digitală a participanților la tranzacții este reprezentat de PKI (Private Key Identifier).

O nouă soluție, camuflajul criptografic (cryptographic camouflage) se dovedește a fi deosebit de sigură. Utilizatorii sunt autentificați foarte solid prin utilizarea unui ATM unde PIN-ul utilizat nu este niciodată stocat și este cunoscut doar de deținătorul său.

Colaborarea dintre Ascot și Visa International a condus la realizarea unei noi generații de soluții pentru autentificarea plăților în timp real (Ascot TransFort) folosind metode de plată cum ar fi: credit-card, debit-card, e-ACH, și orice combinație de PIN, smart card.

Un alt risc al cardurilor îl reprezintă utilizarea frauduloasă a acestora în urma furtului sau pierderii. Pentru a contracara acest risc, titularul deposedat trebuie să anunțe imediat emitentul cardului, iar acesta, la rândul lui, să-i avizeze pe comercianții agreați.⁵⁴

III. Cardul pe plan mondial

Operațiuni frauduloase cu carduri și măsuri de prevenire

Dezvoltarea activității cu carduri a scos în evidență și unele imperfecțiuni în ce privește securitatea operațiunilor și a modului de utilizare de către posesori.

Măsurile de securitate ca holograma, PIN-ul, verificarea specimenului de semnătură nu s-au dovedit suficiente și au fost introduse măsuri în operare ca limitarea sumei autorizate, a numărului zilnic de tranzacții la un comerciant, verificarea elementelor de identificare cu cele existente în baza de date și alți parametrii specifici băncilor emitente. În același timp, perfecționările tehnologice au condus la înlocuirea suportului hârtie cu cel electronic și la extinderea transmisiei telefonice, care, în unele zone, rămân vulnerabile la încercările de fraudă.

Măsurile de protecție mai noi prevăd codificarea mesajelor transmise prin circuitul telefonic dar acest sistem este mai complicat și mai scump și nu este invulnerabil. În cazul tranzacțiilor de valori mai importante, comercianții au luat măsura de a interoga banca emitentă și aceasta pe deținătorul cardului asupra realității operației, măsură care presupune un răspuns suplimentar și o autorizare întârziată, dar care s-a dovedit a fi foarte eficientă.

Fraude determinate de posesorii cardurilor:

- utilizarea cardului de către posesor fără existența disponibilului în cont pentru mai multe operațiuni care nu sunt supuse autorizării (sub limita de autorizare), speculând faptul că operațiunea nu se verifică; banca emitentă refuză plata, urmând ca banca acceptantă să se îndrepte împotriva comerciantului; soluția este impunerea autorizării în toate cazurile în care se operează în mediu de risc;
- utilizarea cardului pentru tranzacții pe care ulterior posesorul nu le mai recunoaște, din rea intenție sau alte motive (folosirea cardului de către un alt membru al familiei fără știrea posesorului); în acest caz se ridică problema calității activității de triere a clienților de către banca emitentă și a preocupării pentru formarea unei culturi bancare;
- transmiterea cardului altor persoane care efectuează tranzacții (de regulă în străinătate) fără ca deținătorul să le recunoască; de asemenea, apare o problemă de relații cu clienții, în special în perioada de început a folosirii cardurilor.

Fraude determinate de terțe persoane:

- aflarea numărului cardului de către o terță persoană în diverse împrejurări și folosirea acestuia în operațiuni frauduloase, ca de exemplu, folosirea cardului la un magazin, restaurant, hotel, cazinou pentru tranzacții pe care le recunoaște, însă numărul cardului a fost furnizat de un angajat al firmei unor persoane care utilizează aceste informații în tranzacții frauduloase sau transmiterea prin internet a numărului de card și data valabilității pentru a beneficia de acces la un site ori pentru a plăti un bun/serviciu, aceste informații ajungând la un hacker care le folosește în detrimentul deținătorului de card; din acest considerent multe bănci emitente limitează accesul cardurilor la tranzacții pe internet;

⁵⁴ Dr. Silvi Dugan—“Tehnici de plăți și garanții în afacerile economice internaționale”, Editura Independența Economică, Pitești, 2003, pag.102.

- copierea benzii magnetice a unui card valid al cărui cont atașat este alimentat cu un alt card pentru tranzacții comerciale, procedură care se numește “skimming” și este foarte greu de depistat ;
- folosirea unor carduri pierdute/furate sau contrafăcute, profitând de ignoranța comerciantului sau de complicitatea acestuia cu infractorul; de exemplu, în cazul cardurilor pierdute/furate comerciantul acceptă operațiuni sub limita de autorizare fără a consulta lista cardurilor nevalabile, iar în cazul cardurilor contrafăcute, în care se cumpără bunuri de valori mai mari (bijuterii, produse electronice, haine de lux etc), comerciantul fie ca nu verifică cu atenție cardul care se poate depista că nu este autentic, fie nu este prudent ca să solicite consultarea posesorului real; asemenea fraude se recuperează, la sesizarea deținătorului real, de către banca emitentă, aceasta de la banca acceptanta și apoi de la comerciant; în vederea contracarării acestor situații, băncile acceptante procedează fie la încheierea de contracte de asigurare, fie la obligarea comerciantului de a constitui un depozit colateral prin care să garanteze eventuale tranzacții frauduloase.

În general, cardurile cu procesor s-au dovedit a fi mult mai sigure, fraudele fiind nesemnificative.

Datele statistice demonstrează acest lucru și este de așteptat elaborarea unor procedee de securizare mai performante pe baza acestor carduri.

Date precum numărul cardului, data emiterii și perioada de valabilitate, numele deținătorului sunt tot atâtea elemente esențiale care oferă acces la disponibilitățile bănești ale proprietarului. Modalitățile de comitere a acestor fraude variază foarte mult, de la folosirea cardului sustras sau duplicarea celui valid, până la falsificarea documentației pentru emiterea cardului unei persoane sub un alt nume decât cel real. Se disting cazurile când informația privind un anumit card este furată cu ajutorul unui angajat al firmei beneficiare a unei astfel de plăți, sau când chiar deținătorul comunică făptuitorului aceste date.

În prima situație, se folosește un dispozitiv care memorează informația specifică unui anumit card, putând stoca până la 200 de serii și date conexe. Copierea acestor informații se face de către angajatul firmei beneficiare a unei astfel de plăți, de regulă undeva unde proprietarul nu poate fi de față la efectuarea tranzacției. Exemplul cel mai des întâlnit este cel al plății la restaurant, atunci când chelnerului îi este înmănat cardul, iar tranzacția nu se desfășoară în fața proprietarului. O simplă trecere a acestui card prin dispozitivul amintit permite citirea lui și stocarea informației specifice. Ulterior, informațiile astfel obținute sunt vândute celor care vor sustrage efectiv fondurile disponibile pe card. Perioada de timp destul de lungă scursă între furtul informației și folosirea ei frauduloasă, urmată de un moment și mai îndepărtat când fapta este descoperită de titularul de cont, îngreunează foarte mult descoperirea făptuitorilor și probarea infracțiunii, de cele mai multe ori cel care a sustras informația în primă instanță scăpând nepedepsit pentru acea faptă.

În alte cazuri, chiar deținătorul cardului este cel care comunică făptuitorului informațiile solicitate. Mulți escroci au înregistrat succese uimitoare selectând pur și simplu un nume din cartea de telefon, apelând numărul și pretinzând că sunt reprezentanți Visa sau MasterCard.

Măsuri împotriva infractorilor: În ultima vreme, tot mai multe persoane fizice cad pradă infractorilor care cooperează după așa numita “metoda libaneză”. Aceasta constă în plasarea, în fața ATM, unde se introduce cardul pentru a se extrage numerar, a unei folii subțiri, care are rolul de a împiedica citirea cărții de plată și astfel, de a-l bloca în interior. Pe ATM sunt plasate afișe care sfătuiesc utilizatorii să sune, în caz de necesitate, la unul sau mai multe numere de mobil, unde “s-ar afla”, specialiștii băncii căreia îi aparține ATM. De fapt aceste numere de telefon corespund unor cartele furate, iar la capătul firului se află infractori a căror principală preocupare este aceea de a afla codul PIN al cardului blocat în ATM. După ce

proprietarul cardului pleacă liniștit că a anunțat băncii situația și că s-a blocat posibilitatea utilizării lui, infractorii îl extrag cu o pensetă, după care, cunoscând PIN-ul, îl golească de bani.

IV. Cardul în România

Piața românească a cardurilor

Evoluția numărului de carduri valide a fost neașteptat de bună în anul 2005, astfel că, la finele lunii septembrie, existau aproximativ 6,7 milioane de carduri în circulație. Comparativ cu situația existentă înainte cu un an se înregistrează un plus de aproape 1,3 milioane de carduri. Performanța, superioară celei din anul precedent, cu aproape 300.000 de unități, infirmă așteptările celor care preconizau că odată atins numărul de salariați din economie, emiterea de noi carduri să aibă serios de suferit. Nu a fost însă așa atât datorită multiplicării numărului de emitenți, cât și extinderii portofoliului de produse oferite clienților. Așa se face că sunt tot mai mulți cei care nu mai au doar un singur card în portofel, iar tendința se va consolida pe măsură ce programele de tip co-branded și multibranded se vor înmulți. Numărul emitenților a crescut într-un an de la 20 la 24, finalul de an aducând pe piață alți doi jucători (ProCredit Bank, emitentul primelor carduri cu cip din România, și CEC).

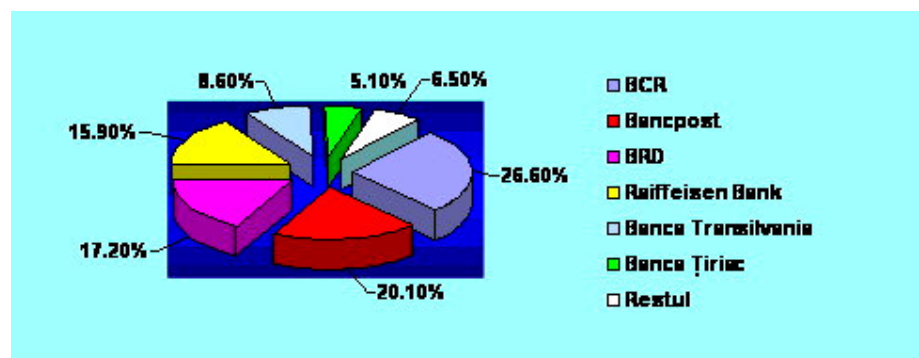
Creșterea pieței s-a bazat pe rezultate relativ similare ale celor două mari branduri MasterCard și Visa, care continuă să dețină peste 52% din numărul cardurilor valide pe piață.⁵⁵

Performanța MasterCard s-a bazat, de această dată, în primul rând pe BCR, care a pulsat cu peste 191.000 de carduri, urmată de BRD cu aproximativ 153.000 în tabăra Visa, Raiffeisen Bank adaugă acesteia nu mai puțin de 212.000 carduri, urmată de Banca Transilvania, cu 126.000. Jumătatea de pas făcută de Visa a fost determinată de reculul înregistrat de Bancpost, care coboară, după un parcurs permanent ascendent, sub 1.000.000 de carduri Visa valide.

De altfel, Bancpost înregistrează, după ani buni de creștere susținută, o reducere cu peste 35.000 a numărului de carduri valide, în condițiile în care celelalte bănci acceptatoare au cunoscut majorări semnificative.

Cea mai susținută a înregistrat-o, pentru al doilea an consecutiv, Raiffeisen Bank, cu peste 290.000 de carduri noi. Urmează, la fel ca în 2004, la numai câteva mii de carduri distanță, BCR care își conservă, în acest mod, poziția de lider autoritar al pieței. BRD își îmbunătățește semnificativ performanța anterioară, adăunând în perioada octombrie 2004 – septembrie 2005 mai mult de 200.000 de carduri, în vreme ce Banca Transilvania reușește un nou parcurs de excepție, similar celui din anul anterior un plus de 160.000 de carduri. În urma acestei performanțe, nu mai puțin de patru bănci (BCR, Bancpost, BRD și Raiffeisen Bank) dețin peste 1.000.000 de carduri valide, BCR apropiindu-se cu pași repezi chiar de 1.800.000.

Figura nr.5. Cota de piață după numărul de carduri valide (%).



⁵⁵ Revista Piața Financiară dec. 2005

(Sursa : Piața Financiară (supliment) dec. 2005.)

Majoritatea cardurilor nou-lansate de bănci permit utilizarea acestora atât în țară, cât și în străinătate. În consecință, ponderea cardurilor cu utilizare exclusiv internă a continuat să scadă de la 30% în septembrie 2004, la 27% în septembrie 2005. Procentual cele mai multe carduri cu utilizare internațională în portofoliul propriu sunt deținute de Raiffeisen Bank peste 98%, urmată de BCR cu aproape 97% și de BRD cu aproape 89%. La polul opus se situează Banca Țiriac doar cu puțin peste 24% și Bancpost cu aproape 27%.

Produsele de debit continuă să dețină aproape 94% din piață însă se constată un ușor reviriment în rândul cardurilor de credit, care reușesc, într-un mediu ostil, reprezentat de normele BNR care limitează creditul de consum, să câștige un punct procentual. Explicația trebuie căutată atât în performanța deosebită a Raiffeisen Bank, care și-a triplat, într-un singur an, numărul de carduri de credit emise, cât și în transformarea cardurilor proprietar ale Finansbank în carduri sub sigla MasterCard.

Secretul succesului Raiffeisen Bank pare să stea în calitatea serviciilor oferite clienților. Astfel, fluxul de aprobare centralizat este acum mult mai rapid, de doar două zile lucrătoare. Adăugând timpul necesar pentru personalizarea plasticului și livrarea securizată a cardului și a plicului care conține codul PIN, rezultă un interval de doar cinci zile lucrătoare de la momentul depunerii documentației până în momentul în care clientul își poate utiliza cardul de credit. În plus, de curând a fost introdusă o asigurare opțională, credit shield, prin care firma de asigurări preia datoria clientului în cazul unor evenimente neplăcute.

Revirimentul cardurilor de credit se datorează însă, fără îndoială, și îmbunătățirii caracteristicilor de bază ale acestor produse. Astfel, pe fondul general al reducerii dobânzilor la credite, băncile au operat ajustări și la dobânzile aferente creditelor acordate pe card. La Finansbank, dobânda aferentă cardurilor de credit Visa s-a redus de la 30% la 28%, iar pentru cardurile MasterCard de la 27% la 25%. La Banca Transilvania, dobânda a ajuns la 25%, în vreme, ce la Banca Românească, a scăzut de la 28% până la 24,95%, pentru tranzacțiile la ATM sau la ghișeele băncii și la 22,95% pentru tranzacțiile la comercianți.

La Alpha Bank, rata dobânzii la creditul utilizat a fost redusă la doar 2,1%, în vreme ce, la banca Italo Romena, aceasta a coborât de la 25% la 18%.

De asemenea, unele bănci au redus suma minimă lunară de rambursat ca procentaj din creditul utilizat. Astfel aceasta s-a diminuat la Alpha Bank și la Banca Transilvania de la 20% la 10%, la banca Italo Romena de la 15% la 9%, iar la Raiffeisen Bank de la 10% la 5%. Au existat și instituții de credit care au extins perioada de grație. Astfel, Finansbank a majorat perioada de grație pentru cardurile MasterCard de la 30 la 40 zile, Alpha Bank de la 30 la 45 zile, iar Raiffeisen Bank de la 45 la 50 zile, și banca Italo Romena intenționează să introducă perioada de grație la cardul de credit.

BRD a propus clienților un card de credit cu perioada de grație de maxim 55 zile, denumit Vivere.⁵⁶

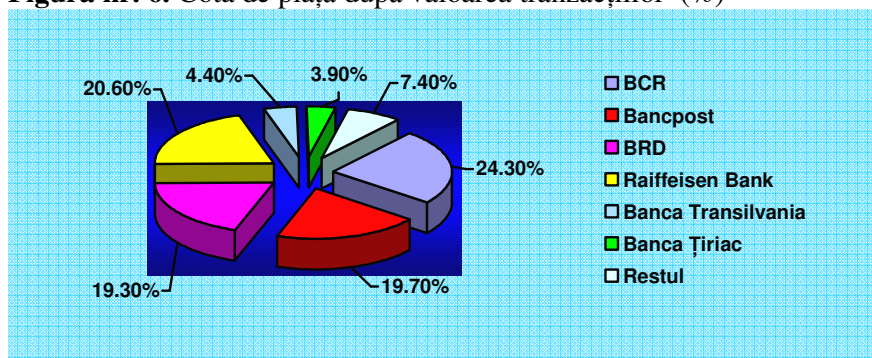
Resuscitarea observată la nivelul cardurilor de credit este de așteptat să continue și în perioada următoare și chiar să se accentueze, în special datorită avântului pe care tinde să-l ia emiterea de carduri co-branded, unde BCR a încheiat deja două parteneriate.

Expansiunea cardurilor de credit este de așteptat să fie susținută și de lansarea cardurilor American Express, de către Bancpost, carduri care oferă o serie de avantaje unice, cum ar fi programul de discounturi Selects și protecția cumpărăturilor pe o perioadă de 30 de zile de la achiziție.

⁵⁶ www.BRD.ro/brd-finance/card-de-credit/tipuri-de-carduri/

În primele nouă luni din 2005, valoarea tranzacțiilor a ajuns aproape la 18 miliarde de dolari, ceea ce înseamnă o depășire cu aproape de 70% a cifrei înregistrate în perioada similară din 2004.

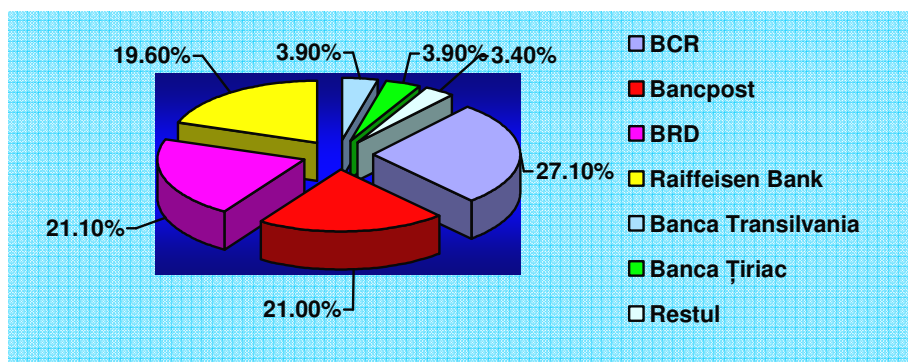
Figura nr. 6. Cota de piață după valoarea tranzacțiilor (%)



(Sursa : Piața Financiară (supliment) dec. 2005)

Numărul tranzacțiilor a depășit 104 milioane, cu aproape 20% mai mult decât în primele trei trimestre ale anului anterior. Aproximativ 4,5% din tranzacții au loc pe cardurile de credit (în creștere ușoară față de anul anterior), în vreme ce valoarea acestora se apropie de 4% din total.

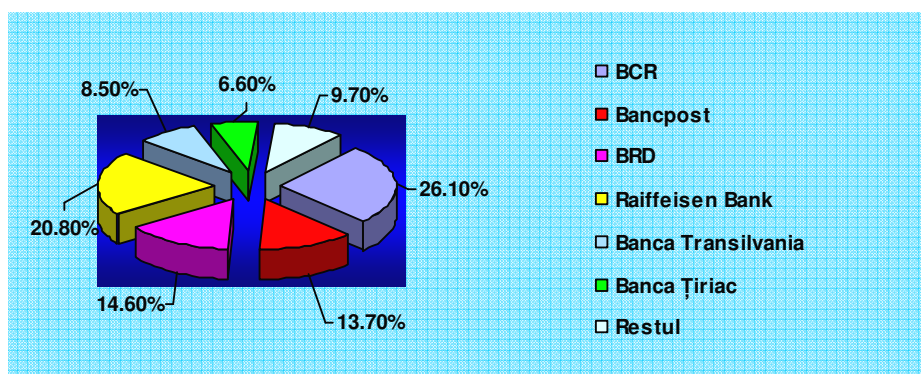
Figura nr.7. Cota de piață după numărul de tranzacții (%)



(Sursa : Piața Financiară (supliment) dec. 2005)

Retragerile de numerar de la ATM continuă să reprezinte aproximativ 92% din numărul de tranzacții prin carduri, respectiv 95% din valoarea acestora. Cifrele apropiate de cele din Bulgaria, sunt departe însă de cele din Polonia (81%) sau Cehia (65%), ceea ce arată că deși comportamentul de plată al populației a suferit schimbări, suntem încă departe de o revoluție în materie. Aceasta, cu toate că, în ceea ce privește cardurile de credit, cifrele par să indice o situație mai aproape de normalitate. Astfel, doar 70% din tranzacțiile prin carduri de credit au loc la ATM, în vreme ce valoarea acestora depășește ușor 88%.

Figura nr.8. Cota de piață după numărul de ATM instalate (%)



(Sursa : Piața Financiară (supliment) dec. 2005)

MasterCard Europe a înregistrat pe piața locală 490 de mii de carduri emise sub sigla MasterCard, volumul tranzacționat fiind de 330 milioane de USD. România se află pe primul loc între țările europene în privința creșterii volumului brut de tranzacții pe cardurile MasterCard.

La sfârșitul lunii iunie 2005 erau 490 de mii de carduri MasterCard (excluzând Maestro și Cirrus), în creștere cu 71% față de aceeași perioadă din 2004. Volumul brut al tranzacțiilor, calculat în perioada 1 ianuarie - 30 iunie 2005 pe cardurile MasterCard, a crescut cu 79,8% față de prima jumătate a anului trecut, atingând 330 milioane de USD. Numai în trimestrul al doilea din acest an, volumul brut al tranzacțiilor a fost de 190 milioane de USD, înregistrând o creștere cu 91,5% față de aceeași perioadă a anului 2004.

Este pentru prima oară când România devansează toate celelalte țări europene în privința creșterii volumului de tranzacții pe cardurile de credit atât pe primele șase luni, cât și pe cel de al doilea trimestru din anul 2005, lăsând în urmă Rusia, Turcia sau Lituania.

Posesorii de carduri MasterCard au folosit cardurile lor pentru a realiza 3.920.000 de tranzacții pe primele șase luni ale anului 2005, în creștere cu 57,7% față de aceeași perioadă a anului trecut. Numai pe trimestrul al doilea, au fost efectuate 2.140.000 de tranzacții, o creștere cu 61% față de cel de al doilea trimestru din 2004.

În anul 2004, compania a lansat împreună cu băncile membre 4 tipuri de carduri de credit standard sub sigla MasterCard și 4 tipuri de carduri de credit MasterCard Gold.

De asemenea, MasterCard s-a implicat în lansarea unui card co-branded, împreună cu Raiffeisen Bank și Connex-Vodafone.

Mai exact un card care a rezultat în urma unei strânse colaborări dintre o bancă și o companie dintr-un alt domeniu de activitate. În fiecare caz în parte avem în discuție o singură bancă. Uneori, cealaltă firmă poate avea un domeniu de activitate asemănător, de exemplu creditarea. Încă din denumire, se explică faptul că în sintagmă este vorba despre o colaborare. Iar produsul rezultat nu poartă marca unei singure firme, ci două. În accepțiunea unora, se poate spune că, în fapt, este vorba despre trei mărci. Și asta deoarece se pune la socoteală și tipul de licență a cardului (Visa sau MasterCard).

În afara cardurilor care nu au beneficiat de platforma Visa, MasterCard, Discovery, JCB etc., mai există și unele carduri proprietar, care, cu toate că se refereau la bani, au fost lansate independent.

Avem și în România astfel de cazuri, și anume cardul Avantaj. Acesta a fost emis în 2003 de către București Mall și Finansbank, fără a beneficia de o platformă recunoscută. De altfel, și cardurile BRD-Groupe Societe Generale au doar două mărci, fiind carduri proprietar.

Atât la noi, în România, cât și în lume, cardurile co-branded implică o serie de beneficii în plus pentru client. De altfel, aceasta este și diferența între un card co-branded și unul de afinitate.

Bonusurile fiecărei tranzacții în parte le primesc atât utilizatorul, cât și o altă parte sub sigla cărora s-a emis cardul cu pricina. Domeniile atinse în România de magia dublei mărci sunt:

comerțul, creditarea, televiziunea prin cablu, telefonie mobilă și fixă, accesul la internet.

În prezent, în țara noastră se află active următoarele carduri: BCR-Altex (creditare și comerț cu amănuntul), BRD-Carrefour (creditare și comerț cu amănuntul), BRD-Praktiker (creditare și comerț), BRD-Rombiz (comerț și creditare), Banca Transilvania-Credisson (creditare), Banca Transilvania-Maxishop (televiziune prin cablu, telefonie fixă, acces la internet), Banca Țiriac-Metro (comerț cu ridicata), Emporiki Bank-FC Dinamo (comerț), Finansbank-București Mall (creditare), Raiffeisen Bank-Connex (creditare, comerț cu amănuntul, telefonie mobilă).

În principiu, nu pierde nimeni. Tot în principiu, câștigă toată lumea. În primul rând, clientul, utilizatorul are de câștigat de pe urma cardului o serie de promoții continuă. În unele cazuri reduceri de prețuri, în altele - bonusuri sau, în majoritatea cazurilor, accesul mai ușor la creditare. Atât comerciantul, cât și banca se află pe lista câștigătorilor.

La o primă vedere, ambii obțin câte ceva din cota de piață a celuilalt. Există unii clienți fideli ai unei bănci care își fac carduri și apoi devin și clienții companiei respective. La fel și invers. Avem de-a face cu clienți fideli ai unei companii care văd un beneficiu un plus în achiziționarea unui card co-branded. În general, pentru accesul la creditare.

Banca ce s-a implicat în acest trend este BRD-Groupe Societe Generale, care a realizat recordul: trei carduri cu Praktiker, Carrefour și Rombiz. În toate cazurile, banca franceză oferă linie de credit sau posibilitatea de a returna sumele datorate într-un anumit termen.

Domo încurajează vânzările pe card prin lansarea Estima Bonus. Începând cu luna martie 2006, vânzările din rețeaua de magazine Domo se pot realiza și prin intermediul cardului Estima Bonus emis de Estima Finance.

Cardul Estima Bonus este un card de credit, de tip proprietar (poate fi utilizat doar în cadrul rețelei proprii de acceptare), ce asigură o linie de credit tip revolving de până la 14 salarii nete. Rata anuală a dobânzii este în funcție de programul de finanțare: 23,9% - în sistemul doar cu buletinul și 16,9%, pe baza cartei de muncă.

Clientul poate opta să cumpere fără rate caz în care beneficiază de perioada de grație fără dobânda de până la 47 de zile sau poate cumpăra în rate, fără dobândă, în funcție de campaniile derulate împreună cu comercianții parteneri.

De asemenea, cardul permite o rambursare flexibilă, deținătorul putând opta să-și reeșaloneze datoria de pe extras, rambursând doar un minim de plată (25% din nivelul ratei). Noutatea adusă de cardul EstimaBonus este rambursarea creditului prin EPOS în magazinele partenere, unde are loc și emiterea cardurilor.

Deocamdată s-a demarat colectarea creditului în magazinele Domo dar mai sunt discuții și cu alți parteneri. Avantajul clientului este că în felul acesta nu mai este condiționat de programul restrictiv al băncilor ci își poate rambursa creditul și la ora 21.00 sau chiar duminică, în timp ce face o plimbare prin magazine.

Prin utilizarea cardurilor Estima la comercianți, clienții primesc un bonus care se calculează ca procent din valoarea bunurilor cumpărate și care poate ajunge până la 25% pentru anumite servicii.

Firma își propune să facă totul mai simplu pentru clienții care doresc facilități de creditare, obiectivul ei este acordarea de credite în lanțul Domo și în afara acestuia. Totodată, crediând clientul prin intermediul cardului, își extinde aria de finanțare de la bunuri de larg consum la cumpărături uzuale cum ar fi haine, încălțăminte, servicii medicale, produse alimentare, turism, prin includerea în rețeaua de acceptare a magazinelor din diverse segmente de interes. În 2005 Estima Finance a vândut credite prin toți partenerii în valoare de 74 milioane USD. În rețeaua Domo, vânzările finanțate prin credit de consum reprezintă aproximativ 50% din vânzările lanțului.

V. Perspective ale operațiunilor cu carduri pe plan mondial și în România

Cele trei domenii cheie de dezvoltare vor fi cardurile de credit, cardurile cu cip și produsele de business. O altă tendință actuală a pieței cardurilor constă într-o creștere a interesului posesorilor față de cardurile de credit gold. Astfel spus, românii sunt tot mai atrași de produsele care le oferă o linie de creditare mai generoasă, servicii suplimentare față de cele oferite de un card obișnuit, dar și mai mult prestigiu. Trecerea de la produsele de creditare standard la cele gold arată însă și o stare economică mai bună a clienților băncilor.

Anul acesta, programele de carduri de credit și cele de co-branded, demarate în anii precedenți, vor înregistra rezultate din ce în ce mai bune. Se așteaptă ca aceste carduri, alături de cardurile premium să aibă creșteri semnificative în privința volumelor de tranzacții, dat fiind faptul că asemenea carduri sunt destinate în principal utilizării la comercianți și realizării de tranzacții cu valori semnificative.

Deși sunt încă relativ noi pe piață, produsele premium Visa atrag atenția din ce în ce mai multor consumatori și bănci, care doresc să atragă clienți cu venituri peste medie și să le ofere produse special concepute.

Datorită potențialului foarte mare de dezvoltare vom asista în curând la o creștere substanțială în oferta de carduri premium. Produsele premium ar trebui să reprezinte un segment de 10-15 procente din portofoliul de carduri al unei banci. Studiile Mastercard arată că, în Europa, cardurile gold se potrivesc cel mai bine pentru 5-15% din baza de clienți ai unor bănci.

Cu o vechime destul de mică pe piața autohtonă, cardurile co-branded se preconizează a fi o nouă modă pe piața de profil. Este vorba despre acele instrumente de plată emise de bănci, împreună cu o societate comercială și care poartă mărcile ambelor organizații. Cardurile co-branded sunt orientate către baza de clienți a unui anumit comerciant, furnizor de servicii sau a unei alte organizații comerciale, fiind avantajos atât pentru bancă, cât și pentru agentul economic sau clienții finali ai acestora din urmă.

Pe segmentul cardurilor de credit piața s-a dublat anul trecut, ajungând la circa 700.000 de carduri. În acest an și în 2007 s-ar putea înregistra după cum apreciază oficialii MasterCard, toate categoriile de carduri de credit vor crește în continuare, pentru că piața cardurilor de credit este încă la început.⁵⁷ Deși nu se poate spune că România duce lipsă de oameni bogați, acest lucru nu se reflectă și în industria cardurilor. Pe piață rulează încă foarte puține carduri de tip Gold, iar cele Platinum încă nu există. Produsele Premium, Visa Gold și Platinum, respectiv MasterCard Gold și Platinum încorporează o putere de cumpărare mai mare și adesea mai multe servicii și beneficii.

Pe măsură ce nevoile posesorilor de carduri din România vor evolua de așa natură încât să folosească în mod curent cardurile de credit și să necesite și să justifice limite considerabil mai mari de creditare, băncile vor aduce și produse Platinum.

Se apreciază că piața de carduri din România are un mare potențial de dezvoltare în viitorul apropiat, iar pentru produsele premium există nișe cu potențial imens, care ar trebui să fie abordate din plin de bănci. În prezent, cota deținută de cardurile Visa Gold în totalul de carduri Visa este sub 1%. Deși potențialul diferă de la o piață la alta, vom asista la o creștere mai susținută a numărului de carduri premium în viitor.

Economia României ca întreg nu poate decât să beneficieze de pe urma acestui fapt. În acest sens, Visa sprijină băncile sale membre pentru a aborda mai bine acest segment de clienți potențiali. Dacă pe piața locală ne aflăm abia la început, studiile arată că în țările dezvoltate cardurile gold și platinum au început să se erodeze. Cu toate acestea, cardurile premium au încă o bază solidă.

⁵⁷ www.mastercard.com/index.html

Creșterea numărului de carduri premium emise s-a dovedit foarte rapidă în cele cinci mari economii europene: Germania, Marea Britanie, Franța, Italia, Spania. Din circa 208,4 milioane de carduri emise sub siglele MasterCard și Visa pe aceste piețe 35,8 milioane au fost clasificate drept carduri premium.

La sfârșitul anului trecut, se estima că existau în aceste țări 27,8 milioane de consumatori deținând active lichide în exces de câte 50.000 de euro. Luând aceste cifre ca bază de calcul pentru potențialul pieței europene de carduri premium, rezultă că 11,5% din populația adultă din aceste regiuni ar putea fi un eventual posesor de card premium. De asemenea, se poate observa o tendință ascendentă pe piața cardurilor de credit gold, destinate românilor cu venituri mai mari.

Principalele avantaje ale acestor tipuri de carduri constau în accesul la o linie de creditare mai mare, servicii conexe, precum și un anumit prestigiu conferit deținătorilor, cu un ritm de creștere de 30-50%. Aceste produse de credit se bazează pe relația de colaborare dintre băncile emitente și marile lanțuri de magazine, direcție de dezvoltare care va fi predominantă în următorii cinci ani.

În țările unde cardurile de credit au fost dominante se simte nevoia unei echilibrări, a unor carduri care să fie legate la conturile curente ale utilizatorilor. Acestea sunt cardurile de debit. Există și vor exista în continuare clienți ai băncilor care nu simt nevoia să utilizeze o linie de creditare, fie că este pe card, fie că nu. Dar asta nu înseamnă că nu vor sau nu au nevoie de un instrument de plată electronic, sigur și ușor de utilizat oriunde în lume. Mai mult, odată cu introducerea MasterCard SecureCode, cardurile de debit Maestro pot fi utilizate ca instrument de plată și pe internet, fapt de asemenea foarte important.

Oficialul MasterCard în România estimează că evoluția cardurilor de debit se va orienta, probabil, în continuare, pe o creștere intensivă în privința numărului de tranzacții și a volumului de cheltuieli la comercianți.

Piața românească a cardurilor este într-o continuă creștere odată cu introducerea de către Visa a sistemului 3-D Secure, ce permite efectuarea de tranzacții mult mai sigure. De asemenea implementarea smart cardurilor (carduri cu cip) va conduce la eficientizarea activității bancare cu carduri, oferind clienților un plus de siguranță și de facilități.

SECTIUNEA 3:

S3. CONTABILITATE, STATISTICĂ ȘI ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ

ANALIZĂ DE CONCENTRARE ȘI DIVERSIFICARE ÎN CADRUL BUGETULUI DE STAT

*Autor: Sânziana Cristina Avram
studentă în anul I, la Finante-Bănci
Coordonator: Conf. univ. dr. Gheorghe Săvoiu*

Abstract

State budget is a category of fundamental science finances, defining a legal and economic approach. From a legal viewpoint, the budget represents an act which are provided by licensed and annual revenue and expenditure of the State. Under the economic report, the state budget expressed in the monnetarry form relations arising in connection with training and allocation, the level and trend of gross domestic product, but also for carrying out the functions of the state. Revenue and expenditures are not simple indicators of the state budget, but fulfilling the role of levers used by the state for growth or restricting certain activities, production and consumption of certain products for certain categories of social influence in carrying out operations in which the state is directly concerned. Budgetary revenues means all the financial resources that the public perceive them directly or receive them either from government or from other sources, public or private, to perform the tasks they were assigned. Subsystem statistical indicators of the financial details of the state budget as income or revenue annual state sources of origin (income tax, direct and indirect taxes and nefiscale revenue and income from capital) and annual payments or expenses (expenses for education, culture, science, health, social protection, public order, defence, justice, support of public authority, environmental protection, etc.). In comparison with the usual methods of analysis to propose the use of indicators of concentration-diversification of sources of origin of revenue and expenditure destinations. The value of the Gini coefficient-Struck tends to "0", the phenomenon analyzed show a uniform or diversification. The value of this factor tends to "1", the phenomenon manifested a concentration examined further. An European country has a diversified budget with a value of the Gini coefficient - Struck shown to the value of 0. In our country things are different budgetary revenue is characterized by a strong concentration, especially at the level of current income group. The expenditure budget, unlike income, is characterized by a tendency difersificare in the first part of the period shown especially at the group level social spending and a trend of concentration shown in the last 3 years of the period under review.

Key words: *state budget, the general consolidated budget, unitary system budgets, bu-getare principles, budgetary revenue, expenditure budget, coeficientrul Gini-Struck.*

1. INTRODUCERE

Bugetul de stat este o categorie fundamentala a științei finanțelor, la definirea căreia concură o abordare juridică și alta economică. Din punct de vedere juridic, **bugetul reprezintă un act prin care sunt prevăzute și autorizate veniturile și cheltuielile anuale ale statului**. Această definire a bugetului de stat evidențiază caracterul lui de **act normativ** (adică necesitatea aprobării lui în parlament), caracterul **previzional** (fiind vorba de un interval de timp în viitor), caracterul **obligatoriu** (ca de altfel al oricărei legi).

Sub raport economic, **bugetul de stat exprimă în formă bănească relațiile economice care apar în legătură cu formarea și repartiția, cu nivelul și evoluția produsului intern brut, dar și cu îndeplinirea funcțiilor statului**. Bugetul de stat reflectă opțiunile de politică

economică, socială, și financiară ale statului referitoare la un interval de un an. Relațiile economice pe care le exprimă se manifestă dual, pe de o parte ca relații de mobilizare a resurselor bănești anuale ale statului, iar pe de altă parte ca relații de repartizare a acestor resurse. În fiecare stat sunt elaborate mai multe categorii de bugete, alcătuind un sistem al bugetelor, diferențiat ca structură de la stat la stat în raport cu structura organizatorică a respectivului stat : stat unitar (România, Franța, Japonia) sau stat federal (Germania, Elveția, SUA, Rusia). În România în sistemul unitar de bugete se includ, potrivit legii finanțelor publice(nr.72/1996): *bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale de stat, bugetele locale, bugetele fondurilor speciale, bugetul trezoreriei statului, bugetele altor instituții cu caracter autonom*. Acest sistem unitar de bugete constituie **bugetul general consolidat**.

Bugetul general consolidat este definit ca un instrument financiar statistic al politicii fiscal-bugetare prin care sunt corelate nu numai veniturile și cheltuielile bugetului public, ci și legăturile dintre ele, respectiv corelarea macrofinanciară a deficitului bugetar cu soldul contului curent al balanței de plăți externe și cu decalajul dintre investiții (inclusiv investiții străine) și economisire.

Bugetul de stat are un rol complex care include mai multe componente și anume: financiară și economică, alocativă, redistributivă și de reglare. Rolul financiar se referă la formarea și utilizarea resurselor financiare necesare statului în exercitarea funcțiilor sale. În acest sens rolul financiar poate fi nuanțat pe o componentă alocativă și pe o componentă redistributivă. Rolul economic se referă la influențarea dezvoltării economico – sociale, respectiv la stimularea sau frânarea proceselor și fenomenelor economice. Acest rol vădește o pronunțată componentă de reglare a economiei naționale. Rolul alocativ se referă la finanțarea serviciilor publice, decurgând din funcțiile pe care și le asumă statul. Conținutul său constă în repartizarea resurselor fiecărui an bugetar pe destinații ce rezultă din îndeplinirea funcțiilor statului ca instituție suprastructurală și din postura sa de agent economic. Rolul redistributiv are în vedere utilizarea unor părți din produsul intern brut mobilizate prin impozite și taxe și distribuite prin intermediul cheltuielilor pe care le face statul. Rolul de reglare se referă la înfăptuirea politicii economice a statului , adică la susținerea sau promovarea unor acțiuni prin înseși orientările bugetului sau, dimpotrivă, la descurajarea unor activități. Acest rol se realizează atât prin veniturile sau cheltuielile bugetului, cât și prin soldul acestuia. **Soldul bugetului**, deficit sau excedent, are influență asupra masei monetare (dimensiune, dinamică, putere de cumpărare) și prin intermediul pieței monetare – valutare, asupra prețului banilor, a raportului între cererea și oferta de bani, a cursului de schimb.

Principiile bugetare reprezintă o sinteză a experienței practicii bugetare, dar și a cerințelor și exigențelor presupuse de procesul elaborării și execuției bugetului de stat, fiind următoarele:

- **principiul universalității bugetare**, care stipulează înscrierea în buget a tuturor veniturilor și cheltuielilor, fără nici o excepție, sub forma unor sume brute și nu a unor solduri rezultate din eventuale compensări, bugetul de stat elaborat și executat strict în limita acestui principiu fiind denumit **buget brut**.
- **principiul unității bugetare**, care presupune înscrierea într-un singur document a veniturilor și a cheltuielilor publice. Motivația acestui principiu rezidă în necesitatea de a cunoaște importanța relativă a diferitelor categorii de venituri și cheltuieli dar și starea bugetului finală sau la un moment dat: excedentar, deficitar, echilibrat. Realizarea acestui principiu se face cu ajutorul **sistemului conturilor naționale**. Acest principiu legitimează prezentarea clară a resurselor și destinațiilor sau, altfel transcris „utilizarea indicatorilor statistici structurali”, mergând până la coeficienți de concentrare, diversificare Gini-Struck. Sunt cunoscute trei categorii de bugete care sunt considerate excepție de la acest principiu: **bugetele autonome**, elaborate de entități publice cu caracter comercial sau instituțional care au personalitate juridică, **bugetul extraordinar**

sau cel ce individualizează situații deosebite: crize sau recesiuni economice, calamități naturale, stări de conflict armat și **bugetele anexe**, elaborate de instituții sau societăți comerciale publice care nu au în mod necesar personalitate juridică. Tot ca excepție de la principiul unității se practică utilizarea **conturilor speciale de trezorerie** prin intermediul cărora se evită încărcarea execuției bugetare cu rulaje de venituri și cheltuieli care, în mod normal, se soldează.

- **principiul specializării bugetare** sau înscrierea pe surse de proveniență a veniturilor, pe destinații a cheltuielilor sau a creditelor bugetare pe categorii de cheltuieli. Această grupare, efectuată după criterii acceptate în practica bugetară, poartă denumirea de **clasificație bugetară**. Acest principiu îngăduie utilizarea de indicatori statistici privind gradul de acoperire sau gradul de creditare și chiar analize factoriale de nivel.
- **principiul anualității bugetare**, care presupune proiectarea, autorizarea, execuția, consolidarea și verificarea anua-lă a bugetului. Anul este un interval de 12 luni care poate să coincidă sau nu cu anul calendaristic. Acest interval de timp delimitează perioada pentru care se elaborează și se aprobă bugetul, precum și pentru care este autorizată încasarea veniturilor și efectuarea cheltuielilor.

În același context al temporalității este de menționat că poate sau nu să existe identitate între perioada pentru care se elaborează și se aprobă bugetul și cea în care acesta se execută. Există în practica bugetară două sisteme distincte de execuție:

a) sistemul de gestiune potrivit căruia bugetul se încheie la finele intervalului anual pentru care a fost aprobat ceea ce înseamnă că bugetul se execută numai pentru veniturile încasate până la finele respectivului interval, iar cheltuielile se efectuează de asemenea până la finele aceluiași interval. Celelalte venituri sau cheltuieli aprobate în buget dar neîncasate sau neefectuate, nu sunt reporate în bugetul anului următor. Dacă vor fi totuși realizate, ele vor fi incluse în execuția anului în care s-au realizat.

b) sistemul de exercițiu potrivit căruia după încheierea anului bugetar se acordă un termen de execuție de 3–6 luni în care să se realizeze integral veniturile și cheltuielile aprobate prin buget:

Anul bugetar + Termenul de execuție = Exercițiu bugetar

(12 luni) (3-6 luni) (15-18 luni)

Principiul anualității bugetare încuviințează practic utilizarea analizelor de dinamică, prin intermediul seriilor cronologice de indici statistici cu caracter financiar; urmărirea lunară a informației specifice este posibilă prin intermediul datelor din „Buletinul statistic lunar”, editat de către I.N.S.

- **principiul publicității bugetare** are în vedere informarea națiunii, a fiecărui cetățean despre veniturile și cheltuielile incluse în buget. Publicitatea se realizează atât în timpul elaborării bugetului, în timpul dezbaterii acestui proiect în organul legislativ, cât și după aprobarea legii bugetului prin publicarea lui în Monitorul Oficial. Ca și principiul publicității macroagregatelor SCN acest principiu permite și evaluarea prin indicatori statistici relativi semnificativi (deficitul bugetar ca procent din PIB).

2. ANALIZA VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR UTILIZÂND COEFICIENTUL GINI-STRUCK

Subsistemul indicatorilor statistici financiari ai bugetului de stat caracterizează bugetul administrației centrale, în calitate de principal instrument al subiectului economic denumit stat, care cuprinde veniturile mobilizate la dispoziția statului și repartizarea lor pe categorii de cheltuieli. Conceput ca o balanță economică, acest document de sinteză elaborat de guvern și autorizat prin vot de către Parlament detaliază atât veniturile sau încasările

anuale ale statului pe surse de proveniență (venituri fiscale, respectiv impozite directe și indirecte, precum și venituri nefiscale și venituri din capital) cât și cheltuielile sau plățile anuale (cheltuieli pentru educație, cultură, știință, sănătate, protecție socială, ordine publică, apărare, înfăptuirea justiției, susținerea autorității publice, protecția mediului etc.).

Subsistemul indicatorilor statistici financiari ai bugetului de stat cuprinde așadar:

1. **indicatori primari ai nivelului absolut al veniturilor și cheltuielilor bugetului** („per total” și pe categorii); de exemplu veniturile se grupează în venituri fiscale, venituri nefiscale și venituri de capital.
2. **indicatori derivați prin compararea sub formă de diferență** (de regulă negativă) având ca principal element *deficitul bugetului de stat curent sau general* (inclusiv bugetele asigurărilor sociale și bugetele locale):

$$\Delta b = \sum V_i - \sum C_i, \text{ unde } V_i = \text{venituri și } C_i = \text{cheltuieli},$$

3. **indicatori derivați prin compararea sub formă de raport, cuprinzând următoarele categorii de indicatori relativi:**

- **indicatori de structură a veniturilor** $g_i^v = \frac{V_i}{\sum V_i} \times 100,$

- **indicatori de structură a cheltuielilor** $g_i^c = \frac{C_i}{\sum C_i} \times 100,$

- **indicatori de concentrare-diversificare a surselor de proveniență a veniturilor (calculați prin coeficienți Gini-Struck)**

$$C_{G-S}^v = \sqrt{\frac{n \sum (g_i^v)^2 - 1}{n-1}},$$

- **indicatori de concentrare-diversificare a destinațiilor cheltuielilor (calculați prin coeficienți Gini-Struck)**

$$C_{G-S}^c = \sqrt{\frac{n \sum (g_i^c)^2 - 1}{n-1}},$$

- **indicatori simpli ai dinamicii bugetare (obținuți ca indici elementari ai evoluției în timp a bugetului sau categoriilor de venituri și cheltuieli) cu baza fixă sau în lanț ($i_{t/0}$ și $i_{t/(t-1)}$)**

- **indicatori sintetici ai dinamicii bugetare având ca principal element „deficitul / excedentul bugetului general consolidat ca procent din PIB (D/Eb.g.c.)”,** evaluat ca diferență între cheltuielile bugetare cu dobânzile la datoria publică ($\Sigma C.b.d.DP.$) și surplusul primar al bugetului general consolidat, respectiv venituri-cheltuieli sau $\Delta.b.gc.$)

$$D / Eb.g.c. = \frac{\sum C.b.d.DP - \Delta.b.gc}{PIB} \times 100.$$

Conform metodologiei Fondului Monetar Internațional, deficitul sau excedentul bugetului general este definit în sens mai larg decât deficitul sau excedentul bugetului curent și reprezintă veniturile (curente și de capital), precum și ajutoarele oficiale primite, din care se scad cheltuielile totale și împrumuturile acordate minus rambursările. Dinamica deficitului bugetului general consolidat ca procent din PIB se determină tot prin intermediul unor indici elementari cu bază fixă sau în lanț.

Se consideră a fi utile, în calitate de *indicatori sintetici* și unele *ponderi specifice* exprimate de o manieră generală, cum sunt *ponderea veniturilor statului ca procent din PIB (P_1)* sau *ponderea cheltuielilor statului ca procent din PIB (P_2):*

$$P_1 = \frac{\sum V_i}{PIB} \times 100 \quad \text{și} \quad P_2 = \frac{\sum C_i}{PIB} \times 100$$

și veniturile bugetare medii pe locuitor ($\bar{C}$) sau cheltuielile bugetare medii pe locuitor ($\bar{V}$):

$$\bar{V} = \frac{\sum V_i}{P} \quad \text{și} \quad \bar{C} = \frac{\sum C_i}{P}, \text{ unde } P = \text{numărul populației}.$$

În analizele gradului de intervenție a statului în economie se folosește și indicatorul sintetic „gradul de fiscalitate” (G_F) sau „presiunea fiscală”, reprezentând raportul dintre prelevările la dispoziția statului (P_S) și PIB, conform relației:

$$G_F = \frac{P_S}{PIB} \times 100.$$

Prelevările la dispoziția statului cuprind venituri fiscale sub forma impozitelor directe și indirecte. Acest din urmă indicator, corelat cu ritmul creșterii economice subliniază în ce măsură „gradul de fiscalitate” s-a manifestat ca un impuls al dezvoltării, stagnării sau regresului în economie. O exemplificare interesantă poate fi realizată prin intermediul analizei statistice a bugetului de stat și sper ca ea să clarifice importanța coeficientului Gini-Struck, dar mai ales a evoluției valorii acestui indicator în timp. Nivelul structural pe categorii de venituri, în cazul României, între 2000-2007 sunt prezentate în continuare:

Evoluția veniturilor bugetului României între 2000-2007

- Tabel nr. 1. -

Denumire indicatori	g_i^v							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Venituri curente	0,49974755	0,499853637	0,49970350	0,4995081	0,499387	0,499585	0,500473	0,49515729
Venituri fiscale	0,47734395	0,467262330	0,46922341	0,4681268	0,470544	0,472247	0,465953	0,47463228
Venituri nefiscale	0,02240359	0,032591307	0,03048019	0,0313813	0,028843	0,027349	0,030518	0,02052500
Venituri din capital	0,00050491	0,000292726	0,00059300	0,0009838	0,001226	0,000829	0,003056	0,00968543
$\sum g_i^v$	1	1	1	1	1	1	1	1

Sursa : Date din Anuarul Statistic Al României, Editura INS, București, 2007, prelucrate de autor

- Tabel nr. 2. -

Denumire indicatori	g_i^2							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Venituri curente	0,24974761	0,249853658	0,2497036	0,2495084	0,249388	0,249585	0,250473	0,24518074
Venituri fiscale	0,22785725	0,218334085	0,2201706	0,2191427	0,221412	0,223017	0,217112	0,22527580
Venituri nefiscale	0,00050192	0,001062193	0,0009290	0,0009848	0,000832	0,000747	0,000931	0,00042127
Venituri din capital	0,00000025	0,000000085	0,0000004	0,0000096	0,000002	0,000001	0,000009	0,00938075
$\sum g_i^2$	0,47810703	0,469250022	0,4708036	0,4696369	0,471633	0,473351	0,468525	0,48025852
C_{G-S}	0,552	0,541	0,543	0,541	0,544	0,546	0,540	0,554

Sursa : Date din Anuarul Statistic Al României, Editura INS, București, 2007, prelucrate de autor

Cu cât valoarea acestui coeficient Gini-Struck tinde către „0”, cu atât fenomenul analizat manifestă o uniformizare sau diversificare. Cu cât valoarea acestui coeficient tinde către „1”, cu atât fenomenul analizat manifestă o concentrare mai accentuată. Această tendință atinge apogeul la nivelul anului 2000 cu o valoare de 0,552. Este anul în care „prelevările din bugetul de stat” reprezintă 71% din totalul veniturilor bugetului de stat al României. La nivelul anului 2001 înregistrează o scădere, după care începe să crească atingând în anii 2004 și 2005 valoarea de 0,544 și respectiv 0,546. Veniturile bugetare în această perioadă tind să se concentreze, coeficientul de concentrare / diversificare Gini-Struck manifestă o veritabilă „specializare” într-o singură grupă de venituri și anume grupă veniturilor curente.

$C_{G-S}^V = \sqrt{\frac{n \sum (g_i^V)^2 - 1}{n - 1}}$	C2000 = 0,55149 ≈ 0,552	C2001 = 0,54067 ≈ 0,541
	C2002 = 0,54259 ≈ 0,543	C2003 = 0,54115 ≈ 0,541
	C2004 = 0,54360 ≈ 0,544	C2005 = 0,54571 ≈ 0,546
	C2006 = 0,53978 ≈ 0,540	C2007 ≈ 0,554

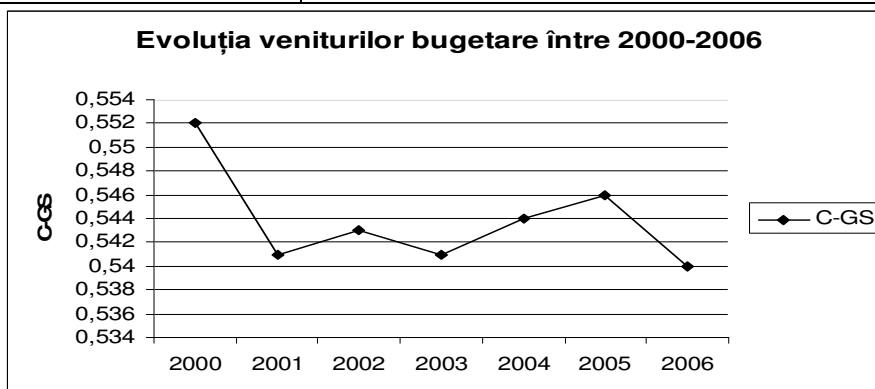


Figura nr.1 Evoluția veniturilor bugetare între 2000 și 2006

Evoluția cheltuielilor bugetului României între 2000-2006

-Tabel nr. 3. -

Denumire indicatori	gi ^c							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Cheltuieli servicii publice generale	0,10519326	0,1203520	0,117065	0,119154	0,112021	0,113245	0,156778	0,12540243
Cheltuieli social culturale	0,52306365	0,47942580	0,459346	0,413961	0,412187	0,475246	0,526880	0,53204893
Cheltuieli servicii dezvoltare publica	0,03781645	0,04366440	0,056024	0,052219	0,047779	0,038453	0,032971	0,11263474
Cheltuieli cu actiuni economice	0,33392664	0,3565578	0,367565	0,414666	0,428013	0,373056	0,283371	0,22991390
$\sum g_i^c$	I	I	I	I	I	I	I	1

Sursa : Date din Anuarul Statistic Al României, Editura INS, București, 2007, prelucrate de autor

- Tabel nr. 4. -

Denumire indicatori	gi ²							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Cheltuieli servicii publice generale	0,01106562	0,014484608	0,0137042	0,0141977	0,012549	0,012824	0,024579	0,01572576
Cheltuieli social culturale	0,27359558	0,229849094	0,2109987	0,1713637	0,169898	0,225859	0,277603	0,28307606
Cheltuieli servicii	0,00143008	0,001906577	0,0031387	0,0027268	0,002283	0,001479	0,001087	

<i>dezvoltare publica</i>								0,01268658
<i>Cheltuieli actiuni economice</i>	0,11150700	0,127133481	0,1351040	0,1719479	0,183195	0,139171	0,080299	0,05286040
$\sum g_i^2$	0,39759829	0,373373759	0,3629457	0,3602361	0,367925	0,379333	0,383568	0,36434880
C G-S	0,444	0,406	0,388	0,383	0,397	0,415	0,422	0,390

Sursa : Date din Anuarul Statistic Al României, Editura INS, București, 2007, prelucrate de autor

Analiza evoluției structurale a cheltuielilor relevă un trend constant spre diversificarea acestora, respectiv acoperirea unor cerințe cât mai diverse, în perioada 2001 - 2004. Excepția o constituie anul 2000, printr-o concentrare a cheltuielilor bugetului de stat al României când această tendință a înregistrat o valoare de 0,444. Evoluția structurală a cheltuielilor în anul 2005 ne indică o tendință de concentrare a acestora.

$C_{G-S}^V = \sqrt{\frac{n \sum (g_i^V)^2 - 1}{n-1}}$	C2000 = 0,44361 $\approx$ 0,444	C 2001 = 0,40558 $\approx$ 0,406
	C2002 = 0,38806 $\approx$ 0,388	C2003 = 0,38338 $\approx$ 0,383
	C2004 = 0,39652 $\approx$ 0,397	C2005 = 0,41526 $\approx$ 0,415
	C2006 = 0,42200 $\approx$ 0,422	

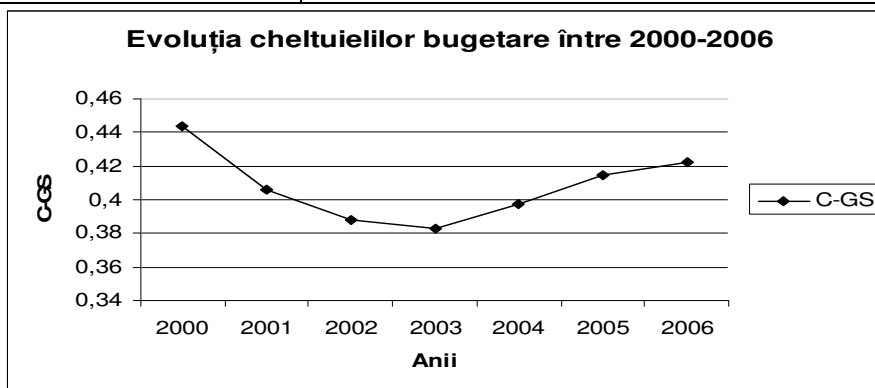


Figura nr.2. Evoluția cheltuielilor bugetare între 2000 și 2006

Coeficientul de concentrare / diversificare Gini-Struck manifestă o tendință de concentrare la nivelul anului 2000, o veritabilă „specializare” într-o singură grupă de cheltuieli, aproape 1/2 din cheltuielile totale ale bugetului de stat al României (cheltuielile serviciilor social-culturale).

Relevanța informațională a coeficientului Gini – Struck rămâne un subiect deschis și la îndemâna tuturor celor ce doresc să-l utilizeze și în practica bugetară specifică.

3. CONCLUZII

O țară europeană are un buget diversificat cu o valoare a coeficientului Gini – Struck care tinde spre valoarea 0. În România, veniturile bugetare se caracterizează printr-o puternică concentrare, mai ales la nivelul grupei de venituri curente. Cheltuielile bugetare, spre deosebire de venituri, se caracterizează printr-o tendință de diversificare în prima parte a perioadei analizate manifestată mai ales la nivelul grupei de cheltuieli sociale și o tendință de concentrare manifestată în ultimii 3 ani ai perioadei analizate.

Principală grupă de venituri rămâne aceea de venituri curente cu toate că veniturile în economie se diversifică continuu. Principală grupă de cheltuieli rămâne aceea de cheltuieli socio-culturale.

Există probabil explicații pertinente (certitudinea obținerii unor venituri sau nevoia unor cheltuieli sociale) ale proceselor de concentrare-diversificare, dar starea de normalitate va fi întotdeauna aceea a diversificării.

4. BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Aglietta M. – *Macroeconomie financiară*, Editura „Coresi” S.A. București, 2001
2. Căpanu I., Wagner P., Secăreanu C. - *Statistică macroeconomică*, Editura Economică, București, 1997
3. Iulian Văcărel – *Finanțe Publice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, Ediția a IV a.
4. Săvoiu G., Grigorescu R.- *Statistică financiară*, Editura Independența Economică, Pitești, 2003
5. Stancu I. – *Finanțe*, Editura Economică, București, 2002
6. Tatiana Moșteanu – *Buget și trezorerie*, Editura Universitară, București, 2004
7. Anuarul Statistic al României – anii 2001, 2002, 2003, 2004
8. Buletin Statistic Lunar – anii 2005, 2006.
9. www.mfinante.ro
10. www.insse.ro

INDICATORI ȘI EVOLUȚII ÎN PIAȚA BURSIERĂ ROMÂNEASCĂ

*Autori: Alina Stănescu și Valentina Raicu
studente în anul I, la Finante-Bănci*

Coordonator: Conf. univ. dr. Gheorghe Săvoiu

Abstract

The investment in shares and bonds represent an alternative for investors who seek more dynamic investments, earnings will be bigger and are willing to take risks. The game may offer high and very high profits, but may reflect a false promise to win because the trend is not determined only by rationality, substantiated economically but also by subjective factors and reactions. Since 2000, and on the Romanian Stock exchange has a lot of opportunities for gain, the prices of many shares continue to increase knowledge. Clues have a meaningful special importance for people and companies throughout the world for business, because the movement reflects the overall stock market, investors or foreigners in their options. At the same time that a company is included in the composition of the index representative is a consecration for that company. So, tracking indices is important to distinguish the general market trend.

1. INTRODUCERE

În plan internațional bursele au apărut încă din 1531 în Flandra la Anvers iar numele provine de la familia de negustori Van der Bursen, din Bruges, pe considerentul că lângă hotelul lor comercianții aveau obiceiul să se întâlnească pentru a negocia și, de asemenea, pe frontispiciul clădirii erau gravate trei pungi de bani (în franceză "bourses"). La scurtă vreme se înființează și alte burse în mari centre comerciale, dintre care cele mai importante: **Londra** (1554 - **Royal Exchange**), **Amsterdam** (1608) și **Paris** (1639). Bursele din Amsterdam și Londra pot fi considerate ca fiind primele cu adevărat reprezentative pentru felul cum funcționează mecanismul bursier. Pe rând de-a lungul timpului din secolul XVII până la începutul secolului XX, cele trei mari piețe bursiere Amsterdam, Londra și Paris, și-au disputat supremația (cronologic în această ordine, cam câte un secol fiecare). A trecut astfel aproape neobservat un eveniment care avea loc în Lumea Nouă, când la 17 mai 1792 sub un platan în New York s-au pus bazele, prin semnarea Buttonwood Agreement, a ceea ce va urma să devină prima bursă a lumii: **NYSE (New York Stock Exchange)**. De la începutul acestui secol NYSE devine prima bursă a lumii. Activitatea bursieră în țara noastră datează din anul **1839**, prin apariția burselor de comerț. La **1 decembrie 1882** a avut loc deschiderea oficială a **Bursei de Valori București (BVB)**, iar peste o săptămână a apărut și cota bursei, publicată în Monitorul Oficial. De-a lungul existenței sale, activitatea bursei a fost afectată de evenimentele social-politice ale vremii (răscoala din 1907, războiul balcanic 1912-1913), bursa fiind închisă apoi pe perioada primului război mondial. După redeschiderea sa, a urmat o perioadă de 7 ani de creșteri spectaculoase, urmată de o perioadă tot de 7 ani de scădere accelerată. Activitatea Bursei de Efecte, Acțiuni și Schimb se întrerupe în anul 1941, moment în care erau cuprinse la cota bursei acțiunile a 93 de societăți și 77 de titluri cu venit fix (tip obligațiuni). După o întrerupere de 5 decenii, Bursa de Valori București a fost **reînființată în anul 1995**, prima zi de tranzacționare fiind 20 noiembrie 1995, zi în care s-au tranzacționat 905 acțiuni a 6 societăți cotate. A fost reînființată cu ajutor canadian.

Din momentul redeschiderii, bursa a cunoscut o dezvoltare continuă. La acest moment numărul societăților listate este foarte mare (21 la categoria I și 44 la categoria a II-a) -

printre acestea se numără societăți importante în economia națională cum ar fi: Banca Transilvania – Cluj Napoca, BRD Groupe Societe Generale, Oltchim Rm.Vâlcea, Rulmentul Brașov, Rompetrol Răfinarie Constanța, SIF-urile etc.

Analizând pulsul zilelor noastre se poate spune că formarea și dezvoltarea pieței de capital în România și reconstituirea bursei de valori reprezintă componente esențiale ale procesului de restructurare a sistemului economic în țara noastră și de creare a mecanismelor și instituțiilor specifice.

2. PIEȚE BURSIERE ȘI INDICII SPECIFICI

Bursele actuale sunt rezultatul unei evoluții istorice îndelungate și reflectă, cu particularități zonale sau naționale, modelul general al pieței libere; *natura specifică a bursei* este dată de o serie de caracteristici:

1. *Piață de mărfuri și valori* - loc de concentrare a cererii și ofertei pentru mărfuri, precum și pentru diferite tipuri de hârtii de valoare.

2. *Piață "simbolică"* - o piață dematerializată unde se încheie contractul dintre părți, identificarea și circulația mărfurilor realizându-se în afara acestei piețe.

3. *Piață liberă* - asigură confruntarea directă și deschisă a cererii și ofertei care se manifestă în mod real în economie.

4. *Piață organizată* - tranzacțiile se realizează conform unor principii, norme și reguli cunoscute și acceptate de participanți.

5. *Piață reprezentativă* - reper pentru toate tranzacțiile care se efectuează cu acele mărfuri sau valori pentru care ea constituie piață organizată.

Titlurile financiare sunt titluri de valoare care dau dreptul deținătorilor lor - investitori - de a obține, în condițiile specificate în titlu, o parte din veniturile viitoare ale emitentului.

Totalitatea titlurilor financiare care fac obiectul tranzacțiilor pe piața de capital, în speță la bursă, se mai numesc *produse bursiere*.

Noțiunile dominante în piața bursieră rămân : acțiunea și obligațiunea.

Acțiunile sunt titluri financiare emise de o companie sau o societate comercială pentru constituirea, mărirea sau restructurarea capitalului propriu. În literatura anglo-saxonă, noțiunea este definită prin evidențierea a două elemente:

- "dreptul de acționar" (engl. *stock*), care exprimă drepturile deținătorului - acționar - asupra societății emitente și este reprezentat printr-un document numit "certificat de acționar" (engl. *stock certificate*);

- "acțiunea" (engl. *share*), ca unitate a dreptului acționarului și care reprezintă o parte indivizibilă, de valoare egală, din capitalul social al firmei emitente.

Un drept de acționar poate fi asupra uneia sau mai multor acțiuni; dreptul poate fi transferat, în totalitate sau în parte, prin vânzarea/cumpărarea acțiunilor pe piața bursieră.

Din punctul de vedere al drepturilor pe care le conferă, acțiunile se împart în acțiuni comune (aduce dividend variabil și drept de vot) și acțiuni preferențiale (aduce dividend fix, fără drept de vot).

Obligațiunile (engl. *bonds*) sunt titluri reprezentative ale unei creanțe a deținătorului lor asupra emitentului care poate fi statul, un organism public sau o societate comercială. Ele dau deținătorului dreptul la încasarea unei dobânzi și vor fi răscumpărate la scadență de către emitent, investitorul recuperându-și astfel capitalul avansat în schimbul obligațiunilor.

Deosebirile principale dintre acțiuni și obligațiuni

Caseta nr. 1

	ACȚIUNE (comună)	OBLIGAȚIUNE
Definire	Parte din capitalul unei societăți pe acțiuni. Ansamblul acțiunilor constituie capitalul social.	Fracțiune dintr-un împrumut făcut de o firmă, de o colectivitate publică sau de stat.

Rolul deținătorului în gestiunea organismului emitent	Drept de vot în adunarea generală.	În principiu, nici un rol.
Veniturile pentru titularul titlului	Dividende (legate de rezultatele firmei).	Dobânzi a căror sumă este în mod obligatoriu vărsată de emitent.
Riscurile asumate de proprietarul titlului	Riscuri mai mari: - risc de evoluție nefavorabilă a afacerilor firmei (nu primește dividende); - riscul de a pierde fondurile investite, în cazul lichidării firmei.	Riscuri mai mici: - riscul de nerambursare (dispare în cazul unei garanții de stat); - în cazul lichidării firmei, creditorii au prioritate în fața acționarilor.
Durata de viață	Nelimitată	Limitată, până la scadență.

Piața titlurilor financiare, ca mecanism de legătura între deținătorii de fonduri excedentare (investitorii) și utilizatorii de fonduri (emitenții de titluri financiare) are două componente: piața primară pe care se vând și se cumpără *titluri nou emise* (de exemplu, când o societate emite acțiuni la constituire sau la mărirea capitalului social), și piața secundară piață pentru titlurile care au fost deja emise, deci o piață "la mâna a doua". Complexitatea bursei de valori rezidă din chiar funcțiile acesteia:

1. *releu între surplusul de fonduri neutilizate și necesitățile economice*, transformând economiile în capital, asigurând deci *lichiditatea* activelor financiare dându-i investitorului o garanție pentru recuperarea banilor avansați.
2. *dispecer de fonduri* în economie – un mecanism prin care fondurile trec de la cei care dispun de resurse financiare la cei care au nevoie de aceste resurse pentru finanțarea unor activități economice
3. *"motor" al vieții economice*", dinamizând activitatea de afaceri și permițând realizarea unor proiecte investiționale de anvergură, care n-ar putea fi îndeplinite cu fondurile unui grup restrâns de întreprinzători.
4. *reorientarea și restructurarea activităților economice* - distribuirea fondurilor pe ramuri și firme în funcție de performanțele firmelor, gradul de rentabilitate, evaluarea lor bursieră.
5. *dezvoltarea concurenței dintre firme, stimularea tranzacțiilor intercorporații*.
6. *"barometru" al vieții economico-financiare* într-o țară sau pe plan internațional - un indicator al stării lumii de afaceri, al perspectivelor (pe termen scurt) ale economiei.

Problema crucială a pieței secundare este *credibilitatea* acesteia, gradul în care investitorii, lumea de afaceri în general validează mișcarea bursei. Pe de o parte, dacă piața funcționează, titlurile se vând și se cumpără, căpătând astfel un suport economic; pe de altă parte, dacă titlurile se tranzacționează, ele susțin și dezvoltă piața. Dar cercul virtuos se poate transforma într-unul vicios: când piața "nu merge", titlurile își pierd din valoare; când piața se prăbușește, hârtiile de valoare pot deveni, la limită, simple hârtii.

Mișcarea bursei - reflectată de indice - poate să arate o direcție ascendentă (o piață "sub semnul taurului" sau *bull market* engl.) sau, dimpotrivă, o direcție descendentă (o piață "sub semnul ursului" sau *bear market* engl.). În anumite situații, bursa poate reflecta un optimism nefondat, o falsă promisiune de câștig, ajungându-se la desprinderea *trendului* bursei de situația economică reală sau chiar la opoziția deschisă dintre economia financiară și cea reală (reflectată de crahul bursier).

Analiza pieței bursiere pe ansamblul său se realizează în principal cu ajutorul unor indicatori care cuantifică calitativ și cantitativ evoluția componentelor sale. Fiecare bursă de valori are sistemul său propriu de indicatori. Indiferent însă de tipul bursei, sistemul include indicatori referitori la aceleași activități:

- indicatorul general al activității bursiere: *indicele bursei*

- indicatori sintetici pentru sectoarele economiei naționale: *indicatori sectoriali* (industrie, agricultură, sector bancar, companii de asigurări, alimentație publică, turism, servicii, transport.)
- indicatori cantitativi: *numărul titlurilor cotate, numărul titlurilor tranzacționate (cumpărare/ândute), prețurile de vânzare sau cumpărare, valoarea nominală, dividendul sau dobânda pe care o poate primi posesorul, numărul de contracte încheiate, volumul tranzacțiilor, nivelul capitalizării bursiere etc.*
- indicatori calitativi: *rata rentabilității* ((cursul în t_1 + dividendul net în t_1 – cursul în t_0) / cursul în t_0 * 100), riscul și volatilitatea unui titlu mobilier.

Un instrument interpret semnificativ al bursei rămâne întotdeauna indicele bursier specific al acesteia. Indicii sunt, în esență, ***o măsură a dinamicii valorice a unui grup reprezentativ de acțiuni sau a tuturor acțiunilor ce cotează la bursă.***

Principalii indici bursieri

Caseta nr. 2

Piața bursieră	Denumirea indicelui	Conținutul	Utilizarea
New York	Dow Jones	"Media" cursurilor celor mai mari 30 de titluri industriale americane	Indică tendința bursei de pe Wall Street
	NYSE Composite	Capitalizarea bursieră a celui mai important segment al pieței New York-eze: NYSE	Bun indicator al tendinței de ansamblu pentru titlurile importante
	Standard & Poor's	Capitalizarea bursieră a 500 de titluri cotate la NYSE, AMEX și pe OTC	Indice considerat de către specialiști drept cel mai reprezentativ pentru evoluția pieței
Tokio	Nikkei (sau Nikkei Dow Jones)	Media cursurilor a 225 de titluri cuprinse în prima secțiune la Tokyo Stock Exchange (TSE)	Reprezintă aproape 50% din capitalizarea bursieră a primei secțiuni la TSE
	Topix	Capitalizarea bursieră a primei secțiuni la TSE	Reprezentativ pentru tendința de ansamblu a pieței
	TSE	Capitalizarea bursieră pentru secțiunile I și II de la TSE (peste 1500 titluri)	Indicator mai amplu decât Topix, cu valabilitate mai mare pentru firmele mijlocii
Londra	FT-30	Media geometrică a cursurilor celor mai mari 30 de titluri listate	Indicator instantaneu, cel mai utilizat la Londra
	FTSE-100 (sau Footsie)	Capitalizarea bursieră a celor mai mari 100 de companii	Indicator de tendință valabil pentru urmărirea marilor corporații
Frankfurt	FAZ	Media cursurilor bursiere a 100 de mari titluri (curs ponderat cu valoarea nominală)	Indicator reprezentativ pentru economie deoarece include titluri provenind din 15 sectoare diferite de activitate
	DAX-30	Media cursurilor bursiere a 30 de mari titluri (ponderat cu valoarea nominală)	Indicator instantaneu de referință pentru urmărirea tendințelor de pe piața germană
Paris	CAC40	Media cursurilor primelor 40 companii ponderate cu capitalizarea bursieră	Indicator instantaneu de referință pentru piața franceză
	SBF (CAC general)	Capitalizarea bursieră a 239 titluri incluse pe piața la termen (RM) și la vedere	Indicator mai amplu decât CAC40 și deci mai reprezentativ pentru ansamblul pieței

Practic, pentru construirea unui indice, sunt parcurse următoarele etape:

- *selectarea eșantionului, format dintr-un număr restrâns de titluri, astfel încât acesta să fie reprezentativ pentru situația generală a bursei sau a unui sector al acesteia. De exemplu, la Paris, indicele CAC (Cotation Assistée en Continu) reflectă evoluția bursei în funcție de cursul a 40 de acțiuni.*
- *determinarea ponderii diferitelor elemente ale eșantionului. În acest sens, există trei variante:*
 - *pondere egală (daca o acțiune cotează 200 FF și alta 400 FF, se vor lua 10 titluri din prima și 5 din a doua);*
 - *ponderarea cu capitalizarea bursieră (cu cât capitalizarea bursieră a unui titlu este mai mare, cu atât ponderea sa în indice este mai ridicată);*
 - *luarea în considerare numai a cursului titlurilor, fără nici o pondere (simplă adiționare a prețurilor diferitelor acțiuni și măsurarea evoluției sumei obținute).*

- alegerea datei de referință și a indexării (de exemplu, la indicele CAC40, data de referință este 31.12. 1987; mărimea obținută la acea dată a fost echivalată cu 1000 de puncte, astfel încât un indice de 1900 de puncte exprimă o creștere cu 90% față de perioada de bază.)

Scopul principal al analizei indicelui bursier este analiza statistică a evoluției pe termen lung și în vederea previziunii schimbărilor de tendință. Factorii care influențează nivelul cursurilor bursiere sunt, pe de o parte, numeroși și diverși, iar pe de altă parte, unii sunt necuantificabili, conducând la imposibilitatea înglobării influenței tuturor în procesul de analiză.

Analiza grafică (Charles Dow) se bazează pe ipoteza că legea cererii și o ofertei guvernează cursurile bursiere. Unii specialiști o apreciază ca un simplu demers tehnic, fără o bază științifică. Dow a studiat cursul unui titlu și l-a reprodus sub forma unor grafice și a încercat să repereze figuri ale căror semnificație era cunoscută.

Analiza cu ajutorul teoriei lui Dow descompune variațiile indicilor în : fluctuații zilnice, fluctuații scundare (reacții imediate), fluctuații primare (tendința pe termen lung). Teoria lui Dow are ca principal dezavantaj faptul că ea confirmă o schimbare în evoluția pe termen lung a pieței bursiere dar nu o anticipează.

O alta tehnică de analiză a mișcării de ansamblu a pieței, “Valurile lui Elliott” a fost pusă la punct în anii '30 pornind de la teoria lui Dow. Conform acestei teorii piața evoluează ca valurile unui ocean, cu 3 faze: formare, creștere și retragere ciclul complet incluzând alternarea a două perioade, prima de urcare iar cea de-a doua de coborâre.

Operatorii japonezi au descoperit și dezvoltat, încă din secolul trecut, graficele bazate pe “candlestick” (lumânare). Ea permite evidențierea evoluției de ansamblu a unei zile bursiere (de creștere sau scădere), prin compararea celor 4 tipuri de cursuri dintr-o zi : maxim – M, minim – m, deschidere – D, închidere – I.

Plecând de la concepțiile chinezești despre cele două tipuri de energie (Yin–negativă, Yang–pozitivă) analiștii japonezi realizează o similitudine între comportamentul bursier al unei zile și infuziile de energie corespunzătoare. Astfel un curs de închidere superior celui de deschidere corespunde unei zile de energie pozitivă (Yang) și invers.

3. INDICII BURSEI DE VALORI BUCUREȘTI

1. Indicele BET

- Numele indicelui: BET (BUCHAREST EXCHANGE TRADING).
- Data lansării: 22 Septembrie 1997, valoarea inițială 1000 puncte
- Data de referință în calcul: 19 septembrie 1997
- Cuprinde un număr de 10 societăți.
- Este supus unei actualizări lunare.

Indicele Bet este exprimat și în \$ S.U.A. (dollar terms), prin convertirea prețurilor în lei la cursul B.N.R. din ziua respectivă, servind astfel și investitorilor străini care doresc și o altă exprimare a indicelui.

Caracterul de indice interpret este evident.

Scopurile creării primului indice BET al BVB sunt:

- reflectarea tendinței de ansamblu a prețurilor corespunzătoare celor mai lichide și active 10 societăți tranzacționate în cadrul Bursei de Valori București. Aceste societăți sunt selectate din lista tuturor societăților cotate la Bursa de Valori București, exclusiv SIF, aplicându-se totodată și criteriul diversificării activității societăților respective.

- furnizarea unei baze adecvate pentru tranzacționarea instrumentelor derivate pe indici (index options și contracte futures) pentru a asigura acoperirea riscului pentru investitori.

Metoda de calcul a indicelui BET este:

- similară cu cea utilizată pentru calcularea majorității indicilor bursieri, constând în aplicarea unei formule Laspeyres (medie ponderată calculată pe baza capitalizării). Indicele BET este calculat prin aplicarea unei metode de ponderare cu capitalizarea a prețurilor celor mai lichide

10 societăți listate, exclusiv SIF. Pentru simbolurile respective, prețurile înregistrate în fiecare ședință de tranzacționare sunt raportate la prețurile înregistrate în ședința de tranzacționare de referință pe baza formulei următoare:

$$\frac{\sum_{i=1, N} p_{i0} \times q_{i0} \times \frac{p_{it}}{p_{i0}}}{\sum_{i=1, N} p_{i0} \cdot q_{i0}} \quad (1) \quad \text{sau} \quad \frac{\sum_{i=1, N} p_{it} \times q_{i0} \times \frac{p_{it}}{p_{i0}}}{1000 \sum_{i=1, N} p_{it} \cdot q_{i0}} \quad (2) \quad \text{unde:}$$

- N este numărul de acțiuni din portofoliul indicelui: 10;
- p_{i0} este (începând cu 29 Nov. 1999) ultimul preț de închidere al acțiunii la momentul ultimei actualizări a coșului indicelui;
- p_{it} este (din 29 Nov.1999) ultimul preț de închidere al acțiunii i la momentul curent t ;
- q_{i0} este numărul total de acțiuni emise la momentul t_0 .

Pentru a compensa orice efect artificial asupra prețului de tranzacționare datorat valoarea indicelui este ajustată (indicele este racordat) cu un factor de corecție f_i în ziua în care are loc schimbarea care afectează prețul. Astfel se realizează continuitatea și comparabilitatea valorilor indicelui de tip Laspeyres. Specificul factorului de corecție constă în diminuarea treptată a valorii sale. Așa cum se constată factorul de corecție este variabil și depinde direct de $i_{it/i0}$ și indirect de nivelul “0” al indicelui BET (nivelul inițial de 1000 puncte). Variația factorului de corecție tinde după 2000 să devină tot mai mică în paralel cu diminuarea influenței sale în cuantumul indicelui ca atare fapt ce descrie o maturizare a bursei românești. În cazul în care există acțiuni care nu mai corespund regulilor de includere în portofoliul indicelui, iar altele sunt tranzacționate și corespund acestor reguli, se procedează la o actualizare a portofoliului indicelui, factorul de corecție “f” fiind astfel recalculat pentru a compensa această modificare. Astfel se asigură cerința ca indicele să reflecte zilnic schimbările prețurilor acțiunilor față de prețurile aceluiași acțiuni, la un moment de referință. În prezent, societățile incluse în coșul indicelui BET reprezintă mai mult de 60% din capitalizarea totală și 70 % din valoarea totală tranzacționată în BVB.

Regulile de selectare a societăților în portofoliul indicelui

Criteriile pentru selecția valorilor mobiliare în portofoliul indicelui sunt următoarele:

1. cota la *categoria I* a Bursei de Valori București;
2. cea mai mare capitalizare bursieră; de asemenea, suma capitalizărilor firmelor ale căror acțiuni sunt în portofoliul indicelui să depășească 60 % din capitalizarea bursieră totală;
3. diversificarea portofoliului indicelui;
4. cele mai lichide, această caracteristică fiind aproximată prin totalul valorii tranzacțiilor pe acțiunea respectivă; se urmărește ca suma valorii totale a tranzacțiilor acțiunilor din portofoliul indicelui să fie cel puțin 70 % din valoarea totală tranzacționată.

Începând cu 25. 09. 2000, Comitetul Indicelui a hotărât ca portofoliul indicelui să fie actualizat lunar (față de actualizarea trimestrială anterioară) fiind introdus un nou criteriu care constă în limitarea ponderii unui simbol la maximum 25%, devenită 20% după 23 .09. 2004.

Portofoliul indicelui BET

Lansare indice 19-09-1997

Ajustarea din 27-09-2006

Simbol	Preț referință	Pondere (%)	Simbol	Preț referință	Pondere (%)
OLT	4,257.0000	25.58	TLV	1.0200	20.00
DAC	1,204.0000	18.62	BRD	18.1000	20.00
AZO	2,853.0000	13.48	SNP	0.5500	20.00
TER	12,158.0000	11.34	RRC	0.0900	14.99
ATB	7,224.0000	10.75	OLT	0.4650	13.02
PCL	5,321.0000	4.97	ATB	1.3800	4.96
INX	38,318.0000	4.88	IMP	0.4900	3.87

ARC	3,516.0000	4.54	TBM	0.7950	2.32
CMP	1,977.0000	3.31	AZO	0.1740	0.72
SNC	16,317.0000	2.54	RBR	0.0991	0.12

Sursa: www.bvb.ro

Ca idee de dinamică se constată ca doar 30 % din valorile mobiliare (societăți) s-au menținut în primele 10 cele mai lichide și au intrat astfel în cosul indicelui BET și în prezent. Îmbucurător este faptul că noi societăți cu potențial se situează între primele 10 societăți deci au o valoare a tranzacțiilor pe acțiunile lor foarte mare asigurând astfel o diversificare a portofoliului (incluzându-se în prezent și sectorul bancar).

Ajustarea indicelui se efectuează prin următoarele metode:

- modificarea factorilor de ponderare
- modificarea valorii indicelui prin aplicarea unui factor de corecție (conform metodei prezentate anterior)

Ajustarea indicelui este determinată de următoarele evenimente principale:

- divizări (splits) sau consolidări ale acțiunilor incluse în portofoliul indicelui
- modificarea componenței indicelui (înlocuirea unui simbol în portofoliul indicelui)
- modificări (majorări / diminuări) survenite în capitalul sau în capitalizarea unei societăți ale cărei acțiuni sunt incluse în portofoliul indicelui

2. Indicele BET - C -

- a) Numele indicelui: BET-C (Bucharest Exchange Trading–Indice Compozit)
- b) Data lansării: 17 aprilie 1998, valoarea inițială 1000 puncte.
- c) Cuprinde un număr variabil de societăți.
- d) Se actualizează oricând este necesar, revizuit pe bază zilnică.

Caracterul de indice interpret este și aici evident. Al doilea indice al Bursei de Valori București a fost creat pentru a reflecta evoluția de ansamblu a prețurilor tuturor societăților listate la BVB (cu excepția Societăților de Investiții Financiare). Necesitatea creării acestui indice compozit a fost impusă și de creșterea numărului de societăți listate la BVB.

Metoda de calcul aplicată pentru indicele BET-C este identică cu cea utilizată pentru indicele BET. BET-C, un indice din generația a doua, folosește formula mediei prețurilor medii ale acțiunilor, ponderată cu capitalizarea bursieră. Portofoliul indicelui conține toate titlurile listate, iar noile cotate sunt automat incluse a doua zi după formarea prețului de piață. Continuitatea și comparabilitatea valorilor indicelui sunt asigurate de un factor de corecție, care este însăși valoarea indicelui în ziua anterioară modificării compoziției coșului indicelui. Regulile de selectare a societăților în portofoliul indicelui sunt următoarele:

În vederea includerii unei societăți în indicele BET-C este necesar ca respectiva societate să fie listată la BVB (aceasta fiind singura regulă de selecție utilizată pentru BET-C). Societățile de Investiții Financiare nu sunt incluse în indicele BET-C. Pondere maximă admisă a capitalizării unei societăți din coșul indicelui BET-C în totalul capitalizării indicelui este aceeași ca și în cazul indicelui BET (60%). Ajustarea indicelui BET -C utilizează următoarele metode:

- modificarea factorilor de ponderare
- modificarea valorii indicelui prin aplicarea unui factor de corecție (regulă similară cu cea utilizată pentru indicele BET)

Principalele evenimente care determină ajustarea indicelui sunt următoarele:

- divizări (splits) sau consolidări ale acțiunilor incluse în coșul indicelui
- adăugarea sau ștergerea unui simbol în/din coșul indicelui ca urmare a listării, respectiv delistării
- modificări survenite în capitalizarea unei societăți ale cărei acțiuni sunt incluse în portofoliul indicelui, care ar duce la depășirea limitei ponderii procentuale admise în capitalizarea totală a simbolurilor incluse în indice

- modificări de capital (majorări / diminuări) pentru o societate cu acțiuni incluse în indice

La fel ca și la BET aceste modificări implică și recalcularea factorului de ponderare pentru simbolul ajustat anterior la limita procentuală admisă în capitalizarea portofoliului indicelui. BET-C este util pentru ca face posibilă calcularea coeficientului de corelație, prin care legăturile dintre două piețe (sau segmente) pot fi puse în evidență și a cărei mărime indică nivelul de legătură existent între piețele respective.

3. Indicele BET-FI -

- Numele indicelui: BET-FI (Bucharest Exchange Trading–Indice Sectorial pentru Fonduri de Investiții)
- Data lansării: 1 Noiembrie 2000, valoarea inițială 1000 puncte.
- Cuprinde un număr variabil de societăți.
- Actualizarea indicelui se face oricând este necesar, revizuit zilnic.

Caracterul interpret al indicelui este revelator și în acest caz. Fiind primul indice sectorial lansat de BVB, BET-FI reflectă tendința de ansamblu a prețurilor fondurilor de investiții tranzactionate în cadrul BVB. Metoda de calcul este identică cu cea aplicată pentru indicii BET și BET-C. Factorul de ponderare pentru un simbol inclus în indicele BET-FI este numărul de acțiuni al simbolului respectiv. Singura regulă privind includerea unui fond de investiții în indicele BET-FI este ca acesta să fie listat la BVB însă ponderea lor în portofoliul indicelui se modifică.

Portofoliul indicelui BET-FI

Ajustare indice 22-02-2001

Ajustare indice 03-06-2002

Simbol	Pondere(%)	Simbol	Pondere(%)
SIF1 Banat-Crișana	15.68	SIF4 Muntenia	26.01
SIF2 Moldova	11.94	SIF3 Transilvania	20.65
SIF3 Transilvania	21.05	SIF1 Banat-Crișana	19.85
SIF4 Muntenia	28.96	SIF5 Oltenia	18.12
SIF5 Oltenia	22.36	SIF2 Moldova	15.36

Sursa: www.bvb.ro

Următoarele metode se utilizează pentru ajustarea indicelui:

- modificarea factorilor de ponderare
- modificarea valorii indicelui prin aplicarea unui factor de corecție (regula similară cu cea utilizată pentru indicii BET și BET-C)

Principalele evenimente care determină ajustarea indicelui sunt următoarele:

- divizări (splits) sau consolidări ale acțiunilor incluse în coșul indicelui
- adăugarea sau ștergerea unui simbol în/din coșul indicelui ca urmare a listării / delistării;
- modificări de capital pentru o societate ale cărei acțiuni sunt incluse în coșul indicelui

Comitetul Indicelui este responsabil pentru operațiunile referitoare la componența indicilor bursieri și la regulile aplicabile acestora. Comitetul Indicelui adoptă decizii privind respectarea regulilor de selecție și a metodologiei de calcul a indicelui. Comitetul Indicelui se întrunește lunar, în vederea analizării și aprobării deciziilor privind actualizarea indicelui.

Așa cum este firesc accentul în analiza pieței bursiere românești este plasat pe Indicii Bursei de Valori București BET, BET-C și BET-FI.

Evoluția indicilor BVB

Indici bursieri

Indice sectorial

Anul	BET (RON)		BET-C (RON)		BET-FI (RON)	
	puncte	Variație la sfârșitul anului (%)	puncte	Variație la sfârșitul anului (%)	puncte	Variație la sfârșitul anului (%)
1997	757.86	N/A	N/A	N/A		
1998	377.63	-50.20	488.57	N/A		

1999	448.53	18.77	472.75	-3.24		
2000	544.72	21.45	510.81	8.05	1,236.84	N/A
2001	754.85	38.58	486.07	-4.84	2,700.72	118.36
2002	1,659.06	119.79	1,103.12	126.95	6,015.22	122.73
2003	2,171.88	30.91	1,390.38	26.04	8,014.17	33.23
2004	4,364.71	100.96	2,829.45	103.50	17,289.87	115.48
2005	6,586.13	50.90	3,910.88	38.22	47,588.76	175.24
2006	8,464.54*	28.52*	5,169.21*	32.18*	56,730.48*	19.21*

Sursa: www.bvb.ro N/A=nu se aplică *Notă: Informația este actualizată zilnic (exceptând sărbătorile legale)

4. CONCLUZII

Indicele oficial al bursei – BET – a marcat în 1999 primul an de variație pozitivă (+18,77%), creștere care, deși modestă, trebuie privită ca un mic succes al bursei, în condițiile în care în 1998 indicele a marcat o scădere cu 50%, iar în 1997 scăderea a fost de 24% în perioada 19 septembrie (data de lansare a indicelui) – 19 decembrie. Ținând cont de valorile minime și maxime atinse de indice pe parcursul anului 1999, variația sa atinge +76% (în perioada 21 aprilie – 15 noiembrie 1999). Desigur, aceasta nu reprezintă o revenire a bursei de valori în ansamblul său, în condițiile în care indicele BET și-a pierdut din reprezentativitate, portofoliul său rămânând neschimbat din februarie 1998.

La începutul anului 2000 existau o serie de așteptări și prognoze favorabile cu privire la evoluția indicatorilor pieței financiare: reducerea drastică a inflației, creșterea veniturilor reale asigurate de fondurile mutuale, titlurile de stat și dobânzile bancare, creșterea volumelor de tranzacționare la bursa de valori și pe piața RASDAQ concomitent cu o tendință ascendentă a indicilor bursieri, etc. S-a dovedit, însă, că multe din țințele propuse nu au fost atinse, anul 2000 evoluând în linii mari similar cu 1999 iar așteptata relansare a pieței de capital neavând loc nici în cursul acestui an.

Indicii bursieri au avut o evoluție relativ modestă, aceștia înregistrând variații anuale de +21,45% (BET), +8,05% (BET-C), 27,7% (ISIF).

Indicele BET a câștigat 38,58% în anul 2001, câștig ce reprezintă cea mai mare creștere anuală a indicelui (față de +21,45% în 2000, +18,77% în 1999, -50,2% în 1997 și -24,2% în sep-dec 1997). Tot în anul 2001 indicele BET-C a pierdut 4,84%. Indicii BVB nu sunt (și nu pot fi) foarte relevanți: pe de o parte o pondere mare în capitalizare o au un număr redus de societăți (SNP, BRD) iar pe de altă parte indicii nu iau în calcul câștigurile directe aduse investitorilor de emisiunile de acțiuni gratuite, dividende.

Indicele BET a crescut spectaculos cu 119,79% în 2002 (față de 38,58% în 2001). Situația este similară și pentru acțiunile listate la categoria a II-a. Indicele BET-C a înregistrat o creștere de 126,95% în 2002, față de -4,8% în 2001. Și SIF-urile au evoluat bine, indicele BET-FI câștigând 122,73%, față de 118,36% în anul precedent.

Creșterile indicilor BET și BET-C reflectă în mare măsura evoluția foarte bună a acțiunilor BRD și SNP, ce înregistrează cea mai mare pondere în cei doi indici.

În 2003 evoluțiile acțiunilor listate la bursă au oferit motive de bucurie investitorilor, însă bucuria nu a mai fost la fel de mare ca în 2002. Indicele BET a înregistrat o creștere de numai 30,91%, mult mai mică decât cea din 2002 (+119,79%), și chiar mai mică decât cea din 2001 (+38,58%). Indicele BET-C a avut performanțe similare, înregistrând +26,04% în 2003, la distanță mare de creșterea de 126,95% din 2002 (însă totuși stând mai bine decât în 2001, când BET-C a scăzut cu 4,84%).

Chiar dacă nu au mai înregistrat creșteri spectaculoase, acțiunile listate la bursă au adus în general câștiguri semnificativ mai mari decât rata inflației (estimată la 14% - 14,5% pentru 2003) și dobânzile bancare.

Anul 2004 a fost un an de mare excepție pentru investitorii la bursă ; de fapt, din mai multe puncte de vedere 2004 a fost cel mai bun an din istoria BVB de după 1995. Indicele oficial al bursei, BET a crescut cu peste 100% în 2004, deci câștigul mediu oferit de acțiunile listate la bursă a dus la dublarea banilor investitorilor.

Creșterile înregistrate în 2004 au fost relativ surprinzătoare, dacă ne gândim la evoluțiile din ultimii doi ani. Astfel după un an 2002 excelent din toate punctele de vedere a urmat un an 2003 relativ dezamăgitor, cu evoluții stabile și în aceste condiții au existat temeri că bursa de valori și-a atins potențialul și, în lipsa unor emitenți sau instrumente noi, prețurile acțiunilor se vor plafona. Anul 2004 a contrazis această ipoteză : indicele BET a crescut cu 100,96%, indicele BET-C cu 103,5%, iar indicele BET-FI cu 115,48%. Fluctuațiile de pe piața valutară au făcut ca performanțele bursei exprimate în valută să fie chiar mai bune decât cele exprimate în lei.

Astfel, creșterile indicilor bursei exprimați în EUR au fost de +111,5%, +114,1% și +127,0% pentru BET, BET-C, respectiv BET-FI.

Din cele mai multe puncte de vedere anul 2005 a fost, din nou, un an foarte bun pentru bursa de valori și pentru investitorii pe aceasta piață. Indicele BET a adus, pentru al cincilea an consecutiv, randamente real pozitive, BVB a făcut pași concreți spre consolidarea instituțională prin fuziunea cu Bursa Electronica Rasdaq. Creșterile pe piață au început să devină mai selective – nu mai cresc toate acțiunile simultan ca în anii trecuți. Numai 31 din cele 65 de acțiuni listate, adică mai puțin de jumătate, au adus câștiguri totale peste rata inflației în 2005. Situația în anii precedenți arată cu totul altfel : în 2004 89 din acțiunile listate au adus câștiguri peste rata inflației, în timp ce 61% din acțiunile listate au adus câștiguri peste rata inflației în 2003. În 2005 această nouă tendință este vizibilă și prin diferența mare între performanțele indicilor BET (+50,90%), BET-C (+38,22%) și BET-FI (+175,24%), diferență mult mai mare decât în alți ani (pentru referință, în 2004 variațiile celor trei indici au fost +100,96%, +103,50%, respectiv +115,48% - valori destul de apropiate). A început să conteze din ce în ce mai mult analiza, împreună cu studiul rezultatelor financiare, performanțelor și caracteristicilor fiecărui emitent în parte.

Se consideră că există condiții pentru ca anul 2006 să fie unul bun pentru investitori pe piața de capital. Se așteaptă și creșteri de preț moderate pentru unele din acțiunile solide listate la bursă dar și surprize în rândul unora din acțiuni. La acest moment participanții de pe piața de capital și analiștii rămân optimiști și pentru termen mediu.

Efectele aderării la Uniunea Europeană asupra burselor din Polonia, Ungaria și Cehia țări care au intrat în UE pe 1 mai 2004 au fost pozitive ca și în România care a făcut acest pas la 1 ianuarie 2007, conform modificările indicilor bursieri oficiali. Ultimii doi ani, 2006 și 2007, au adus investitorilor de pe piața de capital din România profituri în medie de 30%, ceea ce nu este de ignorat. Astfel, indicele BET, a avut în 2007 o creștere de 22,05%, iar indicele BET-FI a avansat cu 24,85%.

5. BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Anghelache G. – *Bursa și piața extrabursieră*, Ed. Economică, București, 2000
2. Begu L.S. – *Statistică internațională*, Ed All Back, 2000
3. Ghilic M.B. – *Bursa de valori*, Ed. Economică, București, 1997
4. Popa I. – *Bursa*, vol I și II, Ed. Adevărul, București, 1994,1995
5. Postelnicu G. – *Teorie economică*, EFES, Cluj-Napoca, 2001
6. Stancu I. – *Finanțe*, ediția a III-a, Ed. Economică București, 2002
7. Săvoiu G. – *Universul prețurilor și indicii interpret*, Ed. Independența Economică, Pitesti, 2001
8. www.bnro.ro
9. www.bvb.ro

BALANȚA DE VERIFICARE – PUNTE DE LEGATURA DINTRE CONT ȘI BILANT

Elevi: Ciorhan Andreea Ștefania
Nicolae Costin Razvan
Indrumator: Prof. Mielcescu Iulia
Colegiul economic: „Maria Teiuleanu”

Capitolul I

Notiuni introductive :

Operatiile economice care se realizeaza zi de zi intr-o unitate economica se inregistreza in conturi. In orice moment al activitatii economice, fiecare cont in parte pune in evidenta situatia elementelor patrimoniale: existentele la inceputul perioadei, cresterile/ micsorarile, totalul cresterilor/ miscarilor cumulate de la inceputul anului, dar si existentele finale.

Dupa inregistrarea operatiilor in conturi , apare necesitatea unui instrument care sa asigure preluarea rapida si centralizata a informatiilor , pentru a le transpune in bilantul contabil . Acest instrument se numeste **BALANTA DE VERIFICARE**.
Deci , balanta de verificare asigura legatura dintre cont si bilant .

Contul este un instrument care evidentiaza si urmareste , intr-o forma ordonata , informatiile economice, permitand prelucrarea acestora in continuare .

Bilantul este un instrument specifici contabilitati, cu ajutorul caruia se prezinta existenta elementelor patrimoniale si a rezultatului exercitiului obtinut de agentul economic la un moment dat.

Balanta de verificare sau balanta conturilor este un procedeu specific metodei contabilitatii care asigura verificarea exactitatii inregistrarii operatiilor economice in conturi, legatura dintre conturile sintetice si bilant, legatura dintre conturile sintetice si conturile analitice, precum si centralizarea datelor contabilitatii curente.

Ea se intocmeste la sfarsitul fiecărei luni sub forma unui tabel enumerativ al conturilor utilizate,cu sumele înregistrate in fiecare cont.

Anual,societatea comerciala intocmeste 12 balante de verificare cu caracter obligatoriu,la sfarsitul fiecărei luni,avand o imagine de ansamblu asupra mijloacelor economice si asupra cheltuielilor,veniturilor si rezultatelor financiare.

Balanta de verificare asigura respectarea echilibrului permanent impus de dubla inregistrare in conturi.

Balanța de verificare trebuie sa cuprindă:

- Simbolul și denumirea conturilor, în ordine, din planul de conturi în vigoare;
- Totalul sumelor înregistrate în debitul său;
- Totalul sumelor înregistrate în creditul său;
- Soldul contului

Capitolul II

Balanta de verificare :

A. Clasificarea balantelor contabile:

Balantele de verificare a conturilor se clasifica dupa mai multe criterii, si anume:

1. **Dupa natura conturilor pe care le contin pot fi:**

- balante de verificare ale conturilor sintetice (generale)
- balante de verificare ale conturilor analitice.

Balantele de verificare ale conturilor sintetice se intocmesc pe baza datelor preluate din conturile sintetice si cuprind toate conturile sintetice folosite in contabilitatea curenta a unei unitati patrimoniale, intr-o anumita perioada de gestiune.

Balantele de verificare analitice se intocmesc pentru fiecare cont sintetic care a fost desfasurat pe conturi analitice. Spre deosebire de balanta de verificare a conturilor sintetice, care este una singura pe intreprindere, numarul balantelor de verificare ale conturilor analitice depinde de numarul conturilor care au fost desfasurate pe conturi analitice.

2. **Dupa numarul de egalitati pe care le cuprind pot fi:**

- balante de verificare cu o egalitate
- balante de verificare cu doua egalitati
- balante de verificare cu trei egalitati
- balante de verificare cu patru egalitati

Balanta de verificare cu o serie de egalitati poate fi intocmita in doua variante:

- pe baza de total sume (debitoare si creditoare) din conturi
- pe baza de solduri finale ale conturilor (debitoare si creditoare)

Balanta de verificare cu doua serii de egalitati

. Ea cuprinde patru coloane, doua pentru totalul sumelor debitoare si creditoare si doua coloane pentru soldurile finale, debitoare si creditoare si rezulta din combinarea balantei sumelor cu balanta soldurilor.

Balanta de verificare cu trei serii de egalitati contine solduri initiale, rulaje si solduri finale.

Balanta de verificare cu patru serii de egalitati contine: sume precedente, rulaj luna, total sume si solduri finale, fiind o combinatie a primelor trei tipuri.

B. Funcțiile balanței de verificare sunt:

- Funcția de verificare a exactității înregistrărilor efectuate în conturi;
- Funcția de verificare a concordanței dintre conturile sintetice și conturile analitice;
- Funcția de instrument de legătură între conturile sintetice și [bilant](#);
- Funcția de grupare și centralizare a datelor înregistrate în conturi;
- Funcția de instrument de analiză și sinteză a activităților economice.

a) Funcția de verificare a exactității înregistrării operațiilor economice în conturi.

Aceasta funcție constă în controlul și identificarea erorilor de înregistrare în conturi, prin intermediul diferitelor egalități valorice care trebuie să existe în cadrul balanței de verificare, precum și prin intermediul unor corelații valorice stabilite cu ajutorul ei. Înregistrarea greșită a unor operații economice ca urmare a nerespectării principiului dublei înregistrări, trecerea eronată a sumelor din Registrul Jurnal în Registrul Cartea Mare și de aici în balanta, efectuarea unor calcule greșite în formulele contabile complexe, stabilirea eronată a rulajelor și a soldurilor

conturilor, determina inegalități între totalurile balanței, care se semnalizează cu ajutorul ei, fapt ce îi conferă caracterul unui instrument de verificare, de control. Lipsa unei egalități valorice sau a unor corelații constituie dovada existenței unor erori, care trebuie să fie identificate și corectate. Balanța de verificare se prezintă sub forma unui tablou care cuprinde coloane pentru denumirea și simbolul conturilor, soldurile inițiale (debitoare și creditoare), rulajele (debitoare și creditoare) și soldurile finale (debitoare și creditoare). Astfel, ea verifică: corelația dintre egalitățile generate de dubla înregistrare a operațiilor patrimoniale în contabilitate, respectiv a concordanței dintre totalul înregistrărilor din registrul jurnal și totalul rulajelor debitoare și creditoare din balanță; concordanța dintre totalul soldurilor finale debitoare și creditoare din cartea mare și totalul soldurilor finale debitoare și creditoare din balanță.

Verificarea înregistrărilor în conturi și a egalității bilanțiere se reflectă prin cele trei serii de egalități ale balanței, și anume:

- suma soldurilor inițiale debitoare = suma soldurilor inițiale creditoare;
- suma rulajelor debitoare = suma rulajelor creditoare;
- suma soldurilor finale debitoare = suma soldurilor finale creditoare.

Dacă nu se asigură aceste egalități, s-au produs omisiuni sau greseli care trebuie depistate.

Deși în condițiile utilizării calculatoarelor electronice în munca de contabilitate crește exactitatea calculelor, funcția de control a balanței de verificare se menține, iar corelațiile pe care se bazează, servesc la prevederea unor chei de control în programele de lucru ale echipamentelor moderne de prelucrare a datelor.

b) Funcția de legătură dintre conturile sintetice și bilanț

Balanța de verificare concentrează informațiile din toate conturile folosite în contabilitatea curentă a unității. Această legătură se concretizează în faptul că datele din bilanțul anual reprezintă soldurile finale ale conturilor, preluate din balanța de verificare prelucrate și grupate conform necesităților de întocmire a bilanțului. Soldurile inițiale ale conturilor la începutul anului sunt preluate din bilanțul anual, potrivit principiului intangibilității bilanțului de deschidere a unui exercițiu care trebuie să corespundă cu bilanțul de închidere a exercițiului precedent.

c) Funcția de legătură dintre conturile sintetice și cele analitice

Această funcție constă în întocmirea unor balante de verificare ale conturilor analitice pentru fiecare cont sintetic care se desfășoară pe conturi analitice. Cu ajutorul acestor balante se controlează concordanța care trebuie să existe între datele înregistrate în contul sintetic și conturile sale analitice.

Balanța de verificare concentrează informațiile din conturile sintetice, servind la elaborarea bilanțului. Astfel, soldurile finale ale conturilor sintetice de activ și de pasiv sunt trecute în balanța de verificare, de unde sunt preluate, prelucrate și grupate conform necesităților de întocmire a bilanțului. Soldurile inițiale ale conturilor la începutul anului sunt preluate din bilanțul de deschidere a exercițiului care, potrivit principiului intangibilității, trebuie să corespundă cu bilanțul de închidere a exercițiului precedent. Deci, ea face legătura între procedeele de bază a metodei contabilității.

d) Funcția de centralizare a existentelor, mișcărilor și transformărilor elementelor patrimoniale

Gruparea și centralizarea datelor înregistrate în conturi cu ajutorul balanței de verificare oferă conducerii unităților posibilitatea de a cunoaște totalul modificărilor intervenite în volumul și

structura patrimoniului economic, rezultatele financiare obținute în urma activităților desfășurate etc..

Cuprinzind, sub forma centralizată, toate datele privitoare la existențele și mișcările elementelor patrimoniale înregistrate în conturile sintetice și analitice, pe o anumită perioadă de timp, balanța de verificare asigură compararea datelor de la începutul unei perioade de gestiune cu cele de la sfârșitul ei și cu alte perioade de gestiune expirate. Astfel, se pot stabili schimbările produse în mărimea și structura patrimoniului economic, eficiența plasării resurselor etc..

e) Funcția de analiză a activității economice

Balanța de verificare are un rol deosebit de important în analiza situației economico-financiare pe perioade scurte de timp, și în intervalul dintre două bilanțuri, fiind astfel, singurul instrument care furnizează informațiile necesare conducerii operative a unităților patrimoniale. Această analiză are anumite limite comparativ cu analiza care se poate realiza pe baza bilanțului contabil, cu ajutorul balanțelor de verificare obținându-se un grad mai redus de sintetizare a datelor contabile.

Grupând datele contabilității curente, balanța de verificare îndeplinește și funcția de instrument de analiză a activității economice prin confruntarea pe fiecare cont în parte, pe grupe de conturi și pe total, a datelor de la sfârșitul perioadei de gestiune cu cele de la începutul ei. Ea are un rol deosebit de important în analiza situației economico-financiare pe perioade scurte de timp și în intervalul dintre două bilanțuri, fiind singurul instrument de centralizare a activității unităților patrimoniale.

În concluzie, balanța de verificare reprezintă un procedeu al metodei contabilității prin intermediul căruia se asigură gruparea, centralizarea și verificarea exactității datelor din conturi, legătura dintre conturile sintetice și cele analitice, controlul egalității bilanțiere, legătura dintre bilanțul inițial și conturi, și dintre conturi și bilanțul final.

C. Intocmirea balantei de verificare :

Elaborarea balantei de verificare reprezintă o lucrare cu caracter periodic, întocmindu-se lunar și ori de câte ori este necesar, procedându-se astfel: se trec din bilanț soldurile în conturi, se înregistrează operațiile economice și financiare în ordine cronologică în jurnal, prin formule contabile, apoi în ordine sistematică din jurnal în conturi, se transpun datele din conturi în balanța de verificare și se adună coloanele balantei. Înregistrările în evidența sistematică comportă în primul rând trecerea în fiecare cont a soldului inițial din bilanț, apoi a fiecărei operații economice, din jurnal, stabilindu-se soldul final. Stabilirea **soldului final** se face prin relațiile:

$$1. Sfd = Sid + Rd - Rc$$

$$2. Sfc = Sic + Rc - Rd$$

În balanța cu patru serii de egalitate, soldul final se mai poate determina și prin diferența între totalul sumelor debitoare și totalul sumelor creditoare.

D. Identificarea erorilor de înregistrare cu ajutorul balantei de verificare:

Pe lângă funcția de control, balanțele de verificare servesc și la **identificarea erorilor formale de înregistrare** care alterează egalitățile ce trebuie să existe între totalurile diferitelor coloane și a corelațiilor dintre ele, asigurând astfel exactitatea datelor contabile. Erorile care provoacă lipsa de egalitate între coloanele balanțelor pot fi erori de înregistrare în

evidența sistematică, erori de pregătire a conturilor în vederea întocmirii balanței, erori de întocmire a balanței și de stabilire a sumelor în formulele contabile compuse. Erorile de înregistrare în evidența sistematică constau din omisiunea sau transcrierea greșită a sumelor din evidența cronologică (jurnal) sau din actul justificativ în unul din conturi, și anume: suma a fost trecută în debit dar a fost omisă în creditul celuilalt cont sau invers; scrierea incompletă a unei sume, scrierea sumei cu cifre inversate, scrierea altei sume în unul din conturi și corect în celălalt cont etc. identificarea acestor erori se face prin punctaj, adică prin confruntarea tuturor înregistrărilor în ordine cronologică cu cele în ordine sistematică și dacă este necesar și cu documentele justificative.

Erorile de pregătire a conturilor în vederea întocmirii balanței de verificare rezultă din însumarea greșită a rulajelor și a soldurilor în conturi, identificându-se prin refacerea calculelor în fiecare cont.

Erorile de întocmire a balanței de verificare constau din erori la însumarea coloanelor, la stabilirea soldurilor, la preluarea rulajelor, sau a soldurilor din conturile sintetice, identificându-se prin refacerea calculelor sau prin punctaj.

Cu ajutorul balanței de verificare nu pot fi însă semnalate erorile esențiale de fond, care nu influențează egalitățile balanței. Din această categorie fac parte: erorile de înregistrare în registrul jurnal, erorile de compensații, erorile de imputare și omisiuni de înregistrare a unor operații economice.

Erorile de înregistrare în registrul jurnal pot fi cauzate de stabilirea greșită a conturilor corespondente, folosind alte conturi și nu cele ce reflectă just operația respectivă, inversarea formulei contabile, folosirea altei sume decât cea corectă, înregistrarea unei operații de două ori. Erorile de compensație constau din trecerea greșită a sumelor din documentele justificative sau din jurnal în conturi, trecându-se o sumă în plus într-o parte a unui cont sau a mai multor conturi și o altă sumă în minus, de egală valoare cu suma în plus în aceeași parte a unui cont sau a mai multor conturi, încât pe total sumele în plus cu cele în minus se anulează. Unele din aceste erori pot fi identificate prin apariția de solduri necorespunzătoare la unele conturi, neconcordanța între conturile sintetice și cele analitice. Apariția ulterioară a documentelor neinregistrate, reclamațiile corespondenților (clienți, furnizori etc.). De asemenea, cu ajutorul balanței săh, care redă, pe lângă cele trei serii de egalități, și corespondența conturilor, se pot descoperi unele din greselile de fond. Erorile din evidența cronologică se corectează numai prin formule contabile de stornare, iar cele din evidența sistematică prin tăierea sumei greșite cu o linie și scrierea deasupra cu cerneala a sumei corecte.

Metoda contabilității cuprinde ansamblul de procedee și tehnici de lucru, folosite pentru reflectarea și urmărirea în mod sistematic, exact și neîntrerupt a patrimoniului unității, a proceselor economice care au loc și a rezultatelor activității desfășurate.

Unele procedee sunt specifice contabilității: bilanțul contabil, contul, dubla înregistrare, inventarul, balanța de verificare, tehnicile de înregistrare, iar altele sunt comune altor științe: documentele, evaluarea, calculația, autocontrolul.

Pentru a-și îndeplini funcțiile contabilitatea trebuie să satisfacă anumite cerințe: să fie organizată și condusă în mod corespunzător normelor legale, să fie ținută la zi, să fie clară și precisă să cuprindă date complete care să fie furnizate la timp conducerii unității și celor interesați în cunoașterea rezultatelor obținute și gestionarea patrimoniului.

Capitolul III

Aplicatii practice :

1. Se inregistreaza achizitionarea de marfuri conform facturii nr.23 din 10.05.2008 in valoare de 2500000 ,TVA 19%.
2. Plata totala a datoriei catre furnizori conform ordinului de plata nr.15 din 11.05.2008
3. Formarea unei rezerve din capitalul social in valoare de 550000 .

D 401 "Furnizori" C	
2975000	Sic=0 2975000
Rd=2975000	Rc=2975000
TSD=2975000	TSC=297500
SFC=0	

D 5121 "Conturi crt. la C Banci	
Sid= 7600000	2975000
Rd= 0	Rc=2975000
TSD= 7600000	TSC=2975000
SFD= 4625000	

D 1012 "Capital s.s. varsat" C	
550000	Sic=52550000
Rd=550000	Rc=0
TSD=550000	TSC=52550000
SFC= 52000000	

D 1068 "Rezerve" C	
	Sic=50000 550000
Rd= 0	Rc= 550000
TSD=0	TSC=600000
SFC=600000	

Balanta de verificare

Simbol	Denumire	Sold precedent		Rulaj		Total sume		Sold final	
		D	C	D	C	D	C	D	C
1011	Cap. s. s. nevarsat	—	—	—	—	—	—	—	—
1012	Cap. s. s. varsat	—	52550000	550000	—	55000	52550000	—	52000000
1041	Prime de emisiune	—	—	—	—	—	—	—	—
1068	Rezerve	—	50000	—	550000	—	600000	—	600000
2111	Terenuri	10000000	—	—	—	10000000	—	10000000	—
2131	Utilaje si masini	15000000	—	—	—	15000000	—	15000000	—

2133	Mijloace de transp.	16000000	_____	_____	_____	16000000	_____	16000000	_____
262	Titluri de participare	4000000	_____	_____	_____	4000000	_____	4000000	_____
371	Marfuri	_____	_____	2500000	_____	2500000	_____	2500000	_____
401	Furnizori	_____	_____	2975000	2975000	2975000	2975000	_____	_____
4426	TVA d.	_____	_____	475000	_____	475000	_____	475000	_____
5121	Conturi curente la banci	7600000	_____	_____	2975000	7600000	2975000	4625000	_____

TOTAL 52600000 = 52600000 6500000=6500000 59100000 = 59100000 52600000 = 52600000

Bilant final

Elemente de activ	Sume	Elemente de pasiv	Sume
<u>1. Imobilizari</u>		<u>1. Capitaluri proprii</u>	
2111 Terenuri	10000000	1012 Cap. s. s. nevarsat	52000000
2131 Utilaje si masini	15000000		
2133 Mijloace de transp	16000000	<u>2. Rezerve</u>	
262 Titluri de participare	4000000	1068 Rezerve	600000
<u>2. Active circulante</u>			
371 Marfuri	2500000		
4426 TVA d.	475000		
5121 Conturi curente la banci	4625000		

TOTAL = 52600000

TOTAL= 52600000

Bibliografie

1. Octavian Bojian Contabilitatea intreprinderilor , Editura Economica , Bucuresti, 1999
2. Octavian Bojian Bazele contabilitatii , Editura Eficient , Bucuresti, 1997
3. Mihai Epuran , Valeria Babaița Bazele contabilitatii , Editura de Vest , Timisoara ,1994
4. Violeta Isai Contabilitate financiara , Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 2003
5. Violeta Isai Aplicatii de contabilitate financiara , Editura Didactica si Pedagogica , Bucuresti, 2003
6. Ion Negrescu Logica inregistrarilor contabile , Editura Economica , Bucuresti, 1996
7. Mihai riste si colectiv Contabilitatea intreprinderilor , Editura Margaritar , Bucuresti, 1997
8. Ministerul Finantelor Reglementari contabile pentru agenti economici , Editura Economica , Bucuresti, 2002
9. *** Legea contabilitarii nr.82/1991 , Republicata

SECȚIUNEA 4:

S4. MANAGEMENT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

PLAN DE AFACERI

Autor : Neagoe Denisa

Îndrumător : prep.univ. Ilie Cătălina

La societate commerciale “ORIENTAL” SRL a comme object d’activite le commerce en-detail avec des produits decoratives importes de pays orientales. Premierement l’objectif de la societate est de penetrer sur le marche de ces produits et deuxieme fois, l’objectif concerne le developpment d’affaire non seulement dans le ville de Pitesti, mais encore dans d’autres villes du pays. Les produits peuvent etre acheter par des personnes physique et aussi par de personne juridique. Les prix sont en generale accesible pour la categorie moyenne de la societate et les produits peuvent etre utilises dans les logements personnelles et aussi dans les institutes publiques et prives.

CAPITOLUL 1 – Scurt istoric

S.C. ORIENTAL S.R.L. Pitești, cu sediul în Pitești, strada Vasile Milea, nr 17, județul Argeș, tel/fax: 0348/805257, este o firmă de comerț cu capital integral privat care are ca obiect de activitate comercializarea en-detail, de obiecte decorative în stil oriental, import Turcia, Dubai și India.

Firma este o Societate cu Răspundere Limitată și are un singur acționar care este și managerul general al firmei.

Societatea a fost înregistrată în Registrul Comerțului cu J03/1710/2004, C.U.I : RO 18903524.

Obiective

Obiectivul principal al firmei într-o primă fază este să pătrundă pe piața obiectelor decorative și să se mențină, pentru ca apoi să se extindă, deschizând noi magazine atât în Pitești cât și în alte orașe din țară. La acesta se adaugă și desfacerea de mărfuri pe piața internă.

Misiunea

Misiunea firmei este de a comercializa produse profitabile pe piața internă în scopul permanentei îmbunătățiri a percepției pe care clienții și angajații o vor acumula despre calitatea activității noastre.

În acest scop fiecare compartiment al firmei trebuie să obțină rezultate superioare în comparație cu principalii concurenți. Acesta presupune o colaborare deplină cu clienții noștri care depășind înțelegerea și satisfacerea necesităților lor, vor încerca să le anticipeze.

Trebuie să ne asumăm riscul de a descoperi soluții originale și îndrăznețe pentru rezolvarea cât mai multor probleme complexe, introducând pe piața pe care concurem produse mai avantajoase comparativ cu cele ale concurenților.

S.C. ORIENTAL S.R.L. pune accent în desfășurarea activității sale pe client și pe satisfacerea într-o cât mai mare măsură a dorințelor și nevoilor sale.

CAPITOLUL 2 – Prezentarea societății

2.1. Managementul firmei

ORIENTAL este o Societate cu Răspundere Limitată al cărui patron este și managerul general al societății. Acesta se va ocupa de toate problemele operaționale, comerciale și manageriale ale firmei.

Managerul general va fi cel care va adopta deciziile referitoare la activitatea societății. Deciziile se vor baza aproape în exclusivitate pe experiența și capacitatea decizională a managerului general.

2.2. Personalul

Personalul necesar magazinului este următorul:

- Manager: 1

Managerul general al S.C. ORIENTAL S.R.L. a absolvit Facultatea de Finanțe, ASE, Pitești și deține o specializare în management (MBA).

- Contabil: 1

Acesta va fi angajat cu contract de colaborare, pe baza experienței și a capacității profesionale. Este absolvent al Facultății de Contabilitate, ASE , Pitești.

- Designer: 1

Acesta va fi angajat cu contract de colaborare. A absolvit Facultatea de Arte Plastice, secția design din Cluj.

- Vânzătoare: 2

Cu acestea societatea va încheia contracte de muncă pe perioadă nedeterminată. În vederea angajării, este necesar ca vânzătoarele să aibă studii medii, experiență în același domeniu de activitate pentru a le putea oferi clienților informații care să-i ajute în alegerea obiectului dorit și o prezență plăcută.

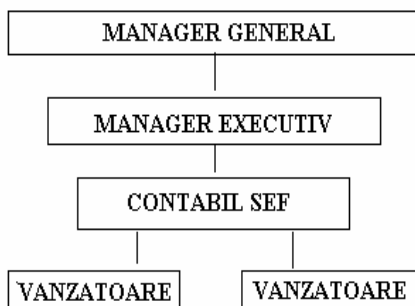
2.3. Clientii

Produsele oferite de societate nu sunt produse de lux, dar sunt produse de bun gust și de foarte bună calitate. Prețurile accesibile permit achiziționarea lor și de către persoanele care dispun de un buget redus.

Grupul tinta : este reprezentat de persoane fizice , dar și juridice, produsele societății putând fi folosite atât în locuințele personale cât și în instituții publice sau private.

2.4 Structura organizatorică a societății

Organigrama societății S.C. ORIENTAL S.R.L. :



2.5. Promovarea

De asemenea, firma va colabora cu o agenție de publicitate, care se va ocupa de promovarea firmei pe piață prin:

- anunțuri publicitare în ziarele locale și la posturile locale de radio și TV
- pliante publicitare.

Vom folosi ca mijloc de promovare reclama la posturile locale de radio și TV care se bucură de o destul de mare audiență. Un avantaj al acestui mijloc de comunicare cu publicul este frecvența mai mare de reclamare și posibilitatea de a efectua o serie de concursuri prin care se vor pune în joc diferite obiecte decorative de către întreprindere astfel aducând un important aport în relația mărcii cu publicul. Astfel de concursuri au ca scop reducerea surplusului de cheltuieli și o mai mare informare a populației.

De asemenea, firma își propune crearea unui site pe internet (www.oriental.ro) site care va oferi vizitatorilor săi virtuali atât informații referitoare la activitatea firmei ORIENTAL, cât și posibilitatea de a achiziționa produsele firmei chiar de acasă din fața calculatorului

CAPITOLUL 3 –Descrierea proiectului

3.1 Echipamente

S.C. ORIENTAL S.R.L. își propune achiziționarea următoarelor echipamente tehnologice:

- computer: 1
- telefon: 1
- fax: 1
- casă de marcat: 1
- instalație de aer condiționat: 1
- sistem de alarmă: 1
- P.O.S.: 1
- Imprimanta: 1
- Camera de supraveghere: 1

3.2. Mobilier

Mobilierul ce urmează a fi achiziționat de societatea ORIENTAL este următorul:

- birou: 1
- dulapuri pentru depozitarea documentelor firmei: 2
- scaune: 6
- casă de bani: 1
- rafturi pentru depozitarea produselor, în funcție de spațiu
- rafturi și mese pentru prezentarea produselor, în funcție de spațiu

3.3. Spații

Spațiul necesar desfășurării activității societății “ORIENTAL” este de 50 mp. Din acești 50 mp, 20 mp vor fi utilizați pentru amenajarea unui mic birou în care să-și desfășoare activitatea managerul și pentru depozitarea produselor, iar restul de 30 mp pentru expunerea și vânzarea propriu-zisă a obiectelor decorative.

Spațiul va fi închiriat la parterul unui imobil într-o zonă circulată din centrul orașului.

3.4. Personalul

Managerul general al societății “ORIENTAL” va adopta toate deciziile referitoare la activitatea societății și se va ocupa de toate problemele operaționale, comerciale și manageriale ale firmei.

Contabilul, angajat cu contract de colaborare, va asigura contabilitatea firmei ORIENTAL.

Designerul va fi angajat cu colaborare pentru a amenaja vitrina și spațiul de desfacere al magazinului, conferindu-i acestuia atmosfera caldă, primitoare și în același timp modernă pe care clienții și-o doresc pentru casele lor.

Vânzătoarele se vor ocupa cu vânzarea propriu-zisă a obiectelor decorative și cu încasarea banilor de la clienți. De asemenea, vânzătoarele trebuie să fie capabile să ofere informații clienților cu privire la obiectele expuse în magazin, informații care i-ar putea ajuta în alegerea obiectului dorit, să facă sugestii pertinente clienților nehotărâți, și nu în ultimul rând să fie politicoase și răbdătoare.

Angajații societății ORIENTAL vor fi stimulați prin acordarea de prime, corespunder rezultatelor.

Între managerul general al societății și personal va exista o deplină colaborare, în vederea asigurării unei comunicări necesare desfășurării eficiente a activităților.

3.5. Descrierea produselor

S.C. ORIENTAL S.A. comercializează o gamă variată de obiecte decorative utile decorării tuturor încăperilor unei case sau ale unui apartament, pornind de la living și până la bucătărie. Unele obiecte sunt lucrate manual atât de meșteșugarii din străinătate, iar o parte dintre acestea sunt chiar unicate.

Produsele oferite de magazin nu sunt produse de lux, dar sunt produse de bun gust și de foarte bună calitate, cu **prețuri** accesibile care să permită achiziționarea lor și de către persoanele ce dispun de un buget redus.

Firma ORIENTAL va încerca menținerea **calității produselor** oferite la înălțimea exigențelor clienților, asigurarea calității fiind condiția esențială pentru păstrarea fidelității clienților și atragerea de noi clienți.

S.C. ORIENTAL S.R.L. importa obiecte decorative din țări orientale precum Turcia, Dubai sau India. Transportul acestora este asigurat de către firmele exportatoare urmând ca societatea ORIENTAL să plătească taxele vamale.

Avantajele principale ale produselor comercializate de firma ORIENTAL sunt prețurile accesibile, calitatea, caracteristicile speciale ca rezultat al caracterului unicat al unora dintre acestea, precum și posibilitatea achiziționării unor obiecte decorative din fața calculatorului.

3.6 Furnizorii

Firma S.C. ORIENTAL S.R.L. întreține relații comerciale cu un număr însemnat de furnizori. Principalii furnizori ai societății sunt VICTOMAR HOLZ TURCIA, SEHER & BOMIS TURCIA, EKINCIOGLU DUBAI, BIR- OL INDIA.

Relatiile societatii cu furnizorii se intentioneaza a fi de lunga durata, fidelizandu-i pe acestia din urma.

Pentru comenzile deosebite ale clientilor, furnizorii pot executa la comanda obiectele dorite.

3.7 Grupul tinta

Obiectele decorative comercializate de magazinul ORIENTAL se adresează persoanelor iubitoare de frumos, deschise la nou în materie de obiecte decorative. Produsele oferite de acest magazin nu sunt produse de lux, dar sunt produse de bun gust și calitate, cu prețuri accesibile care să permită și persoanelor ce dispun de un buget redus să confere căminului lor o atmosferă modernă și primitoare.

În ceea ce privește concurența, în prezent pe piața pitesteană există un număr redus de magazine care au ca obiect de activitate comercializarea de obiecte decorative. Piața de obiecte decorative este o piață în creștere în România.

CAPITOLUL 4 – Analiza diagnostic ASOA

ATUURI : - personalul calificat al societatii; - raportul calitate-preț; - abilitate manageriala; - diversitate de produse; - resurse financiare adecvate - o poziție pe piața buna a firmei; - capacitate de inovare.	SLABICIUNI : - dependentă de furnizori; - tehnologie învechită; - dificultățile ce pot apărea în timpul transportului spre România;
OPORTUNITATI : - deservirea unor categorii suplimentare de clienți; - inovație; - creșterea pieței; - tendințele pieței; - atragerea de noi clienți.	AMENINTARI : - taxele impuse de autoritățile locale; - veniturile tot mai mici ale populației; - schimbarea nevoilor de consum ale clienților; - schimbări demografice (migrarea populației); - creșterea prețului produselor de către exportatori.

CAPITOLUL 5 – Impactul proiectului

Din punct de vedere economic S.C. ORIENTAL S.A. aduce pe piața obiectelor decorative din Pitesti o mare diversitate de produse de bun gust și calitate la prețuri accesibile, care să poată fi achiziționate și de persoanele care dispun de bugete mai mici.

Din punct de vedere social prin înființarea societății ORIENTAL se creează noi locuri de muncă pentru personalul calificat existent pe piața muncii.

În ceea ce privește impactul asupra mediului, înființarea societății ORIENTAL nu va efecte asupra mediului, din proces nerezultând deșeuri care să ridice probleme de depozitare, prelucrare sau evacuare. S.C. ORIENTAL S.A. va respecta prevederile legale privind protecția mediului.

CAPITOLUL 6 – Concluzii

Din analiza ansamblului informațiilor prezentate decurg următoarele concluzii pincipale:

- 1) **Afacerea este fezabilă** din punct de vedere:
 - comercial, întrucât piața obiectelor decorative este o piață în creștere în România;
 - financiar, deoarece societate ORIENTAL dispune din surse proprii de o parte din resursele financiare necesare înființării;
 - uman, deoarece pe piața muncii există personalul cu calificarea cerută de înființarea societății;
 - managerial, deoarece firma posedă un manager serios și competent.
- 2) **Afacerea este profitabilă**, deoarece în trei ani se poate achita creditul către BRD, obținând un anumit profit, după care profitul se va amplifica rapid și substanțial.
- 3) **Afacerea este credibilă**, datorită:
 - profitabilității sale;
 - aportului propriu de numerar cu care poate contribui la investiție;
 - eliberării din primii ani a unui flux de lichidități suficient de mare pentru a rambursa creditul;

BIBLIOGRAFIE

1. GH. Basanu, M. Parjol – Management Aprovizionării și Desfacerii, Ed. Economică, București, 1996.
2. O. Nicolescu, I. Verboncu – Management, Ed. Economică, București, 1999.
3. GH. Basanu, M. Pricop – Marketing, Aprovizionare, Desfacere, ASE, 1998.
4. Eric N. Berkowitz, Roger A. Kerin, William Rudelins – Marketing, ediția a-II-a, IRWIN, Homewood, Boston, 1989.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE DIN FIRMELE DE COMERT ROMANESTI IN CONTEXTUL INTEGRARII IN UNIUNEA EUROPEANA

Autor : Diaconeasa Margareta

Îndrumător : prep.univ.Ilie Catalina

Les ressources humaines sont importantes et chères également dans toute organisation, n'importe quel est son domaine d'activité.

La réalité existante dans les firmes renommées dans le monde nous montre qu'une firme reste compétitive seulement si elle a un management performant dans l'utilisation des ressources humaines. Dans le cadre de ces ressources, la performance individuelle doit être suffisamment élevée pour que l'organisation atteigne l'excellence. La performance individuelle dépend du système de motivation, de désir des employées de faire l'effort nécessaire pour le travail, le perfectionnement et l'instruction des employées et leur capacité d'exécuter ce qu'on leur demande.

Les gens sont la plus importante catégorie de ressources actives qu'une firme peut utiliser. Mais par malheur, les gens sont aussi la seule ressource qui peut agir contre les buts de l'organisation (COLE 2000). Tenir compte de ces considérants, la nécessité d'un effort de collaboration est évidente, entre managers et exécutants, effort par lequel les gens peuvent arriver à trouver au service de l'organisation, de la firme, un débouché de leur énergie et de leur créativité latente.

Les managers des firmes roumaines doivent devenir conscients de ce que le succès de la firme peut être obtenu seulement quand chaque employée y peut sentir sa valeur et son importance. Si tous les employées manifestent une attitude positive envers l'accomplissement personnel on crée des prémisses favorables pour qu'on obtienne des performances au niveau de la firme et inversement.

La focalisation de la conception du management des ressources humaines, les seules dont l'effet est créateur, représente une condition essentielle dans l'accomplissement des performances, n'importe quel est le domaine d'activité.

Succesul oricărei organizații rezultă din angajarea eficientă a resurselor umane. Sintagma potrivit căreia omul se află în centrul organizației este o sintagmă foarte cunoscută și frecvent utilizată în zilele noastre. Cu toate acestea, puține organizații acordă suficientă atenție acestui fapt, obiectivul lor fiind, mai degrabă, rentabilitatea pe termen scurt sau mediu.

Dezvoltarea economiei și a tehnicii, transformarea rapidă a mediului social al organizațiilor, creșterea responsabilității sociale și a mobilității resurselor umane, schimbarea psihologiei industriale reprezintă aspecte semnificative care evidențiază importanța resurselor umane pentru o organizație.

În contextul globalizării și mondializării piețelor, au loc continue schimbări semnificative ale mediului de afaceri, cu influențe asupra conducerii organizațiilor și determinând mutații în calificarea resurselor umane și în managementul acestora. Pe de altă parte, progresul rapid al științei și tehnicii contemporane, amplificarea cunoștințelor în toate domeniile de activitate sunt factori de presiune pentru schimbări în organizarea structurală a firmelor și în managementul acestora, în structura și calitatea resurselor umane, precum și în managementul acestor resurse.

Toate aceste schimbări afectează și economia țării noastre. În ce privește firmele românești, odată cu integrarea economiei românești în economia Uniunii Europene, atât

numărul cât și calitatea resurselor umane vor căpăta noi dimensiuni, greu de apreciat în momentul de față. Vor fi necesare metode noi de abordare a problematicii resurselor umane care să permită adaptarea lor la schimbările din mediul ambiant și din organizații

Printre numeroasele transformări ce au afectat salariații din țările dezvoltate, la sfârșitul secolului XX, se numără următoarele trei (GAZIER 2003):

- în primul rând salariații sunt mai bine instruiți, fie că e vorba de nivelul formării inițiale, de experiența acumulată sau de completările aduse de formarea continuă. Fără a putea spune cu certitudine că eficacitatea economică a acestor țări derivă din aceste progrese, realitatea ne arată, totuși, că întreprinderile cele mai performante au forța de muncă cea mai bine pregătită.
- a doua transformare constă în faptul că printre salariați se numără din ce în ce mai multe femei. În prezent, numărul tot mai mare al femeilor salariate se datorează calificării crescânde a acestora. În Franța, de exemplu, se tinde spre adoptarea modelului scandinav unde procentul femeilor salariate este aproape egal cu cel al bărbaților. Totuși, în anumite țări femeile lucrează cu jumătate de normă sau sunt casnice, deschizându-li-se puține perspective de salarizare și încă și mai puține de promovare.
- a treia transformare se referă la îmbătrânirea personalului salariat. Ea corespunde evoluției demografice în Europa ca și în SUA și Japonia și este accentuată de creșterea duratei studiilor. Consecințele îmbătrânirii personalului constituie principala problemă a tuturor țărilor industrializate, afectate sau nu de șomajul în masă.

Datorită confruntării cu disponibilitățile de forță de muncă, câmpul muncii la sfârșitul secolului XX are capacități de integrare limitate în țările dezvoltate din două motive. Primul motiv constă în încetinirea ritmului de dezvoltare a economiei mondiale și slaba creștere a productivității. Al doilea motiv constă în bătălia pentru câștigarea unei poziții geopolitice avantajoase și competitive: anumite industrii angajate într-un proces de recuperare avansează forțat (la începutul anilor '90 uzinele europene de automobile realizează creșteri anuale ale productivității de peste 10%), iar alte ramuri întregi de activitate se prăbușesc sau unele sectoare prospere altădată, se restrâng (GAZIER 2003).

Concomitent cu schimbările care au loc în economie la nivel mondial, sub influența progresului tehnico-științific, apar mutații importante și în ce privește structura și calitatea resurselor umane. Este vorba de reducerea accentuată a muncii fizice în favoarea muncii intelectuale, evoluții în structura resurselor umane, apariția de profesii și meserii noi etc.

Odată cu extinderea utilizării dispozitivelor automate se reduce gradul de participare a omului la executarea procesului de producție, determinând transformarea muncitorului prelucrător în muncitor operator. Aceasta conduce la reducerea accentuată a muncii fizice în favoarea muncii intelectuale, ceea ce atrage după sine modificări în conținutul calificării și sporește necesitatea cunoștințelor tehnice în raport cu deprinderile practice.

Resursele umane se vor constitui într-un centru de interes pentru orice firmă competitivă, iar problemele privind formarea profesională, calificarea, recalificarea, policalificarea vor constitui direcții de cercetare și dezvoltare a întreprinderii viitorului.

În viitor va crește ponderea celor ce vor lucra în cercetare, dar modalitățile de implicare directă vor continua să fie diferite. Spre exemplu, în companiile japoneze, din 30.000 de angajați ai unei companii, toți sunt inventivi, implicați în cercetare și perfecționare, în timp ce în companiile europene proporția este de 2000 de angajați creativi la un total de 28.000 de angajați ai unei companii (MATHIS et al 1998).

Angajații în „întreprinderea viitorului” vor fi confrunțați cu noi exigențe. Pe lângă atribuțiile curente de la locul de muncă, fiecare angajat va fi implicat, prin forme specifice, la îmbunătățirea randamentului propriei activități.

În ce privește firmele din România, se pot observa o serie de schimbări, într-o perioadă relativ scurtă: îmbunătățirea procesului managerial, mutarea accentului de la cantitate la calitate, alocarea unor fonduri importante pentru cercetare științifică, în special în sectorul particular. Toate aceste schimbări contribuie la obținerea unor produse mai competitive, la extinderea piețelor de desfacere și, implicit, la creșterea volumului de resurse umane angajate în procesul productiv.

Creșterea gradului de dezvoltare tehnică determină importante mutații în structura resurselor umane. Pe măsură ce societatea progresează, tehnica înlocuiește tot mai mult funcțiile omului în desfășurarea procesului de obținere a bunurilor și serviciilor. Mecanizarea și automatizarea complexă au drept efect reducerea treptată a ponderii muncitorilor.

Drept urmare, în ultimii ani, cele mai rapide ritmuri de creștere a ofertei de muncă au fost înregistrate în ocupații profesionale precum: instalarea și repararea aparaturii de prelucrare a datelor, programarea pe calculator, întreținerea mașinilor de birou.

Se vor manifesta creșteri și în următoarele categorii de personal: personalul cu atribuții manageriale, profesii intelectuale specializate, personalul din domeniul prestărilor de servicii. De asemenea, cele mai mari creșteri ale numărului de locuri de muncă se vor înregistra în firmele mici și mijlocii.

Concomitent cu aceste evoluții, în structura ocupațională vor avea loc o serie de mutații majore în sfera atitudinilor și aptitudinilor, ca rezultat al transformării muncitorului prelucrător în muncitor operator. Este vorba despre deplasarea ponderii aptitudinilor de la cele senzoriale și motrice spre aptitudinile intelectuale.

Un rol esențial revine inovației, nemaiputându-se fabrica în continuare aceleași produse. Firmele care nu vor reuși să se afirme pe acest plan au toate șansele să fie sortite eșecului. Numai modificarea concepției manageriale, în sensul renunțării la ceea ce aparține trecutului, poate disponibiliza resursele materiale și financiare și în special cele umane, pentru a lucra în direcția progresului.

Datorită accelerării schimbărilor în toate domeniile de activitate, ca urmare a progresului tehnic, apar, la intervale tot mai scurte de timp, meserii și profesii noi și dispar altele vechi.

Apariția unor noi meserii și profesii implică unele mutații în sistemul de pregătire profesională. Conform concluziilor unor studii de specialitate, există un decalaj care se mărește continuu, între evoluția tehnicii și nivelul de calificare al resurselor umane. Având în vedere experiența celor mai performante firme din lume, rezultă că educația continuă a resurselor umane va deveni o componentă a procesului de producție, iar formarea profesională va ocupa până la 10-15% din timpul de muncă.

Înșușirea unei profesii nu se poate realiza fără însușirea temeinică a unor cunoștințe de specialitate. O importanță din ce în ce mai mare o vor avea, pe de o parte, formarea deprinderilor de a gândi și de a analiza critic, iar pe de altă parte, punerea în valoare a acestora prin sistemele de recompensare. În afara pregătirii dobândite în perioada normală de formare, specialiștii trebuie să-și perfecționeze continuu propria pregătire, stilul și metodele de muncă. Ei vor fi educați în spirit creativ, astfel încât să renunțe la vechile metode și proceduri din proprie inițiativă și să anticipeze schimbările viitoare în propriile profesii și locuri de muncă.

În condițiile în care complexitatea vieții economico-sociale contemporane este din ce în ce mai mare, iar realizările din domeniul științei și tehnologiei tind să impulsioneze trecerea de la o societate de producție preponderent cantitativă, la o societate de creație în care prioritatea revine performanțelor calitative, cerințele față de actul managerial de la toate nivelurile ierarhice, sporesc, în mod inevitabil. Astăzi, mai mult ca oricând, știința care învinge este știința conducerii – managementul.

Evoluțiile viitoare ale managementului se pot caracteriza prin faptul că acestea vor cuprinde toate domeniile vieții economice, sociale și politice, permițând o mai bună înțelegere și abordare a problemelor pieței și a nevoilor clienților.

Dezvoltarea sistemelor de comunicație și a tehnicii de prelucrare a datelor va influența și în viitor evoluția managementului și în special, dezvoltarea metodelor de management. Dezvoltarea tehnologiilor înalt intensive sau a celor în medii ostile va duce la proliferarea automatizării flexibile prin utilizarea pe scară largă a roboților industriali.

În aceste condiții, au loc o serie de mutații esențiale și în exercitarea funcțiilor managementului, cu impact direct asupra resurselor umane.

În ce privește planificarea, managerii vor alocă din ce în ce mai mult timp pentru planificarea strategică și mai puțin pentru direcționarea activității angajaților. Tehnicile de planificare, în special cele privind tehnologiile și schimbările sociale, vor deveni tot mai sofisticate.

Funcția de organizare va suferi și ea o serie de mutații esențiale, în exercitarea sa. Structurile organizatorice vor deveni tot mai descentralizate, formându-se grupuri semiautonomie, eliberate de formalism, mai independente și mai flexibile în rezolvarea problemelor. Fiind mai puțin rigide, structurile organizatorice vor putea fi rapid adaptate în raport cu evoluțiile particulare ale firmelor. Posturile vor fi adaptabile în funcție de caracteristicile fiecărei persoane, iar structura grupurilor de muncă va constitui o problemă internă a acestora. Diminuarea autorității va reduce ierarhia și birocrăția, iar transmiterea informațiilor va fi tot mai rapidă. Negocierile vor înlocui autoritatea, iar dirijarea angajaților de către manageri va fi înlocuită cu cooperarea acestora.

În ce privește decizia, managerii vor fi mai puțin autoritari, vor promova un stil mai flexibil, facilitând deciziile de grup. Participarea salariaților la deciziile majore va fi din ce în ce mai mare.

Motivarea salariaților va fi mai complexă și va fi dominată de un înalt nivel al necesităților psihologice. Un rol esențial în prefigurarea carierei individuale îl au inițiativa și spiritul creator.

Descentralizarea și personalizarea muncii vor face controlul mai dificil. Controlul privind comportamentul salariaților va fi din ce în ce mai redus și orientat spre aspectele motivaționale ale condițiilor de muncă. Angajații vor fi, astfel, mai responsabili pentru sarcinile pe care le au de îndeplinit, iar evaluarea se va face printr-o precisă evidențiere a rezultatelor. Angajații și grupurile de muncă vor colabora cu superiorii lor pentru elaborarea sistemelor de control și de apreciere a performanțelor sau chiar își vor elabora propriile sisteme. Folosirea mijloacelor electronice de urmărire și obținere a informațiilor va limita existența distorsiunilor informaționale.

Rezultatele obținute de orice organizație sunt condiționate de calitatea procesului managerial, iar acesta depinde într-o măsură apreciabilă de conducătorul (managerul) organizației. Specialiștii în domeniul managementului sunt de părere că „nu există firme cu rezultate bune sau rele, ci bine sau rău conduse” (DRUCKER 2000).

Schimbările importante din domeniul economic și social-politic, atât pe plan intern cât și în sistemul relațiilor economice internaționale, antrenează creșterea complexității responsabilităților manageriale, precum și modificarea raportului dintre ele, în sensul că unele responsabilități vor pierde din importanță în avantajul altora noi.

Responsabilitățile ce revin managerilor de vârf se vor schimba în sensul adaptării lor și a raporturilor dintre ele la creșterea complexității și lărgirea problematicii managementului. Are loc o schimbare radicală și în conținutul funcțiilor individuale necesare îndeplinirii acestor responsabilități.

Responsabilitățile clasice ale managerilor privind aprovizionarea, producția, vânzarea, cercetarea și dezvoltarea, administrația vor rămâne dar se vor modifica relațiile dintre ele, în sensul că unele vor pierde din importanță și vor apărea altele noi, cu importanță mai mare,

cum ar fi: asigurarea calității și a mentenanței, siguranța ecologică, logistică etc. Urmărirea activității firmei se va face pe baza principiului „circuit de control cibernetic”, cu salariați competenți în adoptarea hotărârilor. Se va perfecționa sistemul informațional de feed-back pentru controlul schimbărilor planificate și pentru adaptarea în timp util în funcție de mutațiile previzibile ale mediului socio-economic.

Democrația, la fel ca și revoluția tehnico-științifică, depind în cea mai mare măsură de calitatea conducerii, de modalitățile ei de desfășurare. Afirmarea „revoluției manageriale” este condiționată de oameni aflați în dublă ipostază: manageri și executanți.

Într-o societate aflată în permanentă schimbare și dezvoltare, cu organizații pe măsură, exigențele privind calitățile manageriale evoluează în mod continuu.

Managerii care nu sunt capabili să facă față și să se adapteze acestor schimbări încep să-și piardă posturile, iar această tendință se va accentua din ce în ce mai mult.

În companiile din țară și din străinătate există tot mai mulți manageri care deși au obținut succese în activitatea lor, încep să piardă teren deoarece nu știu să se adapteze schimbărilor sociale și economice, practicând în continuare un stil managerial care nu acceptă delegarea reală a unor responsabilități și înăbușă orice inițiativă a subordonaților.

Organizația viitorului poate fi asemănată cu un nucleu, cu un centru electronic de care sunt legați oameni de profesii diferite. Ierarhia va fi îngrădită de calculatoare, iar relațiile interpersonale vor fi mai puțin intense și mai depersonalizate. Încurajarea inteligenței și a spiritului creator al propriilor angajați, precum și motivarea corespunzătoare a acestora vor constitui motorul activității organizației viitorului.

Într-un asemenea context, este greu de precizat cu exactitate care vor fi profilul și personalitatea managerului viitorului. Viitorul va cere manageri pe măsura timpului respectiv, care știu să conducă o organizație aflată în permanență în mari prefaceri. Cu siguranță, un astfel de manager va trebui să fie un factor de progres prin personalitatea sa, prin deschiderea la nou, prin flexibilitate și participare. Aceasta presupune în primul rând capacitatea de identificare a transformărilor și de sesizare a nevoilor, și în al doilea rând, acțiunea în loc de contemplare. Managerul performant are capacitatea de a identifica problemele, de a emite noi idei pentru soluționarea lor, de a le aplica și de a plasa rezultatele pe piață.

În lumea afacerilor se utilizează noțiunea de „neomanager”. Neomanagerul promovează competiția profesională, oferind resurse, idei și motivații, determinând angajații să caute soluții și să-și asume responsabilități prin luarea unor decizii.

Latura dominantă a activității managerilor de mâine o va constitui orientarea spre excelență. În condițiile creșterii spiritului competitiv, a posibilităților de informare și a calității resurselor umane, activitatea managerilor nu mai poate fi „aproape acceptabilă” sau „satisfăcătoare”. Pentru a reuși totul trebuie să fie excelent.

Acest concept de „orientare spre excelență” a fost formulat de Thomas Peters în prima sa lucrare, „O pasiune pentru excelență” și dezvoltat ulterior într-o altă lucrare, „Prețul excelenței”, elaborată pe baza studiilor întreprinse în 43 dintre cele mai competitive firme din lume.

În prezent, organizarea activității comerciale din România are ca obiectiv principal integrarea în condiții cât mai avantajoase în mediul concurențial din Uniunea Europeană. Imaginea de ansamblu a mediului economic diferit în care vor acționa firmele românești după integrare este dominată de fenomenele de mondializare și globalizare a piețelor, cu consecințele lor.

Sectorul de comerț reprezintă un barometru important în urmărirea impactului aderării, datorită presiunii crescânde a pieței concurențiale din interiorul Uniunii Europene.

Odată cu integrarea în structurile europene, comerțul țării noastre cu Uniunea Europeană nu va mai fi considerat comerț exterior ci va deveni un comerț intraeuropean, implicând dificultăți în a susține comercializarea pe piețele europene a produselor românești.

Aceste dificultăți sunt legate de lipsa implementării unor tehnologii de nivel superior, lipsa sistemelor de standardizare europeană, etc.

Studiul mediului concurențial din interiorul Uniunii Europene, alături de cel din economia țării noastre ne oferă o imagine a posibilelor consecințe ale integrării pieței naționale românești în cea a Uniunii Europene. Obiectivul economic principal urmărit de societățile comerciale, inclusiv de cele de comerț, din noile state membre ale Uniunii, este să reziste la presiunea crescândă a forțelor concurențiale de pe piața europeană.

La nivelul Uniunii Europene, studiile de piață (EUROPEAN COMMISSION 2003) au arătat că de pe urma existenței unei piețe unice europene au beneficiat mai mult țările mai mici, însă din perspectiva mărimii firmelor, companiile mari par să fie cele care percep impactul pozitiv.

Realitatea prezentată de studii similare (CONSTANTIN 2004) în domeniul managementului resurselor umane este dezamăgitoare: MRU se realizează la un nivel deficitar, managerii nu consideră prioritare investițiile vizând dezvoltarea și motivarea personalului, mentalitatea angajatorului român fiind departe de a fi una legată de performanță, iar eficiența personalului lasă de dorit.

Pentru ca firmele de comerț românești să facă față exigențelor impuse de legile și concurența existente în UE, managerii din aceste firme trebuie să-și schimbe mentalitatea cu privire la importanța resurselor umane și contribuția pe care acestea o pot avea la obținerea performanței și a succesului firmei.

O atenție deosebită trebuie acordată pregătirii profesionale (formării și dezvoltării) a resurselor umane din cadrul firmelor. În firmele românești, formarea personalului este departe de cea practică de firmele occidentale, unde a devenit atât de importantă în ultimele decenii, încât au fost adoptate legi speciale în acest sens. În Franța, de exemplu, încă din 1971 a fost elaborată o lege specială, Legea 1%, care specifică foarte clar că fiecare firmă trebuie să utilizeze 1% din masa salarială anuală pentru formarea continuă a propriilor angajați, în caz contrar, aceasta sumă va fi plătită ca impozit la stat. Astfel, s-a ajuns ca în anii 80 unele firme să depășească cote de 10% din masa salarială pentru formarea profesională a salariaților.

Recrutarea și selecția științifică a personalului reprezintă, de asemenea, activități care trebuie avute în vedere în contextul exigențelor impuse de integrarea în structurile UE.

În privința noilor angajați, unii specialiști (MATHIS 1998) sunt de părere că este necesar să fie adoptată o abordare de tip marketing, unde clientul este noul angajat, produsul este întreprinderea și mai ales postul, planul de integrare și de pregătire, sistemul de promovare etc. Manifestarea acestei schimbări de atitudine poate să înceapă mai înainte de perioada de recrutare. Întreprinderea poate organiza diferite forme de dialog cu tinerii, pentru a le înțelege mai bine dorințele, aspirațiile. Acest dialog ar permite tinerilor să cunoască mai bine profesia pentru care se pregătesc. Cu ocazia selecției pot fi cunoscute noile aspirații ale viitorilor specialiști și astfel apare schimbarea de atitudine față de generațiile mai vechi.

Tinerii au o atitudine mult mai critică, nu mai vor să fie considerați niște veșnici ucenici. Majoritatea dintre ei nu acceptă în mod pasiv ceea ce li se spune și nu ezită să pună întrebări care uneori sunt considerate nelalocul lor de către cei mai vârstnici. Tinerii sunt mai preocupați de probleme privind promovarea și cariera lor. Ei refuză posturile în care se simt inutili.

Satisfacerea acestor noi necesități presupune ca întreprinderile să-și modifice nu numai sistemul de recrutare dar și pe cel de integrare și promovare.

În viitor, managerul cu probleme de personal va trebui să aibă în vedere, atunci când angajează o persoană, că nu o face pentru un post din structura organizației ci că o angajează pentru organizație. Noii angajați nu vor rămâne în organizație decât dacă li se oferă responsabilități la care ei consideră că au dreptul, ținând seama de rezultatele pe care le-au

obținut. Organizațiile trebuie să-și bazeze ierarhia responsabilităților nu pe vechime sau pe dovezile de devotament ale angajaților, ci pe competență și pe merit.

Desfășurarea în bune condiții a activității comerciale este condiționată și de nivelul de angajare, implicare a personalului comercial, implicând o participare conștientă și susținută a personalului la îndeplinirea obligațiilor de serviciu. În acest sens, un rol important revine motivației care susține activitatea personalului comercial.

Structura motivațională proprie lucrătorilor din comerț reprezintă o variabilă complexă, influențată în primul rând de cadrul general politico-economic al societății. Fără a nega importanța câștigului bănesc în determinarea implicării personalului comercial, a rămâne numai la această dimensiune motivațională înseamnă a înțelege lucrurile în mod simplist și unilateral. În realitate este vorba de un complex motivațional care reflectă legăturile multiple existente între diversele aspecte ale activității comerciale și personalitatea lucrătorilor din comerț.

La o analiză aprofundată se constată că gradul de implicare a personalului comercial, atitudinea manifestată față de cumpărători etc. se explică, în mare măsură nu numai prin motive care țin de activitatea prezentă a acestui personal ci și prin motive care vizează perioada anterioară angajării sale într-o astfel de activitate și anume: motive care au stat la baza orientării spre acest gen de activitate și motive pe care lucrătorii din comerț le invocă în legătură cu desfășurarea propriu-zisă a activității. Dacă motive ca: interesul pentru activitatea comercială, plăcerea de a lucra cu oamenii și de a comunica etc. constituie elemente cu valoare potențială pozitivă, nu în același fel pot fi apreciate motive din care rezultă că persoanele s-au orientat spre acest sector deoarece au considerat că este vorba de o activitate ușoară, sau pentru că nu au putut ajunge în alte sectoare etc. Evident, este de presupus că acest tip de motivație se poate menține, consolida sau transforma.

Motivația este factorul psiho-social ce determină realizarea performanțelor și face legătura între interesele individului și interesele firmei. Individul poate fi motivat cunoscându-i varietatea necesităților personale și acordându-i posibilitatea satisfacerii lor, pe măsură ce obiectivele firmei sunt atinse. Orice relație manager-subordonat afectează motivația. Perceperea nivelului de satisfacere a unei nevoi are implicații profunde asupra motivației angajaților.

Organizația, firma, poate face față schimbărilor cerute de competitivitate și progres numai prin orientarea eforturilor managerilor spre motivația și satisfacția angajaților. Motivarea corespunzătoare a angajaților este scopul principal pe care se întemeiază buna conducere a unei firme. Slaba calitate a conducerii reprezintă principala cauză a nemulțumirilor salariaților care sunt nesatisfăcuți de munca lor.

A motiva personalul înseamnă a crea posibilități pentru îndeplinirea unor obiective individuale și de echipă, pentru asumarea răspunderilor, recunoaștere, răsplată etc. Asumarea unor răspunderi creează posibilitatea unor realizări care oferă posibilitatea recunoașterii individuale sau de grup, iar recunoașterea asigură posibilitatea promovării personale. Realizările contribuie la succesele firmei în afaceri, iar promovarea asigură succesul angajatului în cariera sa profesională.

Cercetătorii în psihologie au ajuns la concluzia cunoscută azi sub denumirea de „legea Y.Erkes-D.Odson” (NOVAC 2003), potrivit căreia relația dintre intensitatea motivației și nivelul performanței depinde de complexitatea sarcinii pe care individul o are de îndeplinit: în cazul sarcinilor complexe, creșterea intensității motivației determină creșterea performanței numai până la un punct, după care începe o stagnare și chiar un declin.

Potrivit acestei legi, motivația prea puternică duce la apariția unor emoții, care determină la rândul lor un anumit grad de dezorganizare, fapt ce împiedică progresul, ducând chiar la regres. Momentul în care începe declinul depinde de complexitatea sarcinii: o sarcină grea grăbește apariția punctului de inflexiune și deci apariția declinului, pe când în cazul

sarcinilor simple, repetitive, de rutină, acest punct apare foarte târziu sau chiar deloc. Apare, astfel, conceptul de optim motivațional (EMILIAN 1998), respectiv acea intensitate a motivației care să permită obținerea unor performanțe înalte.

Optimul motivațional se obține prin acțiune asupra a două variabile: pe de o parte, obișnuirea indivizilor să perceapă cât mai corect dificultatea sarcinii (atrăgându-se atenția asupra importanței ei), iar pe de altă parte, prin manipularea intensității motivației în sensul creșterii sau descreșterii ei, în funcție de situație. Pentru atingerea optimului motivațional trebuie avută în vedere o permanentă combinare a motivației extrinseci pozitive cu motivația intrinsecă, cu scopul de a obține nu numai creșterea performanței, ci și dezvoltarea potențialului uman.

Bibliografie:

1. COLE G.A. 2000. Managementul personalului, Editura Codecs, București;
2. DRUCKER P. 2000. Managerul viitorului, Editura Teora, București;
3. EMILIAN R. 1999 Conducerea resurselor umane, Editura Expert, București;
4. EUROPEAN UNION 2003. European Commission Staff Working Paper, Internal Market Scoreboard 2002, Brussels, p. 19-20.
5. GAZIER B. 2003. Strategiile resurselor umane, Institutul European, Iași;
6. MATHIS R.L. (coordonator) 1998. Managementul resurselor umane, Editura Economică, București;

ELABORAREA STRATEGIEI SOCIETĂȚII COMERCIALE OLTEXTOUR SRL

Autor: Ghiță Andreea Ștefania

**Îndrumători: Lect.univ. drd. Axinte Gheorghe,
Prep.univ. Ilie Catalina**

The OLTEXTOUR company, having the activity matter „ The organization or the production and the sale one’s own of the turist’s service packages or parts of these, directly or by go-between, internal or international”, works like a tour-operatour travel agency from 1.01.2007. The company mision is very clearly established having in the first plan the customer and the satisfy of their demands in the greatest way.

The company develop a profitable activity and it have magnificed economic and social obiectifs, it’s apply a differentiate strategy, beeing anxious about the customer.

The agency stake on a competitive advantage given by the innovations in diferent domains like service packages, marketing, comercial activity, products images.

Societatea comercială a fost înființată la data de 1.01.2007, conform actului constitutiv, de către Preda Alina, domiciliată în strada Nicolae Iorga, Nr. 31, Slatina, Județul Olt având sediul în strada Primăverii, Nr. 143, Slatina, Județul Olt, fapt care reiese din actul de proprietate Nr. 13431, emis de Primăria Municipiului Slatina, la data de 27.06.2006.

Societatea comercială activează ca agenție de turism tour-operatorie și are ca obiect de activitate “Organizarea sau producerea și vânzarea, pe cont propriu a pachetelor de servicii turistice sau a componentelor acestora, direct sau prin intermediari, intern și internațional”.

Agențiile de turism au rolul de intermediari între agenții economici care prestează servicii, pe de o parte, și turiști, pe de altă parte.

1. Misiunea societății

Misiunea organizației este de a pune în valoare clientul , prin serviciile pe care le oferim, de a ne ridica la standardele europene de prestare a serviciilor și cel mai important de a convinge potențialii clienți că suntem cei mai buni.

Principalul indicator pe care l-am avut în vedere în stabilirea serviciilor pe care am decis să le oferim a fost clientul. Studiile de piață pe care le-am avut la dispoziție au arătat că printre lucrurile pe care publicul le așteaptă de la o agenție de turism se numără:

- *Prețurile cât mai mici* - de aceea noi oferim clienților noștri posibilitatea de a negocia prețurile pentru serviciile alternative oferite. Fiecare client este diferit și de aceea agenția noastră a înțeles că la cerințe diferite trebuie oferite alternative diferite. Un client fericit aduce profit pe când unul nesatisfăcut nu face decât să aducă pierderi, de aceea specialiștii noștri tratează fiecare client în mod diferit.
- *Condiții deosebite* – sfârșitul mileniului ne face pe toți să ne dorim un viitor mai bun, de aceea ne străduim să satisfacem cele mai variate și exigente așteptări ale clienților.
- *Bonusuri pentru fidelitate* – satisfacerea clienților este un process de lungă durată care presupune multă atenție și efort, iar pentru aceasta lucrează întreaga echipă a agenției.

Printre *valorile de bază* ale agenției OLTEXTOUR se numără:

- Inovația – firma va aduce întotdeauna ceva nou pe piață deoarece preferințele și gusturile clienților evoluează și dorim să le satisfacem în cea mai mare măsură

- Accentual pus pe client – agenția are ca motto: “Un client fericit înseamnă profit”, iar pentru a avea clienți fericiți trebuie să ne ridicăm la standarde foarte înalte
- Integrarea valorilor – etică, curaj, autoevaluare, autodepășire.

Produsul firmei noastre constă în prestarea serviciilor în contul clienților noștri, iar calitatea lui este oferită nu numai de calitatea serviciilor prestate, ci și de calitatea personalului angajat, de modul cum este prezentat acel produs.

Produsul nostru este flexibil sezonier, în sensul că pachetele oferite pentru vară sunt diferite de cele oferite iarna sau de cele oferite de Paște sau de 1 Mai. Oferim promoții sezoniere care include și reduceri de până la 45% din prețul inițial, pentru clienții fideli și nu numai.

Printre produsele noastre se numără:

- Bilete de odihnă și tratament în stațiunile din țară
- Tabere și programe educaționale pentru elevi și studenți
- Sejururi interne și internaționale în sistem hotelier sau homestay
- Circuite interne și internaționale
- Transport turistic cu mijloace de transport proprii, în țară sau în străinătate
- Pelerinaje religioase
- Rezervări de bilete
- Croaziere în străinătate

În ceea ce privește prețul acesta variază în funcție de perioada în care se oferă produsul, de calitatea acestuia, de numărul de zile incluse în ofertă, dar și de statutul clientului (client fidel, ocazional sau la prima utilizare).

Atuurile pe care firma mizează sunt cele stabilite de studiile de piață și sunt astfel concepute încât să răspundă nevoilor și așteptărilor clienților. În primul rând agenți oferă o gamă variată de servicii pentru toți clienții săi. Începând din momentul în care a intrat în contact cu agenția o persoană este lăsată să aleagă tipul de serviciu care o interesează. Fie că este vorba de o excursie în străinătate, la mare sau la munte sau doar de un week-end, unui client i se pot oferi mai multe variante. Promisiunile pe care firma le face nu sunt niciodată încălcate indiferent de situație pentru că agenția noastră este cel mai serios partener. Mai mult decât atât, toate prețurile sunt negociabile, în anumite condiții ele putând fi reduse cu până la 45% din prețul inițial. Oferim de asemenea clienților noștri posibilitatea de a plăti în rate cu multiple avantaje.

Totuși, în prima fază de dezvoltare a unei firme apar și **slăbiciuni** și anume: lipsa unor birouri de reprezentanță oficială a firmei în țară, dar acest aspect al problemei va fi remediat pe parcursul primelor 24 luni.

Există și **oportunități** pe care o agenție de turism le poate valorifica la maxim, ca de exemplu: 1 mai, perioadă în care mulți tineri aleg să facă prima baie din an, sezonul estival care reprezintă perioada de vârf pentru orice agenție de turism, sărbătorile de iarnă, Ziua Îndrăgostiților care poate reprezenta o ocazie perfectă pentru anumite oferte speciale pentru cupluri etc.

Cu toate acestea există și anumite **riscuri și amenințări** pentru o afacere în turism. Printre acestea se numără scăderea nivelului de trai, schimbarea legilor cu privire la accize, inflația, turismul ilicit și concurența ilicită.

Activitatea societății se desfășoară deocamdată în unicul sediu din strada Primăverii, nr. 143, Slatina, Județul Olt, urmând ca peste aproximativ un an să se deschidă alte două sedii secundare la Brașov și Craiova.

2. Obiectivele fundamentale ale societății

Obiectivele propuse de managerul general Alina Preda se referă la o perioadă de 5 ani, perioadă în care își propune să devină cea mai de notorietate agenție de turism din țară.

Aceste obiective sunt distincte de la o perioadă la alta. Astfel că, pentru primele 24 luni agenția își propune:

- *Ca obiective economice:*
 - majorarea profitului cu 20% față de primul an de funcționare
 - creșterea ratei rentabilității capitalului investit cât mai aproape de 100%
 - creșterea cifrei de afaceri de la 400 000 lei la 600 000 lei.
- *Ca obiective sociale:*
 - dublarea numărului de colaboratori
 - deschiderea celor 2 birouri secundare, la Brașov și Craiova
 - îmbunătățirea relațiilor cu clienții, furnizorii și ale categorii de public
 - promovarea firmei la nivel național pe toate căile media

Aceste obiective se referă la primii 2 ani, urmând ca în următorii 5 ani firma să atingă următoarele obiective:

- *Obiective economice:*
 - dublarea cifrei de afaceri
 - dublarea profitului obținut în primii 2 ani de funcționare și reinvestirea lui în scopuri economice
 - obținerea unei cote de piață care să-i confere poziția de lider în domeniu, adică peste 22%
- *Obiective sociale:*
 - îmbunătățirea și reîmprospătarea imaginii firmei
 - realizarea unor relații cu autoritățile naționale
 - îmbunătățirea condițiilor de salarizare și perfecționare a personalului
 - mediatizarea tuturor sediilor agenției din țară
 - extinderea pe plan internațional.

Resursele financiare necesare atingerii acestor obiective sunt reprezentate de profiturile agenției reinvestite în scopul maximizării acestora.

3. Opțiunile strategice ale societății

Matricea piață-tehnologie:

Tabel nr. 1

TEHNOLOGIE PIAȚĂ	Neschimbată	Modernizată	Nouă
Neschimbată	----	Reformulare 1	Înlocuire 2
Îmbunătățită	Recomercializare 3	Produs modernizat 4	Extinderea gamei de produse 5
Superioară	Utilizare nouă 6	Produs modernizat 7	Diversificare 8

1. Reformularea:

Firma urmărește să modifice imaginea produsului pe piață, astfel încât acesta să atragă un nou segment de clienți, să asigure un nou echilibru calitate-preț, atât prin creșterea prețurilor la anumite produse, noi, modernizate și de calitate superioară, cât și prin scăderea prețurilor unor categorii de

produse considerate mature, însă nu atât cât să determine clienții să pună la îndoială calitatea produselor oferite.

2. Înlocuirea:

Această a doua opțiune strategică se bazează pe înlocuirea vechii tehnologii cu una nouă, modernă, practică și utilă în același timp. Se urmărește modernizarea modalităților de comercializare și de plată a produselor firmei, apelându-se la metode moderne ca: promovarea prin intermediul internetului, rezervări on-line, plăți on-line sau cu cardul etc.

3. Recomercializare:

Firma are ca obiectiv să-și vândă produsele sau serviciile sale prin orice modalitate, chiar dacă acesta înseamnă să inoveze continuu în ceea ce privește personalul angajat (prin programe de instruire, cursuri de perfecționare și calificare), ofertele destinate clienților fideli, promoțiile și beneficiile practicate.

4. Produs modernizat:

În turism, și nu numai, produsele sau serviciile oferite clienților trebuie în permanență modernizate, deoarece gusturile și preferințele clienților se modifică rapid. De aceea firma și-a propus să îmbunătățească produsele și serviciile din punct de vedere calitativ, modificând într-o mică măsură și prețurile, pentru început în sensul scăderii, pentru a atrage noi clienți.

5. Extinderea gamei de produse:

Firma își propune să lărgască gama de produse și servicii oferite clienților, în vederea creșterii proporțiilor afacerii, chiar dacă asta implică cheltuieli considerabile din partea firmei, pentru îmbunătățirea sau înlocuirea unor produse sau servicii cu altele mai moderne, chiar asumarea unui risc în ceea ce privește anumite segmente de clienți, datorită creșterii relative a prețurilor acestora.

6. Utilizare nouă:

Prin descoperirea de noi utilizări pentru produsele sau serviciile deja existente, se atrag noi clienți, de aceea agenția are în vedere anumite produse sau servicii cum ar fi de exemplu sejururile de 8-10 zile în străinătate, care pot avea atât scop recreativ cât și scop cultural sau istoric, dar pot include și party-uri, spectacole sau chiar mese festive organizate în cinstea turiștilor.

7. Produs modernizat:

Preț modificat în sensul scăderii și calitate superioară a produselor sau serviciilor este descrierea așteptată de orice client pentru produsul sau serviciul cerut. Însă agenția nu dorește să inducă în eroare clienții, dar își propune această strategie doar pentru un anumit pachet de servicii oferite unui anumit segment de clientelă, așa-numiții 'clienți fideli', oportunitate cu care aceștia nu se întâlnesc decât o dată la un an de zile.

8. Diversificare:

Deoarece cerințele, nevoile și gusturile clienților evoluează rapid, agenția își propune diversificarea gamei de produse și servicii oferind atât excursii și sejururi la prețuri mari, cât și la prețuri accesibile, bilete de avion atât interne cât și internaționale, atât pachete de servicii destinate oamenilor de afaceri cu mulți bani, cât și pachete de servicii destinate tinerilor care caută mai multă distracție cu cât mai puțini bani.

Dintre toate aceste 8 opțiuni strategice propuse de agenție, atenția este îndreptată în mod deosebit către diversificarea gamei de produse, înlocuirea vechii tehnologii cu una nouă, modernă și către realizarea unei noi prezentări pentru produsele deja existente. Clienții, dacă nu au statutul de 'fideli', uită rapid produsul sau serviciul unei agenții și din acest motiv se urmărește înprospătarea, cel puțin o dată la 6 luni, a imaginii produselor sau serviciilor pe piață și în mintea potențialilor clienți. Acest lucru se face prin intermediul unor campanii publicitare cu impact direct asupra potențialilor clienți, prin intermediul

televiziunii, radioului, pliantelor sau pe internet, prin ofertele avantajoase și la prețuri convenabile pentru clienții fideli etc.

Promovarea este importantă pentru agenția noastră deoarece: informează clientul în legătură cu orice modificare sau noutate apărută, face cunoscut produsul tuturor clienților potențiali, convinge clientela și creează o imagine favorabilă produselor comercializate, stimulează vânzările și atrage noi clienți.

Diversificarea este o opțiune strategică dorită, sau cel puțin urmărită, de orice firmă a cărei activitate vizează în mod direct interacționarea cu clientul, aducătorul de profit, deoarece nevoile, gusturile și cerințele acestora evoluează continuu.

Prin diversificare agenția OLTEXTOUR înțelege crearea unor caracteristici specifice unui anumit produs sau serviciu, care să îl poziționeze fără echivoc pe o treaptă înaltă din piața domeniului respectiv. Firma identifică anumite modalități de diversificare, și anume:

- Prin produs – oferind o multitudine de pachete de servicii, la prețuri diferențiate
- Prin serviciu – calitatea serviciilor prestate de unitățile de cazare sau alimentație cu care colaborează fiind garantată
- Prin personal – selectând întotdeauna persoane caracterizate prin seriozitate, competență, curtoazie, credibilitate, receptivitate, promptitudine
- Prin imagine – crearea unei imagini noi a produselor oferite cel puțin o dată la 6 luni
- Costuri reduse și prețuri reduse – cu care agenția concurează alte firme, sau aceleași prețuri, dar oferind o gamă mai largă de produse

4. Resursele agenției de turism OLTEXTOUR

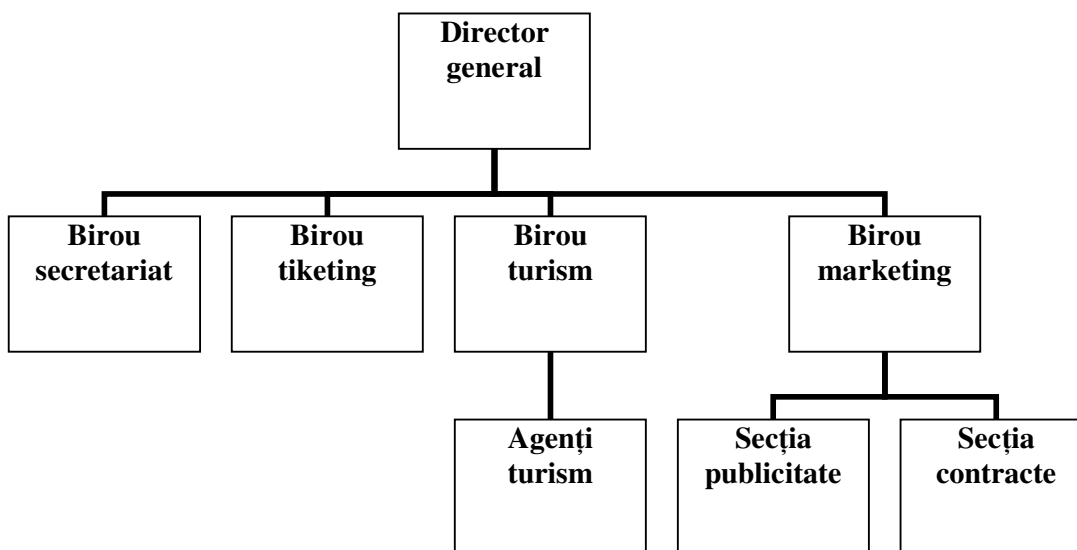
Agenția OLTEXTOUR, având un asociat unic, capitalul social este în totalitate aportat de acesta.

Resursele necesare înființării acestei societăți sunt împrumutate de către asociat de la o societate bancară, printr-un contract de împrumut semnat pe 10 ani, în sumă de 12000 lei.

Capitalul fix, constând în sediul societății, mobilier și trei calculatoare, sunt aportate tot de asociatul unic. Sediul este proprietate privată, dovadă fiind actul de proprietate nr. 13431, emis de Primăria Municipiului Slatina pe numele de Alina Preda.

Societate dispune și de resurse umane, constituite în personalul societății, organizat astfel:

Organigrama SC OLTEXTOUR SRL



Agenția, având un număr de 10 salariați este încadrată la agenție de turism medie cu până la 49 de salariați.

Resursele financiare sunt gestionate de biroul de contabilitate, împreună cu directorul general Alina Preda.

5. Avantajul competitiv

Agenția, deși nu este de foarte mult timp pe piață, a încercat să urmărească îndeaproape clienții, modul lor de a privi un produs sau un serviciu și implicit de a-l achiziționa. Astfel, responsabilul de marketing al agenției consideră că ce mai eficientă modalitate de obținere a avantajului competitiv este inovarea.

Această inovare nu se referă exclusiv la produs sau serviciu, ci poate viza și modalitățile de comercializare, activitatea managerială, imaginea produselor sau serviciilor pe piață.

Inovarea, în ceea ce privește produsele și serviciile se referă la capacitatea agenției de a oferi produse noi, cu utilizări noi, îmbunătățite calitativ, în condițiile menținerii aceluiași nivel al prețurilor. Produsele noi pot însemna: sejururi de lux pe nave de croazieră, destinate unor segmente de clienți speciale, sejururi interne și internaționale la prețuri promoționale pentru tineret, datorită parteneriatului agenției cu o agenție similară din Germania, prestarea unor servicii în contul clienților în timp ce aceștia petrec un concediu de neuitat, de exemplu: achitarea unor facturi sau plata unor impozite.

Utilizările noi vizează produsele mai vechi, de exemplu pelerinajele, care se pot extinde de la o zi 10-12 zile, cu cazare și masă în mănăstiri sau dacă se desfășoară în țări ca Ierusalim sau Maroc, sau oricare altă țară cu astfel de cerințe, incluzând și asigurarea vestimentației obligatorii pentru femei.

Inovarea modalităților de comercializare se referă la comercializarea diferită și caracteristică a fiecărui pachet de servicii. Astfel, pentru a fi mai semnificative, agenția comercializează și promovează pachetele de servicii de vară prin intermediul unor afișe sau pliante ilustrând marea, soarele, distracția de pe plajă, pe cele de iarnă cu ajutorul unor pliante ilustrând zăpadă, șemineu, brad de iarnă, și chiar pârtii pline de schiori.

De asemenea comercializarea pe internet, prin intermediul paginii proprii, este personalizată. Pentru fiecare pachet de servicii este prezentat și ilustrativ modul de distracție posibil, locul de servire a mesei, spațiul de cazare.

Toate aceste modalități de comercializare trebuie îmbunătățite de la un an la altul, deoarece memoria vizuală a clientului poate afecta într-un fel vânzarea produsului. Dacă el vede aceleași pliante sau afișe de prezentare sau aceeași imagine pe internet, ei se pot gândi că acel produs sau pachet de servicii este același de anul trecut și aici intervine dorința lor de a încerca ceva nou.

Activitatea managerială necesită inovare deoarece managerii trebuie să gândească în perspectivă, să se pună în locul clienților, și astfel să poată îmbunătăți produsul până își satisfac în totalitate cerințele. Modul cum acesta gândește, se poartă cu angajații sau acționează influențează comportamentul clienților. Managerul este de cele mai multe ori cartea de vizită a unei firme.

Imagine produselor și serviciilor pe piață trebuie îmbunătățită continuu și pentru asta agenția alocă atât toate fondurile financiare cât și resursele umane disponibile, fiind conștientă că cele mai bune rezultate se obțin cu maxim de eforturi. De aceea încercă să țină cât mai bine pasul cu evoluția nevoilor clienților.

În concluzie, firma noastră se deosebește de concurență prin serviciile oferite, pachetele de servicii inedite, bonusurile pentru fidelitate, profesionalismul și competența angajaților.

Bibliografie:

1. O.Nicolescu, I. Verboncu, Fundamentele managementului organizational, Editura Economica, Bucuresti, 1999
2. O. Nicolescu, E.Burdus, Management, Editura Didactica si pedagogica, Bucuresti, 1992
3. I. Ciobanu, Management strategic, Editura Polirom, Bucuresti, 1998
4. C.Russu, Management strategic, Editura ALL BECK, Bucuresti 1999

ABORDĂRI ACTUALE ALE STRATEGIEI SI MANAGEMENTULUI STRATEGIC IN CADRUL HOTELULUI AMBIANCE. ETAPELE MANAGEMENTULUI STRATEGIC SI STRATEGIILE UTILIZATE IN CADRUL HOTELULUI „AMBIANCE”

Autor: MURGU FLORENTA CLAUDIA

Îndrumători: Prep.univ.drd. BAN MADALINA

Prep.univ. ILIE CATALINA

The strategic management stages and the used strategies within Ambiance Hotel. For conception and substantiation of Ambiance Hotel activity is essential the strategic management which is based on strategies in order to achieve optimum solutions in different matters. Regarding the adopted strategies and analyzing the external parameters it will consider two systems : general and operational systems.

In accordance with the general system in which Ambiance Hotel activates, the institution management has adopted a long and global strategy which concerns every single hotel department.

Managementul strategic are un rol esențial în conceperea și fundamentarea activității hotelului, fiind fundamentat și corelat organic cu funcția de previziune, presupune descifrarea și anticiparea schimbărilor și modelelor ce trebuie realizate în interiorul hotelului și în relațiile acestuia cu mediul, receptivitatea la nou, dinamism și flexibilitate în funcțiile manageriale, asigurând o competitivitate ridicată.

Managementul strategic se bazează pe strategii, care trebuie să fie performante și să găsească soluții optime pentru o serie de probleme.

Strategiile adoptate în funcție de analiza factorilor externi.

Această analiză se face pe două niveluri: micromediu și mediul operațional, datorită faptului că hotelul poate avea o activitate de succes dacă este ancorat într-un mod corespunzător în mediul în care își desfășoară activitatea.

Analiza mediului are ca scop identificarea factorilor de mediu care pot influența semnificativ acțiunile desfășurate de hotel. Cunoscând acești factori se pot elabora politicile și strategiile hotelului.

În efectuarea analizei mediului se pornește de la structura acestuia care este format din:

- mediul general;
- mediul operațional.

a) MEDIUL GENERAL

Mediul general este compus din:

Mediul economic care include:

- salarizarea forței de muncă;
- impozitele plătite de salariați și firme;
- inflația;
- costul materiilor prime folosite;

- prețurile la produsele și serviciile oferite de către firmele producătoare.

Pentru a putea exista pe piață și pentru a avea o competitivitate bună, conducerea hotelului a adoptat o **strategie globală, economică**, care vizează toate activitățile din hotel, de oferire a salariilor care să mențină personalul, să-l stimuleze și să-l motiveze corespunzător; acesta fiind acordat și în funcție de cerințele postului pe care-l ocupă fiecare angajat și în funcție de performanțele fiecăruia.

Strategiile economice sunt stabilite pe baza criteriilor economice obiectivul lor fiind realizarea unui profit rezonabil, fiind adoptate în funcție de mișcările din mediul economic.

Strategiile de stabilire a tarifelor și prețurilor practicate de hotel s-au adoptat ținând seama de situația economică generată de creșterea impozitului pe venit, de calitatea serviciilor oferite și de costul materiilor prime. Nivelul tarifelor și prețurilor practicate de Hotel Ambiance este acceptabil, în comparație cu cel al unor hoteluri concurente.

Din acest punct de vedere este adoptată o **strategie de atragere a unui număr mai mare de clienți** prin practicarea unor tarife mai mici în week-end (**strategie orientată pe costuri reduse**).

Mediul social intervine în activitatea managementului strategic sub două aspecte:

demografic, activitatea hotelului fiind influențată de caracteristicile populației în funcție de vârstă, venituri și pregătire.

Din acest punct de vedere conducerea hotelului a adoptat o **strategie organizatorică**, care se bazează pe existența unui număr mare de cadre bine pregătite din domenii diferite care să perfecționeze activitatea hotelului și să poată face față concurenței prin prestarea unor servicii de bună calitate.

Strategiile de recrutare și selectare a personalului impun angajarea unui personal cu calitățile necesare ale postului vacant din punct de vedere al pregătirii, calităților fizice și morale. Aceste strategii se adoptă în special pentru personalul care intră în contact cu clienții.

civic. Conducerea hotelului ține seama în adoptarea deciziilor de valorile civile care se pot schimba, adică modul de viață și de mentalitățile oamenilor, nivelul de educație, petrecerea timpului liber.

Astfel, sunt adoptate **strategii de diversificare a serviciilor**, acestea fiind diversificate, astfel încât să corespundă normelor de încadrare ale hotelului și să fie necesare și să mulțumească clienții hotelului.

Mediul politic, care se referă la politica guvernului și a partidului, incluzând atitudinea guvernului față de dezvoltarea, de promovarea legilor, din acest punct de vedere **strategiile** hotelului sunt **adoptate prin respectarea legilor** în vigoare care vizează domeniul de activitate.

Mediul legislativ, constă în normele și legile care trebuiesc respectate și care urmaresc eliminarea monopolului, protecția consumatorilor (clienților) și încadrarea angajaților în muncă conform Codului Muncii.

Astfel, în conformitate cu legislația în vigoare, în anul 1994 Hotel Ambiance a adoptat o **strategie de privatizare**, patrimoniul trecând în proprietatea unei societăți private.

Datorită adoptării strategiei de privatizare, s-a adoptat o **strategie managerială nouă**, care a constat în remodelarea caracteristicilor structurale și funcționale ale sistemului de management al hotelului.

Mediul tehnologic care influențează activitatea hotelului prin realizările științifice și tehnologice din societate.

Din acest punct de vedere conducerea hotelului a adoptat **strategii informaționale** pentru a reprojeta sistemul informațional, prin apelarea masivă la tehnica modernă de calcul, foarte necesară, atât pentru buna desfășurare a activității hotelului, cât și datorită faptului că în hotel majoritatea clienților sunt oameni de afaceri.

b) MEDIUL OPERAȚIONAL

Mediul operațional este compus din:

Clienți, sunt cei care apelează și utilizează serviciile oferite de hotel. Ținând cont de faptul că majoritatea clienților hotelului sunt oameni de afaceri, conducerea hotelului a adoptat o strategie de specializare, care se bazează pe existența unor servicii necesare acestor categorii de clienți (strategii bazate pe o nișă importantă a pieței).

Serviciile oferite de hotel au fost supuse și unei **strategii de diversificare** a acestora, prin lărgirea gamei de servicii, folosindu-se un personal bine pregătit și montat corespunzător și unei strategii axate pe calitate.

Furnizorii, care oferă hotelului materii prime și materiale, de a căror calitate depinde și calitatea serviciilor oferite de hotel. Astfel, s-au adoptat **strategii de alegerea furnizorilor cei mai potriviți** pentru hotel, din punct de vedere al condițiilor de plată, al calității mărfurilor și materiilor prime furnizate, al prețurilor.

Concurenții, în condițiile economiei de piață, este obligatorie “lupta corectă” cu concurența pentru menținerea poziției pe piață și pentru atragerea de noi clienți. În aceste condiții, conducerea hotelului a adoptat strategia de cunoaștere a concurenților, prin efectuarea de analize pentru aflarea punctelor forte și slabe ale acestora și ce strategii folosesc.

Strategiile adoptate și folosite de Hotel Ambiance pentru supraviețuirea pe piață în lupta cu concurența, sunt reprezentate de anumite căi de acțiune care creează hotelului avantaje față de concurenții actuali și potențiali, aceste **strategii ofensive** fiind de promovare a serviciilor oferite, (practicarea unor preturi stimulative prin reduceri), de **diversificare a ofertei**, de **instruire și perfecționare a personalului**, în mod continuu.

Strategiile adoptate în funcție de analiza factorilor interni

Se face analiza folosirii resurselor și a potențialului hotelului.

Factorii interni care influențează managementul strategic și strategiile sunt:

- Hotelul și managementul acestuia

Din acest punct de vedere s-au adoptat **strategii globale** referitoare la structura organizatorică și **strategii parțiale** cu privire la sistemul de planificare a obiectivelor, sistemul de control al activității.

- Departamentul tehnic, necesar pentru buna desfășurare a activității hotelului prin nivelul calitativ al utilajelor și echipamentelor s-au adoptat și folosit **strategii bazate pe avantajul tehnologic**, orientate pe achiziționarea și folosirea unor mijloace tehnice moderne, care asigură costuri mai mici și o calitate superioară a serviciilor și, implicit, un avantaj competitiv al hotelului.

- Departamentul de aprovizionare (gestiune a stocurilor), din acest punct de vedere hotelul folosind **strategii de diversificare a aprovizionării**, urmărindu-se oferirea unei game variate și calitative de produse și servicii.

- Departamentul financiar-contabil, unde se folosesc **strategii bazate pe avantajul tehnologic**, prin folosirea unor instrumente informaționale performante și moderne pentru buna gestionare și contabilizare a activității hotelului și strategii **de consolidare** (prin creșterea creativității firmei).

- Resursele umane, care sunt incluse în departamentul de contabilitate (hotelul neavând un departament de resurse umane), influențează activitatea hotelului prin: numărul de angajați, vârsta și nivelul de pregătire, atitudinea salariaților, astfel, se folosesc **strategii parțiale**, care vizează domeniul important al resurselor din hotel, aceste strategii referindu-se la angajarea personalului care corespunde cerințelor postului și care poate fi benefic pentru hotel.

Se folosesc și unele **strategii de redresare** pentru unele categorii de personal prin specializare și instruire corespunzătoare.

- Activitatea de marketing se desfășoară la un nivel slab, hotelul neavând departament de marketing, promovarea și comercializarea serviciilor făcându-se prin pliante, pagină pe internet, participarea la târguri, apariția în reviste de specialitate, hotelul din acest punct de vedere neavând adaptată nici o strategie de promovare corespunzătoare, pentru a face cunoscute serviciile oferite și pentru a atrage potențialii clienți.

Strategiile adoptate în funcție de analiza misiunii și obiectivelor hotelului

Misiunea trebuie actualizată pentru că mediul, care este în continuă schimbare, poate impune reformularea acesteia.

Misiunea hotelului reprezintă orientările prin:

- servicii oferite de hotel, care sunt multiple și diverse, încadrându-se criteriilor de clasificare la categoria 3*;
- segmentul de consumatori cărora li se adresează, care este format din oameni de afaceri și turiști;
- aria geografică unde își vinde serviciile, hotelul fiind amplasat în centrul orașului;
- tehnologia folosită, care este modernă și performantă;
- preocuparea de supraviețuire, creștere și profitabilitate aceasta fiind activitatea principală a hotelului;
- valorile, aspirațiile și crezurile promovate în cadrul hotelului;
- preocuparea pentru imaginea publică, activitate majoră în cadrul hotelului;
- preocuparea pentru angajați, activitate importantă, angajații fiind cei care reprezintă hotelul și care vând serviciile acestuia; astfel, aceștia sunt motivați și remunerați corespunzător activităților prestate.

Misiunea hotelului ajută la conturarea obiectivelor strategice și la modalitățile de atingere a acestora, având un impact favorabil în formularea strategiilor.

Stabilirea obiectivelor strategice are ca fundament misiunea hotelului, punctele forte și slabe ale acestuia, oportunitățile și amenințările în dezvoltarea activității hotelului.

Obiectivele strategice ale Hotelului Ambiance vizează:

- * legătura cu piața:
 - poziția hotelului în raport cu competiția;
 - poziția cotei de piață;
 - ce clienți vizează;
- * legătura cu inventivitatea, creativitatea și angajarea personalului în diversificarea serviciilor;
- * eficiența, atingerea anumitor nivele;
- * resursele materiale și financiare de care dispune;
- * nivelul profitului și al cifrei de afaceri;
- * performanța managerială și de dezvoltare și atitudinea angajaților;
- * responsabilitatea față de clienți și de stat;
- * încurajarea personalului.

Formularea strategiilor

Formularea strategiilor s-a format diferențiat, în funcție de nivelul vizat:

- la nivel de ansamblu, al hotelului, analizându-se influența factorilor de mediu externi și interni, puncte forte și puncte slabe, oportunități și pericole;
- la nivelul departamentelor, cu luarea în considerare a problemelor de ansamblu ale firmei.

În funcție de mediul general în care acționează, Hotelul Ambiance, conducerea acestuia a adoptat o strategie globală pe termen lung, care vizează toate departamentele hotelului și din care rezultă următoarele strategii parțiale:

Tabel nr.1

Departamentul	Strategia	Termenul
Economico-financiar	Economice, stabilite pe baza criteriilor economice, având ca obiectiv realizarea unui profit rezonabil	Mediu
	De stabilire a tarifelor și prețurilor	Scurt
	Orientate pe costuri reduse și pe avantajul tehnologic	Scurt
Resursele umane	Organizatorice	Scurt
	De recrutare și selectare a personalului vine pregătit și care să corespundă postului vizat	Mediu
	De redresare pentru unii angajați	Mediu
Comercial	Diversificare a serviciilor	Mediu
	De dezvoltare	Mediu
	De alegere a furnizorilor cei mai potriviți	Scurt
	Ofensive, de promovare	Lung
	De diversificare a aprovizionării	Scurt
Juridic	Bazate pe respectarea legilor	Scurt, mediu și lung
Tehnic	De dezvoltare	Mediu
	Informaționale	Scurt
	Bazate pe avantajul tehnologic	Mediu

BIBLIOGRAFIE :

- 1 - Ovidiu Nicolaescu, Ion Verboncu – “Management”, Ed. Economica, 1999;
- 2 - Rodica Minciu – „Economia turismului”, Editura Uranus, 2000;
- 3 - Nicoleta Belu – „Management strategic” , Ed. Independenta Economica, Pitești 2006.

EXTINDEREA UNEI AFACERI PRIN FRANCIZĂ – IMPLICAȚII STUDIU APLICAT LA S.C. LEMET S.R.L.

Student: Neacșu Laura (Management - Anul IV)
Îndrumător: Asist. univ. drd. Eliza Antoniu

Resume:

The subject in this project is the franchising system in Romania and its implications. This managing technique is becoming more and more popular among our autochthonous companies. The studied company is called The Lemet Furniture Factory. It is renowned through its top trained and dedicated personell and its advanced manufacturing equipment.

In over 20.000 sq.m, they have modern workspaces and fully automated production lines that enable them to produce superior quality furniture, complying to a quality management system that covers the design, manufacturing and sales stage. For the company, the second value, after the personell, is the client. That is why the company management have created a large distribution network, that has now grown to over 150 shops, of which over 90 using the "Lem's" brand.

Capitolul 1. Franciza – tehnică managerială de afaceri

Asociația Internațională de Franchising (IFA), organismul central care deține actualmente rolul promotor al acestei activități, definește franciza ca fiind **o metodă de distribuție a produselor sau serviciilor**. În sistemul de franciză sunt implicate cel puțin două persoane: *francizorul*, care împrumută numele comercial, marca și sistemul afacerii și *francizerul*, care plătește o redevență și, adesea, o taxă inițială, pentru dreptul de a realiza afacerea sub numele și prin sistemul francizorului, totodată beneficiind de succesul și protecția francizorului contra unor procente din profitul realizat.

Elementele fundamentale care caracterizează sistemul de franciză:

Marca este cea care joacă un rol esențial deoarece, dacă ea nu corespunde exigențelor necesare pentru a fi protejată, construirea unei rețele de franciză este imposibilă. Francizorul rămâne proprietarul mărcii pe toată durata contractului, iar francizerul nu beneficiază decât de un drept de folosință rezervat în mod exclusiv activității definite prin contract. Ca element care cimentează rețeaua de franciză, marca face obiectul unei supravegheri atente din partea proprietarului.

Know how-ul poate fi definit ca un ansamblu de cunoștințe și metode practice experimentate de francizor. Acest ansamblu trebuie să fie transferabil, inaccesibil publicului larg, nebrevetabil și să confere celui care îl deține un avantaj concurențial.

În concluzie, franciza este o modalitate de a face afaceri **pentru sine însuși, dar nu prin sine**. Se estimează că, în prezent, franciza deține circa 14% din vânzările cu amănuntul din toată lumea și este prezentă în 75 de industrii. În Europa există în jur de 170.000 unități în franciză, având o cifră de afaceri de 160 mld. euro, punând la dispoziție locuri de muncă pentru aproximativ 1,5 milioane de persoane. În SUA, una din 12 afaceri se bazează pe franchising și, până în anul 2000, la fiecare 8 minute apărea o afacere în franciză.

Capitolul 2. Clasificarea afacerilor economice în franciză

Compania prezentată este o combinație între următoarele 3 tipuri de francize:

Pe lângă faptul că este o **franciză de distribuție**, în care beneficiarul se limitează la a vinde anumite produse într-un magazin care poartă denumirea (sau firma) francizorului.

Franciza de distribuție este realizată de francizorul însuși, care presupune că producătorul își organizează o rețea proprie pentru a-și distribui produsele, utilizând distribuitori independenți care se folosesc de reputația și de tehnicile comerciale ale producătorului; franciza de distribuție în care francizorul nu este decât un simplu distribuitor al produselor altora, SC Lemet SRL este și o **franciză de stand** sau **franciză parțială** sau **franciză de colț**, care permite amenajarea într-un spațiu comercial foarte vast a unui stand distinct, amenajat după concepția francizorului, spre a oferi clienților produsele și serviciile francizorului, urmând propriile tehnici comerciale. Beneficiarul nu are dreptul să folosească nici unul din drepturile izvorâte din contract în afara spațiului comercial. Toate acestea pot îngloba **franciza afacerii**, care este cea mai reprezentativă formă de franciză, înglobând toate elementele specifice acestui contract: transfer de know - how, folosirea însemnelor de atragere a clientelei și asistența tehnică sau financiară.

Capitolul 3: Franciza în România

Franciza a început să fie practică și în țara noastră, având perspective reale de dezvoltare și extindere. Acest sistem a influențat favorabil motivația personalului, a redus o parte din problemele managementului local, a determinat schimbarea stilului de viață, a mărit afluența de care s-au bucurat vânzările, toate acestea marcând o sporire a cererii de servicii. Astfel, au crescut locurile potențiale de angajare și au fost încurajați întreprinzători ce doreau să scape de dezvoltarea birocratică a marilor organizații, prin inițierea propriilor mici afaceri. Aceștia au căpătat încrederea, priceperea, îndemânarea și experiența necesare pentru a porni o afacere total independentă, deoarece, prin tehnica francizei, toate cunoștințele sunt asigurate de programul de pregătire și asistență derulat pentru familiarizarea cu elementele sistemului a celor care sunt responsabili cu managementul ei. În România se extinde sistemul de franciză, fiind deja cunoscute mărci de prestigiu, care își desfășoară activitatea și în țara noastră (McDonald.s, Pizza Hut, Rosprint ș.a.).

Francizarea continuă să crească și să se extindă în operațiuni profesionale. Doctori, dentiști, contabili și opticieni 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. Prin promovarea și sprijinirea afacerilor economice prin franciză, România poate beneficia de **avantajele reale ale acestei tehnici**:

- se înființează întreprinderi private capabile să furnizeze bunuri și servicii în cantitatea și de calitate cerute pe piață;
- se diminuează rata șomajului, forța de muncă fiind folosită la capacitatea reală; mai mult, se creează noi locuri de muncă;
- se diminuează șocul produs de procesele de restructurare, prin absorbția unei părți a forței de muncă disponibilizate din marile întreprinderi;
- se reglează raportul dintre cerere și ofertă, asigurând astfel o evoluție rațională a pieței;
- crește calitatea produselor și serviciilor printr-o reală îmbunătățire a sistemului de producție și distribuție a bunurilor de consum, precum și a serviciilor oferite consumatorilor;
- întreprinzătorii se pot angaja într-o astfel de afacere cu investiții relativ reduse, care pot fi puse rapid în exploatare, beneficiind de experiența, cunoștințele, pregătirea și asistența din partea proprietarului sistemului de franciză.
- un produs sau serviciu consacrat;
- pregătirea (training) inițială a francizaților;
- asistență financiară;

- ajutor pentru marketing și management;
- standarde pentru controlul calității;
- mai puțin capital necesar pentru operarea afacerii;
- oportunități de dezvoltare.

Deocamdată, România nu poate beneficia din plin de toate avantajele reale ale sistemului de franciză, deoarece încă se luptă cu anumite **carențe sau dezavantaje** care temperează optimismul și dorința de a investi în economia românească:

- costurile de producție mai mari decât în țările occidentale, în ciuda faptului că salariile sunt mult mai mici;
- calitatea și disponibilitatea materiilor prime care sunt adesea deficitare;
- cadrul juridic defectuos; în context, este necesară promovarea unei legislații specifice, care să faciliteze și să încurajeze înființarea și funcționarea acestui gen de afaceri;
- lipsa de personal managerial calificat;
- birocrăția care atinge cote inacceptabile.
- așteptări neîmplinite;
- costurile unei francize. ;
- pierderea independenței;
- încheierea contractului;
- performanța altor francizați.

Această tehnică de afaceri poate contribui într-o măsură însemnată la modernizarea economiei românești, cu deosebire a comerțului, prin atragerea capitalului străin în componentele sale cele mai elevate (marcă, know-how, tehnologie modernă etc.), într-o formulă convenabilă pentru ambele părți.

Cifra de afaceri a rețelilor de franciză de pe piața românească ar putea crește în acest an cu **peste 20%**, la **1,5 miliarde euro**.

În perioada noiembrie 2006 – octombrie 2007, cifra de afaceri a firmelor care operează în sistem de franciză a fost de 1,23 miliarde euro, față de aproape un miliard de euro înregistrat în anul precedent. În acest an, se estimează că piața va crește la 1,5 miliarde euro, având în vedere că majoritatea afacerilor în franciză vor fi deschise în a doua jumătate a anului.

Numarul de francize existente pe piața românească a crescut anul trecut cu aproximativ **25%**, la **363 de afaceri**, potrivit datelor firmei de consultanță CHR Consulting.

Din totalul francizelor operate anul trecut, **235** de firme au activități de **retail**, în creștere cu 29% fata de 2006, **114** în **servicii**, în avans cu peste 35%, iar **14** funcționează în **producție**.

Francizele cu cea mai mare dezvoltare în România sunt lanțul de patiserii **Fornetti**, cu peste 700 de unități, **Rodipet** - 630 de chioscuri, și distribuitorul de instalații tehnice și sanitare **Romstal** - 125 de magazine.

Pași în dezvoltarea francizei

În general, există câțiva pași importanți, dar nu obligatorii, în dezvoltarea unei francize. Astfel, francizatul va achita francizorului o taxă de intrare în rețea, care poate varia între 0 și 20.000 de euro, în funcție de mărimea zonei geografice pentru care se acordă exclusivitatea teritorială. Sumele necesare pentru achiziționarea stocului inițial de marfă pot fi cuprinse între 20.000 și 50.000 de euro; la acestea se adaugă investiția necesară amenajării spațiului comercial în concordanță cu imaginea și standardele impuse de francizor și care poate atinge nivelul de 10.000-20.000 de euro.

Capitolul 4: Prezentarea societății S.C. Lemet S.R.L.

De la zero la Lemet

Business-ul Lemet nu este neapărat rezultatul unui plan de afaceri pe termen lung, dezvoltându-se în timp, pas cu pas:

1991 - Alexandru Rizea renunță la poziția de director mecano-energetic la Întreprinderea de Piese Turnate din Câmpina și începe să producă obiecte de mic mobilier, vânzându-și primele produse (15 măsuțe) prietenilor.

1993 - Lemet începe să vândă mobilier pe piața din București.

1995 - Alexandru Rizea construiește prima hală de producție, care era „puțin mai mare decât un garaj”. Rizea a proiectat și a construit o mare parte din instalații, reducând în unele cazuri chiar și de zece ori costurile investițiilor în utilaje.

1996 - Fiul sau, Adrian Rizea, absolvent de ASE, se alătură companiei și începe să se ocupe de dezvoltarea comercială a afacerii, deși la început nu a fost plăcut pentru acesta deoarece tatăl său lucra singur într-un atelier plin de rumeguș.

2000 - Lemet începe să ia credite și să investească masiv în extinderea și modernizarea fabricii pentru a putea face față concurenței așteptate după aderarea României la Uniunea Europeană.

2005 - Lemet creează Lem's și oferă magazinelor partenere posibilitatea de a deveni francize ale noului brand; primul magazin Lem's se deschide în luna august, la Giurgiu.

2007 - Fabrica are o suprafață construită de 22.000 mp. și produce 60.000 de module pe lună. Lemet ajunge la o rețea de aproape 100 de magazine Lem's și pregătește lansarea brandului și pe piața din Bulgaria.

Lemet – afacere de familie

Fondată în 1991, fabrica de mobilă Lemet este cunoscută datorită produselor sale și recunoscută pentru calitatea oamenilor care lucrează aici și pentru performanțele dotării tehnice.

În hale industriale moderne, pe o suprafață construită de peste 20.000 mp, în care funcționează linii de producție complet automate, se fabrică mobilier de calitate superioară, având implementat și menținut sistemul de management al calității în domeniile: proiectare, execuție și vânzare.

În companie, după personalul care lucrează, cea de-a doua valoare prețuită de aceasta este reprezentată de clienții finali. Pentru aceștia a fost creat, împreună cu partenerii, o vastă rețea de distribuție a produselor fabricate de noi, care cuprinde acum peste 150 magazine, din care mai mult de 90 în sistem de franciză "Lem's".

Lemet a fost și va rămâne o afacere de familie pentru Alexandru Rizea, fondatorul unuia dintre cei mai dinamici producători de mobila din România. Motorul business-ului din Valea Prahovei: o rețea de peste 100 de magazine în franciză. La ieșirea din Câmpina spre comuna Brebu, privirea este inevitabil atrasă de cele cinci hectare de hale industriale ale fabricii de mobila Lemet – echivalentul a aproape șapte terenuri de fotbal, pentru o mai bună descriere topografică. “Fabrica produce 60.000 de module lunar. La fiecare două secunde iese un panou”, acesta fiind unul dintre detaliile tehnice ale procesului de producție din spatele unui business care s-a fondat imediat după Revoluție. Un business de familie – asemenea majorității afacerilor din industria autohtonă a mobilei – acum cu aproape 400 de angajați, vânzări anuale de peste 20 de milioane de euro și un ritm de creștere anual de peste 30%.

În paranteza spus, Alexandru Rizea e responsabil cu investițiile în producție și resursele umane, soția sa este director financiar, iar fiul sau, Adrian, coordonează partea de retail și marketing – tot el este și artisanul rețelei de magazine în franciză sub marca Lem's, prin care fabrica din Câmpina vinde peste 70% din producție.

Comparație cu concurenții

În acest moment, Lemet este cea mai mare fabrică de mobilă din PAL de pe piața autohtonă.

Cât despre Lem's, din perspectiva cifrelor, aceasta este cea mai extinsă rețea de magazine de mobilă din România, în condițiile în care deja pomenitele Mobexpert, Elvila sau Staer au fiecare sub 60 de unități. O perspectivă incompletă, însă, fără mențiunea că magazinele Lem's au o suprafață mică – de la 200 până la 800mp –, în condițiile în care hipermagazinele Mobexpert, de exemplu, pot ajunge până la 10.000 mp.

Pe de altă parte, Lem's este exponentul unui nou model de business printre producătorii locali, care fie operează propriile magazine – vezi Mobexpert sau Staer, fie nu au o rețea de retail și sunt nevoiți să vândă la export – cazul celor mai mulți dintre aceștia. Singura care a mai testat sistemul de franciză este Elvila, însă doar ca un instrument alternativ al extinderii prin investiții proprii. Nu s-a dorit crearea de magazine proprii. Ideea de a crea o rețea în franciză a venit din dorința de a promova mai eficient produsele și numele fabricii.

Miza investițiilor în retail s-a văzut încă din 2004, pe măsura ce euro a început să se deprecieze tot mai mult față de leu, afectând veniturile din export ale producătorilor; cu toate acestea, puțini sunt cei care au reușit să facă tranziția către piața internă.

În această companie, exportul nu a fost un obiectiv. Exporturile reprezintă sub 20% din totalul vânzărilor, iar creșterea lor nu este o prioritate pentru Lemet. O decizie justificată în condițiile în care consumul intern – estimat pentru anul acesta la 1 mld. euro – crește în fiecare an cu peste 10%, în timp ce piețele vestice de mobilă stagnează. În medie, vânzările pe magazin s-au dublat după lansarea rețelei, iar până în martie 2008, Lem's a ajuns la 120 de magazine în România și alte 12 în Bulgaria. De altfel, dezvoltarea rețelei de magazine rămâne prioritatea de grad zero a Lemet, dublată de „intensificarea vânzărilor pe punct”, prin lansarea unor game noi de produse. Se lucrează la creșterea gradului de complexitate al mobilei produse de Lemet, de la design până la funcționalitate. S-a lansat un nou program de bucătării, Parrada, care vizează un segment de clienți cu venituri mai mari, fiind preconizate modificări similare și pentru alte categorii de produse.

De remarcat că Lemet nu percepe nici o taxă a magazinelor partenere, câștigând, în schimb, profitul aferent comercializării de la fabrică la magazine al mobilei. Prețurile produselor sunt stabilite de Lemet și, în consecință, identice în toată rețeaua. În plus, compania se implică în alegerea zonei magazinelor, în modul de aranjare a produselor și în asigurarea logisticii. Specializându-se în producția de mobilier modular (corpurile se pot îmbina în diverse variante), ambalat în pachete plate (asemenea celor de la IKEA), Lemet are costuri mai reduse cu transportul și oferă magazinelor posibilitatea să păstreze mobila pe stoc. Reversul, pentru că există și așa ceva, este dat de ceea ce s-ar putea numi caracterul sezonier al vânzărilor, dimensiunea rețelei de magazine fiind direct condiționată de capacitatea de producție a fabricii.

Creșterea mărimii unității economice sau a companiei Lemet, duce la creșterea profitabilității, dar poate duce și la implicații de genul amplificării decalajului spațial și temporal între producție și magazinele în sistemul franciză “Lem's”.

Din punctul acesta de vedere trebuie întreprinse măsuri pentru a previziona eventuala apariție a unor relații de comunicare și furnizare mai dificile între unitatea productivă și rețeaua de magazine din toată țara.

Trebuie cercetate și dacă se găsesc astfel de discrepanțe, eliminarea lor, a incertitudinilor și riscurilor care tind să aibă dimensiuni din ce în ce mai mari și o frecvență tot mai mare de apariție.

Una dintre cele mai mari griji ale firmei este ca partenerii, proprietarii magazinelor, să aibă în perioadele bune marfa în magazin, atunci când au ocazia să facă bani.

În vârfurile de sezon, fabrica lucrează la capacitate maximă

Afacerea Lemet a devenit „foarte complexă”. Problemele nu cresc liniar cu volumul, cresc exponențial cu volumul“. Delegarea – care „poate fi la un moment dat cel mai important atu al unei firme“ – și salarizarea angajaților în funcție de performanțe, reprezintă două dintre cele mai importante lucruri pentru a face față noilor situații. Firma lucrează la salarizare în fiecare lună. Dacă un om a progresat luna aceasta i se crește salariul, dacă progresează și luna viitoare îi crește din nou, nu contează dacă s-a angajat doar de două luni de zile.

Firma nu are planuri pe termen lung. Dezvoltarea a fost mai rapidă decât s-a anticipat. Toate halele de producție ale fabricii au fost construite succesiv, în momentul în care a apărut o necesitate, și nu a existat un plan de afaceri pe termen lung. Pe termen scurt se are în plan demararea lucrărilor la două noi hale de producție, cu o suprafață totală de 5.000 de metri pătrați – o investiție de cca. 2 milioane de euro, finanțată prin intermediul unor credite bancare. Și tot pe termen scurt, mai exact 2008-2009, sunt prevăzute: construirea unei noi clădiri cu săli de ședințe și de protocol, a unui teren de sport și a unei parări pentru angajați. Cât despre investiții în alte domenii, nici nu poate fi vorba. Managerii sunt prea pasionați de ceea ce fac, ca să mai investească în alte domenii. După cum aceeași pasiune ar putea fi și unul dintre motivele pentru care managementul companiei exclude din start vânzarea sau listarea la bursa, deoarece nu este cazul unei infuzii de capital. Afacerea Lemet va rămâne o afacere de familie

Concluzii:

Pe scurt, francizatul trebuie să fie conștient de avantajele și dezavantajele unui sistem de franciză. Cele mai multe dintre avantaje privesc sfaturile și asistența oferite de francizor în timp ce dezavantajele se referă la supra-dependența de sistemul de franciză. Trebuie cântărite cu atenție avantajele și dezavantajele și în același timp analizate oportunitatea pentru a face profit și disponibilitatea de a intra într-o organizație specifică de afaceri. Decizia finală aparține managerului.

Sistemul de franciză este proiectat pentru a funcționa bine atât pentru francizor cât și pentru francizat. **Contractul de franciză este o relație oficială dintre francizor și francizat care conlucrează pentru a construi operațiuni de afacere reciproc avantajoase.** Această abordare a francizei ajută la obținerea profiturilor și a unei vieți de afaceri sănătoase și prospere, atât pentru francizat cât și pentru francizor.

Bibliografie:

1. Cursuri “Managementul operațional al producției”, Grădinaru Doruleț, 2008.
2. Articol “Lemet suntem noi”, Money Express, Georgiana Stavarache, 2007.
3. Internet: căutare cuvinte-cheie “franciză, franciză în România și Lemet”.
4. Web-site: www.lemet.ro.

ANALIZA STRUCTURII PORTOFOLIULUI DE PRODUSE ALE BRD - GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - MODELUL BCG

Autor: ȚUȚEA LOREDANA

Îndrumător: Prep.univ. ILIE IULIA CĂTĂLINA

BRD Groupe Société Général est reconnue comme la deuxième banque roumaine, en ce qui concerne les actives bancares. BRD est présente dans tous les départements de la Roumanie, ayant plus de 600 agences et 900 ATM, avec 2,2 mil. des cliènts et plus de 2 mil des cards.

L'equipe de BRD est formée par 7500 professionnels:

BRD a comme objectives: l'adaptation d'organisation et des metodes propres à la stratégie des cliènts, l'augmentation d'actives; l'innovation; la réduction du coeficient d'explotation; la rentabilité durable.

La strategie est composé par: la planification strategique; la position et la segmentation.

BDR a comme mission la maintenance d'un rapport d'adécvation stratégique entre les objevtives et la capacité d'organisation et les opportunités de marketing, en transformation.

Il y existe 4 unités possible de la matrice BCG (la stratégie, la tactique, les programmes) qui sont nommés generique: des étoiles, des vaches à traire, des enfants problème et chien.

BRD exploite, en général, plusieurs porte-feuilles des domaines, c'est a dire plusieurs porte-feuilles DAS.

La forte position concurentielle détenue par BRD réalise la production des bénéfices bruts importants. La conception de "porte-feuille" équilibrée s'impose, en consequence, par soi-meme.

1. Prezentarea BRD - GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

BRD - Groupe Société Générale este a doua bancă românească, după activele bancare.

Cu o capitalizare de 6 miliarde euro la sfârșitul lunii iunie 2007, BRD - Groupe Société Générale deține prima poziție, conform acestui indicator, între societățile din domeniul financiar, listate la Bursa de Valori București și a doua poziție după același nivel al capitalizării bursiere dacă luăm în considerare toate companiile listate la BVB, indiferent de domeniu.

BRD - Groupe Société Générale este prezentă în toate județele României printr-o rețea de peste 600 de agenții și peste 900 ATM-uri. În luna iunie 2007, BRD număra 2,2 milioane clienți activi individuali și corporativi și peste 2 milioane de carduri.

Calitatea serviciilor noastre este garantată de cei peste 7500 de profesioniști care formează echipa BRD.

Accionarul principal al BRD este [Société Générale](#), unul dintre cele mai mari grupuri bancare din zona euro, ale cărui servicii sunt utilizate de 22,5 milioane clienți din întreaga lume. De la privatizarea sa, BRD - Groupe Société Générale a primit numeroase distincții și premii acordate de publicații specializate internaționale:

- **Euromoney** : „Cea mai bună bancă din România”, acordat în 1999, 2000, 2001, 2002, 2004, 2005 și 2006
- **The Banker** : „Cea mai bună bancă din România”, acordat în 2003 și 2006

- **Global Finance** : „Cea mai bună bancă din România”, acordat în 1999, 2000, 2001, 2002 și 2007

Valorile noastre:

În fiecare zi, contribuim la realizarea proiectelor dumneavoastră, sprijinim dezvoltarea companiilor și a municipalităților. În fiecare zi, noi clienți ne acordă încrederea lor și noi colaboratori se alătură echipei noastre. Reușita acestei strategii de dezvoltare durabilă se bazează în principal pe valorile împărtășite la nivelul întregului Groupe Société Générale : profesionalismul, spiritul de echipa și inovația.

Principalele obiective ale dezvoltării BRD :

- Adaptarea organizării și a metodelor proprii la strategia clienților;
- Creșterea selectivă a activelor;
- Inovația;
- Reducerea coeficientului de exploatare;
- Rentabilitatea durabilă.

2. Matricea BCG

Planificarea strategică, poziționarea și segmentarea fac parte din strategia firmei. Aceste decizii strategice trebuie să fie focalizate pe nevoile pieței și ale consumatorului. Apoi ele trebuie să fie urmate de acțiuni specifice.



Să ne imaginăm că apelați la firma noastră de consultanță care prin partenerii săi vă pune la dispoziție un pachet de training ce conține planificare strategică și team-building pentru echipa de middle-management.

Acestea au loc de obicei în afara locului de muncă, undeva într-o atmosferă plăcută. Membrii echipei revin plăcut impresionați de această experiență și sunt mândri de realizările lor. Vă arată misiunea companiei, obiectivele pe termen lung, scurt și mediu și planul de acțiune.

A doua zi se reîntorc la birou. Telefonul sună, apar e-mail-uri la care trebuie răspuns urgent, apar noi probleme, oportunități care trebuie fructificate.

Aplică ei strategia pe care au dezvoltat-o la training sau au revenit la rutina zilnică? Partenerii noștri vă vor răspunde în timp, după efectuarea unor studii de follow-up al training-ului, dar afacerea dumneavoastră nu ia pauză. Din acest motiv este important ca strategia aleasă să fie pusă în practică cu fiecare activitate care are loc.

Misiunea:

Aceasta presupune menținerea unui raport de adecvare strategică între obiectivele și capacitățile organizației, pe de o parte și oportunitățile sale de marketing, în permanentă schimbare, pe de altă parte.

Presupune definirea unei misiuni clare a companiei, stabilirea unor obiective conforme cu misiunea, conceperea unui portofoliu judicios de activități, coordonarea strategiilor funcționale.

„BRD Groupe Société Générale este un partener pe termen lung pentru toți clienții săi, oferind o gamă completă de servicii financiare la standarde înalte și generând o rentabilitate peste medie a capitalului propriu. Fiecare activitate a Băncii se desfășoară la standarde ridicate: servicii și produse de calitate, investiții în infrastructură, conceptul original BRD de „sucursală model”, canale de distribuție multiple, inovație continuă în ceea ce privește produsele, soluții alternative adaptate cerințelor clienților”.

Acestă declarație este recomandat să fie orientată spre piață, pentru a veni în întâmpinarea consumatorului, dar și intern pentru a reprezenta valorile angajaților, colaboratorilor și a patronatului. Obiectivele concrete care derivă din misiunea organizației pot fi clasificate în obiective de marketing și financiare.

Obiectivele de marketing este recomandat să se bazeze pe cifra de afaceri rezultată din vânzări și cota de piață. Dacă cifra de afaceri rezultată în urma vânzărilor este ușor de realizat, pentru cota de piață este nevoie cercetare de piață. Există însă obiective mai greu de măsurat cum ar fi imaginea mărcii, poziționarea în mintea consumatorului, recunoașterea mărcii.

Elementul cel mai important al acestei etape este ca obiectivele alese să poată fi măsurate. Încercați ca obiectivele financiare să fie cât mai clare. Marketing-ul implică vânzări, costurile vânzării, buget de marketing, toate acestea afectând fluxul de numerar.

Obiectivele financiare diferă de cele de marketing fiind mai ușor de măsurat. De exemplu se poate lua ca obiectiv: creșterea cu 10% a profitului sau a vânzărilor pe parcursul anului 2008.

Pentru a ușura activitatea de planificare se pot folosi diferite instrumente care să structureze activitatea: portofoliului de activități (suma de activități și produse care alcătuiesc obiectul de existență al firmei) sau construirea unui plan operațional.

În continuare vă prezentăm modelul propus Boston Consulting Group pentru analiza portofoliului de activități Matricea Boston Consulting Group™ pleacă de la ideea ciclului de viață a produselor. Toate au o perioadă în care cresc, au o cotă mare de piață, după care urmează o perioadă de declin, urmând ca apoi să fie regenerate sau abandonate.

Acestă matrice analizează produsele și serviciile firmei din punct de vedere al ratei de creștere a pieței (gradul de atractivitate al pieței) și din cel al cotei relative de piață (forța companiei pe piață).

Cele patru posibile unități sunt metaforic denumite stele, vaci de muls, copii problemă și câini.

- “Vaca de muls” - un produs/serviciu, care deține o cotă ridicată de piață într-o industrie ajunsă la maturitate, cu o rată de creștere scăzută; presupune investiții minime și generează venituri ce pot fi utilizate în dezvoltarea altor produse/servicii;

- „Steaua” - un produs/serviciu ce deține o cotă ridicată de piață într-o industrie cu o rată de creștere ridicată; ea poate genera profit, dar dat fiind faptul că rata de dezvoltare a pieței este ridicată ea impune investiții mai serioase pentru a păstra cota ridicată și conducerea pe piață; dacă acest produs/serviciu are succes, el poate deveni o „vacă de muls” în momentul în care piața se maturizează;
- „Semnul de întrebare” (copilul problemă) - un produs/serviciu ce deține o cotă scăzută de piață într-o industrie cu o rată de creștere ridicată; are nevoie de resurse și investiții pentru a crește cota de piață, dar nu se poate stabili măsura în care va avea succes și va deveni o „stea”;
- „Câinele” - un produs/serviciu ce deține o cotă scăzută de piață într-o industrie ajunsă la maturitate; deși nu are nevoie de capital și investiții substanțiale, reține capitalul ce ar putea fi mai eficient folosit la alte produse/servicii; în cazul în care nu există un motiv strategic pentru a-l păstra, la acel produs/serviciu ar trebui renunțat.



Matricea creștere-dezvoltare® este marcă înregistrată BCG GROUP

În cadrul planului operațional se fixează atât obiectivele pe termen scurt (un an), cât și cele pe termen lung (până la cinci ani). El trebuie să includă toate activitățile de desfășurat și prioritățile. Analiza folosită trebuie să fie similară celei folosite pentru a dezvolta obiectivele organizației.

Rezultatul va fi o „hartă” de activități, care va detalia responsabilitățile personale, alocarea resurselor și un orizont de timp pentru planificarea și bugetele existente. Mecanismul servește și pentru construirea unui "check-list" ce se va folosi în viitor.

Exemplu de plan operațional:

- **Obiectivul pe termen lung:** să crească numărul produselor distribuite pe piața internă până la sfârșitul anului 2015;
- **Obiectivul pe termen scurt:** 75% din clienții potențiali să știe de existența noii organizații de distribuție până în 2010;

- **Activitatea:** distribuirea de produse financiare;
- **Resurse necesare:** oameni, bani, tehnologie;
- **Orizontul de timp:** rapoarte de activitate lunare.

Elementele pentru obținerea unui plan operațional de succes includ:

1. cooptarea de personalul cheie și acordarea responsabilității depline pentru îndeplinirea sarcinilor;
2. multiplicarea clienților și utilizatorilor, spre exemplu prin cercetări de piață, sau sprijinul unor consultanți de specialitate pentru a asigura concentrarea eforturilor pentru definirea de obiective precise;
3. alocarea unui interval de timp suficient. Trebuie stabilite punctele de referință pentru toate deciziile de planificare, atât interne cât și externe. Aflarea opiniei clienților poate ajuta organizația să înțeleagă felul în care este percepută în exterior.

DEPOZITE – CÂINE -

Conturile de depozit au regim distinct. Ele pot funcționa în varianta individuală, permițând depunerea –retragerea disponibilului (echivalent depozit) dar și de combinație cu conturile de disponibilități, caz în care clientul poate ordona efectuarea inclusiv de viramente bancare.

Acestea se deschid în baza unei cereri – convenționale de depozit completată de solicitant și depusă la ghișeul băncii în două exemplare. Semnătura solicitantului de pe cerere constituie în același timp și specimenul de semnătură. Cererea de deschidere a unui cont de depozit se soluționează în ziua depunerii ei la bancă.

Pentru depozite la vedere, perioada de păstrare a banilor în bancă nu este stabilă exact, ea fiind de minimum o zi lucrătoare.

În cazul depozitelor la termen, perioada de păstrare este exprimată în zile calendaristice și este menționată în cererea – convenție încheiată cu banca.

Termenul de începere a perioadei este ziua înregistrării sumei consemnate ca și depozit în creditul contului de depozit.

Închiderea conturilor de depozit înainte de termenul stabilit prin convenție implică transformarea acestuia în cont de disponibil la vedere, cu dobânda corespunzătoare.

În cazul în care la expirarea termenului de constituire a depozitului la termen titularul contului nu-și exprimă nici o intenție, în principiu , contul de depozit se prelungește din oficiu pentru același termen și în aceleași condiții cu cele inițiale.

CREDIT AUTO – STEA –

Creditul Masina Ta:

- Este un credit pentru cumpararea de mașini sau moto-scutere noi.
- Valuta: lei, EUR sau USD.
- Valoare: între 2.000 si 75.000 de EUR (sau echivalentul în lei/ USD).
- Perioada: între 6 luni și 7 ani.
- Garanții: gaj pe mașina și asigurare Full-CASCO cesionată în favoarea băncii, pentru creditele ce depășesc în echivalent valoric 10000 euro.

Avantaje :

1. Fără girant.
2. Aprobare rapidă, în maximum 48 de ore din momentul constituirii dosarului.
3. Documentație simplă și suport în obținerea creditului la sediul dealer-ului auto.
4. Se ia în calcul bugetul familiei, nefiind impus un venit minim personal.
5. Plata automată a ratelor lunare din contul curent, fără să mai fie necesară deplasarea la bancă .

6. Posibilitatea de rambursare anticipată a creditului, parțială sau integrală.

CREDIT IMOBILIAR CASA TA – VEDETĂ –

- Contractarea creditului în scopul cumpărării unei locuințe, o casă de vacanță sau pentru a moderniza casa pe care o ai.
- Contractarea creditului în scopul cumpărării unui teren pe care să construiești în viitor.

Creditul imobiliar Casa Ta este un credit pentru cumpararea, construcția, extinderea, modernizarea de locuințe sau pentru achiziționarea de terenuri.

1. Valuta: LEI, EUR sau USD.
2. Valoare: între 5.000 și 400.000 de EUR (sau echivalentul în LEI/USD).
3. Perioada: între 3 și 40 de ani.
4. Avans: 25% din valoarea investiției.
5. Garanție: ipoteca pe locuința cumpărată (în cazul creditului pentru achiziționarea de locuințe) sau ipoteca asupra unor imobile aduse în garanție (pentru celelalte tipuri de credite Casa Ta).
6. Asigurare: asigurare de viață și asigurarea imobilelor aduse în garanție.

Avantaje

1. Creditul poate fi acordat în lei, EUR sau USD.
2. Fără girant.
3. Se ia în calcul bugetul familiei, nefiind impus un venit minim personal.
4. Ratele lunare sunt fixe pe toată durata creditului. În cazul creditelor pentru construire, extindere sau modernizare, ratele lunare și graficele de rambursare se modifică conform utilizării creditului.
5. Plata automată a ratelor lunare din contul curent, fără să mai fie necesară deplasarea la bancă.
6. Posibilitatea de rambursare anticipată a creditului, parțială sau integrală.
7. Evaluarea gratuită a imobilelor sau terenurilor care urmează a fi achiziționate sau depuse drept garanție.
8. Siguranța în tranzacții datorată notarilor agreați, care verifică actele de proprietate.

CREDIT PENTRU BUNURI DE CONSUM – DILEMĂ -

1. Este un credit pentru cumpărarea de bunuri de uz casnic (mobilă, electronice, electrocasnice etc.).
2. Valuta: lei.
3. Valoare: între 150 și 3.000 de EUR (în echivalent lei).
4. Dobanda: ai posibilitatea de a opta între dobanda fixă și dobanda variabilă.
5. Perioada: între 6 luni și 4 ani (minimum 18 luni pentru creditele cu dobândă fixă).

Avantaje :

1. Creditul în lei se acordă pe loc.
2. Doar cu buletin și adeverință de salariu.
3. Fără avans, fără girant.
4. Plata automată a ratelor lunare din contul curent, fără să mai fie necesară deplasarea la bancă.
5. Posibilitatea de rambursare anticipată a creditului, parțială sau integrală.

Conceptul de „*gestiune a unui portofoliu de domenii*”, adică a unui portofoliu de DAS a fost introdus de BCG atunci când a propus recurgerea la faimoasa sa matrice de analiză strategică. BRD Groupe Société Générale exploatează în general mai multe DAS de aceea

este necesar ca portofoliul de care dispune să-i permită în același timp să se dezvolte și să aibă mijloacele de a asigura această dezvoltare progresivă.

BCG a arătat, cu teoria pe care a dezvoltat-o, că logica dezvoltării progresive, dacă se dorește păstrarea independenței întreprinderii, cere ca o întreprindere să dispună simultan de DAS care să poată juca rolul de „vacă cu lapte” și de DAS-uri în plină dezvoltare, în care întreprinderea investește puternic pentru a-și pregăti viitorul.

BCG-ul a arătat, pe de altă parte, că atunci când BRD a reușit să obțină o poziție dominantă într-un sector care a încetat să mai fie în dezvoltare, puternica poziție concurențială astfel obținută permite generarea de marje brute importante. Circulația anuală a banilor este atunci foarte ridicată, mult superioară necesităților de investiție proprii DAS respectiv. Într-adevăr BRD se află în acest caz, în poziție dominantă, pe segmentul de piață destinat **creditelor auto**, sectorul nemaifiind în dezvoltare nu mai este deloc nevoie de lansarea unor noi investiții de capacitate.

Singurele care trebuie realizate, în această fază de existență a DAS sunt investițiile de productivitate și de întreținere. Aceste activități au fost botezate de BCG „**vaca cu lapte**”, deoarece generează un surplus de disponibilități.

La pol opus, noile activități, situate în sectoare aflate în dezvoltare, absorb din disponibil. Aici ne aflăm într-o fază de investiție, aici putem vorbi despre **creditul pentru casă**, ce necesită un efort considerabil al BRD-ului pentru a-l promova în rândul opiniei publice cu scopul declarat de a cucerii părți din piață mai repede decât concurenții și dezvoltată, înainte de toate, activitatea în ritmul în care crește piața. Nu este timp pentru degajări de marje importante, iar necesitățile de investiție sunt superioare disponibilităților degajate. Creditul pentru casă poate fi considerat în condițiile prezentei matrici **stea**.

Activitățile de tipul „vacă cu lapte” sunt deci, cele care vor permite alimentarea „tinerilor viței”; iar în activitățile care pregătesc viitorul, este esențial ca BRD să reușească. Se impune, în consecință, oricărei întreprinderi necesitatea de a avea în permanență un portofoliu echilibrat global, adică să permită o creștere progresivă regulată a cifrei de afaceri și să furnizeze mijloacele de finanțare a unei politici de dezvoltare progresivă.

Dacă portofoliul este învechit, adică compus din activități de tipul „vacă cu lapte” sau „**povara inutilă**”(depozite), rezultatele anuale vor putea fi excelente și întreprinderea va fi în măsură să distribuie dividende generoase, dar viitorul nu va fi asigurat.

Dacă dimpotrivă, portofoliul este constituit numai din activități în plină dezvoltare (fonduri de investiții, asigurări de viață, carduri de credit și debit, servicii de Internet banking și mobile banking), și în special dacă pozițiile concurențiale bune n-au fost încă obținute, ceea ce se întâmplă deseori atunci când ne găsim în domenii aflate în faza de naștere sau de dezvoltare, BRD are perspective foarte frumoase de viitor, dar va fi incapabilă să-și finanțeze dezvoltarea.

Conceptul de „portofoliu echilibrat” se impune, în consecință de la sine. Este deci de dorit ca orice întreprindere să poată exploata simultan mai multe DAS situate în faze de existență diferite, ceea ce, pe de altă parte, permite o repartitie a riscurilor, element ce nu trebuie neglijat pentru a putea face față unor evenimente neprevăzute.

Bibliografie:

- Ovidiu Nicolescu și Ion Verboncu – **Management**, Ediția a III-a revizuită, Editura Economică, București, 1999;
- Philip Kotler - **Managementul marketingului**, Ediția a III-a, Editura Teora, București, 2003
- <http://www.brd.ro/banca/profil/>

CONTRACTUL COMERCIAL

Autor: BADEA ALEXANDRA

Îndrumător: prof. STAN DANIELA

Contractul reprezintă convenția dintre 2 sau mai multe persoane cu scopul de a produce efecte juridice.

Incheierea contractului este guvernata de principiul libertatii contractuale deoarece orice contract este creatia unei vointe umane. Principiul libertatii contractuale se exprima si prin faptul ca o persoana poate incheia orice fel de contract, poate sa determine prin vointa sa clauzele contractuale si efectele pe care contractul urmeaza sa le produca.

Limitele principiului libertatii contractuale:

1. Se realizeaza prin norme imperative ale legii:

-nu se pot incheia contracte care au cauze imorale sau un obiect ilicit;

-anumite categorii de persoane (judecatorii) nu pot incheia unele varietati de contracte decat cu conditia obtinerii unei autorizatii prealabile.

2. Se realizeaza prin reguli de convietuire sociala (partile nu pot incheia acte juridice care ar contraveni regulilor de convietuire din oranduirea noastra):

-proxenetismul

-concubinajul

Rolul contractului:

Contractul reprezinta principalul izvor de obligatii.

Daca o conventie este legal facuta, ea are o „putere de lege intre parti”.Insemnatatea contractului ca mijloc de stabilire a celor mai variate relatii intre persoanele fizice si juridice este evidenta in toate domeniile, de la cele mai firesti si mai simple activitati ale oamenilor, pana la conducerea economiei nationale si la stabilirea relatiilor internationale.

Clasificarea contractelor:

In imensa varietate a contractelor se pot desprinde unele categorii mai importante a caror clasificare se poate face dupa mai multe criterii:continutul, modul de formare, scopul urmarit de catre parti, modul de executare.

1.Dupa continutul lor, adica dupa felul obligatiilor la care dau nastere pot fi:

a)Contracte sinalagmatice, care dau nastere la obligatii reciproce intre parti.

-deoarece ambele parti au in acelasi timp si drepturi dar si obligatii, fiecare parte este totodata si creditor dar si debitor.

Exemplu:vanzarea-cumpararea, schimbul, locatiunea, contractul de asigurare.

b)Contracte unilaterale, care instituie obligatii numai pentru una din parti.Exemplu:imprumutul, comodatul, depozitul, donatia fara sarcina, mandatul gratuit.

Utilitatea practica a distinctiei: numai in cadrul contractului sinalagmatic se pot pune probleme privind riscul contractual.

2.Dupa modul lor de formare avem:

a)Contracte consensuale, pentru a caror formare este suficient simplul acord de vointa al partilor fara sa mai fie nevoie de vreo formalitate sau de vreo forma speciala de manifestare a vointei partilor.

b) Contracte solemne, pentru a caror validitate, pe langa acordul de vointa, mai este necesara si indeplinirea unor formalitati impuse de lege.

-sunt incheiate in fata unui functionar public, abilitat prin lege sa intocmeasca actele;

c) Contracte reale, pentru a caror formare se considera ca pe langa acordul de vointa mai este necesara si remiterea unui lucru de catre una dintre parti catre cealalta.

-acestea sunt in fond contracte consensuale, deoarece incheierea lor nu este supusa de lege unor forme speciale dar obligatiile specifice lor nu iau nastere decat in momentul remiterii lucrului.

Numai din acel moment contractul respectiv poate purta denumirea sa, inainte de acest moment fiind doar o promisiune de a contracta .

Exemplu:imprumutul, gajul.

3.Dupa scopul urmarit de parti prin incheierea lor avem:

a) Contracte cu titlu oneros, in care una dintre parti urmareste un folos, o contraprestatie, in schimbul aceleia pe care o face, ori se obliga sa o faca in favoarea celeilalte parti.

Exemplu:vanzarea, schimbul, contractul de asigurare.

b) Contracte cu titlu gratuit, prin care una dintre parti procura celeilalte un folos, fara a primi ceva in schimb.

Exemplu:contractele de binefacere.

Interesul distinctiei:legea impune in privinta conditiilor de validitate conditii speciale pentru contractele cu titlu gratuit, chiar si forme solemne; actiunea pauliana se poate executa mai usor impotriva contractelor cu titlu gratuit.

4.Contractele cu titlu oneros, se impart la randul lor in:

a) Contracte comutative, in care intinderea prestatiilor datorate de catre parti este certa si poate fi apreciata chiar la momentul incheierii contractului, deoarece se promit lucruri care exista la acel moment, sau a caror existenta viitoare este certa.

-cea mai mare parte a contractelor cu titlu oneros sunt comutative;

Exemplu:vanzarea unui obiect contra unui pret determinat.

b) Contracte aleatorii, in care intinderea prestatiilor partilor sau numai a uneia dintre ele depinde de un eveniment incert, astfel incat la momentul incheierii contractului nu se poate cunoaste si nu se poate aprecia cu certitudine castigul sau pierderea fiecarei parti si uneori nici nu se poate sti daca va exista un castig sau o pierdere.

Exemplu:contracte referitoare la loterie.

5.Dupa modul lor de executare avem:

a) Contracte cu executare imediata, care se executa imediat dupa inlocuirea lor.

b) Contracte cu executare succesiva, a caror executare se desfasoara in timp, fie sub forma unei prestatii continue, fie sub forma unei succesiuni de prestatii.

Exemplu:contracte de munca, contracte de societate, contracte de asigurare.

Interesul distinctiei: in cazul neexecutarii obligatiei de catre una dintre parti, se poate aplica o sanctiune, cum ar fi:

-in cazul contractelor cu executie imediata, rezolvarea pentru neexecutarea contractului, adica (adica desfacerea contractului cu efect retroactiv).

-in cazul contractelor cu executare succesiva, actiunea va fi rezilierea (adica desfacerea contractului numai pentru viitor).

Unele contracte cu executare succesiva pot fi reziliate:

-prin vointa unilaterala;

-prin vointa oricareia dintre parti (contractul de locatiune fara termen);

-prin vointa unuia dintre ele (exemplu:contractul individual de munca, contractul de inchiriere de locuinte,contractul de depozit);

6.Din punctul de vedere al reglementarii lor avem:

a)Contracte numite, care corespund unor anumite operatii economice, poarta fiecare un nume specific si este special reglementat prin lege.

Exemplu:vanzarea, schimbul, locatiunea, imprumutul, ipoteca, depozitul.

b)Contracte nenumite, care nu au un nume propriu si nu sunt supuse unor reglementari speciale, deoarece nu se inca- dreaza intr-o categorie anume:prin mijlocirea lor se realizeaza operatiile cele mai variate, pe care partile in virtutea principiului libertatii conventiilor, pot sa le savarseasca .

Importanta distinctiei:calificarea unui contract numit sau nenumit are o deosebita importanta in determinarea regimului juridic, aplicabil in lipsa unei precizari a partilor.

7.Dupa existenta de sine statatoare sau nu a contractelor avem:

a)Contracte principale, care au o existenta de sine statatoare.

b)Contracte accesorii, care sunt contracte a caror incheiere depinde de existenta altui contract.

Aceste contracte se pot naste in acelasi timp cu contractul principal sau numai dupa incheierea acestuia din urma.Importanta calificarii unui contract ca fiind principal sau accesoriu consta in faptul ca, in vreme ce validitatea contractului principal se analizeaza in functie numai de propriile sale elemente, validitatea contractului accesoriu mai depinde si de validitatea contractului principal, al carui accesoriu este.

8.Contracte de adeziune:

Clauzele sunt stabilite numai de catre una dintre parti, cealalta parte neavand putinta sa le discute, ci numai sa le accepte ca atare sau sa nu contracteze.

Exemplu:contractul de transport pe calea ferata.

9.Contracte mixte sau complexe:

Acestea rezulta din incheierea a doua sau a mai multor contracte.

Exemplu:contractul de hotelarie.

Conditii de validare ale contractului:

Contractul fiind un act juridic bilateral, ce se formeaza prin acordul de vointa al partilor, implica existenta a cel putin 2 parti care sa-si exprime constintamantul valabil cu privire la scopul contractului.Prin aceasta elementele esentiale pentru validitatea contractului sunt:

- capacitatea
- constintamantul
- obiectul
- cauza

Contractul de leasing si contractul de vanzare-cumparare

Definitia contractului de vanzare-cumparare

Vanzarea-cumpararea este un contract prin care una dintre parti - vanzatorul - stramuta proprietatea unui bun al sau asupra celeilalte parti - cumparatorul - care se obliga in schimb a plati vanzatorului pretul bunului vandut (art. 1294 C.civ.).

Definitia contractului de leasing

Leasing-ul a fost definit ca fiind o operațiune juridică prin care o persoană cumpără un bun spre a-l închiria unei alte persoane.

Obiectul contractului

Pentru vanzare cumparare:

Pentru vanzator îl reprezintă lucrul vandut care trebuie să îndeplinească mai multe condiții: să fie în circuitul civil, să existe în prezent sau să poată exista în viitor, să fie determinabil.

Pentru cumparator îl reprezintă prețul care trebuie să fie sincer și serios, să fie stabilit într-o sumă de bani, să fie determinat sau cel puțin determinabil.

Pentru leasing: Obiectul contractului de leasing îl constituie închirierea temporară a bunurilor de investiții, a bunurilor imobiliare, a serviciilor. Cel mai frecvent se închiriază mașini și utilaje.

Trasaturi juridice

Pentru vanzare - cumparare

Dupa cum rezulta din definitia contractului, vanzarea este un contract sinalagmatic (bilateral), cu titlu oneros, comutativ, consensual și translativ de proprietate.

Pentru leasing:

Așadar, contractul de locațiune din cadrul operațiunii de leasing este sinalagmatic perfect, consensual și

Parti contractante:

Pentru vanzare cumparare:

- vanzator
- cumparator

Pentru leasing:

- *cumpărătorul* – persoana care cumpără bunul pentru a-l închiria;
- *clientul* – persoana care are nevoie și, deci, solicită mașina sau utilajul respectiv în locație.
- *vânzătorul* – persoana care vinde bunul și care poate fi chiar producătorul acestui bun;

Obligatiile partilor

Pentru contractul de vanzare – cumparare:

Vanzatorul :

- să transmită dreptul de proprietate
- să-l garanteze pe cumparator împotriva viciilor ascunse sau aparente și împotriva evictiunii

Cumparatorul:

- să ia în primire lucrul
- să plătească prețul promis

Pentru leasing:

Vanzatorul

- să livreze un echipament de calitate, adică în stare de funcționare;

- să asigure asistența tehnică a personalului care îl va exploata;
- să asigure piesele de schimb necesare reparațiilor;
- să efectueze reparațiile echipamentului închiriat, în măsura în care defecțiunile nu sunt din culpa utilizatorului;

Utilizatorul (beneficiarul):

- să plătească ratele chiriei, la termenele și condițiile stipulate în contract;
- să exploateze bunul închiriat prin respectarea instrucțiunilor tehnice;
- să nu efectueze modificări în construcția echipamentului închiriat; în cazul în care asemenea modificări sunt necesare, utilizatorul are obligația să solicite acordul societății de leasing;
- să conserve bunul în stare de funcționare;
- să asigure echipamentul închiriat în folosul societății de leasing.

Elementele structurale:

Pentru contractul de vanzare-cumparare

- Parti contractante
- obiectul contractului
- ambalare,marcare,etichetare
- receptia,facturarea si transportul marfurilor
- pretul,conditii si modul de plata
- raspunderea partilor
- forta majora si cazul fortuit
- litigii

Pentru leasing:

- parti contractante
- obiectul contractului
- durata contractului
- pretul
- obligatiile partilor
- forta majora
- dispozitii finale
- litigii

În prezenta lucrare am marcat punctual care sunt caracteristicile celor două tipuri de contracte: ***Vanzarea-cumpararea*** și ***leasing*** pentru ca un cumpărător să știe care este varianta optimă pe care o alege.

SECȚIUNEA 5:

S5. MARKETING, COMERȚ ȘI TURISM

ANALIZA MIXULUI DE MARKETING LA S.C. MMP- HDS ROMANIA

Student: Ciolompea N. Nicolae Iulian,
Managementul Firmei, Anul IV
Coordonator: Prep. univ. Olimpia Oancea

Abstract: *For MMP-HDS Romania to penetrate the Romanian market means an important experience with the reason to emphasize and to offer the acces at a diversity of cultural products such as: news papers, magazines, books and even luxurious products and interactive products.*

Being a company dedicated to the marketing, mass-media area and the entertainment's area, MMP-HDS Romania joins in a efficient way the mix of marketing components.

MMP-HDS Romania este filiala companiei internationale Hachette Distribution Services si Axel Springer Verlag. Hachette Distribution Services face parte din marele grup Lagardere.

Renumerele grupului Lagardere este conferit de cele 4 companii internationale pe care le detine: Hachette Livre (editura si distribuitor de carti), Hachette Filipacchi Media (print media), Lagardere Active (televiziune, multimedia) si Hachette Distribution Services (distributie si comert cu amanuntul).

Hachette Distribution Services este leader in distributia presei la nivel international, cu o cifra de afaceri de 10.18 miliarde Euro in 2008, cu o crestere de 14% fata de 2007. Activitatea de comert cu amanuntul reprezinta aproximativ 50% din cifra de afaceri.

HDS este o companie dedicata marketingului, domeniului media si cel al “entertainment”-ului. Misiunea companiei este de a evidentia si de a oferi acces optim la o diversitate de produse culturale, pornind de la ziare, reviste, carti, pana la produse de lux si interactive.

Principiul esential care ghideaza compania si da valoare produselor sale este cel calitativ.

MMP-HDS Romania ca filiala a Hachette Distribution Services si-a inceput activitatea in Romania in 1996. In perioada 1996-2002 a cunoscut o dezvoltare a activitatii de distributie a presei in cadrul marilor lanturi de magazine. In perioada 2002-2004, numarul magazinelor proprii Inmedio si Relay s-a triplat, practic de la 6 magazine s-a ajuns ca in prezent sa fie 18 magazine in Bucuresti, Brasov, Cluj si Timisoara., urmand ca in 2005 sa se deschida inca 30 de magazine, iar pana la finele anului 2008 reseaua de retail sa cuprinda 80 de magazine.

MMP-HDS Romania detine peste 95% din distributia presei internationale, cu un volum de peste 1 300 de titluri in limba franceza, engleza (Marea Britanie si USA), germana, italiana, spaniola, rusa etc.

Obiectul de activitate al firmei se concretizeaza in:

1. Distributia de presa internationala si romaneasca , in cadrul retelei proprii de magazine specializate, prin serviciul de abonamente, prin reseaua proprie de logistica clientilor precum retelele de supermarketuri si hypermarketuri, benzinarii, etc;
2. Comertul cu amanuntul in cadrul a 18 magazine specializate sub marcele comerciale INMEDIO SI RELAY, localizate in gari, aeroporturi, galerii comerciale si hoteluri;

3. Oferirea de servicii si pachete de promovare persoanelor juridice in cadrul rețelei de magazine proprii. Dezvoltarea organizatiei vizeaza extinderea rețelei de magazine, de la 18 in 2004 la 80 in 2008, cresterea numarului de clienti pe partea de distributie de presa , dezvoltarea serviciului de abonamente.

Distributia de presa are urmatoarele caracteristici:

- ❖ exclusivitate pentru distributia a 95% din titlurile straine pe piata romaneasca, in afara de The Economist si inca cateva titluri, mai putin cunoscute;
- ❖ existenta unor contracte de distributie exclusive pentru distributia presei romanesti si internationale in principalele lanturi de magazine din Bucuresti si din provincie : hypermarket-uri (Carrefour, Cora etc) ; supermarket-uri(La Fourmi, Mega Image, Nic); statii de benzinarie(Agip, Petrol Group); librarii (Humanitas, Diverta) .

Reteaua de magazine proprii cuprinde 2 tipuri de magazine, create dupa 2 concepte (marci comerciale):

Magazinele INMEDIO sunt localizate in hoteluri : Crowne Plaza, Hilton, Intercontinental, Marriott, Sofitel, centre de afaceri: Opera Center, PGV Tower , galeriile comerciale ale hypermarketurilor sau centrelor comerciale:Carrefour Orhideea - 2 magazine, Carrefour Colentina, Cora Granitul, Carrefour Brasov, Eliana Mall Brasov, Sora Center Cluj si Institutul Francez. Magazinele RELAY sunt localizate in Gara de Nord, aeroportul Henri Coanda, si in curand aeroportul din Timisoara.

Cele doua tipuri de magazine urmeaza o linie internationala, marfa este expusa dupa tehnici de merchandising testate ,mobilierul este importat si adaptat etalarii produselor; in ansamblu iluminatul , mobilierul si expunerea urmaresc sa creeze o ambianta placuta actului de cumparare.

MMP - HDS Romania comercializeaza prin reseaua sa de magazine INMEDIO si RELAY 6 categorii de produse, dupa cum urmeaza:

1. PRESA
2. TABAC
3. ALIMENTE
4. CARTE
5. MULTIMEDIA
- 6.DIVERSE (SUVENIRURI, FOTO, COSMETICE, JUCARII, RECHIZITE, PRODUSE SEZONIERE, ETC).

Daca magazinul insusi este considerat ca un produs, atunci magazinele INMEDIO sunt adaptate categoriilor de clientela in functie de zona unde sunt amplasate (segmentare a pietei dupa criteriul locatiei). Astfel, exista 3 tipuri de magazine INMEDIO din punct de vedere al ofertei de produse, desi layout-ul magazinului,merchandisingul si tehnicile de promovare urmeaza aceleasi reguli :

- Magazine marele public.
- Magazine business.
- Magazine internationale.

Magazinele marele public

- Unde : indeosebi in centre comerciale si hipermarket-uri (Carrefour, Cora).
- Cine (clientii) : barbati si femei care sunt in deplasare pentru a face cumparaturi alimentare sau non-alimentare in galeria comerciala respectiva. Ei au un obiectiv de cumparare insa fac si multe cumparaturi din impuls,galeriile comerciale din interiorul hypermarketurilor au o oferta complementara acestora.

- Ce produse: cumparaturile in magazinele marele public sunt mai degraba efectuate intr-o maniera rapida si reflectata. Asadar clientul va cumpara mai bine cotidiene, saptamanale practice (programe TV), carti si foarte putin dulciuri.

Magazinele business

- Unde : in special in centre profesionale (Opera Center, PGV Tower)
- Cine (clientii): mai degraba barbatii care merg la locul lor de munca sau care sunt in pauza. Ei au venituri mari si au nevoie de a fi la curent cu informatia si evolutia tehnologica.
- Ce produse : clientii cumpara din impuls reviste de economie, actualitate si auto, produse alimentare si produse tip cadou.

Magazinele internationale

- Unde : in special in hoteluri (Crowne Plaza, Sofitel, Marriott, Hilton, Intercontinental) si aeroporturi (Otopeni, Timisoara).
- Cine (clientii) : turisti straini sau oameni de afaceri in deplasare, care vin din lumea intreaga si ale caror venituri sunt ridicate. Ei apreciaza atmosfera magazinului si indeosebi calitatea.
- Ce produse : clientul are mai degraba placerea de a cumpara suveniruri romanesti celor de acasa . El doreste, de asemenea, sa cunoasca noutatile despre tara sa prin intermediul presei internationale. Clientului ii place sa guste produsele alimentare care nu se gasesc in tara lui. In cele din urma, el transmite vesti celor apropiati prin cumpararea unei cartele telefonice.

Politica firmei este de a avea aceleasi produse in toate magazinele, binenteles cu mici variatii de cantitate sau profunzime a gamei. Fiecare categorie de produse are caracteristicile ei specifice.

1. PRESA (ZIARE + REVISTE)

--- este un produs complex , datorita periodicitatii sale (cotidiene zilnice, saptamanale, reviste lunare, bilunare,saptamanale,etc), profunzimii gamei (peste 1300 de titluri in mai multe limbi, provenite din mai multe tari) ;

--- este produsul prioritar , cel mai expus si promovat si care detine majoritatea vanzarilor.;

--- utilizeaza mai multe canale de distributie ;

--- este un produs adresat in general persoanelor cu venituri medii sau peste medie, cu studii medii sau superioare.

2. TABACUL

--- este un produs sensibil tratat in contextul legislativ si comercial; el nu este prezent in spatiul de autoservire, fiind situat in apropierea casei de marcat ;

--- cuprinde : tigari, tutun, trabucuri si tigari de foi , complementar magazinul comercializeaza si accesorii pentru tabac precum: pipe, brichete, piatra sau gaz pentru brichete, aparat rulat tigarete etc. ;

--- este un produs “ restrictiv “ in sensul ca este interzisa vanzarea lui minorilor si promovarea sa, de asemeni are un pret maximal impus de stat prin urmare castigul comerciantului cu amanuntul este mic la aceasta categorie de produse.

3. ALIMENTELE

--- categoriile de alimente comercializate sunt: bauturi racoritoare ,chewing gum biscuiti si napolitane ,ciocolata si bomboane ,snacks , dulciuri ;

--- produsele alimentare sunt perisabile, calitatea lor deteriorandu-se intr-un timp relativ scurt, prin urmare trebuie acordată o atenție sporită la termenele de valabilitate ale produselor ;

--- comercializarea produselor alimentare presupune respectarea regulilor elementare de igienă și curățenie;

--- în general produsele alimentare au un rulaj rapid. Cumpărarea produselor alimentare este un act de impuls, ceea ce implică situarea lor într-un loc strategic, foarte vizibil.

4. CARTELE

--- cartea românească și cartea străină prezintă următoarele categorii: carte de buzunar și cărți format mare , precum atlasele ; grupată pe domenii, precum: literatura - clasică, modernă ; carte turistică -; ghiduri, atlase geografice , hărți ; carte pentru copii ; carte specializată: psiho-sociologie, istorie, artă, economică, știință, drept, practico-educative ; dicționare/ghiduri de conversație ; albume despre România .

--- cumpărarea unei cărți este un act lent și reflectat , ele sunt plasate în zona « lentă » a magazinului ;

5. MULTIMEDIA

--- Multimedia grupează patru categorii de produse: CD-uri, CD ROM-uri, DVD-uri, VHS-uri;

--- CD ROM-urile sunt produse cu preț ridicat, impunând astfel o mare supraveghere a lor.

6. PRODUSE DIVERSE

--- sunt: cartele telefonice, produse cosmetice și de igienă, foto și baterii, utilitare (brichete, pixuri, cărți de joc, bricege), vederi și felicitări, cadouri și suveniruri ;

--- cumpărarea produselor din aceste categorii este atât de natură reflectată (nevoia este urgentă), cât și de impuls (la vederea produsului).

STRUCTURA VANZĂRILOR

Deoarece presa este produsul prioritar și aduce cele mai mari vânzări (peste 60%), se va analiza ciclul de viață al acestuia.

Ciclul de viață al presei urmează periodicitatea titlurilor. Ziarele sunt zilnice sau săptămânale, revistele pot fi săptămânale, lunare, bilunare, trimestriale, anuale, etc.

În momentul când apare un nou număr dintr-un titlu , numărul vechi este considerat perimat (uzat moral) și trebuie retras din punctele de vânzare proprii sau de la revanzatori deoarece nu mai oferă informații de ultimă actualitate.

Ciclul de viață al informației din presa este scurt, deși informațiile în sine nu se perimează , de exemplu revistele cu rețete și sfaturi practice pot fi utile și după mai multe luni de la apariție, însă consumatorii de presa pun mare preț pe noutatea și actualitatea informației.

Ca vânzări, vânzările cele mai mari sunt înregistrate în primele zile de la apariția titlului pe piață, scăzând apoi până la un nivel constant sau înregistrând oscilații mici față de nivelul de « platou », apoi intrând în declin pe măsura ce se apropie apariția viitorului număr. Pentru titlurile zilnice vânzările sunt relativ constante, boom-uri fiind înregistrate doar în cazul evenimentelor deosebite sau apariției unor suplimente speciale.

În rețeaua de magazine, structura ofertei și deci a vânzărilor pe cele două mari categorii este următoarea :

- În magazinele business și internaționale : presa românească 40%, presa internațională 60% ;
- În magazinele marele public : presa românească 70%, presa internațională 30% .

Cat privește distribuția vânzărilor după țara de origine a titlurilor și tematica, aceasta este:

Un top al titlurilor arată astfel, în ceea ce privește presa străină(2005) :	
REVISTE	COTIDIENE
1. ART & DECO	1. THE ECONOMIST
2. MAISON&TRAVAUX	2. NEWSWEEK
3.SCIENCE ET VIE	3. TIME
4.OPTION AUTO	4. PARIS MATCH
5.MAISON FRANCAISE	5. BUSINESS WEEK
6. ACTION AUTO MOTO	6. POINT DE VUE
7.ARCHITECTURAL DIGEST	7. L'EXPRESS
8.PHOTO	8. COURRIER INT.
9.UNION	9. FEMME ACTUELLE
10.SYSTEME D	10. LE POINT

Preturile presei românești sunt preturi finale impuse, exact ca și în cazul țigarilor. Modalitatea de a obține profit constă în discounturi mari acordate de editori, însă pentru acestea sunt anumite targeturi de vânzări și returnuri impuse.

Presa internațională, întrucât este în majoritatea ei cumpărată de străini sau oameni de afaceri, are preturi corespunzătoare acestei categorii de clientelă(pret final de vânzare).

Restul produselor comercializate în rețeaua proprie sau prin intermediul abonamentelor , tintind patura socială cu venituri medii, au preturi puțin mai ridicate(dar nu cu mult) față de media de pe piață (marje medii de 35% galerii și 50% hoteluri).

Aceste preturi sunt justificate de faptul că firma încearcă să impună o imagine a marilor, o atmosferă specifică în magazine și un pret prea scăzut nu ar mai face diferență între acest tip de magazine și restul care oferă aceleași tipuri de produse în afara de presă.

Ideea este că un produs calitativ, fie el și o marcă comercială, este întotdeauna asociat cu un pret peste medie sau mare. Pe această idee se bazează politicile de marcă ale oricărei firme. Pretul reflectă nu numai costul produsului dar și imaginea și prestigiul mărcii respective.

Există două tipuri de promovare : promovarea produselor proprii prin metode de merchandising sau promovarea, în cadrul magazinelor, a produselor unor anumiți furnizori care cumpără pachete promotionale din interiorul magazinului.

Merchandisingul și etalarea produselor se face în primul rând prin zonarea magazinului, prin aranjarea mobilierului și aplicarea principiului autoservirii și expunerii produselor de impuls în zona casei de marcat.

Promovarea presei

Elemente de promovare : PREMIERE, FIRST PAGE, PANORAMA, FLASH. Bineînțeles , aceste spații publicitare sunt de vânzare , numai când există o săptămână sau o lună când spațiul nu se vinde nici unui editor, sunt promovate anumite titluri din considerente proprii.

- FIRST PAGE PANORAMA
- PREMIERE
- FLASH

O alta forma de promovare a presei este „Mainline Overhead”, adica un titlu ocupa 2-3 panouri de deasupra insemnelor tematice ale mobilierului.

Promovarea non-presa (pentru restul produselor)

1. Confistar
2. Top confectionary

Primul rand al gondolei si apropierea de casa de marcat sunt considerate spatii privilegiate , care imping vanzarile spre nivelul maxim fata de restul produselor. Se pot dubla fetele produselor, se poate cumpara un intreg rand sau chiar o gondola intreaga.

3. Counter promo
4. Postere iluminate

Alaturi de posterele iluminate pot fi organizate promotii periodice , pot fi oferite cupoane(sistemul cupoanelor este practicat pe scara larga in alte tari), pot fi promovate display-uri speciale ale furnizorilor, precum gondole mari sau simpli suportii ce contin mai multe produse.

De asemeni, aproape fiecare spatiu al magazinului poate fi folosit pentru promovare: podeaua, mobilierul, tavanul pot contine postere, iluminate sau nu, pot fi oferite pungi sau diverse “ cadouri “ ,etc.

Dupa fiecare promotie sunt facute fotografiile, masurate vanzarile si facute comparatii intre magazinele care au participat si cele care nu au participat la promotie si rapoartele sunt inmanate clientilor.

Distributia produsului principal al firmei(presa) se face utilizand 3 canale:

1. reseaua magazinelor proprii, in proportie de 40%;
2. propria retea logistica pentru livrarea la clienti precum:supermarketuri, hypermarketuri,benzinarii, in proportie de 35%
3. livrarea catre clientii abonati, prin mesagerie rapida (Bucuresti)sau posta (provincie), in proportie de 25%.

Reteaua proprie face cu greu fata cererii si va trebui dezvoltata, de asemeni si celelalte doua canale de distributie se vor dezvolta, reseaua de magazine va numara cel putin 80 in 2008,abonamentele se vor dezvolta odata cu posibilitatea de plata on-line si listelor electronice de potentiali clienti(mailing lists).

De asemeni, au loc livrari sezoniere de presa straina, in cadrul hotelurilor de la Marea Neagra si statiunilor montane.

Clienti directi pentru presa straina mai sunt si agentii de abonamente .

CONCLUZII

La momentul actual comertul cu amanuntul reprezinta unul din domeniile cele mai profitabile din Romania, exista lanturile de hypermarketuri si supermarketuri care scot profituri comparabile cu cele din tarile dezvoltate unde venitul mediu este mult mai crescut decat la noi.

Piata nu este deloc suprasaturata intrucat alte cateva lanturi mari de magazine au programate noi puncte de distributie pe piata romaneasca.

In Romania mai exista si un paradox vizibil: in timp ce puterea de cumparare scade, inflatia pare ca nu se poate stopa, insa romanii cumpara tot mai mult, si aproape orice.

BIBLIOGRAFIE

1. Amalia Pandelica - “ Companii multinationale. Strategii de marketing “ Ed. Economica 2007
2. Revista Capital (www.capital.ro)
3. Ziarul Financiar (www.zf.ro)
4. w.w.w.baumaschinen.skynetblogs.be

SECTIUNEA 6:

S6. INFORMATICĂ ECONOMICĂ

PROBLEME ALE BIOMETRIEI IN SISTEME DE AUTENTIFICARE SI AUTORIZARE

Autor : Matei Olteanu

SISTEM INFORMATIC BANCAR

Autor: Vîță Daniela Nicoleta –FB IV
Coordonator :Conf.univ.dr. Bănică Logica

Abstract

The informatic banking system is conceived and put at the users disposal in order to translate these events in multitudes of information called operations. The informatic banking systems are constituted on two levels:

- a proper banking users level*
- a level of the development support of these uses*

Generally banks dispose of their own complex informatic system which includes uses by all departments: leadership, accounting, credits, currency, administrative, staff.

The informatic systems in the financial banking field (ISFB) are designed, used and developed in strict accordance with the requirements of the legal frame.

The ISFB must be designed and exploited in relation with the following basic requirements:

- a) ISFB must take into account the organization and their specific operations and the requirements of the specific legislative frame.*
- b) ISFB will be part of the organization structure of the respective institution*
- c) ISFB will accurately reflect the meaning and the aptitude of the performed financial banking activity*
- d) ISFB will have to insure a high degree of protection and confidentiality of the communication.*

There are four trends concerning the logical and physical structure of the computerized informational system (CIS): standard informatic system (SIS), expert system (ES), executive support system (ESS), mixed informatic system (MIS).

Methods concerning processing

- 1. The conceptual model of the linked to the IS*
- 2. The logical modeling of the processing results from the transformation of the conceptual modeling of the processing by establishing the conversion between the specific elements of the conceptual modeling and logical modeling of the processings*
- 3. The physical modeling of the processing designed by menus which provides the interface with the users by activating certain GUI or the using commands.*

The maintenance of the IS have the following objectives: maintenance of the software in a functional state, making the correlation necessary as a result of the noticed disfunctions, continuous improving of the exploiting server. The maintenance can be of two types: corrective maintenance, up-grading maintenance.

Capitolul I

Necesitatea unui sistem informatic bancar

1.1. Considerații generale

În activitatea sa curentă, o instituție financiar-bancară întreține relații cu clienții săi, cu toți cei ce acționează asupra conturilor instituției respective. Există de asemenea relații permanente între diferite unități operaționale și funcționale ale instituției. Aceste activități și relații se materializează în evenimente pe care instituția trebuie să le gestioneze în sistemul său informațional.

Sistemul informatic bancar este conceput și pus la dispoziția utilizatorilor pentru a traduce aceste evenimente în mulțimi de informații numite operații. Sistemele informatice

bancare sunt constituite pe două nivele: un nivel al aplicațiilor bancare propriu-zise și un nivel al suportului de dezvoltare a acestor aplicații. Această arhitectură garantează independența aplicațiilor, modularitatea programelor și evoluția funcțională.

În general, băncile dispun de un sistem informatic propriu complex, care înglobează aplicații realizate de toate compartimentele: conducere, contabilitate, credite, valută, personal, administrativ.

Compartimentul de conducere: aplicații ce pun la dispoziție informații privind situația financiară a băncii (balanța), rezultatele activității pe diverse perioade și programează rezultatele viitoare în funcție de factorii actuali;

Compartimentul de contabilitate: toate operațiunile privind decontările, în condițiile actuale în care există un volum foarte mare de informații, se pot realiza cu operativitate și în condiții de siguranță și corectitudine prin intermediul calculatoarelor;

Compartimentul de credite: se poate asigura o urmărire atentă a derulării activității de creditare/rambursare a creditelor, eșalonarea ratelor de rambursare pe o perioadă de "x" ani, rambursarea ratelor în avans sau la scadență; pentru întârziere, automat se trece suma existentă în contul disponibil, sau se aplică dobânzi corespunzătoare;

Compartimentul de operații valutare: sunt operațiuni complexe în care trebuie să se țină cont de modificarea zilnică cursului valutar.

Compartimentul de personal: în acest compartiment munca este facilitată prin utilizarea unor programe de evidență a salariului, control asupra drepturilor și obligațiilor față de personalul salariat;

Compartimentul de administrativ: o bună evidență a mijloacelor fixe, materialelor, obiectelor de inventar existente și care se poate asigura printr-o programare corespunzătoare (numai calculul amortizării mijloacelor de inventar utilizând programe adecvate duce la o reducere importantă a volumului de muncă).

Așadar, în condițiile actuale în care numărul clienților și al operațiunilor bancare este în continuă creștere se impun realizarea și implementarea unui sistem informatic care să optimizeze desfășurată activitatea de o unitate bancară.

O primă importanță o are informatizarea activității operaționale a băncii pentru a furniza informații prompte și eficiente, astfel încât prin utilizarea lor să se îmbunătățească procesul de realizare a activelor curente și de perspectivă ale băncilor.

Capitolul II

Principii manageriale utilizate în organizarea și structura sistemelor informatice din domeniul financiar-bancar

Sistemele informatice din domeniul financiar-bancar (SIFB) sunt realizate, utilizate și dezvoltate în concordanță strictă cu cerințele cadrului legal în materie, constituit în principal din:

- Legea privind societățile comerciale (Legea nr. 31/1990) republicată.
- Legea privind activitatea bancară (Legea nr. 33/1991)
- Norme metodologice emise de Ministerul Finanțelor, BNR, Guvernul României, alte organisme macroeconomice abilitate.

Sistemele informatice din domeniul financiar-bancar sunt dezvoltate, în principiu, la următoarele organisme cu specific financiar-bancar:

- Ministerul Finanțelor
- Administrații financiare
- Curtea de Conturi, Garda financiară
- Asociații bancare
- CEC

- Societăți de asigurare și reasigurare
- Burse de valori
- Fonduri mutuale și societăți de investiții financiare
- Case de schimb valutar
- Organisme financiar-bancare internaționale cu sediul în România.

În mod concret, la nivelul acestor organisme sunt dezvoltate sisteme informatice cu caracter specific, în concordanța strictă cu particularitățile manageriale și organizaționale asociate acestora.

Pentru SI ale SB, acestea presupun structurarea SI total în componente informatice pentru gestiunea sediului central - atunci când este cazul - și cu alte componente informatice asociate filialelor, paralel cu realizarea joncțiunii on-line între aceste două tipuri de componente.

În sinteză, SI din domeniul financiar-bancar trebuie să fie realizate și exploatate în raport cu următoarele cerințe fundamentale:

a) SIB trebuie să țină seama, în privința organizării și specificului prelucrărilor acestora, de cerințele specifice ale cadrului legislativ-normativ în materie: Legile 31/1990, Legea 33/1991, actele normative emise de către Guvernul României, de BNR, de alte organisme macroeconomice abilitate în domeniul financiar-bancar

b) SIFB se vor asocia structurii organizatorice a respectivului organism financiar-bancar, în scopul satisfacerii cât mai depline a activității manageriale

c) SIFB vor reflecta fidel sensul și amplitudinea activităților financiar-bancare desfășurate pentru a asigura controlul funcționării sistemului cibernetic asociat respectivului organism financiar-bancar

d) în procesul dezvoltării de noi versiuni ale SIFB, se va ține seama de evoluția activității organismului financiar-bancar respectiv, inclusiv de modificările survenite în cadrul legislativ-normativ asociat domeniului financiar-bancar

e) SIFB vor trebui să asigure un grad înalt de protecție și confidențialitate a comunicațiilor, datelor și prelucrărilor, pe de o parte, precum și în ce privește instituțiile implicate, natura și sensul operațiilor financiar-bancare, suinele, valutele și obiectivele utilizate, conexiunile de afaceri și informaționale, pe de altă parte

f) SIFB vor avea un caracter distribuit din punct de vedere geografic, pentru a acoperi în condiții optime întreaga arie de preluare, atât pentru sedii și filiale, cat și pentru tronsonul național și cel internațional.

Există patru tendințe de organizare logico-fizică a subsistemului informațional informatizat (SI)

1. sistem informatic standard (SIS)
2. sistem expert (SE)
3. sistem interactiv de asistare a deciziei (SIAD) sau sistem executiv (ESS – executive support system)
4. sistem informatic mixt (SIM).

SE, SIAD/ESS și SIM funcționează într-o ambianță bazată preponderent pe inteligența artificială (IA).

SISTEMUL INFORMATIC STANDARD (SIS) este format dintr-un set finit de metode, tehnici, procedee, modele, strategii, instrumente, sisteme de tehnică de calcul, sisteme de comunicație de date, personal specializat în informatică, sisteme organizatorice, restricții și facilități legislative în materie, utilizate pentru generarea, transmiterea, prelucrarea algoritmică, difuzarea și interpretarea rezultatelor în vederea îndeplinirii funcțiilor organismului financiar-bancar (dezvoltare, servicii, relații, personal) și a atributelor sistemului de gestiune (monitorizarea, reglarea, coordonarea, controlul). Toate aceste elemente au rolul de a asigura o funcționare optimă și o reglare de tip conexiune inversă (feed-back) a întregului

sistem aferent unui organism financiar-bancar, în condiții de eficiență economică și rentabilitate financiară acceptabile.

În aceste condiții, SIS primește datele de la sistemul operant și, prin intermediul unei baze de proceduri asociate (BP), asigură prelucrarea multiplă a acestora, în conformitate cu un sistem procedural bazat pe algoritmi de prelucrare și de calcul, în vederea obținerii unor date de ieșire sub formă de rapoarte, indicatori sintetici, grafice, alte ieșiri sub formă mixtă și/sau ieșiri către alte SIS financiar-bancare.

În mod practic, SIS folosește colecții de date (CD) organizate sub formă de:

- baze de date (BD) gestionate prin sisteme de gestiune a bazelor de date (SGBD),
- baze de tabele (BT) gestionate prin sisteme de tip LOTUS sau derivate din acesta (EXCEL, QUATTRO etc)

SIS folosesc în mod preponderent programarea procedurală, a cărei descriere și utilizare are la bază proprietățile specifice algoritmilor de calcul și prelucrare, reunite practic prin intermediul conceptului de bază de proceduri (BP).

Intrările SIS sunt asigurate prin tranzacțiile externe generate de operațiile financiar-bancare desfășurate la nivelul subsistemului operant, operații ce generează un flux de date care vor determina operații de actualizare fie asupra BD, fie asupra BT.

Rezultă că tranzacțiile au rolul de a asigura corelarea stării și dinamicii fenomenelor și proceselor financiar-bancare cu nivelul și variația datelor din BD/BT.

Tranzacțiile pot fi de două feluri: externe și interne, ce vor fi notate prin TE și TI. Operațiile financiar-bancare generate de către subsistemul operant sunt sursa TE, acestea redând dinamica și starea modificărilor colecțiilor de date, asigurate prin operații de actualizare a BD și/sau BT.

Tranzacțiile interne (TI) sunt generate de modificările ce apar în interiorul colecțiilor de date ca urmare a unor schimbări produse fie de TE, fie de operațiile desfășurate între diferitele tipuri de colecții de date.

Prelucrările SIS sunt de tip procedural, având la bază algoritmi specifici de prelucrare și calcul asociați strict domeniului financiar-bancar. Aceste prelucrări au ca sursă TE și/sau TI, fiind aplicate colecțiilor de date (CD) asupra cărora sunt efectuate, în principiu, câteva tipuri clasice de prelucrări: crearea structurii CD, actualizarea, exploatarea, tipărirea, reorganizarea, salvarea, restabilirea, configurarea, întreținerea etc. CD pot fi organizate sub forma BD de tip relațional, gestionate prin SGBDR (de exemplu dBASE, FOXPRO, CLIPPER, ACCESS etc) sau sub forma foilor de calcul electronice (spreadsheets), gestionate prin programe de tip tabelar (LOTUS, EXCEL, QUATTRO etc), prin intermediul conceptului de bază de tabele (BT). Menționăm că pot fi adaptate și soluții mixte, folosindu-se schimburi de date și conversii aferente între BD și BT.

Ieșirile SIS sunt obținute ca urmare a aplicării prelucrărilor asupra TE și TI, fiind concretizate în următoarele tipuri:

rapoarte/situații/liste: conțin indicatori sintetici și/sau analitici financiari-bancari sub formă tabelară, obținuți prin diferite procese de prelucrare

aplicate asupra CD - BD sau BT-fiind necesare luării de decizii cu caracter tactic, strategic și operativ

- indicatori sintetici: conțin elemente sintetice/analitice cu un grad maxim de prelucrare și reprezentativitate, afișabile pe ecranul videoterminalului, și sunt folosiți pentru informarea și luarea operativă a deciziilor de către manageri sau personalul de specialitate și graficele: arată tendința (evoluția, involuția sau constanța) unor fenomene sau procese financiar-bancare pe o perioadă de timp sau ponderea unor elemente într-un asemenea fenomen

- mixte: se prezintă sub forma unor documente elaborate pentru factorii de decizie și conțin text explicativ, rapoarte, indicatori sintetici și grafice, inclusiv combinații ale acestor tipuri de ieșiri

- ieșiri către alte SIS: sunt utilizate pentru transmiterea on-line de date între diverse organisme financiar-bancare, fiind necesare informării reciproce sau raportării cu privire la fenomene și procese financiar-bancare actuale, trecute și sau viitoare.

Capitolul III

Metode sistematice utilizate în dezvoltarea aplicațiilor informatice bancare

3.1. Modelul conceptual, logic și fizic al datelor

3.1.1 Modelarea conceptuală a datelor

Stabilește tipurile de entități, attribute și relații necesare pentru subsistemul informatic, în următoarea succesiune:

a) determinarea bazei de attribute: are în vedere studierea structurii informaționale a intrărilor și ieșirilor specifice sistemului informatic, sub aspectul semanticii, tipul, lungimii maxime, al modului de calcul și al stabilirii unui sistem de calcul asociat pentru intrări și ieșiri, precum și structura bazei de date.

Pentru fiecare tip de atribut calculat se vor prezenta algoritmul de calcul și operanzii primari necesari. În cadrul sistemului informatic pentru principalele attribute calculate se folosesc următorii algoritmi de calcul:

Tabelul 3.1

Atribut	Formula

b) stabilirea dependențelor funcționale dintre attribute, dintre care cele mai importante sunt următoarele:

Tabelul 3.2

Atribut	Attribute corespondente

c) construirea modelării conceptuale ale datelor prin care au fost definite următoarele tipuri de entități și relații:

Tabelul 3.3

Nr. crt.	Tipuri de entități în modelarea conceptuală a datelor	Descrierea tipului de entitate/relație

d) descrierea modelării conceptuale a datelor

Tabelul 3.4

Descrierea tipurilor de entități		Descrierea tipurilor de relații		
Tipul de entitate	Tipul de proprietate	Tip de relație	Cardinalitate	Colecție
Identificator	Natura, lungimea	Indicator		

3.1.2. Modelarea logică a datelor

Modelarea logică a datelor asigură transformarea datelor într-o structura logică a bazei de date, determină ordinii de actualizare a bazei de date și a ordinii de listare a ieșirilor sistemului informatic în mai multe faze:

a) transformarea prin intermediul regulilor de trecere de la modelarea conceptuală a datelor la modelarea logică a datelor în funcție de cardinalitățile existente.

b) stabilirea ordinii actualizării a bazei de date prin intermediul ponderilor stabilite și a unei matricii care conține aceste ponderi

c) determinarea ordinii de listare a ieșirilor din sistemul informatic prin metodă grafică.

Tabelul 3.5

Situția de ieșire		Frecvența	Curba utilizată
Cod	Denumire		

3.1.3. Modelarea fizică a datelor

Modelarea fizică a datelor asigură descrierea tuturor tabelelor din baza de date.

Videoformate de intrare și de ieșire sunt folosite la nivelul procedurilor automate fie pentru actualizarea bazei de date, fie pentru listarea datelor din baza de date sub formă de rapoarte sau indicatori sintetici.

3.2. Modelul conceptual, logic și fizic al prelucrărilor

3.2.1 Modelarea conceptuală a prelucrărilor

Modelul conceptual al prelucrărilor asociat sistemului informatic conține, în principiu, următoarele operații complexe:

Tabelul 3.6

Activitatea		Operații complexe declanșate în modelarea conceptuală a prelucrărilor	
Cod	Denumire	Cod	Denumire

3.2.2 Modelarea logică a prelucrărilor

Modelarea logică a prelucrărilor rezultă din transformarea modelării conceptuale a prelucrărilor prin stabilirea conversiilor dintre elementele specifice ale modelării conceptuale a prelucrărilor și modelării logice a prelucrărilor.

Tabelul 3.7

Modelarea conceptuală a prelucrărilor	Modelarea logică a prelucrărilor
Activități	Activități
Evenimente de intrare/ieșire	Evenimente de intrare/ieșire
Sincronizare	Sincronizare
Procese complexe	Operații/faze
Procese elementare	Acțiuni/sarcini
Reguli de emisie	Reguli de emisie: - frecvența operațiilor - compartimentele implicate - tipul operației (manual/automatic)

Tabelul 3.8

Frecvența	Compartimentul	Acțiunea	Fazele/operațiile modelării conceptuale a prelucrărilor	Tipul

3.2.3 Modelarea fizică a prelucrărilor

Modelarea fizică a prelucrărilor are rolul de a prelua toate elementele specifice modelării fizice și de a le transpune într-un sistem operațional de proceduri automate structurabile la rândul lor în modele de prelucrare.

Criteriile utilizate în realizarea procedurilor sistemului informatic sunt următoarele:

- a) tipologia și natura prelucrărilor specifice activității financiar-bancare
- b) natura și specificul intrărilor, ieșirilor și prelucrărilor fiecărei aplicații informatice, care au fost asociate cu activitatea financiar-bancare
- c) necesitatea asigurării unui control centralizat și integral al tuturor prelucrărilor efectuate asupra bazei de date prin folosirea eficientă a meniurilor de prelucrare

Meniurile de prelucrare asigură interfața cu utilizatorul prin activarea unor proceduri automate de prelucrare sau execuția unei secvențe de comenzi.

Tabelul 3.9

Nume procedură	Nume meniu	Operațiuni principale	Operațiuni secundare

- d) minimizarea numărului de proceduri în condițiile efectuării tuturor prelucrărilor necesare asupra bazei de date.

În acest context, procedurile proiectate pentru sistemul informatic sunt următoarele: monitorizare, actualizare, listare, salvare/restaurare și reorganizare.

Tabelul 3.10

Nume procedură	Tip		NIV REF	Proceduri componente	Funcție
	Externă	Internă			

Capitolul IV

Asigurarea întreținerii sistemului

Întreținerea sistemului informatic are următoarele obiective:

- menținerea aplicațiilor informatice în stare de funcționare
- executarea corelațiilor necesare ca urmare a disfuncționalităților constatate
- îmbunătățirea continuă a service-ului de exploatare.

Întreținerea poate fi de două tipuri:

a) întreținerea corectivă are în vedere corectarea anomaliilor de funcționare, cum ar fi erorile de programare nedetectate și cele provenite din nerespectarea integrală a specificațiilor utilizatorului, ca urmare a aplicării greșite a unor reguli de calcul particulare,

b) întreținerea evolutivă are ca obiect adaptarea și ameliorarea aplicațiilor în privința răspunsurilor la cererile utilizatorului, cum ar fi adaptările la evoluția tehnicii de calcul, îmbunătățiri ale specificațiilor definite inițial de utilizatori, creșterea performanțelor.

Abordarea dezvoltării sistemului

Sistemul proiectat, implementat, exploatat și aflat în întreținere are o anumită versiune de realizare (de exemplu, versiunea 1). Se pune problema extinderii și îmbunătățirii sistemului pentru a trece la o altă variantă, superioară primeia. Această dezvoltare se datorează, în sinteză, următorilor factori esențiali:

- modificarea legislației financiar-bancare;
- modificarea activităților desfășurate de către OFB;
- schimbarea cerințelor OFB (obiectivele SIFB, modelele ieșirilor sistemului, fluxurile de prelucrare, documentele de intrare și sistemele de codificare folosite);

- evoluția tehnicii de calcul, a metodelor de transmisie a datelor, a tehnologiei de înmagazinare și gestiune a datelor, modificări apărute în SGBD etc.

Dezvoltarea sistemului are în vedere și modificările calitative ale acestuia, cum ar fi:

- modificarea unor reguli de prelucrare și impactul direct asupra programării;
- reprogramarea tranzacțiilor externe pentru care s-au operat modificări în structura și modelele informaționale asociate documentelor de intrare și în ieșirile asociate noului sistem;
- modificarea timpului de răspuns - diferit sau imediat.

BIBLIOGRAFIE

1. DAVIDESCU Dumitru „Sisteme informatice financiar-bancare: Concepte fundamentale. Modelarea prin Metoda MERISE” , Ed. ALL Beck, București 1999
2. BIȚĂ Vasile „Sisteme informatice în economie” , Ed. Tehnică, București,
3. CURIAC Daniel „Sisteme informatice pentru comerțul electronic”, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2005

UTILIZAREA E-BANKING ÎN APLICAȚIILE DE COMERȚ ELECTRONIC

Student: IVANOVICI CONSTANTIN

Îndrumător: Conf. univ. dr. LOGICA BĂNICA

Comerțul electronic devine rapid o componentă spectaculoasă a globalizării, expansiunea tranzacțiilor electronice putând constitui o oportunitate majoră pentru comerț și dezvoltare. Totodată, acest proces poate fi sursa unui important număr de istorii de succes prin care țările în curs de dezvoltare și întreprinderile lor pot atinge noi niveluri de competitivitate internațională și participă la economia informațională globală.

Avantajele utilizării comerțului electronic pot fi evaluate din perspectiva celor doi participanți implicați: compania și consumatorul. Din punctul de vedere al companiei vânzătoare, avantajele ar fi: extinderea zonelor de activitate pentru piețele naționale și internaționale; creșterea vitezei de comunicare; întărirea relațiilor cu furnizorii și clienții; posibilitatea întreprinderilor mici de a concura cu cele mari; facilitarea intrării pe piețele internaționale.

Din punctul de vedere al consumatorului, avantajele sunt: efectuarea rapidă a cumpărăturilor la orice oră, în orice zi; cumpărarea rapidă a produselor și serviciilor; posibilitatea participării la licitații virtuale, la reuniuni electronice din comunitățile virtuale, unde au loc schimburi de idei și de experiențe.

În acerastă lucrare se propune elaborarea de către specialiști în probleme bancare a unui studiu privind modul cum se poate dezvolta în sistemul nostru bancar o soluție de plată pe Internet acceptată de majoritatea băncilor. O colaborare între asociațiilor din domeniul IT&C, Banca Națională a României și Asociația Națională a Băncilor ar trebui să fie dezvoltată pentru a se putea implementa un sistem funcțional de comerț electronic.

1. Concepte generale de comerț electronic

Comerțul electronic se referă la desfășurarea activităților specifice mediului de afaceri (tranzacții) într-un sistem automatizat integrat pentru schimbul de informații utilizând mijloace electronice (rețele de calculatoare).

O definiție posibilă a Comerțului Electronic ar fi: „*orice forma de tranzacții în afaceri în cadrul căreia părțile interacționează electronic în loc de realizarea de schimburi fizice sau în contact fizic direct*”.

În comerțul electronic informația circula între agenții implicați în afaceri (vânzător, cumpărător, bancă, transportator, agent de service), fără a utiliza suportul de hartie (imprimantă sau fax).

Comerțul electronic se poate defini ca fiind o activitate comercială în care o firmă (comerciant) folosește Internetul pentru a-și prezenta și vinde produsele către clienții săi.

Primele forme de comerț electronic existente de câteva decenii se bazau pe rețele private, telefonice și rețelele între companii. Etapa următoare a comerțului electronic datează din anii '95-'96 și reprezintă vânzarea cu amănuntul către consumatori. Din 1995, companii cu nume de rezonanță precum Dell, Cisco și Amazon au pornit o campanie agresivă de utilizare comercială a Internet-ului. Au apărut primele site-uri Web comerciale care ofereau acces rapid și facil la informații despre produse, dar nimic mai mult, fiind doar niște vitrine mobile, fără legătură, din cyberspațiu. Un alt val al evoluției comerțului electronic a adus posibilitatea de a trimite comenzi sigure, utilizând cărți de credit. În această perioadă au fost integrate aplicațiile de rețea cu bazele de date oferind consumatorilor posibilitatea de a accesa

o cantitate considerabilă de informații și de a furniza opțiuni convenabile pentru achiziții. În general procesul de vânzare-cumpărare online se desfășoară astfel:

Comerciantul își deschide un site de Internet pe care își prezintă detaliat produsele și condițiile comerciale (prețuri, termene de livrare, garanție etc.)

Cumpărătorul intră pe acest site, găsește produsul căutat și transmite o comandă către comerciant, specificând produsele, cantitățile comandate, modalitatea de plată și adresele de livrare și de facturare. În cazul plății cu card, pe o pagină securizată, cumpărătorul își introduce și datele cardului.

După verificarea veridicității datelor din comandă, comerciantul livrează marfa către cumpărător, încasând contravaloarea acesteia fie de pe cardul cumpărătorului, fie la livrarea produselor sau chiar în avans în unele cazuri.

2. Modele de comerț electronic

Comerțul electronic este răspândit astăzi în diferite forme, una dintre cele mai semnificative modalități de grupare fiind în funcție de natura tranzacției. Corespunzător acestui criteriu, se disting următoarele modele de comerț electronic:

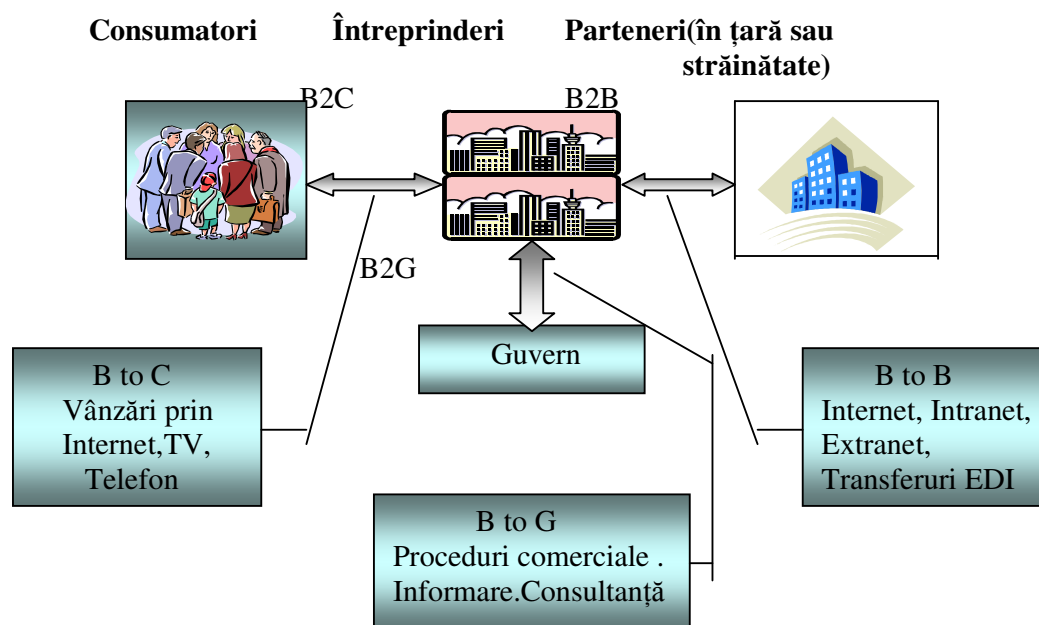


Figura 1. Modele de comerț electronic

Companie-la companie (B-2-B: Business-to-Business) cuprinde toate tranzacțiile ce se efectuează între doi sau mai mulți parteneri de afaceri. Aceste tranzacții se bazează, de obicei, pe sisteme Extranet, ceea ce înseamnă că partenerii de afaceri acționează pe Internet prin utilizarea de nume și parole pentru paginile de web proprii.

Companie-la-client (B2C: Business-to-consumer). Se referă la tranzacțiile cu amănuntul către cumpărători individuali (de exemplu, un cumpărător de la Amazon.com este consumator în acest model).

Consumator-la-consumator (Consumer-to-consumer). Este un model în care consumatorii vând direct consumatorilor. De exemplu, persoane care vând proprietăți, case, mașini, alte bunuri, reclame pe Internet-ul companiei pentru serviciile individuale, vânzări de cunoștințe, expertize, licitații individuale.

Consumator-la-companie (C2B: Consumer-toBusiness). În această categorie sunt incluse persoanele care vând produse sau servicii unor organizații, precum și cei care caută vânzători, negociază cu ei și, în final, are loc o tranzacție;

Afacerile organizațiilor nonprofit (Non-business). Se referă la activitățile organizațiilor nonprofit, instituții academice, religioase, sociale, agenții guvernamentale, care folosesc diverse forme ale comerțului electronic în vederea reducerii cheltuielilor, îmbunătățirii activităților sau a serviciilor prestate. Implicarea guvernelor în activitățile economice au creat modele particulare, de tip guvern-la-cetățean (G2C), guvern-la-guvern (G2G) etc.

Afaceri intraorganizaționale (Intra-business). Conțin activități interne, care de obicei au loc într-un Intranet și care implică schimburi de bunuri, servicii, informații.

Colaborativ. Reprezintă un model în plină ascensiune. El se bazează pe colaborarea mai multor societăți -chiar concurente- în producerea și vânzarea produselor și serviciilor.

Modelele B2C și B2B sunt cele mai răspândite și regulile lor sunt replicate, cu ușoare modificări, în celelalte modele. Piața electronică poate fi orientată spre consumator (modelul B2C) sau spre companii-client (business-modelul B2B). Cele două metode sunt asemănătoare, deoarece companiile pot vinde cu amănuntul unor clienți sau en-gros unor companii. Multe companii mari (de exemplu, Amazon, Dell Computers, Barnes&Noble) sunt reprezentate în ambele metode de comerț electronic.

Analizând aplicațiile curente dezvoltate pe Internet identificăm următoarele modele de afaceri în comerțul electronic:

- magazin electronic (e-shop);
- aprovizionarea electronică (eProcurement);
- magazin electronic universal (eMall);
- piața unui terț (*3rd party marketplace*);
- comunități virtuale (*virtual communities*).

3. Sistemul electronic de plăți

Progresele deosebite realizate în domeniile informaticii și telecomunicațiilor au revoluționat societatea și au schimbat radical relațiile bancă – client și chiar conceptul despre bancă. Noile tehnologii au devenit atât un catalizator al marilor schimbări de care beneficiaza consumatorii de servicii bancare, cât și un suport pentru bănci care încearcă să răspundă noilor cerințe.

Apariția **banilor electronici** a reprezentat un pas decisiv în perfecționarea sistemelor de plăți care a adus importante avantaje clienților bancari prin facilitățile create de transmitere rapidă a fondurilor și reducere substanțială a costurilor tranzacțiilor, precum și autorităților monetare prin posibilitățile de reglare și supraveghere a sistemului monetar și în special al celui bancar. Revoluția digitală a avut drept rezultat faptul că orice informație poate fi redusă în prelucrare la un flux, iar plata – banii informație în general - devine doar o formă de informație digitală. De aceea, trecerea la sistemele electronice de plăți și informatizarea completă a procesului de transmitere a drepturilor de proprietate asupra informației–bani a fost un fenomen natural în evoluția sistemului financiar – bancar.

Un sistem electronic de plăți se referă la totalitatea obiectelor care conlucrează pentru asigurarea plății tranzacțiilor ce se efectuează. Sunt implicate, în general, trei entități care interacționează: o banca B, un cumpărător C și un vânzător V. Sistemul electronic de plăți conține și o mulțime de protocoale care permit cumpărătorului C să facă plăți către - vânzătorul V. Sistemele electronice de plăți pot fi privite într-o structură ierarhică pe nivele, derivate din arhitectura sistemelor ISO-OSI.

Un Sistem Electronic de Plăți este format din doua nivele:

- nivelul utilizator, care constituie nivelul ierarhic superior, și
- nivelul sistem, care constituie nivelul ierarhic inferior.

În continuare, vor fi descrise foarte pe scurt cele două nivele:

- nivelul utilizator: constă din mulțimea utilizatorilor și a tranzacțiilor care au loc între aceștia. Utilizatorii sunt grupați după diverse roluri, după modul în care interacționează în relațiile de afaceri dintre ei: cumpărătorul, vânzătorul, emitentul de bani electronici (banca), etc;
- nivelul sistem: constă din mulțimea entităților fizice și a relațiilor care se stabilesc între ele. Entitățile pot juca unul dintre următoarele roluri: purtător de bani electronici sau registru de casa.

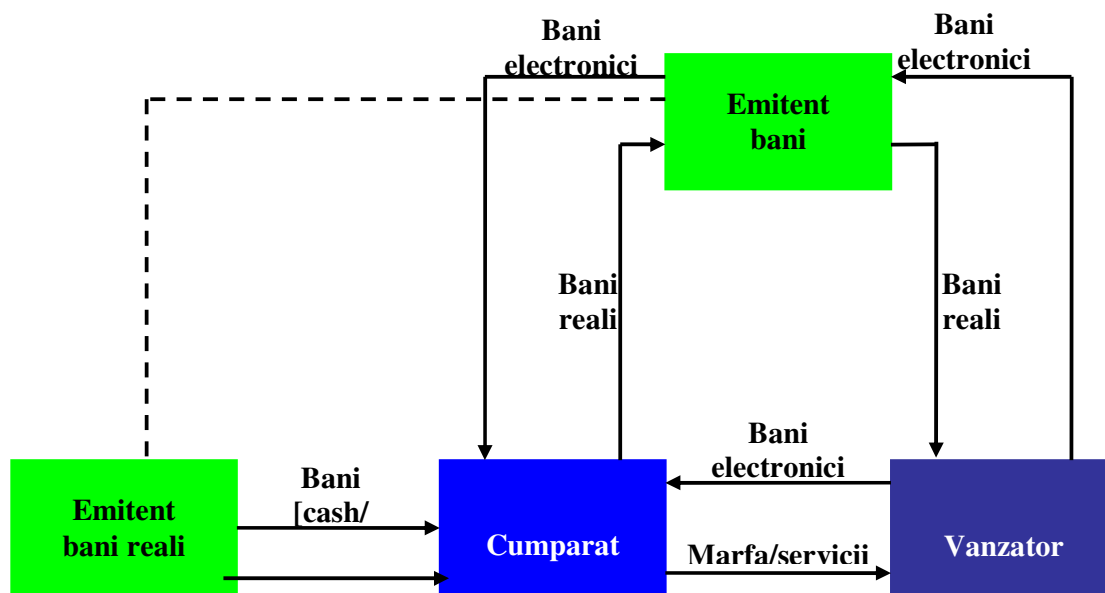


Figura 2: Arhitectura unui sistem electronic de plăți

Instrumentele de plată folosite în sistemele de plăți electronice sunt identice în ce privește informațiile pe care le conțin cu cele pe suport hartie, dar adaptate transmisiei electronice și au același rol de a transmite informația - bani de la partenerul plătitor către cel beneficiar prin intermediul sistemului bancar. Adaptarea la sistemul electronic constă în transpunerea informațiilor într-un mesaj electronic care se poate cripta și decripta automat și semna electronic. Instrumentele de plată electronică validate până în prezent de practică sunt ordinul de plată electronic și cecul electronic.

Echipamente (periferice) folosite de clientii e-banking

Există mai multe tipuri principale de dispozitive folosite:

- portofelul electronic: este folosit de către cumpărător pentru a stoca banii electronici. Există următoarele configurații fundamentale:
- calculator "de mână" (hand-held computer): reprezintă un calculator de dimensiuni reduse aflat în posesia clientului. Băncile sunt neliniștite de controlul total al utilizatorului asupra resurselor dispozitivului de plată. Conectarea la punctele de acces ale SEP se face de obicei printr-o legătură serială în infiaroșu;
- cartela inteligentă (smartcard): constă dintr-un cip încorporat într-o cartelă de plastic. Spre deosebire de o cartelă de credit obișnuită, un smartcard dispune de un microprocesor. Comunicația cu punctul de acces se face prin contact direct cu cititorul de cartelă. Utilizatorul nu are acces la resursele hard și soft, fapt care avantajează băncile. Este imposibilă

"deschiderea" smartcard-ului și efectuarea unui „reverse-engineering” (adică o metoda de a afla modul în care a fost construită cartela prin dezasamblarea sa și parcurgerea în sens invers a pașilor care se presupune că s-au minat la creare);

- portofel electronic cu observator: structura formată din două calculatoare: calculatorul clientului, prin care acesta comunică cu punctul de acces al SEP, și un calculator al băncii, încorporat în cel al clientului, care previne dubla cheltuire a banilor electronici;
- punctul de vânzare (POS): este folosit de către vânzător pentru a stoca banii electronici temporar. Din punct de vedere tehnic, are interfețe atât serială, prin înfiaroșu sau wireless (local sau prin GSM GPRS sau CDMA) cât și un cititor de smartcard/card magnetic;
- distribuitorul de bani electronici: dispozitivul prin care se încarcă bani electronici în portofelul electronic al cumpărătorilor. Moduri de implementare:
- distribuitor cont - bani electronici: soluție care permite incrementarea valorii din portofel, pe baza retragerii unei sume de bani reali din contul deschis de cumpărător;
- distribuitor carte de credit - bani electronici: permite incrementarea valoni din portofel pe baza creditării cumpărătorului de către o casă de credit;
- distribuitor numerar - bani electronici: permite incrementarea valorii portofelului prin colectarea de la cumpărător a unei sume cash.

4. Internetul bancar (eBanking)

Noțiunea de internet bancar este definită de unele instituții financiare internaționale de specialitate (Electronic Banking Group din cadrul Comitetului de la Basel, Office of the Comptroller of Currency-SUA) în mai multe variante cu același conținut – furnizarea de servicii bancare prin mijloace electronice tip internet. Băncile pot oferi servicii de tip internet bancar în două feluri:

- a) băncile existente își crează un site oferind clienților pe lângă canalele tradiționale și internetul bancar;
- b) înființarea unei bănci virtuale, fără sucursale, denumită și bancă Internet Only, în care calculatorul server este ținut într-un birou care servește și ca sediu al băncii sau în altă locație.

Operațiuni bancare prin internet

Ca urmare a gamei diferite de operațiuni prin internet și a riscului pe care îl incumbă, se pot stabili trei tipuri de internet bancar:

- **informațional** – acesta este primul nivel prin care băncile prezintă oferta de produse și servicii stocată pe un server, riscul operațional fiind destul de scăzut, întrucât sistemul de informare este separat de sistemul informatic al băncii;
- **comunicativ** – operațiunile se referă la posta electronică, informații despre cont, formulare pentru obținerea de împrumuturi, schimbarea numelui sau a adresei clientului; riscul este mai mare, întrucât serverul poate avea o conexiune cu rețeaua internă a băncii;
- **tranzacțional** – efectuarea de operațiuni bancare specifice tranzacțiilor care au loc și care prin legătura cu sistemul informatic al băncii au un risc apreciabil.

Transferuri electronice de fonduri

Informația a devenit o resursă esențială pentru dezvoltarea societății moderne, care antrenează o creștere continuă a volumului și diversității informațiilor prelucrate și care utilizează tehnologia informației și a comunicațiilor, trăsături care au condus la conceptul de

societate informațională. Această societate reprezintă o nouă etapă a civilizației umane, care implică folosirea intensivă a informației cu un impact economic și social deosebit.

Transferul electronic de fonduri este un ansamblu de tehnici informatice, electronice, telemetrice, care permite schimbul de fonduri între parteneri, prin intermediul băncilor și a unor sisteme speciale de transfer, într-un timp foarte scurt. Încă din deceniul 1960-70 au apărut unele inovații tehnologice care permiteau legături între locații foarte îndepărtate de pe glob, ceea ce a permis apariția mai întâi a transferului electronic de fonduri și apoi a plăților electronice. În locul instrumentelor de plată clasice au început să circule mesaje privind plățile, cu informațiile necesare referitoare la moneda, sumă, parteneri, bănci, precum și alte informații specifice. Modalitatea electronică de transfer al fondurilor a determinat și anumite modificări organizatorice în cadrul băncilor prin crearea de compartimente specializate în transferuri de fonduri, cărți de plată, plăți către persoane fizice, apariția unor noi servicii bazate pe aplicații bancare electronice.

Din considerente privind riscurile pe care le implică dar și din rațiuni practice, transferurile electronice interbancare se diferențiază, în primul rând, în funcție de valoarea transferurilor, astfel:

- a) transferuri de valori mari (SWIFT și TARGET);
- b) transferuri de valori mici (Eurogiro, Western Union, MoneyGram).

Securitatea operațiunilor bancare prin internet

Securitatea electronică este definită de unii experți ca “acele politici, recomandări, procese și acțiuni necesare minimizării riscului aferent efectuării tranzacțiilor electronice, risc ce se referă la breșe în sistem, intruziuni sau furt”, iar alții ca “orice mijloc, tehnică sau proces utilizat pentru a proteja volumul de informații al unui sistem”. Valoarea informației se bazează pe integritatea sa, iar în cazul în care sistemul de securitate nu permite îndeplinirea acestei cerințe, informația își pierde din semnificația sa. În acest context, specialistii Băncii Mondiale consideră că securitatea este o modalitate de a adauga valoare, devenind o preocupare majoră a instituției care trebuie să o implementeze.

În sistemele electronice de plăți **autentificarea și non-repudierea** reprezintă etapele cele mai importante și de regulă se folosesc echipamente performante de securitate. Modalitățile cele mai cunoscute de autentificare și non-repudiare sunt următoarele:

Parole și PIN-uri (Personal Identification Number). Acestea sunt cele mai cunoscute dar și cele mai vulnerabile din toate tehnicile individuale de autentificare.

Biometria. Tehnicile de autentificare biometrică pot acorda sau nega accesul la rețele prin verificarea automată a identității persoanei fizice sau de comportament. Principalele tipuri de dispozitive biometrice sunt următoarele:

- Scanarea irisului.
- Scanarea amprente.
- Autentificarea vocală.
- Scanarea semnăturii.

5. Concluzii și propuneri

Comerțul electronic, în forma lui cea mai simplă, necesită prezența într-o rețea de bază, promovarea firmei, furnizarea de servicii premergătoare vânzării și servicii post-vânzare. Mii de întreprinderi mici și mijlocii pot confirma deja, că aceste condiții minime pot fi asigurate fără dificultate și cu cheltuieli reduse, prin utilizarea tehnologiilor tradiționale de Internet.

Comerțul electronic permite integrarea întreprinderilor, realizând un întreg, un tot unitar. De fapt, scopul comerțului electronic este de a integra rețelele vaste de întreprinderi mici, agenții guvernamentale, corporații mari, furnizori independenți, într-o singură comunitate, cu posibilitatea de a comunica între ei prin rețele de calculatoare, indiferent de platforma de lucru hardware sau software.

Dacă tehnologia este considerată importantă pentru integrare, resursele umane sunt indispensabile. Comerțul electronic implică dinamic și în timp real clienții și concurenții vânzătorului, ceea ce determină îmbunătățirea serviciilor, crearea de noi produse și de noi piețe. Esența comerțului electronic este durata de viață a datelor, concept care reflectă posibilitatea dispunerii de date înregistrate, modificate și stocate într-un mod în care să se permită utilizarea lor pe parcursul ciclului de viață a produsului vândut.

Avantajele utilizării comerțului electronic pot fi evaluate din perspectiva celor trei participanți implicați: compania, consumatorul și societatea. Din punctul de vedere al companiei vânzătoare, avantajele ar fi: extinderea zonelor de activitate pentru piețele naționale și internaționale; creșterea vitezei de comunicare; întărirea relațiilor cu furnizorii și clienții; posibilitatea întreprinderilor mici de a concura cu cele mari; facilitarea intrării pe piețele internaționale.

Din punctul de vedere al consumatorului, avantajele sunt: efectuarea rapidă a cumpărăturilor la orice oră, în orice zi; cumpărarea rapidă a produselor și serviciilor; posibilitatea participării la licitații virtuale, la reuniuni electronice din comunitățile virtuale, unde au loc schimburi de idei și de experiențe.

Limitările și dezavantajale comerțului electronic pot fi grupate în două mari categorii: tehnice și nontehnice. Dintre dezavantajele se pot distinge: lipsa unor sisteme de securitate ieftine; instrumentele de dezvoltare sunt în transformare și se schimbă rapid; dificultatea de integrare a accesului Internet și a sistemelor software de comerț electronic. Dintre dezavantajele nontehnice se include: costul și justificarea; securitatea și anonimatul; lipsa încrederii și mentalitatea utilizatorului; imposibilitatea clienților de a avea un contact fizic prin simțuri cu obiectele; lipsurile cadrului legal.

Conform Visa International, românii au realizat în 2004 plăți pe Internet pentru bunuri și servicii în valoare de 5 milioane de euro în magazine electronice din România și străinătate la o valoare medie a comenzii de 100 de euro, iar străinii (mai ales americani și britanici) au cumpărat online bunuri din România în valoare de 1,5 milioane de euro. În România sunt în jur de 200 de firme care realizează comerț electronic din care 50 dețin 80 % din piață. În topul magazinelor online sunt flamingo.ro, ultrapro.ro, dol.ro, okazii.ro, eMag.ro, Librărie.net, Magazinul de cărți, muzică, produse IT, papetărie și birotică Dol.ro primește lunar aproximativ 1000 de comenzi din țară cu valoare de 10 euro.

Cumpărătorii online selectează produsele rapid, din impuls, alegând branduri pe care le cunosc, nu au buget și obiceiuri de cumpărare, pun în coș doar câteva produse și abandonează coșul dacă site-ul nu le inspiră încredere în privința securității plății și datelor personale sau dacă procesul este prea greoi. În general sunt atrași de unicitatea produsului sau ocaziei de cumpărare, de comoditatea procesului și de preț.

Principalele bariere în dezvoltarea comerțului electronic rămân problemele legate de securitate și încredere. Pe măsura creșterii utilizatorilor casnici de Internet procedurile legate de autentificare și criptare a datelor personale primesc o importanță din ce în ce mai mare de succesul implementării lor depinde succesul comerțurilor de pe web.

O primă propunere ar fi elaborarea de către specialiști în probleme bancare a unui studiu privind modul cum se poate dezvolta în sistemul nostru bancar o soluție de plată pe Internet acceptată de majoritatea băncilor. O colaborare între asociațiile din domeniul IT&C, Banca Națională a României și Asociația Națională a Băncilor ar trebui să fie dezvoltată pentru a se putea implementa un sistem funcțional de comerț electronic.

Promovarea unor programe prin care să se mărească numărul de utilizatori Internet, în special prin accesul de acasă și să se determine creșterea numărului de calculatoare destinat utilizării personale.

Comerțul electronic devine rapid o componentă spectaculoasă a globalizării, expansiunea tranzacțiilor electronice putând constitui o oportunitate majoră pentru comerț și dezvoltare. Totodată, acest proces poate fi sursa unui important număr de istorii de succes prin care țările în curs de dezvoltare și întreprinderile lor pot atinge noi niveluri de competitivitate internațională și participă la economia informațională globală.

BIBLIOGRAFIE

1. Ion Gheorghe Roșca- “Comerțul electronic- concepte, tehnologii și aplicații”, Editura Economică, 2004
2. Cristina Teodoru- “ Your European Gateway by Electronic Commerce”, broșura editată la inițiativa Comisiei Europene, D.G Întreprinderi
3. Logica Banica, Ioan Liță – „Informatica. Noțiuni de bază și aplicații economice”, Editura MatrixRom, 2007

PRINCIPII DE PROIECTARE A SISTEMELOR INFORMATICE

Student: Arsene Corina Alexandra
Îndrumător: conf. univ. dr. Bănică Logica

În viața noastră de zi cu zi, calculatoarele sunt ceva obișnuit, ba chiar indispensabil în unele cazuri. Se poate spune, pe drept cuvânt, că trăim într-o societate informatizată. În zilele noastre, întâlnim calculatoare peste tot, de la băcanul din colț, care-și ține evidențele sale cu ajutorul unui PC și până la ghișeu la care plătim telefonul. Peste tot sunt calculatoare, legate eventual între ele și formând astfel rețele de calculatoare. Toate acestea se datorează faptului că ne dăm seama din ce în ce mai mult că PC-ul ne ușurează munca. Dar trebuie de subliniat faptul că un calculator este de fapt o "mașinărie" care prelucrează o serie de informații pe care i le dăm. Informația, este elementul esențial din acest întreg lanț. De fapt, în practică întâlnim, printre altele, două concepte legate de aceasta și anume sistemul informațional și sistemul informatic.

Sistemul informațional este ansamblul de elemente implicate în procesul de colectare, transmisie, prelucrare, etc. de informații.

Rolul sistemului informațional este de a transmite informația între diferite elemente. De exemplu, în cadrul unei unități economice, rolul sistemului informațional este de a asigura persoanele din conducere cu informații necesare pentru luarea diferitelor decizii economice sau de altă natură.

În cadrul sistemului informațional se regăsesc: informația vehiculată, documentele purtătoare de informații, personalul, mijloace de comunicare, sisteme de prelucrare a informației, etc.

Printre posibile activități desfășurate în cadrul acestui sistem, pot fi enumerate: achiziționarea de informații din sistemul de bază, completarea documentelor și transferul acestora între diferite compartimente, centralizarea datelor, etc.

În cadrul sistemului informațional, majoritatea activităților se pot desfășura cu ajutorul tehnicii de calcul. Se pot prelucra datele primare și apoi, rezultatul poate fi transferat mai departe, către alt compartiment spre prelucrare. Transferul se poate face și el pe cale electronică, prin intermediul unei rețele de calculatoare sau cu ajutorul modemului.

Ansamblul de elemente implicate în tot acest proces de prelucrare și transmitere a datelor pe cale electronică alcătuiesc un sistem informatic.

Într-un sistem informatic pot intra: calculatoare, sisteme de transmisie a datelor, alte componente hardware, software-ul, datele prelucrate, personalul ce exploatează tehnica de calcul, teoriile ce stau la baza algoritmilor de prelucrare, etc.

Se poate spune deci, că sistemul informațional este inclus în sistemul informatic, acesta din urmă fiind o componentă esențială a primului.

Sistemele informatice acoperă cele mai diverse domenii. În funcție de specializare, avem:

- Sisteme specializate, adică sunt proiectate pentru a rezolva un anumit tip de problemă dintr-un anumit domeniu;
- Sisteme de uz general, cu ajutorul cărora se poate rezolva o gamă largă de probleme din mai multe domenii;
- Sisteme locale, programele necesare prelucrărilor de date și datele se află pe un singur sistem de calcul;
- Sisteme pe rețea, sistemul funcționează într-o rețea de calculatoare, caz în care, datele și programele pot fi distribuite mai multor stații de lucru care fac parte din acea rețea.

În ultimul timp se merge tot mai mult pe varianta sistemelor de lucru în retea, avantajele fiind evidente : transfer de date între stații foarte rapid, costuri minime, etc.

În funcție de localizarea datelor și de locul în care sunt efectuate prelucrările, putem avea sisteme informatice :

- Cu date centralizate, datele se afla pe un singur sistem de calcul;
- Cu date distribuite, datele se afla distribuite pe mai multe calculatoare în retea;
- Cu prelucrări centralizate, prelucrarea datelor se face pe o singură stație de lucru, indiferent de numărul stațiilor pe care sunt informațiile de prelucrat;
- Cu prelucrări distribuite, mai multe calculatoare prelucrează datele provenite de la unul sau mai multe calculatoare din retea;

După domeniul în care funcționează, sistemele pot fi clasificate :

- De baze de date, specializate în gestiunea unor cantități mari de date;
- Pentru prelucrări științifice, specializate pe anumite domenii științifice;
- Pentru conducerea proceselor tehnologice, pentru conducerea unor mașini, scule, unelte computerizate;

După nivelul ierarhic ocupat de sisteme informatice în structura organizatorică a societății, putem avea :

- Sisteme informatice pentru conducerea activităților la nivelul unităților economice;
- Sisteme la nivelul organizațiilor cu structură de grup;
- Sisteme informatice teritoriale;
- Sisteme informatice la nivel de ramură și subramură și la nivel economic național;
- Sisteme de uz general.

După activitatea ce o automatizează, sistemele pot fi :

- Pentru conducerea producției;
- Pentru activitatea comercială;
- Pentru evidența contabilă;
- Pentru evidența materialelor și marfurilor;
- Pentru evidența personalului și salarizare;
- Pentru evidența mijloacelor fixe.

Aceste sisteme au o aplicare imediată în cadrul rezolvării unor probleme de natură economică. Deci una dintre ramurile cele mai informatizate este economia.

Încă din cele mai vechi timpuri, omul, chiar fără să știe, era preocupat de acest domeniu – economia. Omul avea nevoie, pentru a trăi, de o serie de elemente indispensabile, cum ar fi apa, hrana, arme pentru a se apăra de animale; odată cu evoluția lui, au crescut și necesitățile, pe lângă cele vechi au apărut și altele : haine, mijloace de transport, unelte, etc. Astfel apare conceptul de interes economic.

Pentru a satisface anumite nevoi, este necesar să se consume anumite bunuri, anumite resurse. Totalitatea elementelor utilizate la producerea de noi bunuri necesare poartă

numele de resurse economice. Aceste resurse sunt limitate, deci trebuie gestionate corespunzător, în vederea satisfacerii prioritare a nevoilor cele mai stingente.

Astfel apare problema economica generala care reprezinta munca depusa de om în vederea alegerii si folosirii resurselor pentru a-si satisface cât mai bine nevoile.

Activitatea desfasurata de om pentru gasirea si prelucrarea resurselor economice se numeste activitate economica..

Acesta lege se regaseste si în zilele noastre, în sensul ca omul, munceste pentru a-si procura cele necesare traiului. Cu cât câstiga mai mult, cu atât cresc si nevoile acestuia.

În cazul întreprinderilor , acestea desfasoara o activitate de productie, veniturile obtinute din valorificarea acestora permitând acesteia continuarea activitatii si chiar a dezvoltarii. Aici, nevoile sunt cele de a ramâne în competitie pe piata, iar resursele sunt constituite din materia prima folosita, forta de munca, mijloacele de productie, etc. Criteriul satisfacerii nevoilor în cazul unei întreprinderi se transforma în telul urmarit de aceasta – obtinerea de profit maxim.

Pentru realizarea acestei dorinte, unitatile economice trebuie sa-si perfectioneze continuu activitatea. Utilizarea tehnicii de calcul, mareste considerabil eficienta economica.. Unul dintre mijloacele prin care activitatea economica este automatizata este dat de sistemele informatice de gestiune economica.

În cadrul unitatilor economice sunt o multitudine de activitati ce pot fi supuse informatizarii. Acestea pot fi împartite în grupe, în functie de compartimentele în care se desfasoara.

Spre exemplu, în cadrul compartimentului productie se poate informatiza activitatea de stabilire a structurii productiei si de dimensionare a sa, programarea si urmarirea productiei, etc. În cadrul compartimentului financiar-contabil, activitatea ar putea fi informatizata aproape în totalitate, la fel ca si activitatea din cadrul compartimentului personal-salarizar. Fiecare dintre compartimentele unei unitati economice poate fi informatizat într-o masura mai mare sau mai mica, ideal însa ar fi ca toate acestea sa fie înglobate într-un sistem informatic global de gestiune economica la nivelul întregii întreprinderi.

Pentru realizarea unui sistem informatic eficient , trebuiesc avute în vedere unele reguli de baza, ce au fost deduse din practica.

- **Abordarea globala modulara.**

La proiectarea sistemului trebuie avuta în vedere legatura acestuia cu lumea exterioara, posibilitatile de comunicare cu alte sisteme similare, compatibilitatea cu sisteme de alta natura, posibilitatea includerii sistemului într-un sistem mai complex, sau posibilitatea includerii altor sisteme.

- **Criteriul eficientei economice.**

Principalul criteriu ce sta la baza realizarii sistemului este cel economic. Cu alte cuvinte, la proiectare trebuie avut învedere ca raportul dintre rezultatul sau rezultatele directe sau indirecte obtinute prin implementarea si folosirea sistemului economic si totalitatea costurilor de realizare sa fie cât mai mare. Cu alte cuvinte, trebuie sa fie rentabil.

- **Orientarea spre utilizatori.**

La realizarea sistemului trebuie sa se aiba în vedere cerintele si preferintele utilizatorilor. În acest sens, trebuie purtata o discutie cu utilizatorii în prealabil si pe baza sugestiilor si preferintelor lor sa se treaca la proiectarea propriuizisa.

- **Asigurarea unicitatii introducerii datelor.**

De cele mai multe ori o serie de date trebuie utilizate în mai multe locuri în cadrul sistemului informatic. La proiectarea sistemului, trebuie ca datele să fie introduse o singură dată, iar sistemul să distribuie automat datele în celelalte locuri în care este nevoie de ele.

- Antrenarea beneficiarului la realizarea sistemului.

Acest principiu decurge tot din orientarea spre utilizator. Trebuie discutat cu utilizatorul înainte de a trece la proiectare, pentru a înlătura de la început o serie de neajunsuri. Trebuie discutate modalitățile de introducere a datelor și adaptarea aplicației la nevoile utilizatorului, modul de calcul și prelucrare al datelor.

Soluție generală, independentă de configurația actuală a sistemului informatizat.

Sistemul proiectat nu trebuie, pe cât posibil, să fie dependent de dotarea tehnică actuală a beneficiarului, ci trebuie avute în vedere eventuale noi achiziții de tehnică de calcul, o eventuală schimbare a sistemului informatic.

- Posibilitatea de dezvoltare ulterioară.

Trebuie avute în vedere posibilitatea ca sistemul să poată fi îmbunătățit în raport de cerințele viitoare ale firmei beneficiare.

Sistemele informatice pun probleme serioase la realizarea lor. În funcție de modul de abordare, costurile pot fi mai mici sau mai mari, rezultatele mai bune sau mai puțin bune.

De-a lungul timpului s-au conturat două tipuri de astfel de strategii :

- Ascendentă ("bottom-up" de jos în sus, de la mic la mare)
- Descendent ("top-down" de sus în jos, de la mare la mic).

Strategia ascendentă

În conformitate cu această strategie, rezolvarea unei anumite probleme începe cu rezolvarea problemelor de detaliu, minore. Soluțiile sunt agregate în vederea soluționării unei probleme mai complexe. Se procedează astfel până ce se ajunge la vârf, la soluționarea problemei globale.

Dezavantajul acestei metode constă în necesitatea cunoașterii în detaliu al domeniului problemei de rezolvat înainte de trecerea la rezolvarea propriu-zisă.

Strategia descendentă

Este opusă celei ascendente, abordând problema de la general la particular, de sus în jos. Este studiată problema globală, încercând descompunerea ei în probleme mai mici și se trece la rezolvarea subproblemelor astfel rezultate. Rezolvarea subproblemelor se face prin aceeași metodă, adică prin descompunerea lor în alte subprobleme, și tot așa până se ajunge la probleme a căror rezolvare este cunoscută.

Această strategie prezintă avantajul că oferă în orice moment o imagine de ansamblu asupra problemei de rezolvat.

Pentru realizarea unui sistem informatic sunt implicate multe persoane, materiale, timp, etc., ceea ce implică în final costuri ridicate. Din această cauză, modul de abordare a problemei proiectării este foarte important. În decursul timpului s-au cristalizat câteva metodologii standard de proiectare.

Principalele etape de parcurs pentru realizarea unui sistem informatic sunt :

- Analiza sistemului existent – se studiază sistemul informatic existent și se stabilesc neajunsurile sale și cerințele ce urmează a fi satisfăcute de viitorul sistem informatic. În această etapă se stabilește rentabilitatea folosirii sistemului informatic.

- Proiectarea sistemului informatic – se concepe sistemul, elementele componente ale acestuia, structura lor și modul de realizare. Datorită complexității, această etapă este la rândul ei descompusă în două etape :

- Proiectarea de ansamblu – se stabilește arhitectura de ansamblu, modul de descompunere pe componente, intrările și ieșirile sistemului. Se finalizează printr-o schemă de ansamblu a sistemului în care sunt incluse toate aceste elementele.

- Proiectarea de detaliu – fiecare element descris în etapa anterioară este descris în detaliu.

- Elaborarea programelor – se scriu programele sistemului într-un limbaj ales anterior.

- Implementarea sistemului – după ce a fost realizat sistemul se trece la implementarea sa.

- Exploatarea și întreținerea sistemului – aceasta este faza finală a proiectului în care se trece la exploatarea acestuia. Este necesară în paralel și o serie de operații de întreținere a acestuia.

Pentru exemplificarea celor arătate, în continuare voi expune modalitatea de realizare a unei aplicații legate de probleme de personal.

Pentru aceasta trebuie făcută o analiză a acestui domeniu și de a cunoaște particularitățile acestuia, precum și analiza sistemului actual, înainte de informatizare, al acestui domeniu. Trebuie stabilite clar scopul, rezultatele, ceea ce trebuie obținut în final din prelucrarea datelor, cât și datele de intrare.

Astfel, luăm ca exemplu o întreprindere cu 250 salariați, dintre care 30 fac parte din categoria T.E.S.A. și a muncitorilor indirect productiv, 115 sunt muncitori calificați și angajați pe o perioadă nedeterminată, iar restul sunt muncitori calificați și necalificați angajați pe o perioadă de 6 luni.

De la bun început ne propunem să realizăm această aplicație într-un limbaj de programare cât mai eficient în astfel de situație – în cazul nostru folosim Access.

Trecem deci la analizarea problemei de la general la particular prin asanumita metoda descendentă sau top-down.

Construim programul principal cu meniurile aplicației. Stabilim deci modulele necesare.

La discuțiile cu beneficiarul s-a stabilit că această aplicație să fie implementată într-o rețea informatică formată dintr-un server aflat chiar în biroul "Personal-salarizare" și trei stații de lucru aflate în teritoriu (două în interiorul întreprinderii, câte unul pentru fiecare secție și unul la punctul de lucru "Vlădeni").

Tot atunci s-a stabilit strategia de prelucrare a datelor; datele vor fi introduse la fiecare dintre cele trei terminale și apoi prelucrate pe serverul din biroul "Personal".

Se stabilește deci că aplicația va avea următoarele module:

1. **Preluare date** – cu ajutorul acestui modul se vor introduce datele referitoare la personal în sistem. Acest modul va fi instalat la rândul sau pe toate cele trei stații de lucru.

2. **Validare/modificare date** – permite validarea și/sau modificarea/corectarea anumitor date introduse.

3. **Prelucrare date** – dacă celelalte trei module vor fi instalate pe fiecare din cele 3 stații de lucru, acesta va fi instalat doar pe server, aici centralizându-se datele.

4. **Obținere situații** analitice – cu acest modul se vor lista la imprimantă diferite liste cu pontaje, liste de personal, etc

5. **Situații centralizate** – se vor scoate listele finale, obținute după centralizarea și prelucrarea datelor.

Se executa proiectarea bazei de date pentru introducerea datelor initiale si la proiectarea interfetei cu utilizatorul, tinând seama de discutiile purtate cu acestia si de analiza facuta .

Astfel, tabela de personal va avea urmatoarea structura :

Marca
Nume
Functia
Locul de munca
Salariul
Muncitor/TESA
Adresa
Telefonul
Cod numeric personal
Buletin
Tipul angajarii
Data nasterii
Data angajarii
Data încadrării în munca
Nr. copii
Retineri personale
Deduceri personale (pentru impozitul global)
Luna de referință

Pe baza acestei structuri se executa macheta de introducere a datelor primare, apoi se proiecteaza blocul de vizualizare/modificare a datelor si în final, procedura de listare.

Odata terminate si testate blocurile ce urmeaza a fi implementate pe statiile de lucru, se trece la proiectarea aplicatiilor de pe server si anume la blocul de centralizare a datelor si la modulul de liste centralizate.

Centralizarea datelor se face pe o structura de baza de date asemanatoare cu cea în care s-au facut actualizari pe statiile de lucru, având aceleasi câmpuri ca acestea si în plus altele necesare calcularii salariilor, etc. Acest subprogram adauga deci la baza de date de pe server bazele de date de pe statiile de lucru, le sorteaza dupa tipul angajatului (TESA sau muncitor), dupa locul de munca, etc, pregatind astfel baza de date pentru listele centralizate – obiectivul final al aplicatiei.

Dupa terminarea si testarea aplicatiei, urmeaza instructajul beneficiarului si în final exploatarea sistemului cu asigurarea întreținerii aplicatiei.

În linii mari acesta este proiectul de realizare a unei aplicatii pe teme de personal într-o întreprindere.

Bibliografie:

1. Bănică Logica, *Aplicații informatice în Access*, Editura Universității din Pitești, 110 pg., 2007, ISBN 978-973-690-708-1.
2. Bănică Logica, Ioan Liță, *Informatica: Noțiuni de bază și aplicații economice*, Editura MatrixRom București, 215 pg., 2007, ISBN 978-973-755-291-4

